

v roce 2014

Registrováno  
ČSÚ ČV 192/14  
ze dne 11.12.2014  
IKF 702014

Dotazník je součástí Programu statistických zjišťování na rok 2014. Podle zákona č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě, ve znění pozdějších předpisů, je zpravodajská jednotka povinna poskytnout všechny požadované údaje. Ochrana důvěrnosti údajů je zaručena zákonem. Děkujeme za spolupráci.

Vyplněný dotazník doručte **do 29. 5. 2015**  
Krajská správa ČSÚ v Praze, Na padesátém 81, 100 82 Praha 10

Formuláře výkazů, elektronický sběr dat, registry, číselníky a aktuální statistické informace na: [www.vykazy.cz](http://www.vykazy.cz)

IČO

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Název a sídlo (adresa) zpravodajské jednotky:

--

Dotazník vyplnil:	Jméno a příjmení	Podpis
	Telefon	
	Fax	
	E-mail	Datum
Vyplňuje-li dotazník za zpravodajskou jednotku jiný subjekt (účetní firma ap.), uveďte zde svoje kontaktní spojení.		

## Vyplnění záhlaví dotazníku:

IČO - identifikační číslo, pokud je méně než osmimístné, doplní se zleva nuly

Informace podá:

ČSÚ, odbor statistik rozvoje společnosti  
Ing. Václav Sojka, tel. 27405 2536, e-mail: [vaclav.sojka@czso.cz](mailto:vaclav.sojka@czso.cz) - metodika šetření  
Krajská správa ČSÚ v Praze  
Bc. Jitka Reslerová, tel. 27405 2810, e-mail: [jitka.reslerova@czso.cz](mailto:jitka.reslerova@czso.cz) - sběr dat

## Úvodní poznámka

Toto šetření poskytuje informace o produktových, procesních, organizačních, marketingových a ekologických inovacích zavedených v letech **2012–2014**. Většina otázek se týká nových nebo podstatně zlepšených výrobků/služeb, případně zavedení nových nebo podstatně zlepšených procesů. Organizační a marketingové inovace jsou zahrnuty pouze v oddíle T12 a T13, ekologické inovace pak v oddíle T14.

**Za účelem možnosti porovnání inovačních podniků s podniky bez inovačních aktivit, žádáme všechny ekonomické subjekty, aby odpověděly na všechny požadované otázky.**

K o m e n t á ř: zpravodajská jednotka uvede vysvětlení logických nesrovnalostí nebo mimořádného vývoje ve vykazovaných datech, které vyplývají z organizačních změn nebo jiných okolností (pokud vymezený prostor nepostačuje, pokračujte na samostatném listě).

**T00 Obecné informace o ekonomickém subjektu (dále jen podnik)**

<b>T001</b>	<b>Byl váš podnik v roce 2014 součástí skupiny podniků?</b>	<b>ANO</b>	<b>NE</b>	
	Skupina podniků se skládá ze dvou nebo více právně definovaných ekonomických subjektů pod společným vlastnictvím. Ústředí skupiny je též součástí skupiny podniků. (Zakřížkujte vhodnou odpověď.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
	Pokud ANO, uveďte kód a jméno země, kde je ústředí skupiny:			
	kód země	alfabetický (dvoumístný) kód podle klasifikace zemí CZ - GEONOM k 1.1.2010 viz: <a href="http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_zemi_(cz_geonom)">www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_zemi_(cz_geonom)</a>		<input type="text"/> <input type="text"/>
	jméno země	<input type="text"/>		3

Je-li váš podnik součástí skupiny podniků, odpovídejte na všechny další otázky jenom za váš podnik.

Nezahrnujte výsledky za dceřiné, sesterské nebo mateřské podniky.

<b>T002</b>	<b>Jaké změny uskutečnil váš podnik v letech 2012–2014:</b>	<b>ANO</b>	<b>NE</b>	
	(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)			
	sloučení s jiným podnikem či převzetí jiného podniku či jeho části	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
	prodej, ukončení nebo outsourcing některé činnosti nebo funkce vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2

