

TAB 30 Cíle inovačních aktivit podle jejich významnosti u marketingových inovací v období 2008–2010

	Inovační cíle [1]											
	Zvýšení nebo udržení tržního podílu				Uvedení výrobků pro nové skupiny zákazníků				Uvedení výrobků na nových geografických trzích			
	Vysoký	Střední	Nízký	Bez vlivu	Vysoký	Střední	Nízký	Bez vlivu	Vysoký	Střední	Nízký	Bez vlivu
ČR CELKEM	44,1%	36,7%	12,6%	6,6%	30,5%	40,3%	17,2%	12,0%	10,9%	25,5%	25,0%	38,7%
podle velikosti podniku												
malé /10-49 zam./	39,5%	38,1%	14,9%	7,5%	28,7%	38,3%	19,0%	14,1%	8,7%	22,7%	25,0%	43,7%
střední /50-249 zam./	52,7%	36,1%	6,8%	4,4%	32,4%	48,3%	12,1%	7,2%	14,8%	35,3%	24,0%	25,9%
velké /250 a více zam./	62,9%	25,3%	7,9%	3,9%	42,6%	35,5%	15,6%	6,3%	20,2%	23,4%	27,5%	29,0%
podle odvětví												
Těžba a dobývání – B /5-9/	43,5%	40,2%	9,1%	7,2%	20,5%	50,4%	15,3%	13,7%	16,1%	16,3%	35,8%	31,8%
Zpracovatelský průmysl – C /10-33/	46,1%	33,0%	12,9%	7,9%	30,9%	37,6%	17,8%	13,7%	13,4%	23,9%	24,0%	38,6%
Potravinářský, nápojový a tabákový průmysl /10–12/	48,1%	36,8%	9,0%	6,1%	29,4%	45,5%	14,2%	10,9%	9,3%	22,7%	18,3%	49,6%
Textilní, oděvní, kožedělní a obuvnický průmysl /13–15/	37,9%	36,9%	15,9%	9,4%	28,8%	28,4%	24,4%	18,4%	14,1%	24,6%	18,6%	42,8%
Dřevozpracující a papírenský průmysl /16–18/	36,5%	35,7%	21,8%	6,0%	25,6%	31,9%	28,0%	14,5%	5,5%	22,2%	28,4%	44,0%
Chemický, farmaceutický, gumárenský a plastový průmysl; Průmysl skla a stavebních hmot /19–23/	53,0%	33,5%	7,6%	5,9%	30,3%	42,2%	14,7%	12,8%	12,9%	24,9%	30,0%	32,1%
Výroba kovů, hutních a kovárenských výrobků /24–25/	43,1%	29,4%	13,9%	13,6%	32,6%	26,7%	18,5%	22,1%	10,0%	13,4%	30,7%	45,9%
Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení /26/	24,9%	51,5%	12,9%	10,6%	37,1%	43,5%	6,6%	12,8%	16,6%	35,3%	32,2%	15,9%
Výroba elektrických zařízení, výroba strojů a zařízení j. n. /27–28/	55,8%	26,3%	10,5%	7,4%	35,1%	39,1%	16,8%	9,0%	24,0%	31,4%	18,4%	26,2%
Automobilový průmysl a výroba ostatních doprav. prostředků /29–30/	45,2%	39,0%	11,7%	4,1%	33,0%	47,9%	14,5%	4,6%	15,9%	29,0%	21,1%	33,9%
Výroba nábytku; Ost. zpracovatelský průmysl; Opravy a instalace strojů a zařízení /31–33/	44,1%	31,1%	17,0%	7,8%	30,1%	39,2%	18,2%	12,4%	15,5%	25,7%	19,4%	39,4%
Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu – D /35/	41,5%	23,7%	19,5%	15,3%	24,9%	41,6%	8,6%	24,9%	3,8%	20,2%	10,9%	65,1%
Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi – E /36-39/	27,0%	48,3%	16,4%	8,3%	30,2%	45,5%	13,1%	11,2%	5,7%	4,8%	33,1%	56,3%
Velkoobchod, kromě motorových vozidel – G46	40,5%	43,2%	14,7%	1,6%	26,6%	47,7%	17,0%	8,7%	2,3%	35,0%	23,6%	39,2%
Doprava a skladování – H /49-53/	36,9%	45,3%	7,4%	10,3%	32,1%	40,5%	17,3%	10,1%	9,1%	23,7%	40,7%	26,4%
Vydavatelské činnosti – J58	54,6%	30,6%	14,8%	0,0%	58,0%	21,1%	8,9%	12,0%	17,6%	19,7%	10,1%	52,6%
Telekomunikační činnosti – J61	50,5%	41,8%	7,7%	0,0%	28,8%	44,4%	17,8%	9,0%	9,4%	26,7%	18,1%	45,7%
Činnosti v oblasti informačních technologií – J62	52,6%	29,3%	12,7%	5,4%	36,4%	41,7%	15,1%	6,8%	16,6%	26,9%	27,7%	28,8%
Informační činnosti – J63	60,3%	18,1%	9,4%	12,2%	36,0%	20,6%	36,6%	6,8%	11,0%	19,6%	39,3%	30,1%
Peněžnictví a pojišťovnictví – K /64-66/	62,6%	31,8%	2,3%	3,3%	45,9%	33,9%	11,2%	9,0%	10,9%	13,2%	19,9%	56,0%
Architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy – M71	23,8%	55,3%	7,1%	13,9%	20,2%	44,0%	19,2%	16,6%	22,9%	13,4%	24,0%	39,8%
podle regionů NUTS 2												
Praha	53,1%	30,0%	13,5%	3,5%	32,7%	40,0%	15,6%	11,7%	13,2%	22,2%	24,2%	40,4%
Střední Čechy	43,4%	39,3%	15,0%	2,3%	28,2%	42,5%	16,7%	12,6%	8,9%	21,6%	33,3%	36,1%
Jihozápad	40,0%	42,1%	11,4%	6,5%	25,9%	23,2%	9,4%	12,2%	19,8%	20,5%	47,5%	
Severozápad	33,7%	41,0%	12,1%	13,1%	26,8%	46,4%	14,2%	12,6%	6,7%	26,0%	23,7%	43,6%
Severovýchod	49,7%	28,2%	14,3%	7,9%	39,9%	33,5%	12,9%	13,7%	17,0%	20,1%	20,1%	42,9%
Jihovýchod	34,4%	46,2%	13,9%	5,6%	19,2%	45,8%	23,0%	12,0%	6,1%	33,9%	25,1%	35,0%
Střední Morava	48,0%	38,9%	4,2%	9,0%	35,4%	40,0%	11,6%	13,0%	13,6%	23,2%	30,9%	32,3%
Moravskoslezsko	43,8%	32,2%	13,9%	10,2%	39,6%	31,7%	18,2%	10,5%	7,3%	35,0%	25,0%	32,7%

[1] Podíl na celkovém počtu inovujících podniků s marketingovou inovací v dané skupině