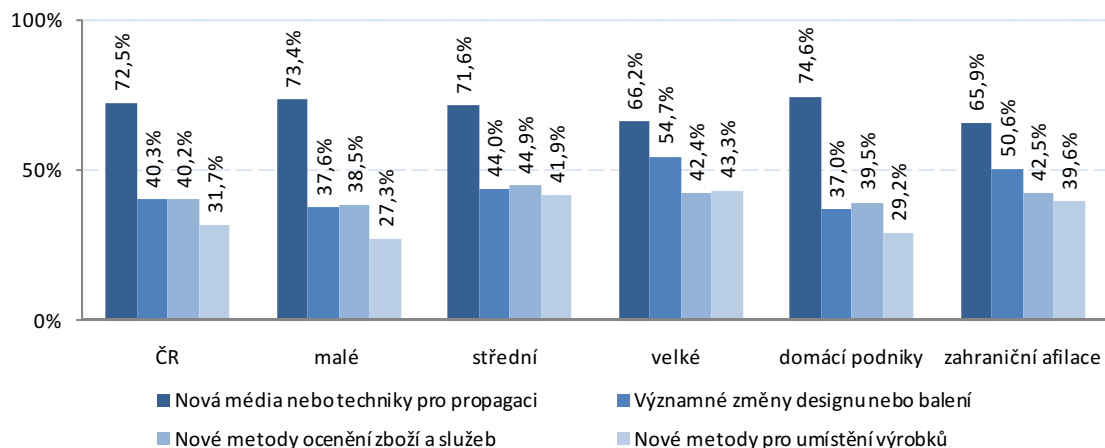


2.4.1 Marketingová inovace

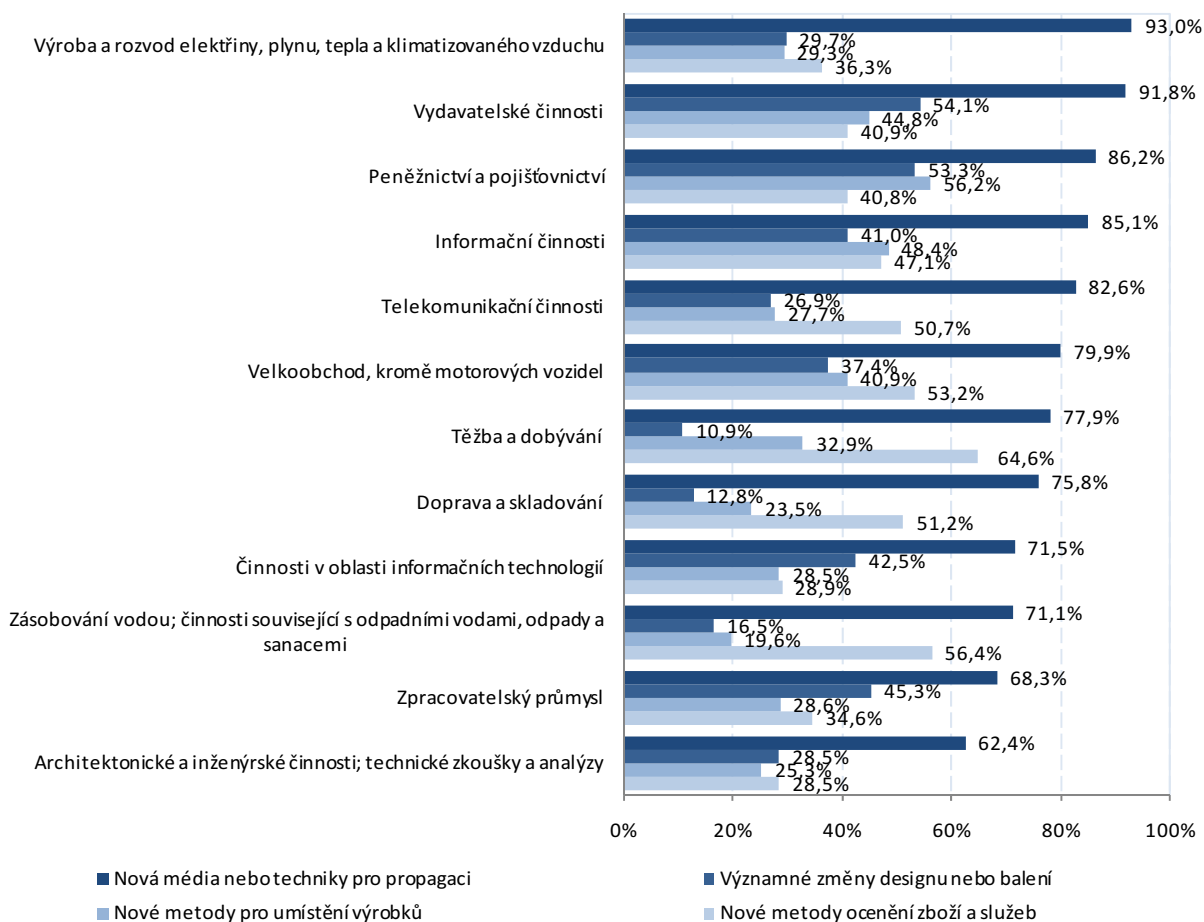
V ČR v období 2008–2010 podniky v rámci marketingových inovací využily nejvíce nová media nebo techniky pro propagaci. Tento druh inovace zavedlo 72,5 % podniků s marketingovou inovací. S výrazným odstupem 30 procentních bodů se umístily zbývající typy marketingové inovace. Téměř shodně podniky zavedly významné změny designu nebo balení (40,3 %) a použily nových metod ocenění zboží a služeb (40,2 %). Nejméně podniky inovovaly nové metody pro umístění výrobků (31,7 %).

