

III./1.2.: Az innováció gazdasági motivációja

A fogalmak definiálása után adódik 3 közgazdasági, gazdaságpolitikai kérdés:

- A.) miért fontos az innováció;
- B.) miért vesznek részt a vállalatok költséges innovációs folyamatokban;
- C.) hogyan lesz egy vállalati fejlesztésből nemzetgazdasági haszon.

Miért innoválnak a vállalatok?



Fejtse ki, hogy véleménye szerint miért fontos az innováció?

Először vizsgáljuk meg, miért fontos a vállalatoknak az innováció! A vállalatok azért költenek fejlesztésre, és azért próbálnak egy új termékkel előállni, hogy csökkentsék a versenytársak árnyomását. Minél egyedibb ugyanis egy termék, minél kevésbé találunk hozzá hasonlót, annál nagyobb nyereséget lehet elérni. Az iPhone kifejlesztésével a kaliforniai Apple cég egy eddig nem létező technológiai design terméket hozott létre, és egy külön üzleti modellt dolgozott ki. Együttesen ez egy olyan erőteljes innováció volt, amely az okos telefonok piacán 10%-os piaci részesedést szerzett 3 év alatt. Hasonló okok magyarázzák a kozmetikai vegyipari vagy elektronikai cégek elképesztő méretű K+F-költségét, amely az árbevétel 4-12% között mozog (Racherla, J. K. 2005).

Természetesen vannak olyan vállalatok, amelyeket kifejezetten azzal a céllal alapítottak, hogy egy területen jelentős innovációt hajtsanak végre. A nagy biotechnológiai cégek esetében a K+F-kiadások elérik az árbevétel 20-70%-át, de már a kezdő cégek esetén is az árbevétel sokszorosa mehet kutatásra.

Többé-kevésbé ez a gondolatmenet igaz minden innováció esetén. Egy kisebb újítás, jobb design vagy marketing mind azt a cél szolgálja, hogy a terméket meg lehessen különböztetni a többitől. A Pöttyös Túró Rudi esetében az elmúlt évek innovációja – a termékpaletta bővítése mellett – a disztribúció és a marketing területén történt. A gyártó elérte, hogy az élelmiszer boltok tejes pultja helyett a Túró Rudi külön helyen legyen kapható, megjelent a mozikban, és teljes mértékben újrapozícionálta a terméket. A szükséges technológiai fejlesztés mértéke kisebb volt, azonban jelentős volt a szervezeti és a folyamatinnováció.



Az innováció egy beruházási döntés, amit a vállalatok annak reményében hoznak, hogy az újítás várható hozama nagyobb lesz, mint az összes ráfordítás.

Az innováció ezért egy **beruházási döntés**, amit a vállalatok annak reményében hoznak, hogy az újítás várható hozama nagyobb lesz, mint az összes ráfordítás. A nyereség függ a piac méretétől (az okos telefonok globális piaca több 10 Mrd \$, a magyar hűtött édességek piaca több Mrd Ft) és az adott vállalat piaci részesedésétől. A nagy piacméret és a magas részesedés miatt éri meg sok kis fejlesztés finanszírozása a világ számos országában jelenlevő, fogyasztási cikkek gyártó nagyvállalatok számára.

A **szellemi jogok védelmének stabilitása** és a **védelem hossza** szintén a várható nyereség mértékét határozza meg. Azért szükséges a kockázatos fejlesztések sikere esetén védelmet nyújtani, hogy a befektetőnek legyen ideje a kockázatok vállalásáért cserébe kellő nyereséget elérni. A várható hozamot ugyanis az elérhető nyereség mellett a kockázatok mértéke is meghatározza. Ha egy fejlesztés

kimenetele rizikós (pl. a kifejlesztett molekulák töredékéből lesz használható hatóanyag), nagyon magas megtérülés szükséges a projekt elindításához, mivel a nyereséges termék bevételeiből kell a veszteségeket is finanszírozni. Végül fontos, az innovációt motiváló tényező a *gazdasági verseny* is. Ha egy iparág cégei kényelmesen megélnék, pl. állami megrendelésekből, akkor nem lesz piaci ösztönzés a hatékonyság növelésére és az újításra.

Összességében, az olyan gazdaságok *innovatívak*, ahol a bevezetett innovációból származó haszon magas, ahol védik a szellemi tulajdonjogokat, nagyok a piaci lehetőségek, és elég erős a verseny ahhoz, hogy ne hagyja tespedni a vállalatokat. [A közgazdasági érdeklődésűek számára érdekes lehet ez a nem szakkönyv: Baumol, Litan, és Schramm (2007)]

Miért fontos az innováció a gazdaságnak?

Másodszor, miért fontos nemzetgazdasági szempontból az innováció, és miért lényeges gazdaságpolitikai szempontból ennek támogatása? Az innovációval és gazdasági növekedéssel foglalkozó közgazdaságtan [L. pl. Valentinyi (1995)] elmúlt két-három évtizedének fontos felismerése volt, hogy a gazdasági növekedés forrása nem elsősorban a növekvő tőke és munkaerő állománya, hanem az innováció. Az innováció révén jelennek meg újabb termékek, és a fogyasztás bővülése együtt jár a hatékonyabb termeléssel, amelynek ugyancsak az innováció a forrása. Az innováció tehát nem kizárólag az egyes szereplők (profitot termelő vállalatok, új termékekhez jutó fogyasztók, érdekes kérdésekkel foglalkozó kutatók stb.) számára fontos, hanem az egész nemzetgazdasági fejlődésnek is az alapja.

