

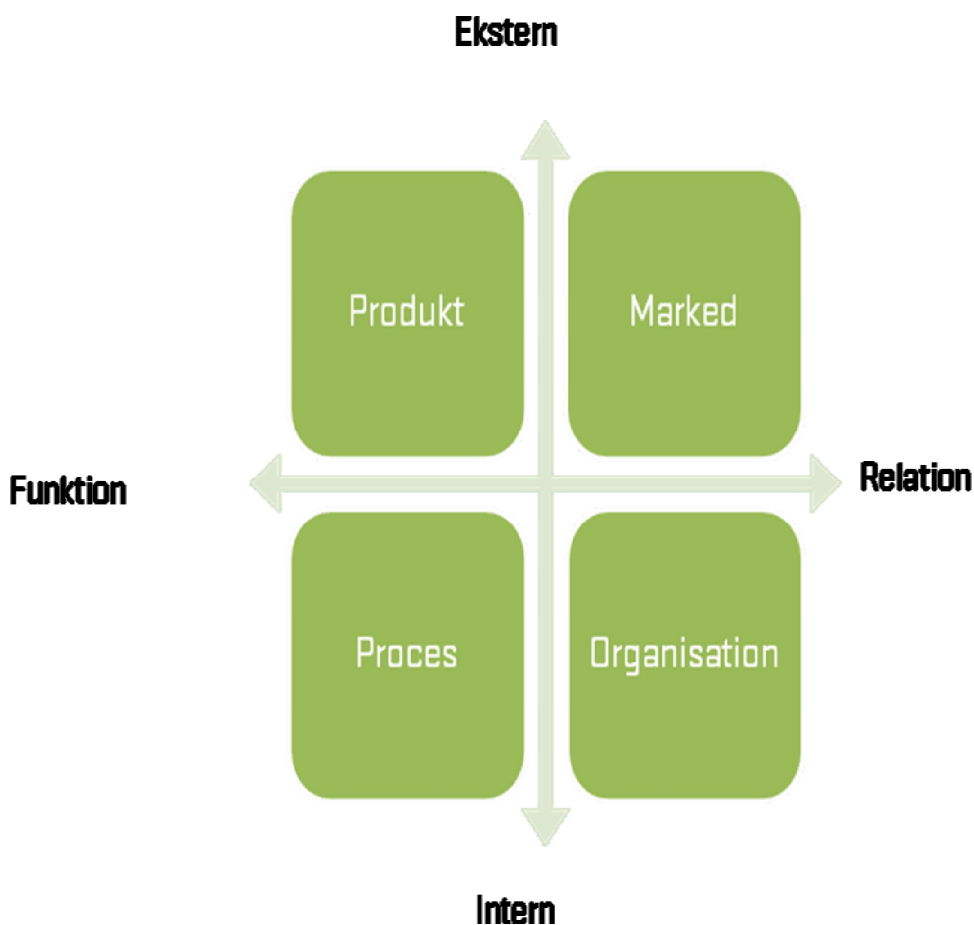
Definition af produkt-, proces-, markedsførings- og organisatoriskinnovation

Det kan til tider være svært at skelne klart mellem de fire innovationstyper, idet innovationer ofte har elementer af flere typer innovation. En generel tommefingerregel er, at:

- En innovation, der omfatter væsentlige ændringer i mere end én innovationstype, betragtes som en innovation for alle relevante typer. For eksempel er en produktinnovation, der omfatter væsentlige ændringer i produktionsmetoderne, også en procesinnovation, ligesom en procesinnovation, der omfatter væsentlige ændringer i arbejdspladsens organisering, også er en organisatorisk innovation.
- Mange innovationer omfatter væsentlige ændringer i én af de fire innovationstyper, men mindre ændringer inden for de andre områder. Sådanne innovationer skal kun medregnes ved den ene type.

Af nedenstående er områderne opdelt i forhold til nogle af de hovedkarakteristika, som anvendes til at skelne mellem de enkelte innovationsområder.

Skillelinjer mellem de forskellige innovationsområder



På den ene akse er foretaget en skelnen mellem eksternt og internt rettede udviklingsområder, for at understrege, at produkt og marked, som udgangspunkt er mere eksternt rettet, hvorimod proces og organisation generelt retter sig mere mod de interne linjer. Et eksempel på en generel retningslinje for at kunne skelne mellem de to dimensioner, er:

Hvis innovationen omfatter væsentlige forbedringer af den tjenesteydelse, der tilbydes en kunde, da er der tale om en produktinnovation, hvorimod væsentlige forbedringer i metoder, udstyr og/eller kundskaber, som anvendes for at tilvejebringe serviceydelsen, da er der tale om en procesinnovation.

