

Η ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΣΗ ΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΚΑΙ ΟΙ 4 ΚΥΡΙΑΡΧΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΑ “BIG DATA” ΓΙΑ ΤΟ 2014

■ Επιμέλεια: Αλεξάνδρα Γούτα

ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΠΟΓΟΗΤΕΥΟΥΝ ΤΟΥΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥΣ ΥΠΑΛΛΗΛΟΥΣ

Δεν είναι το πιο ισχυρό από τα είδη ούτε το πιο ευφυές αυτό που επιβιώνει: είναι το πιο προσαρμοστικό στην αλλαγή. Το δαρβινικής έμπνευσης ρητό του Αμερικανού καθηγητή μάρκετινγκ και μάντζμεντ Leon C. Megginson διατηρεί διαχρονικά την αλήθεια του: γι' αυτό άλλωστε και έξι στους δέκα διευθύνοντες συμβούλους (CEOs) επιχειρήσεων, που συμμετείχαν πρόσφατα σε έρευνα της PWC, διατυμπάνισαν ότι η καινοτομία αποτελεί γι' αυτούς είτε πρωταρχική στόχευση είτε μία από τις προτεραιότητές τους.

Αν όμως πιστεύετε ότι η δεδηλωμένη πρόθεση σε τόσο υψηλό επίπεδο αρκεί για να έρθει η πράξη, πλανάσθε. Μια έρευνα της «Accenture» σε περισσότερες από 500 επιχειρήσεις σε ΗΠΑ, Γαλλία και Ηνωμένο Βασίλειο έδειξε ότι η προσέγγιση που επικρατεί σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη καινοτομίας είναι αυτή της αποφυγής του ρίσκου, με αποτέλεσμα αυτό που προκύπτει να είναι κυρίως στοιχειώδεις βελτιώσεις, παρά πραγματικά καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες.

Τι συμβαίνει με τους εργαζόμενους; Αν' ό,τι φαίνεται, οι υπάλληλοι των μεγάλων εταιρειών έχουν διάθεση να καινοτομήσουν και είναι πρόθυμοι να στραφούν στην επιχειρηματικότητα: πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες στο πλαίσιο της έρευνας (52%) απάντησαν ότι έχουν κυνηγήσει μια επιχειρηματική ιδέα εντός των κόλπων της εταιρείας όπου εργάζονται. Τα κατάφεραν; Σε πολλές περιπτώσεις όχι. Ο λόγος; Η έλλειψη στήριξης από τη διοίκηση.

Η ΑΝΤΙΦΑΣΗ: ΘΕΛΟΥΜΕ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΑΛΛΑ ΦΟΒΟΜΑΣΤΕ ΝΑ ΣΤΗΡΙΞΟΥΜΕ ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΟΥΝ

Παρότι σχεδόν οι μισοί από τους εργαζομένους (49%) λένε ότι η στήριξη από το μάντζμεντ της εταιρείας τους είναι πολύ σημαντική για την παραγωγή επιχειρηματικών ιδεών, μόνο ένας στους πέντε (20%) πιστεύει ότι η εταιρεία παρέχει αυτή τη στήριξη. Και παρότι το 42% θεωρεί ότι η ανοχή από το μάντζμεντ σε περίπτωση αποτυχίας αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για να καινοτομήσουν, μόνο ένας στους οκτώ θεωρεί ότι τυχάνει τέτοιας αντιμετώπισης.

Εν ολίγοις, από τη μία πλευρά, η καινοτομία αποτελεί κορυφαία προτεραιότητα για τις μεγάλες επιχειρήσεις και από την άλλη, μόνο ένας στους πέντε εργαζομένους αισθάνεται ότι έχει στήριξη από τον εργοδότη του για να την παράγει.



Η σκέψη της καινοτομίας υπάρχει στο μυαλό πολλών εργαζομένων, οι οποίοι όμως, σύμφωνα με έρευνες, αισθάνονται στην πλειοψηφία τους ότι η διοίκηση δεν τους στηρίζει. Πηγή: <http://www.alleywatch.com/>.

