

Inovácie, firma a financie

INNOVATIONS, FIRM AND FINANCIE

Abstrakt

Autor analyzuje niekoľko prístupov v teórii firmy z hľadiska inovácií a optimalizácie jej ekonomického fungovania. Z hľadiska teórie optimalizujúcej firmy si podnikateľ vyberá také odvetvie, v ktorom sa pri hraničných sumárnych nákladoch dá dosiahnuť maximálny zisk. Podľa teórie optimalizujúcej firmy má úloha organizácie (riadenia) jasne vymedzenú úlohu. Ďalším príspevkom k teórii inováčnej firmy je teória transakčných nákladov.

Kľúčové slová

Inovácie, firma, financie

Abstract

The author analyzes several approaches in the theory of firms in terms of innovation and economic optimization of its functioning. In terms of theory optimizes a company entrepreneur selects the sector in which the summary at the border cost can achieve maximum profit. According to the theory of optimizing firms, the role of the organization (management) clearly defined role. Another contribution to the theory of innovative firms is the theory of transaction costs.

Key words

innovations, firm, finance

ÚVODOM

Inovácia je proces transformácie nákladov do výroby s cieľom produkcie, ktorá má vyššiu kvalitu a nižšie náklady ako v minulosti. Inovácia je hybná sila ekonomiky. Hoci vlády a iné organizácie verejného sektora uskutočňujú investície, zabezpečujúce realizáciu inovácií, v súčasnej ekonomike zvýšenie kvality a zníženie základov výroby tovarov a služieb závisia od investícií komerčných organizácií. Preto teória inováčného podniku hrá významnú úlohu v analýze výsledkov fungovania ekonomiky. Táto teória by mala byť zameraná na to pri

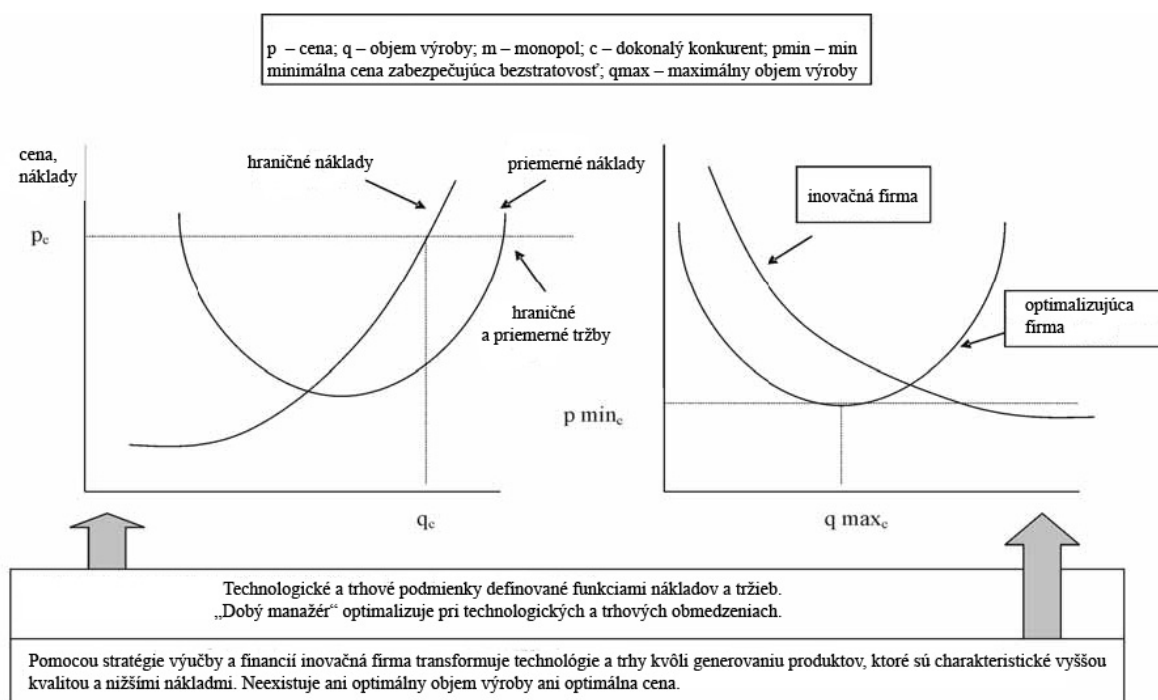
dodržaní akých podmienok činnosť firiem vedie k inováciám a ovplyvňuje ekonomický rast, rozdelenie príjmov, stabilitu ekonomiky, v ktorej tieto firmy pôsobia.

