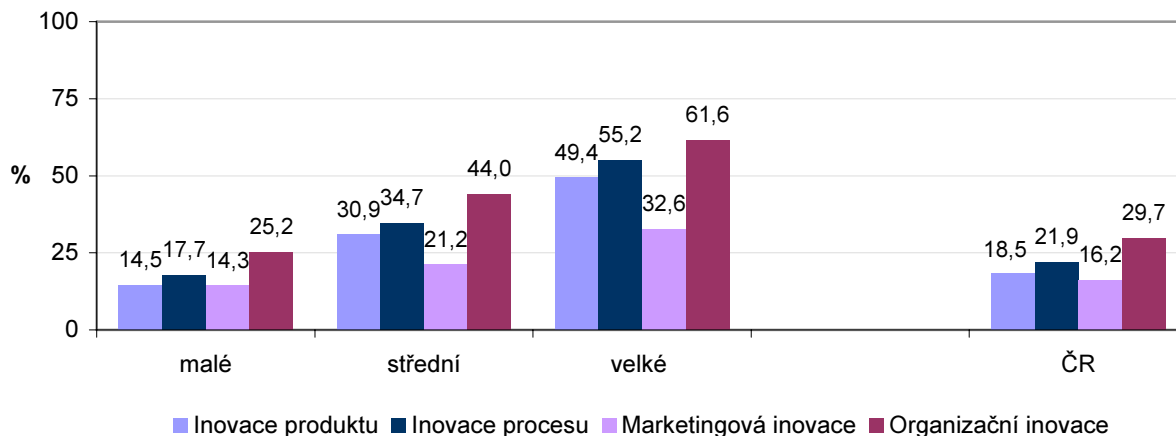


2.2 Typy inovačních aktivit

Z hlediska typu inovace byla u českých podniků nejvíce zastoupena **organizační inovace (podíl 29,7 % všech aktivních podniků)**, naopak nejméně pak **marketingová inovace (16,2 %)**. Obě z netechnických inovací. Podniky, které měly pouze uvedený druh inovace, nejsou brány jako ryze inovační podniky. Uvedené pořadí platí i pro členění podle velikostních skupin podniků. **Z technických inovací byla významnější procesní inovace (21,9 %) než produktová inovace (18,5 %)**. Stejně pořadí je platné i v jednotlivých velikostních skupinách podniků.

U velkých podniků dosáhla organizační inovace podílu 61,6 %, u malých to bylo pouze 25,2 %. Nutno přihlídnout k počtu zaměstnanců a tím schopnosti provádět právě tento typ inovace. Procentní podíly jsou ovlivněny počtem všech podniků v uvedených velikostních skupinách.

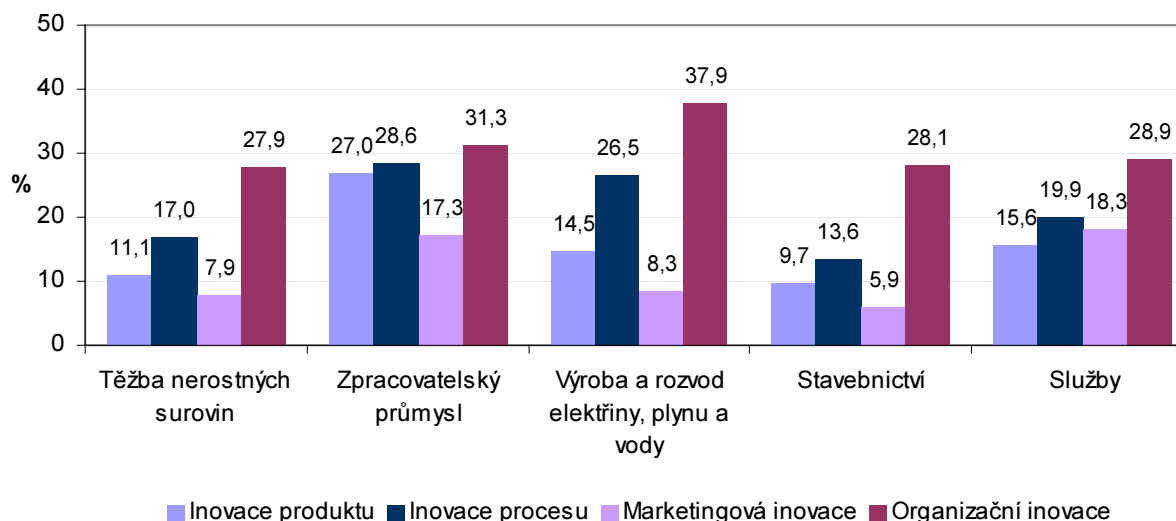
GRAF 2.5: Podíl inovujících podniků podle druhu inovace na celkovém počtu všech podniků; 2004–2006



