

MEZINÁRODNÍ MANAGEMENT

7. ČÁST: VÝZKUM, VÝVOJ A INOVACE

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

7. Výzkum, vývoj a inovace

7.1 Význam a důvod invencí

7.2 Zdroje invencí

7.3 Inovace

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

7.1 Význam a důvod invencí

Mezinárodní konkurenceschopnost firem



Ovlivňování budoucnosti



Vynalézání a následná produkce nových produktů a postupů - invence

7.1 Význam a důvod invencí

Důvody nutnosti invence:

- vývoj komplexnosti požadavků zákazníka
- životní cyklus produktu
- technologický pokrok

7.1 Význam a důvod investic

Vztah potřeba zákazníka – zaměření firmy
(marketingové okénko):

Období	Potřeba zákazníka	Zaměření firmy
60. léta		
70. léta		
80. léta		
90. léta		
po roce 2000		

7.1 Význam a důvod invencí

- **Invence:**

- nové, neotřelé a hodnotu přidávající nápady, ideje a představy, které jsou produktem kreativního myšlení;
- výstupem je nový a hodnotu přidávající objekt nebo postup;
- princip:

- motivace pro pracovníky VaV:
 - finance;
 - vědecké jméno;
 - altruismus;

7.1 Význam a důvod invencí

- Invence:

- předpoklad: znalost současného stavu problematiky;
- souvislost s pozitivními externalitami;
- charakter: teoretický;
- dva typy:
 - změnová;
 - zásadní;
- ochrana prostřednictvím práv duševního vlastnictví.

7.2 Zdroje invencí

- Zdroje invencí jsou rozlišovány na základě míry novosti.
- Zdroje invencí:
 - a) akceptace;
 - b) imitace;
 - c) adaptace;
 - d) absolutní invence.

7.2 Zdroje invencí

ad a) Akceptace

- diskutabilní invence;
- využití nebo pochopení stávajícího řešení;
- invenční charakter spočívá pouze v pochopení dosud známé znalosti.

ad b) Imitace

- neboli nápodoba;
- stávající řešení mírně přizpůsobeno potřebám firmy.

7.2 Zdroje invencí

ad c) Adaptace

- neboli modifikace;
- stávající řešení významně přizpůsobeno potřebám firmy;
- použití stávajícího řešení v diametrálně odlišných podmínkách.

ad d) Absolutní invence

- naprosto jedinečné a novátorské řešení mající zásadní přidanou hodnotu;
- nejvyšší úroveň invence.

7.3 Inovace

- Inovace = praktické využití invence.
- Příklady inovací se nachází v nových:

- Rozlišování inovací:
 - mírou novosti;
 - oblastí řešení.

7.3 Inovace

Technický základ produktů je u firem založen na podobném principu.



Diferenciačním prvkem jsou inovace.



Inovace je významným aspektem konkurenční výhody firem v národním i mezinárodním prostředí.



Růst investic na vytváření inovací a jejich ochrany.

7.3 Inovace

- Rozlišování inovací dle míry novosti = řády inovací:

0. řád – regenerace:

- obnova určitých prvků podnikání s cílem zabránit degradaci;
- prvky podnikání i vztahy mezi nimi jsou nezměněny;
- přizpůsobování podnikání vnějšímu prostředí;
- příklad:

7.3 Inovace

- Rozlišování inovací dle míry novosti = řády inovací:

1. řád – intenzita vazeb:

- změna vztahů mezi prvky podnikání;
- prvky podnikání jsou nezměněny;
- přizpůsobování podnikání vnějšímu prostředí;
- příklad:

7.3 Inovace

- Rozlišování inovací dle míry novosti = řády inovací:

2. řád – kvantita:

- obnova a změna množství určitých prvků podnikání;
- kvalita prvků podnikání a vazeb mezi nimi je nezměněna;
- příklad:

3. řád – kvalita:

- změna kvality určitých prvků podnikání;
- funkce prvků podnikání nezměněny;
- příklad:

7.3 Inovace

- Rozlišování inovací dle míry novosti = řády inovací:

4. řád – varianta:

- změna funkcí prvků podnikání;
- nové řešení produktu;
- příklad:

5. řád – generace:

- soubor změn všech prvků podnikání;
- zvýšení současné úrovně funkcí produktu;
- příklad:

7.3 Inovace

- Rozlišování inovací dle míry novosti = řády inovací:

6. řád – koncepce:

- nový přístup k funkcím produktu;
- nová technologie = změna funkcí prvků, ale i funkcí produktu;
- nové řešení produktu;
- příklad:

7. řád – princip:

- nový přístup k podnikání – změna řídicí a produkční struktury;
- nové portfolio produktů;
- příklad:

7.3 Inovace

- Neoddiskutovatelný význam inovací → právní ochrana.
- Ochrana práv duševního vlastnictví má čtyři následující formy:
 - a) patent;
 - b) průmyslový vzor;
 - c) užitný vzor;
 - d) ochranná známka.
- Většinu ochrany duševních práv drží nadnárodní korporace z těchto dvou hlavních důvodů:
 - konkurenční tlaky v mezinárodním prostředí;
 - finanční možnosti nadnárodních korporací.

7.3 Inovace

ad a) Patent

- světově nové technické řešení;
- praktická využitelnost;
- princip: „kdo dříve přijde, ten dříve mele“;
- platnost: dvacet let od podání přihlášky (tlak na rychlé vyřízení).

ad b) Průmyslový vzor

- vzhled produktu, který je nový, individuální a má specifické parametry;
- ochrana není možná, pokud je vzhled produktu tržně využíván déle než rok;
- platnost: pět let od podání přihlášky (opakovaně až dvacet pět let).

7.3 Inovace

ad c) Užitečný vzor

- mezistupeň mezi a) a b);
- nové technické řešení přesahující rámec pouhé odborné dovednosti;
- průmyslová využitelnost;
- ochrana není možná, pokud je řešení zveřejněno více než šest měsíců;
- platnost: čtyři roky od podání přihlášky.

7.3 Inovace

ad d) Ochranná známka

- produkt odlišující označení, které:
 - musí být možno znázornit graficky;
 - musí produkt odlišovat naprosto specificky;
 - nesmí být běžné;
- platnost: deset let od podání přihlášky.

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

Inovace je naprostou nutností pro každou nadnárodní korporaci.



Ne všechny nadnárodní korporace mají dostatečnou sílu na pokrytí nákladů a rizik souvisejících s inovacemi.



Nutnost spolupráce.

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

- Dva základní důvody ke spolupráci nadnárodních korporací v oblasti inovací:
 - sdílení nákladů a rizik;
 - hledání nových možností a odvětví.
- Nadnárodní korporace mohou ke vzájemné spolupráci v oblasti inovací přistupovat dvěma způsoby (strategiemi):
 - a) zřizováním klastrů;
 - b) realizací přístupu modrého oceánu;

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

ad a) Klastry

- Důvod: nedostatečná síla na pokrytí nákladů a rizik souvisejících s inovacemi.
- Řešení: sdílení nákladů a rizik souvisejících s inovacemi → spolupráce za účelem inovace → dosažení konkurenční výhody v mezinárodním prostředí.

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

ad a) Klastry

- Klastř:
- soubor vzájemně propojených organizací za účelem spolupráce;
- dvě extrémní formy (důvody) vzniku klastrů:
 - 1) klastry tvořené organizacemi různých odvětví:

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

ad a) Klastry

- Klastr:

- 2) klastry tvořené organizacemi stejného odvětví:

- nejčastější důvod vzniku klastru není vyhraněný prvním, nebo druhým důvodem (někde mezi).

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

ad b) Modrý oceán

- Důvod: snaha o nalezení nových možností, postupů a odvětví.
- Princip: popření předpokladu, že počet odvětví je neměnný.
- Na rozdíl od zřizování klastrů je tato strategie vhodná pouze pro velké a kapitálově silné nadnárodní korporace.

7.4 Inovační strategie mezinárodní konkurenceschopnosti

ad b) Modrý oceán

- Strategie předpokládá dva oceány (dva trhy):
 1. červený oceán
 - konkurenční boje mezi všemi firmami o stejný segment zákazníků;
 - staré odvětví, staré technologie a staré přístupy;
 - řeší se pouze dilema mezi diferenciací a nízkými náklady.
 2. modrý oceán
 - s konkurencí se prakticky není třeba srovnávat;
 - realizace nového přístupu k zákazníkovi, nových technologií nebo přímo nového odvětví;
 - strategie velmi riziková, viz silné firmy.

Děkuji za pozornost