Medzi najvýznamnejšieho teoretika teórie inovačnej firmy patrí William Lazonick, (Lazonick, 2003) ktorý transformoval obyčajnú teóriu optimalizujúcej firmy na teóriu inovačnej firmy, vysvetlil spojitosť teórie inovačnej firmy s teóriou transakčných nákladov (Williamson, 2005), a pokúsil sa popísať posledné pokusy zavedenia pojmu „dynamické schopnosti“, a pojmu „sociálne podmienky inovačného podniku“ do teórie inovačnej firmy, ktorej autorom je samotný William Lazonick spolu s Mary O’Sullivan (Lazonick, O’Sullivan, 2000).

1 OPTIMALIZÁCIA

Ako vyzerá teória firmy z hľadiska optimalizácie a z hľadiska teórie inovácií. Komerčný podnik sa snaží výrobné faktory transformovať na tovary a služby prinášajúce tržby a zisk. Teória firmy vysvetľuje ako sa odohráva výrobná transformácia z hľadiska stratégie, financovania a organizácie. V neoklasickej teórii sa hovorí, že podnikateľ nehrá žiadnu úlohu pri vytvorení nerovnováhy, teda realokácii finančných prostriedkov z jedného odvetvia do druhého. Okrem toho neoklasickí teoretici tvrdia, že podnikateľ nemusí mať žiadne špeciálne poznatky na to, aby mohol konkurovať v jednom odvetví, a nie v druhom. Avšak v teórii inovačnej firmy špecializovaný poznatok podnikateľa pre odvetvie v ktorom chce viesť konkurenčný boj, má rozhodujúci význam pre schopnosť jeho firmy k inováciám v danom odvetví.

Neoklasická teória hovorí o tom, že existujú fixné náklady, ktoré sa so zväčšovaním objemu produkovaných tovarov alebo služieb zmenšujú. Téza neoklasickej teórie pozostáva v tom, že podľa nej si podnikateľ nevyberá stálu úroveň fixných nákladov a konkrétne výrobné podmienky, ktoré sú v nich zakomponované, ako časť výrobnnej stratégie firmy. Existujú však aj premenlivé faktory, ktoré vedú k tomu, že náklady začínajú v istom bode stúpať a majú podobu písmena U. Z hľadiska teórie optimalizujúcej firmy si podnikateľ vyberá také odvetvie, v ktorom sa pri hraničných sumárnych nákladoch dá dosiahnuť maximálny zisk. Podľa teórie optimalizujúcej firmy má úloha organizácie (riadenia) jasne vymedzenú úlohu. Podnikateľ riadi premenlivé faktory výroby, najmä prácu. Počas zväčšovania objemu výroby podľa neoklasickej teórie dochádza k stiesneniu podmienok výroby a strate kontroly nad zamestnancami.



