



GÖTEBORGS UNIVERSITET
IT-FAKULTETEN

INSTITUTIONEN FÖR TILLÄMPAD IT

Modern innovation

Individual essay, 7,5 hp

IT-Ledning, Styrning och Strategi
TIG064 – H18

Emil Tigell

2018-10-17

Sammandrag

Denna text syftar till att sammanställa och analysera förändringen som lett till teorin bakom den moderna innovation som finns i dagens digitala företag, samt att ställa flera viktiga vetenskapliga artiklar på området mot varandra och jämföra dess teorier kring innovation. Essän tar avstamp i frågan varför innovation är viktigt för att senare gå in på teorin bakom innovation och vilka risker som kan uppstå i samband med det. Till sist beskrivs också lite olika typer av innovation och mer detaljerat kring öppen innovation samt en kort diskussion kring det källmaterial som använts till grund för essän.

Förnamn, efternamn
Emil Tigell

e-post
gusemilti@student.gu.se

Introduktion

Innovation har lett till många stora tekniska framsteg under 1900- och 2000talet, på senare tid har nya bolag vuxit fram mycket snabbt och bolag som Google, Amazon och Apple har på bara några år blivit några av världens största. En viktig del i att dessa bolag kunnat växa så snabbt är just innovation och dess utveckling under denna tid. I denna essä kommer därför innovation och dess bakomliggande mekanismer undersökas och diskuteras med fokus på tech-bolag, de mer traditionellt industriella bolagen kommer endast användas i syfte att göra jämförelser för att se likheter och skillnader.

Texten kommer ta avstamp i teorier kring vad innovation är, varför det är viktigt och hur det påverkar organisationer för att senare djupdyka in på olika typer av innovation och dess evolution under årens gång. Detta kommer att behandla både de individuella och organisationernas perspektiv och dess syn på innovation.

Teori

Essän kommer att utgå från följande definition av ordet innovation ”*The economic application of a new idea. Product innovation involves a new or modified product; process innovation involves a new or modified way of making a product. Innovation sometimes consists of a new or modified method of business organization.*” (Black et al., 2017) Det kan alltså innebära både en helt eller delvis ny produkt, men även förändring i själva skapandeprocessen eller organisationella förändringar.

Varför innovation är viktigt

Enligt Moore (1993) är enda sättet för de flesta företag att upprätthålla konkurrensfördelar på marknaden att ständigt innovera verksamheten, detta beskriver han sker i fyra olika skeden av en verksamhetscykel; Birth, Expansion, Leadership och Self-Renewal. Kortfattat kan man summera dessa faser med att Birth-fasen går ut på att ta fram nya idéer på tjänster eller varor, detta kan ske med hjälp av både leverantörer och kunder. Därefter kommer Expansion och Leadership som syftar till att polera dessa idéer, föra ut dem på marknaden och på flera sätt vidareutveckla den nya verksamheten. Den sista fasen, Self-Renewal, är sedan sista steget där cykeln börjar om och med hjälp av innovation adderar man nya lager till den existerande verksamheten.

Moore teorier är också intressanta att jämföra med Huang et al. (2017) som beskriver hur digitala företag i dagsläget skalar upp sina verksamheters användarbas genom en ständigt drivande innovation. En viktig detalj ur artikeln är hur användarbasen hamnar i fokus snarare än mer traditionella måttstockar som vinst och kundbas. Detta beskriver Huang et al. som en generativ process där en ökande användarbas leder till ytterligare ökning av användarbasen i en sorts god spiral. De poängterar dock att denna spiral inte fortsätter i evig tid utan måste

övervakas och justeras av aktörer inom organisationen för att fortgå, detta genom innovation som de beskriver har tre drivande mekanismer: Data-driven operation (samla användardata), swift transformation (se behovet av förändring och agera direkt) och instant release (släppa produkt eller tjänst direkt till marknaden). Dessa mekanismer kan sedan samverka och bygga på varandra för att fortsätta utvecklingen framåt. I artikeln beskrivs också fördelarna med innovation eftersom det inom tech inte finns särskilt stora utgifter när ett projekt väl är rullning, utan de stora kostnaderna är i utvecklingsfasen (Huang et al., 2017).

Innovation blindness, framing och andra risker

För att kunna göra snabba förändringar som Huang et al. beskriver är det viktigt att beslutsfattarna i innovationsprocessen tar korrekta beslut och har förstått situationen de står inför. Detta är något som Kaplan (2008) tar upp i en artikel där hon behandlar just strategi och beslutsfattande. Hon skriver bland annat att när en beslutsfattare försöker ta in en situation som uppfattas tvetydig eller svårförstådd är det med hjälp beslutsfattarens kognitiva ramar som man analyserar, processar och sedan genomför ett beslut. Risken med detta blir att det inom stora organisationer där beslutsfattandet sker i flera nivåer och av olika personer kan de kognitiva ramarna skilja sig såpass mycket från person till person eller avdelning till avdelning att beslutsprocessen, och i förlängningen innovationsprocessen, kompliceras på ett flertal sätt (Leonardi, 2011). Leonardi skriver också om hur det lätt blir att man inom olika avdelningar endast tror att man inte är överens om den tekniska utformningen kring en produkt när det i själva verket är grundproblemet man inte ser på samma sätt eftersom man har olika kognitiva ramar, detta är vad han kallar innovation blindness.