V případě Zpracovatelského průmyslu je silně zastoupena (nejvyšší podíl ze všech odvětví) produktová inovace s 27,0 %. V ostatních odvětvích je její podíl menší než 20 %, nejméně pak ve stavebnictví (9,7 %). Celkově jsou ve zpracovatelském průmyslu silně zastoupeny technické inovace (ryzí inovace), i když největší podíl zde měla, stejně jako v ostatních odvětvích, organizační inovace (31,3 %).

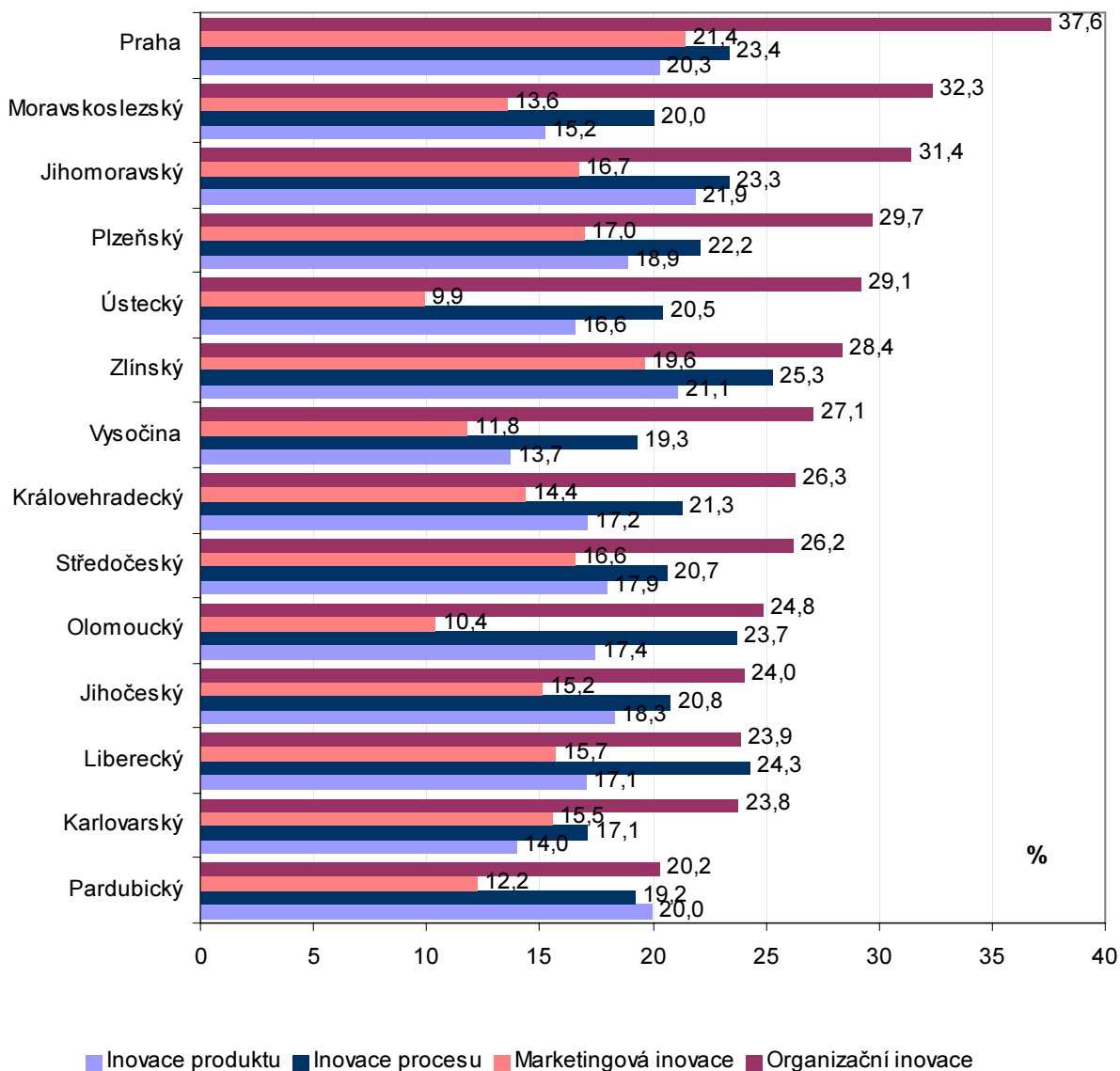
V případě odvětví Služeb byla pro podniky nejvýznamnější organizační inovace s podílem 28,9 % všech podniků. Ostatní typy inovací jsou podílově vcelku vyrovnané. Nejmenší podíl zaznamenala produktová inovace (15,6 %), což je typické pro tuto nevýrobní sféru. Marketingová inovace dosáhla v tomto případě podílu 18,3 %, což je nejvíce ze všech ostatních odvětví. Nejmenší podíl marketingové inovace vykázalo Stavebnictví, a to pouze 5,9 %.