ΣΤΟΝ ΜΟΝΑΧΙΚΟ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ...ΛΟΥΚΙ ΛΟΥΚ

Το γεγονός αυτό προκαλεί μεγάλη απογοήτευση για τους πιο καινοτόμους μεταξύ των υπαλλήλων, οι οποίοι τελικά στρέφονται είτε σε άλλες εταιρείες, αναζητώντας ένα ευνοϊκότερο περιβάλλον για την ανάπτυξη της ιδέας τους είτε ακολουθούν το μοναδικό δρόμο του ...Λούκι Λουκ, ιδρύοντας τη δική τους νεοφυή επιχείρηση (start-up).

«Η ανώτερη διοίκηση είναι διστακτική στο να στηρίξει την καινοτομία. Πολλοί σύμβουλοι καινοτομίας λένε ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει ν' αρχίσουν ν' αγκαλιάζουν την αποτυχία και να δημιουργήσουν μια νοστροπία καινοτομίας. Με βάση τη λογική έχουν δίκιο που διστάζουν: αν για παράδειγμα ένας αντιπρόεδρος αρχίσει πρώτος να αποδέχεται την αποτυχία των υπαλλήλων του, το πιθανότερο είναι ότι αυτό θα του στοιχίσει μείωση μόνους ή και τη δουλειά του μακροπρόθεσμα... Αυτό που πιστεύω εγώ είναι ότι πρέπει να εστιάσουμε, όχι τόσο στην αποδοχή της αποτυχίας όσο στη βελτίωση των δεικτών αποτελεσματικότητας καινοτομίας. Σήμερα, μόνο ένα στα επτά επίσημα projects καινοτομίας φτάνει με επιτυχία στην αγορά. Ξυπνήστε! Αυτό δεν είναι φυσιολογικό», σημειώνει ο Gijs van Wulfen, συγγραφέας του βιβλίου: “The Innovation Expedition, A Visual Toolkit to Start Innovation”.

Ο Πεντάλογος του καινοτόμου εργαζομένου

Ο ίδιος διατυπώνει μια υπόθεση: ότι, αν η διαδικασία παραγωγής καινοτομίας ξεκινήσει εξαρχής σωστότερα και καλύτερα, τα τελικά αποτελέσματα θα είναι βελτιωμένα. Προτείνει δε τον εξής «πεντάλογο», που υποστηρίζει ότι μπορεί να χρησιμεύσει ως οδηγός προς ναυτιλλομένους.

1. Τα σκυλιά γαβγίζουν ό,τι δεν γνωρίζουν. Αυτό πρέπει να το λάβετε σοβαρά υπόψη. Ζητήστε εκ των προτέρων από την ανώτερη διοίκηση στοιχεία για το είδος της καινοτομίας που αναμένει από εσάς: εξελικτικές βελτιώσεις ή επαναστατικά νέα προϊόντα; Αφού αυτό ξεκαθαρίσει, παραδώστε αποτελέσματα!
2. Μην παρουσιάζετε την καινοτόμα ιδέα σας σε ...χαρτάκια 'post-it'. Παρουσιάστε την συνοδευόμενη από μια στερεή επιχειρηματική αξιολόγηση, που θα υπολογίζει το δυναμικό των πωλήσεων και του κέρδους.
3. Ξεκαθαρίστε το κατά πόσον είναι οικονομικά και τεχνικά εφικτή η υλοποίηση της πρότασής σας. Απαντήστε σ' αυτά τα ερωτήματα: Μπορούμε να τα καταφέρουμε να γίνει η ιδέα μου πράξη; Τι θα στοιχίσει στην εταιρεία;
4. Κάντε ξεκάθαρο ότι εκεί έξω υπάρχει μια αγορά για την ιδέα σας. Τα «πειράματα» μικρής κλίμακας αποτελούν ιδανικό τρόπο για να αποδείξετε ότι αυτή η αγορά δυννητικά υπάρχει.
5. Προσκαλέστε τους κορυφαίους managers να συμμετέχουν στην καινοτομική «εξόρμησή» σας. Με τον τρόπο αυτό σταδιακά θα αποκτήσουν εμπιστοσύνη στην ιδέα σας. Συνολικά σκεφτείτε καινοτόμα και πράξτε συντηρητικά!