Välikangas & Sevón (2010) ger uttryck för en intressant tanke om att idéer är mer än bara verktyg för att göra rationella och innovativa val, istället beskriver de hur människor kan bli fast i sina egna idéer. De menar att organisationer riskerar att fastna i tanken på en speciell idé och att man då riskerar att hamna i en ond spiral som är svår att bryta sig ur.

Öppen innovation

Förutom de olika typer av innovation som togs upp i samband med definitionen av innovation kan man också göra olika distinktioner av öppen innovation samt vilka för- och nackdelar som finns med detta. Anledningen till att öppen innovation blir allt vanligare och nödvändigt för många företag är enligt Dahlander & Gann (2010) att attityden hos många arbetstagare har förändrats i takt med att globaliseringen har ökat, arbetstagarna är inte ute efter att stanna på en arbetsplats livet ut. Istället vill man bygga upp färdigheter och en portfolio man kan ta med sig runt på olika arbetsplatser, detta är något företagen måste ta hänsyn till och anpassa sig efter.

För att definiera innebörden av öppen innovation passar följande citat *"open innovation is a paradigm that assumes that firms can and should use external ideas as well as internal ideas, and internal and external paths to market, as firms look to advance their technology"* (Chesbrough, 2003 se Dahlander & Gann, 2010). Öppen innovation kan alltså beskrivas som en metod i vilken idéer, färdigheter och kunskap svävar in och ut ur den sfär som ett företag får anses vara och på så sätt kan utnyttjas till högre grad än i ett stängt rum.

I sin artikel har Dahlander & Gann (2010) också tagit fram fyra kategorier av olika typer av öppen innovation (se figur 1) som delats upp i inkommande och utgående innovation samt ekonomiskt eller icke-ekonomiskt driven innovation. Några korta exempel för att visa hur dessa kategorier kan förankras i verkligheten är då Tesla släppte sina patent för el-bilar för att driva marknaden framåt och på så sätt eventuellt få en mindre del av en mycket större marknad, vilket visar på *revealing* innovation (Musk, 2014). *Acquiring* och *selling* är mer rakt på i betydelse, alltså att köpa in eller sälja kunskap, idéer eller färdigheter som genererar ett direkt värde för företaget. *Sourcing* är ett exempel på mer klassisk innovation inom R&D men med influenser från externa källor om sådana finns tillgängliga.

	Inbound innovation	Outbound innovation
Pecuniary	Acquiring	Selling
Non-pecuniary	Sourcing	Revealing

Figur 1. Tabell över olika typer av öppen innovation av Dahlander & Gann (2010, s. 702)

Bland de många fördelarna att använda öppen innovation är till exempel kunskap och färdigheter som inte funnits inom företagets R&D-avdelning nu kan tas in utifrån och på så sätt utnyttjas för att driva företaget framåt (Fleming 2001; Hargadon & Sutton, 1997; Schumpeter, 1942 se Dahlander & Gann, 2010 s. 699). Nackdelen att använda en hög grad av öppen innovation blir då att företagen får svårt att skydda dessa kunskaper och resurser från andra företag och på så sätt tappar man konkurrensfördelar (Dahlander & Gann, 2010).

Diskussion

Det första jag lade märke till under tiden jag skrev om teorin var hur mycket av den senare teorin bygger på den tidigare och att det går att länka samman texterna på ett smidigt sätt. Exempelvis kan man applicera Moores verksamhetscykel på Huang et al. teorier om snabba förändringar så att varje liten *swift transformation* är starten på en ny *birth*-fas. Det framgår dessutom tydligt ur källmaterialet att mycket av teorierna har stöd i samma grundläggande källor. På samma sätt som verksamhetscykler och *swift transformation* enkelt kan länkas samman, kan man också göra med Välikangas & Sevóns teorier kring idéer och Kaplans texter. Detta blir ännu tydligare då Kaplans arbete faktiskt ligger till grund för denna teori i källmaterialet liksom det gör i Leonardis arbete med *innovation blindness*.

En annan intressant detalj kring källmaterialet för denna essän är att man verkligen behöver ta del av både det mer teoretiskt inriktade texterna (Kaplan, Leonardi, Välikangas & Sevón etc.) samt de mer praktiskt inriktade texterna (Moore, Huang et al., Dahlander & Gann etc.) för att få en tydlig uppfattning om dessa texter. Materialet kompletteras därför mycket bra på det sättet att man ser en löpande röd tråd från teorin till hur det kan appliceras i praktiken.

Referenser ej klara

Moore, 1993, predators and prey

Innovation citat, <https://gyazo.com/f2f68b40eebe15dc445581e362e70be3>

Huang, henfridsson, newell och nån mer, 2017, digital scaling growing on steroids

Dahlander & Gann 2010, open innovation

Musk, E. (2014) <https://www.tesla.com/BLOG/ALL-OUR-PATENT-ARE-BELONG-YOU>

Sarah Kaplan 2008, Framing Contests: Strategy Making Under Uncertainty

Leonardi 2011, Innovation Blindness

Välikangas & Sevón 2010, Of managers, ideas and jesters