

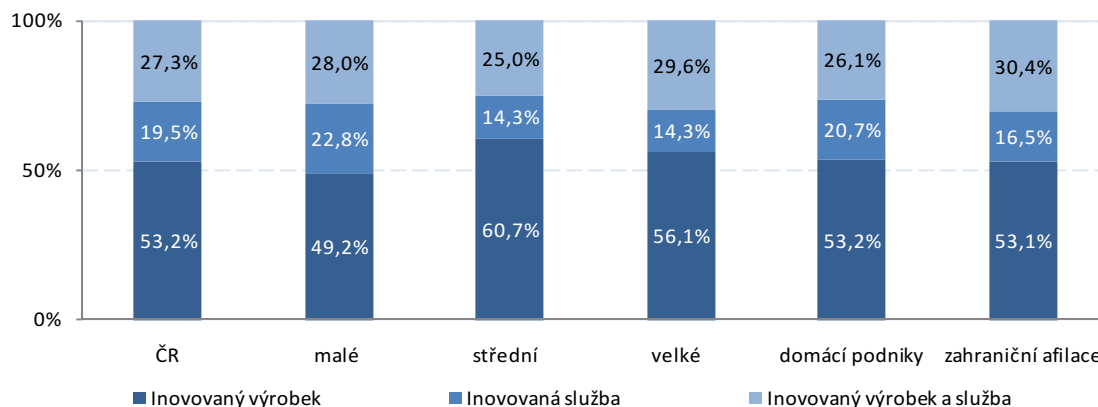
### 2.3.1 Produktová inovace

Produktově inovující podniky se v období 2008–2010 soustředily zejména na inovaci svých výrobků. Inovaci výrobků zavedlo celkem 80,5 % produktově inovujících podniků. Pouze samostatné inovaci výrobků se věnovalo 53,2 % těchto podniků. Služby inovovalo 46,8 % produktově inovujících podniků. Samostatnou inovaci služeb pak provedlo 19,5 % těchto podniků.

Pouze samostatné inovaci výrobků se nejvíce věnovaly střední podniky (60,7 %). Inovaci výrobků i služeb prováděly nejvíce velké podniky (29,6 %). Ve všech velikostních skupinách převládá inovování výrobků nad inovováním služeb.

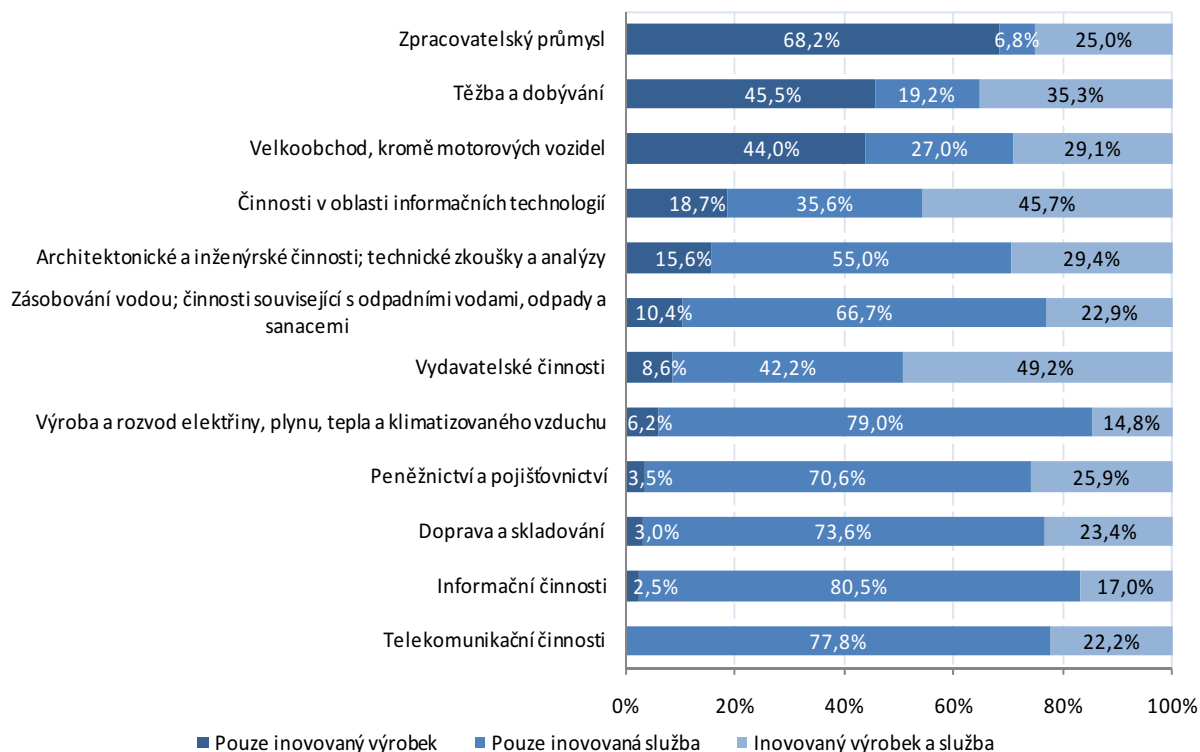
Produktově inovující domácí podniky i podniky pod zahraniční kontrolou se věnovaly téměř rovným podílem pouze inovaci výrobků. U zahraničních afilací pak byl zjištěn vyšší podíl (30,4 %) produktově inovujících podniků, které zavedly současně inovaci výrobků a služeb, než tomu bylo u domácích podniků (26,1 %).

