



## **Fondements théoriques et importance de l'innovation : Regards des auteurs au cours des années**

### **Theoretical Foundations and Importance of Innovation: Perspectives of Authors Over the years**

**BEN YAKOUB Sara**

Doctorante

Faculté Polydisciplinaire de Larache

Université Abdelmalek Essaadi

Laboratoire de recherche Gestion, Droit, Interculturel, et Mutations Sociales (GDIMS)

**Saritabenyak@gmail.com**

**ACHELHI Hicham**

Enseignant chercheur

Faculté polydisciplinaire de Larache

Université Abdelmalek Essaadi

Laboratoire de recherche Gestion, Droit, Interculturel, et Mutations Sociales (GDIMS)

**Achelhihicham@yahoo.fr**

**Date de soumission** : 09/12/2020

**Date d'acceptation** : 19/02/2021

**Pour citer cet article** :

BEN YAKOUB S. & ACHELHI H. (2021) « Fondements théoriques et importance de l'innovation : Regards des auteurs au cours des années » Revue Internationale du chercheur «Volume 2 : Numéro 1» pp : 160 - 184

## Résumé

L'innovation devient ces dernières années, le moteur de la compétitivité, de la croissance, de la rentabilité et de la création des valeurs durables, et malgré que les études qui traitent cette thématique ont émergé depuis les années 1960, et s'étaient développées dans un domaine relativement vaste composé de plusieurs milliers de chercheurs avec de nombreux projets de recherche interdisciplinaires, leur nombre demeure exigu par rapport l'importance de cette dernière pour le futur des entreprises, notamment celles qui traitent la littérature consacré à l'étude de cette stratégie. Ce papier s'efforce de mettre un éclairage sur l'évolution du concept et des modèles théoriques ainsi de clarifier le reflet d'importance de pratiquer cette stratégie au cœur des entreprises selon les auteurs, nous avons essayé de fournir une analyse théorique permettant aux chercheurs à ficeler le phénomène d'innovation, en tirant parti de ce que les spécialistes de la gestion avaient déclaré à propos de ce sujet.

**Mots clés :** Innovation ; Méthodes ; Processus ; Modèles ; Entreprise

## Abstract:

In recent years, innovation has become the engine of competitiveness, growth, profitability and the creation of sustainable values, and despite the fact that studies that deal with this theme have emerged since the 1960s, and had developed in a relatively vast field made up of several thousand researchers with numerous interdisciplinary research projects, their number remains small in relation to the importance of the latter for the future of companies, especially those dealing with the literature devoted to the study of this strategy. This paper attempts to shed light on the evolution of the concept and theoretical models and to clarify the reflection of the importance of practicing this strategy at the heart of companies according to the authors, we have tried to provide a theoretical analysis allowing researchers to tie up the innovation phenomenon, building on what management specialists had said about this topic.

**Key word:** Innovation; Methods; Processes; Models; Business

## Introduction

L'innovation est apparue au cours de la dernière décennie comme étant le domaine des sciences sociales le plus en vogue (Downs & Mohr, 1976, p : 700). L'innovation devient pour les chercheurs de plus en plus le cœur de l'initiative entrepreneuriale, presque toute entreprise doit au moins par rapport à ses concurrents sur le marché, adopter une stratégie d'innovation. L'innovation peut être considérée comme un ingrédient nécessaire pour les entreprises afin de rester compétitives (Darroch et McNaughton, 2002; Stock et al., 2002), cité par (Bigliardi et al., 2011, p : 84). Les innovations sont le moteur mondial de la croissance économique et représentent en même temps le facteur clé pour plus de compétitivité (Vives 2008, p : 419). L'innovation est le moteur de la compétitivité, de la croissance, de la rentabilité et de la création des valeurs durables (Ionescu & Dumitru, 2015, p : 99).

Les études sur l'innovation ont émergé dans les années 1960, et 50 ans plus tard s'étaient développées dans un domaine relativement vaste composé de plusieurs milliers de chercheurs avec de nombreux projets de recherche interdisciplinaires (Fagerberg et al, 2013, p : 21). Ce dernier soutient qu'il existe trois perspectives théoriques qui se complètent: la perspective de l'économie évolutionniste telle qu'elle est présentée par Schumpeter, et par Nelson et Winter, la perspective technico-économique dans laquelle l'innovation reflète les caractéristiques de la technologie en termes d'opportunités, et la perspective socio-économique qui met l'accent sur les systèmes interactifs d'apprentissage et d'innovation. Quelle que soit la nature de l'innovation, il paraît important de la manager en incitant à la production des idées nouvelles et en instaurant une culture d'innovation (Haouata et al., 2020, p : 566).

L'innovation devient dans ces dernières années une obligation pour les entreprises (Taalbi, 2017, p : 1437). Selon plusieurs auteurs l'innovation constitue un outil pertinent pour atténuer les problèmes ou le dépassement des déséquilibres et des défis (Sahal, 1985; Dosi, 1988), et pour la croissance, la survie de l'entreprise, et la réussite entrepreneuriale (Tohidi & Jabbari 2012 ; Milutinovic et al, 2015).

Plusieurs modèles théoriques d'innovation combinent entre la technologie et les perspectives du marché par des auteurs tels que (Dewar & Dutton, 1986 ; Rogers, 1995 ; Fischer, 2001 ; Garcia & Calantone, 2002) cité par (Kogabayev & Maziliauskas, 2016, p : 85). « L'innovation est définie comme le développement et la mise en œuvre de nouvelles idées par des personnes qui, au fil du temps, s'engagent dans des transactions avec d'autres au sein d'un ordre institutionnel » (Van de Ven, 1986, p : 590). « L'innovation est la recherche et la découverte,

le développement, l'amélioration, l'adoption et la commercialisation de nouveaux processus, de nouveaux produits et de nouvelles structures et procédures organisationnelles » (Jorde&Teece,1990, p : 76).

En général, le concept d'innovation est assez complexe et multiforme, de nombreuses études ont été effectuées à propos de ce sujet, mais, malgré cela, il existe un manque de définition scientifique généralement acceptée de l'innovation (Kogabayev, Maziliauskas, 2017, p : 62).

L'importance de l'innovation est assez bien comprise, en particulier dans les entreprises menacées car elle peut contribuer à améliorer la productivité de l'entreprise (Bigliardi et al., 2011, p : 84). Les entreprises actuellement agissent sous la forte pression de la concurrence et du consommateur qui exige de plus en plus l'amélioration du produit qu'il consomme, et pour se conformer aux changements, les entreprises sont amenées à rechercher en permanence des nouveaux modes ou processus de production, proposer des nouveaux produits ou services ou améliorer les produits déjà existants, et donc ils devraient constamment introduire des stratégies d'innovations.

L'objectif de notre travail est de mettre un éclairage sur le développement du concept et des modèles d'innovation, ainsi d'élucider le rôle et l'importance de l'adoption des stratégies d'innovation au sein des entreprises, et donc de répondre au questionnement de recherche suivant : *comment ont-ils été développés le concept et les modèles théoriques de l'innovation ? Et quel rôle joue cette dernière au sein des entreprises selon les chercheurs ?*

Dans la première partie nous allons essayer de mettre un éclairage sur le concept et les modèles d'innovation, dans la deuxième partie nous allons clarifier la distinction entre quelques formes d'innovation et dans la dernière partie nous aurons lieu de préciser l'importance de l'innovation au cœur des entreprises.

## **1. Concept d'innovation**

L'innovation est un concept complexe et multidimensionnel (Bigliardi et al., 2011, p : 84). Depuis la fin des années 1880, les chercheurs ont signalé l'utilisation du terme «innovation» pour signifier quelque chose d'inhabituel, aucun des premiers précurseurs de l'innovation n'a été aussi influent que Schumpeter (Sledzik, 2013, p : 90). Le mot innovation provient du mot latin « Innovare » qui signifie, faire quelque chose de nouveau (Aronson 2008, p : 65). L'innovation étant associée aux processus de production et de l'utilisation d'un produit, le contenu de ce concept dans la littérature internationale est basé sur différents principes et

chaque groupe de définitions à ses caractéristiques spécifiques (Linton, 2002 cité par (Kotsemir et al, 2013, p : 4).