GRAF 2.6: Podíl inovujících podniků podle druhu inovace a hlavních odvětví; 2004–2006



Nejvyšší podíl organizační inovace byl zaznamenán v Praze (37,6 %), naopak nejnižší v Pardubickém kraji (20,2 %). V případě marketingové inovace byl její podíl na všech podnicích v daném kraji opět nejvyšší v Praze (21,4 %) a nejnižší v Ústeckém kraji (9,9 %). Produktovou inovaci nejvíce uplatnily podniky v Jihomoravském kraji (21,9 %) a nejméně na Vysočině (13,7 %). U zbývajících procesní inovace byl zjištěn nevyšší podíl u Zlínského kraje (25,3 %) a nejnižší u Karlovarského kraje (17,1 %).

GRAF 2.7: Podíl inovujících podniků podle druhu inovace a krajů; 2004–2006



2.2.1 Produktová inovace

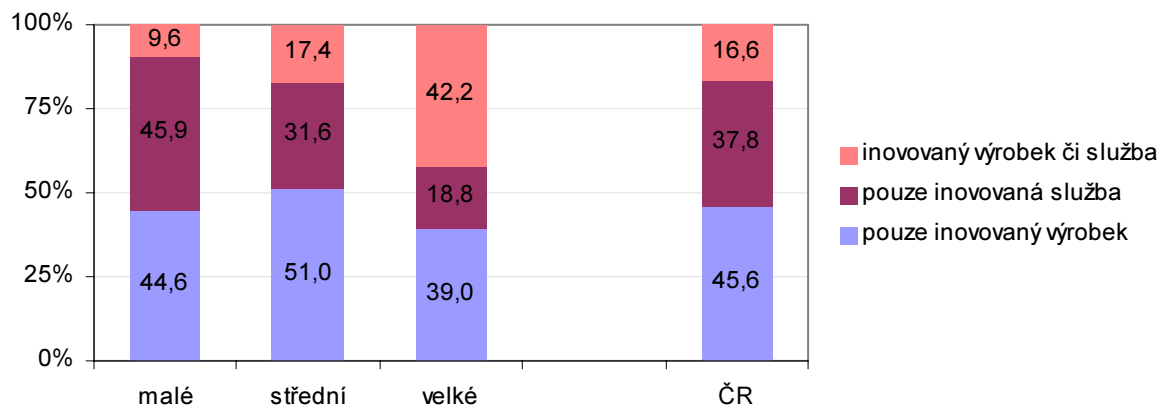
Produktová inovace zahrnuje inovaci výrobku nebo služby a řadí se k technickým inovacím, které budou analyzovány podrobněji dále.

Struktura produktové inovace ukazuje, že **podniky ve sledovaném období nejvíce inovovaly výrobek (podíl 45,6 %)**. Souběžně výrobek i službu inovovalo 16,6 % podniků, pouze službu pak 37,8 % podniků. Vyšší podíl inovace výrobku nad inovací služby je dána převahou průmyslu nad službami.

Podrobněji podíly jednotlivých druhů inovace produktu (struktura) podle velikosti podniku ukazuje následující graf.

