

# METODIKA STATISTICKÉHO ŠETŘENÍ O INOVAČNÍCH AKTIVITÁCH V PODNICÍCH

## 1. Legislativa

Šetření TI2001 až TI2010 probíhalo na základě nařízení Komise (ES) č.1450/2004 ze dne 13. srpna 2004, kterým se provádělo rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1608/2003/ES o tvorbě a rozvoji statistiky Společenství v oblasti inovací.

Počínaje TI2012 (obdoba CIS2012/CIS8) je šetření prováděno na základě nařízení Komise EU č. 995/2012 ze dne 26. října 2012, kterým se provádí rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1608/2003/ES o tvorbě a rozvoji statistiky Společenství v oblasti vědy a technologií.

V současnosti je šetření o inovacích prováděno každé 2 roky.

V ČR doposud proběhla následující šetření o inovacích:

TI2001 (obdoba CIS3) – pilotní šetření,

TI2003 (obdoba CIS-Light),

TI2005 (obdoba CIS4),

TI2006 (obdoba CIS2006/CIS5),

TI2008 (obdoba CIS2008/CIS6),

TI2010 (obdoba CIS2010/CIS7),

TI2012 (obdoba CIS2012/CIS8),

TI2014 (obdoba CIS2014/CIS9),

TI2016 (obdoba CIS2016/CIS10),

TI2018 (obdoba CIS2018/CIS11),

TI2020 (obdoba CIS2020/CIS12),

TI2022 (obdoba CIS2022/CIS13),

**TI2024 (obdoba CIS2024/CIS14).**

Počínaje TI2008 přešlo statistické šetření o inovačních aktivitách v podnicích na základě legislativního dodatku na revidovanou verzi CZ-NACE r2.

Nařízení Komise ES č.1450/2004 viz:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:267:0032:0035:EN:PDF>

Nařízení Komise EU č.995/2012 viz:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0995&rid=1>

## 1. Základní údaje o šetření

Název šetření:	Statistické šetření o inovačních aktivitách podniků
Podoba formuláře:	Dotazník o inovacích, který je distribuován vybraným zpravodajským jednotkám v podnikatelském sektoru.
Technika šetření:	Dotazník rozeslaný zpravodajským jednotkám prostřednictvím datové schránky. Dotazník lze vyplnit ve formě editovatelného PDF souboru nebo na internetových stránkách ČSÚ (aplikace Dante Web).
Periodicita šetření:	Dvouletá, počínaje rokem 2002
Druh šetření:	Kombinace plošného a výběrového šetření: <ul style="list-style-type: none"> <li>• plošné pro velké podniky s více než 250 zaměstnanými osobami</li> <li>• výběrové pro podniky s méně než 250 zaměstnanými osobami</li> </ul>
Dopočty:	Sebrané údaje se dopočítávají na základní soubor
Návratnost výkazu:	Čistá míra návratnosti okolo 85 % (počet využitých výkazů) Hrubá míra návratnosti okolo 90 % (počet došlých výkazů)
Zpravodajské jednotky:	Podnikatelské subjekty s 10+ zaměstnanými osobami zapsané i nezapsané do obchodního rejstříku ve vybraných odvětví (B, C, D, E, G46, H, J, K, M71-73) dle Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE).
Předmět šetření:	Inovační aktivity podniků
Hlavní zjišťované ukazatele a jejich charakteristiky:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní ekonomické ukazatele</li> <li>• Postavení podniků v rámci mezinárodních trhů</li> <li>• Počet inovujících podniků podle typu a druhu inovace</li> <li>• Náklady na inovační aktivity dle druhu nákladů</li> <li>• Tržby za inovované výrobky a služby podle míry inovativnosti</li> <li>• Spolupráce na inovačních aktivitách</li> <li>• Financování inovačních aktivit</li> <li>• Výsledky inovačních aktivit</li> <li>• Překážky k uskutečnění inovačních aktivit</li> <li>• Další ukazatele spojené s inovačními aktivitami</li> </ul>
Používaná třídění:	Zjišťované ukazatele inovačních aktivit a jejich charakteristiky jsou sledovány podle: <ul style="list-style-type: none"> <li>• vlastnictví podniku (pod tuzemskou nebo zahraniční kontrolou),</li> <li>• velikosti podniku (malé, střední, velké),</li> <li>• převažující ekonomické činnosti (klasifikace CZ-NACE),</li> <li>• regionálního členění (klasifikace CZ-NUTS 2),</li> </ul>
Mezinárodní srovnání	Údaje získané z tohoto šetření lze mezinárodně srovnávat, neboť šetření respektuje metodické principy OECD uvedené v <b>Oslo manuálu</b> (OECD, 2018) a je v souladu s <b>prováděcím nařízením Komise (EU) 2022/1092</b> .



