

ZHODNOCENÍ PŘÍSTUPŮ KE KATEGORIZACI INOVACÍ

J. Tabas, J. Polák, M. Beranová

Došlo: 31. srpna 2010

Abstract

TABAS, J., POLÁK, J., BERANOVÁ, M.: *Evaluation of approaches to definition of innovations*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2010, LVIII, No. 6, pp. 563–570

Currently innovations are necessary elements of economic growth and competitiveness of companies as well as they are necessary elements of global sustainable development. Even though it is possible to find a wide range of definitions of innovation but every one of them is based on different requirements. The aim of submitted article is to compare different approaches to definition of the content of innovation. The authors compare various definitions here and by use of analysis and synthesis, they determine important common elements which are possible to be found in various forms in a number of existing definitions. Then, these elements are compiled into own definition of the content of the term innovation.

aspects of innovation, classification of innovations, definition of innovation, innovation

Od okamžiku, kdy v první polovině 30. let minulého století Schumpeter (1934) publikoval svou odbornou stať *Teorie ekonomického vývoje*, začalo vznikat množství různých odborných textů, v nichž jejich autoři usilovali o rozklíčování fenoménu inovace a toho, jakým nejlepším způsobem inovace řídit. Později pak začali řízení inovací považovat v podstatě za umění (Brophey & Brown, 2009). K podobnému závěru ve své práci došli také autoři Lawson & Samson (2001). Ti poukazují na obecně přijatelný, ucelený a systematický rámec, jenž by vedl manažery k úspěšným inovacím; doposud prakticky neexistuje. Z jistého úhlu pohledu závěr těchto autorů není překvapivý, protože již samotné definice inovace a klasifikace inovací nejsou vždy konzistentní a ustálené.

MATERIÁL A METODY

Se stále ostřejší konkurencí, výzvami ekonomického prostředí a měnícími se technologiemi roste také tlak na to, být pro dosahování vyššího ekonomického růstu a zisků stále více inovativní (Goldsmith, 2010). Prostřednictvím inovací podniky

získávají schopnost adaptovat se na tržní změny a změny poptávky. Aby však bylo podnikání v tomto neustále se měnícím prostředí trvale udržitelné, není možné inovaci považovat za jednorázovou událost, ale inovace musejí představovat kontinuální proces. Inovace je vlastně zdrojem životní síly každého podniku. Zde se však objevuje prvotní nedostatek, který spočívá v neexistenci shody v tom, co vůbec může být vnímáno jako inovace (Yusof *et al.*, 2010).

Cílem článku je provést komparaci jednotlivých přístupů k definování a ke klasifikaci inovací. Pro dosažení tohoto cíle autoři srovnávají vymezení pojmu „inovace“ různými autory a doporučení různých autorů v oblasti definice inovací prostřednictvím jejich klasifikace. Přitom používají zejména metody komparace, analýzy a syntézy.

Přínosem článku je systematizace různých pohledů na problematiku obsahu pojmu inovace a jejich syntéza ve vlastní definici pojmu inovace. Přínos článku je dále patrný zejména z pohledu řízení inovací, které je vědní disciplínou, a rovněž oborů, jež na ně navazují, a to především management – zejména strategický, ekonomika podniku a jiné.

DEFINICE INOVACÍ

Ztracený čas v laboratoři a moment zvolání 'heuréka' je synonymem pro inovaci (Goldsmith, 2010). Mnoho lidí, manažery nevyjímaje, si pod pojmem inovace představuje něco naprosto převratného, za čím stojí léta (laboratorního) výzkumu. Ve skutečnosti je to ale jen nepatrná část toho, co pod inovace zpravidla spadá.

Inovaci (z latinského *innovare*, obnovovat) je nezbytné odlišovat od invence (tvůrčí myšlenka). Invence je však logicky nutným výchozím bodem inovace; ta pak následně, resp. ve svém komplexním pojetí představuje zavedení invence do ekonomického systému. *Zatímco invence vám může přinést Nobelovu cenu, inovace je to, co vám přinese peníze* (Banholzer, 2009).