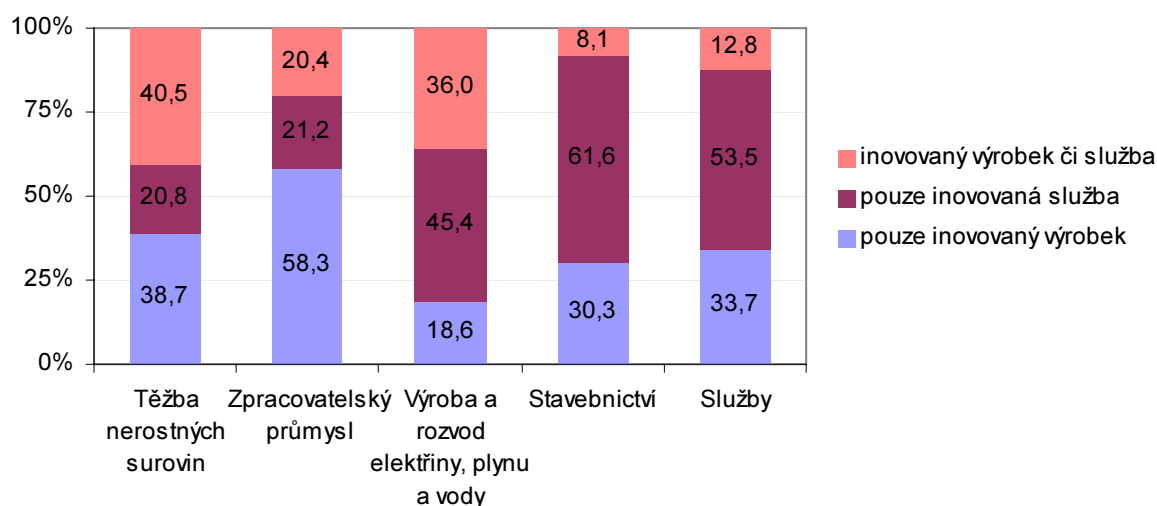
V případě velkých podniků dosáhl podíl inovace výrobku 39,0 % a inovované služby 18,8 %. Velké podniky nejčastěji inovují jak výrobek tak službu (42,2 %). U malých podniků převládala inovace služby (45,6 %) nad inovací výrobku (44,6 %). Blíže viz zmíněný graf na následující straně.

GRAF 2.8: Struktura produktové inovace podle velikosti podniku u inovačních podniků; 2004–2006

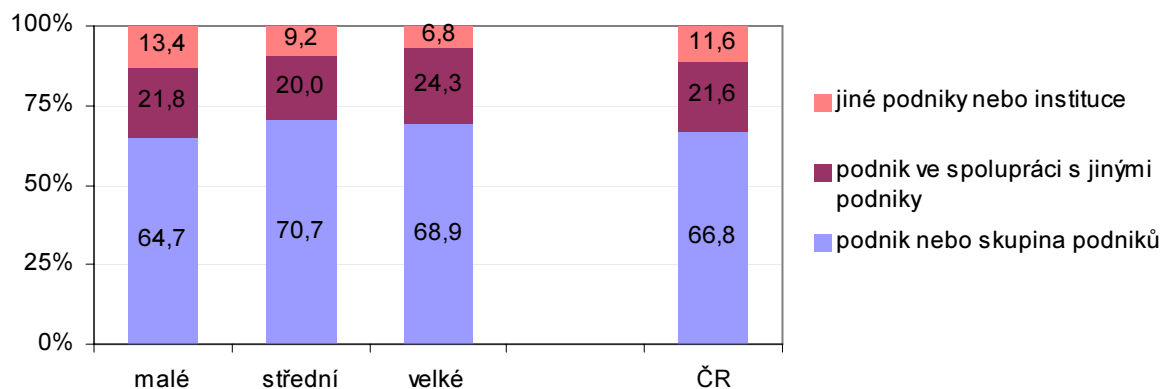


Doménou podniků ve Zpracovatelském průmyslu byla inovace výrobků (58,3 %). Pouze službu v rámci tohoto odvětví inovovalo pouze 21,2 % podniků. V případě *Služeb* podle předpokladu převládala inovace služby (53,5 %) nad inovací výrobku (33,7 %). Nejvyšší podíl podniků inovujících pouze služby ale vykazalo odvětví *Stavebnictví* (61,6 %). V tomto odvětví byl také nejmenší podíl podniků s inovací výrobku i služby (8,1 %). Nejvyšší podíl podniků s inovací výrobku i služby zaznamenalo odvětví *Těžby nerostných surovin* (40,5 %).