A gazdasági növekedés akkor gyorsabb, ha az innováló vállalatok haszna a sikeres innováció után magas, ha több erőforrás áll rendelkezésre a kutatás és fejlesztés folytatására, valamint, ha hatékonyabb a kutatási folyamat, azaz hamar lesz gyümölcse a befektetett szellemi és anyagi ráfordításnak. Az innováció vezérelte gazdasági növekedésben kiemelt szerepet játszik a pénzügyi közvetítő rendszer, vagyis a bankok, kockázati tőkések, biztosítók és egyéb befektetési intézmények. A pénzügyi rendszer feladata ugyanis a megtakarítások becsatornázása az innovatív vállalatokba. Az erős és jól működő bankok és befektetők tudják biztosítani a forrásokat a K+F és az innovációs lánc részeihez.

A nagyobb, általános technológiai változásokat előidéző innovációk, mint a gőzgép, a telefon, vagy az internet, nemcsak egy adott iparágban vezetnek növekedéshez, de az egész nemzet, vagy akár a világgazdaság fejlődési kilátásait is megváltoztatják. Az internet megjelenése felemelte a szervereket gyártó cégeket, és egyben megváltoztatta a legtöbb vállalat üzleti modelljét, működési elvét. Az informatikai és kommunikációs fejlesztések és alkalmazások hatására a világgazdasági növekedés megugrott az 1990-es és 2000-es években.

A tudás terjedése

A harmadik érdekes kérdés az, *hogyan lesz egy vállalati fejlesztésből nemzetgazdasági haszon*. Elsőként a vállalat önmaga élvezi fejlesztésének gyümölcsét, ennek közvetlen hasznai gyorsan jelentkeznek: a növekvő termelés és eladások, új alkalmazottak, több adó fizetése stb. Ennél fontosabb következmény, amikor egy innováció hatását a többi vállalat is érzi – ez a technológiai diffúzió,



Nemzetgazdasági szempontból miért fontos az innováció?



Véleménye szerint miért

fontos része a tudás áttérjedése és megosztása a regionális és nemzeti innovációs rendszer működésének?



Említsen példákat a tudás szándékos és nem szándékos áttérjedésére!

vagy más néven az innováció terjedése. A gazdasági növekedést segíti, ha egy cég tudása előbb-utóbb közjószág lesz, és egy másik cég ezt a tudást megszerezheti, vagyis egy felfedezés, egy technológia egy idő után „áttérjed” a gazdaság többi vállalatára. A diffúzió eredményeképpen az egész gazdaság hasznot húz az egyes cégek fejlesztéséből. A regionális és nemzeti innovációs rendszer működésének egyik fontos része ezért a tudás áttérjedése és megosztása.

Milyen csatornákon terjedhet át a tudás? Először érdemes különbséget tenni szándékos és nem szándékos áttérjedés között. **Szándékos áttérjedésről** beszélhetünk abban az esetben, amikor a vállalat egy K+F-együtműködés keretében adja át a tudást és technológiát, vagy amikor több cég közös vállalatot alapít az innováció kiaknázása céljából. Ugyancsak szándékos a technológiaátadás, amikor egy cég beszállítóinak is elérhetővé teszi technológiáját. Erre sok példát találunk az autógyártásban, ahol a nagy autógyártó vállalatok megosztják minőségbiztosítási (a folyamatinnováció egy példája) rendszerük tapasztalatait a beszállítókkal, ami jótékonyan hat a gazdaságra, hiszen javul a termelés minősége.

A **nem szándékos áttérjedés**re példa a másolás (imitáció) – ekkor egy cég egyszerűen átvesszi a más cégeknél látott módszereket. Erre példa a japán Toyota vállalatirányítási eredményeinek széles körű átvétele az Egyesült Államokban a nyolcvanas években. Egy másik lehetséges csatorna a munkaerőpiac, hiszen ha egy sikeres cég egyik alkalmazottja átmegy egy másik céghez, átviszi a megszerzett tudást is.

Részből szándékos lehetőség az iparági találkozók, konferenciák vagy vásárok, ahol a sikeres innovátorok bemutatják eredményeiket – ezek egy részét az iparág hasonló cégei megpróbálják alkalmazni, fejleszteni. Egy további lehetőség a közös fejlesztés – ebben az esetben nem az új termékeket veszik át a vállalatok, hanem már a kutatási eredmények terjednek át. Ilyen együtműködés, például az az eset, amikor az egyébként egymással versenyző Nokia és Ericsson együtt dolgozott az intelligens lakások koncepcióján. Hasonló példa a videoszabványok kifejlesztése és elfogadtatása.

A fentiek szellemében jól érthető, hogy az innovatív vállalatok körében a verseny és az együtműködés egyszerre van jelen. A szakszóval [az angol verseny (competition) és együtműködés (co-operation) szavakból képzett] co-opetitionnek nevezett modellben egyszerre van éles verseny a végtermékek piacán és együtműködés a fejlesztés során.