

Abstrakt

Předkládaná práce řeší téma inovační firemní kultury a nástrojů jejího měření. Práce je vystavěna systematicky od obecného ke konkrétnímu. První část práce se věnuje obecné definici kultury a jejích charakteristik. Dále je popsán fenomén organizační kultury spolu s prvky, kterými je určován. Poslední teoretická část se týká definice specifického typu firemní kultury, jehož doménou je podpora dlouhodobé inovační schopnosti. Tato definice je podložena rešerší literatury k tomuto tématu.

Na tomto základě je představeno několik nástrojů, které se snaží měřit inovační kulturu nebo podobné koncepty a jsou komentovány ve vztahu právě k definici inovační kultury. Následuje výzkumná část, která obsahuje výsledky použití nástroje od Rao a Weintraub (2013) a jeho hodnocení. Tento nástroj byl aplikován na konkrétní podnik, jehož činností je poradenství v oblasti inovací a designu nových produktů a služeb.

Výzkum byl prováděn za základním účelem použitého nástroje – změření inovační kultury dané firmy, ale také za účelem zhodnocení kvality měřicího nástroje z pohledu validity a z pohledu metodologie tvorby dotazníku.

Výzkumem se podařilo ověřit validitu použitého nástroje, ale z metodologického hlediska v dotazníku byly zjištěny určité nedostatky.

Klíčová slova

Kultura, firemní kultura, inovace, inovační firemní kultura, inovační leadership