GRAF 2.9: Struktura produktové inovace podle odvětví u inovačních podniků; 2004–2006



GRAF 2.10: Struktura inovovaných produktů podle subjektu, který je vyvíjel a velikosti podniku; 2004–2006



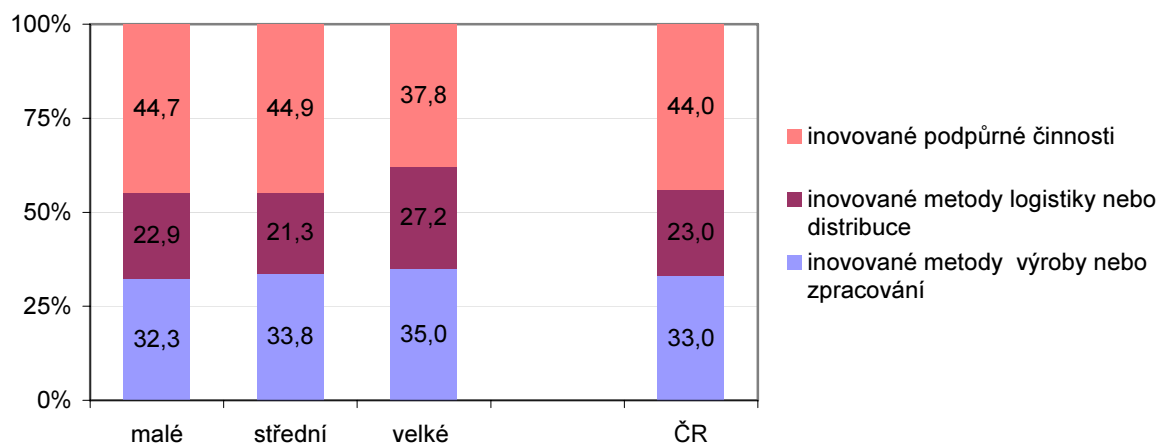
Podnik nemusí inovovat sám, ale může využít kapacit a prostředků podnikové skupiny nebo jiných podniků. **Ve sledovaném období byl inovovaný produkt (výrobek či služba) vyvíjen nejčastěji prostřednictvím vlastního podniku nebo skupiny podniků (66,8 %).** Podstatně méně často byla využívána alternativa spolupráce s jinými podniky (21,6 %) nebo prostřednictvím jiného podniku nebo instituce (11,6 %).

2.2.2 Procení inovace

Procesní inovace zahrnuje inovace v oblasti metod výroby nebo zpracování produktů, metod logistiky nebo distribuce a podpůrných činností.

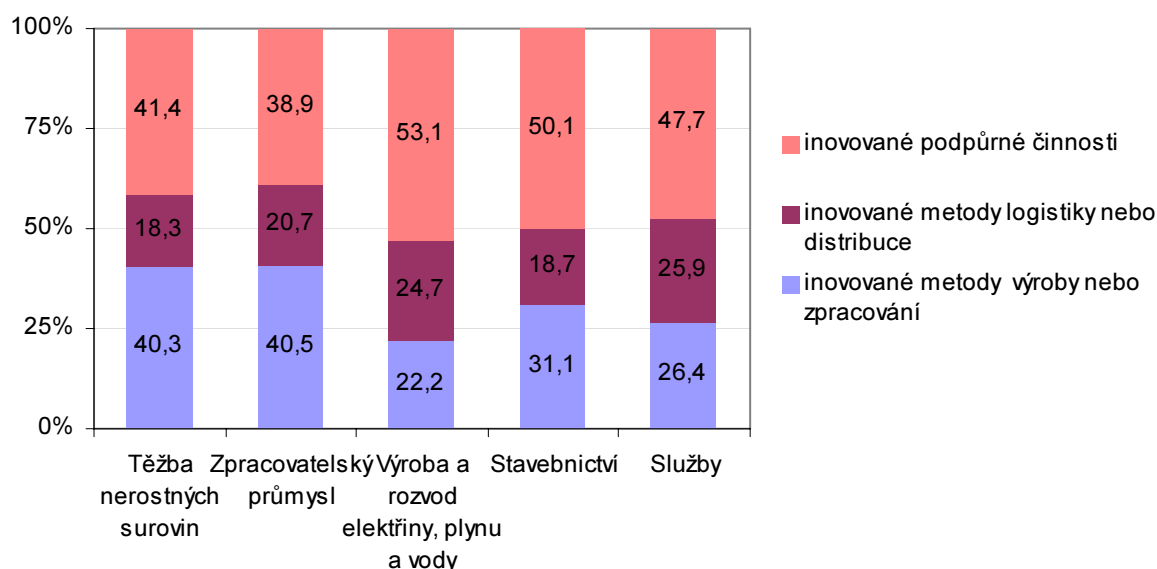
Nejvíce podniků inovovalo ve sledovaném období podpůrné činnosti (44,0 %), následovala inovace metod výroby nebo zpracování (33,0 %). Nejméně podniky inovovaly metody logistiky nebo distribuce (23,0 %). V rozdělení podle velikostních skupin podniků je pořadí významnosti dané inovace stejné.