L'innovation a été différemment définie par des chercheurs qui ont étudié ce phénomène en fonction de leur discipline (économie, sociologie, management) et leur point de vue théorique (Hadjimanolis, 1997, p : 14). De nombreuses définitions ont été proposées pour expliquer l'innovation et par conséquent, le terme est devenu plus ambigu (Garcia et Calantone, 2002) cité par (Bigliardi et al., 2011, p : ). L'examen de la littérature sur l'innovation confirme qu'il existe une énorme diversité de points de vue et d'approches sur ce qui constitue réellement une activité innovante et met également une confusion qui existe au sein même de la discipline (Elbaz et al., 2013, p :3). *Le tableau 1*, illustre l'évolution du concept d'innovation dès 1934 jusqu'à 2020 :

**Tableau 1 : Evolution du concept d'innovation entre 1934 et 2020**

Auteurs	Années	Points de vue	Définitions
Schumpeter	1934	Action face à une mutation industrielle	« L'innovation est un processus de mutations industrielles, qui révolutionne, sans cesse la structure économique de l'intérieur, détruisant sans cesse l'ancienne, en créant sans cesse une nouvelle » cité par (Sledzik, 2013, p : 90)
Schumpeter	1942	Domaine d'invention	« L'innovation est particulièrement le domaine des entrepreneurs, dont la fonction est de réformer ou de révolutionner le modèle de production en exploitant une invention ou, plus généralement, une possibilité technologique non testée pour produire une nouvelle marchandise ou en produire une ancienne d'une manière nouvelle, en ouvrant un nouveau débouché pour les produits », p :132.
Barnett	1953	L'innovation comme quelque chose de nouveau	« L'innovation peut être toute pensée, tout comportement ou chose qui est nouveau parce qu'il est qualitativement différent des formes existantes » cité par (Kotsemir et al., 2013, p :6).
Mohr	1969	Fonction de surmonter les obstacles	« L'innovation est une fonction d'interaction entre la motivation à innover, la force des obstacles à innover et la disponibilité des ressources pour surmonter ces obstacles », p : 111.
Utterback	1971	L'innovation comme domaine d'invention	« L'innovation est une invention qui a atteint son introduction sur le marché dans le cas d'un nouveau produit ou qui a été utilisée pour la première fois dans un processus de production, dans le cas d'une innovation de procédé », p : 77.
Alken & Hage	1971	Processus de génération et mise en œuvre des nouvelles idées	« L'innovation est la génération, l'acceptation et la mise en œuvre de nouvelles idées, processus, produits ou services, pour la première fois au sein d'une organisation », cité par (Kotsemir et al., 2013, p : 6).
Zaltman, Duncan and Holbek	1973	L'innovation comme processus d'invention	« L'innovation est un processus créatif par lequel deux ou plusieurs concepts ou entités existants sont combinés d'une manière nouvelle pour produire une configuration inconnue auparavant de la personne impliquée », cité par (Kotsemir , 2013, p : 6).
Nelson & Winter	1982	Nouveauté des productions ou structures organisationnelles	« L'innovation est un ensemble des nouveaux produits ou services, des nouveaux processus et des nouvelles structures organisationnelles que les entreprises utilisent pour se concurrencer et répondre à la demande des clients », cité par (Hadjimanolis, 1997, p : 15).
Drucker	1985	Outil d'exploitation d'un changement	« L'innovation est un outil spécifique des entrepreneurs pour exploiter le changement pour une entreprise ou un service diversifié et une discipline qui peut être apprise et pratiquée », cité par (Zawawi et al, 2016, p : 88).

Van de Ven	1986	Mise en œuvre et développement d'idée	« L'innovation est définie comme le développement et la mise en œuvre de nouvelles idées par des personnes qui, au fil du temps, s'engagent dans des transactions avec d'autres au sein d'un ordre institutionnel », p : 590.
Urabe	1988	Mise en œuvre d'idée	« L'innovation consiste à générer une nouvelle idée et la mettre en œuvre dans un nouveau produit ou service, conduisant à développer de l'économie nationale et à l'augmentation de l'emploi ainsi qu'à une création de profit pur pour l'entreprise commerciale innovant », p : 3.
Dosi	1988	Découverte et développement d'un nouveau produit ou structure	« L'innovation est la recherche et la découverte, l'expérimentation, le développement, l'imitation et l'adoption de nouveaux produits, de nouveaux processus de production et de nouvelles configurations organisationnelles », p : 222.
Amabile	1988	Mise en œuvre d'idée	« L'innovation est une mise en œuvre réussie d'idées créatives au sein d'une organisation », notant en outre que les idées créatives étaient celles qui étaient « nouvelles et utiles », p : 126.
Twiss	1989	Processus visant la nouveauté et l'émergence d'idée	« L'innovation est un processus qui combine la science, la technologie, l'économie et la gestion, car elle vise la nouveauté et s'étend de l'émergence de l'idée à sa commercialisation sous forme de production, d'échange, de consommation », Cité par (Kogabayev, & Maziliauskas, 2017, p : 60).
West & Farr	1990	Introduction de nouveaux produit ou processus à l'unité	« L'introduction et l'application intentionnelles dans un groupe ou une organisation d'idées, de nouveaux processus, de produits ou de procédures, pour l'unité d'adoption concernée, conçus pour bénéficier de manière significative à l'individu, au groupe, à l'organisation ou à la société au sens large », p : 9.
Jorde & Teece	1990	Découverte et création d'un nouveau produit, service, processus ou structure	« L'innovation est la recherche et la découverte, le développement, l'amélioration, l'adoption et la commercialisation de nouveaux processus, de nouveaux produits et de nouvelles structures et procédures organisationnelles », p : 76.
Damanpour	1991	L'adoption de quelque élément de nouveau	« L'innovation est l'adoption d'un appareil, d'un système, d'une politique, d'un programme, d'un processus, d'un produit ou d'un service généré en interne ou acheté qui est nouveau pour l'organisation qui l'a adopté », p : 556.
King	1992	Processus d'introduction d'un nouvel élément	« L'innovation est la séquence d'activités par laquelle un nouvel élément est introduit dans une unité sociale, dans l'intention de profiter à l'unité ; L'élément n'a pas besoin d'être entièrement nouveau ou inconnu des membres de l'unité, mais il doit impliquer un changement perceptible ou une remise en question », p : 91.
Nohri & Gulati	1996	Adoption d'un nouvel élément par l'unité	« L'innovation peut être tout politique, structure, méthode ou processus, produit ou opportunité de marché que le responsable de l'unité innovante perçoit comme nouvelle », p : 125.
Amabile, Conti, Coon, Lazenby & Heron	1996	Mise en œuvre de bonnes idées	« L'innovation est la mise en œuvre réussie d'idées créatives au sein d'une organisation, et la réussite de l'implémentation de nouveaux programmes produits ou services dépend d'une personne ou d'une équipe ayant une bonne idée, p : 1154.
Damanpour	1996	Outil de changement organisationnel	« L'innovation est un moyen de changer une organisation » et les changements pertinents peuvent prendre plusieurs formes, de nouveaux produits ou services, de nouvelles technologies de processus, de nouvelles structures organisationnelles systèmes administratifs, ou nouveaux plans ou programmes », p : 694.
Afuah	1998	L'innovation comme ensemble de nouvelles connaissances	« L'innovation se définit comme de nouvelles connaissances incorporées dans les produits, processus et services » cité par (Kogabayev, Maziliauskas, 2017, p : 64).
Tidd, Bessant, Pavit & Willey	1998	Processus de changement d'une opportunité à une idée	« L'innovation se définit comme un processus de transformation d'une opportunité en idées nouvelles et largement utilisée dans la pratique », cité par (Zawawi et al., 2016, p : 88).
Porter & Stern	1999	Transformation des connaissances à un nouvel élément	« L'innovation est une transformation des connaissances en nouveaux produits, processus et services... », p : 12).
Van de Ven, Polley, Varud & Venkataraman	1999	Mise en œuvre et développement d'idée	« L'innovation est un processus de développement et de mise en œuvre d'une nouvelle idée », p : 9).
Boer & During	2001	Combiner de nouveau entre des éléments	« L'innovation est une création d'une nouvelle combinaison entre le produit, le marché, la technologie, et l'organisation », p : 84.
Garcia et Calantonne	2002	Processus permettant le développement de la production et de la commercialisation	« L'innovation est un processus itératif initié par la perception d'un nouveau marché et/ou d'une nouvelle opportunité de service pour une invention technologique qui mène à des tâches de développement, production et de commercialisation agissant pour le succès commercial de l'invention » cité par (Ben Rejeb, 2008, p : 21).
Rogers	2003	Nouvelle idée, pratique ou nouvel objet	« L'innovation peut être une idée, une pratique ou un objet qui est perçu comme nouveau par un individu ou une autre unité d'adoption » p : 12
Bessant, Lamming, Noke, & Phillips	2005	Processus de renouvellement	« L'innovation représente le processus de renouvellement de base dans toute organisation », p : 1366.
Hobday	2005	Nouvel élément	« L'innovation est tout produit, processus ou service nouveau pour l'entreprise, pas seulement nouveau dans le monde ou sur le marché. », p. 122).

