

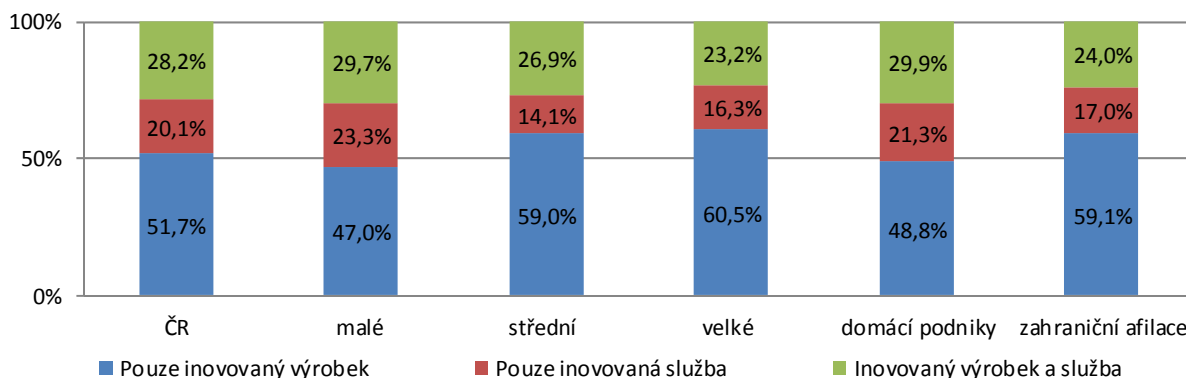
2.3.1 Produktová inovace

Produktově inovující podniky se ve sledovaném období soustředily zejména na inovaci svých výrobků. Inovaci výrobků zavedlo celkem 79,9 % produktově inovujících podniků. Pouze samostatné inovaci výrobků se věnovalo 51,7 % těchto podniků. Služby inovovalo 48,3 % produktově inovujících podniků. Samostatnou inovaci služeb pak provedlo 20,1 % těchto podniků.

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

Produktově inovující podniky pod zahraniční kontrolou se věnovaly z 59,1 % pouze inovaci výrobků, u domácích byl tento podíl o 10 procentních bodů nižší (48,8 %).

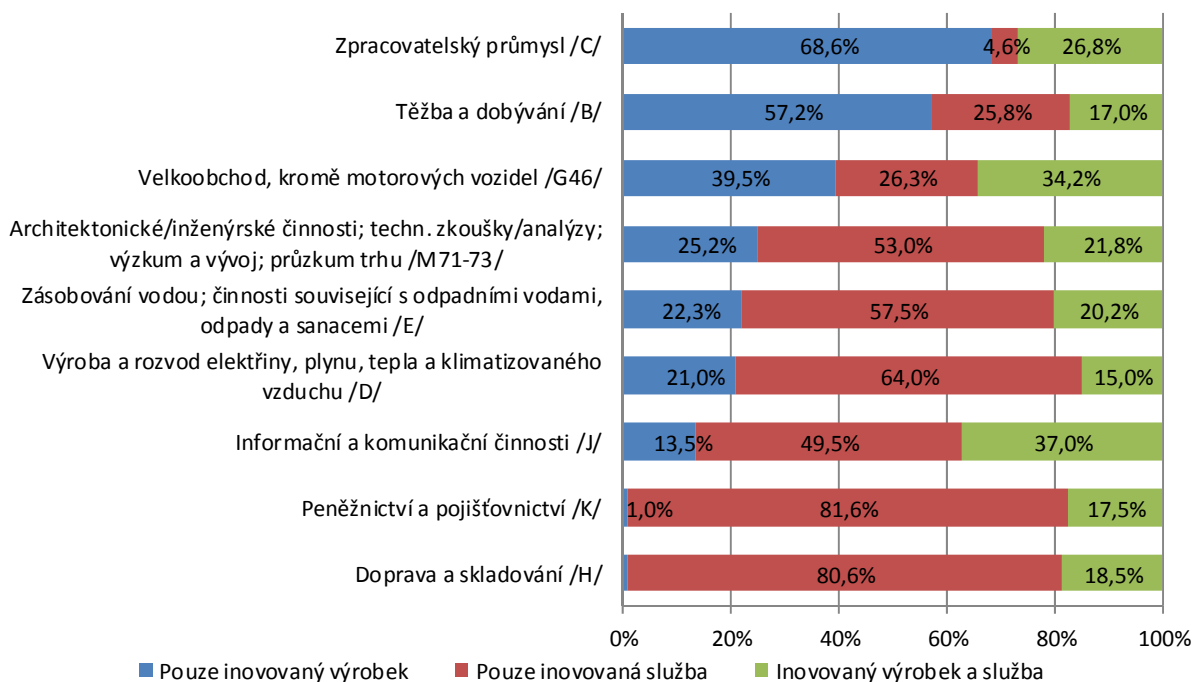
Graf 2.3.1-1.: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podle velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012