GRAF 2.11: Struktura procesní inovace podle velikosti podniku u inovačních podniků; 2004–2006



Největší podíl inovace podpůrných činností byl zaznamenán v odvětví výroby a rozvodu elektřiny a plynu (53,1 %), nejméně pak ve zpracovatelském průmyslu (38,9 %). Inovace metody výroby nebo zpracování byla nejvýznamnější ve zpracovatelském průmyslu (40,5 %) a odvětví těžby nerostných surovin (40,3 %). Nejmenší podíl vykázalo odvětví výroby a rozvodu elektřiny, plynu (22,2 %).

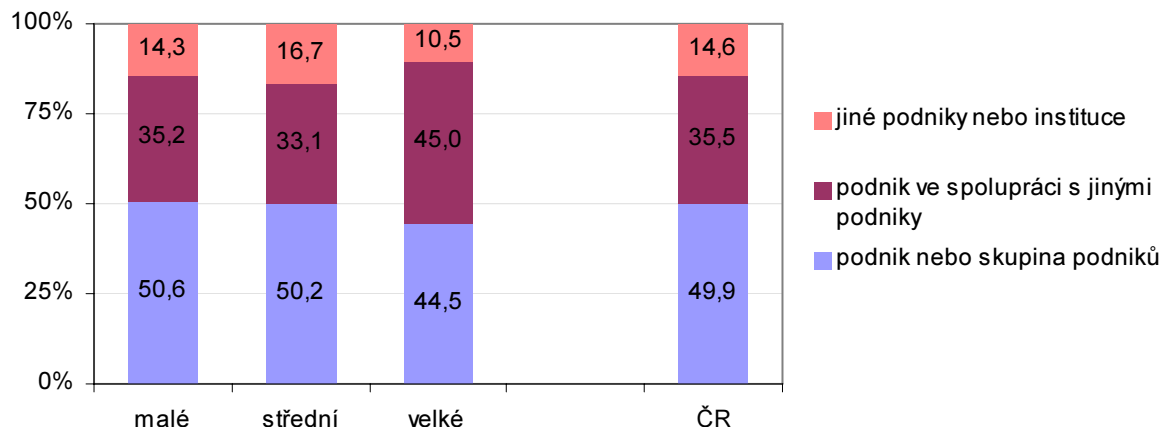
GRAF 2.12: Struktura procesní inovace podle odvětví u inovačních podniků; 2004–2006



Stejně jako v případě produktové inovace i procesní inovace byly z převážné části prováděny prostřednictvím vlastního podniku nebo ve skupině podniků (49,9 %). Podíl spolupráce s jinými podniky dosáhl 35,5 %. Nejméně procesních inovací bylo provedeno jako alternativa v jiných podnicích nebo institucích (14,6 %).

Struktura podle velikosti podniku je obdobná jako pro celou ČR. Přitom u velkých podniků dosáhl podíl spolupráce na inovaci procesu s jiným podnikem 45 %. Velké firmy provádějí inovace samy, ve skupině kam jejich podnik patří nebo ve spolupráci s jinými podniky. Služeb jiných podniků nebo institucí využívají málo (podíl 10,5 %).