Pojem *inovace* je možné chápat či definovat mnoha různými způsoby, ve kterých lze najít prvky společné i prvky zcela protichůdné. Profesorem Schumpeterem (1934, 1987), který je v oblasti inovací považován za klasika, jsou inovace předkládány více obecně a v širším pojetí než vědeckotechnický pokrok. Podle něj inovace nezahrnují pouze technické a technologické změny a zlepšení, ale zejména praktickou aplikaci. Takto lze za inovaci považovat každý nový způsob využívání zdrojů podnikateli.

V nejširším smyslu je inovace chápána jako člověkem cíleně navrhovaná změna, týkající se výrobků (uvedení nových nebo významně vylepšených do výroby a na trh), výrobních postupů (procesů), organizace práce a výroby (nové organizační řešení strukturálního významu), metod řízení, používaných poprvé alespoň na úrovni podniku. Nejdůležitějšími vlastnostmi inovací jsou tedy podle některých definic změna a novost. Oproti tomu jiní autoři považují za nejlepší ty definice, které porovnávají inovaci a invenci, přičemž základní rozdíl mezi nimi vymezují tak, že inovace nemusejí představovat nezbytně vždy cosi zcela nového, zatímco invence ano.¹

Prvek novosti se objevuje například v definici Witfielda (1975), který tvrdí, že *inovace představuje řadu komplikovaných činností vyskytujících se při řešení problémů, přičemž v konsekvenci vzniká určitá zpracovaná novost*. S prvkem novosti pak ve své definici inovace pracuje také Kotler (2005), jenž dává pojem inovace do souvislosti s každou novinkou, která přináší prospěch pro společnost. Polský autor Pomykalski (1983) popisuje inovaci jako proces zahrnující všechny činnosti spojené s utvářením nápadu a vznikem vynálezu a jeho následnou reali-

zací. Touto „realizací“ je možné chápat nejen realizaci nápadu v praxi, ale také jeho realizaci na trhu. V tomto úhlu pohledu lze inovaci definovat jako myšlenku, produkt nebo službu, která je spotřebiteli vnímána jako nová.²

Element novosti je možné najít i v definici inovace podle OECD, kterou lze zřejmě v současné době považovat za základní. Obsah pojmu „inovace“ tato definice rozvádí do čtyř oblastí, a to:³

1. Inovace produktů, které se týkají zboží nebo služeb, jež jsou nové, nebo významně vylepšené v oblasti technických parametrů, součástí a materiálů, zabudovaného softwaru či dalších funkčních charakteristik.
2. Inovace procesů, zahrnující nový, nebo výrazně vylepšený postup výroby produktu, způsob dodání produktu apod., přičemž má jít o významné změny technického postupu.
3. Marketingové inovace, představované novými marketingovými metodami, které obnášejí výraznou změnu v designu produktu, v jeho balení, v zavedení výrobku na trh nebo v cenotvorbě.
4. Organizační inovace, které představují nové metody organizace obchodních praktik podniku, organizace vnějších vztahů, ale i uspořádání pracovního prostoru.

V souladu s definicí OECD je definice Evropské komise, která inovaci definuje jako *obnovu a rozšíření škály výrobků a služeb a s nimi spojených trhů, vytvoření nových metod výroby, dodávek a distribuce, zavedení změn řízení, organizace práce, pracovních podmínek a kvalifikace pracovní síly*.⁴ Oproti tomu například Ministerstvo obchodu a průmyslu Velké Británie inovaci definuje jako *úspěšné využívání nových myšlenek*,⁵ tj. klade důraz na úspěšnou aplikaci inovace.

Inovace tedy zcela nezbytně nemusejí souviset s převratnou novostí. Carpenter (2010) uvádí, že inovace je změna v nabízeném produktu, službě, podnikatelském modelu nebo činnostech, která smysloplně zlepšuje zkušenosti velkého počtu zainteresovaných osob, stakeholderů.⁶ Svou definici Carpenter (2010) dále rozvádí opět o rozdíl mezi invencí a inovací. Jádrem toho, co zasahuje širokou skupinu stakeholderů, znázorňuje obr. 1.

Oproti tomu Hirji (2010) popisuje inovaci pomocí rovnice:

$$\text{Inovace} = \text{Invence} + \text{Výzkum},$$

která je v rozporu s výše uvedenou Carpentеровou definicí, neboť od výzkumu se obvykle vždy očekává prvek novosti.

