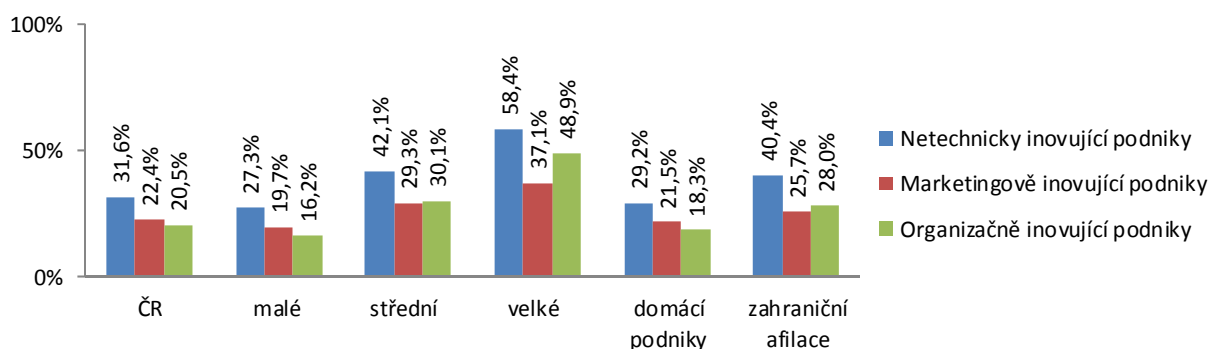


2.4 Podniky s netechnickými inovačními aktivitami

V rámci inovačních aktivit podniků se netechnické či také netechnologické inovace, tj. marketingová a organizační inovace, považují za podpůrné inovace k technickým inovacím. V ČR v období 2010–2012 dosáhl podíl netechnicky inovujících podniků 31,6 % z celkového počtu ekonomicky aktivních podniků. **Ve srovnání s předchozím obdobím 2008–2010 se podíl netechnicky inovujících podniků snížil o 10,8 procentních bodů, což je částečně způsobeno metodickou změnou ve formulaci otázek ve výkazu.**

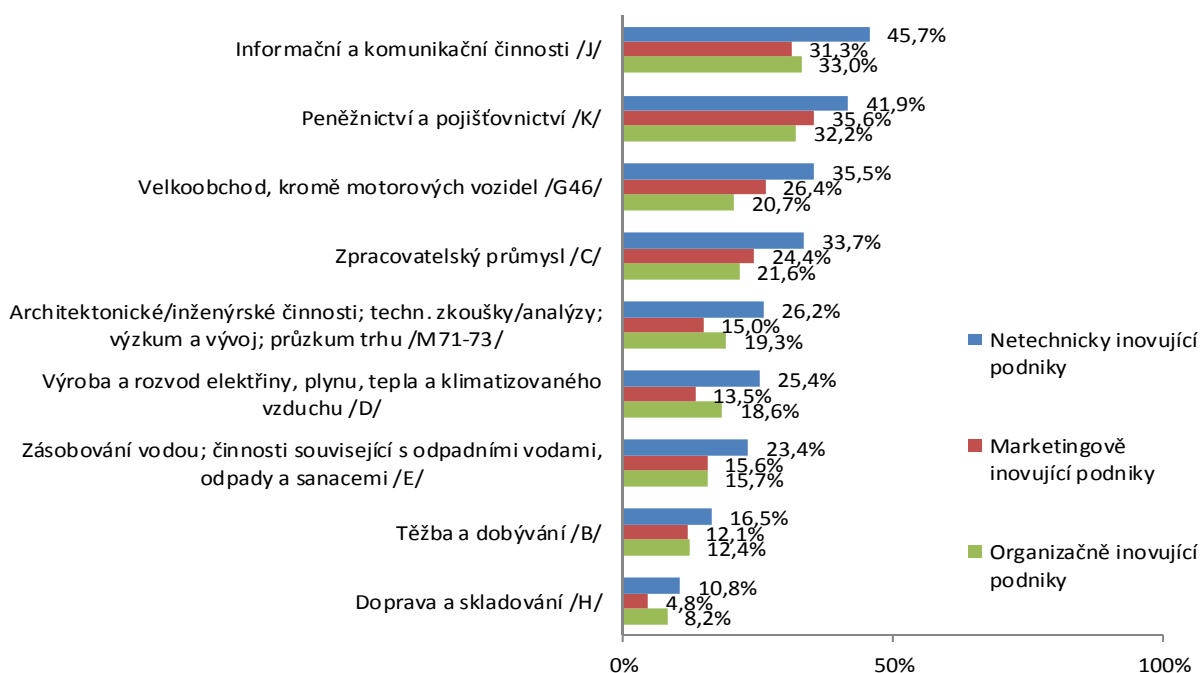
Stejně jako v případě technických inovačních aktivit platí, čím větší velikostní skupina podniků, tím vyšší podíl podniků zabývajících se inovací marketingu a organizace podniku. Nejvíce tedy netechnicky inovovaly velké podniky, u kterých podíl netechnicky inovujících podniků dosáhl 58,4 %. Ve skupině středních podniků netechnicky inovovalo 42,1 % podniků. Nejmenší podíl netechnicky inovujících podniků byl, jak už bylo konstatováno, v případě malých podniků (27,3 %). Z pohledu vlastnictví podniků, netechnicky inovovaly více podniky pod zahraniční kontrolou (40,4 %) než domácí podniky (29,2 %).