GRAF 2.13: Inovované procesy podle druhu subjektu, který je vyvíjel a velikosti podniku; 2004–2006

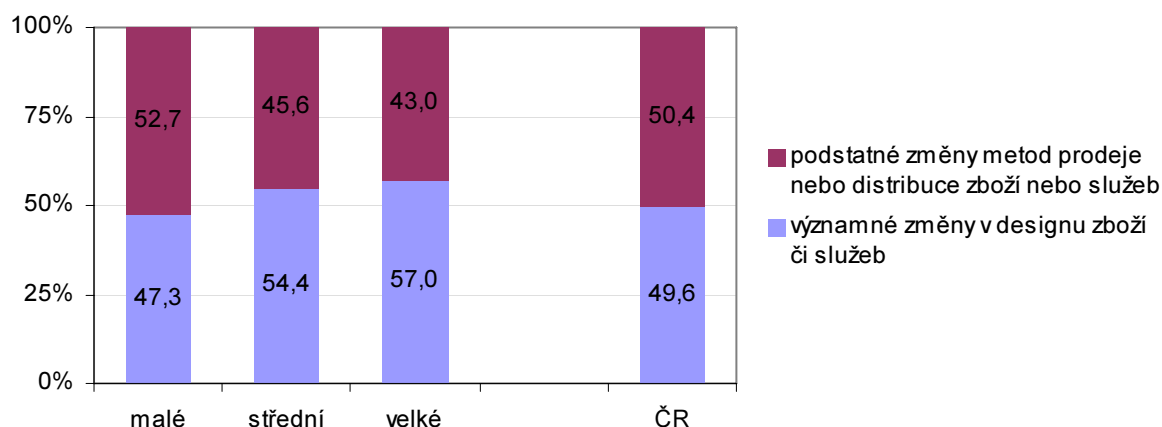


2.2.3 Marketingová inovace

Marketingová inovace, která není brána jako ryzí inovace, má formu buď významné změny v designu zboží nebo služeb, nebo podstatné změny metod prodeje nebo distribuce zboží a služeb. Obě tyto formy marketingové inovace se u podniků v ČR podílely v téměř ideálním poměru 50 %.

U velkých podniků byla významnější inovace změn designu zboží nebo služeb (podíl 57,0 %) než druhá uvedená (43,0 %). U malých podniků tomu bylo přesně naopak. Významnější byla inovace metod prodeje nebo distribuce zboží nebo služeb (52,7 %) před změnami v designu zboží nebo služeb (47,3 %). Podíl v případě středních podniků viz graf.

