

Dotazník o inovacích

Registrováno
ČSÚ ČV 179/16
ze dne 11.1.2017
IKF 702016

v roce 2016

Dotazník je součástí Programu statistických zjišťování na rok 2016. 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 31. 5. 2017**
na adresu Krajská správa ČSÚ v Praze, Na padesátém 81, 100 82 Praha 10
nebo elektronicky tlačítkem "Odeslat výkaz".

Formuláře výkazů, elektronický sběr dat, registry, číselníky a aktuální statistické informace na: www.vykazy.cz

IČO

Název a sídlo (adresa) zpravodajské jednotky:

Dotazník vyplnil:	Jméno a příjmení		Datum	
	Telefon			
	Fax			
	E-mail			
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

Úvodní poznámka:

Předmětem šetření je inovační činnost. Dotazník zjišťuje informace o produktových, procesních, organizačních, marketingových inovacích zavedených v letech 2014–2016. Většina otázek se týká produktových a procesních inovací. Organizační a marketingové inovace jsou zahrnuty pouze v oddíle T06 a T07.

Za účelem srovnatelnosti inovujících podniků s podniky bez inovačních aktivit žádáme všechny ekonomické subjekty (inovující i neinovující), aby odpověděly na požadované otázky.

Šetření je na mezinárodní úrovni koordinováno Evropským statistickým úřadem (Eurostatem). Respektováním nařízení Evropského parlamentu a Rady Evropy je zajištěna mezinárodní srovnatelnost získaných údajů.

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 (v případě, že vymezený prostor při vyplňování papírového formuláře nepostačuje, pokračujte na samostatném listě).

T00 OBECNÉ INFORMACE O EKONOMICKÉM SUBJEKTU (DÁLE JEN PODNIK)**T001** Byl váš podnik v roce 2016 součástí skupiny podniků:

16T001 (Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

Skupinou podniků se rozumí dvě a více právnických osob, jež jsou součástí **jedné vlastnické struktury** působící v rámci ČR nebo mezinárodně. Součástí skupiny je také její ústředí.

ANO NE 1

Pokud ANO, uveďte kód a název země, v níž ústředí skupiny podniků sídlí:

kód země 2alfabetický (dvoumístný) kód podle klasifikace zemí CZ - GEONOM viz:
www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_zemi_(cz_geonom)název země 3

Pokud NE, přejděte na otázku T003.

T002 Do jaké míry bylo v roce 2016 vedení vašeho podniku samostatné v rozhodování o přípravě marketingových a obchodních plánů, tj. rozhodovalo o tom, jaké produkty (výrobky/služby) a jakým zákazníkům bude nabízet:

16T002

(Označte křížkem pouze jednu odpověď, která nejvíce vystihuje situaci vašeho podniku.)

rozhodování o těchto záležitostech mělo zcela ve své kompetenci 1zcela samostatně připravovalo příslušné marketingové a obchodní plány, které schvalovala nadřízená část skupiny podniků spolupodílelo se na přípravě příslušných marketingových a obchodních plánů, které schvalovala nadřízená část skupiny podniků mělo možnost se vyjádřit k příslušným marketingovým a obchodním plánům, jejichž příprava i schvalování probíhaly v jiné části skupiny podniků pouze provozně zajišťovalo plnění marketingových a obchodních plánů, jejichž příprava i schvalování probíhaly v jiné části skupiny podniků **Pokud byl váš podnik součástí skupiny podniků, odpovídejte v dalších otázkách pouze za váš podnik. Nezahrnujte výsledky za dceřiné, sesterské nebo mateřské podniky.****T003** Na jakých trzích působil váš podnik v letech 2014–2016:

16T003

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

A. na místním či regionálním trhu v České republice ANO NE 1B. na národním trhu (celém či téměř celém území České republiky) 2C. na trzích zemí sousedících s Českou republikou (v Německu, Polsku, Slovensku, Rakousku) 3D. na širším evropském trhu (za hranicemi zemí sousedících s Českou republikou) [1] 4E. na ostatních světových trzích 5

[1] Nezahrnuje země přímo sousedící s Českou republikou (Německo, Polsko, Slovensko a Rakousko). Dále Bělorusko, Rusko, Ukrajinu a Moldavsko.

