

Metoder til idégenerering og opsamling af ideer på bedriften

Hvordan kan landmanden medvirke til øget idegenerering på bedriften. Og hvordan kan egne og medarbejdernes gode ideer opsamles.

Af konsulent Vibeke Hjorslev Rasmussen

I alle virksomheder, uanset antal medarbejdere, opstår der fra tid til anden gode ideer, der – hvis de blev realiseret – kunne løse en arbejdsgang mere effektivt, kunne give en besparelse, eller en mere rationel produktion.

Og nogle gange opstår der en idé, der via videre udvikling kunne blive til en god forretning.

Og nogen er dygtigere til idegenerering end andre. De får løbende nye ideer, der bliver udviklet og bliver til nye forretningsområder. Den ene idé afløser næsten den anden. Hvorfor er nogle personer dygtigere til idégenerering end andre?

Hvordan kan man arbejde bevidst med idégenerering?

Første forudsætning for innovation og forretningsudvikling er, at man forstår at opsamle de gode ideer og forslag. Dernæst er opgaven at kvalificere ideerne og forslagene. Men meget ofte sker der ingen opsamling af de gode ideer og forslag. Og det skyldes primært, at der på virksomheden ikke er nogen beskrevet måde til ideopsamling eller idegenerering. Og sekundært, at virksomhedens ejere og medarbejdere aldrig har talt om, at gode ideer er velkomne.

Det kan virke som en svær opgave at skulle begynde med idégenereringen. For typisk opfattes forretningsudvikling og innovation som noget, der sker i andre industrier, i andre brancher. Fordi virksomhedslederen typisk har for travlt i hverdagen til at kunne se mulighederne for forretningsudvikling og innovation i sin egen bedrift.

Hvor kan landmanden begynde?

Et oplagt sted at begynde er i produktionen, som typisk er kendetegnet ved en række vaner og rutiner, som man kan have arbejdet med i flere år. Rutinerne og vanerne kan have været meget hensigtsmæssige, da de blev etableret. Men bedriften kan have udviklet sig således at de anvendte rutiner og vaner ikke længere er de mest optimale. Ofte har medarbejderen, der hver dag arbejder med den samme rutine/vane en anelse om, at det måske kunne gøres på en bedre måde.

Men hvis man ikke opfordrer medarbejderne til at komme med forslag til ændringer så fremmer landmanden ikke idégenereringen hos medarbejderne. Og derved bliver det også vanskeligt for landmanden selv at idégenerere.

Inviter medarbejderne til at komme med forslag og ideer til ændringer, som de mener, kunne hjælpe på fx effektiviteten eller løse en problemstilling.

Spørg direkte: gode ideer forslag til hvordan vi kan løse XX problem bedre

Sæt en tavle op hvor medarbejderne kan skrive deres eksempler på problemstillinger som de gerne vil have løst. Bed dem fx beskrive dårlige arbejdsgange. Bed dem beskrive hvor det kunne være godt at gøre tingene på en anderledes måde. Bed dem skrive hvor de bruger meget tid/spildtid – fx jeg bruger meget tid på at vende på pladsen fordi der er alt for lidt plads/alt for ujævnt..... bruger for meget tid på at køre mellem markerne etc.

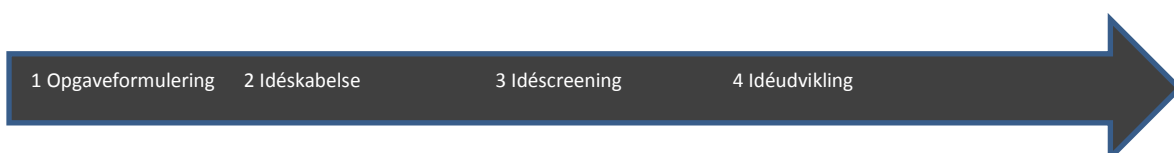
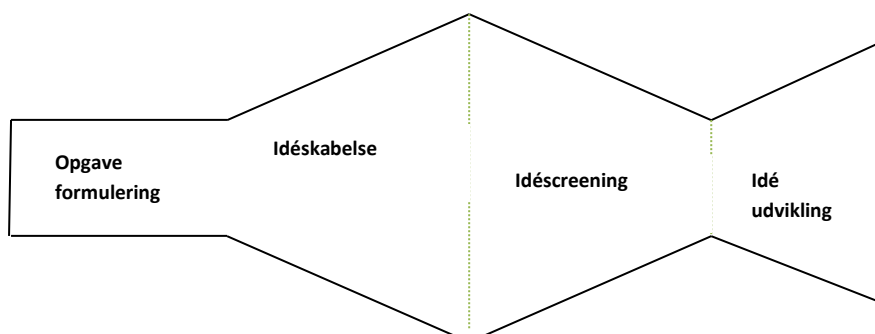
Bliv ved med at træne og bruge forskellige metoder til idegenerering. Kreativitet skal være en del af det daglige arbejde. Opfordre alle på bedriften til at skrive gode ideer ned i stikord på fx en tavle i stalden. Glem de gængse forestillinger om, at kreativitet kommer fra særligt kreative sjæle, eller ud fra en nærmest guddommelig inspiration. Ideerne opstår typisk på baggrund af et ønske om at løse et problem eller afhjælpe en mangel. Og de medarbejderdrevne løsninger medvirker ofte til, at idérigdommen generelt øges på bedriften.