Velmi rozdílné podíly zavedených typů produktové inovace jsou v případě rozlišení podle odvětvové klasifikace. To je dáno povahou činností v odvětví. Proto například informační a telekomunikační činnosti mají velmi nízký podíl inovace výrobku a vysoký podíl inovace služby. Stejně tak i v peněžnictví a pojišťovnictví převládá samostatné zavedení služby (81,6 %). Inovace výrobku pak zcela převládá u podniků ve zpracovatelském průmyslu (95,4 % celkem, pouze výrobku pak 68,6 %). Silné zastoupení má inovace výrobků i v odvětví těžba a dobývání (74,2 % celkem, pouze výrobku 57,2 %). U podniků působících ve velkoobchodě (kromě motorových vozidel) byly podíly jednotlivých podtypů produktových inovací vcelku vyrovnané.

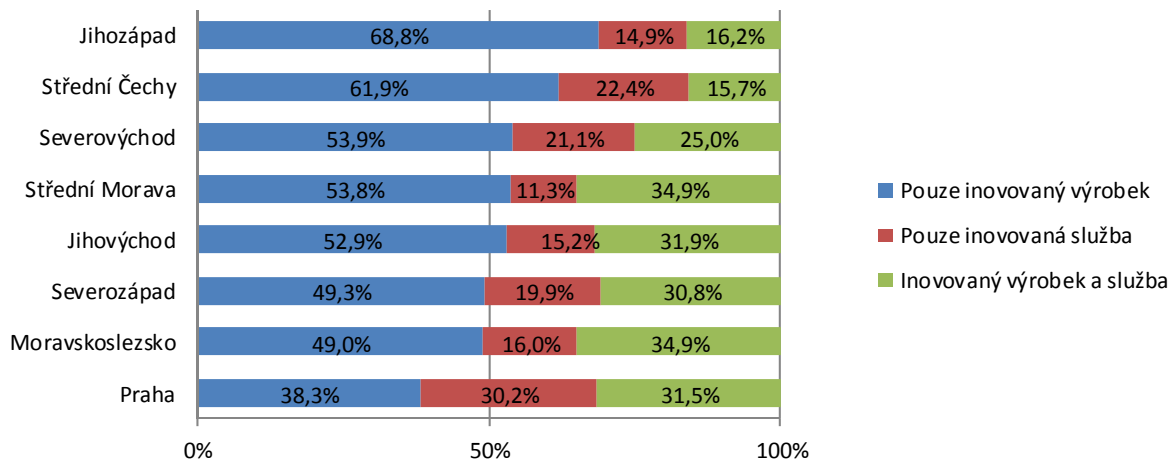
Obecně tedy ve zpracovatelském průmyslu a v těžbě a dobývání převládá inovace výrobku, ve zbytku průmyslu (D+E) a ve službách dominuje inovace služby.