T004 Na jakém z výše uvedených trhů realizoval váš podnik v letech 2014–2016 největší část tržeb:

16T004

(Uveďte odpovídající písmeno A až E dle možností v otázce T003.)

 1

T005

16T005

Odhadněte, kolik procent zaměstnanců vašeho podniku mělo v roce 2016 ukončené vyšší odborné či vysokoškolské vzdělání:

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

0%	<input type="checkbox"/>	1
1% - 4%	<input type="checkbox"/>	
5% - 9%	<input type="checkbox"/>	
10% - 24%	<input type="checkbox"/>	
25% - 49%	<input type="checkbox"/>	
50% - 74%	<input type="checkbox"/>	
75% - 100%	<input type="checkbox"/>	

T006

16T006

Jaké nástroje ochrany duševního vlastnictví váš podnik využil v letech 2014–2016:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

podal patentovou přihlášku

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

podal žádost o užitný vzor

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

registroval průmyslový vzor

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

registroval ochrannou známku

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
--------------------------	--------------------------	---

využil nástroje obchodního tajemství včetně dohod o mlčenlivosti

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
--------------------------	--------------------------	---

požádal o ochranu autorským právem (copyright)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
--------------------------	--------------------------	---

T007

16T007

Pořídil váš podnik v letech 2014–2016 licenci na právo užívat předmět duševního vlastnictví: [1]

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

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

[1] Podnik získal znalosti vzniklé výzkumnou, vývojovou či jinou tvůrčí činností prostřednictvím licence na práva k užívání předmětů duševního vlastnictví, jako jsou licence na patenty, užité vzory, průmyslové vzory, výrobně-technické poznatky či postupy (know-how), ochranné známky apod. Nezahrnuje licence na počítačové programy (software) a licence na autorská práva.

T01 PRODUKTOVÁ INOVACE

Produktovou inovací se rozumí uvedení **nového či podstatně zlepšeného výrobku nebo služby na trh**.

Inovace **musí být nová pro váš podnik**, ale **nemusí být nutně nová pro vaše odvětví nebo trh**. Produkt srovnatelných kvalit již mohl být v nabídce jiných podniků.

Inovace mohla být vyvinuta vaším podnikem, jiným subjektem nebo ve spolupráci s jiným subjektem.

Za produktovou inovaci se nepovažují mírná nebo nepatrná zlepšení, rutinní modernizace, sezónní změny (např. oděvů), změny designu, jež nemění funkční, technické nebo užité vlastnosti produktu.

Příklady produktových inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

T011 Uvedl váš podnik na trh v letech 2014–2016:

16T011 (V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE
nový či podstatně zlepšený výrobek [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1
novou či podstatně zlepšenou službu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2

[1] Netýká se výrobků zakoupených od jiného podniku za účelem dalšího prodeje.

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

T012 Kdo vyvíjel tyto inovované produkty (výrobky/služby):

16T012 (Zakřížkujte jednu, případně více vhodných možností, zavedl-li váš podnik ve sledovaném období např. více inovovaných produktů.)

	výrobek	služba
váš podnik samostatně	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1
váš podnik společně s podniky ve vaší podnikové skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2
váš podnik společně s podniky mimo vaší podnikovou skupinu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 3
váš podnik společně s vysokými školami nebo výzkumnými organizacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 4
jiný podnik včetně podniků ve vaší skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 5
vysoká škola nebo výzkumná organizace dle vašeho zadání	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 6
váš podnik pouze upravil (napodobil, přizpůsobil) produkt jiného subjektu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 7

T013 Byl některý z inovovaných produktů (výrobků/služeb) uvedený vaším podnikem na trh v letech 2014–2016:

16T013 (V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď. V případě více produktových inovací je možné odpovědět kladně na obě otázky.)