<b>T003</b>	<b>Byl váš podnik v roce 2014 součástí produkční sítě, tj. struktury výrobců, dodavatelů a distributorů propojené obchodními vazbami (bez ohledu na vlastnictví), jejichž prostřednictvím je specifický výrobek/služba produkována a distribuována koncovým uživatelům, přičemž každé stádium přispívá ke zvyšování hodnoty výrobku/služby?</b>	<b>ANO</b>	<b>NE</b>	
	Odpovězte NE, pokud váš podnik samostatně a pod vlastní značkou vyrábí a distribuuje konečný výrobek/službu koncovým uživatelům.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
	Pokud ANO, zařadte váš podnik na odpovídající stupeň hierarchické struktury. Pokud je váš podnik součástí několika produkčních sítí, vztáhněte charakteristiku k nejvýznamnějšímu produktu/produktové skupině vašeho podniku. (Zakřížkujte nejvhodnější odpověď.)			
	<b>vedoucí firma</b> (díky své tržní síle řídí, organizuje a reguluje celou výrobní síť výroby a prodeje, reguluje fungování celé produkční sítě, např. výběrem dodavatelů, nastavením procesů a standardů, které musí dodávaný výrobek/služba plnit)	<input type="checkbox"/>		2
	<b>dodavatel prvního řádu</b> (dodává vedoucí firmě zkompletované autonomní subsystemy nebo technicky/znalostně náročné komponenty konečného výrobku/služby, které se vyznačují vysokou přidanou hodnotou)	<input type="checkbox"/>		3
	<b>dodavatel druhého řádu</b> (dodává přímo vedoucí firmě nebo dodavateli vyššího řádu menší, méně komplexní komponenty konečného výrobku/služby)	<input type="checkbox"/>		4
	<b>dodavatel třetího řádu</b> (produkuje jednoduché komponenty součástky konečného výrobku/služby s relativně nízkou přidanou hodnotou nebo komponenty využívané dodavateli vyššího řádu k produkci komplexnějších výrobků/služeb)	<input type="checkbox"/>		5

**T004 Na jakém z následujících trhů působil váš podnik v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

A. lokální/regionální trh uvnitř ČR

ANO

NE

1

B. národní trh (v rámci celé ČR)

2

C. evropský trh \*

3

D. celosvětový trh (mimo výše uvedené)

4

\* Zahrnuje země EU a Albánie, Bosnu a Hercegovinu, Černou Horu, Island, Kosovo, Lichtenštejnsko, Makedonii, Norsko, Srbsko, Švýcarsko a Turecko.

Nezahrnuje následující evropské země: Bělorusko, Rusko, Ukrajinu a Moldavsko.**T005 Na kterém z výše uvedených trhů váš podnik v letech 2012–2014 realizoval největší část tržeb?**

(Uveďte odpovídající písmeno A až D dle možností v oddílu T004.)

1

**T01 Produktová inovace**Produktová inovace představuje uvedení **nového** nebo **podstatně zlepšeného** výrobku/služby na trh.Inovace **musí být nová pro váš podnik**, ale **nemusí být nutně nová pro vaše odvětví nebo trh**.

Není důležité, zda byla inovace vyvinuta vaším nebo jiným podnikem či institucí.

Za inovaci se nepovažuje: malé nebo nepatrné zlepšení, rutinní modernizace, sezónní změny (např. oděvů), změny designu, které nemění funkční nebo technické charakteristiky výrobku/služby.

Příklady produktových inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

**T011 Uvedl váš podnik na trh v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

nový nebo podstatně zlepšený **výrobek** \*

ANO

NE

1

novou nebo podstatně zlepšenou **službu**

2

\* Kromě nového výrobku koupeného od jiného podniku za účelem dalšího prodeje.

Je-li odpověď na obě otázky NE, přejděte k oddílu T02.

**T012 Kdo vyvíjel tyto nové nebo podstatně zlepšené výrobky/služby:**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi - více možných odpovědí.)

váš podnik ve vlastní režii

výrobek

služba

1

váš podnik společně s jinými podniky včetně podniků ve vaší skupině

2

váš podnik společně s vysokými školami nebo výzkumnými organizacemi

3

váš podnik, úpravou již existujícího výrobku/služby, které byly vyvinuty jiným subjektem \*

4

jiný podnik včetně podniků ve vaší skupině

5

vysoká škola nebo jiná výzkumná organizace

6

\* Zahrnuje jiné podniky včetně podniků ve vaší skupině, vysoké školy, veřejné nebo soukromé výzkumné organizace a jiné subjekty.

**T013 Byly některé vaše inovované výrobky/služby v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď. V případě více produktových inovací je možné odpovědět kladně na obě otázky.)

**nové na trhu**

(váš podnik uvedl na trh, na kterém působil, nový nebo podstatně zlepšený výrobek/službu dříve než konkurence)

ANO

NE

1

**nové pouze pro váš podnik**

(váš podnik uvedl nový nebo podstatně zlepšený výrobek/službu, které již byly dostupné na trhu od vašich konkurentů)

2

**T014 Odhadněte, jak byly v roce 2014 vaše celkové tržby \* rozděleny mezi:**

(V celých procentech.)

inovované výrobky/služby zavedené v letech 2012–2014, které byly nové na trhu

   % 1

inovované výrobky/služby zavedené v letech 2012–2014, které byly nové pouze pro váš podnik

   % 2

výrobky/služby v letech 2012–2014 nezměněné nebo jen málo modifikované (neinovované)

   % 3\* Pro bankovní a úvěrové instituce: přijaté úroky a podobné příjmy;  
pro instituce poskytující pojišťovací služby: celkové hrubé přijaté pojistné.