Velké podniky ve srovnání s malými a středními podniky kladly větší důraz na významné změny v designu nebo balení. Podíl tohoto druhu inovace u velkých marketingově inovujících podniků dosáhl 54,7 %. Podíly nových metod pro umístění výrobků a nových metod ocenění zboží a služeb byly u velkých podniků vyrovnané. Podniky pod zahraniční kontrolou rovněž kladly větší důraz na významné změny designu nebo balení (50,6 %) než domácí podniky (37 %).

Graf 2.4.1-1: Marketingová inovace podle typu, velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010
(% z marketingově inovujících podniků)



Graf 2.4.1-2: Marketingová inovace podle typu a CZ-NACE r2 (% z marketingově inovujících podniků); 2008–2010



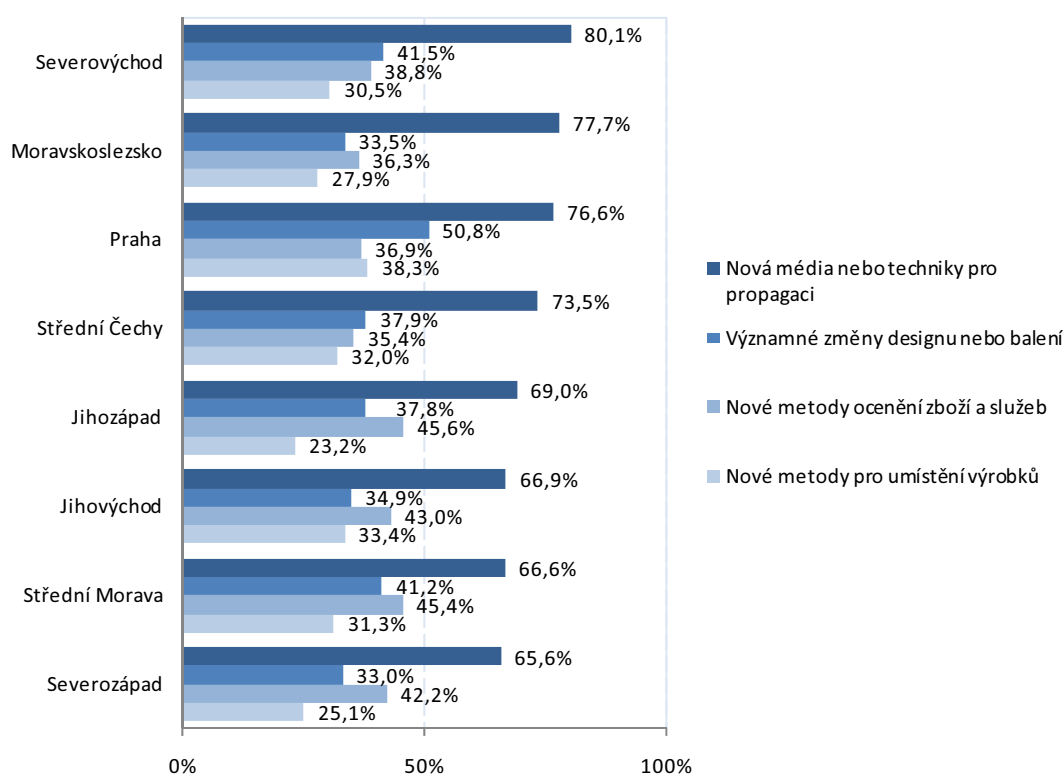
Ve všech odvětvích bylo pro marketingově inovující podniky nejdůležitější využití nových médií nebo technik pro propagaci. Vůbec nejvyšší podíl využití tohoto typu inovace měly podniky ve výrobě a rozvodu elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu (93 % ze všech marketingově inovujících podniků v tomto odvětví).