Graf 2.3.1-2.: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podle odvětví CZ-NACE r2; 2010–2012



Ve všech regionech NUTS2 podniky inovovaly více své výrobky než služby. Nejvíce se na inovaci výrobků soustředily produktově inovující podniky na Střední Moravě (88,7 %) a Jihozápadě (celkem 85 %). Na inovaci služeb se nejvíce zaměřily podniky v hlavním městě Praze, kde inovaci služby celkem zavedlo 61,7 % produktově inovujících podniků, pouze inovaci služby pak 30,2 %, což je nejvyšší podíl ze všech regionů. Nejvíce inovovaly současně výrobek a službu podniky na Střední Moravě a Moravskoslezsku se shodným podílem 34,9 %.

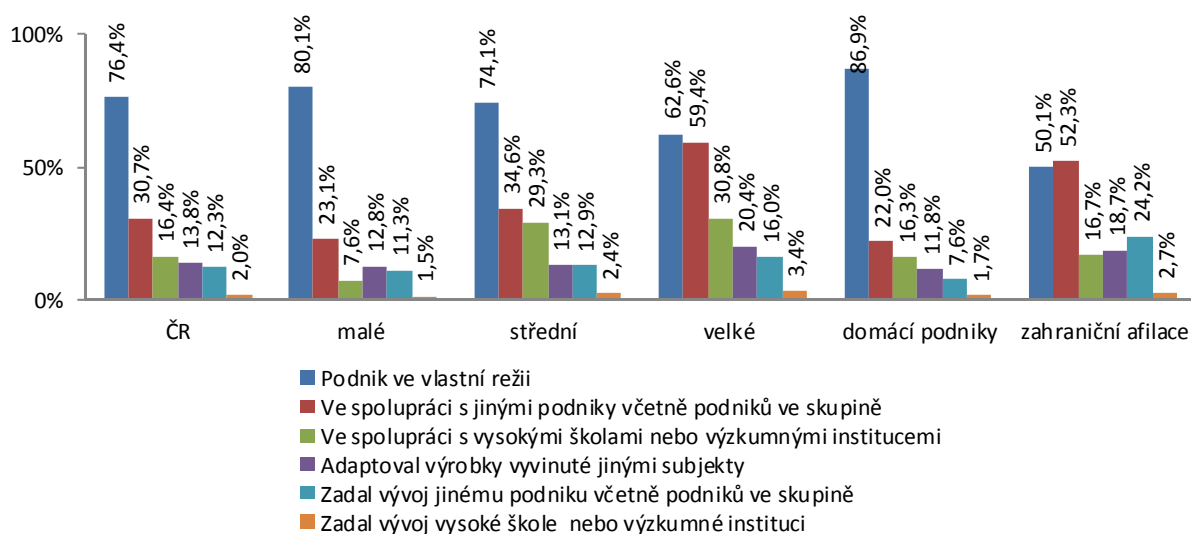
Graf 2.3.1-3: Struktura produktové inovace u podniků s produktovou inovací podniků podle regionů NUTS2; 2010–2012



Produktově inovující podniky vyvíjely nové či zásadně zdokonalené výrobky nejčastěji ve vlastní režii (76,4 %¹ podniků s inovací výrobků). Podíl podniků, které vyvíjely inovované výrobky ve spolupráci s jinými podniky včetně podniků v podnikové skupině, dosáhl 30,7 %. Na vývoji nových výrobků spolupracovalo s vysokými školami nebo výzkumnými institucemi 16,4 % podniků inovujících výrobek. Téměř stejný podíl podniků s inovací výrobků adaptoval výrobky vyvinuté jinými subjekty (13,8 %) nebo vyvinuté pouze jinými podniky včetně podniků v podnikové skupině (12,3 %). Situace je odlišná u velkých podniků, které ve větší míře využívají možnosti spolupráce s jinými podniky, zejména pak s podniky ve své podnikové skupině (59,4 %). 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 nejčastěji vyvíjeny ve spolupráci s jinými podniky v podnikové skupině (52,3 %). U domácích podniků je tomu naopak a výrobkové inovace jsou v převážné většině vyvíjeny ve vlastní režii (86,9 %). Zde je patrný nízký stupeň spolupráce na vývoji nových výrobků s ostatními podniky z důvodu absence zapojení do globální spolupráce.