Celkové tržby v roce 2014

   %**T015 Byla některá z vašich produktových inovací v letech 2012–2014 uvedena jako první:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

v rámci ČR

	ANO	NE	NEVÍM	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1

v rámci Evropy \*

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---

celosvětově

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	---

\* Zahnuje země EU a Albánii, Bosnu a Hercegovinu, Černou Horu, Island, Kosovo, Lichtenštejnsko, Makedonii, Norsko, Srbsko, Švýcarsko a Turecko.

Nezahnuje následující evropské země: Bělorusko, Rusko, Ukrajinu a Moldavsko.**T02 Procesní inovace**

Procesní inovace představuje nový nebo podstatně zlepšený způsob výroby nebo poskytování služeb, včetně jejich distribuce, skladování a dále pak poskytování podpůrných podnikových činností jako je např. údržba, nákup, účetnictví, informační systém aj. Zahnuje významnou změnu technologií, zařízení nebo softwaru.

Inovace musí být nová pro váš podnik, ale nemusí být nezbytně nová ve vašem odvětví nebo na trhu.

Není důležité, zda byla inovace vyvinuta vaším nebo jiným podnikem.

Za inovaci se nepovažuje: malé nebo nepatrné zlepšení, zvýšení schopnosti výroby nebo poskytování služeb přidáním výrobních nebo logistických systémů, které jsou velmi podobné doposud používaným.

Neuvádějte změny organizačního charakteru (organizační inovace), ty jsou v oddílu T012.

Příklady procesních inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

**T021 Zavedl váš podnik v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

nový nebo podstatně zlepšený způsob výroby nebo poskytování služeb

	ANO	NE	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1

nový nebo podstatně zlepšený způsob dodávek, skladování, distribuce a jiných logistických činností

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
--	--------------------------	--------------------------	---

nové nebo podstatně zlepšené podpůrné podnikové činnosti jako je údržba, nákup, účetnictví, informační systém aj.

	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
--	--------------------------	--------------------------	---

Jsou-li odpovědi na všechny otázky NE, přejděte k oddílu T03.

**T022 Kdo vyvíjel tyto procesní inovace:**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi - více možných odpovědí.)

váš podnik ve vlastní režii

 1

váš podnik společně s jinými podniky včetně podniků ve vaší skupině

 2

váš podnik společně s vysokými školami nebo jinými výzkumnými organizacemi

 3

váš podnik, úpravou již existujícího procesu, který byl vyvinut jiným subjektem \*

 4

jiný podnik včetně podniků ve vaší skupině

 5

vysoká škola nebo jiná výzkumná organizace

 6

\* Zahnuje jiné podniky včetně podniků ve vaší skupině, vysoké školy, veřejné nebo soukromé výzkumné organizace a jiné subjekty.

### T03 Neukončené, odložené nebo zrušené produktové/procesní inovace

#### T031 Prováděl váš podnik v letech 2012–2014 inovační činnosti \*, které nevyústily v produktovou/procesní inovaci, neboť:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

byly zrušeny nebo odloženy před dokončením

ANO

NE

1

na konci roku 2014 inovační činnosti stále probíhají

2

\* Zahrnuje nákup strojů, zařízení, budov, softwaru a licencí; technické a vývojové činnosti, průmyslový design, školení, marketing, výzkum a vývoj prováděné speciálně za účelem vývoje a/nebo zavádění produktové/procesní inovace.

Jsou-li všechny odpovědi na otázky T011, T021 a T031 NE, přejděte k oddílu T012, jinak k následujícímu oddílu T04.

### T04 Inovační činnosti a náklady spojené s produktovými/procesními inovacemi

#### T041 Zabýval se váš podnik při zavádění produktové/procesní inovace v letech 2012–2014 následujícími činnostmi:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

**vnitropodnikovým výzkumem a vývojem (VaV)**

ANO

NE

1

jestliže ANO, jak intenzívně se váš podnik zabýval v letech 2012–2014 výzkumem a vývojem

soustavně (podnik má pracoviště VaV)

2

příležitostně

ANO

NE

**nákupem služeb výzkumu a vývoje**

(VaV objednaný od jiného subjektu na základě vašich požadavků)

3

**pořízením strojů, zařízení, softwaru a budov**

4

**nákup nebo licencování již existujících znalostí** (know-how, patent, průmyslový vzor, ochranná známka atd.) pro rozvoj nových nebo zásadně zlepšených produktů a procesů

5

**školením** zaměstnanců zaměřeným na vývoj/zavádění nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů

6

**uváděním inovovaných produktů na trh** (reklama, výzkum trhu atd.)

7

**designem**, tzn. zdokonalením nebo změnou tvaru, vzhledu nových nebo podstatně zlepšených výrobků nebo služeb

8

**ostatními činnostmi** jako je např. testování, studie proveditelnosti a jiné výše neuvedené činnosti směřující k zavedení nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů

9

#### T042 Odhadněte náklady vynaložené v roce 2014 na každou z následujících inovačních činností:

(Zahrnují se investiční [bez odpisů] a neinvestiční náklady včetně mzdových.)