Stejně jako u všech jiných odvětví, tak u podniků ve zpracovatelském průmyslu nevýznamnější marketingová inovace spočívala ve využití nových médií nebo technik propagace výrobků (68,3 %). Podíl marketingové inovace jako významné změny designu nebo balení dosáhl 45,3 %. Nejméně se podniky ve zpracovatelském průmyslu zaměřily v rámci marketingových inovací na využití nových metod pro umístění výrobků (28,6 %).

Na nové metody ocenění zboží a služeb se nejvíce soustředily podniky v odvětví těžby a dobývání (64,6 %).

Ve všech regionech se marketingově inovující podniky zaměřily zejména na použití nových médií nebo technik pro propagaci. Nejvyšší podíl této inovace byl zjištěn u podniků v regionu Severovýchod (80,1 % z marketingově inovujících podniků), nejmenší u podniků v regionu Severozápad (65,6 %). Nejvíce na provedení významných změn v designu nebo balení zaměřily podniky v hlavním městě Praze (50,8 %). Na nové metody ocenění zboží a služeb se soustředily nejvíce podniky v regionu Jihozápad (45,6 %). Nové metody pro umístění výrobků nejvíce použily marketingově inovující podniky v regionu Jihovýchod (33,4 %).

Graf 2.4.1-3: Marketingová inovace podle typu a regionů NUTS2 (% z marketingově inovujících podniků); 2008–2010



Ve srovnání s předchozím obdobím 2006–2008 došlo, kromě nových metod ocenění zboží a služeb, k nárůstu podílů zavedení jednotlivých typů marketingových inovací. Podniky méně využily nových metod ocenění zboží a služeb, podíl se podíl snížil o 1,6 procentního bodu. Nevyšší podílový nárůst o 3,3 procentních bodů zaznamenala marketingová inovace týkající se nových metod pro umístění výrobků. Podíl zavedení významných změn designu nebo balení se zvýšil 2,9 procentních bodů. Podíl podniků, které použily nová média nebo techniky pro propagaci, se ve srovnání s předchozím obdobím téměř nezměnil.

Nejvyšší nárůst podílu využití nových metod pro umístění výrobků byl zaznamenán u středních podniků (o 10,6 procentních bodů).

Podniky pod zahraniční kontrolou ve srovnání s obdobím 2006–2008 zvýšily zavádění všech druhů marketingové inovace, nejvíce podíl narostl u využití nových metod umístění výrobků (o 6,6 procentních bodů). Domácí podniky méně využily nové metody ocenění zboží a služeb. Podíl se ve srovnání s předchozím obdobím snížil o 3 procentní body.

Bližší viz graf 2.4.1-4 na následující straně.

Graf 2.4.1-4: Marketingová inovace podle typu, velikosti a vlastnictví podniku; 2006–2008 a 2008–2010
(rozdíl podílů v procentních bodech období 2010–2008 (-) 2008–2006)