På den anden akse er foretaget en skelnen mellem funktion og relation, for at understrege at produkt og proces, som udgangspunkt er rettet mod teknologi og funktionalitet, hvorimod marked og organisation generelt retter sig mod sammenhænge, strategi og mennesker. Et eksempel på en generel retningslinje for at kunne skelne mellem de to dimensioner, er at:

En procesinnovation er ofte håndgribelig (fysisk), mens organisatoriske innovationer ofte er mere uhåndgribelige i fysisk forstand, idet organisatoriske innovationer generelt fokuserer på menneskerne, arbejdsrutinerne og arbejdspladsens organisering, mens procesinnovationer generelt fokuserer på udstyr, materialer og software. Det kan også være en skelnen mellem tekniske ændringer i produktets funktionelle design (produktinnovation) modsat rent æstetiske ændringer i produktets fremtoning (markedsføringsinnovation).

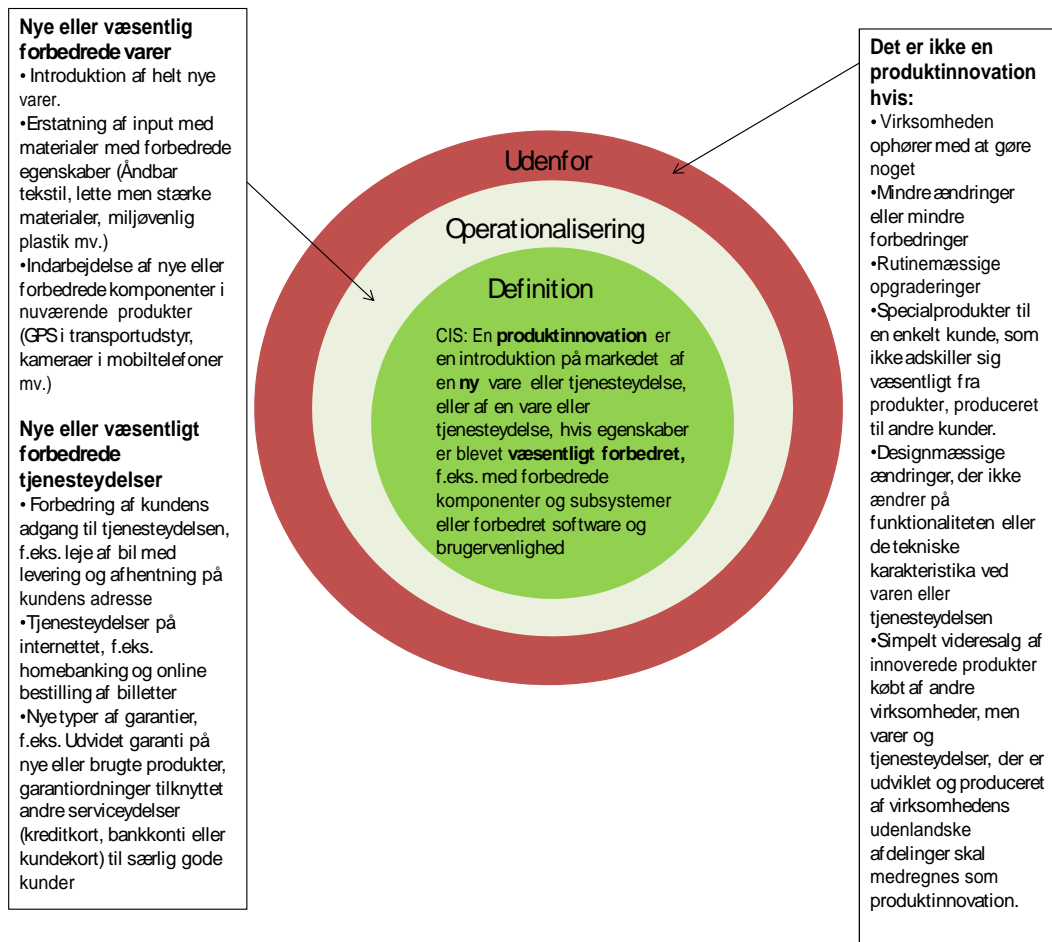
Operationalisering af innovationsområder

Mens produkt- og procesinnovation er de klassiske udviklingsområder, er der indenfor de seneste år kommet mere fokus på innovation indenfor markedsføring og organisation, som bl.a. kan omfatte design og udvikling af nye forretningsgange.

De efterfølgende figurer illustrerer definitionerne for de enkelte innovationsområder, eksempler på konkrete operationaliseringer og eksempler på områder, der ikke anses for innovation. Figureerne er udarbejdet på baggrund af materiale fra Center for Forskningsanalyse.

