

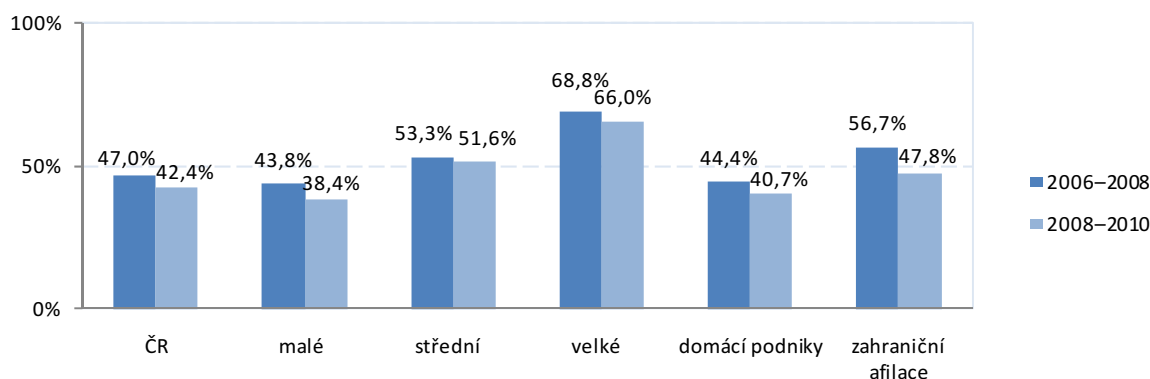
2.4 Podniky s netechnickými inovačními aktivitami

V rámci inovačních aktivit podniků se netechnické či také netechnologické inovace, tj. marketingová a organizační inovace, považují za podpurné inovace k technickým inovacím. V ČR v období 2008–2010 dosáhl podíl netechnicky inovujících podniků 42,4 % z celkového počtu ekonomicky aktivních podniků. Ve srovnání s předchozím obdobím 2006–2008 se podíl technicky inovujících podniků snížil o 4,6 procentních bodů.

Stejně jako v případě technických inovačních aktivit platí, čím větší velikostní skupina podniků, tím vyšší podíl podniků zabývajících se inovací marketingu a organizace podniku. Nejvíce tedy netechnicky inovovaly velké podniky, u kterých podíl netechnicky inovujících podniků dosáhl 66 %. Ve skupině středních podniků netechnicky inovovalo 51,6 % podniků. Nejmenší podíl netechnicky inovujících podniků byl, jak už bylo řečeno, v případě malých podniků (38,4 %).

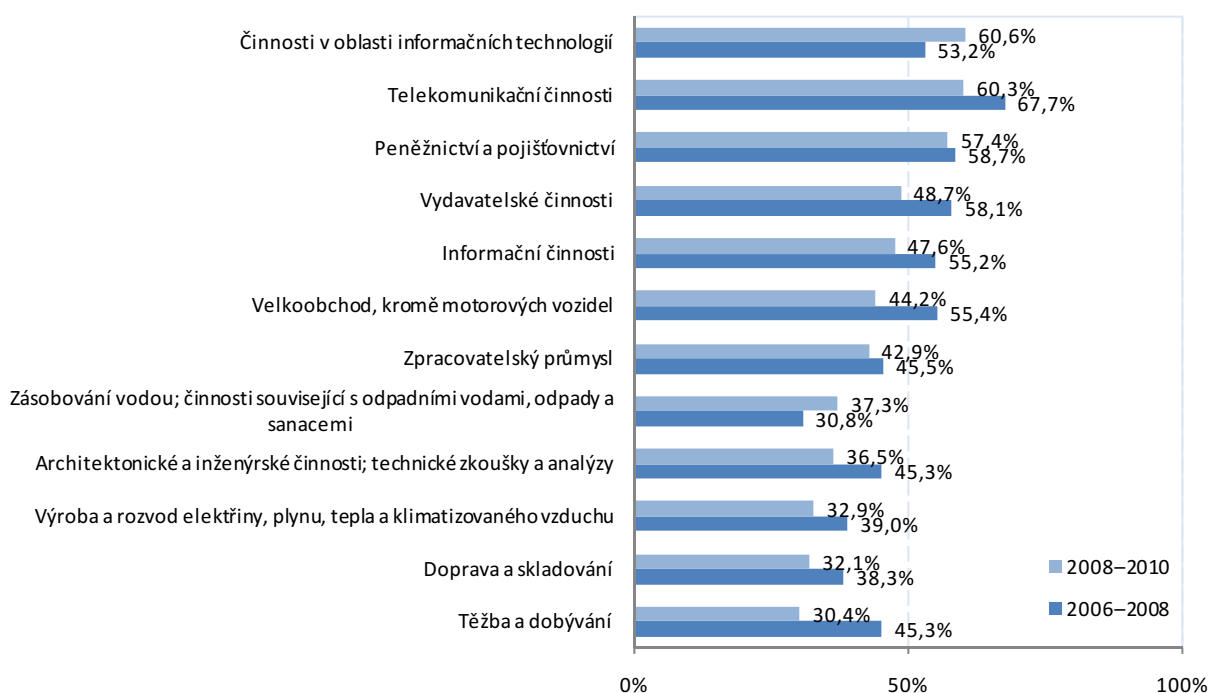
Z pohledu vlastnictví podniků, netechnicky inovovaly více podniky pod zahraniční kontrolou (47,8 %) než domácí podniky (40,7 %).