## 2. Metodika a definice ukazatelů inovačních aktivit

### 2.1. Inovační aktivity podniku

#### 2.1.1 Obecný rámec šetření o inovacích

Výraz inovace má původ v latinském slově „innovare“ – obnovovat. Významem naznačuje, že má jít o cosi, co zajišťuje další chod a kontinuitu podniku. Odvozený pojem inovace však jde v jistém směru mnohem dále, není jen obnovou, ale spíše něčím novým nebo zlepšeným.

Inovace musí nést novátorské prvky (**může jít o zcela nové nebo zlepšené formy**). Inovace také **musí být skutečně zavedena, ať již uvedena na trh nebo prakticky využita v rámci podniku**.

Inovace je tedy obecně spjata se zlepšováním a zdokonalováním výrobků a služeb, vnitřních podnikových procesů (zejména pak způsobu výroby nebo poskytování služeb) a dále pak s používáním nových propagačních prostředků pro výrobky a služby nebo zaváděním nových organizačních změn pro posílení efektivnosti procesu v rámci podniku.

#### Definice podniku s inovačními aktivitami:

Metodika Eurostatu pro šetření o inovačních aktivitách podniků v zemích EU (dle metodiky Eurostatu<sup>1</sup>) vymezuje **podnik s inovačními aktivitami, případně zkráceně inovující podnik, jako podnik, který v uvedeném období zavedl některou z následujících inovací:**

- **produktovou inovaci** (uvedení na trh nového nebo zlepšeného výrobku nebo služby),
- **inovaci podnikových procesů:**
  - **inovaci vnitřních procesů** – zavedení nového nebo zlepšeného způsobu výroby, poskytování služeb, způsobu dodávek, skladování, distribuce a jiných logistických služeb, zavedení nového IT systému či zpracování informací v podniku a zavedení nebo zlepšení podpůrných podnikových činností, jako je například administrativa, údržba, nákup nebo účetnictví,
  - **marketingovou inovaci** – zavedení nového způsobu propagace, ocenění a prodeje výrobků/služeb včetně jejich „product placementu“ nebo balení nabízených výrobků,
  - **organizační inovaci** – zavedení nového způsobu organizace řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů, lidských zdrojů, zavedení nového přístupu k organizaci vnějších vztahů nebo využití outsourcingu části podnikových činností, které je nové pro podnik,
- **nebo měl:**
  - neukončené nebo zrušené (odložené) inovační aktivity,
  - dokončené inovace neuvedené na trh/zavedené v rámci podniku,
  - prováděl v souvislosti s inovacemi výzkum a vývoj či nakupoval služby výzkumu a vývoje od jiného subjektu.

Minimálním požadavkem pro vznik inovace je, aby byl produkt nebo proces (marketingový či organizační) pro danou firmu nový nebo zlepšený. To zahrnuje produkty, procesy a metody, které firmy vyvinuly jako první, i ty, které byly převzaty od jiných firem nebo organizací.

Z hlediska zahrnutí sledovaného subjektu mezi podniky s inovačními aktivitami není rozhodující, zda byla daná inovace vyvinuta plně v režii sledovaného subjektu, nebo ve spolupráci s jiným či zcela jiným subjektem. Rozhodující je, zda podnik inovace zavedl.