	ANO	NE
nový na trhu váš podnik uvedl na některý ze svých trhů inovovaný produkt dříve než konkurenční podniky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1
nový pouze pro váš podnik váš podnik uvedl na některý ze svých trhů inovovaný produkt později než konkurenční podniky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 2

T014

Odhadněte, jak byly v roce 2016 rozděleny celkové tržby* vašeho podniku mezi:

16T014

(V každém ze tří řádků odhadněte podíl v procentech zaokrouhlených na celá čísla. **Součet se musí rovnat 100.**)

inovované produkty zavedené v letech 2014–2016, jež byly nové na trhu

1

inovované produkty zavedené v letech 2014–2016, jež byly nové pouze pro váš podnik

2

za nezměněné či málo upravené (neinovované) produkty v letech 2014–2016

3

*Bankovní a úvěrové instituce uvedou přijaté úroky a podobné příjmy; instituce poskytující pojišťovací služby uvedou celkové hrubé přijaté pojistné

T015

Jaké výsledky či dopady měly ke konci roku 2016 produktové inovace zavedené vaším podnikem v letech 2014–2016:

16T015

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

A. zvýšení kvality/jakosti stávajících produktů

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

B. zvýšení tržního podílu na stávajících trzích

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

C. rozšíření/obměna nabídky produktů ve stávajícím odvětví

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

D. vstup do nového odvětví (rozšíření nabídky o produkty jiných odvětví)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
--------------------------	--------------------------	---

E. vstup na nové trhy z hlediska geografického (rozšíření či obměna zemí, do kterých exportujete)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
--------------------------	--------------------------	---

F. snížení negativních dopadů na životní prostředí

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
--------------------------	--------------------------	---

T016

Který z výše uvedených výsledků či dopadů považujete pro váš podnik za nejdůležitější:

16T016

(Uveďte odpovídající písmeno A až F dle možností v oddílu T015.)

1

T02 PROCESNÍ INOVACE

Procesní inovací se rozumí zavedení **nových** či **podstatně zlepšených výrobních metod či způsobů poskytování služeb**. Může jít o podstatné změny technologií, zařízení, softwaru apod. Procesní inovace zahrnují změny v řízení materiálových toků (zásobování, distribuce, skladování a jiné procesy spojené s pohybem materiálu a zboží); změny v řízení informačních toků (zavedení informačních systémů); změny v řízení finančních toků (účetní systémy, systémy pro vyřizování objednávek apod.).

Inovace **musí být nová pro váš podnik, nemusí však být nutně nová pro vaše odvětví nebo trh.**

Inovace mohla být vyvinuta vaším podnikem, jiným subjektem nebo ve spolupráci s jiným subjektem.

Za inovaci se nepovažují malá či rutinní vylepšení v oblasti výroby nebo poskytování služeb ani zavádění technologií, jež se z hlediska funkcí a výsledků příliš neliší od těch předchozích.

Neuvádějte změny organizačního charakteru (organizační inovace), ty jsou v oddílu T06.

Příklady procesních inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

T021

Zavedl váš podnik v letech 2014–2016:

16T021

(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 všechny tři odpovědi NE, přejděte k oddílu T03.

T022**Kdo vyvíjel tyto inovované procesy:**

16T022

(Zakřížkujte jednu, případně více vhodných možností, zavedl-li váš podnik ve sledovaném období např. více inovovaných procesů.)

váš podnik samostatně

 1

váš podnik společně s podniky ve vaší podnikové skupině

váš podnik společně s podniky mimo vaší podnikovou skupinu

váš podnik společně s vysokými školami nebo výzkumnými organizacemi

jiný podnik včetně podniků ve vaší skupině

vysoká škola nebo výzkumná organizace dle vašeho zadání

váš podnik pouze upravil (napodobil, přizpůsobil) proces jiného subjektu

T023**Jaké výsledky či dopady měly ke konci roku 2016 procesní inovace zavedené vaším podnikem v letech 2014–2016:**

16T023

*(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)***A.** zvýšení pružnosti výroby, způsobu poskytování služeb

ANO

NE

1

B. rozšíření výrobní kapacity

2

C. snížení nákladů práce

3

D. snížení spotřeby materiálu a energií

4

E. zvýšení kvality/jakosti produktů (přesnější zpracování, snížení zmetkovitosti, zvýšení trvanlivosti apod.)

5

F. snížení negativních dopadů na životní prostředí (např. úspora vody či energie, méně odpadů, exhalací apod.)

6

G. snížení zdravotních a bezpečnostních rizik zaměstnanců vašeho podniku

7

T024**Který z výše uvedených výsledků či dopadů považujete pro váš podnik za nejdůležitější:**