Rok 2014

**vnitropodnikový výzkum a vývoj**

(včetně investičních nákladů na budovy a zařízení určené speciálně pro výzkum a vývoj)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

1

**nákup služeb výzkumu a vývoje**

(všechny výdaje za nakoupené služby VaV provedené jiným subjektem na základě vaší zakázky)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

2

**pořízení strojů, zařízení, softwaru a budov**

(kromě nákladů na zařízení, budovy určené pro VaV - viz řádek 1)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

3

**nákup nebo licencování jiných externích znalostí**

(know-how, patent, průmyslový vzor, ochranná známka atd.)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

4

**náklady na ostatní inovační činnosti**

(design, školení, uvádění inovací na trh a jiné činnosti související s prováděnými inovacemi)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

5

**Součet těchto inovačních nákladů za rok**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(tis. Kč)

6

**T07 Financování produktových/procesních inovací z veřejných zdrojů****T071 Obdržel váš podnik na provádění inovačních činností uvedených v oddíle T041 v letech 2012–2014 finanční podporu z veřejných zdrojů následujících úrovní:**

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
místní nebo regionální úřady	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
ústřední vláda (včetně vládních agentur nebo ministerstev)			
přímá veřejná podpora (dotace, grant či záruka za úvěr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
nepřímá veřejná podpora (daňové odpočty uznatelných nákladů na VaV)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Evropská unie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

**T072 Realizoval váš podnik v letech 2012–2014 inovační činnosti spolufinancované prostřednictvím 7. rámcového programu EU pro výzkum a technologický rozvoj nebo programu Horizont 2020 pro výzkum a inovace?**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

ANO	NE	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1

**T08 Inovační spolupráce v oblasti produktových/procesních inovací****T081 Spolupracoval \* váš podnik v letech 2012–2014 na některé své inovační činnosti s jinými podniky nebo institucemi?**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

ANO	NE	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1

\* *Inovační spolupráce je aktivní účast na inovačních činnostech s jinými podniky nebo institucemi. Oba partneři nemusí mít obchodní prospěch zároveň. Inovační spolupráce nezahrnuje zadávání prací mimo podnik bez aktivní spolupráce.*

V případě, že NE, přejděte k oddílu T09. Jinak pokračujte následujícím oddílem T082.

**T082 Pokud ANO, označte typ a zemi působení spolupracujícího partnera:**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ČR	Evropa *	USA	Čína, Indie	ostatní	
A. ostatní podniky uvnitř skupiny podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
B. dodavatelé zařízení, materiálů, součástí nebo softwaru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
C. klienti nebo zákazníci ze soukromého sektoru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
D. klienti nebo zákazníci z veřejného sektoru **	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
E. konkurenční a jiné podniky ze stejného odvětví	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
F. konzultanti a komerční laboratoře	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
G. vysoké školy nebo jiné instituce vyššího vzdělávání	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
H. veřejné nebo soukromé výzkumné organizace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8

\* *Zahrnuje země EU a Albánii, Bosnu a Hercegovinu, Černou Horu, Island, Kosovo, Lichtenštejnsko, Makedonii, Norsko, Srbsko, Švýcarsko a Turecko.*

*Nezahrnuje následující evropské země: Bělorusko, Rusko, Ukrajinu a Moldavsko.*

\*\* *Veřejný sektor zahrnuje vládní organizace jako jsou místní, regionální a národní úřady a agentury, školy, nemocnice.*

**T083 Jaký typ spolupracujícího partnera považujete z hlediska inovačních činností vašeho podniku za nejhodnotnějšího?**

(Uveďte odpovídající písmeno A až H dle možností v oddílu T082.)