Graf 2.3.1-1.: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podle velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010



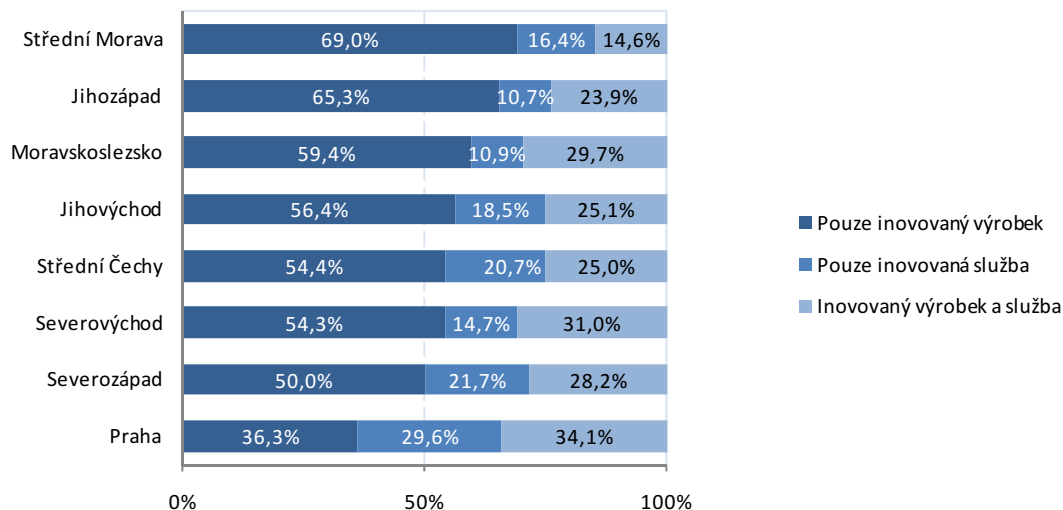
Velmi odlišné podíly zavedených typů produktové inovace jsou v případě rozlišení podle odvětvové klasifikace, které jsou dány povahou činností v odvětví. Proto například telekomunikace mají velmi nízký podíl inovace výrobku (22,2 %), která je nejčastěji svázaná se službou. Stejně tak i v informačních činnostech a peněžnictví a pojišťovnictví. Inovace výrobku pak zcela převládá u podniků ve zpracovatelském průmyslu (93,2 % celkem, pouze výrobku pak 68,2 %). Silné zastoupení má inovace výrobků i v odvětví těžby a dobývání (80,8 % celkem, pouze výrobku 45,5 %).

Graf 2.3.1-2: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podle odvětví CZ-NACE r2; 2008–2010



Ve všech regionech NUTS2 podniky inovovaly více své výrobky než služby. Nejvíce se na inovaci výrobků soustředily produktově inovující podniky na Jihozápadě (celkem 89,3 %) a v Moravskoslezském regionu (89,1 %). Na inovaci služeb se nejvíce zaměřily podniky v hlavním městě Praze, kde inovaci služby celkem zavedlo 63,7 % produktově inovujících podniků, pouze inovaci služby pak 29,6 %, což je nejvyšší podíl ze všech regionů. Podniky v Praze také více než v ostatních regionech inovovaly současně výrobek a službu (34,1 %).