<b>Boly</b>	<b>2008</b>	Activité issue d'un nouvel élément	« L'innovation est une activité qui est issue d'un objet nouveau, durablement intégré à son environnement », (cité par, Ben Rejeb, 2008, p : 21).
<b>Lafley &amp; Charan</b>	<b>2008</b>	Transformation d'idée en profit	« L'innovation est la conversion d'une nouvelle idée en revenus et en bénéfices », p : 21.
<b>Bledow , Frese, Anderson,Erez &amp; Farr</b>	<b>2009</b>	Mise en œuvre et développement d'idée	« L'innovation est le développement et l'introduction intentionnelle d'idées nouvelles et utiles par des individus, des équipes et des organisations », p : 305.
<b>Baregheh, Rowley&amp; Sambrook</b>	<b>2009</b>	Processus de transformation d'idée en nouveaux ou améliorés produits ou service	« L'innovation est un processus en plusieurs étapes par lequel les organisations transforment leurs idées en produits, services ou processus nouveaux ou améliorés, afin de progresser, d'être compétitifs et de se différencier avec succès sur leur marché », p : 1334
<b>O'Sullivan &amp; Dooley</b>	<b>2009</b>	L'innovation comme vecteur du changement	« L'innovation est l'application d'outils et de techniques pratiques qui apportent des changements aux produits, processus et services, par l'introduction de quelque chose de nouveau pour l'organisation qui ajoute de la valeur aux clients et contribue au stockage des connaissances de l'entreprise », p : 5.
<b>Wang &amp; Kafouros</b>	<b>2009</b>	L'innovation comme moteur de valeur	« L'innovation est l'infusion de nouveaux produits et services, elle donne une impulsion aux économies émergentes en ouvrant des opportunités de commerce international », cité par (Kotsemir et al., 2013, p : 6).
<b>Silverstein, Samuel &amp; Decarlo</b>	<b>2009</b>	Valeur donnée au client et à l'entreprise	« L'innovation est l'acte de générer plus de valeur pour le client et l'entreprise en accomplissant un travail à faire mieux que quiconque », p : 18.
<b>Tidd &amp; Bessant</b>	<b>2009</b>	Processus de transformation d'opportunité en idée nouvelle	« L'innovation est un processus qui consiste à transformer les opportunités en idées nouvelles et à les mettre en pratique largement répandu », p : 16.
<b>Crossan &amp; Apaydin</b>	<b>2010</b>	Introduction et développement d'un produit, service, marché ou systèmes de gestion	« L'innovation est la production ou l'adoption, l'assimilation et l'exploitation d'une nouveauté à valeur ajoutée dans les sphères économiques et sociales, renouvellement et élargissement des produits, services et marchés, développement de nouvelles méthodes de production; et mise en place de nouveaux systèmes de gestion. C'est à la fois un processus et un résultat », p : 1155.
<b>Kahn</b>	<b>2012</b>	Mise œuvre d'une nouvelle idée pour créer un nouveau produit ou procédé comprenant à une invention	«L'innovation est une nouvelle idée, méthode ou appareil, c'est l'acte de créer un nouveau produit ou procédé, qui comprend une invention et le travail requis pour amener une idée ou un concept à sa forme finale », p : 454.
<b>Trott</b>	<b>2012</b>	Gestion du processus d'idée, de développement de production ou commercialisation d'un nouvel élément	«L'innovation est la gestion de toutes les activités impliquées dans le processus de génération d'idées, de développement technologique, de fabrication et de commercialisation d'un produit ou d'un processus de fabrication ou d'un équipement nouveau (ou amélioré)», p : 15.
<b>Kumar</b>	<b>2013</b>	Nouvelle offre	« L'innovation est une nouvelle offre viable, dans un contexte et une époque spécifiques, créant de la valeur pour l'utilisateur et le fournisseur », p : 1.
<b>Rothamel</b>	<b>2013</b>	Commercialisation ou modification d'un nouveau produit ou idée	«L'innovation est la commercialisation de tout nouveau produit, procédé ou idée, ou la modification et la recombinaison de produits existants», p : 172.
<b>Schilling</b>	<b>2013</b>	Mise en œuvre et pratique d'idée	«L'innovation est la mise en œuvre pratique d'une idée dans un nouveau dispositif ou processus», p : 18.
<b>McKinley, Latham &amp; Braun</b>	<b>2014</b>	Nouveau produit, service ou processus	«L'innovation peut être tout nouveau produit, service ou processus de production qui s'écarte considérablement des architectures de produit, service ou processus de production antérieures», p : 91).
<b>Zawawi</b>	<b>2016</b>	Création ou amélioration d'un nouveau produit ou service	« L'innovation, est définie comme la création ou l'amélioration de produits ou de services pour produire quelque chose de nouveau », p : 91.
<b>Taylor</b>	<b>2017</b>	Création ou amélioration d'un nouveau produit ou procédé	« L'innovation peut être considérée comme un produit ou un procédé nouveau ou existant mais qui a été amélioré », p : 14.
<b>Kogabayev&amp; Mazilaukas</b>	<b>2017</b>	Stratégie de mise en œuvre d'un projet, produit ou processus de production permettant la réduction des coûts et l'augmentation de qualité	« L'innovation est une stratégie bénéfique qui s'appuie sur la mise en œuvre de projets, produire les nouveaux produits avec la nouvelle qualité et aider à réduire les coûts du cercle de production ,elle permet également catalyser les processus et gagner du temps »,p : 70.
<b>Taques, Lopez, Basso &amp; Areal</b>	<b>2020</b>	Amélioration des méthodes et techniques pour générer de nouveaux produits ou services	« L'innovation peut être une source d'avantage concurrentiel pour les entreprises, soit par l'amélioration des méthodes et techniques capables de générer de nouveaux produits ou services, soit par le perfectionnement de ceux existants », p : 1.

(Source : littérature de l'innovation)

L'innovation est essentiellement une activité bilatérale, elle implique la reconnaissance d'un besoin ou d'un marché potentiel pour un nouveau produit ou procédé, ainsi des connaissances techniques ou scientifiques, qui peuvent être généralement disponibles (Freeman & Soete, 1997; p. 200).

Boly (2004), a mis en place six types de vision d'innovation : vision de l'économiste, vision

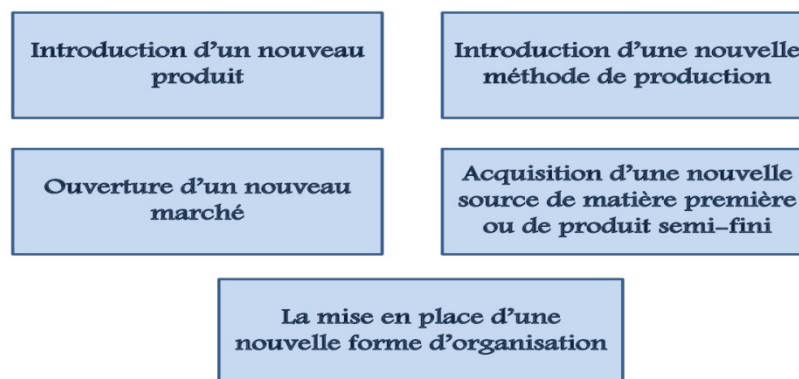
de l'ingénieur, vision du sociologue, vision du cogniticien et vision du biologiste. Ainsi, de nombreux auteurs ont conclu que l'innovation est une nouvelle pratique pour les organisations, y compris les équipements, produits, services, processus, politiques et projets (Damanpour, 1991; Kimberly & Evanisko, 1981; Lin, 2007, McKilney et al., 2014, Taylor, 2017, Taques et al., 2020).

## 2. Développement des recherches en innovation : modèles et théories des auteurs

Plusieurs modèles ont été développés proposant les étapes ou événements composant le processus d'innovation (Hadjimanolis 1997). Les modèles peuvent servir de simplifications utiles de la réalité et de guides d'analyse et d'action (Nadler et Tushman, 1980).

### 2.1. Modèle de Schumpeter (1934) : Types d'innovation

Figure 1 : Typologie d'innovation selon Schumpeter (1934)



(Source : Schumpeter 1934)

Selon Schumpeter, les préférences des consommateurs sont déjà données et ne subissent pas spontanément, et cela signifie qu'ils ne peuvent pas être la cause du changement économique. De plus, les consommateurs en phase de développement économique jouent un rôle passif. Dans Théorie du développement économique (Schumpeter 1934), et dans d'autres travaux du même auteur, Schumpeter décrit le développement comme un processus historique des changements structurels, essentiellement motivé par l'innovation qui a été divisée par lui en cinq types :

- ❖ Lancement d'un nouveau produit ou d'une nouvelle espèce de produit déjà connu;
- ❖ Application de nouvelles méthodes de production ou de vente d'un produit (non encore prouvées dans l'industrie)
- ❖ Ouverture d'un nouveau marché (le marché pour lequel une branche de l'industrie n'était pas encore représentée)



- ❖ L'acquisition de nouvelles sources d'approvisionnement en matières premières ou en produits semi-finis
- ❖ Nouvelle structure industrielle telle que la création ou la destruction d'une position de monopole.

(Schumpeter, 1934), a fait valoir que quiconque cherchait des profits doit innover. Cela entraînera une utilisation différente des ressources existantes du système économique en moyens de production.