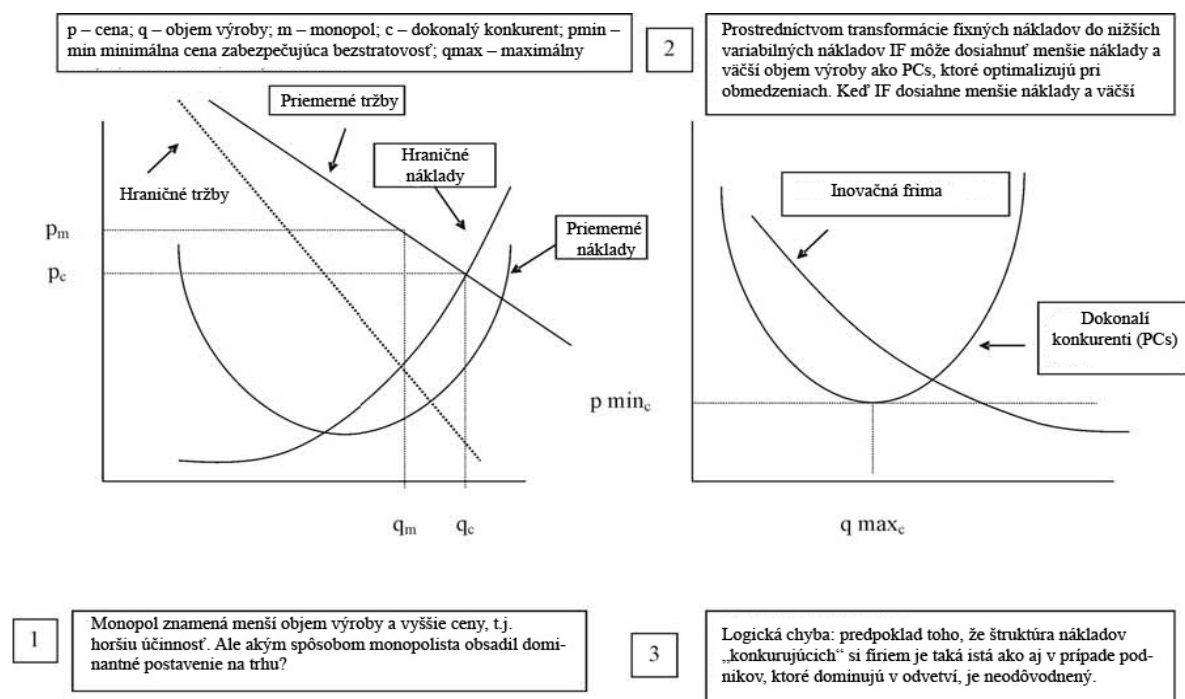
Prameň: Oxford Handbook of Innovation, 2006

Teória inovačnej firmy však neberie do úvahy stiesnenie podmienok a straty kontroly nad personálom ako „obmedzujúci“ faktor. Aká je úloha finančných prostriedkov v teórii optimalizujúcej firmy? Firma potrebuje finančné investície, ktoré sú spojené so stálymi nákladmi, pretože výnosy spojené s investíciami sa objavia až po čase. Teória optimalizujúcej firmy postuluje, že firma môže v akýkoľvek moment predat' akékoľvek pre ňu nevyhnutné množstvo výrobkov za cenu dominujúcu na trhu. Avšak firma sa stretáva s rizikom, že v budúcnosti nastane situácia, ktorá nie je výhodná z hľadiska konjunktúry. Niektoré firmy však odídu z trhu a umožnia existovať ostatným a dosahovať „normálnu“ úroveň zisku. Neoklasickí teoretici však traktujú situáciu „tvrdej konkurencie“ tak, že firmy využívajú stále náklady ako nenávratné náklady a žijú len dovtedy pokiaľ ich premenlivé náklady nie sú schopné pokryť cenami, za ktoré predávajú výrobky a služby na trhu. (Penrose E., 1995). Vďaka tomu firmy existujú vďaka svojim existujúcim investíciám, a súčasne im nestačia finančné prostriedky kvôli zdôvodneniu financovania nových investícií. Naopak v teórii inovačnej firmy sa predpokladá, že investície uskutočňované firmou, sa musia realizovať a použiť počas určitého času, v miere toho ako firma transformuje technológie a získava prístup k trhom skôr ako začnú prichádzať výnosy z týchto investícií, alebo dokonca skôr ako začne byť známa miera výnosov. Rovnaký problém je v teórii optimalizujúcej firmy ako aj

v teórii inovujúcej firmy, a pozostáva v tom, či bude dominovať určitá miera výnosov aj v budúcnosti. Táto miera výnosnosti nedominuje dokonca ani v prítomnosti. Teória inovačnej firmy hovorí, že investovať do inovácií sa musí bez ohľadu na to, že existuje technologická, trhovú a konkurenčná neistota. Technologická neurčitost' existuje preto, lebo sa môže ukázať, že firma nie je schopná rozpracovať dokonalejšie technológie a produkty. Ak optimalizujúce firmy budú investovať len v tých prípadoch, ktoré im zabezpečujú adekvátny výnos.

