

مفهوم شناسی نوآوری

www.managing-innovation.com

یکی از مشکلات اساسی در مدیریت نوآوری، مفاهیم متنوع و گاهی گیج‌کننده‌ای است که برای واژه «نوآوری» وجود دارد. این واژه در معنایی وسیع‌تر، از کلمه لاتین «innovare» به معنای «ساختن یک چیز جدید» گرفته شده است.

جو تید و جان بسانت (نویسندگان کتاب «مدیریت نوآوری، یکپارچه‌سازی تغییرات تکنولوژیکی، بازار و سازمانی») نوآوری را به عنوان فرآیند تبدیل فرصت‌ها به ایده‌های جدید و کاربردی کردن این ایده‌ها به طور گسترده، تعریف می‌کنند.

تعریف‌های مشابهی از سوی برخی از منابع معتبر ارائه شده است:
 «نوآوری بهره‌برداری از ایده‌های جدید است - واحد نوآوری دپارتمان صنعت و تجارت بریتانیا (۲۰۰۴)

«نوآوری صنعتی شامل فعالیت‌های فنی، طراحی، تولیدی، مدیریتی و تجاری در بازاریابی یک محصول جدید یا بهبود یافته یا اولین استفاده تجاری از تجهیزات جدید یا بهبود یافته، می‌باشد - کریس فری من (۱۹۸۲)، کتاب علم اقتصاد نوآوری صنعتی، جلد دوم.

«نوآوری لزوماً به معنای به مرحله اجرا و فروش رساندن یک تحول آتی تکنولوژیکی و معرفی یک تکنولوژی جدید (نوآوری بنیادی) نیست، بلکه شامل بهره‌برداری از تغییرات بسیار کوچک در تکنولوژی موجود (نوآوری تدریجی، یا بهبود مستمر) نیز می‌باشد - روی رات ول و پل گریندر (۱۹۸۵)، کتاب «ابداع، نوآوری، نوآوری مجدد و نقش کاربران».

«نوآوری ابزار ویژه کارآفرینان است که توسط آن از تغییرات به عنوان فرصتی برای ایجاد تغییر در تجارت یا خدمات، استفاده می‌کنند. نوآوری را می‌توان به عنوان یک قانون ارائه کرد، می‌توان آن را آموخت و به کار گرفت - پیتر دراگر (۱۹۸۵)، کتاب «نوآوری و کارآفرینی».

«شرکت‌ها از طریق فعالیت‌های نوآورانه به مزیت رقابتی دست می‌یابند. رویکرد این شرکت‌ها به نوآوری، در معنای وسیع‌تر آن، شامل تکنولوژی‌های جدید و روش‌های جدید انجام کارهای کنونی است - مایکل پورتر (۱۹۹۰)، مزیت رقابتی ملتها.

«یک کسب و کار نوآور، کسب و کاری است که ورای چارچوب‌های موجود رشد و نمو پیدا می‌کند. این گونه کسب و کارها تنها متشکل از ایده‌های جدید نیستند، بلکه ترکیبی هستند از ایده‌های خوب، کارکنان با انگیزه و درک غریزی از چیزی که مشتریان خواهند - ریچارد برانسون (۱۹۹۸)، سخنرانی نوآوری در MIT (موسسه تکنولوژی دولین) /



INNOVATION