1 Innovation Definition. [On-line] dostupné z: <http://www.new-inventions-succes.com/Innovation-Definition.html>.

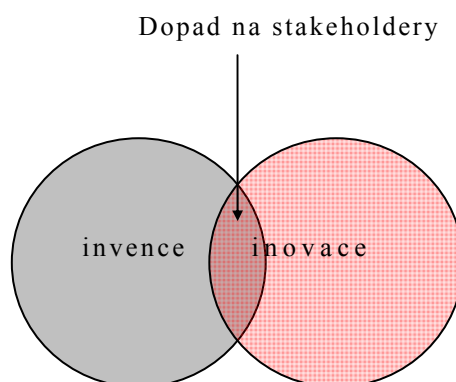
2 Innovation Definition. [On-line] dostupné z: <http://www.new-inventions-succes.com/Innovation-Definition.html>.

3 Organization for Economic Co-operation and Development. Innovation: the OECD Definition. [On-line] dostupné z: <http://www.oecd.org/documentprint/>.

4 Stejná definice je použita v dokumentu *Národní inovační strategie ČR* (Praha, 2004).

5 UK Department of Trade & Industry, [On-line] dostupné z: www.innovation.gov.uk.

6 V této souvislosti jsou za stakeholdery považováni zákazníci, majitelé, zaměstnanci a jiné osoby.



Zdroj: Carpenter (2010)

1: *Invence vs. inovace ve vztahu ke stakeholderům*

1: *Invention vs. innovation in relation to stakeholders*

Požadavek novosti ve své definici nevyzdvihuje ani Schmittlen (2009), který tvrdí, že inovace se nevztahují pouze k novému produktu, který má přijít na trh, ale mohou se objevit i v procesech a v přístupech k trhu. Přídavné jméno „nový/á“ se však objevuje v převážné většině existujících definic pojmu inovace, i když mnohé z nich nepopisují inovaci samotnou jako „novost“. Například Schumann (2009) chápe inovaci jako způsob přeměny zdrojů podniku na nové zdroje a přírůstek bohatství, a to prostřednictvím lidské kreativity.

Fakt, že v rámci inovace má jít o něco nového, vyzdvihují i další definice pojmu *inovace*. Slovník amerického dědictví⁷ vykládá tento pojem jako *akt představení něčeho nového*. Webster (2009) předkládá inovaci jako *novou myšlenku, metodu či vynález*. Drucker (2009) oproti tomu svou definici zakládá na relativně obecné změně, která má ale vést k *nové* dimenzi výkonnosti. K novosti se ve své definici opět vrací Cabral (2009), podle kterého je inovace *nový element zavedený do sítě subjektů, jenž mění, byť jen přechodně, transakční náklady mezi alespoň dvěma subjekty či uzly v rámci této sítě*. Campos (2009) potom samotnou inovaci nepovažuje za něco, co je primárně nové, ale podle něj je inovace schopnost přinést zákazníkovi *novou hodnotu*. S tím koresponduje i definice inovace podle Rogerse (1995), jenž popisuje inovaci jako *novou myšlenku, postup nebo předmět, který je jednotlivcem nebo skupinou vnímán jako nový; navazuje na definici Westa a Farra (1990), kdy je podle autorů inovace sledem činností, jejichž prostřednictvím je do společenské jednotky zaváděn nový prvek s cílem, aby z něj měla prospěch tato jednotka, nebo její část, nebo širší společnost. Tento prvek přitom nemusí být zcela nový nebo neobvyklý pro členy jednotky, ale musí obsahovat identifikovatelnou změnu, nebo alespoň výzvu ke změně statusu quo*.

Dopady inovací na společnost jako celek jsou dalším společným prvkem mnohých definic inovace.