Schéma číslo 2:

Omyl v modeli monopolu



Prameň: Oxford Handbook of Innovation, 2006

To umožňuje inovačným firmám uskutočniť inovačné investície. Ak budú tie úspešné, umožnia im prekonať optimalizujúce firmy. Stáva sa, že optimalizujúce firmy neskôr zistia, že príčinou „nepriaznivej konjunktúry“ môže byť výsledkom činnosti inovačnej firmy v súlade s jej „optimalizujúcim“ správaním sa.

Aby sa dali urobiť závery vo vzťahu k relatívnej ekonomickej účinnosti v rámci neoklasickej teórie, jej produkciu a cenu treba porovnať s analogickými ukazovateľmi, ktoré môže dosiahnuť inovačná firma transformujúca technologické a / alebo trhové podmienky. Aby sa to dalo dosiahnuť, teória inovačného podniku musí dosiahnuť to, aby bolo možné analyzovať celkové pevné náklady, a vzťah medzi priemernými pevnými nákladmi a priemernými

premenlivými nákladmi počas procesu inovácie. Úloha, ktorá stojí pre teóriou inovačného podniku, pozostáva v tom, aby sa vysvetlila to, že keď sa vyrába kvalitnejšiu produkciu s a/alebo nižšími nákladmi, konkrétny podnik sa môže oddeliť od iných výrobcov a stať sa dominantnými v danom odvetví.

Na rozdiel od optimalizujúcej firmy, inovačná firma nemá zadané ako obmedzenie náklady na účasť v odvetví. Pri prevládajúcich cenách úrovní fixných nákladov, ktoré má, odráža jej inovačnú stratégiou. Nerozdeliteľná technológia, alebo „podnikateľ“ ako stály faktor nediktuje stratégiu stálych nákladov. Ide o typický predpoklad neoklasickej teórie optimalizujúcej firmy. Stratégia stálych nákladov najskôr vyplýva z hodnotenia, ktoré v danej firme robia ľudia ohľadom stratégie výberu kvality výrobných zdrojov, ktoré je potrebné investovať do rozpracovania technológií a výrobkov lepšej kvality. Práve rozpracovanie výrobných zdrojov, ktorá je „vnútornou záležitosťou firmy“ vytvára pre podnik potenciál, ktorým sa realizuje inovačná stratégia s cieľom získania stabilnej prevahy nad svojim konkurentmi a definovania dominujúceho postavenia nad svojimi konkurentmi. Ak sú investície úspešné menia sa na lepšie produkty, technológie a schopnejších ľudí ako doposiaľ. Zvýšené fixné náklady, ktoré sú spojené s investíciami tohto typu pre podnik znamenajú na istý čas zníženie konkurencieschopnosti. Tento stav je dovedy, pokiaľ podnik nie je v stave transformovať technológie tak, aby získal prístup k novým trhom, čo následne generuje výnosy. Ak má veľkosť investícií do fyzického kapitálu tendenciu zväčšovať náklady na inovačnú stratégiu, taktiež sa zväčšuje doba investovania do organizácie ľudí, ktorí sa zapájajú do kolektívneho a kumulatívneho – alebo organizačného – učenia, ktoré je jedným z hlavných charakteristík inovačného procesu.

Pre dynamiku inovačného procesu je potrebná nielen dynamika produktových nákladov, ale aj evolúcia dopytu po produktoch (Lazonick, 1991). V konkrétny moment času bude existovať dopyt po tovaroch, alebo službách, ktorý bude závisieť od príjmov. Inovačná firma musí získať prístup k trhom, čo znamená, že tento proces sa nezaobíde bez investícií do distribúcie, marketingu, reklamy a presadzovanie značky. Tieto investície sú potrebné v dôsledku potreby informovať a presvedčať potenciálnych kupujúcich v tom, že produkt má skutočne lepšie kvality, ako alternatívne tovary alebo služby, ktoré by mali uspokojovať potenciálne požiadavky. Uvedené investície potrebné kvôli získaniu prístupu k trhu, môžu vytvárať krivku dopytu na produkt tak, že sa bude zväčšovať množstvo tovaru, po ktorom budú mať kupujúci dopyt pri známej definovanej cene. Určitú veľkosť bude mať tento dopyt a vtedy začne byť „presvedčivý“, keď čoraz viac spotrebiteľov bude presvedčených to, že produkt firmy je kvalitnejší ako výrobok konkurencie. Ináč povedané, kupujúci budú schopní platiť za výrobok

firmy prémii. Investície môžu tiež vytvárať cenovú elasticitu dopytu na produkt v takej miere, v akej vnímanie kupujúcimi vyššej kvality znižuje ich pripravenosť znižovať objem dopytu s rastom ceny.