Det kræver mod at blotte sig selv med præsentation af utraditionelle forslag, som man måske ikke umiddelbart kan overskue de fulde konsekvenser af. Indgyd mod i medarbejderne, og sørg for at reducere behovet for mod, ved at skabe en tryk, tillidsfuld og humorfyldt atmosfære.

Tænk fx over, hvordan ideen til bolden til måling af fugt i kornlageret er opstået. Eller ideen til overdækning af gyllebeholderen med henblik på reduktion af lugt og fordampning er opstået. Med stor sandsynlighed er disse ideer opstået som følge af, at nogen har tænkt over hvordan man kan løse en bestemt problemstilling. Og så er der med stor sandsynlighed opstået en lang række af forskellige – og ikke i første omgang brugbare – ideer til løsning af problemstillingen.

Idégenerering og kvalificering af ideerne

En idéproces kan foregå som vist i nedenstående figur, og figuren kan være en inspiration til, hvordan man på bedriften kan systematisere idégenereringen. Hvis landmanden og bedriftens medarbejdere fokuserer på de fire faser i figuren og henholdsvis *spredter og samler*, kan der opnås en struktur og et værktøj til at få de gode ideer frem på bedriften:



1. Opgaveformuleringen

Her beskrives hvilket problem man gerne vil løse. Det kan fx være, at der er lugtgener fra gyllebeholderen, og det generer naboer, miljø etc. Opgaveformuleringen skal være så konkret som overhovedet muligt. Og i dette tilfælde med gyllebeholderen kan opgaveformuleringen lyde: Hvordan kan vi fjerne lugten fra gyllebeholderen?

2. Idéskabelse

Her er alle ideer velkomne. Gode, dårlige, hele og halve ideer. Men der er fokus på udelukkende at udtænke ideer, der kan løse behovet eller spørgsmålet. I eksemplet med lugtgener fra gyllebeholderen kan en medarbejder fx komme med et forslag om at dække overfladen med ”noget”.

3. Idéscreening

I denne fase sorteres der i ideerne som er kommet frem i fase 2. De mest urealistiske fjernes (og gemmes måske). Ideer, der hænger naturligt sammen, sammenskrives.

Ideen om at gøre noget ved grisene så gyllen ikke lugter virker vanskelig, og fjernes. Det samme gøres med ideen om, at grisene skal væk fra bedriften. Mens ideerne, der alle omhandler noget med at dække beholderen, samles.

4. Idéudvikling

Hvis den gode idé skal omsættes til forretningsudvikling så kræver det, at der er et marked for ideen (innovationen).

Her begynder man at kigge på forretningsmodellen for ideen. Og en række spørgsmål skal besvares førend man kan udvikle ideen videre. Det vil fx være relevant at gøre sig klart, hvem kunden er. Og hvilke særlige kendetegn har denne idé i forhold til andre eksisterende løsninger? Kan ideen bruges til løsning af andre problemstillinger? Er der nogen barrierer, der skal behandles før man kan arbejde videre med ideen?

I eksemplet med ideen om overdækning af gyllebeholderen, har man sandsynligvis brugt noget tid på at overveje, hvordan overdækningen skulle laves så den både var fleksibel men også tilstrækkelig lukket. Men man har også fundet ud af, at overdækningen reducerede fordampning – og en metode til reduktion af fordampning kan anvendes andre steder end på en gyllebeholder. Altså er kundepotentialet meget større end kun danske landmænd.

Der findes en række modeller, der beskriver hvordan man kan forretningsudvikle på innovationen. Disse modeller og metoder behandles andet steds.

Idégenerering er ikke svært. Men man skal give sig selv og sine medarbejdere tid og lyst til at arbejde med idégenerering. Hjernen kan trænes til bedre idégenerering og kreativitet. Men det kræver øvelse.

Begynd med det nemmeste først. Udfordre de eksisterende rutiner og vaner. Inviter medarbejdere til at komme med forslag til bedre arbejdsgange. Sæt tid af til arbejdet med idégenerering. Gå en tur i stalden med medarbejderne og bed dem udpege områder, hvor de mener der er basis for ændringer.