Graf 2.4-1: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků podle velikosti a vlastnictví podniku; 2006–2008 a 2008–2010



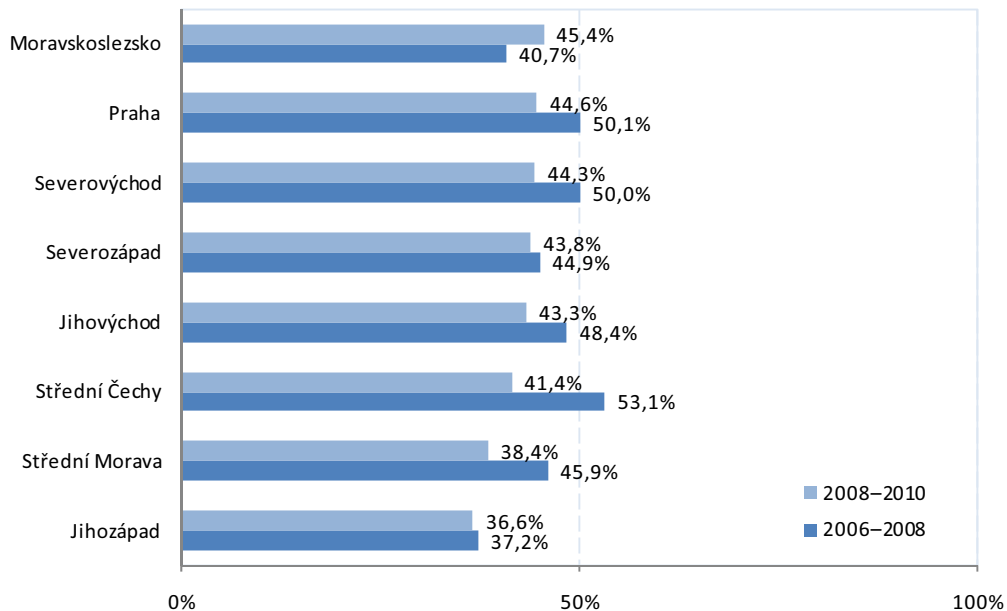
Netechnicky inovovaly nejvíce podniky v činnostech v oblasti informačních technologií (podíl 60,6 %) a dále pak v telekomunikačních činnostech (60,3 %). Ve zpracovatelském průmyslu dosáhl podíl netechnicky inovujících podniků 42,9 %. Nejméně podniky netechnicky inovovaly v těžbě a dobývání (30,4 %) a dopravě a skladování (32,1 %). Ve srovnání s předchozím obdobím 2006–2008 narostl podíl netechnicky inovujících podniků pouze v odvětvích činnosti informačních technologií (z 53,2 % na 60,6 %) a zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi (z 30,8 % na 37,3 %). Ve všech zbývajících odvětvích se podíl netechnicky inovujících podniků snížil.