16T024

(Uveďte odpovídající písmeno A až G dle možností v oddílu T023.) 1**T03 NEUKONČENÉ, ODLOŽENÉ NEBO ZRUŠENÉ PRODUKTOVÉ A PROCESNÍ INOVACE****T031****Prováděl váš podnik v letech 2014–2016 inovační činnosti*, které nevyústily v produktovou nebo procesní inovaci, neboť:**

16T031

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

byly zrušeny nebo odloženy před dokončením

1

na konci roku 2016 inovační činnosti stále probíhaly

2

**Zahrnuje nákup strojů, zařízení, softwaru a licencí; technické a vývojové činnosti, průmyslový design, školení, marketing, výzkum a vývoj prováděné speciálně za účelem vývoje a/nebo zavádění produktové nebo procesní inovace.*Jsou-li všechny odpovědi na otázky T011, T021 a T031 NE, přejděte k oddílu T06, jinak k následujícímu oddílu T04.

T04 INOVAČNÍ ČINNOSTI A NÁKLADY NA PRODUKTOVÉ A PROCESNÍ INOVACE

T041

16T041

Věnoval se váš podnik při přípravě a zavádění produktových a procesních inovací v letech 2014–2016 následujícím činnostem:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
prováděl vlastní (vnitropodnikový) výzkum a vývoj za účelem inovací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
pokud ANO, prováděl vlastní výzkum a vývoj soustavně (podnik měl stálé výzkumné a vývojové zaměstnance)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
pokud ANO, prováděl vlastní výzkum a vývoj příležitostně	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
zadával a nakupoval služby výzkumu a vývoje od jiných subjektů za účelem inovací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
pořizoval přístroje, stroje, zařízení, software a budovy za účelem inovací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
nakupoval nebo licencoval předměty duševního vlastnictví za účelem inovací [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
školil své zaměstnance v oblasti vývoje a zavádění nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
prováděl činnosti spojené s uvedením inovovaných produktů na trh (reklama, průzkum trhu atd.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
vylepšoval design produktů (měnil jejich tvar a vzhled)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9
prováděl jiné činnosti spojené s inovacemi (např. testování produktů, vypracování studie proveditelnosti a jiné výše neuvedené činnosti směřující k vývoji a zavedení nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10

[1] Podnik získal potřebné technické či jiné znalosti pro své inovační aktivity prostřednictvím nákupu či licencováním práv k užívání předmětů duševního vlastnictví jako jsou patenty, užité vzory, průmyslové vzory, výrobně-technické poznatky či postupy (know-how), ochranné známky apod. Nezahrnuje licence na počítačové programy (software) a licence na autorská práva.

T042

16T042

Odhadněte náklady vašeho podniku v roce 2016 na následující inovační činnosti (v tis. Kč):

(Včetně investičních nákladů (mimo odpisů) a neinvestičních nákladů zahrnujících mzdy.)

vlastní (vnitropodnikový) výzkum a vývoj prováděný za účelem inovací (včetně investičních nákladů na budovy a zařízení určené výzkumu a vývoji)	<input type="text"/>	1
nákup služeb výzkumu a vývoje za účelem inovací (náklady na služby výzkumu a vývoje provedené jiným subjektem dle zadání vašeho podniku)	<input type="text"/>	2
pořízení přístrojů, strojů, zařízení, softwaru a budov za účelem inovací (nezahrnuje investiční náklady na budovy a zařízení určené pro výzkum a vývoj v řádku 1)	<input type="text"/>	3
nákup nebo licencování předmětů duševního vlastnictví za účelem inovací (zaplacené licenční poplatky či nákup know-how, patentů, průmyslových vzorů, ochranných známek atd.)	<input type="text"/>	4
ostatní činnosti spojené s inovacemi (náklady na změny designu produktů, školení zaměstnanců, uvádění inovovaných produktů na trh a další inovační činnosti)	<input type="text"/>	5
Součet uvedených inovačních nákladů za rok 2016	<input type="text"/>	6