Graf 2.4-1: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků podle typu inovace, velikosti/vlastnictví podniku; 2010–2012



Netechnicky inovovaly nejvíce podniky v oblasti informačních a komunikačních činností (podíl 45,7 %) a dále pak v peněžnictví a pojištnictví (41,9 %). Ve zpracovatelském průmyslu dosáhl podíl netechnicky inovujících podniků 33,7 %. Nejméně podniky netechnicky inovovaly v těžbě a dobývání (16,5 %) a dopravě a skladování (10,8 %). Nevíce podniků inovovalo marketingové metody v odvětví peněžnictví a pojištnictví (podíl 35,6 % z celkového počtu podniků v daném odvětví). Organizační inovací se nejvíce zabývaly podniky v odvětví informačních a komunikačních činností (33 %).

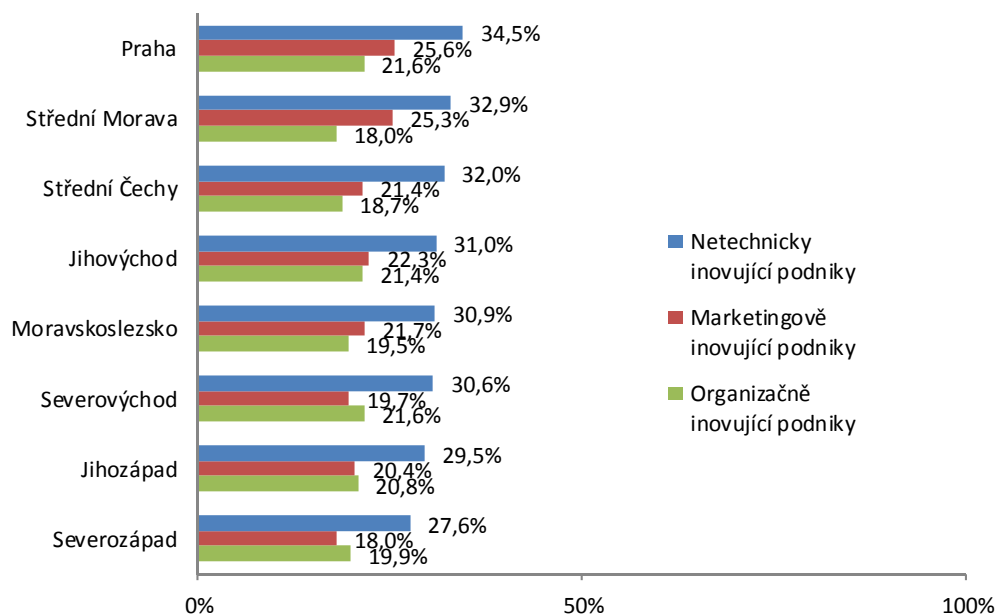
Graf 2.4-2: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků podle typu inovace ve vybraných odvětvích CZ-NACE r2; 2010–2012



Nejvíce netechnicky inovovaly podniky v hlavním městě Praze (podíl 34,5 % ze všech podniků působících v tomto regionu) a podniky na Střední Moravě (32,9 %). Nejméně netechnicky inovovaly podniky v regionu Severozápad (27,6 %).