Vaitheeswaran (2007) tvrdí, že skutečnou podstatou inovace je otevřené myšlení, které vytváří hodnoty pro společnost. Hoyos a Braun (2010) ve své práci uvádějí, že specializovaná lidská činnost, kterou se v tomto kontextu myslí podnikání, vede k inovacím zapříčiňujícím technologickou změnu a další průvodní změny v psychologickém, kulturním a ekonomickém vzhledu společnosti jako celku. Podnikatel je zde prostředníkem, který nese odpovědnost za vytváření společenských změn, a to právě prostřednictvím inovací, které transformují společenské prostředí. Podnikatel se ale zároveň stává tím, kdo přebírá finanční rizika (Hlavacek & Thomson, 1973). Amidon (2009) pak charakterizuje inovaci jako vytváření, vývoj, výměnu nebo aplikaci nových myšlenek, které vyústí do nových produktů a služeb realizovaných na trhu, a to s cílem dosáhnout úspěchu podniku, prosperity národní ekonomiky a pokroku společnosti jako celku. Tato autorka se také domnívá, že vývoj definic je podobný jako přechod zájmu od technologií a binárních modelů k robustnějším dynamickým systémům, které jsou zaměřeny na znalostní toky a učení v rámci celého hodnotového systému inovací (Amidon, 2009). Belgický expert na inovace DeWulf definuje kupříkladu inovace takto: *Inovace vytvářejí lepší, jednodušší, hezčí, levnější, bezpečnější funkce*.

Mnozí autoři spojují ve svých definicích inovace a znalosti. Znalosti jsou ústřední proměnnou v procesu kreativní destrukce a implementace nových kombinací výrobních faktorů (Schumpeter, 1987). Prvky inovačního procesu, jak je definuje Schumpeter (1987), zřetelně ukazují, že znalost v tomto smyslu může být chápána různě. Inovační schopnost podniku může být považována za schopnost mobilizace znalostí zaměstnanců a jejich kombinování za účelem vytvoření nové znalosti, jejímž výsledkem je inovace produkt a/nebo inovace procesu (Çakar a Ertürk, 2010).

7 The American Heritage Dictionary

V rámci vymezení významu pojmu inovace je možné v souvislosti podmiňování inovací a znalostí uvést definici autora Švejdy (2002): *Inovační podnikání je souborem podnikatelských aktivit specializujících se na soustavnou realizaci inovací. Ve vztahu k výzkumu a vývoji je předmětem podnikání uvádění výsledků vědy a výzkumu do komerční zralosti, tj. na trh. Významným nástrojem k tomu je transfer technologií. Proces inovačního podnikání začíná záměrem (myslenkou), končí nejen uplatněním nových produktů na trhu a vyhodnocením jejich parametrů a užitných vlastností, ale i promyšleným způsobem jejich likvidace (recyklace) po ukončení jejich životnosti. Při vzájemném ovlivňování počátku a závěru inovačního procesu plní významnou úlohu inovační (technologický) marketing.*

Profesor Konečný (1999) charakterizuje inovace jako základní předpoklad pro vědeckotechnický pokrok, bez něhož není možné další úspěšné fungování podniku. Inovace jsou specifickou funkcí podnikání, kterou je možné vytvářet nové hodnoty, nový přínos a uspokojení pro zákazníka. Inovace jsou prostředkem, jímž podnikatel buď vytváří nové zdroje produkující hodnoty, nebo zvyšuje potenciál existujících zdrojů pro vytváření hodnot.

Technicky jsou inovace definovány pouze jako „představení něčeho nového“. Neexistují přitom žádná kritéria pro to, jak průlomové nebo světové to „něco“ musí být, je jen nutné, aby to bylo lepší než dříve existující. Právě tady vznikají problémy, například když subjekt poptává u poradenských společností „inovační službu“, protože není zřejmé, co skutečně požaduje. Faktem je, že inovace znamenají pro každého něco jiného (Sylver, 2006).

Podle Valenty (2001) jsou pak obecné vlastnosti inovací shrnuty do následujících šesti bodů:

- inovace je záměrná a výhodná změna současného stavu,
- změna musí najít praktické uplatnění a musí být nová alespoň v podniku,
- předmětem změn jsou výrobky, služby, výrobní postupy,
- výsledkem realizovaných změn musí být technický, ekonomický nebo celospolečenský úspěch,
- inovace se stávají nositelem technického rozvoje, pokud přináší ekonomický efekt,
- inovace vyžadují jisté technické, tržní, ekonomické a psychologické vědomosti a znalosti pracovníků.

Reavis oproti tomu shrnuje nezbytné prvky podmiňující inovaci a představující podle něj předpoklad inovace do následujících čtyř charakteristik, které vymezují inovaci jako něco:

- nového,
- lepšího než to, co existuje,
- ekonomicky životaschopného,
- co má širší působnost, zde ve smyslu poptávky.