**Graf 2.3.1-3: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podniků podle regionů NUTS2; 2008–2010**

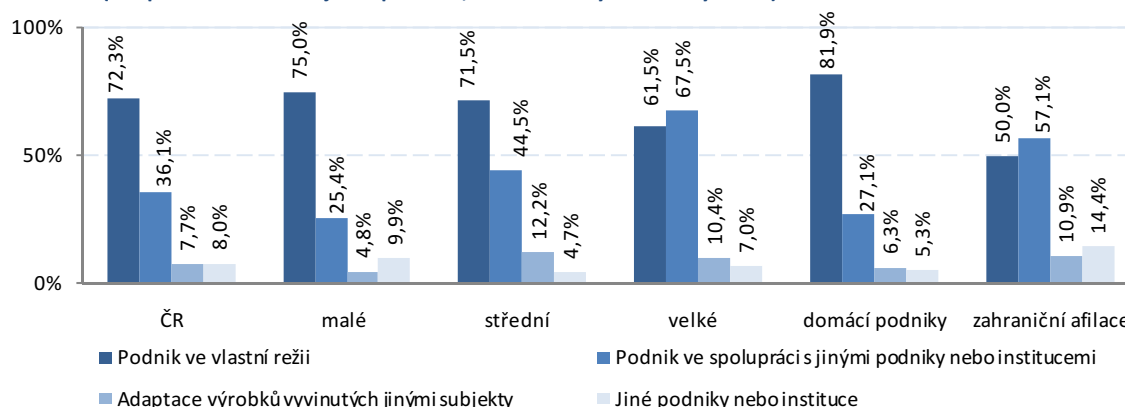


Produktově inovující podniky vyvíjely nové či zásadně zdokonalené výrobky nejčastěji ve vlastní režii (72,3 % podniků s inovací výrobků). Podíl podniků s inovací výrobků, které vyvíjely ve spolupráci s jinými podniky nebo institucemi, dosáhl 36,1 %. Téměř stejný podíl podniků s inovací výrobků adaptoval výrobky vyvinuté jinými subjekty (7,7 %) nebo vyvinuté pouze jinými podniky či institucemi (8 %).

Situace je odlišná u velkých podniků, kde byl nejčastějším původcem inovace výrobků podnik ve spolupráci s jinými podniky v podnikové skupině nebo institucemi (67,5 %). Velké podniky tedy na inovacích souvisejících s výrobky spolupracují více než střední a malé podniky.

Stejně jako v případě velkých podniků, které jsou nejčastěji pod zahraniční kontrolou, u zahraničních afilací byly inovace výrobků vyvíjeny ve spolupráci s jinými podniky v podnikové skupině nebo institucemi (57,1 %). U domácích podniků je tomu naopak a výrobkové inovace jsou v převážné většině vyvíjeny ve vlastní režii (81,9 %). Zde je patrný nízký stupeň spolupráce na vývoji nových výrobků s ostatními subjekty, ať již podniky či institucemi.

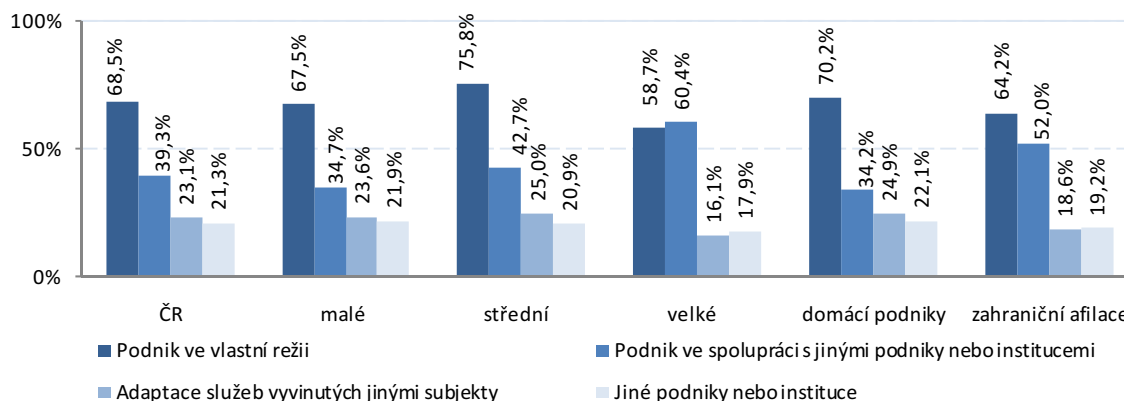
**Graf 2.3.1-4: Inovace výrobku podle subjektu, který je vyvíjel, velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010 (% z produktově inovujících podniků, které zavedly inovaci výrobku)**



