



'Innovatie vergt ambitie, structuur en hr-beleid' (www.managementsite.nl)

'Bedrijven die Investeren in medewerkers zijn innovatiever' (www.financieeldagblad.nl)

Innovatie is in de hedendaagse, sterk concurrerende wereld economie voor veel organisaties een must om het hoofd boven water te houden. Innovatie kan de efficiëntie van organisatie vergroten en processen en producten verbeteren, wat kan leiden tot een competitief voordeel ten opzichte van concurrenten. De kern van het innovatieproces begint bij de medewerker; zonder zijn/haar input wordt de kans tot innoveren miniem.

De waarschijnlijkheid tot innoveren hangt voor een groot deel af van de manier waarop kennis management binnen de organisatie plaatsvindt; Effectief gebruik van alle aanwezige kennis binnen een bedrijf kan significant bijdragen aan de mogelijkheid tot innoveren.

In de context van de noodzaak tot innoveren spelen andere interessante demografische ontwikkelingen; de ontgroening en de vergrijzing. De ontgroening zal het effect hebben dat er meer jongeren in organisaties werkzaam zullen zijn die grote behoefte hebben aan know-how en ervaring. Aan de andere kant van het spectrum zal de vergrijzing zorgen voor de uitstroom van veel kennis. Hieruit kan worden geconcludeerd dat er een behoefte is tot het delen van kennis tussen de verschillende generaties op de werkvloer, om op deze manier ook de mate van innovativiteit op pijl te houden.

De vraag voor die vele organisaties zich moeten gaan stellen is: *Hoe kan mijn organisatie het delen van kennis en innovatief gedrag van medewerkers van alle generaties gaan stimuleren?*

De organisatiecultuur van een bedrijf kan hier van grote invloed op zijn, deze schept immers de context in welke de betreffende activiteiten moeten gaan plaatsvinden. Een organisatiecultuur bestaat uit verschillende niveaus; Het diepste niveau is die van de natuurlijke veronderstellingen die medewerkers binnen een bedrijf hebben, daarboven het niveau van de waarden en normen en als meest specifieke, beïnvloedbare niveau die van de 'artefacts en products'. Tot dit laatste niveau worden ook de human resource (HR) praktijken gerekend die een organisatie bewust en proactief kan inzetten binnen de organisatie.

HR Managers hebben een grote hoeveelheid van praktijken tot hun beschikking (training en ontwikkeling, mentor relaties, carrière mogelijkheden etc.), die zij kunnen inzetten om medewerkers optimaal te ontwikkelen. Interessant is om te kijken hoe deze praktijken het delen van kennis en innovatief gedrag kunnen stimuleren. *Stimuleert training de jongste generatie in even grote mate tot innovatief gedrag als de Baby-Boomers? Beïnvloed de beschikbaarheid van carrière mogelijkheden het delen van kennis onder alle generaties even zeer, of zijn er verschillen?* Door het beantwoorden van dergelijke vragen stelt een organisatie voor de mogelijkheid om het HR-beleid specifiek af te stemmen op de behoeften van de generaties. Zo is het mogelijk om als organisatie proactief in te spelen op het stimuleren van activiteiten (kennis delen en innovatief gedrag) die de komende decennia voor veel organisaties als cruciale factoren zullen gelden.

Ook is het interessant om te kijken hoe leidinggevenden tegen de HR praktijken aankijken (welke gebruiken zij voor welke generatie? Verschilt dit (bewust)?). En hoe verschilt de kijk van de leidinggevende met de beleving bij de medewerker?

Tijdens onze workshop in april dit jaar, zullen we uitgebreid ingaan op de relaties die bestaan tussen de verschillende HR praktijken (als input) en innovatief gedrag en het delen van kennis (als output) onder medewerkers binnen organisatie. Ook zullen wij de percepties van leidinggevenden en medewerkers contrasteren, wat zal leiden tot interessante inzichten. Na de workshop zult u vele nieuwe handvaten tot uw beschikking hebben om uw HR-beleid succesvoller te maken.