Produktinnovation

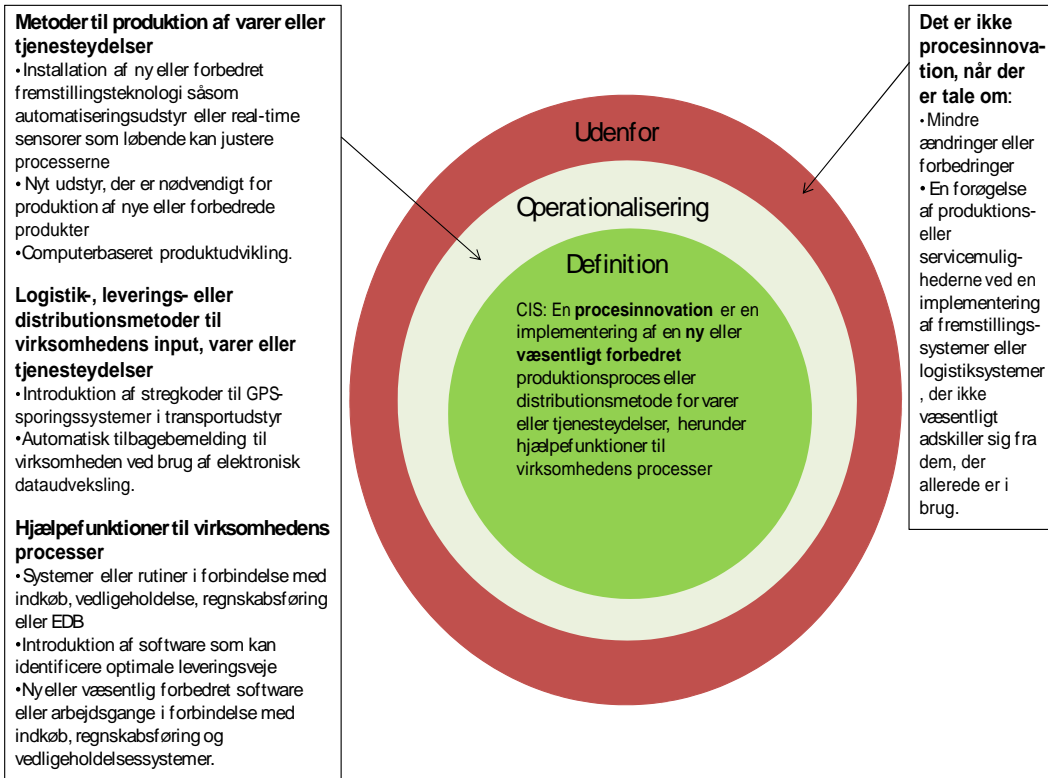
Nedenstående figur præsenterer definitionen på produktinnovation i henhold til CIS, samt en operationalisering af definitionen i form af eksempler. Samtidig viser figuren eksempler på aktiviteter, som anses for, at ligge udenfor definitionen.



Kilde: DAMVAD, Midtvejsevaluering af videnkupon, 2009

Procesinnovation

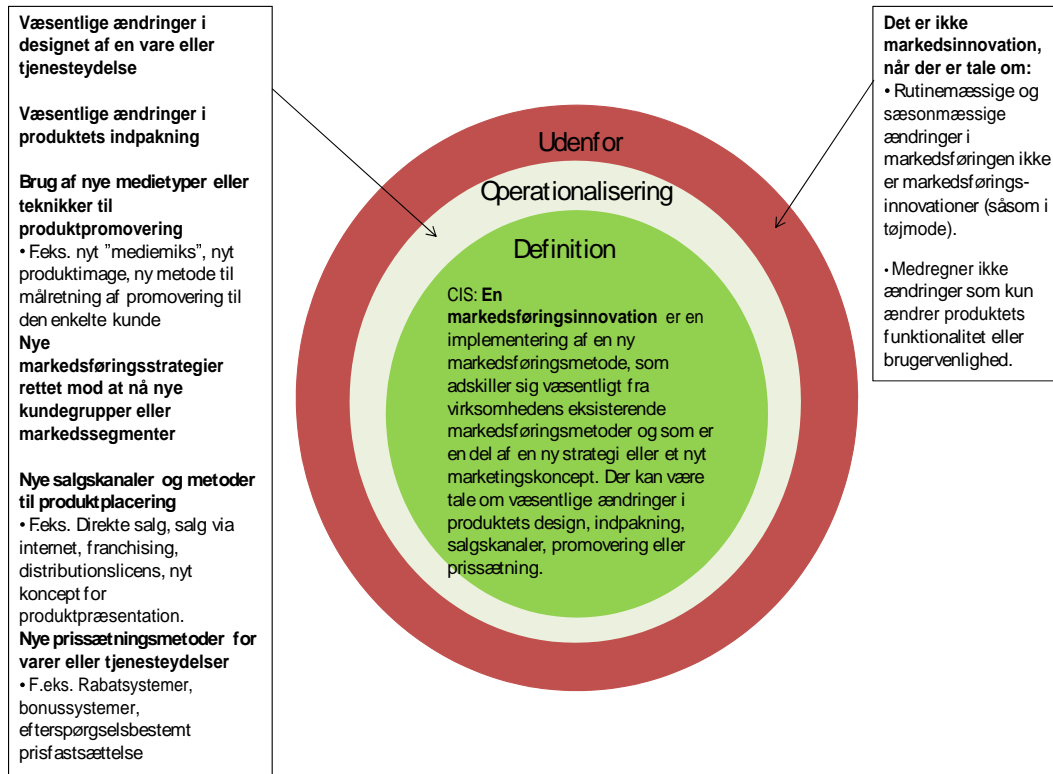
Nedenstående figur præsenterer definitionen på procesinnovation i henhold til CIS, samt en operationalisering af definitionen i form af eksempler. Samtidig viser figuren eksempler på aktiviteter, som anses at ligge udenfor definitionen.