T05 FINANCOVÁNÍ PRODUKTOVÝCH A PROCESNÍCH INOVACÍ Z VEŘEJNÝCH ZDROJŮ

T051

16T051

Využil váš podnik v letech 2014–2016 na některé inovační činnosti uvedené v oddíle T041 finanční podporu z následujících veřejných zdrojů:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
od obecních a krajských úřadů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
od ústřední vlády (včetně vládních agentur a ministerstev)			
přímo veřejnou podporu (dotaci, grant, záruku za úvěr)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
nepřímo veřejnou podporu (daňový odpočet uznatelných nákladů na výzkum a vývoj)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
od Evropské unie			
z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF) [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
ze 7. rámcového programu Evropské unie pro výzkum a technologický rozvoj nebo programu Horizont 2020	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
z jiných programů Evropské unie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

[1] Např. z operačních programů Podnikání a inovace, Výzkum a vývoj pro inovace, Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, případně jiných programů.

T06 ORGANIZAČNÍ INOVACE

Organizační inovací se rozumí zavedení **nových** či **podstatně zlepšených metod řízení dodavatelско-odběratelských vztahů, lidských zdrojů nebo vnějších vztahů**. Dále změny organizační struktury, řídicích metod za účelem lepšího využití znalostí, zvýšení kvality nebo efektivity práce.

Za organizační inovaci se nepovažují slučování nebo akvizice, a to ani v případě, bylo-li to poprvé, co k nim podnik přistoupil. Organizační inovací nejsou ani manažerské strategie, nejsou-li ovšem spojeny s významnými organizačními změnami.

Příklady organizačních inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

T061

16T061

Provedl váš podnik v letech 2014–2016 následující změny:

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
zavedl novou metodu řízení dodavatelско-odběratelských vztahů, řízení kvality a produkce apod.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
zavedl nový způsob organizace lidských zdrojů [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
zavedl nový způsob organizace vnějších vztahů s jinými subjekty [2]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3

[1] Podnik zavedl např. nový systém stanovování odpovědnosti zaměstnanců, nové metody týmové práce, decentralizaci řízení, slučoval či rozdělával útvary, zaváděl školící či vzdělávací systémy).

[2] Podnik např. nově uzavřel alianci či smlouvu o spolupráci s jiným podnikem či organizací, nově outsourcoval část svých podnikových činností, atd.

T07 MARKETINGOVÁ INOVACE

Marketingovou inovací se rozumí **nová** nebo **podstatně zlepšená komunikační strategie podniku směrem k odběratelům, spotřebitelům, trhu**. Marketingová inovace zahrnuje způsoby prodeje produktu (výrobku, služby), nový či podstatně zlepšený design produktu včetně jeho balení, vzhledu obalu apod. Dále zahrnuje nástroje propagace, cenové strategie, metody průzkumu trhu či analýzy chování zákazníka apod.

Inovovaná marketingová strategie se musí podstatně lišit od dříve užitých marketingových strategií vašeho podniku.

Za marketingovou inovaci se nepovažují sezónní, pravidelné či rutinní změny v marketingových metodách.

Příklady marketingových inovací jsou uvedeny na konci dotazníku.

T071

Provedl váš podnik v letech 2014–2016 následující změny:

16T071

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
podstatně změnil design produktu k dosažení lepšího estetického dojmu (včetně obalů a způsobu balení)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
využil nových nástrojů či médií k propagaci produktu [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
využil nového způsobu umístění produktu na trh	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
zavedl novou cenovou strategii ke svému produktu [2]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

[1] Podnik využil nového propagačního kanálu (např. sociální sítě, blogy), nového nástroje internetové reklamy, budoval novou značku, nově zavedl věrnostní karty, atd.

[2] Podnik zavedl novou metodu oceňování produktu, novou metodu cenového zvýhodnění vybraných odběratelů či zákazníků.

T08 POŽADAVEK K ZAVÁDĚNÍ INOVACÍ A INFORMAČNÍ ZDROJE PRO INOVACE

T081

Odkud vzešel požadavek k vývoji či zavedení produktové, procesní, marketingové nebo organizační inovace ve vašem podniku v letech 2014–2016:

16T081

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
od vedení/managementu vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
od řadových zaměstnanců vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
od mateřského podniku nebo jiného podniku ve vaší skupině podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
od dodavatelů vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
od odběratelů či spotřebitelů produkce vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
od státních institucí (zákony, normy, závazné standardy apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6

T082

Využíval váš podnik při vývoji či zavedení produktové, procesní, marketingové nebo organizační inovace ve vašem podniku v letech 2014–2016 následující informační zdroje:

16T082

(V každém řádku zakřížkujte vhodnou odpověď.)