Stejně jako v případě inovace výrobků i u inovace služeb produktově inovující podniky vyvíjely nové služby zejména ve vlastní režii (uvedlo 68,5 % podniků s inovací služby). Uvedené platí také pro malé a střední podniky. Situace je odlišná u velkých produktově inovujících podniků, kde podniky spolupracovaly na vývoji nových služeb s jinými podniky či podniky v podnikové skupině nebo institucemi (uvedlo 60,4 % podniků s inovací služby). Podíly podniků, které pro své nové služby adaptovaly služby vyvinuté jinými subjekty nebo byly vyvinuté čistě jinými podniky nebo institucemi bez spolupráce byly téměř vyrovnané na úrovni 20 %.

U domácích (70,2 %) i zahraničních afilací (64,2 %) byly inovované služby vyvíjeny nejčastěji podnikem ve vlastní režii. Zahraniční afilace více spolupracovaly na vývoji nových služeb s jinými podniky nebo institucemi (52 %) než tomu bylo u domácích podniků (34,2 %).

**Graf 2.3.1-5: Inovace služby podle subjektu, který je vyvíjel, velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010**  
(% z produktově inovujících podniků, které zavedly inovaci služby)

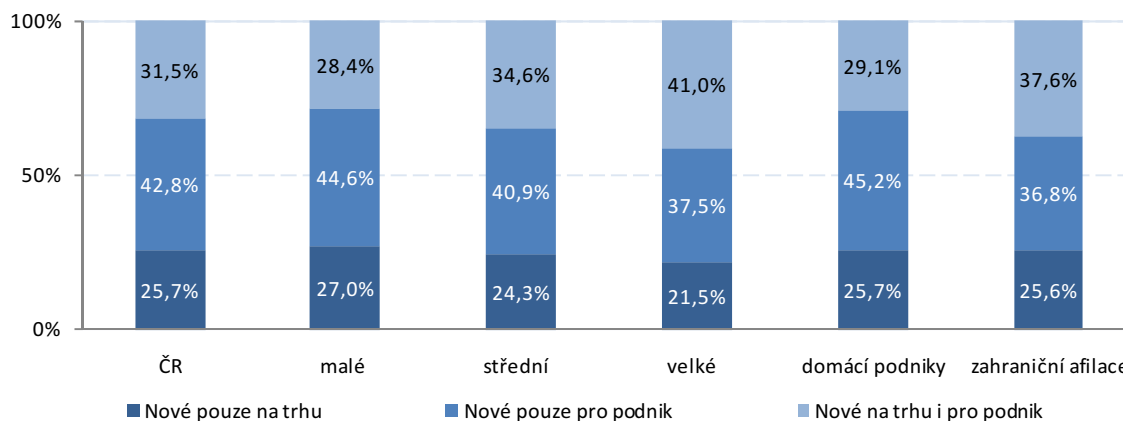


Podle dotázaných produktově inovujících podniků je zavádění inovace výrobků a služeb nové zejména pouze v rámci podniku, které je vyvíjí (42,8 %). Celkem pak považovalo své produktové inovace nové pro podnik 74,3 % podniků. Nejčennější pro podnik jsou z hlediska inovačního potenciálu považovány inovace nové na trhu, které zavedlo celkem 57,2 % produktově inovujících podniků. Inovace nové pouze na trhu pak zavedlo 25,7 % podniků.

Uvedený fakt platí pro malé a střední podniky. U velkých podniků převažovaly inovace, které byly nové na trhu i pro podnik (41 %).

