

# MANAGEMENT INOVACÍ

## 1. TEORETICKÉ VYMEZENÍ MANAGEMENTU INOVACÍ

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

Podstatná charakteristika současné doby?

**změna!!!**

- Charakteristika soudobých celosvětových změn:
  - nepřetržitost;
  - růst tempa;
  - významné dopady na ekonomické subjekty.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Dynamické změny jsou součástí prakticky veškerých oblastí života:
  - hospodářských;
  - politických;
  - sociologických;
  - technologických;
  - legislativních;
  - ekologických;
  - kulturních.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Úspěch organizace je podmíněn:
  - neustálým sledováním a vnímáním změn;
  - pružnými reakcemi na změny:
    - znalost principů managementu inovací
    - schopnost aktivně ovlivňovat budoucnost.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Schopnost aktivně ovlivňovat budoucnost:
  - požadavky stanovené spotřebiteli na producenty jsou stále více komplexní (spotřebitelům již nestačí pouze kvalitní, cenově dostupný a jedinečný produkt);
  - konkurenční výhoda = zážitek ze spotřeby produktu;
  - producenti musí odhadnout, co si budoucnost žádá (co bude chtít spotřebitel prožívat);

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Konkurenceschopnost inovativních organizací spočívá ve schopnosti:
  - odhadu budoucích potřeb zákazníka;
  - realizace těchto potřeb;
  - prodeje těchto potřeb;
  - udržení nákladové efektivity organizace.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Nutnost měnit přístup ke spotřebiteli není žádnou novinkou.
- Nyní už však nejde o poskytování pouze toho nejlevnějšího, nej kvalitnějšího nebo nejoriginálnějšího produktu, ale o produktu, s jehož spotřebou budou spojeny nové emoce.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

Vztah potřeba zákazníka – zaměření organizace:

Období	Potřeba zákazníka	Zaměření firmy
60. léta	cena	efektivita
70. léta	kvalita	kvalita
80. léta	výběr a dostupnost	flexibilita
90. léta	diferenciace (jedinečnost)	inovativnost
po roce 2000	zážitek (emoce)	nalézání nových potřeb pro zákazníka



# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- Myšlenka, že dlouhodobě může existovat pouze firma, která trvale roste, platila od prvopočátku lidské hospodářské činnosti (dnes je její význam a nadčasovost ještě výraznější).
- Za růst v tomto případě nemusíme nutně chápat neustále se zvyšující hodnoty parametrů jako obrat, zisk, počet odběratelů, a s tím související počet zakázek, aktiva apod. Spíše je v kontextu turbulentního prostředí soudobého tržního hospodářství tímto trvalým růstem chápána schopnost neustálého rozvoje a posunu znalostí a hodnot firmy.

# 1. Teoretické vymezení managementu inovací

- V organizaci tedy máme vztah:

rozvoj a posun znalostí



trvalý růst



dlouhodobá existence

Děkuji za pozornost