Το βιβλίο του Gijs van Wulfen, “The Innovation Expedition, A Visual Toolkit to Start Innovation”, είναι διαθέσιμο στην αγγλική γλώσσα στο Amazon.com και το Amazon.co.uk.



Το data center της Google στο Όρεγκον. Photograph: Google/Rex Features
Πηγή φωτογραφίας: Guardian.



Πηγή: <http://www.itpro.co.uk/>

BIG DATA: Η ΜΕΓΑΛΗ ΤΑΣΗ ΚΑΙ Η ΜΕΓΑΛΗ ΑΓΝΟΙΑ

Αν κοιτάξουμε πίσω στο 2013, θα μπορούσαμε να το χαρακτηρίσουμε ως έτος μεγάλων εξελίξεων για τα μεγάλα δεδομένα (big data). Όχι όμως σε όρους καινοτομίας, αλλά περισσότερο σε όρους αφύπνισης και γνώσης για το τι ακριβώς είναι τα περίφημα Μεγάλα Δεδομένα.

Το 2013, έφερε τον όρο στο επίκεντρο της επικαιρότητας, εν μέρει και εξαιτίας του γεγονότος ότι εταιρείες-κολοσσοί όπως οι Google, IBM, Facebook και Twitter έσπευσαν όλες να αποκτήσουν εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του Big Data. Η δε υπόθεση Σύνουπτεν με τη διαρροή των περιφημων εγγράφων, αποκάλυψε ότι οι εταιρείες μυστικών υπηρεσιών συγκεντρώνουν μεγάλα δεδομένα στη μορφή μετα-δεδομένων (meta-data) την τελευταία δεκαετία, χρησιμοποιώντας πληροφορίες ακόμη και από τα προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

ΠΟΛΛΟΙ ΜΙΛΟΥΝ ΓΙ' ΑΥΤΑ, ΛΙΓΟΙ ΞΕΡΟΥΝ ΓΙΑ ΤΙ ΠΡΑΓΜΑ ΜΙΛΟΥΝ

Ο όρος «Big Data» προκάλεσε επανειλημμένα πονοκέφαλο σε συνέδρια και αίθουσες διοικητικών συμβουλίων και χρησιμοποιήθηκε χιλιάδες φορές με εντελώς λανθασμένο ή ακατάλληλο τρόπο. Το αποτέλεσμα; Αναλυτές, δημοσιογράφοι και γνώστες του χώρου άρχισαν να ζητούν από τους ανθρώπους να μη μιλούν πια για τα μεγάλα δεδομένα. Χαρακτηριστικό είναι το σχόλιο που έγραψε ένας αναγνώστης της Wall Street Journal: «πολλές εταιρείες μιλούν για τα Μεγάλα Δεδομένα, αλλά δεν είναι πολλές αυτές που γνωρίζουν τι είναι».

Με βάση όλα τα παραπάνω, ο συντάκτης του Guardian, Siraj Datto, διατυπώνει σε άρθρο του μια σειρά από προβλέψεις:

-**Πρόβλεψη πρώτη.** Το 2014 οι άνθρωποι θ' αρχίσουν επιτέλους να καταλαβαίνουν τον όρο. Τι είναι λοιπόν τα Μεγάλα Δεδομένα; Με βάση τον ορισμό που δίνουν ερευνητές του Πανεπιστημίου του St Andrews, «η αποθήκευση και ανάλυση μεγάλων και/ή σύνθετων συνόλων δεδομένων, με τη χρήση σειράς τεχνικών που περιλαμβάνουν –μεταξύ άλλων– τα εξής: NoSQL, MapReduce και γνωστική ικανότητα των μηχανών. Τα κυριότερα στοιχεία των Μεγάλων Δεδομένων στρέφονται γύρω από τον όγκο, την εμβέλεια και την ποικιλία.