Graf 2.3.1-4: Inovace výrobku podle subjektu, který ho vyvíjel, velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012 (% z produktově inovujících podniků, které zavedly inovaci výrobku)

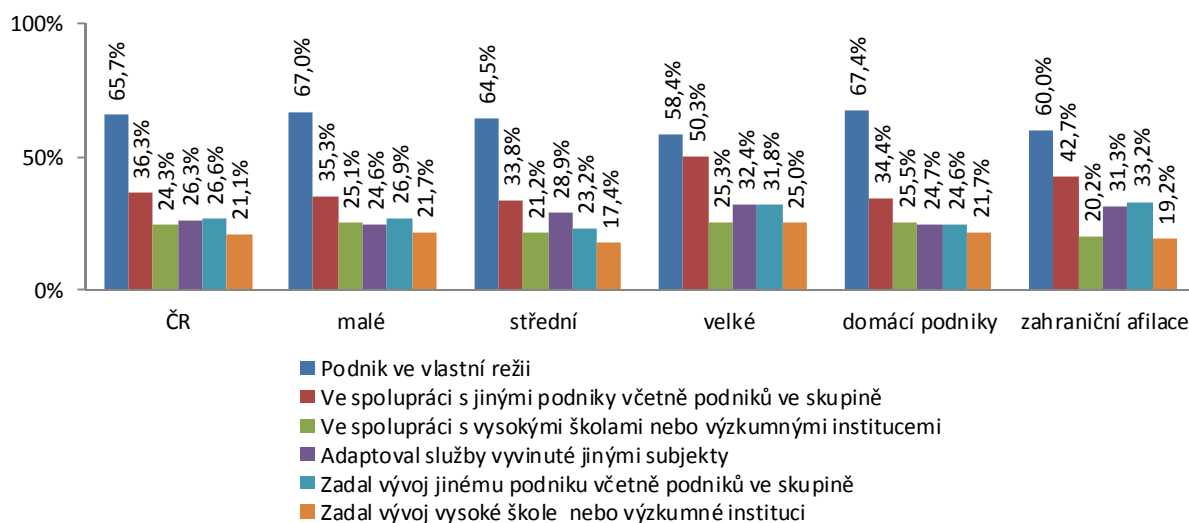


¹ Otázka ve výkaze je koncipována tak, že podnik může označit více variant odpovědí, proto součet podílů není roven 100 %. Podnik může inovovat/vyvíjet výrobky ve svém portfoliu odlišným způsobem. Otázka tento fakt zohledňuje.

Stejně jako v případě inovace výrobků i u inovace služeb produktově inovující podniky vyvíjely nové služby zejména ve vlastní režii (uvedlo 65,7 % podniků s inovací služby). Uvedené platí pro všechny velikostní skupiny. Situace je mírně odlišná u velkých produktově inovujících podniků, kde podniky více spolupracovaly na vývoji nových služeb s jinými podniky či podniky v podnikové skupině (uvedlo 60,4 % podniků s inovací služby) než v případě malých a středních podniků. Oproti inovaci výrobku je podíl podniků, které zadaly vývoj služby vysoké škole nebo výzkumné instituci výrazně vyšší (2 % ku 21,1 %). Službu díky své nehmotné povaze lze snáze vyvíjet mimo podnik.

U domácích podniků (67,4 %) i zahraničních afilací (60 %) byly inovované služby vyvíjeny nejčastěji podnikem ve vlastní režii. Zahraniční afilace více spolupracovaly na vývoji nových služeb s jinými podniky nebo v rámci podnikové skupiny (42,7 %) než tomu bylo u domácích podniků (34,4 %). Navíc při vývoji nových služeb méně využívají spolupráce s vysokými školami nebo výzkumnými institucemi než je tomu u domácích podniků.