U zahraničních afilací je mírně vyšší celkový podíl inovace nové na trhu (63,2 %) než je tomu u domácích podniků (54,8 %).

**Graf 2.3.1-6: Novost produktové inovace pro trh nebo podnik podle velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010**  
(% z produktově inovujících podniků)

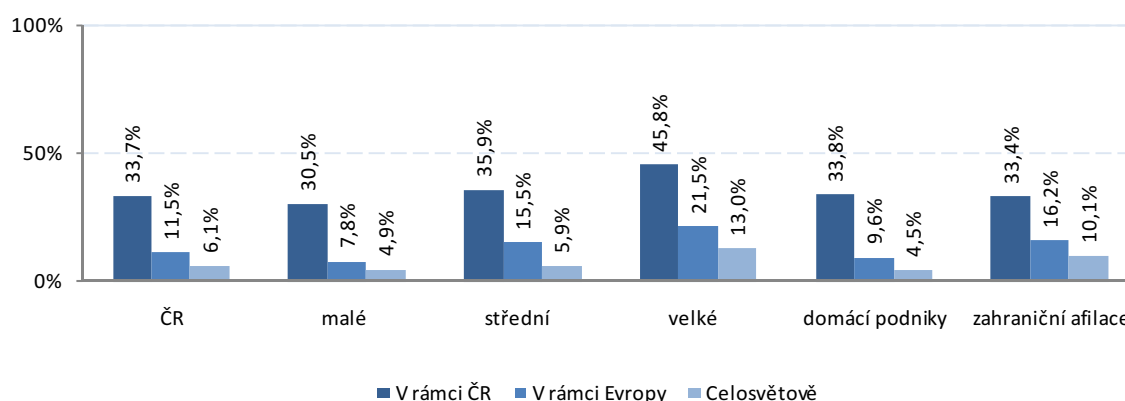


Pouze 6,1 % produktově inovujících podniků v ČR považovalo své produktové inovace za zcela nové celosvětově, neboli byly prvně uvedeny v globálním měřítku. U velkých produktově inovujících podniků byl podíl podniků, které přišly s celosvětově novou inovací mírně vyšší, konkrétně 13 %. U podniků pod zahraniční kontrolou to bylo téměř dvakrát více (10,1 %) než u domácích podniků (4,5 %).

Svou inovaci za novou v rámci Evropy považovalo 11,5 % produktově inovujících podniků. V zavádění zcela nových produktových inovací v rámci Evropy jsou opět nejlepší velké podniky (21,5 %) a zahraniční afilace (16,2 %).

Podíl podniků, které zavedly produktovou inovaci zcela novou na území ČR, dosáhl 33,7 %. U velkých podniků tento podíl činil 45,8 %. Domácí podniky považovaly své výrobky nebo služby za zcela nové v ČR v 33,8 %, což je mírně více než u podniků pod zahraniční kontrolou (33,4 %).

**Graf 2.3.1-7: Geografická novost\* produktové inovace podle velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010**  
(% z produktově inovujících podniků)



\* značí první uvedení produktové inovace v daném geografickém teritoriu před konkurencí.

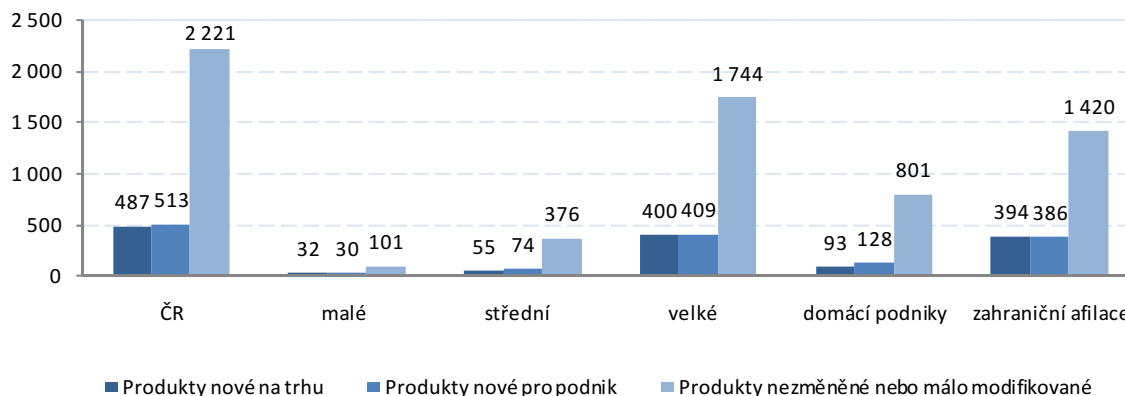
### Tržby za inovované a neinovované produkty v roce 2010

