

**Az innováció értelmezése
a 2005. évben kiadott Oslo kézikönyv
harmadik kiadása alapján**

Összeállította **Katona József**,
a Magyar Innovációs Szövetség szakértője
Az összeállítás az NKTH megbízása alapján készült tanulmány összefoglalója.

**Közreadta a Magyar Innovációs Szövetség
2006. szeptember 26.**

A tudás létrehozása, hasznosítása és diffúziója a gazdasági növekedés, a fejlesztés és az egészséges nemzeti létezés egyik alapeleme, ezért központi kérdés az innováció jobb mérésének az igénye. Utóbbi időben az innováció természete és megjelenése megváltozott, így szükségessé vált az is, hogy az innovációs folyamatot mérő indikátorok jobban tükrözzék ezeket a változásokat, és az innováció-politika alkotói számára az elemzés megfelelő eszközeiként szolgáljanak.

Az ezzel kapcsolatos elemzéseket az 1980-as és '90-es évek folyamán elvégezték. A felmérésekkel és azok eredményeivel összefüggő fogalmi készletet és eszköztárat az *Oslo kézikönyv* 1992-es, első kiadása tartalmazta, elsősorban a gyáripár technológiai termék- és eljárás-innovációt. Idővel a felmérések az Oslo kézikönyv szerkezetének további finomításához vezettek, és 1997-ben megszületett a második kiadás, amely, többek közt, kiterjesztette a vizsgálódást a szolgáltató szektorra.

Azóta a felmérések eredményei és a politika változó szükségletei a kézikönyv újabb revíziójának elindításához vezettek, aminek eredménye a harmadik kiadásban ölt testet. Az OECD és az Európai Bizottság (Eurostat) közös égisze alatt előkészített *Oslo kézikönyv harmadik kiadása* (2005. év) hároméves együttműködés eredménye, amelyben 30 ország szakértői vettek részt.

Az Oslo kézikönyv harmadik kiadásának legfőbb változása a korábbiakhoz képest az innováció fogalmának szélesebb körű definiálása. A termék- és eljárás-innováción túl, az innováció új meghatározása a *marketing-innovációt* és a *szervezési-szervezeti innovációt* is felöleli:

„Az innováció

- **új, vagy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás,**
- **új marketing-módszer, vagy**
- **új szervezési-szervezeti módszer bevezetése**
- **az üzleti gyakorlatban, munkahelyi szervezetben, vagy a külső kapcsolatokban.”**

Figyelemreméltó változás a „technológia” szó eltávolítása a termék- és eljárás-innovációból. Ez nem a technológiai innováció fontosságának kisebbitését célozza, hanem nyitottabbá teszi a definíciót az alacsonyabb K+F intenzitású cégek és a szolgáltató szektor befogadására.

A termék-innováció olyan áru vagy szolgáltatás bevezetése, amely – annak tulajdonságai és rendeltetése vonatkozásában – új, vagy jelentősen megújított. Ez magában foglalja a fejlesztésre vonatkozó részletes műszaki leírásokat, az összetevőket és anyagokat, a beépített szoftvert, a felhasználóbarát jelleget, vagy más funkcionális tulajdonságokat.

Az eljárás-innováció új, vagy jelentősen megújított termelési vagy szállítási módszer megvalósítása. Felöleli a technikában, a berendezésekben és/vagy a szoftverben bekövetkező jelentős változásokat.

A marketing-innováció új marketing-módszerek alkalmazását jelenti az értékesítés növelése érdekében, megcélózva a fogyasztói szükségleteket, új piacok megnyitását, vagy a termékek új célú piaci elhelyezését.

A marketing-innováció olyan új marketing-módszerek alkalmazása, amelyek jelentős változást hoznak a terméktervezésben, a csomagolásban, a termék piacra dobásában, a termék reklámozásában, vagy az árképzésben.

A szervezési-szervezeti innováció három területen hozhat újat: az üzleti gyakorlatban, a munka irányításával kapcsolatos folyamatokban és menedzsment-rendszerekben, a munkahelyi szervezetben, ami új szervezeti struktúrákat és új döntéshozatali eljárást eredményezhet; valamint a külső kapcsolatokban, melyek a más cégekkel és állami kutatóintézetekkel ápolt kapcsolatok jellegét foglalják magukba.

A szervezési-szervezeti innováció új szervezési-szervezeti módszerek megvalósítását jelenti a cég üzleti gyakorlatában, a munka szervezésében vagy a külső kapcsolatokban.

Alapvető kihívás a négy különböző innováció meghatározásánál az egyes innovációk határesetjeinek megkülönböztetése.

Az EU tagországaiban – még az új Oslo kézikönyv megjelenése előtt – egy felmérést kezdeményeztek az innovációról (a CIS4-es felmérés keretében), amikor is az új keretfeltételek zömét már beépítették a kérdőívekbe. A kérdések az innovációknak mind a négy típusát felölelték, bár a marketing- és a szervezési-szervezeti innovációra vonatkozók külön szakaszban szerepeltek.