Au cours des années 1960, les chercheurs en gestion ont commencé à développer les idées, les concepts et les modèles de base qui seraient nécessaires pour le cadre théorique de l'innovation en générale, et l'innovation organisationnelle en particulier (Victor, 1965 ; Wilson, 1966 ; Becker et al; 1967, Knight& Kenneth, 1967). À la fin de cette période, les chercheurs ont également mené un ensemble limité mais impressionnant d'études empiriques visant à déterminer les attributs organisationnels et environnementaux les plus liés à l'innovation (Crain 1966 ; Wilson 1966 ; Evan et al., 1967 ; Sapolsky & Harvey 1967 ; Mohr 1969 ; Aiken et al., 1970 ; Corwin1972), ainsi un grand nombre de structures et de processus organisationnels innovants, et de nombreux modèles matriciels ont été développés et mis en pratique (cité par Rowe & Boise 1974,p : 284).

## 2.2. Modèle de Mensch (1978) : Typologie d'innovation

Le scientifique allemand Mensch (1978) cité par (Kogabayev , 2017 selon Siaulai 2013) a proposé sa classification de l'innovation par ordre d'importance. Il a identifié trois principaux types d'innovation : Innovation basique, innovation avancée et fausse innovation.

**Figure 2 : Typologie d'innovation selon Mensch (1978)**

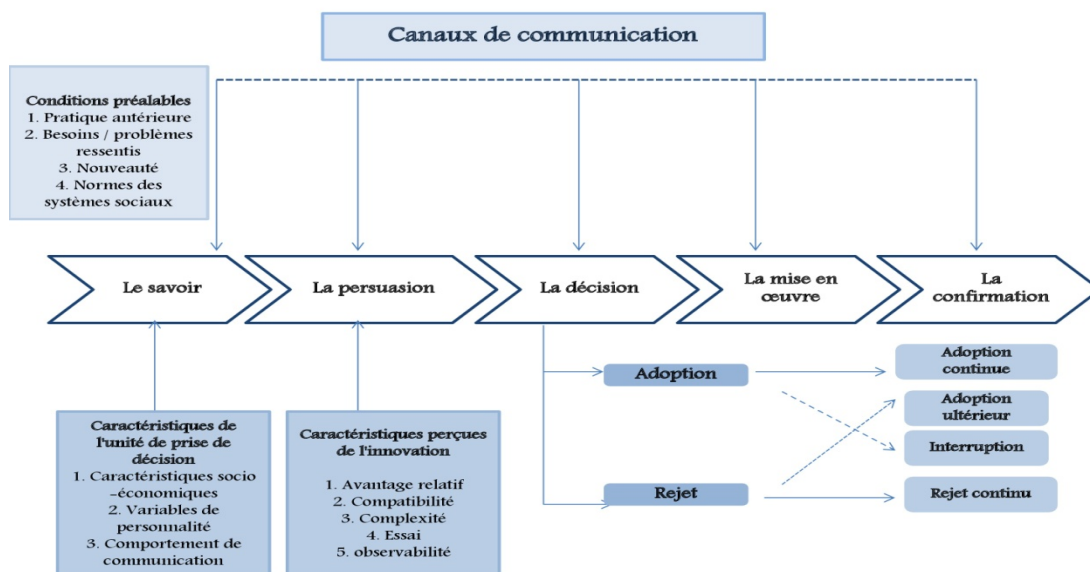
Innovation basique	Innovation avancée	Fausses Innovations
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgir sur la base d'inventions majeures, marquer le début d'un nouveau produit ou procédé inconnus auparavant basés sur des principes scientifiques.</li> <li>• Nécessiter plus d'investissements, le processus de leur développement est une longue et commercialisation de leurs résultats dans l'émergence de nouvelles structures technologiques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioration petite mais importante des produits, processus, et services.</li> <li>• Grandissement et amélioration technique continue et innovation appliquée à l'application de base.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modification externe des produits ou processus externes qui n'entraînent pas de changement dans leurs caractéristiques de consommation.</li> </ul>

(Source : Mensch 1978 cité par Kogabayev)

### 2.3. Modèle de Rogers (1983) : modèle linéaire d'innovation

Après les critiques sur le rejet ou l'adoption de l'innovation, d'Abrahamson sur le premier processus de Rogers (1962, p : 9), la diffusion de l'innovation selon (Rogers 1983) passe par un processus décisionnel développé en cinq étapes avec des descriptions des catégories similaires. Il se produit à travers une série de canaux de communication sur une période de temps entre les membres d'un système social similaire. Le savoir, la persuasion, la décision, la mise en œuvre et la confirmation, font partie intégrante de ce processus.

Figure 3 : Diffusion d'innovation selon Rogers (1983)



(Source Rogers 1983)

- ❖ **Le savoir** : survient lorsqu'un individu (ou une autre unité décisionnelle) est exposé à l'existence de l'innovation et en gagne une certaine compréhension de son fonctionnement.
- ❖ **La persuasion** : se produit lorsqu'un individu (ou une autre unité décisionnelle) adopte une attitude favorable ou défavorable à l'égard l'innovation.
- ❖ **La décision** : intervient lorsqu'un individu (ou une autre unité) s'engage dans des activités qui mènent à un choix d'adopter ou de rejeter l'innovation.
- ❖ **La mise en œuvre** : a lieu lorsqu'un individu (ou une autre unité décisionnelle) met une innovation en service.
- ❖ **La confirmation** : se produit lorsqu'un individu (ou une autre unité de prise de décision) cherche à renforcer une décision d'innovation déjà pris, mais il ou elle peut revenir sur cette décision antérieure s'il est exposé à des messages contradictoires sur

l'innovation.

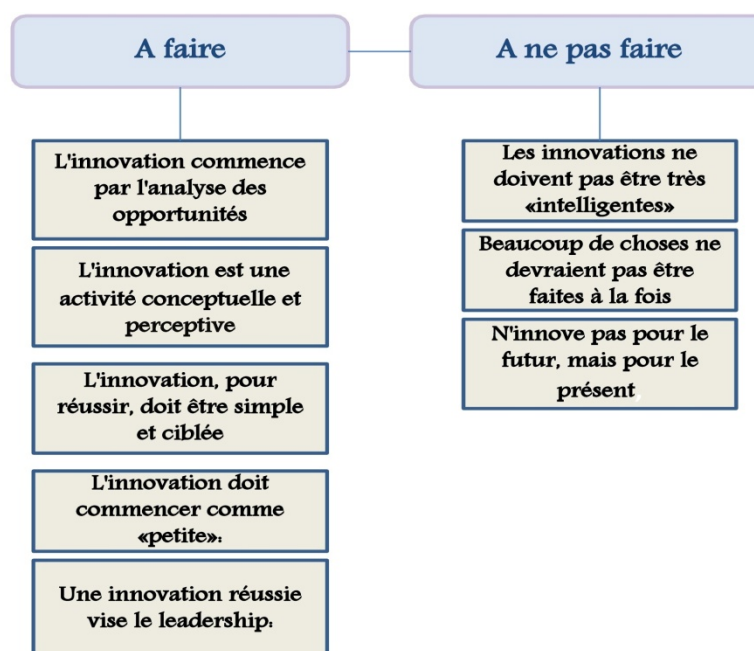
## 2.4. Modèle d'Amabile 1988 : facteurs d'innovations

Pour identifier les dimensions des environnements de travail qui sont liées à la créativité. Le modèle d' (Amabile 1988) composant de la créativité et de l'innovation dans les organisations identifie trois grands facteurs organisationnels qui sont proposés, dont chacun comprend plusieurs éléments spécifiques:

- ❖ **La motivation organisationnelle à innover** : Il s'agit d'une orientation fondamentale de l'organisation vers l'innovation, ainsi que comme supports de créativité et d'innovation dans toute l'organisation.
- ❖ **Les ressources** : qui font référence à tout ce dont l'organisation dispose pour faciliter le travail dans un domaine ciblé pour l'innovation (par exemple, suffisamment de temps pour produire un travail nouveau dans le domaine, et la disponibilité d'une formation.
- ❖ **Les pratiques de gestion** : qui font référence à l'octroi de la liberté ou l'autonomie dans la conduite du travail, la fourniture d'un travail stimulant et intéressant, la spécification d'objectifs stratégiques globaux clairs et la formation d'équipes de travail en rassemblant des personnes ayant des compétences et des perspectives diverses.

## 2.5. Modèle de Drucker (1993) : Typologie d'innovation

Figure 4 : Typologie d'innovation selon Drucker (1993)



Drucker, dans son livre « Innovation and Entrepreneurship » énumère plusieurs principes qui doivent être respectés par les innovateurs. Il a regroupé ces principes dans «À faire» et «Ne pas faire» dans le processus d'innovation.