Z uvedených definic vyplývá, že existují různé druhy inovací a různé přístupy k inovacím. Kromě inovací technické povahy, které jsou založeny zejména na výzkumu, jde také o inovace povahy ne-

technické, tj. například inovace v procesech organizace a řízení, inovace podnikatelských modelů, inovace trhu aj.

DEFINICE INOVACÍ ODVOZENÁ OD JEJICH KLASIFIKACE

Z předcházející části článku vyplývá, že ucelená definice, nebo popis toho, co lze považovat za inovace, je složitější, než se na první pohled může zdát. Někteří autoři (např. Mahdjoubi, 2009) proto používají pro definování inovací její klasifikaci.

Inovace mohou být klasifikovány v souvislosti s jejich obsahem (oborem) a rozsahem. Obsah (obor nebo disciplína) může být dále rozváděn například podle toho, zda se jedná o průmysl, zdravotnictví, armádu, umění aj. V definici inovací mohou mezi disciplínami existovat společné rysy. Je nutné připomenout, že množství existujících definic je vztaženo k průmyslu. Řada diskusí, které byly vyvolány například na téma zdravotnictví ale ukazuje, že definice inovací ve zdravotnictví nemůže korespondovat s definicí inovace v rámci průmyslu. Stejně tak lze téměř s jistotou předpokládat, že jiným obsahem budou charakterizovány i inovace v jiných oblastech, jako jsou armáda, popř. v umění, a to i přesto, že v těchto oblastech se diskuse na dané téma zatím neobjevují. Je ale jisté, že tady nelze očekávat zavedení nového produktu na trh.

V rámci každého oboru mohou být inovace dále klasifikovány podle svého rozsahu. Až donedávna byly průmyslové inovace tacitně spojovány s technologickými inovacemi. V současné době je o inovacích diskutováno v souvislosti s lidmi. Objevují se inovace ve výuce, tržní inovace, inovace v organizování a vedení lidí. Průmyslové inovace tak v podstatě mohou být uspořádány do čtyř oblastí: technologie, učení, organizace a vedení, trh a zákazník (Mahdjoubi, 2009).

Lze také tvrdit, že kritérium rozsahu se týká především inovací průmyslových. V ostatních oblastech mohou a nemusejí být v různém rozsahu. Podle rozsahu technologické inovace lze inovace rozlišit na: produkt, proces, výrobní závod, výrobní zařízení, činnost (Mahdjoubi, 2009).

Toto členění je obvykle širší než tradiční členění produktů a procesů. Každá z pěti uvedených skupin má svou subklasifikaci. Například technická inovace produktu může spočívat ve funkci, tvaru nebo ergonomii. Technologická inovace funkce (a s největší pravděpodobností také tvarová nebo ergonomická a stejně tak inovace procesů, výrobního závodu, strojního zařízení a činností) však může být uspořádána do souboru posloupností (hierarchických souborů) od výzkumu a vývoje, popř. invence, až po samotné zlepšení, napodobování a benchmarking.

Zmiňované klasifikace inovací (které je lépe zobrazovat graficky než slovně popisovat) otevírají příležitost pro mapování inovací. *V atlasu inovací stále existují obrovská nezmapovaná území* (Mahdjoubi, 2009).

Jiný přístup k inovacím je založen spíše než na souboru činností a výstupů z nich, na nahlížení na inovaci jako na proces a tok znalostí.

V rámci tohoto přístupu je znalost brána ve své nejkomplexnější podobě, tzn. šířeji než jen informace nebo zapamatování si dat. Definice inovací založená na klasifikaci inovací, proces a tok znalostí jsou samozřejmě úzce propojeny. Pohled na inovaci jako na znalostní proces otevírá novou perspektivu souvislostí mezi inovacemi a znalostním managementem. Na cestě k jakési komplexní definici inovace lze najít autentické a inovativní přístupy v jiných disciplínách, od ekonomiky až po psychologii.

Inovace je možné třídit, a tak v podstatě dále rozvíjet jejich definice, podle různých hledisek. Existují různé klasifikace inovací. Pro řídicí praxi je významná klasifikace inovací, která třídí inovace podle inovačních faktorů (co se mění), podle smyslu změny (negativní, pozitivní) a řádů inovací (hloubky změny) i jejich frekvence, podle inovačních akcí (komplexních inovací) atd. (Konečný, 1999).