<input type="checkbox"/>	1
--------------------------	---

## T09 Motivace k provádění produktových/procesních inovací

### T091 Byl motivací při zavádění produktové/procesní inovace v letech 2012–2014 některý z uvedených interních či externích podnětů:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
snaha o vytěžení <b>skryté poptávky</b> (předpoklad, že díky inovaci se vytvoří nová poptávka)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
snaha o vytěžení <b>existující poptávky</b> (inovace přímo reaguje na identifikovanou poptávku)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
snaha o <b>vstup na nový tržní segment</b> (rozšíření produkce o výrobky nebo služby v jiném než dosavadním odvětví)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
snaha o <b>vstup na nové geografické trhy</b> (rozšíření propce výrobků či nabídky služeb na jiném než stávajícím geografickém trhu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
inovace byla <b>vyvolána požadavky stávajícího odběratele</b> (požadavek odběratele na provedení produktové nebo procesní inovace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5

## T12 Organizační inovace

Organizační inovace představuje zavedení **nového způsobu organizace řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů, lidských zdrojů nebo vnějších vztahů.**

Jedná se o **zásadní změnu** organizační struktury nebo manažerských metod v rámci vašeho podniku, které nebyly dříve používané, za účelem zlepšení využívání znalostí, kvality nebo zefektivnění průběhu prací.

Za inovaci se nepovažuje: slučování nebo akvizice, i když k nim došlo poprvé, změny v manažerské strategii, pokud nejsou spojené s významnými organizačními změnami.

Příklady organizačních inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

### T121 Uskutečnil v letech 2012–2014 váš podnik tyto změny:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
zavedl nový způsob <b>organizace řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů, managementu kvality a produkce</b> apod.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
zavedl nový způsob <b>organizace lidských zdrojů</b> (např. zavedení nového systému odpovědnosti zaměstnanců, týmová práce, decentralizace, slučování a rozdělování útvarů, školící/vzdělávací systémy apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
zavedl nový přístup k <b>organizaci vnějších vztahů</b> s podniky a jinými institucemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3

## T13 Marketingová inovace

Marketingová inovace představuje **nové nebo významné změny způsobu obchodování s výrobky/službami, včetně změn designu a obalů, propagace, využití nových způsobů prodeje.**

Jedná se o marketingovou koncepci nebo strategii, která se **významně odlišuje** od již existujících podnikových metod a která nebyla předtím v podniku použita.

Zahrnuty jsou významné změny v designu výrobku nebo jeho balení, propagace nebo stanovení ceny výrobku/služby.

Za inovaci se nepovažuje: sezónní, pravidelné nebo jiné rutinní změny v marketingových metodách.

Příklady marketingových inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

### T131 Uskutečnil v letech 2012–2014 váš podnik tyto změny:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
provedl významnou změnu estetického <b>designu</b> nebo <b>balení</b> výrobků/služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
využil nový způsob <b>propagace</b> výrobků/služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
využil nový <b>způsob prodeje</b> nebo <b>umístění výrobku/služby na trh</b> (product placement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
zavedl novou metodu <b>ocenění</b> výrobků/služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

## T14 Ekologická inovace

Ekologická inovace (eko-inovace) znamená zavedení nových nebo významně zlepšených výrobků (zboží nebo služeb), procesů, organizačních nebo marketingových metod, které vytvářejí pozitivní přínosy pro životní prostředí ve srovnání s alternativami. Tyto pozitivní přínosy pro životní prostředí mohou být primárním cílem inovací nebo výsledkem jiných inovačních cílů. Mohou se projevit během produkce zboží nebo služeb či během jejich užívání zákazníkem.

### T141 Uvedl váš podnik v letech 2012–2014 produktovou, procesní, organizační nebo marketingovou inovaci spojenou s následujícími pozitivními přínosy pro životní prostředí:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

Pozitivní přínosy pro životní prostředí spojené s <u>produkcí</u> vašich výrobků a služeb (na straně podniku)	ANO	NE	
snížení spotřeby materiálu nebo vody na jednotku produkce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
snížení spotřeby energie nebo produkce emisí CO <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
snížení znečištění půdy, vody a vzduchu; snížení hluku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
náhrada (úplná či částečná) materiálu jiným, méně znečišťujícím nebo s nižším obsahem nebezpečných látek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
náhrada (úplná či částečná) neobnovitelných zdrojů energie za obnovitelné zdroje energie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
recyklace odpadu, vody nebo materiálů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
<b>Pozitivní přínosy pro životní prostředí spojené s <u>užitím</u> vašich výrobků nebo služeb (na straně zákazníka)</b>			
snížení spotřeby energie či emisí CO <sub>2</sub>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
snížení znečištění půdy, vody a vzduchu; snížení hluku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
usnadnění recyklace výrobků po jejich užití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9
prodloužení trvanlivosti (životnosti) výrobku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10

## T15 Veřejná zakázka a inovační aktivity

### T151 Získal váš podnik v letech 2012–2014 veřejnou zakázku\* na dodání výrobků nebo služeb pro:

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
domácí organizaci z veřejného sektoru**	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
zahraniční organizaci z veřejného sektoru**	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2

\* **Veřejná zakázka** je nákup zboží, zadání práce, objednání díla nebo služby veřejným subjektem (stát, obec, samosprávný celek nebo organizace jím založená).