Názor v súlade s ktorým firma môže uskutočňovať alokáciu zdrojov preto, aby ovplyvňovala dopyt po produkte bola kľúčovou myšlienkou práce Edwarda Chamberlina v jeho monografii z roku 1933 *The Theory of Monopolistic Competition* (Teória monopolistickej konkurencie). Avšak Chamberlin sa nesnažil vystavať teóriu inovačnej firmy. On jednoducho dokazoval, že prostredníctvom výdavkov na reklamu mohla by posunúť krivku dopytu smerom do strany priamky, s ktorou sa stretáva, čo znamená, že sa stáva možným zvýšiť cenu. Avšak kvôli zabezpečeniu toho krivka nákladov sa posúva smerom hore, pričom firma nezväčšuje ponuku. Čo znamená (Chamberlin, 1958, s. 68), že „pri monopolistickej konkurencii je cena nevyhnutne vyššia, a objem predaja nižší. Tento model sa vystavil vážnej kritike (Lazonick, 1991, 165 - 168).

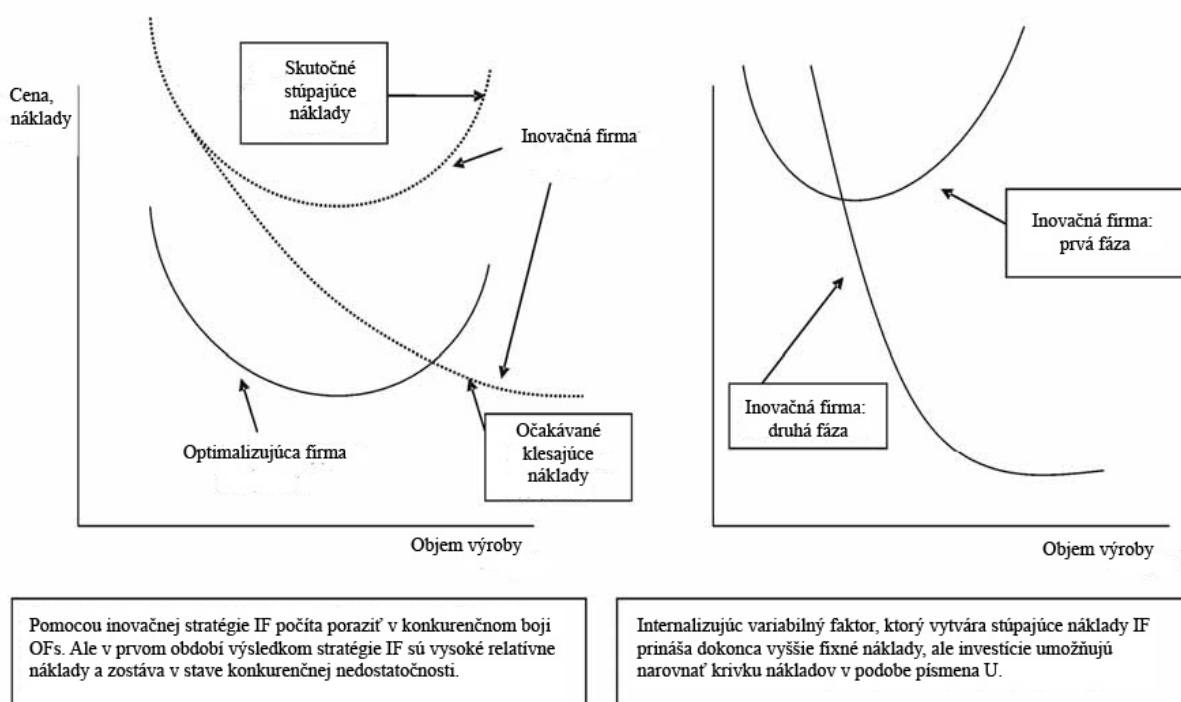
Inovačná firma generuje tržby vtedy, keď je vstave rozpracovania a využitia výrobných faktorov ponúknuť klientom produkt takej kvality, ktorý sú schopní zaplatiť. Čo určuje v teórii inovačnej firmy cenu a objem výroby? Odpoveď vychádza z endogénosti inovačného procesu, ktorým sa vytvára trhový dopyt. Inovačná firma má veľmi veľký záujem o zväčšenie trhu, ku ktorému má prístup. Rast trhového podielu zväčšuje skúsenosť učenia sa inovačných firiem, a súčasne pomáha vytvárať bariéru pre ich prístup ku klientom nielen v súčasnosti, ale aj v budúcnosti, v miere toho ako sa kupujúci stávajú klientmi inovačných firiem, ktorí opakujú svoje nákupy produktov inovačných firiem (Christensen E. ,1997) a zväčšujú dopyt po nich.