ZÁVĚR

Inovace jsou všeobecně pokládány za klíč k ekonomickému rozvoji, ale informace o inovacích jako o komplexu propojených aktivit se rozvíjí jen relativně pozvolna (Dvořák, 2005). Z předchozích částí článku jsou jednoznačně patrné rozdílné názory na to, co je vůbec obsahem pojmu inovace.

Od Schumpeterovy (1934) definice inovace, který za inovace považoval absolutní novinky v oblasti výrobků, materiálů, výrobních postupů, organizace výroby a otevírání nových trhů, se začali další au-

toři postupem času odklánět. V článku byly soustředěny definice pojmu inovace, z nichž zřetelně vyplývá nutnost inovace definovat jednoznačně. Přitom je nezbytné stále respektovat hranici mezi invencí a inovací, vymezit hloubku a efektivnost inovací (Dvořák, 2005). Tato důležitá jednoznačnost ale stále chybí, a to například i v rámci vymezení Operačního programu Podnikání a inovace.⁸

O inovacích se často mluví jako o něčem, co „přidává hodnotu“ (Rogers, 1998). Aby se ale v obecném měřítku skutečně dalo hovořit o inovaci, je zde i požadavek implementace či komercializace.

Na základě uvedených a charakterizovaných definic autoři vymezují inovaci jako: **změnu, která vede k dosažení zisku pro jednotlivce, podnik či celou společnost, a to zisku ekonomického nikoliv pouze účetního.**

Původci většiny idejí vedoucích k inovacím jsou pravděpodobně jedinci nebo skupiny jedinců v organizacích, kteří stírají hranice mezi organizačním a technologickým prostředím (Daft, 1978). Zdrojem obtíží v řízení inovací je fakt, že inovace začíná existovat až v okamžiku, kdy jsou úspěšně dokončeny dva procesy; proces vývoje, který vede k inovaci, a rozhodovací proces, jehož výsledkem je rozhodnutí o zavedení inovace do praxe (Greve, 2003). Ukončení druhého z uvedených procesů požadovaným výsledkem je však zřejmě obtížnější než úspěšné dokončení procesu prvního. Faktem totiž je, že přestože inovace mají potenciál transformovat podniky i celá odvětví, je s nimi spojen vysoký stupeň rizika. Faktem ale také je, že pro rozvoj podniků a jejich udržení se na trhu se inovace staly nezbytností.

SOUHRN

V současném globalizovaném světě jsou jednou ze základních předpokladů ekonomického rozvoje a udržení konkurenceschopnosti podniků. Přesto neexistuje žádná všeobecně přijímaná definice pojmu inovace, každý z autorů pracuje se svou, víceméně vlastní definicí inovace, přičemž tyto definice jsou často stavěny na různých základech. V odborné literatuře je možné najít definice, které pracují s požadavkem novosti, nebo jiné, jejichž těžištěm je růst hodnoty pro zákazníka, potažmo pro celou společnost. Další definice inovace jsou odvozeny od klasifikace inovací. Autoři článku provádějí komparaci těchto definic prostřednictvím užití metod analýzy a syntézy sestavují definici vlastní, v níž přebírají klíčové charakteristiky, které jsou v řadě definic totožné či příbuzné. Těmito charakteristikami jsou pak zejména úspěšný převod nové myšlenky do praxe a růst hodnoty pro zákazníka, společenskou skupinu či celou společnost.

Při sestavování každé definice inovace je nezbytné mít neustále na paměti to, že inovace není izolovaná činnost, ale jedná se o celý proces, resp. dle některých autorů (např. Greve, 2003; Witfield, 1975) o soubor procesů, přičemž aby se skutečně jednalo o inovaci, musí být úspěšně dokončen každý proces dílčí. Současný obsah pojmu inovace se tak již výrazně liší od historicky prvních definic, mj. i prof. Schumpetera (1934), které operují především se změnami týkajícími se výrobků či výrobních procesů. Následně jsou do obsahu pojmu inovace zahrnuty také změny organizace práce či metod řízení, zatím ale hlavně na úrovni podniků. Rozšíření dopadu inovací mimo podniky se objevuje až později.

8 viz Program podpory INOVACE – INOVAČNÍ PROJEKT. [On-line] dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument44256.html>.

