

# Řízení inovací



1

Seminář 5

Ing. Žaneta Rylková, Ph.D.

# Proces produktové inovace

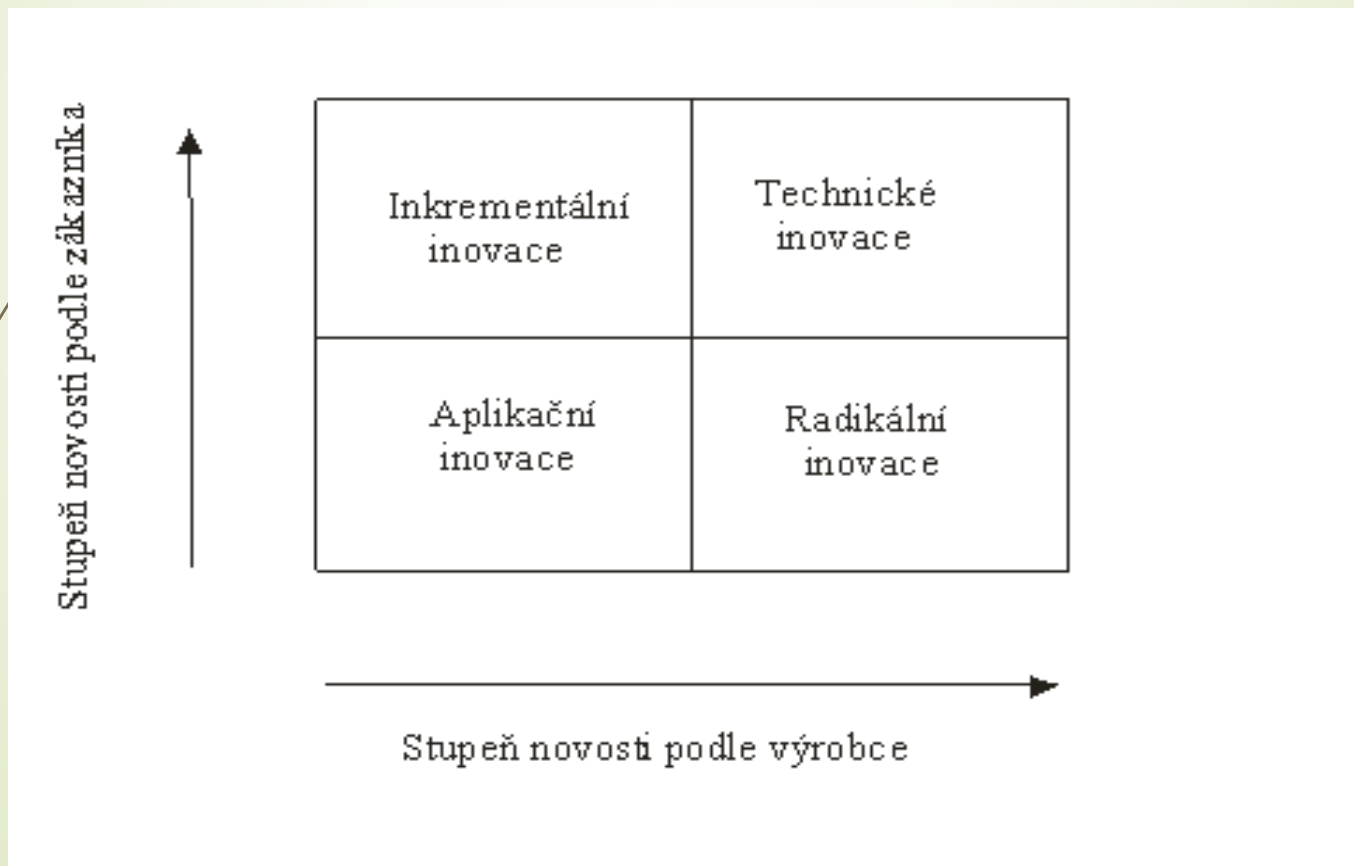


2





# Strategie vnímaného stupně novosti výrobků



6

## Klasická versus limitní kalkulace výrobků



# Ekonomická analýza produktu

Firma ROXA vyrábí lis na česnek. Při objemu výroby a prodeje ve výši 2 000 ks a při započítání 15 % ziskové přírážky (marže) k celkovým nákladům, má její nákladová funkce tvar:

$$N = 55\,000 + 65 Q$$

Podobné výrobky se prodávají za cenu cca 104 až 106 Kč/ks. Při ceně nad 108 Kč je tento výrobek neprodejný.

Máme zjistit, jaké odbytové šance bude mít firma ROXA v případě, že v důsledku malé poptávky, protože konkurence provedla marketingovou inovaci, sníží objem výroby na 1 800 ks a i nadále se bude držet nákladového principu tvorby ceny!

8

# Ekonomická analýza produktu

Řešení:



# Ekonomická analýza produktu