Les tâches nécessaires à effectuer sont mentionnées ci-dessous:

- ❖ **L'innovation commence par l'analyse des opportunités:** Ça commence par les sept opportunités d'innovation. Ce sont: des événements inattendus, des désaccords dans le processus, les exigences du processus (le besoin d'un nouveau processus) et les changements inattendus dans l'industrie ou structure du marché, changements démographiques, changements de perception, importance et nouvelles connaissances.
- ❖ **L'innovation est une activité conceptuelle et perceptive:** Le deuxième impératif de la l'innovation est d'aller voir, de demander et d'entendre. Les innovateurs qui réussissent travaillent de manière analytique sur se demander à quoi devrait ressembler l'innovation pour satisfaire une opportunité. Ensuite, ils sortent voir les clients / utilisateurs et ils découvrent quelles sont leurs attentes, leurs valeurs et leurs besoins.
- ❖ **L'innovation, pour réussir, doit être simple et ciblée:** Si la l'innovation n'est pas simple, elle ne réussira pas. Tout ce qui est nouveau pose problème: si c'est compliqué, il ne peut être ni corrigé ni résolu. Toutes les innovations réussies sont étonnamment simples. En réalité, la plus grande reconnaissance pour une innovation est quand les gens disent: c'est tellement évident. Pourquoi n'ai-je pas pensé à ça?
- ❖ **L'innovation doit commencer comme «petite»:** L'innovation ne doit pas être grandiose. Cela devrait tenir à quelque chose de spécifique, de concret. Au début, ça demande un peu d'argent, certaines personnes et un petit marché limité.
- ❖ **Une innovation réussie vise le leadership:** Si une innovation au plus le début ne vise pas le leadership, il est fort probable qu'il ne soit pas " innovant " assez.

Ceux qui sont interdites sont répertoriés comme suit:

- ❖ **Les innovations ne doivent pas être très «intelligentes»:** Les innovations doivent être menées par de simples gens. Tout ce qui est fait de manière très " intelligente ", que ce soit pour la conception ou la finition, est mis en échec par forte probabilité.
- ❖ **Beaucoup de choses ne devraient pas être faites à la fois:** Les innovations ont besoin de énergie et effort commun. Cela exige également que les personnes qui effectuent l'innovation aient compréhension mutuelle.

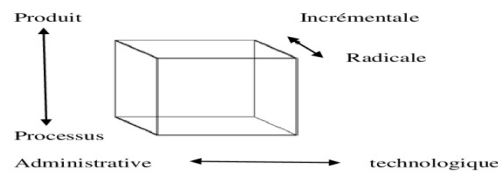
- ❖ **N'innove pas pour le futur, mais pour le présent**, Une innovation peut avoir un impact à long terme, mais elle demande plus de temps pour atteindre sa maturité. Cela devrait être une solution pour problèmes dans le présent.

## 2.6. Modèle de Cooper (1998) : Les dimensions d'innovation

Les dimensions d'innovation les plus importantes peuvent être exprimées sous forme de dualismes:

- ❖ Radical versus incrémental
- ❖ Produit contre processus
- ❖ Administratif versus technologique

**Figure 5 : Dimensions d'innovation (Cooper 1998)**



(Source : Cooper 1998)

## 2.7. Modèles de (Johanessen et al., 2001, Fingar 2006) : Typologie d'innovation

Dans la cadre de la typologie d'innovation, (Johanessen et al., (2001),p : 20), a développé à son tour cette typologie en six types dans le contexte suivant : nouveaux produits, nouveaux services, nouvelles méthodes de production, ouverture des nouveaux marchés, nouvelles sources d'approvisionnement et nouvelle façon d'organisation.

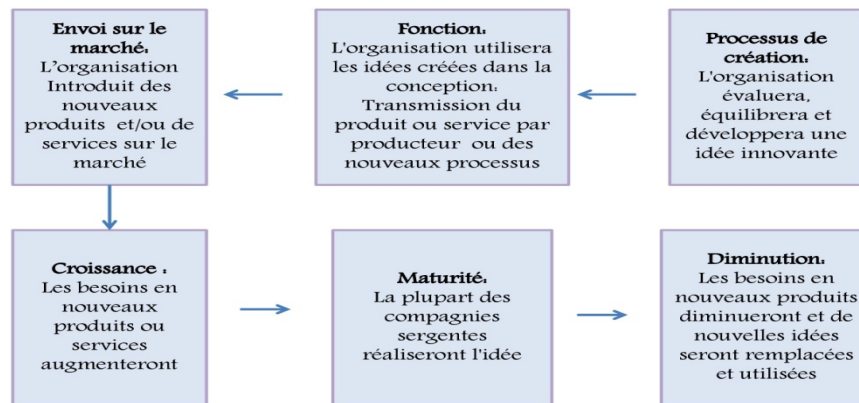
Fingar (2006) afin de ne pas se tromper sur les innovations qui sont uniquement liées aux produits et services proposés par les entreprises, a mis en œuvre une liste complète des innovations qui aident les entreprises à réussir à améliorer leur position concurrentielle sur le marché est donnée ci-dessous, telles que : l'innovation opérationnelle, l'innovation organisationnelle, l'innovation coté offre, l'innovation des compétences clés , l'innovation des ventes , innovation produit et service , et l'innovation d'invention. Les responsables de l'innovation doivent être conscients que différents types d'innovation ont leurs propres caractéristiques de développement, de mise en œuvre et de diffusion, et nécessitent des approches de gestion spécifiques (Kogabayev 2017).

## 2.8. Modèle de Tohidi& Jabbari (2012, p : 562) : Processus d'innovation

Tohidi et Jabbari (2011), ont classifié les étapes d'innovation selon un processus de six étapes

successives et importantes, voir la figure ci-dessous :

**Figure 6 : Processus d'innovation**



(Source : Tohiddi & Jabbari 2011)

Les travaux de recherche s'effectuent constamment au cours de ces dernières années, et les recherches sur l'innovation n'ont été pas freinées par la mise en accent des types, processus ou facteurs d'innovation, mais également ils se focalisent désormais sur l'impact du service d'innovation (Durst et al.,2015), l'impact d'innovation sur le développement durable (Herrera 2016), la nature et variété d'innovation (Schachter , 2018), les pratiques de gestion liées à l'innovation du produit et l'innovation du processus (Haneda & Ito , 2018), l'impact des indicateurs d'innovation sur la performance des entreprises (Taques et al., 2020).

### 3. Distinction entre certaines formes d'innovation

#### 3.1. Distinction entre innovation du produit et innovation de processus

Les chercheurs en gestion ont effectué une distinction entre l'innovation des produits et l'innovation des processus (Forbes, 2016). La distinction entre les innovations de produit et de processus est importante car leur adoption nécessite des différentes compétences organisationnelles (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001, p : 48).

❖ **Innovation de produit :** qui fait référence au développement d'un nouveau produit ou service. Les innovations de produit sont des nouveaux produits ou services introduits pour répondre aux exigence d'un consommateur externe ou à un besoin du marché (, et les innovations de processus sont de nouveaux éléments introduits dans les opérations de production ou de service d'une organisation - les matériaux d'entrée, les spécifications des tâches, les mécanismes de flux de travail et d'information et l'équipement utilisé pour produire un produit ou rendre un service (Knight, 1967; Utterback & Abernathy, 1975). Les innovations de produit exigent que les entreprises assimilent les modèles de besoins

des clients, les conçoivent et fabriquent le produit (Damanpour et 2001)

❖ **Innovation de processus** : qui se réfère au développement d'une nouvelle façon de faire les choses au sein de l'entreprise, il s'agit d'une introduction des nouveaux éléments dans la tâche, la décision et le système d'information de l'organisation ou ses opérations physiques de production ou de service "(Knight 1967, p. 482). Les innovations de processus sont des nouveaux éléments introduits dans les opérations de production ou de service d'une organisation, les matériaux d'entrée, les spécifications des tâches, les mécanismes de flux de travail et d'information ainsi, l'équipement utilisé pour produire un produit ou rendre un service (Knight 1967 ; Utterback & Abernathy, 1975). Les innovations de processus exigent que les entreprises appliquent la technologie pour améliorer l'efficacité du développement et de la commercialisation des produits (Ettlie et al., 1984). Ce sont des changements de la manière dont les produits sont fabriqués ou livrés (Tushman et Nadler 1986, p : 76). L'innovation de processus est selon (Collins et al., 1988, p : 1) toute nouvelle technologie d'exploitation pour l'organisation adoptante. Pour arriver à l'innovation de processus, il peut être utile de prendre du recul et de considérer que toutes les organisations sont construites à partir de routines ou de modèles récurrents de comportement collectif (Becker, 2004) , cité par (Forbes 2016).

La plupart des gens trouvent que c'est plus facile de comprendre les innovations de produit que les innovations de processus. Le consommateur est l'entité clé qui anime l'innovation, de ce fait, cela aide à tirer des conclusions sur le moment et comment une entreprise doit se concentrer sur l'innovation, les processus et / ou les produits (Bhoovaraghavan et al., 1996,p : 233).