Při vymezení obsahu pojmu inovace je také důležité stanovit hranici mezi inovací a invencí. Na tento aspekt ve své práci upozorňuje i prof. Dvořák (2005). V nejobecnější rovině je o inovaci možné mluvit jako o něčem, co přidává hodnotu, a to v podstatě čemukoli. Aby se ale zároveň dalo skutečně mluvit o inovaci, musí být současně naplněna podmínka úspěšné implementace v praxi či realizace na trhu. Inovace jsou pak také důležitým prvkem udržitelného rozvoje.

aspekty inovací, klasifikace inovací, definice inovací, inovace

SUMMARY

In concurrent globalized world, innovations are considered as one of the basic prerequisites of economic development and ongoing competitiveness of companies. For all that, there does not exist any generally accepted definition of innovation. Almost every author works with his/her, more or less own definition while these definitions are built on various bases. In literature, it is possible to find definitions based on a requirement of novelty, or other which focal point is increase in value for customer, respectively for the society. These definitions are followed by those derived from classification of innovations.

In the article, authors provide the comparison of these definitions and by application of analysis and synthesis they compile their own definition while they assume the key characteristics that are identical or allied in a range of existing definitions. These key characteristics are especially the successful application of a new idea in practice and increase in value for customer, social group or for the whole society.

At constructing every definition of innovation, it is necessary to still keep in mind that innovation is not an isolated activity but it is whole process, respectively, in accordance with some authors (e.g. Greve, 2003; Witfield, 1975), it is a set of processes when every single process has to be finished successfully to be allowed to speak about a real innovation. Then, the concurrent content of the term innovation is rather different than historically the first definitions, Schumpeter's (1934) definitions included, which act especially with changes in products or production processes. Subsequently, also changes in organization of managerial methods on the level of business entity are incorporated into the innovations' content. Extension of innovations' effects outside business entities has been coming later.

At determination of the content of innovation, it is also very important to draw a line between innovation and invention. This aspect is pointed out by Dvorak (2005) in his work. On the most general level, it is possible to spell the innovation as something that adds value to nearly anything. But in order to be allowed to speak about the innovation at the same time, the condition of successful implementation or market realization has to be fulfilled. Then the innovations are one of the prerequisites of sustainable development.

LITERATURA

- AMIDON, D., 2009: An Exchange of the Definition of Innovation. [On-line] <http://www.innovation.cc/discussion-papers/definition.htm>.
- BANHOLZER, W. F., 2009: Tech Talk. *C&EN*, December 7, p. 26.
- BROPHEY, G., BROWN, S., 2009: Innovation practices within small to medium-sized mechanically based manufacturers. *Innovation: management, policy & practice*, Vol. 11. No. 3, December 2009, pp. 327–341.
- CABRAL, R., 2003: Development Science. In: *The Oxford Companion to The History of Modern Science*, Oxford University Press, New York, pp. 205–207.
- ÇAKAR, N. D., ERTÜRK, A., 2009: Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational Culture and Empowerment. *Journal of Small Business Management*, Vol. 48, No. 3, July 2009, pp. 325–359.
- CAMPOS, J., 2009: Definition of Innovation. [On-line] <http://innovationzen.com/blog/2006/11/17/the-definition-of-innovation/>.
- CARPENTER, H., 2010: *Definition of Innovation*. [On-line] <http://www.cloudave.com/link/definition-of-innovation>.
- DAFT, R. L. A., 1978: A Dual-Core Model of Organizational Innovation. *Academy of Management Journal*. Vol. 21, No. 2., June 1978. pp. 193–210.
- DRUCKER, P. F., 1993: *Inovace a podnikavost. Praxe a principy*. 1. vyd. Praha: Management Press, 266 s. ISBN 80-85603-29-2.
- DVOŘÁK, J., 2005: Inovace a jejich efektivnost (problémy teorie, praxe a výuky). In: *Inovace: Jediná účinná cesta k úspěchu v globální ekonomice*. Praha: SVŠES, 28. ledna 2005. [On-line] dostupné z: <http://www.svses.cz/skola/akce/konf/inovace05/texty/dvorak.pdf>.