\*\* **Veřejný sektor** zahrnuje vládní organizace jako jsou místní, regionální a národní úřady a agentury, školy, nemocnice.

### T152 Inovovali jste v souvislosti se získáním veřejné zakázky?

	ANO	NE	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
<b>Pokud ANO, bylo provedení inovačních aktivit:</b> (Zakřížkujte všechny vhodné odpovědi. V případě více uzavřených smluv je možné zaškrtnout obě odpovědi.)			
přímo uvedeno ve smlouvě	<input type="checkbox"/>		2
nebylo přímo uvedeno ve smlouvě	<input type="checkbox"/>		3



**T16 Podniky bez inovačních aktivit****(vyplní pouze podniky bez produktových, procesních, marketingových nebo organizačních inovací)****T161 Uvedte, proč váš podnik neprováděl v letech 2012–2014 žádné inovační činnosti:**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

nebyl žádný závažný důvod inovovat

 1 jděte na T162

inovace byly zvažovány, ale díky závažným omezením nerealizovány

 2 jděte na T163**T162 Jak významné byly pro váš podnik následující důvody neinovat v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte stupeň významnosti.)

	Stupeň významnosti				
	vysoký	střední	nízký	bez vlivu	
slabá poptávka po inovacích na trhu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
nebylo třeba inovovat vzhledem k předchozím inovacím	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
nebylo třeba inovovat vzhledem k nízké soutěži na trhu, kde váš podnik působí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
nedostatek dobrých nápadů pro inovace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

**T163 Jak významné byly pro váš podnik následující překážky bránící inovovat v letech 2012–2014:**

(V každém řádku zakřížkujte stupeň významnosti.)

	Stupeň významnosti				
	vysoký	střední	nízký	bez vlivu	
nedostatek vlastních finančních zdrojů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
nedostupnost finančních zdrojů mimo podnik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
nedostatek kvalifikovaných pracovníků uvnitř podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
obtíže při získávání veřejné podpory (dotace, grant či záruka za úvěr) pro inovace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
nenalezení vhodných partnerů pro spolupráci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
nejistá nebo slabá poptávka po inovacích na trhu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
příliš silná soutěž na trhu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7

## PŘÍKLADY INOVACÍ 2014

Seznam zde uvedený je pouze ilustrativní a nikoliv vyčerpávající. Má sloužit jako pomůcka k lepšímu pochopení jednotlivých druhů inovací.

### TA1 Produktová inovace

**Definice:** Inovace produktů zahrnuje výrobky a služby, u kterých se charakteristiky nebo zamýšlené použití významně liší od předcházejících produktů podniku. Zahrnují se pouze významné změny technických specifikací, komponentů a materiálů, zakomponovaného softwaru, uživatelské přístupnosti nebo ostatních funkčních charakteristik. Na rozdíl od inovací procesu jsou přímo prodávány zákazníkům. Minimální požadavek pro produktovou inovaci je tedy skutečnost, že inovovaný produkt musí být nový (nebo výrazně zlepšený) alespoň pro podnik a musí být realizovaný (implementovaný) na trhu.

#### Příklady inovovaných výrobků:

Zavedení úplně nového výrobku; nahrazení vstupů materiály se zdokonalenými vlastnostmi (vzdušné textilie, lehké ale pevné materiály, nano-textilie, plasty šetrné k životnímu prostředí atd.); zavedení nové nebo zdokonalené složky do již existujících výrobků (navigační systémy v dopravních nebo obslužných zařízeních (GPS), kamery v mobilních telefonech, atd.); zařízení domácností, které obsahuje software zvyšující uživatelskou přístupnost a komfort uživatelů (topinkovač, který se automaticky vypíná po opečení chleba atd.); přidání nových funkcí do již existujících výrobků (3D tisk; světlomety na kolo, které se mohou dobíjet pomocí USB portu; odpadkové koše se signalizací naplnění, solární či bezdotykové nabíjení atd.).

#### Příklady inovovaných služeb:

Zlepšení zákaznického přístupu (služba půjčovny aut, která umožňuje zákazníkům převzít a vrátit půjčené auto na dohodnutém místě; služba umožňující předplatit si DVD nosiče, v rámci které si zákazník za měsíční paušál může objednat předem stanovený počet DVD nosičů přes internet s dodáním poštou/doručovací službou domů); služby přes internet (např. bankovníctví), systém placení účtů, elektronický nákup cestovních a divadelních lístků; nové formy záruk (rozšířená záruka na nový nebo použitý výrobek), spojení záruk s jinými službami např. s kreditními kartami, bankovními účty nebo s věrnostními kartami; instalace plynového vytápění na terasách a ve vnějších částech restaurací a barů nebo instalace reklamních obrazovek do autobusů, letadel nebo vlaků.