GRAF 2.14: Struktura marketingové inovace podle velikosti podniku; 2004–2006

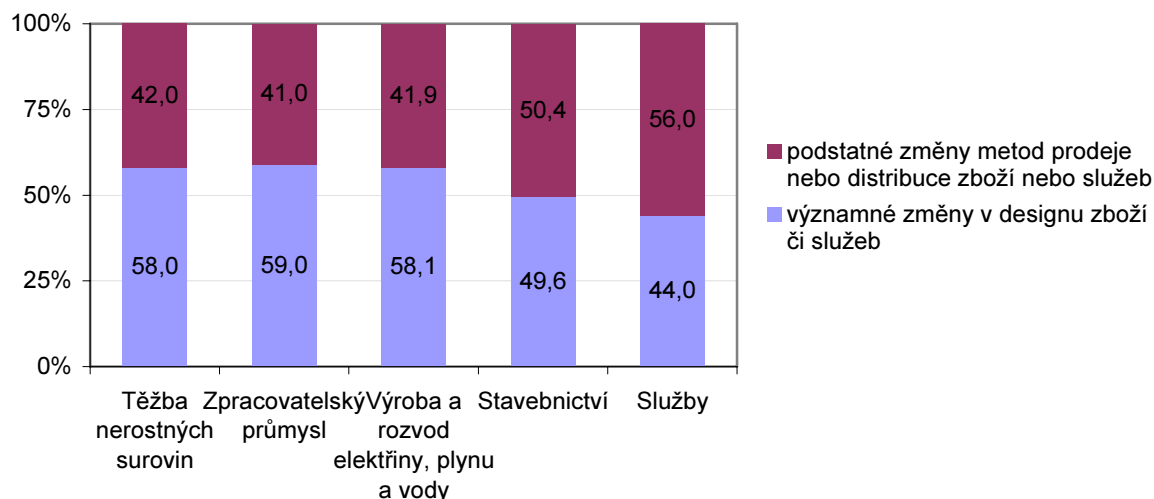


V případě členění podle odvětvové struktury byla inovace změny designu zboží či služeb nejvýznamnější pro podniky v odvětví *Zpracovatelského průmyslu*, kde podíl dosáhl 59,0 % a také pro podniky v odvětví *Výroby a rozvodu elektřiny, vody a plynu* (podíl 58,1 %). Naopak tato forma inovace nepřekročila podíl 50 % u odvětví *Služeb* (podíl 44,0 %) a *Stavebnictví* (49,6 %).

Naproti tomu ve *Službách* podniky nejčastěji inovovaly metody prodeje nebo distribuce zboží nebo služeb (podíl 56,0 %). Nejméně pak ve *Zpracovatelském průmyslu* (14,0 %). Zbývající podíly přináší graf na následující straně.

[V tabulkové příloze jsou uvedeny podrobnější údaje o podílech dané formy marketingové inovace na celkovém počtu podniků s inovačními aktivitami v oblasti marketingu členěné podle OKEČ na 2-místnou úroveň.]

GRAF 2.15: Struktura marketingové inovace podle odvětví; 2004–2006

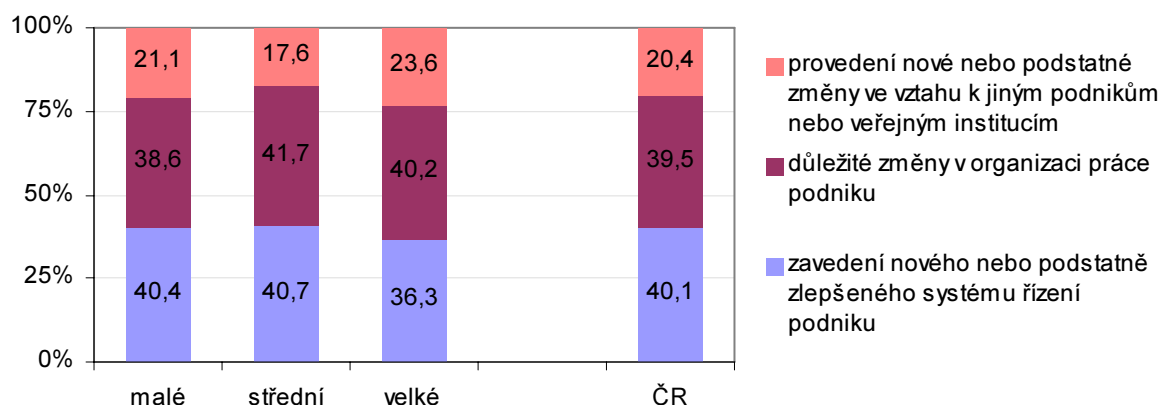


2.2.4 Organizační inovace

Organizační inovace (také není ryzí inovací) pokrývá 3 následující formy inovace: změnu ve vztahu k jiným podnikům nebo veřejným institucím, důležitou změnu v organizaci práce nebo zlepšení systému řízení podniku.

Ve sledovaném období podniky nejvíce inovovaly systém řízení podniků (40,1 %). Následovala inovace organizace práce v podniku (39,5 %). Nejmenší úsilí o inovaci bylo v případě vztahu k jiným firmám nebo veřejným institucím (20,4 %).

GRAF 2.16: Struktura organizační inovace podle velikosti podniku; 2004–2006



Ve *Zpracovatelském průmyslu* podniky nejvíce inovovaly systém řízení podniku (41,7 %), nejméně pak vztah k jiným podnikům či veřejným institucím (17,9 %). Ve *Službách* byl nejvyšší podíl podniků s inovací organizace práce podniku (39,4 %) a systému řízení podniku (37,9 %). Nejvyšší podíl podniků s inovací systému řízení podniku byl zaznamenán v odvětví *Stavebnictví* (45,0 %). Důležitá změna v organizaci práce podniku byla nejvýznamnější v odvětví *Těžby nerostných surovin* (40,6 %).

GRAF 2.17: Struktura organizační inovace podle odvětví; 2004–2006