- GREVE, H. R., 2003: Behavioral theory of R&D expenditures and innovations: evidence from shipbuilding. *Academy of Management Journal*. Vol. 46, No. 6, pp. 685–702.
- GOLDSMITH, D., 2010: Defining Some Different Avenues of Innovation. *Ivey Business Journal Online*. London: Jan/Feb 2010.
- HIRJI, K., 2009: An Exchange of the Definition of Innovation. [On-line] [ghhttp://www.innovation.cc/discussin-papers/definition.htm](http://www.innovation.cc/discussin-papers/definition.htm).
- HLAVACEK, J. D., THOMSON, V. A., 1973: Bureaucracy and New Product Innovation. *Academy of Management Journal*. Vol. 16, No. 3, September 1973.
- KONEČNÝ, M., 1999: *Podniková ekonomika*. 2. vyd. Brno: PC-DIR Real. 252 s. ISBN 80-214-1404-9.
- KOTLER, P., TRIAS DE BES, F., 2005: *Inovativní marketing: jak kreativním myšlením vítězit u zákazníků*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 199 s. ISBN 80-247-0921-X.
- MAHDJOUBI, D., 2009: From Classification to Definition of Innovation. [On-line] [ghhttp://www.innovation.cc/discussin-papers/definition.htm](http://www.innovation.cc/discussin-papers/definition.htm).
- POMYKALSKI, A., 1983: Organization for co-operation and dissemination of scientific and technical information among CMEA member countries (with particular respect to Information systems in Poland). *Journal on Information Science*. Vol. 7, (2), July 1983.
- ROGERS, M., 1995: Innovation – Definition. [On-line]: <http://www.wordiq.com/definition/Innovation>.
- ROGERS, M., 1998: *The Definition and Measurement of Innovation*. Melbourne Institute Working Paper No. 10/98. Melbourne: Melbourne Institute of Applied Economic and Social Research. ISSN 1328-4991.
- SCHMITTLEN, D., 2009: Definition of Innovation. [On-line]: <http://innovationzen.com/blog/2006/11/17/the-definition-of-innovation/>.
- SCHUMANN, P., 2009: Definition of Innovation. [On-line]: <http://innovationzen.com/blog/2006/11/17/the-definition-of-innovation/>.
- SCHUMPETER, J. A., 1934: *Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press, Mass.
- SCHUMPETER, J. A., 1987: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin: Duncker und Humboldt.
- SYLVER, B., 2006: What does „Innovation“ really mean? *Businessweek, News and Features*, January 31. [On-line] http://www.businessweek.com/innovate/content/jan2006/id20060131_916627.htm.
- VAITHEESWARAN, V., 2007: Special Report: Innovation. The Economist. [On-line]: http://www.economist.com/specialreports/displaystory.cfm?story_id=9934754.
- VALENTA, F., 2001: *Inovace v manažerské praxi*. Praha: Velryba. ISBN 80-85860-11-2.
- Webster online. Definition of Innovation. (2009) [On-line]: <http://innovationzen.com/blog/2006/11/17/the-definition-of-innovation/>.
- WEST, M. A., FARR, J. L., 1990: Innovation – Definition. [On-line]: <http://www.wordiq.com/definition/Innovation>.
- WHITFIELD, P. R., 1975: *Creativity in Industry*. 2nd ed. Penquin Books Ltd. ISBN 978-0140219012.
- YUSOF N. A. B et al., 2010: Factors Influencing Firms' Readiness Towards Innovation in House Building Industry: A Multi-Dimensional Construct. *International Journal of Organizational Innovation*.
- Innovation Definition. [On-line] dostupné z: <http://www.new-inventions-succes.com/Innovation-Definition.html>.
- Organization for Economic Co-operation and Development. Innovation: the OECD Definition. [On-line] dostupné z: <http://www.oecd.org/document-print/>.
- Národní inovační strategie ČR (Praha, 2004).
- UK Department of Trade & Industry, [On-line] dostupné z: www.innovation.gov.uk.
- The American Heritage Dictionary.
- Program podpory INOVACE – INOVAČNÍ PROJEKT. [On-line] dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument44256.html>.

Adresa

Ing. Jakub Tabas, Ing. Josef Polák, Ing. Michaela Beranová, Ph.D., Ústav podnikové ekonomiky Mendelova univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, e-mail: tabas@mendelu.cz, polak@mendelu.cz, beranova@mendelu.cz