### **3.2. Distinction entre innovation incrémentale et innovation radicale**

La littérature a également analysé d'autres types d'innovation comme innovation radicale et incrémentale (Dewar and Dutton 1986 ; Benner and Tushman, 2003; Jansen et al., 2006 ; Lee, 2011).

❖ **L'innovation radicale** : qui se concentre sur le développement des nouvelles technologies, marchés et modèles commerciaux révolutionnaires qui changent le monde. L'iPhone est un exemple célèbre d'innovation radicale. Il a repensé la portée de ce qu'un «téléphone» pouvait faire et a réécrit les règles de nombreux marchés, notamment la photographie, le commerce électronique, la télévision, les cartes et systèmes de navigation. Les projets d'innovation radicale s'appuient sur des ressources

de connaissances qu'une entreprise ne possède pas encore ou qui diffèrent des ressources existantes (Danneels, 2002) cité par (Lee 2011, p : 18).

- ❖ **L'innovation incrémentale** : qui fait référence aux processus d'innovation visant à améliorer les systèmes et produits existants pour les rendre meilleurs, moins chers ou plus rapides, il s'agit d'un raffinement des routines ou des produits existants. L'innovation incrémentale a été reconnue par (Ettlie et al. ; 1984) comme introduisant des changements relativement mineurs aux produits existants, elle intègre l'amélioration du produit dans les innovations vers le marché existant. Les activités de production de nouveaux produits selon (Ettlie et al., 1984), sont exécutées à l'aide des technologies, des ressources, des compétences et des connaissances antérieures existantes. L'innovation incrémentale tente de répondre aux besoins des clients ou des marchés actuels à un rythme cohérent avec la trajectoire technologique actuelle (Benner et Tushman, 2003; Gatignon et al.,2002; Jansen et al., 2006) cité par (Lee, 2011,p : 17).

#### 4. L'importance de l'innovation

Au cours des trente dernières années, l'innovation a été considérée par plusieurs auteurs comme moteur du développement des nations, du progrès technologique et du moteur de la réussite des entreprises (Manu et Sriram 1996, p : 79) affirment que, la contribution de l'innovation à la survie et à la croissance des entreprises est une notion acceptée dans une grande partie de la direction. L'importance centrale de l'entreprise et ses efforts d'innovation est un point clé, cela implique que les politiques économiques ne peuvent avoir un effet sur l'innovation que si elles réussissent à inciter les entreprises privées à innover.

L'innovation de nos jours n'est pas simplement la création de quelque chose de nouveau, mais aussi une panacée pour la solution de la gamme des problèmes du conseil d'administration (Kotsemir 2013, p : 3). L'attention classique portée à la productivité et au contrôle des coûts n'est tout simplement plus suffisante pour garantir le succès concurrentiel. L'innovation est reconnue comme une exigence obligatoire pour améliorer, distinguer et différencier les produits proposés afin de créer une valeur supplémentaire telle que perçue par le client dans un environnement commercial en évolution rapide (Seram et al., 2015).

L'innovation est une problématique économique qui concerne aujourd'hui toutes les entreprises : grandes ou petites, industrielles ou de services, etc (Lacom et al 2015, p : 2).Les théories qui viennent d'être discutées s'inspirent des idées de Schumpeter (1934, 1942).



Certains de ses principaux arguments peuvent être résumés comme suit:

- ❖ Les innovations proviennent des entreprises : les entreprises innovantes qui réussissent obtiennent des rentes économiques en raison du monopole temporaire que leur apporte l'innovation.
- ❖ L'innovation et la diffusion des nouvelles technologies stimulent la croissance économique.
- ❖ La croissance économique stimule la croissance des intrants.

D'un autre côté l'innovation est liée à la capacité de l'entreprise à s'unir , les dirigeants utilisent cette innovation pour résoudre les problèmes et les défis de l'entreprise, ce qui permet de fournir un rythme de survie et de réussite pour l'entreprise, que ce soit pour le présent ou pour l'avenir (Schmpeter, 1934 ; Burns et Stalker, 1961; Hult, Hurley et Knight, 2004; Hurley et Hult, 1998; Porter, 1990) cité par (Zawawi et al., 2016, p : 88). Khazanchi, Lewis et Boyer (2007) ont également déclaré que l'innovation est l'une des plus importantes stratégies pour les entreprises, car elle peut être la source de revenus supplémentaires provenant de nouveaux produits ou services, et peut aider à réduire les coûts ou à améliorer la qualité des processus existants.

(Tohidi & Jabbari 2011) indiquent que l'innovation est l'un des problèmes les plus importants et les plus complexes auxquels les organisations sont confrontées aujourd'hui. L'innovation est la clé du succès pour les organisations. Chaque entreprise devrait avoir un processus d'innovation de la création à la lecture, quand un produit entre dans l'étape de croissance, l'entreprise doit jouer un changement de produit pour l'approvisionnement du marché, car une autre entreprise a atteint la technologie de production.

L'innovation est une stratégie importante parce que les organisations doivent évoluer face aux changements dans un monde qui évolue promptement. Certains de ces changements peuvent menacer le bien-être d'une organisation, tandis que d'autres représentent des opportunités pour l'organisation de devenir encore plus efficace (Forbes, 2016). L'innovation permet aux organisations de répondre aux menaces et d'exploiter les opportunités au fur et à mesure qu'elles se matérialisent au fil du temps.

L'innovation est un élément important dans le monde d'aujourd'hui, car les produits, services et technologies évoluent plus rapidement pour prendre place dans le cœur des clients, générant ainsi des bénéfices pour les entreprises, elle a commencé il y a longtemps et a été appliquée par de nombreuses entreprises prospères afin qu'elles puissent augmenter leur compétitivité (Zawawi et al., 2016, p : 91). L'importance de l'innovation n'est pas seulement

pour la compétitivité des organisations mais aussi pour le développement social. Dans ces dernières années, l'innovation devient un facteur important pour le développement des organisations dans un monde hautement concurrentiel (Alharbi, Jamil, Mahmood, Shaharoun 2019). L'innovation peut être une source d'avantage concurrentiel pour les entreprises, soit par l'amélioration des méthodes et techniques capables de générer de nouveaux produits ou services, soit par le perfectionnement de ceux existants (Tagues et al., 2020, p :1).

## Conclusion

Cet article s'efforce d'analyser l'évolution des concepts et les modèles et quelques types de l'innovation, ainsi de clarifier le reflet d'importance de pratiquer cette stratégie au cœur des entreprises. Le concept d'innovation a été évolué d'une manière indolente jusqu'à la fin des années 60, les perspectives d'innovation ont été presque exigües par les auteurs, et largement négligées par les sociétés. Depuis la fin années 1960, l'intérêt pour l'innovation s'est développé et un tas d'études approfondies sur l'innovation a été établie. En revanche, il n'y a toujours pas de compréhension unifiée et communément acceptée du concept d'innovation. Les années entre 1960 et 1990 peuvent être considérées des périodes d'or pour la conceptualisation de l'innovation sous différentes formes. Pendant cette période, les concepts clés de l'innovation et des modèles bien structurés pour l'analyse des types, processus, facteurs et cycle d'innovation ont été développés. Dans les années 2000, l'innovation est devenue de plus en plus un mot à la mode et une conception de l'innovation s'est développée vers un concept plus vague. Malgré que les consultants, les auteurs et d'autres se sont engagés pour offrir des informations élaborées sur l'innovation à un monde avide de telles connaissances, nous avons constaté que certains chercheurs veulent simplement avoir une idée plus claire de ce que signifie l'innovation et ces modèle d'explication. Notre recherche contribue à une meilleure vision et compréhension littéraire de l'innovation. Pour une image plus complète, il peut être utile de traiter ce qui a été mis en accent sur l'innovation dans divers domaines, des recherches supplémentaires peuvent donc être menées pour explorer ces modèles d'innovation afin d'enrichir les travaux de recherche.