Graf 2.4-2: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků ve vybraných odvětvích CZ-NACE r2; 2006–2008 a 2008–2010



Nejvíce netechnicky inovovaly podniky v Moravskoslezsku (podíl 45,4 % ze všech podniků působících v tomto regionu) a podniky v hlavní město Praze (44,6 %). Nejméně netechnicky inovovaly podniky v regionu Jihozápad (36,6 %). Ve srovnání s předchozím obdobím 2006–2008 se výrazně snížil podíl podniků, které zavedly netechnické inovace, ve Středních Čechách, a to o 11,7 procentních bodů. Jediným regionem, kde oproti minulému období podniky více netechnicky inovovaly, bylo Moravskoslezsko (nárůst podílu o 4,7 procentních bodů). Podniky na Jihozápadě a Severozápadě netechnicky inovovaly oproti období 2006–2008 téměř shodně.

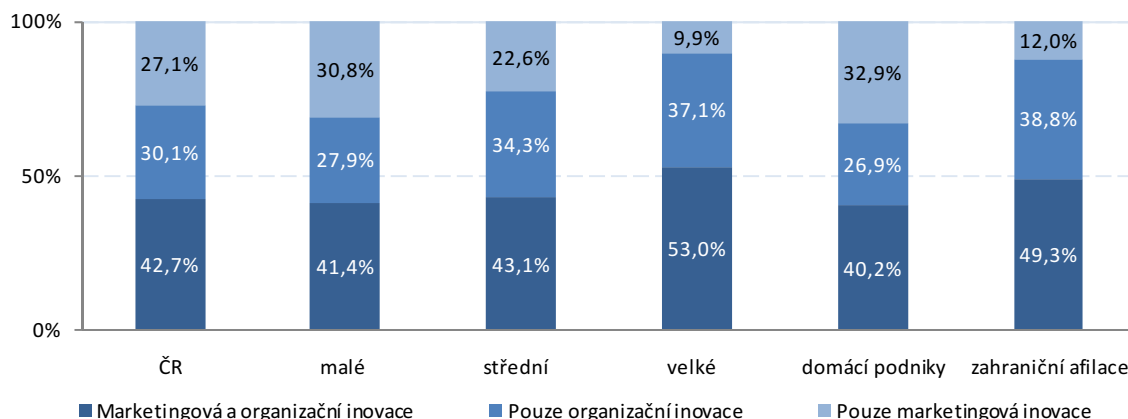
Graf 2.4-3: Podíl netechnicky inovujících podniků na celkovém počtu podniků dle regionů (NUTS2); 2006–2008 a 2008–2010



Z hlediska typu inovace netechnicky inovující podniky nejčastěji zaváděly současně marketingovou a organizační inovaci (42,7 % z netechnicky inovujících podniků)¹. Samostatnému zavádění organizační inovace se věnovalo 30,1 % podniků a marketingové inovace 27,1 %. Celkově se tak organizační inovaci zavedlo 72,8 % a procesní inovaci 69,8 % netechnicky inovujících podniků.

U všech velikostních skupin převažuje současné zavádění marketingové a organizační inovace, nejvíce pak u velkých netechnicky inovujících podniků, kde podíl dosáhl 53 %. Pokud pomíneme současné zavádění obou typů inovací, pak velké podniky zavedly výrazně více samostatně pouze organizační inovaci (37,1 %) než marketingovou inovaci (9,9 %). Podílová struktura druhů zavedených netechnických inovací u domácích podniků se blíží celkové struktuře (za ČR), kdežto u podniků pod zahraniční kontrolou více méně kopíruje strukturu velkých podniků. U domácích podniků, ale zavedení pouze samostatné marketingové inovace dosáhlo vyššího podílu než samostatné zavedení organizační inovace (26,9 %).