Graf 2.3.1-5: Inovace služby podle subjektu, který ji vyvíjel, velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012
(% z produktově inovujících podniků, které zavedly inovaci služby)

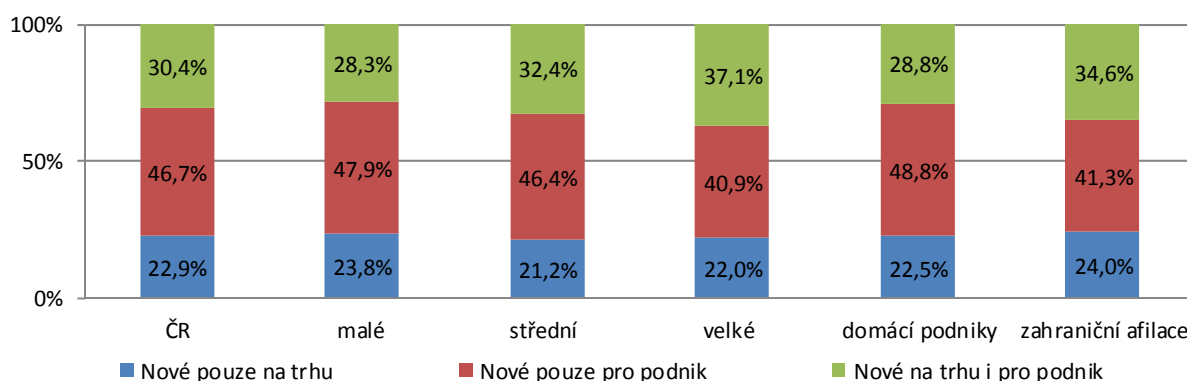


Na otázku ohledně novosti produktové inovace největší podíl produktově inovujících podniků odpověděl, že převážná část nových výrobků nebo služeb byla nová pouze pro podnik (46,7 %). Celkem pak považovalo své produktové inovace nové pro podnik 77,1 % podniků. Nejčastější pro podnik jsou z hlediska inovačního potenciálu považovány inovace nové na trhu, které zavedlo celkem 53,3 % produktově inovujících podniků. Inovace nové pouze na trhu pak zavedlo 22,9 % podniků.

Uvedený fakt platí pro všechny velikostní skupiny podniků. Největší podíl inovací nových pouze pro podnik měly ve sledovaném období malé podniky (23,8 %).

U zahraničních afilací je mírně vyšší celkový podíl inovace nové na trhu (58,6 %), než je tomu u domácích podniků (51,3 %). Zahraniční podniky se snaží cílit inovace tak, aby byly nové na trhu jak domácím tak zahraničním. To platí zejména pro odvětví automobilového průmyslu (bližší viz TAB 13B).

Graf 2.3.1-6: Novost produktové inovace pro trh nebo podnik podle velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012
(struktura z produktově inovujících podniků v procentech)