## BIBLIOGRAPHIE

- Afuah, A. (1998)**, Responding To Structural Industry Changes: A Technological Evolution Perspective. Oxford University Press, Usa, Vol.6, Issue 1, pp. 183-202.
- Aiken, Michael and Robert R. Alford, (1970)**, "Community Structure and Innovation: The Case of Public Housing," The American Political Science Review, Vol. 64 (September 1970), pp. 843-864.
- Aiken M., Hage, J. (1971)**, The Organic Organization and Innovation Sociology, Vol. 5, No. 1, pp. 63–82.
- Alharbi, Jamil, Mahmood, Shaharoun (2019)**, Organizational Innovation: A Review Paper Open Journal of Business and Management volume 7 issue 3, pp: 1196-1206.
- Amabile, T.M. (1988)**, A Model of Creativity and Innovation in Organizations. Research in Organizational Behavior, 10, 123-167.
- Amabile, T.M., Conti R., Coon H., Lazenby J. and Herron M. (1996)**, Assessing The Work Environment For Creativity, Academy Of Management Journal, Vol 39 issue (5), pp: 1154-1184.
- Aronson, J. K. (2008)**, Something new every day: defining innovation and innovativeness in drug therapy. The Journal of Ambulatory Care Management, 31(1), 65-68.
- Barnett H.G. (1953)**, Innovation: the Basis of Cultural Change, New York: McGraw Hill.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009)**, Towards a multidisciplinary definition of innovation. Management Decision, 47, 1323-1339.
- Becker, Selwyn W., and Thomas L. Whisler,(1967)**, The Innovative Organization: A Selective View of Current Theory and Research, The Journal of Business, Volume: 40, pp: 462-465.
- Becker, M. (2004)**, Organizational routines: A review of the literature. Industrial & Corporate Change, 13: 643-677.
- Ben Rejeb,H.(2008)**, Phases amont de l'innovation : proposition d'une démarche d'analyse de besoin et d'évaluation de l'acceptabilité d'un produit, Institut National Polytechnique de Lorraine, 2008.
- Bessant, J., Lamming, R., Noke, H. and Phillips, W. (2005)**, Managing innovation beyond the steady state. Technovation, 25, 1366-1376.
- Bigliardi.B.,Colacino.P & Dormio.A.I (2011)**, Innovative Characteristics of Small and Medium Enterprises, Journal of Technology Management & Innovation, Volum 6 , issue 2, pp: 83-93.
- Bledow, R., Frese, M., Anderson, N., Erez, M., & Farr, J. (2009)**, A dialectic perspective on innovation: Conflicting demands, multiple pathways, and ambidexterity. Industrial and Org Psychology, 2, pp : 305-337.
- Boer, H., & During, W.E. (2001)**, Innovation, what innovation? A comparison between product, process and organizational innovation. International Journal of Technology Management, 22, 83-109.
- Boly, V. (2008)**, Ingénierie de l'innovation, organisation et méthodologies des entreprises innovantes. Paris: Publication Hermès Science, 2ème édition revue et augmentée.



**Burns, T., & Stalker, G. (1961)**, The management of innovation. London: Tavistock Publication.

**Bhoovaraghavan.S., Vasudevan.A., and Rajan Chandran (1996)**, Resolving the Process vs. Product Innovation Dilemma: A Consumer Choice Theoretic Management Science, Feb., 1996, Vol. 42, No. 2, pp. 232-246.

**Benner, M.J. and Tushman, M.L. (2003)**, Exploitation, Exploration, and Process Management The Productivity Dilemma Revisited. Academy of Management Review, 28, 238-256.

**Carlson C.C., & Wilmot, W.W. (2006)**, Innovation: The five disciplines for creating what customers want. New York: Crown Business.

**Collins, P. D., Hage, J., & Hull, F. M. (1988)**, Organizational and technological predictors of change in automaticity. Academy of Management Journal, 31: 512-543.

**Cooper, R. (1998)**, Benchmarking New Product Performance: Results Of The Best Practices Study. European Management Journal, Vol. 16, No. 1, pp. 1– 17.

**Cooper, J. (1998)**, A Multidimensional Approach To The Adoption Of Innovation, Management Decision, Vol. 36 No. 8, pp. 493-502.

**Corwin, Ronald G.,(1972)**, "Strategies for Organizational Innovation," American Sociological Review, Vol. 37, pp. 441-454.

**Crain, Robert L., (1966)**, Fluoridation: The Diffusion of an Innovation Among Cities, Social Forces, Vol. 44, pp: 467.

**Crossan M., M., & Apaydin, M. (2010)**, A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47, 1154-1191.

**Damanpour, F. (1991)**, Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. Academy of Management Journal, Vol 34 Issue 3, 555-590.

**Damanpour, F. (1996)**, Organizational complexity and innovation: Developing and testing multiple contingency models. Management Science, 42, pp: 693-716.

**Damanpour.F.,Gopalakrishnan.S., (2001)**, The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations January 2001, Journal of Management Studies Volume 38 issue (1),pp: 45 – 65.

**Danneels, E. (2002)**, The Dynamics of Product Innovation and Firm Competences. Strategic Management Journal, 23, 1095-1121.

**Darroch, J., McNaughton, R. (2002)**, Examining the link between knowledge management practices and types of innovation. Journal of Intellectual Capital, Vol.3 issue 3, pp: 210-22.

**Dewar, J. L., & Dutton, J. (1986)**, The Adoption Of Radical And Incremental Innovations: An Empirical Analysis. Management Science, Vol. 32, Issue 11, pp. 1422–1433.

**Dosi, G. (1988)**, The Nature of the Innovation Process. In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, & L. Soete (Eds.), Technical Change and Economic Theory (pp. 221-238). London, NY: Pinter Publishers.

**Dosi G. (1988)**, Sources, Procedures, and Microeconomic Effects of Innovation Journal of Economic Literature, Vol. 26, pp. 1120–1171.

**Downs,W.G & Mohr,L.B (1976)**, Conceptual issues in the study of innovation, Administrative Science Quarterly , Dec., 1976, Vol. 21, No. 4 (Dec., 1976), pp. 700-714.

**Drucker, P. (1985)**, Innovation and Entrepreneurship. (MA), Cambridge.

**Drucker (1993)**, Innovation and Entrepreneurship, Harper&Row Publishers Inc., New York, USA.

**Durst,S.,Mention,.A.L.,Poutanen,P.,(2015)**, Service innovation and its impact: What do we know about? Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Volume 21, Issue 2, May–August 2015, Pages 65-72.

**Ettlie, J.E., Bridges, W.P. and O’Keefe, R.D (1984)**, Organization Strategy and Structural Differences for Radical vs. Incremental Innovation. Management Science, 30, 682-695.

**Evan, William M., & Greg Black, (1967)**, Innovation in Business Organizations: Some Factors Associated with Success or Failure of Staff Proposals, The Journal of Business, Vol. 40, pp: 519-530.

**Fagerberg,J.,Martin, B.R & Andersen.E.S,(2013)**,Innovation studies: Evolution & Future challenges , Oxford university press , 224 pages.

**Fischer, M. (2001)**, Innovation, Knowledge Creation And Systems Of Innovation. Annals Of Regional Science, Vol. 35, pp. 199–216.

**Forbes, D. (2016)**, How Can We Define Innovation? Entrepreneur & Innovation Exchange, pp: 1-4.

**Franklyn A.Manu & VenSriram (1996)**, Innovation, marketing strategy, environment, and performance, Journal of Business Research Volume 35, Issue 1, January 1996, Pages 79-91.

**Fingar, P. (2006)**, Extreme Competition: Innovation and the Great 21st Century Business Reformation, Meghan-Kiffer Press, Florida, USA.

**Freeman, C. & Soete, L. (1997)**, The economics of industrial innovation (3rd ed.) Cambridge, MA:Mit Press , 470 pages.

**Gatignon, H., Tushman, M. L., Smith, W., Anderson, P. (2002)**, A Structural Approach to Assessing Innovation: Construct Development of Innovation Locus, Type, and Characteristics. Management Science 48(9) 1103-1122.

**Garcia, R. & Calantone, R., 2002**, A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: a Literature Review. Journal of Product Innovation Management International Vol 19, issue 2, 110-132.

**Hadjimanolis, A. (1997)**, The Management of Technological Innovation In Small And Medium Size Firms In Cyprus, A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy, 396 pages.

**Haneda.S.,Ito.K.,(2018)**, Organizational and human resource management and innovation: Which management practices are linked to product and/or process innovation? Research Policy Volume 47, Issue 1, February 2018, Pages 194-208.



**HAOUATA,S&al. (2020)**, «Innovation et emplois dans les PME, quels rapports et quels effets sur les prévisions de croissance des effectifs ?», Revue Internationale des Sciences de Gestion, « Numéro 6 / Volume 3 : numéro 1 » pp : 564–571

**Herrera, MEB., (2016)**, Innovation for impact: Business innovation for inclusive growth Journal of Business Research Volume 69, Issue 5, May 2016, Pages 1725-1730.

**Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004)**. Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438.

**Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998)**, Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.

**Ionescu, A. & Dumitru, N. R. (2015)**, The Role of Innovation in Creating the Company's Competitive Advantage, *Eco forum*, 4(1), 99-104.

**Jansen et al., (2006)**, Effects of Organizational Antecedents and Environmental Moderators. *Management Science* Volume 52 issue 11, pp. 1661-1674.

**James M Utterback and William J Abernathy, (1975)**, A dynamic model of process and product innovation *Omega*, vol. 3, issue 6, 639-656.

**Jorde .T.M & Teece.D.J.(1990)**, Innovation and Cooperation: Implications for Competition and Antitrust, *The Journal of Economic Perspectives*

**Johannessen, J.A., Olsen.B, Lumpkin. G.T, (2001)**, Innovation as newness, *European Journal*

of Innovation Management Volume 4, (1), 20-31 , Vol. 4, No. 3, pp. 75-96.