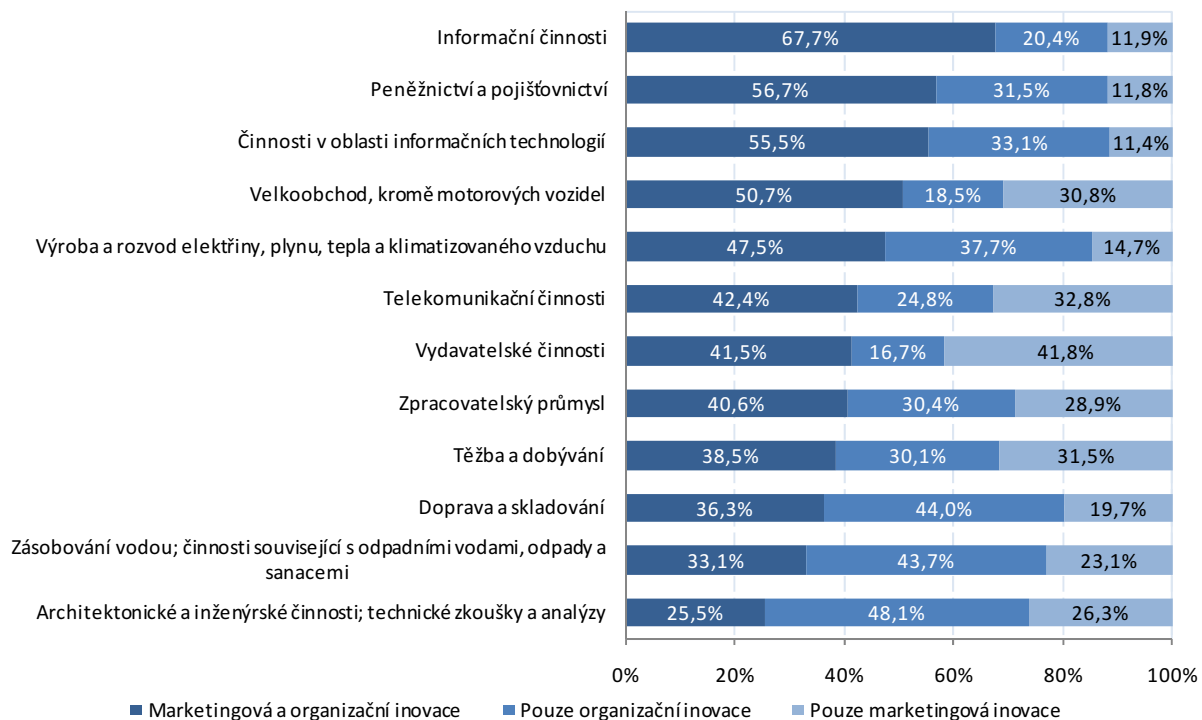
Graf 2.4-4: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace, velikosti a vlastnictví podniku; 2008–2010



¹ Blíže viz tabulka č. 7, kde jsou uvedeny podíly na celkovém počtu podniků v daných skupinách.

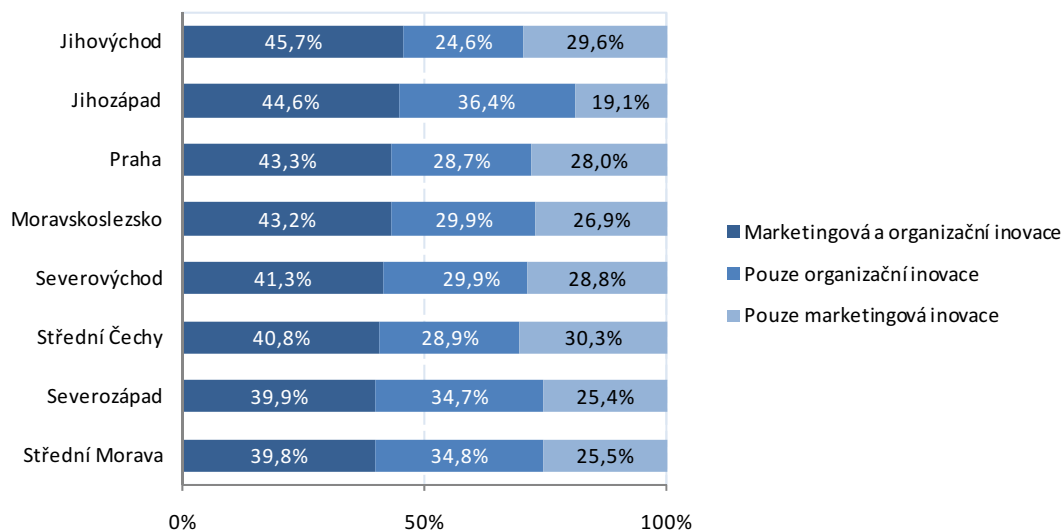
Pouze u 4 odvětví podniky zaváděly nejvíce zároveň inovace produktů a procesů. V případě informačních činností, peněžnictví a pojišťovnictví, informačních technologií a velkoobchodu podíl přesáhl 50 %. Vůbec nejméně došlo k souběžnému zavedení obou typů inovace u podniků v architektonických a inženýrských činnostech; technických zkoušek a analýz (25,5 %). Tyto podniky se soustředily na samostatné zavedení změn v organizaci podniků (48,1%). Naopak netechnicky inovující podniky v působící ve vydavatelských činnostech se zaměřily na samostatné zavedení marketingové inovace (41,8 %). Tyto podniky pak měly nejmenší podíl samostatně zavedené organizační inovace (16,7 %).