Podniky v roce 2010 utržily nejvíce za neinovované výrobky a služby (2 221 mld. Kč). Podíl na celkových tržbách podniků s produktovou inovací činil 69 %. Za inovované produkty podniky utržily rovných 1000 mld. Kč. Z toho bylo 487 mld. Kč za produkty nové na trhu a 513 mld. Kč za produkty nové pouze pro podnik. Podíl obou zmíněných kategorií tržeb na celkových tržbách produktově inovujících podniků byl téměř vyrovnaný (15,1 % – nové na trhu a 15,9 % – nové pro podnik).

Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty vykázaly malé podniky (38,1 %) následované velkými podniky (31,7 %). U středních podniků dosáhl podíl tržeb za inovované produkty 25,6 %, což je méně než u malých a velkých podniků. U podniků pod zahraniční kontrolou dosáhl podíl tržeb za inovované produkty 35,4 %, což je výrazně více než u domácích podniků (21,6 %).

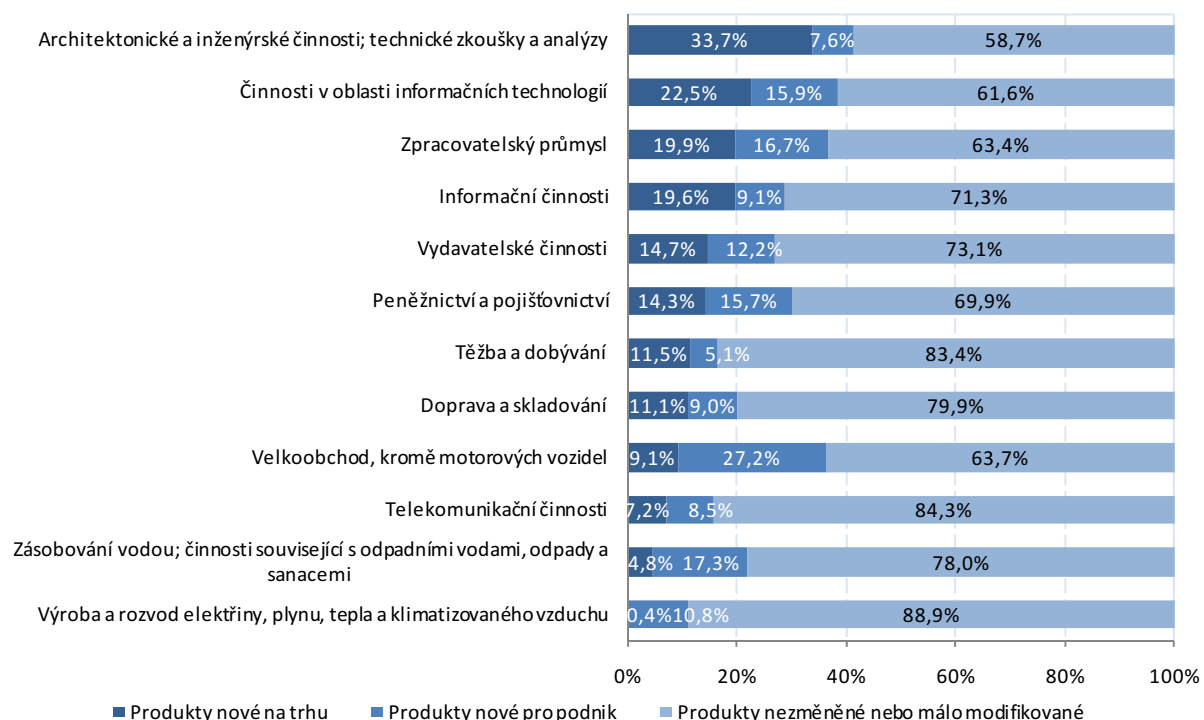
Největší podíl tržeb za inovované výrobky a služby nové na trhu měly malé produktově inovující podniky (19,7 %), naopak nejmenší podíl střední podniky (10,9 %).