-**Πρόβλεψη δεύτερη.** Οι καταναλωτές θ' αρχίσουν εθελοντικά να παραιτούνται από συγκεκριμένες πτυχές της ιδιωτικότητάς τους για χάρη της «εξατομίκευσης». Όλοι γνωρίζουμε τα «cookies», τα οποία καταγράφουν τη δραστηριότητά μας στο διαδίκτυο και αναλόγως επιτρέπουν το βομβαρδισμό μας με τις αντίστοιχες διαφημίσεις. Αυτό το τόσο ενοχλητικό στοιχείο έχουμε μάθει να το αποδεχόμαστε, παρότι υπάρχουν για παράδειγμα ιστοσελίδες που εκμεταλλευόμενες αυτή τη δυνατότητα αυξάνουν την τιμή ενός αεροπορικού εισιτηρίου για το οποίο εκφράσαμε πρόσφατα ενδιαφέρον, ώστε να μας αναγκάσουν να το αγοράσουμε, φοβούμενοι ότι η τιμή θα ανέ-

βει κι άλλο, αν καθυστερήσουμε. Με την εγκατάσταση τεχνικών big data σε ολοένα περισσότερες επιχειρήσεις, οι καταναλωτές θα συνεργάζονται με τρόπο που θα τους ωφελεί. Πώς; Ακολουθώντας μια μεθοδολογία αντίστοιχη αυτής που εφαρμόζει η διεθνής αλυσίδα σούπερ μάρκετ Tesco: στέλνει στους καταναλωτές εκπαιδευτικά κουπόνια για προϊόντα που θα αγόραζαν ούτως ή άλλως, σε μια αμοιβαία επωφελή συναλλαγή.

-**Πρόβλεψη Τρίτη.** Τα Big data ως υπηρεσία θα κερδίσουν σημαντικό έδαφος.

Παρά τις προβλέψεις αναλυτών ότι στα επόμενα χρόνια όλες οι επιχειρήσεις θα ψάχνουν να προσλάβουν προγραμματιστές και επιστήμονες με γνώσεις στον χώρο των Δεδομένων, αυτό πιθανότατα δε θα συμβεί, σύμφωνα με τον Guardian. Πρώτον, υπάρχει έλλειψη επιστημόνων στη συγκεκριμένη ειδικότητα, γεγονός που εξηγεί γιατί οι επιχειρήσεις στρέφονται στην επανεκπαίδευση ήδη υφιστάμενου προσωπικού. Δεύτερον, δεν είναι όλες οι επιχειρήσεις έτοιμες να επενδύσουν μόνιμα στην πλήρη απασχόληση επιστημόνων της συγκεκριμένης ειδικότητας –και πολλές δεν το χρειάζονται κιόλας.

Το πιθανότερο είναι ότι θα δούμε ένα κύμα νέων εταιρειών, που θα δραστηριοποιηθούν στο χώρο των Big Data παρέχοντας σχετικές υπηρεσίες. Αυτό μπορεί να αφορά οτιδήποτε: από μικρές επιχειρήσεις, που θα προσφέρουν μεμονωμένες υπηρεσίες, μέχρι κολοσσοί, που θα ρίχνουν στην αγορά ολόκληρα πακέτα αποθήκευσης, ανάλυσης και οπτικοποίησης δεδομένων, ή και μεταφορές σε εξυπηρετητές υπολογιστικής νέφους (cloud).

-**Πρόβλεψη τέταρτη,** θα δούμε πολύ περισσότερες επιχειρήσεις λογισμικού ανοικτού κώδικα (open-source software), όπως η Hadoop, που προσφέρει τη «ραχοκοκαλιά» για πολλά συστήματα big data και μάλιστα πολύ φθηνά. ■

Πού μπορώ να μάθω περισσότερα για τον «γρίφο» των Μεγάλων Δεδομένων;

-Στην ιστοσελίδα <http://www.theguardian.com/>,

«Big data: 4 predictions for 2014», 14/1/2014

-Στην ιστοσελίδα <http://readwrite.com/>, «Big Data Myths Give Way To Reality In 2014», 26/12/2013

-Στην ιστοσελίδα <http://arxiv.org/> (Πανεπιστήμιο St Andrews, Ηνωμένο Βασίλειο), εργασία με τίτλο «Undefined By Data: A Survey of Big Data Definitions», των Jonathan Stuart Ward and Adam Barker, School of Computer Science.

«...σήμερα μόνο ένα στα επτά επίσημα projects καινοτομίας φτάνει με επιτυχία στην αγορά. Ξυπνήστε! Αυτό δεν είναι φυσιολογικό»