

MANAGEMENT INOVACÍ

7. MĚŘENÍ EFEKTIVNOSTI INOVACÍ

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

7. Měření efektivnosti inovací

Inovace je kvalitativní změnou.



Každá inovace by tudíž měla být odlišná.



Každá inovace musí být měřena a hodnocena.



Kvalitativní podstata inovace (a tedy její kvantitativní vágnost) je však významným úskalím pro její měření.

7. Měření efektivnosti inovací

- Inovaci tvoří vstupy (inovační schopnost), procesy a výstupy (inovační výkonnost) a všechny tyto části by měly být měřeny.
- Máme tedy inovační měření:
 - a) vstupů;
 - b) procesů;
 - c) výstupů.

7. Měření efektivnosti inovací

- Ad a) Měření vstupů:
 - provozní náklady;
 - kapitálové výdaje;
 - počet zaměstnanců určených na činnosti související s inovacemi.

- Ad b) Měření procesů:
 - doba trvání přeměny nápadu v realizaci;
 - počet nápadů, které se v rámci inovačního procesu posunují z jedné etapy do etapy další.

7. Měření efektivnosti inovací

- Ad c) Měření výstupů:
 - počet nově uvedených produktů;
 - změna tržního podílu;
 - nárůst prodeje;
 - růst zisku.
- Obecně platí, že se více podniků věnuje měření výstupů, tedy inovační výkonnosti, než měření vstupů, tedy inovační schopnosti.

7. Měření efektivnosti inovací

- Nejvýznamnější metriky měření inovace jako celku (vstupy i výstupy):
 - doba do uvedení nového produktu na trh („time to market“);
 - prodej nových produktů;
 - návratnost investice do inovace.
- Další příklady měření inovace – nejedná se o systematické komplexní metodické metriky, ale o konkrétní nástroje měření (často jako součást výše uvedených metrik):
 - zmetkovitost výrobků;
 - počet vyrobených výrobků;
 - zavedení nové technologie;
 - počet návštěv na webových stránkách (marketingové inovace, ale nejenom ony);
 - počet realizovaných on-line nákupů (marketingové inovace, ale nejenom ony);
 - jde zejména o způsoby měření pouze inovačních výstupů.

7. Měření efektivnosti inovací

- Neexistuje dostatek indikátorů, které by byly schopny vyjádřit inovační vstupy a výstupy, což představuje největší překážku při výzkumu úlohy inovací v ekonomických procesech → ekonomický (finanční) rozměr inovací je kvůli jejich vágnosti a nejasnosti velmi složitý.
- Metody kvalitativního měření v oblasti výzkumu a vývoje umožňují pouze v malé míře přímé měření inovačních vstupů, resp. výstupů.
- K tomuto účelu lze využít odvozené veličiny, za které např. lze na straně vstupů považovat náklady na výzkum a vývoj a na straně výstupů počet získaných patentů.

Děkuji za pozornost