### TA2 Procesní inovace

**Definice:** Procesní inovace je zavedení nové nebo podstatně zlepšené metody způsobu výroby nebo poskytování služeb včetně distribuce a podpůrných podnikových činností. Inovace procesu se vyskytují v sektoru průmyslu, stejně tak jako ve službách, a zahrnují významné změny specifických technik, vybavení a/nebo softwaru za účelem zdokonalení kvality, efektivnosti nebo flexibility produkce či dodavatelské činnosti nebo snížení ohrožení (zátěže) životního prostředí či bezpečnostních rizik.

#### Příklady inovovaných metod výroby nebo poskytování služeb:

Instalace nové nebo zdokonalené výrobní technologie, např. automatické zařízení nebo snímače pracující v reálném čase, pomocí kterých je možno nastavovat či regulovat procesy, robotizace; nové zařízení požadované pro nové nebo zdokonalené produkty; počítačem podporovaný vývoj produktu; efektivnější procesy, které snižují spotřebu materiálů nebo energie na jednotku výstupu (produkce).

#### Příklady inovovaných metod logistiky, dodávek nebo distribuce:

Zavedení čárových kódů nebo pasivních čipů (RFID), které je možné identifikovat prostřednictvím radiového signálu/mikrovlnného signálu za účelem monitorování materiálů procházejících přes distribuční řetězce; GPS navigační systémy a satelitní systémy pro dopravní zařízení (i mýtná brána a zařízení s ní související); automatizovaná zpětná vazba na dodavatele za použití elektronické výměny dat; integrovaný informační systém (softwarový balík/aplikace) umožňující řízení celého dodavatelsko-odběratelského řetězce v reálném čase.

#### Příklady inovovaných podpůrných podnikových činností:

Zavedení softwaru na identifikaci optimálních dodavatelských cest; nový nebo zdokonalený software nebo jiný program pro systémy prodeje, účtování a údržby; manažerské informační systémy (CRM – Customer Relationship Management [řízení vztahů se zákazníky]/ERP – Enterprise Resource Planning [plánování zdrojů podniku]).

### TA12 Organizační inovace

**Definice:** Organizační inovace je zavedením nové organizační metody do podnikových postupů, pracovních míst, organizačních a vnějších vztahů. Organizační inovace může být zaměřena na zvýšení výkonnosti podniku snížením administrativních nákladů, zlepšením pracovního prostředí (které vede ke zvýšení produktivity), získání přístupu k neobchodovatelným aktivům (např. nekodifikované, skryté znalosti) nebo snížením cen dodávek. Organizační inovace se od dalších organizačních změn ve firmě odlišuje tím, že jde o organizační metodu, kterou dříve firma nepoužívala.

#### Příklady inovovaného způsobu řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů:

Zřízení oficiálních nebo neformálních pracovních týmů s cílem zkvalitnit přístup k poznatkům a jejich výměnu mezi jednotlivými odděleními podniku (marketing, výzkum, výroba atd.); zavedení standardů kontroly kvality pro dodavatele a subdodavatele; podpora manažerských systémů pro optimalizaci rozdělení zdrojů počínaje dodavatelskými vstupy až po konečnou dodávku produktů; zavedení skupinových nebo individuálních stimulů; zavedení práce s využitím informačních technologií (teleworking) nebo tzv. „bezpapírové“ kanceláře (paperless office) s důrazem na redukci užívání tištěných dokumentů.

#### Příklady inovovaného způsobu organizace lidských zdrojů:

Snížení nebo zvýšení počtu úrovní managementu; změny zodpovědnosti jako např. pověření zaměstnanců s podstatně vyšší zodpovědností pro vykonávání kontrol pracovních procesů výroby, distribuce a prodeje; zavedení systému práce vysokého výkonu (HPWS) spojeného s horizontální hierarchickou strukturou, rotací pracovních míst, zřízením týmů se samostatnou odpovědností, řešení více úloh najednou, nahrazení vertikálních komunikačních kanálů horizontálními; nové vzdělávací a školicí systémy pro zvyšování kvalifikace zaměstnanců; vytvoření nového oddělení např. rozdělením managementu marketingu a výroby do dvou oddělení; homeworking (práce na dálku z domova).

Příklady inovovaných přístupů k organizaci vnějších vztahů:

Využití metody „outsourcingu“ pro úlohy výzkumu nebo pro požadavky výroby, tj. řešení těchto úloh na základě objednávky u jiné firmy subdodavatelským způsobem, pokud by řešení těchto úloh ve vlastní režii vyžadovalo změnu organizace pracovních toků v podniku; využití aliancí, které vyžaduje úzkou spolupráci se zaměstnanci z jiných institucí (včetně výměnných pobytů zaměstnanců).