Az Oslo kézikönyv harmadik kiadása a tudástranszfer és az innovációs vállalati kapcsolódások sokkal nagyobb közvetítő szerepét mutatja be. Amíg a második kiadás az információforrások hálózatainak bizonyos kiterjedését fogta át, továbbá egy rövid részt tartalmazott a K+F együttműködésről, jelenleg a hangsúly a kapcsolódások innováció-politikai fontosságán van.

A kézikönyv háromféle kapcsolódást határoz meg: a nyitott információforrásokat, a tudás és a technológia megszerzését, továbbá az innovációs kooperációt.

Nyitott információs források: nyilvánosan elérhető információforrások, melyek nem igénylik a technológia vagy a szellemi jogok megvásárlását, vagy együttműködést az eladóval.

A tudás és a technológia megszerzése: megvásárlása azon külső tudásnak és/vagy tudásnak és technológiának, amely a tőke árucikkeibe lett beépítve (gépezet, berendezés, szoftver), és azon szolgáltatásoknak, amelyek nem igényelnek együttműködést az eladóval.

Innovációs együttműködés: innovációs tevékenység érdekében folytatott aktív együttműködés más vállalkozásokkal vagy állami kutatóintézetekkel (ami a tudás megvásárlását is jelentheti).

Az újdonság fogalma központi szerepet kap a vizsgálandó innovációban. Az előző Oslo kézikönyv a fogalmat úgy használta, mint valami újszerűt a világ, az ország, vagy a cég számára. Sok esetben az ország, melyben a cég innovációt végez, nem írhatja le megfelelően a versenykörnyezetet. Ezért az új kézikönyvben fogalomként az „**új a piacra**” fordulatot használják. Ezt már a legutóbbi felmérésekben (a CIS3-ban és a CIS4-ben) is figyelembe vették.

Az új Oslo kézikönyv szerint tehát **innovációs tevékenységnek** tekintendő: „**mindazon tudományos, technológiai, szervezési, pénzügyi és kereskedelmi lépés, amely az innováció megvalósítását ténylegesen szolgálja vagy irányítja.**”

Ez a meghatározás az innováció folyamatának valamennyi tevékenységét felöleli, és benne a K+F tevékenység nem kötődik közvetlenül egy-egy speciális innovációhoz. Így a K+F nem önálló innovációs típusként definiáltatik, ellentétben a korábbi kézikönyvekkel, de prioritása az innovációs folyamatban továbbra is megmaradt.

Az Oslo kézikönyv több felismerésének már megkezdődött gyakorlatbeli hasznosítása; az új *Közösségi Innovációs Felmérés*, a CIS4-kérdőívének rendszerébe (2004-2002. évekre) részben már beépítették. Ez a második alkalom, hogy teljes jogú tagként veszünk részt CIS-felmérésben. A kiértékelés számos olyan új információt szolgáltathat a hazai vállalati innovációs folyamatokról, amelyek – egyes szerkezeti eltérések ellenére – összemérhetők az EU tagállamainak adataival.

A közeljövő fontos feladata a CIS2006-felmérésre való felkészülés. A kérdőívet egy nemzetközi munkacsoport szerkeszti, és június hónapban juttatják el a tagállamok részére, véleményezés céljából. A kérdőívek tartalmazzák a kötelezően felméréndő adatokat, de a tagállamok saját kérdéseket is beépíthetnek.

Az Európai Unió tagállamai, a CIS3 keretében, az innováció új fogalmi kategóriái közül néhányat már korábban felmértek (szervezési-szervezeti innováció, új menedzsment technikák alkalmazása, marketing). Ezzel szemben az új tagállamok kevés tapasztalattal rendelkeznek e téren, ezért az Eurostat lehetőséget kínál egy kísérleti felmérésben való részvételre, amelynek költségeihez is hozzájárul.

Az új tagállamok részvétele önkéntes. Az Európai Unió az eddigi adatfelvételi gyakoriságot, a kétévenkénti felmérést továbbra is fenntartja, azonban megszünteti az ún. *könnyített* felméréseket, amelyekkel eddig a teljes felmérések váltakoztak. Ennek oka az innovációs adatok iránt megnőtt politikai igény.

Az EU-s indikátorokkal le nem fedett innovációs folyamatok felméréséhez továbbra is külön elemzések szükségesek, s ez az innováció-politika számára új érvanyagul szolgálhat. A CIS-felmérések most jó esélyt teremtenek arra, hogy a vállalkozások alaposabban megismerjék az innováció folyamatát, az állami szabályozás, tervezés pedig jobban igazodhasson az igényekhez. Mindez pedig lehetővé teszi a hazai vállalkozások nemzetközi versenyképességének és az állami befolyásolás hatékonyságának növelését.

A teljes tanulmány megtalálható az NKTH honlapján:

<http://www.nkth.gov.hu/main.php?folderID=466&articleID=4943&ctag=articlelist&iid=1>