Kilde: DAMVAD, Midtvejsevaluering af videnkupon, 2009

Markedsføringsinnovation

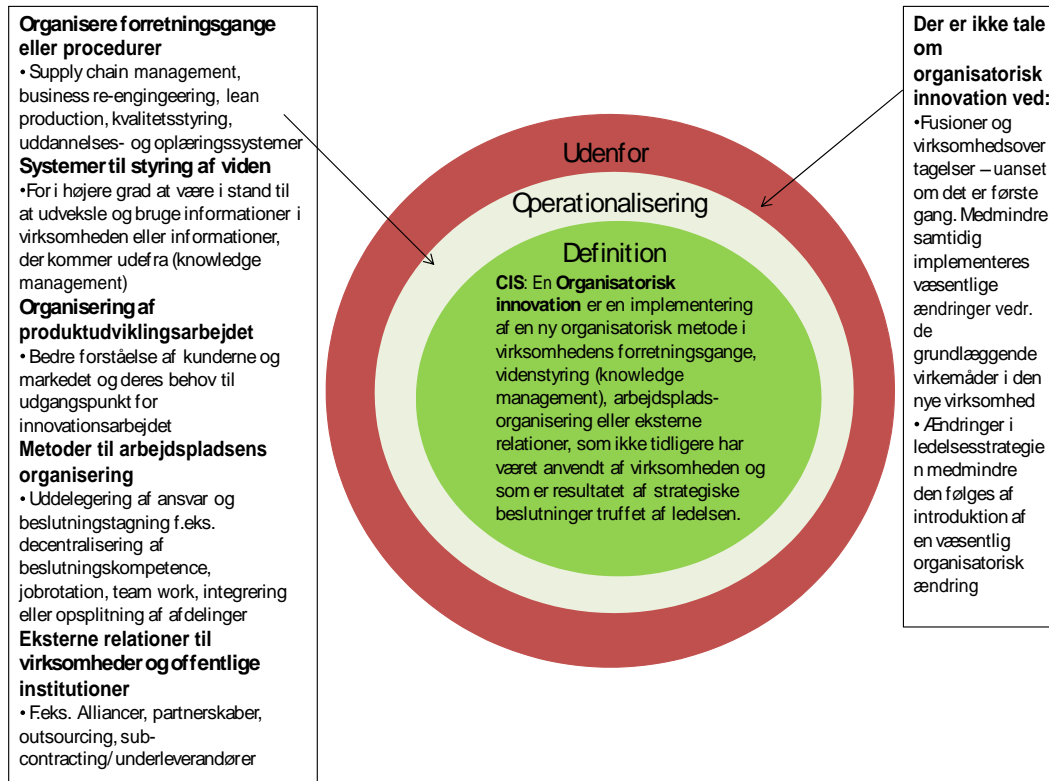
Nedenstående figur præsenterer definitionen på markedsføringsinnovation i henhold til CIS, samt en operationalisering af definitionen i form af eksempler. Samtidig viser figuren eksempler på aktiviteter, som anses at ligge udenfor definitionen.



Kilde: DAMVAD, Midtvejsevaluering af videnkupon, 2009

Organisatorisk innovation

Nedenstående figur præsenterer definitionen på organisatorisk innovation i henhold til CIS, samt en operationalisering af definitionen i form af eksempler. Samtidig viser figuren eksempler på aktiviteter, som anses at ligge udenfor definitionen.



Kilde: DAMVAD, Midtvejsevaluering af videnkupon, 2009