**TA13 Marketingová inovace**

**Definice:** Marketingová inovace je zavedením nové marketingové metody včetně podstatných změn designu nebo balení výrobku, umístění výrobku na trhu, propagace výrobku nebo stanovení ceny. Marketingová inovace se zaměřuje na lepší splnění potřeb zákazníka, vstup na nové trhy nebo nalezení nového místa na trhu a jejím cílem je zvýšení objemu prodejů. Marketingová inovace se od dalších marketingových nástrojů firmy odlišuje zavedením marketingové metody, kterou dříve firma nepoužívala. Musí být součástí nové marketingové koncepce nebo strategie, která se výrazně odlišuje od stávajících marketingových metod. Nová marketingová metoda může být použita jak pro nové, tak pro stávající produkty

Příklady inovovaného designu a balení:

Nový design existujících produktů (přenosné paměťové karty upravené na nošení jako šperk atd.); nový design spotřebních předmětů (přístroje navržené pro velmi malé místnosti atd.); modifikovaný způsob balení určený pro specifické trhy (rozdílné vazby a řezy písma té samé knihy pro děti a dospělé).

Příklady inovovaných metod propagace výrobků a služeb:

Nový způsob seskupení existujících výrobků a služeb do tzv. balíků s cílem zaujmout část trhu; vývoj obchodních známek pro nové produkty; první uvedení produktů na trh na základě názoru vedoucích a slavných osobností nebo jednotlivých skupin, které stanovují módní nebo výrobní trendy; zacílení marketingu na určité části populace na základě osobních informací – tyto informace mohou být sebrány na úrovni jednotlivců, kteří navštěvují internetové stránky za účelem získání informací nebo jsou zapojeni do výherních akcí typu „nejčastější zákazník či kupující“; využívání sociálních sítí pro marketing.

Příklady inovovaných umístění výrobku (product placement):

První umístění nabídky produktu v televizi, v knihách, filmech atd.; mediální programové změny zaměřené na specifické instituce jako např. uzavřené televizní okruhy pro nemocnice, které obsahují vzdělávací programy na podporu prodeje specifických produktů; skladové prodeje (specifické prodejní místnosti v rámci obchodního domu), které jsou dostupné jen pro držitele kreditních nebo prémiových karet daného obchodního domu; první využití exklusivního obchodování jako je prodej luxusních výrobků ve specializovaných prodejnách; elektronické obchodování.

Příklady inovovaných metod oceňování výrobků a služeb:

První užití variabilního oceňování výrobků nebo služeb s cenou odlišnou podle času nákupu, lokality kupujícího atd.; první užití metody zaváděcí ceny pro proniknutí na trh a získání tržního podílu; první užití systému slev prostřednictvím věrnostních karet.

**Co NENÍ považováno za inovaci**

Prodej nových nebo zdokonalených produktů není v obecném případě produktovou inovací pro velkoobchod, maloobchod, přepravní nebo skladovací firmu. Tato odvětví jsou spojena zejména s inovací služeb.

Nákup identických modelů výrobního zařízení nebo malá rozšíření a aktualizace existujícího zařízení nebo software nejsou procesní inovací. Zařízení nebo jeho rozšíření musí být pro podnik nové a musí jít o podstatné zlepšení jeho charakteristik.

Jestliže firma přizpůsobuje výrobky požadavkům zákazníka (customizace), pak nejde o inovaci, pokud takové produkty nemají výrazně odlišné vlastnosti od těch, které byly dříve vyráběny.

Změna ceny produktu nebo produktivity procesu založené výlučně na cenových změnách není inovací. Např., pokud je vyráběn a prodáván stejný model PC za nižší cenu jen proto, že se snížila cena komponent, nejde o inovaci.

Pokud firma přestane vyrábět určitý výrobek, pak nejde o inovaci, i když se zvýší výkonnost firmy. Např. pokud firma zastaví výrobu televizního přijímače kombinovaného s DVD rekordérem nebo se zastaralou technologií (plazmová obrazovka), pak nejde o inovaci. Podobně, pokud firma přestane používat určitou marketingovou nebo organizační metodu, nejde o inovaci.

V některých průmyslových odvětvích, jako oděvní a obuvnický průmysl, dochází k sezónním změnám typu výrobků nebo služeb, které mohou být doprovázeny změnou vzhledu. Takové typy rutinních změn vzhledu obecně nejsou považovány za produktové nebo marketingové inovace. Např. uvedení na trh nové bundy není inovací, pokud nemá výrazně zlepšené vlastnosti. Pokud však při sezónní změně dochází k významné změně designu, která je součástí nové, poprvé používané marketingové strategie, pak jde o marketingovou inovaci.