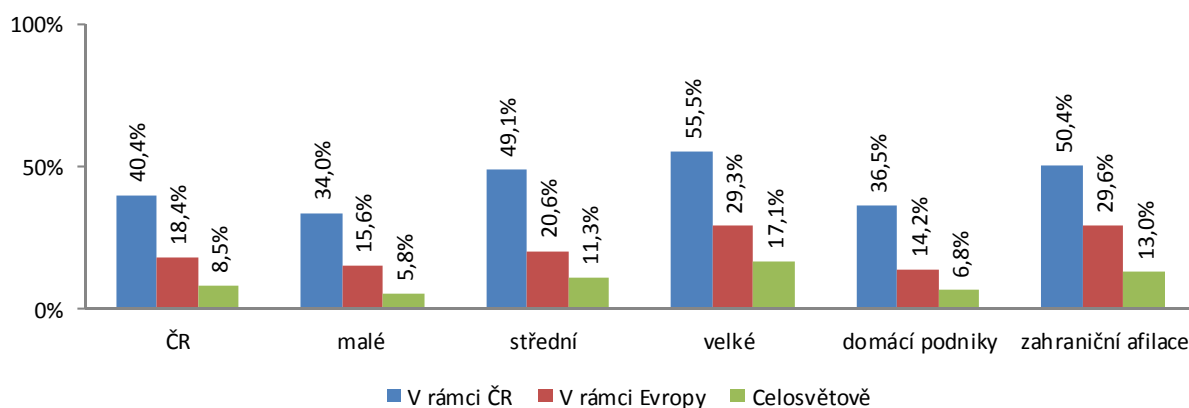


Celkem 8,5 % produktově inovujících podniků v ČR považovalo své produktové inovace za zcela nové celosvětově, neboli byly prvně uvedeny v globálním měřítku. Dá se předpokládat, že čím větší podnik, tím více se bude snažit zavádět nové produkty i na trzích mimo jeho domovský trh. U velkých produktově inovujících podniků byl podíl těch, které přišly s celosvětově novou inovací, mírně vyšší, konkrétně 11 %. U podniků pod zahraniční kontrolou to bylo téměř dvakrát více (13 %) než u domácích podniků (6,8 %).

Svou inovaci za novou v rámci Evropy považovalo 18 % produktově inovujících podniků. V zavádění zcela nových produktových inovací v rámci Evropy jsou opět nejlepší velké podniky (29,3 %) a zahraniční afilace (29,6 %).

Podíl podniků, které zavedly produktovou inovaci zcela novou na území ČR, dosáhl 40,4 %. U velkých podniků tento podíl činil 55,5 %. Domácí podniky považovaly své výrobky nebo služby za zcela nové v ČR v 36,5 % případů, což je méně než u podniků pod zahraniční kontrolou (50,4 %).

Graf 2.3.1-7: Geografická novost* produktové inovace podle velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012
(% z produktově inovujících podniků)

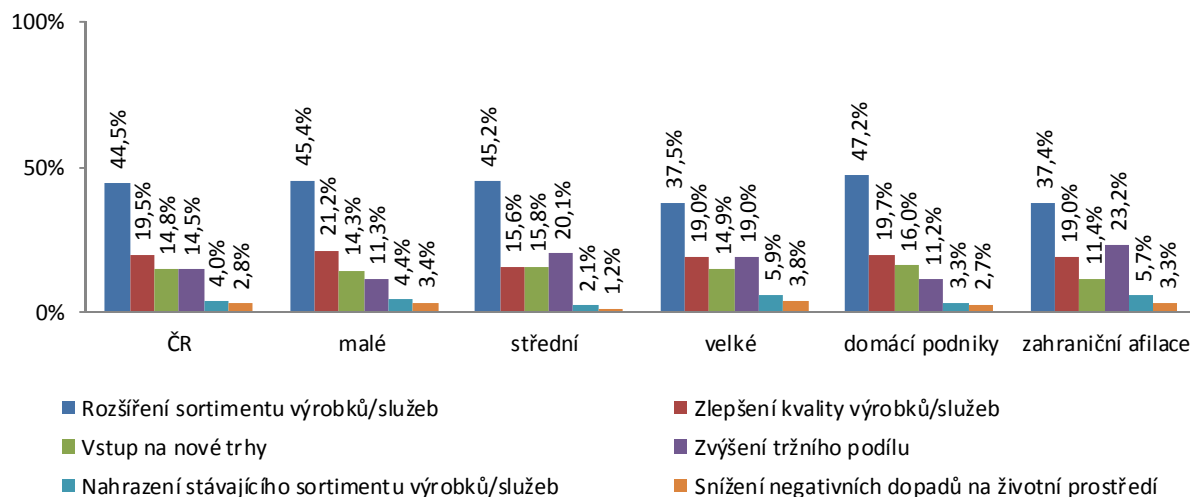


* značí první uvedení produktové inovace v daném geografickém teritoriu před konkurencí.