**Graf 2.3.1-8: Tržby za inovované a neinovované produkty podle velikosti a vlastnictví podniku v mld. Kč; 2010**



Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty na celkových tržbách zaznamenaly podniky v odvětví architektonických a inženýrských činností/ technických zkoušek a analýz (41,3 %) a činnostech v oblasti informačních technologií (38,4 %). U těchto dvou odvětví pak tržby za inovované produkty nové na trhu převýšily tržby za produkty nové pouze pro podnik. Zejména u podniků v odvětví architektonických a inženýrských činností/ technických zkoušek a analýz jsou tržby za produkty (zde služby) nové na trhu vysoké (podílely se na celkových tržbách 33,7 %). Nejméně za inovované produkty utržily podniky zabývající se výrobou a rozvedem elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu, kde dominovaly zcela tržby za neinovované produkty (88,9 % z celkových tržeb). Překvapením je velmi nízký podíl tržeb za inovované produkty v oblasti telekomunikačních činností (15,7 %), které se výší podílu tržeb za neinovované produkty mohou srovnávat s odvětvím těžby a dobývání. Co je v kontrastu s vysokým podílem podniků, které v daném odvětví zavedly produktovou inovaci (39,4 %). Odlišné je také odvětví velkoobchodu (kromě motorových vozidel), kde vysoký podíl tržeb za inovované produkty (36,2 %), ale zejména pak za inovované produkty nové pouze pro podnik (27,2 %), což je výrazně vyšší podíl než ve zbývajících odvětvích.

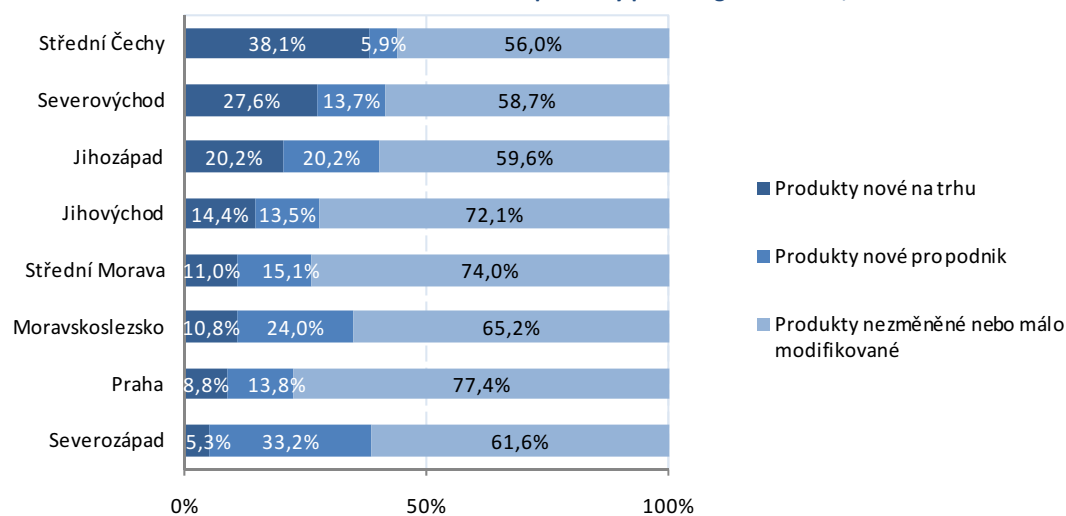
**Graf 2.3.1-9: Struktura tržeb za inovované a neinovované produkty podle CZ-NACE r2; 2010**



Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty (44 %) zaznamenaly podniky ve Středních Čechách. Tyto podniky měly také nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty nové na trhu (38,1 %) a zároveň nejnižší podíl tržeb za inovované produkty nové pouze pro podnik (5,9 %).