Graf 2.4-5: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace a odvětví CZ-NACE r2; 2008–2010



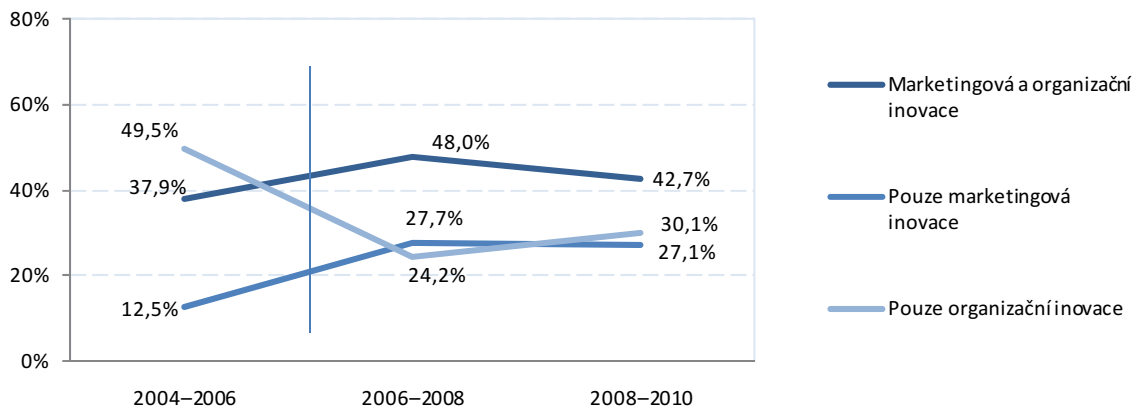
Nejvyšší podíl netechnicky inovujících podniků, které zavedly současně marketingovou a organizační inovaci, byl zaznamenán mezi podniky v regionu Jihovýchod (45,7 %). U žádného regionu podíl nepřesáhl 50 procent. Nejmenší podíl byl zjištěn u netechnicky inovujících podniků v regionu Střední Morava (39,8 %). Podniky v regionu Jihozápad se soustředily zejména na zavádění organizační inovace. Pouze organizační inovaci zavedlo 36,4 % netechnicky inovujících podniků, celkově pak zavedlo organizační inovaci 81 % těchto podniků.

Graf 2.4-6: Struktura netechnicky inovujících podniků podle typu inovace a NUTS2; 2008–2010



Horizont let 2004 až 2010 nelze z pohledu zavádění netechnických inovací jednoduše zhodnotit. Vzhledem k úpravě výkazu a rozšíření otázek u obou druhů netechnické inovace došlo mezi obdobími 2004–2006 a 2006–2008 ke zlomu v časové řadě. Rozšíření otázek vyústilo zejména v korekci podílů jednotlivých typů netechnických inovací.² Podíl netechnicky inovujících podniků, které zavedly pouze marketingovou inovaci, výrazně vzrostl (z 12,5 % v období 2004–2006 na 27,7 % v období 2006–2008). Naopak podíl netechnicky inovujících podniků, které provedly pouze významné změny v organizaci podniku, razantně poklesl ze 49,5 % v období 2004–2006 na 24,2 % v období 2006–2008. Smysluplně lze tedy srovnat pouze období 2006–2008 a 2008–2010, kdy se podíly zavedení marketingové a organizační inovace již ustálily v souladu s novou metodikou.

Graf 2.4-7: Netechnické inovace podle typu inovace v klíčových odvětvích v letech 2004 až 2010
(% z celkového počtu netechnicky inovujících podniků)



POZN. Jedná se o podíly ve vybraných klíčových odvětví ekonomiky. V předchozích publikacích jsou uvedeny souhrnné údaje za klíčová i neklíčová odvětví. Uvedené podíly se tedy liší a jsou pro klíčová odvětví vyšší než u neklíčových odvětví.

² Srovnávat lze období 2004–2005 s 2004–2006 a 2006–2008 a 2008–2010. Viz metodika.