Podniky označily jako nejvýznamnější výsledek zavádění produktové inovace v 44,5 % rozšíření sortimentu výrobků/služeb. Tento výsledek je nejdůležitější pro všechny velikostní skupiny podniků. Druhým nejvýznamnějším důvodem zavádění produktové inovace podnikem bylo zlepšení kvality výrobků/služeb (19,5 %). Téměř shodně byly považovány za nejpodstatnější výsledky produktové inovace vstup na nové trhy (14,8 %) a zvýšení tržního podílu (14,5 %). Za nejméně významné považovaly podniky produktové inovace, které byly provedeny z důvodu nahrazení stávajícího sortimentu výrobků a služeb (4 %) a snížení negativních dopadů na životní prostředí (2,8 %).

V případě středních a velkých podniků bylo druhým nejvýznamnějším výsledkem zavedení produktové inovace zvýšení tržního podílu. Toto také platí i v případě zahraničních podniků, které více inovují za účelem navýšení jejich tržního podílu v rámci české ekonomiky.

Graf 2.3.1-8.: Nejvýznamnější výsledek zavedení produktové inovace podle velikosti a vlastnictví podniku; 2010–2012



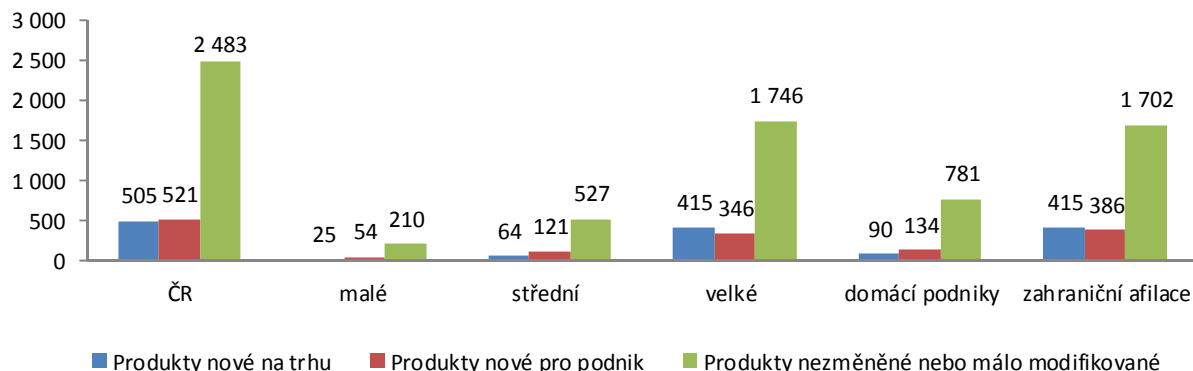
Tržby za inovované a neinovované produkty v roce 2012

Převážná většina tržeb podniků s produktovou inovací pocházela z prodeje neinovovaných výrobků a služeb. V roce 2012 tržby za tyto výrobky a služby dosáhly 2 483 mld. Kč, což představuje podíl 70,8 % celkových tržeb podniků s produktovou inovací. Za inovované produkty podniky utržily 1 025 mld. Kč. Z toho bylo 505 mld. Kč za produkty nové na trhu a 521 mld. Kč za produkty nové pouze pro podnik. Podíl obou zmíněných kategorií tržeb na celkových tržbách produktově inovujících podniků byl téměř vyrovnaný (14,4 % – nové na trhu a 14,8 % – nové pro podnik).

Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty vykázaly velké podniky (30,4 %) následované malými podniky (27,4 %). U středních podniků dosáhl podíl tržeb za inovované produkty rovných 26 %. U podniků pod zahraniční kontrolou dosáhl podíl tržeb za inovované produkty 32 %, což je výrazně více než u domácích podniků (22,3 %).