Největší podíl marketingově inovujících podniků byl zaznamenán v Praze (25,6 %), nejmenší pak v regionu Severozápad (18 %). Nejvíce zavedly organizační inovaci podniky v Praze a Severovýchodě (stejný podíl 21,6 %). Nejméně se zavádění organizační inovace věnovaly podniky na Střední Moravě 18 %.

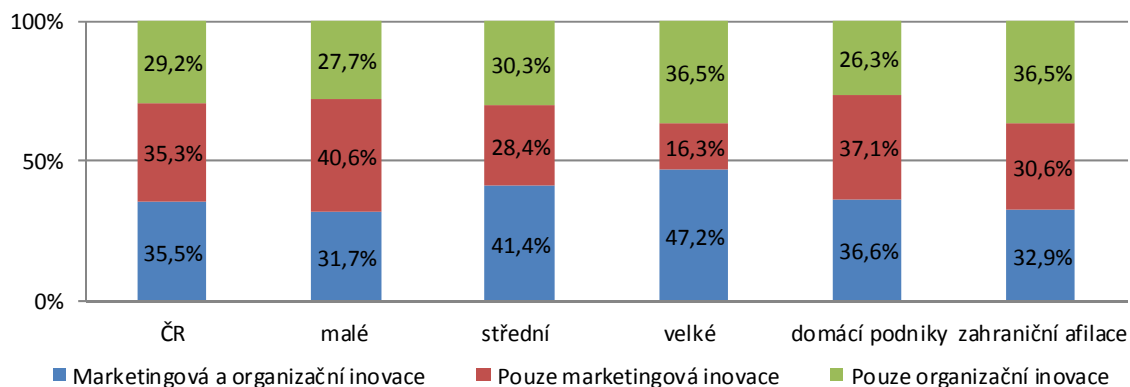
Graf 2.4-3: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků podle typu inovace dle regionů NUTS2; 2010–2012



Z hlediska typu inovace netechnicky inovující podniky nejčastěji zaváděly současně marketingovou a organizační inovaci (35,5 % z netechnicky inovujících podniků)¹. Samostatnému zavádění marketingové inovace se věnovalo 35,3 % podniků a organizační inovace 29,2 %. Celkově tak marketingovou inovaci zavedlo 70,8 % a organizační inovaci 64,7 % netechnicky inovujících podniků.

U středních a velkých podniků převažuje současné zavádění marketingové a organizační inovace, nejvíce pak u velkých netechnicky inovujících podniků, kde podíl dosáhl 47,2 %. Pokud pomineme současné zavádění obou druhů inovací, pak velké podniky zavedly výrazně více pouze organizační inovaci (36,5 %) než pouze marketingovou inovaci (16,3 %). U malých podniků převažovalo samostatné zavádění marketingové inovace (40,6 %). Zatímco domácí podniky se více věnovaly samostatnému zavádění marketingové inovace (37,1 %), pak podniky pod zahraniční kontrolou se více soustředily na samostatné zavádění nových organizačních změn (36,5 %).