I přes fakt, že podniky v Praze generují 39 % všech tržeb podniků v ČR, generované tržby pochází zejména z prodeje neinovovaných výrobků a služeb. Praha jako region zaznamenala nejmenší podíl tržeb utržených za inovované produkty ze všech regionů. Podílem generovaných tržeb za inovované produkty nové na trhu (8,8 %) byly podniky v Praze druhé nejhorší za podniky působící v regionu Severozápad (podíl 5,3 %). Na rozdíl od uvedeného regionu Severozápad vykázal poměrně vysoký podíl tržeb za inovované produkty celkem (38,4 %). Podíl tržeb za inovované produkty nové pouze pro podnik byl dokonce nejvyšší ze všech regionů (33,2 %). Druhý nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty nové pouze pro podnik zaznamenalo Moravskoslezsko (24 %).

**Graf 2.3.1-10: Struktura tržeb za inovované a neinovované produkty podle regionů NUTS2; 2010**



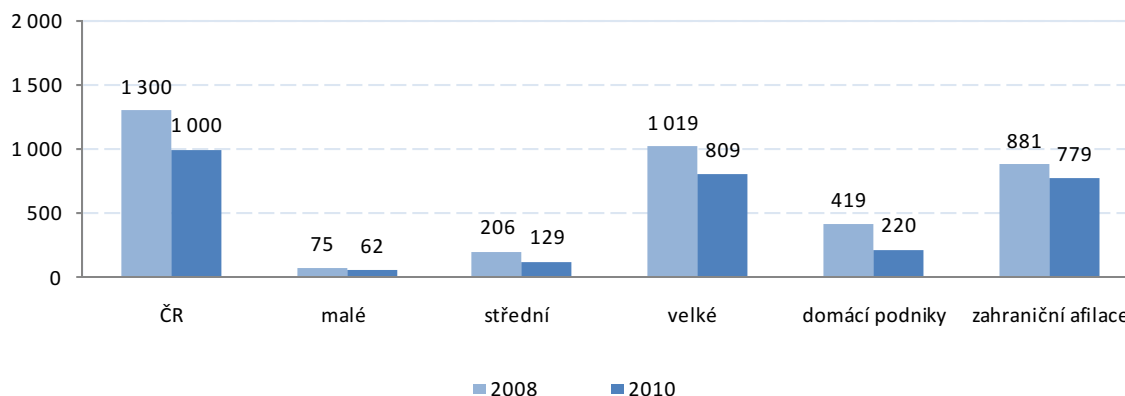
Tržby za inovované produkty oproti předchozímu referenčnímu roku poklesly o 23,1 %, tj. z 1 300 mld. Kč v roce 2008 na 1000 mld. Kč v roce 2010. Ve všech velikostních skupinách tržby za inovované produkty ve srovnání s rokem 2008 poklesly. Razantní pokles byl zaznamenán u středních podniků, u nichž došlo oproti roku 2008 ke snížení tržeb za inovované produkty o 37,4 %.

Tržby za inovované produkty se propadly významněji u domácích podniků (pokles o 47,4 %) než u podniků pod zahraniční kontrolou (pokles o 11,6 %).

V případě tržeb za inovované výrobky a služby nové na trhu došlo k poklesu u všech jmenovaných skupin podniků. Celkem podniky v roce 2010 za tyto inovace utržily o 32,5 % méně, než tomu bylo v roce 2008. Výrazný propad byl zjištěn u středních podniků, které utržily za inovované produkty nové na trhu méně o 42,6 %.

Zahraniční afilace si vedly v generování tržeb za tyto produkty lépe než domácí podniky, u nichž se tržby za inovované produkty nové na trhu propadly ve srovnání s rokem 2008 o výrazných 67,9 %.

**Graf 2.3.1-11: Tržby za inovované produkty\* podle velikosti a vlastnictví podniku v mld. Kč; 2008 a 2010**



\*počítáno pro klíčové odvětví CZ-NACE r2.

Struktura tržeb podniků za inovované (nové na trhu a nové pouze pro podnik) a neinovované produkty se ve zpracovatelském průmyslu ani ve službách ve srovnání roků 2008 a 2010 nijak výrazněji nezměnila. Ve zpracovatelském průmyslu podniky generují převážnou část tržeb za neinovované produkty a stejně tomu je i v případě služeb.

**Graf 2.3.1-12: Struktura tržeb za inovované a neinovované produkty ve zpracovatelském průmyslu a službách; 2008 a 2010**