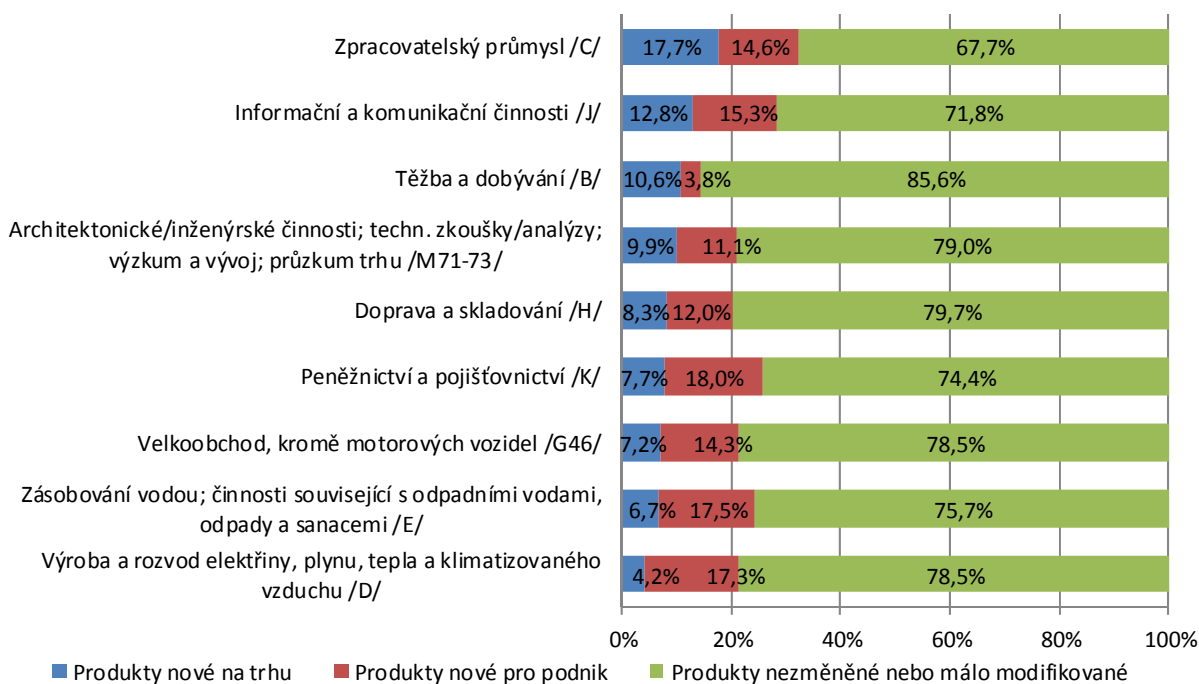
Největší podíl tržeb za inovované výrobky a služby nové na trhu byl zjištěn u velkých produktově inovujících podniků (16,6 %), naopak nejmenší podíl u malých podniků inovujících produkty (8,7 %).

Graf 2.3.1-9: Tržby za inovované a neinovované produkty podle velikosti a vlastnictví podniku v mld. Kč; 2012



Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty na celkových tržbách zaznamenaly podniky v odvětví zpracovatelského průmyslu (32,3 %) a v oblasti informačních a komunikačních činností (28,2 %). V případě zpracovatelského průmyslu tržby za inovované produkty nové na trhu (17,7 %) převýšily tržby za produkty nové pouze pro podnik (14,6 %). Nejméně za inovované produkty utržily podniky zabývající se těžbou a dobýváním, kde dominovaly zcela tržby za neinovované produkty (85,6 % z celkových tržeb).

Graf 2.3.1-10: Struktura tržeb za inovované a neinovované produkty podle CZ-NACE r2; 2012



Nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty (45,9 %) zaznamenaly podniky ve Středních Čechách. Tyto podniky měly také vůbec nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty nové na trhu (34,3 %).

I přes fakt, že podniky v Praze generují 39 % všech tržeb podniků v ČR, generované tržby pochází zejména z prodeje neinovovaných výrobků a služeb (78 %). Podílem generovaných tržeb za inovované produkty nové na trhu (8,1 %) byly podniky v Praze třetí nejhorší v pořadí za podniky působící v regionu Jihozápad (podíl 7,4 %) a Severozápad (podíl 6,8 %). Vůbec nejvyšší podíl tržeb za inovované produkty nové pouze pro podnik byl zjištěn u podniků v Moravskoslezsku (24,3 %).

Graf 2.3.1-11: Struktura tržeb za inovované a neinovované produkty podle regionů NUTS2; 2012