2 DYNAMIKA

Tržby inovačnej firmy vytvárajú predpoklad pre podporu jej organizačnej celostnosti. Dynamika inovačného procesu umožňuje to, aby firmy obsadili viaceré segmenty trhu, so spotrebiteľmi s rôznymi príjmami. Všeobecným pravidlom je to, že produktové inovácie sa premiestňujú od segmentov s vysokými príjmami k segmentom s nižšími príjmami. Kupujúci v segmente s vyššími príjmami sú menej citliví na zvyšovanie cien. Inovačná firma zvyčajne neobsadzuje segmenty trhu so spotrebiteľmi s celou škálou príjmov. Obsadenie jedného segmentu je predpokladom obsadenia iných častí trhu. V sfére spotrebnej elektroniky existuje nespočetné množstvo príkladov a modelov obsadenia rôznych segmentov trhu.

Na rozdiel od klasickej monopolistickej teórie monopolu, ktorá tvrdí, že optimalizujúci monopolista bude preferovať znižovanie objemu výroby za vyššie ceny, ako suma konkurujúcich si firiem v jednom odvetví, inovačná firma sa postupne stáva dominujúcou prostredníctvom transformácie odvetvových nákladov, formovania trhové dopytu.

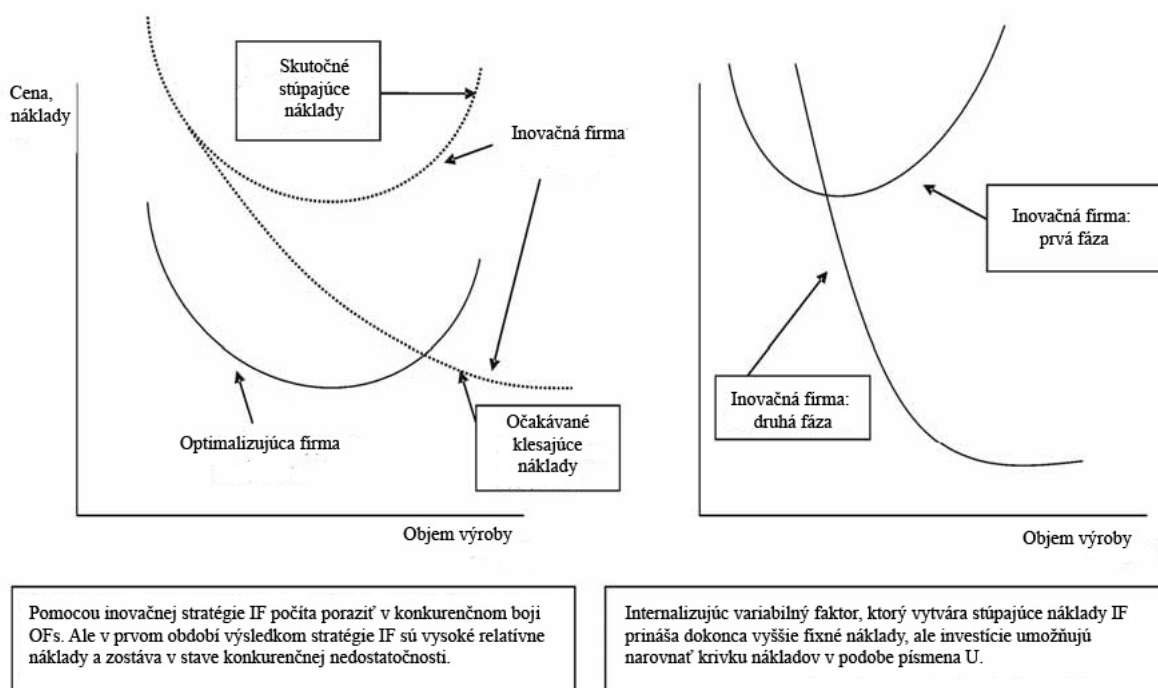
Schéma číslo 3. Narovňávanie krivky nákladov v podobe písmena U