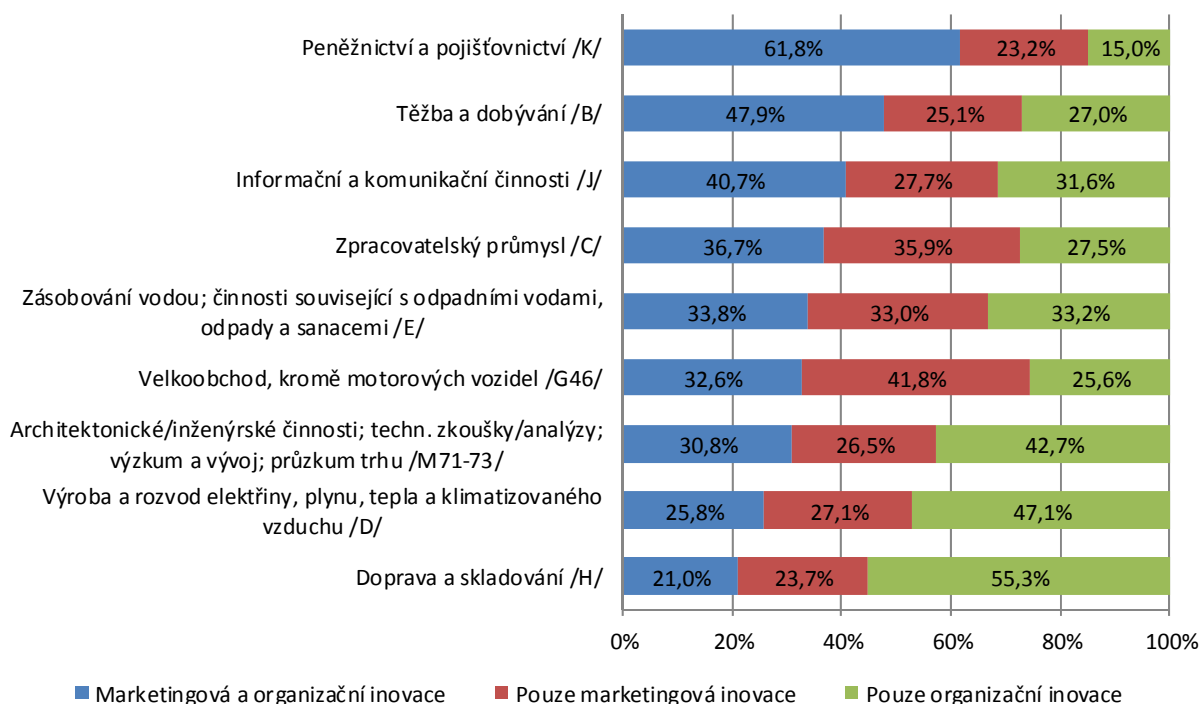
Graf 2.4-4: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace, velikosti/vlastnictví podniku; 2010–2012



¹ Blíže viz tabulka 6A a tabulka 6B (Zpracovatelský průmysl), kde jsou uvedeny podíly na celkovém počtu podniků v daných skupinách.

Netechnicky inovující podniky v peněžnictví a pojišťovnictví zaváděly nejvíce zároveň marketingovou i organizační inovaci (podíl 61,8 %). U všech zbývajících odvětví již podíl nepřesáhl 50 %. Vůbec nejméně došlo k souběžnému zavedení obou druhů inovace u netechnicky inovujících podniků v dopravě a skladování (21 %). Nejvíce byl kladen důraz na samostatné zavedení nových marketingových metod u netechnicky inovujících podniků v odvětví velkoobchodu (41,8 %). Pouze organizační inovaci se nejvíce věnovaly podniky v dopravě a skladování (55,3 %).

Graf 2.4-5: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace a odvětví CZ-NACE r2; 2010–2012



Nejvyšší podíl netechnicky inovujících podniků, které zavedly současně marketingovou a organizační inovaci, byl zaznamenán mezi podniky v regionu Jihovýchod (41,2 %). U žádného regionu podíl nepřesáhl 50 procent. Nejmenší podíl byl zjištěn u netechnicky inovujících podniků ve Středních Čechách (25,5 %).

Podniky v regionu Severovýchod se soustředily zejména na zavádění organizační inovace. Pouze organizační inovaci zavedlo 35,7 % netechnicky inovujících podniků, celkově pak zavedlo organizační inovaci 70,5 % těchto podniků. Pouze marketingovou inovací se nejvíce zabývaly podniky ze Střední Moravy (45,4 %), celkově zde ve sledovaném období inovovalo marketingové metody 76,9 % netechnicky inovujících podniků.

Graf 2.4-6: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace a NUTS2; 2010–2012