	ANO	NE	
informace dostupné v patentové dokumentaci (rešerše udělených patentů)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
informace dostupné v odborných/vědeckých člancích a časopisech	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2

T09 INOVAČNÍ SPOLUPRÁČE

T091

16T091

Spolupracoval váš podnik v letech 2014–2016 při vývoji či zavedení produktové, procesní, marketingové nebo organizační inovace s dalšími subjekty: [1]

(Zakřížkujte vhodnou odpověď.)

ANO

NE

1

[1] Za spolupráci se považuje aktivní zapojení jiného subjektu do inovačních činností vašeho podniku. Zadání inovačních činností jinému subjektu bez aktivního zapojení vašeho podniku není považováno za spolupráci.

V případě, že NE, přejděte k oddílu T10. Jinak pokračujte následující otázkou T092.

T092

16T092

Pokud ANO, zařadte spolupracujícího partnera do skupiny a vyberte region jeho působení:

(Zakřížkujte vhodné odpovědi.)

	ČR	Evropa*	ostatní země	
A. jiný podnik v rámci stejné podnikové skupiny	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
B. dodavatel vašeho podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
C. odběratel či spotřebitel produkce vašeho podniku ze soukromého sektoru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
D. odběratel či spotřebitel produkce vašeho podniku z veřejného sektoru [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
E. podnik ze stejného odvětví včetně konkurenčních podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
F. poradenské firmy a komerční laboratoře [2]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
G. vysoká škola nebo jiná instituce vyššího vzdělávání	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
H. veřejná výzkumná organizace [3]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
I. soukromá výzkumná organizace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9

* Nezahrnuje Bělorusko, Rusko, Ukrajinu a Moldavsko.

[1] Veřejný sektor zahrnuje vládní organizace (místní, regionální a národní úřady, agentury a ministerstva, státní školy a nemocnice.)

[2] Komerční laboratoře provádějí zejména fyzikální, biologické, chemické a jiné technické zkoušky a analýzy. Hlavní ekonomickou činností není provádění výzkumu a vývoje.

[3] V případě České republiky zahrnuje veřejné výzkumné instituce (např. ústavy AV ČR) a resortní výzkumné organizace.

T093

16T093

Která z výše uvedených skupin spolupracujících partnerů nejvíce přispěla k inovační činnosti vašeho podniku:

(Uvedte odpovídající písmeno A až I dle možností v oddílu T092).

1

T10 FAKTORY OMEZUJÍCÍ INOVAČNÍ AKTIVITY

T101

16T101

Odhadněte význam následujících překážek omezujících inovační aktivity vašeho podniku v letech 2014–2016:

(V každém řádku zakřížkujte stupeň významnosti.)

	vysoký	střední	nízký	žádný	
nedostatek nápadů k inovacím ve vašem podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
nedostatek kvalifikovaných pracovníků ve vašem podniku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
nedostatek finančních prostředků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
nedostatečné rozhodovací pravomoci vašeho podniku o jeho investicích [1]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
nedostatečná možnost rozhodovat o vývoji nových produktů [2]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
nízká informovanost o potřebách trhu (požadavcích odběratelů, koncových zákazníků)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
nízká či nejistá návratnost investic v důsledku malé kupní síly či velikosti trhu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
nedostatek vhodných partnerů pro inovační spolupráci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
obtíže při získání veřejné podpory pro inovační činnosti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9

[1] Například v případě, kdy se o rozvojových investicích ve vašem podniku rozhoduje v nadřazené části skupiny podniků.

[2] Například v případě závislosti na dominantním dodavateli či závislosti na rozhodnutí nadřazené části skupiny, o tom jaké produkty (výrobky/služby) se budou nově vyvíjet nebo podstatně zlepšovat.

PŘÍKLADY INOVACÍ 2016

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

T01 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.

T02 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 mytná 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]); e-fakturace.

T06 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).

T07 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 prodeje. 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 sebrané 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) na trh

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 prodejních; elektronické obchodování.

Příklady inovovaných metod cenové strategie (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 spojená 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.