Prameň: Oxford Handbook of Innovation, 2006

3 TRANSAKČNÉ NÁKLADY

Ďalším príspevkom k teórii inovačnej firmy bola teória transakčných nákladov. Jeden z jej autorov nadviazal na Richarda Coase (Coase, 1937), na jeho klasickú štúdiu o firme. Pokúsil sa vysvetliť prečo v trhovej ekonomike „nie trhy, ale hierarchie, môžu organizovať ekonomickú činnosť“. Aký je vzťah medzi teóriou transakčných nákladov a teóriou inovačných nákladov? Vznik transakčných nákladov sa spája s pojmom v rovine správania „oportunizmu“ (príležitosti) a v rovine poznatkov „obmedzenou racionalitou“. V súlade s teóriou transakčných nákladov podstatou inovačného podniku je transformácia podmienok (využitia) špecifičnosti aktív, obmedzenej racionality a oportunizmu.



Prameň: Oxford Handbook of Innovation, 2006

ZÁVEROM

I

Okrem toho nemenej dôležitý je dynamický aspekt fungovania inovačnej firmy. Jej základná téza vychádza z toho, že pre inovačný proces je potrebná akumulácia kapitálu na ten čas, pokiaľ sa neakumulujú schopnosti, ktoré premenia investície na finančné výnosy. To čo sa označuje ako „stabilný kapitál“ umožňuje vytvorenie poznatkov ako výsledku kolektívneho učenia, bez ohľadu na neurčitost', ktorá je spojená s ekonomickou neurčitost'ou.

Vo všetkých prípadoch sa takzvaný vnútorný kapitál firmy – fyzický a aj ľudský – dopĺňajú vonkajšími zdrojmi finančných prostriedkov. Ide o také ako vydanie akcií, dlhopisov, či úvery, ktoré v rôznej miere a čase môžu podporiť inovačný proces. Fungovanie inovačného podniku sa odlišuje od inštitucionálnych podmienok, ale aj od toho, že podniky fungujú vo vzťahoch v odvetví, medzi komerčnými organizáciami a sociálnymi inštitúciami.

Použitá literatúra

1. COASE, R. (1937) *The Nature of the Firm*, in: *Economica* 4(16): 386-405
2. CHAMBERLIN, E. *The Theory of Monopolistic Competition, A Re-orientation of the Theory of Value*, Harvard University Press, 1933, 1965, 8th ed. 250 p.
3. CHRISTENSEN, E. *The Innovator's Dilemma: The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business*. HarperBusiness; Reprint edition. 2011. ISBN-10: 0062060244.
4. LAZONICK, W. O'SULLIVAN, 2000, "Maximizing Shareholder Value: A New Ideology for Corporate Governance," *Economy and Society*, 29, 1: 13-35.
5. LAZONICK, W. *The Theory of the Market Economy and the Social Foundations of Innovative Enterprise*," *Economic and Industrial Democracy*, 24, 1, 2003: 9-44.
6. WILLIAMSON O. E. *The Economics of Governance*. Dostupné n internete: http://www.aeaweb.org/assa/2005/0107_1645_0101.pdf
7. *The Oxford Handbook of Innovation*. (Oxford Handbooks). Oxford University Press, USA; New edition, 680. p. 2006. ISBN-10: 0199286809

Kontaktné údaje

Mgr. Vladimír Bačišin, PhD.
Ústav medzinárodného podnikania
Ekonómie a podnikania
Paneurópska vysoká škola
Tematínska 10
851 04 Bratislava
Slovenská republika
vladimir.bacisin@gmail.com