**Kahn, K.B. (2012)**, The PDMA handbook of new product development. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

**Khazanci.S.,Lewis.M.W.,Boyer.K.K (2007)**, Innovation-Supportive Culture: The Impact of Organizational Values on Process Innovation *Journal of Operations Management* 25(4):871-884.

**King, N. (1992)**, Modeling the innovation process: An empirical comparison of approaches. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 65, 89-100.

**Kimberly, J. R., & Evanisko, M. J. (1981)**, Organizational innovation: The influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations. *Academy of Management Journal*, Volume 24 issue 4, 689-713.

**Knight, Kenneth E.,(1967)**, "A Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process," *The Journal of Business*, Vol. 40 ,pp. 478-496.

**Kogabayev,T&Maziliauskas,A, (2017)**, The definition and classification of innovation , *Holistica* Vol 8, Issue 1 , pp:58-72.

**Kotsemir, M., Abroskin A., Dirk,M. (2013)**, Innovation concepts and typology , an evolutionary discussion, *Basic Research Program Working Papers. Series: Sciences, Technology and Innovation WP BRP 05/STI/2013*, 48 pages.

**Kumar, V (2013)**, 101 design methods: A structured approach for driving innovation in your organization. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

**Lacom.P., Bazzaro.,F.,Sagot.,J.C. (2015)**, Soutenir l'innovation au sein d'une entreprise industrielle internationale en s'appuyant sur les utilisateur/Client : Approche Méthodologique et outils, Acte de conférence CONFERE, 2015, Lisbonne , Portugal 9-10 Juillet.



**Lafley, A.G., & Charan, R. (2008)**, The game-changer: How you can drive revenue and profit growth with innovation. New York: Crown Business.

**Lee.J.Y.,(2011)**, Incremental innovation and radical innovation : The impacts of human, structural, social, and relational, capital elements , dissertation Submitted to Michigan State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of doctor of philosophy Operations and Sourcing Management.

**Lin, C. Y. (2007)**, Factors affecting innovation in logistics technologies for logistics service providers in China. *Journal of Technology Management in China*, 2(1), 22-37.

**Mensch G. (1978)**, Stalemate Ying Technology: Innovation Overcome Tae Depression. Cambridge (Mass).

**M. Dadgson, D. Gann and A. Salter, (2008)**, The management of technological innovation, Oxford University Press, 2008. Model important

**McKinley, W., Latham, S., & Braun, M. (2014)**, Organizational decline and innovation: Turnarounds and downward spirals. *Academy of Management Review*, 39, 88-110.

**Milutinović.R, Stosic.B, Mihic.M, (2015)**, Management Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies Volume 20, n°77, pp: 35-42.

**Mohr, Lawrence B., (1969)**, Determinants of Innovation in Organization, *American Political Science Review*, Volume 63, pp: 111-126.

**Nadler, D. and Tugman, M.(1980)**, A Model for Diagnosing Organizational Behavior in Tushman M. and Moore W(eds) (1988) "Readings in the Management of Innovation" Cambridge Mass.: Ballinger.

**Nelson, R. and Winter, S. (1982)**, An Evolutionary Theory of Economic Change Harvard Cambridge, MA: University Press.

**Nohri, N., & Gulati, R. (1996)**, Is slack good or bad for innovation? *The Academy of Management Journal*, 39, 1245-1264.

**O'Sullivan, D., & Dooley, L. (2009)**, Applying innovation. Thousand Oakes, CA: SAGE Publications, *organizational Psychology*, 2, 305-337.

**Porter, M. E. (1990)**, The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68,pp: 73-93.

**Porter, M.E., & Stern, S. (1999)**, The new challenge to America's prosperity: Findings from the innovation index. Washington, DC: Council on Competitiveness.

**Rogers, E. M. (1983)**, Diffusion of innovations, Third edition New York: The Free Press, Page 165.

**Rogers, M. (1995)**, Diffusion Of Innovation, 4th Edition. New York: The Free Press.

**Rowe,L.A.,Boise,W.B, (1974)**, Organizational Innovation: Current Research and Evolving Concepts, *Public Administration Review* , Vol. 34, No. 3 , pp: 284-293.

**Rothaermel, F.T. (2013)**, Strategic management: Concepts & cases. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.

**Sahal,D.(1985)**, Technological guideposts and innovation avenues *Research Policy*,vol. 14, issue 2, 61-82.

**Sapolsky, Harvey M., (1967)**, Organizational Structure and Innovation," *The Journal of Business*, Vol. 40, pp: 497-510.



**Schachter .M.E, (2018)**, The nature and variety of innovation International Journal of Innovation Studies Volume 2, Issue 2, June 2018, Pages 65-79.

**Schilling, M.A. (2013)**, Strategic management of technological innovation (4th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.

**Schumpeter, J.A. (1934)**, The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA.

**Schumpeter, J. (1942)**, Capitalism, Socialism, and Democracy, Harper & Brothers Publishers: New York.

**Seram.N., Nanayakkara.J.,Lanarolle.G,(2015)**, Product innovation for customers a study of innovation process Conference paper November 2015 Conference: International Conference On Apparel, Textile and Fashion Design.

**Śledzik K., (2013)**, Schumpeter's view on innovation and entrepreneurship (in:) Management Trends in Theory and Practice, (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina & Institute of Management by University of Zilina, pp:89-95.

**Silverstein, D., Samuel, P., & DeCarlo, N. (2009)**, The innovator's toolkit: 50+ techniques for predictable and sustainable organic growth. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

**Stock, G.N., Greis, N.P., Fisher, W.A. (2002)**, Firm size and dynamic technological innovation. Technovation, 22, pp: 537-549.

**Taalbi, J. (2017)**, What drives innovation? Evidence from economic history. Research Policy, Elsevier, vol. 46,issue :8, pp:1437-1453.

**Taques,F.H., Lopès,M.G.,Basso,L.F.,Areal, N.(2020)**, Indicators used to measure service innovation and manufacturing innovation, Journal of Innovation & Knowledge,pp: 1-16.

**Taylor,S.(2017)**, What Is Innovation? A Study of the Definitions, Academic Models and Applicability of Innovation to an Example of Social Housing in England, Open Journal of Social Sciences vol 5 issue 11, pp: 1-19.

**Tushman.M, Nadler.D (1986)**, Organizing for Innovation,California Management Review 28, no. 3 ,pp: 74-92.

**Trott, P. (2012)**, Innovation management and new product development (5th ed.). Harlow, England: FT/Prentice Hall.

**Tohidi.H & M.M.Jabbari (2012)**, Innovation as a success key for organizations , procedia technology 1 p: 560-564.

**Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K., & Wiley, J. (1998)**, Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change.

**Tidd, J. & Bessant, J. (2009)**, Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. (4th Ed). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

**Twiss, B. (1989)**, Goodridge M., Managing Technology For Competitive Advantage: Integrating Technological And Organisational Development: From Strategy To Action.Trans-Atlantic Publications.





**Utterback, J.M. (1971)**, The process of technological innovation within the firm. *Academy of Management Journal*, 14, 75-88.

**Urabe, K. (1988)**, Innovation and the Japanese Management System, *Innovation and Management: International Comparisons*, de Gruyter, New York, pp: 3-25.

**Van de Ven .A.H. (1986)** , Central Problems in the Management of Innovation, *Management Sciences Journal*, Vol. 32, No. 5, Organization Design , pp. 590-607.

**Vives, X.(2008)**, Innovation and Competitive Pressure. *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 56, Iss. 3, pp. 419-469.

**Van de Ven, A., Polley, D.E., Garud, R., & Venkataraman, S. (1999)**, The innovation journey. New York: Oxford University Press.

**Wang C., Kafouros M. (2009)**, What Factors Determine Innovation Performance in Emerging Economies? Evidence from China *International Business Review*, Vol. 6, No. 6, pp. 606–616.

**Victor, T.A.(1965)**, Bureaucracy and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 5 (June 1965), pp: 1-2.

**West, M. A., & Farr, J. L. (1990)**, Innovation at work. In M. A. West, & J. L. Farr (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies*, pp: 3-13, Chichester: Wiley.

**Wilson, J.Q.(1966)**, Innovation in Organization: Notes Toward a Theory," in *Approaches to Organizational Design*, James D. Thompson (ed.) (Pittsburgh: University of Pittsburgh Press, 1966), pp:193-218.

**Zawawi,N.F.M., Abd Wahab,S., Al-Mamun,A., Yaacob,A.S., Samy,N.K.,&Fazal,S.A,(2016)**, Defining the Concept of Innovation and Firm Innovativeness: A Critical Analysis from Resorce-Based View Perspective, *International Journal of Business and Management*; Vol. 11, No. 6, pp: 87-94.

**Zaltman, G., Duncan, R., & Holbek, J. (1973)**, *Innovations and organizations*. New York, NY: John Wiley and Sons.