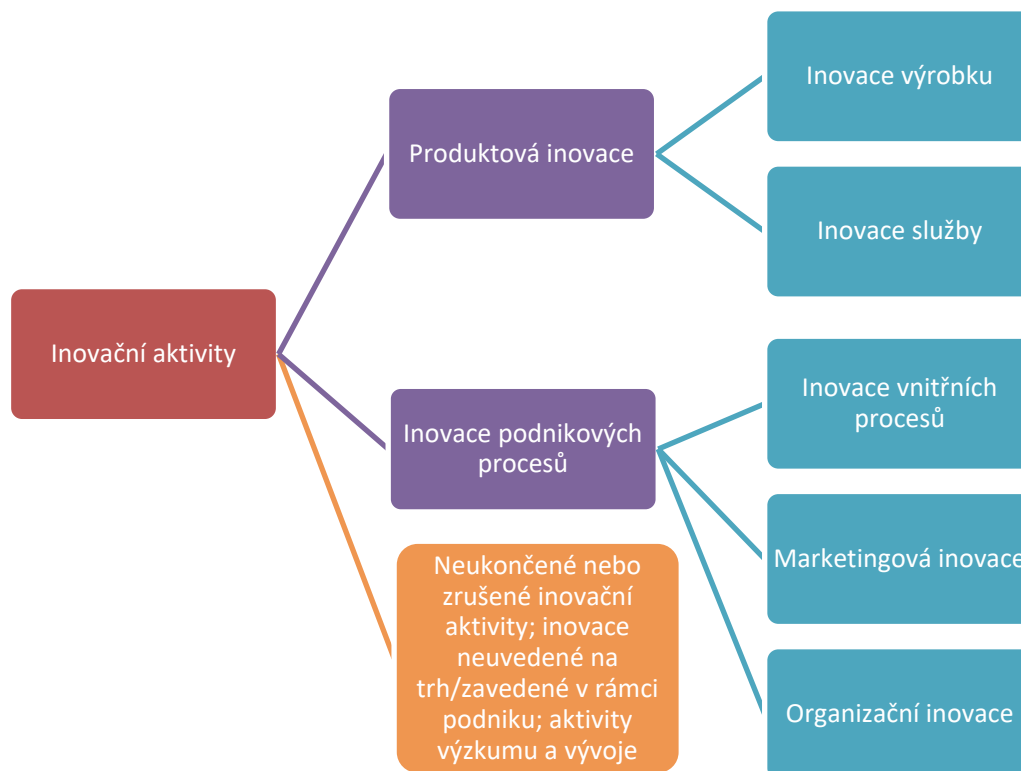
<sup>1</sup> <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-manuals-and-guidelines/w/ks-01-24-008>

## 2.1.2 Klasifikace inovací

Podle širšího pojetí inovací popsaného v **Oslo manuálu**<sup>2</sup> (OECD, 2018) rozlišujeme dva hlavní typy inovací: produktové inovace a inovace podnikových procesů.

Detailní členění jednotlivých druhů inovací je pro větší přehlednost zobrazeno v následujícím schématu č. 1. Jde o třídění inovací v podnicích vymezené OECD a přejaté Eurostatem za účelem jednotné metodiky měření inovací v rámci šetření EU o inovacích (Community Innovation Survey). Jednotlivé typy inovací jsou uvedeny u definice příslušné inovace.

**Schéma č. 1: Klasifikace inovací dle Oslo manuálu**



## 2.1.3 Definice inovací

**Produktová inovace** – představuje zavedení na trh nového nebo zlepšeného výrobku nebo služby s ohledem na jejich charakteristiky nebo užití. Zahrnuje významná zlepšení technických specifikací, komponent a materiálů, softwaru, uživatelské vstřícnosti nebo jiných funkčních charakteristik. Na rozdíl od inovací podnikových procesů jsou přímo prodávány zákazníkům.

**Členění produktových inovací podle jejich druhu (předmětu):**

- **Inovace výrobků** – jde o zlepšení stávajících výrobků, jež se mohou projevit změnami složení či materiálovými změnami, řešeními komponent či jinými charakteristikami zlepšujícími jejich užitečné vlastnosti nebo výkon.

<sup>2</sup> Manuál Oslo je jedním z ústředních dokumentů poskytujících přehled základních definic a postupů v oblasti měření inovačních aktivit podniků. [https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018\\_9789264304604-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018_9789264304604-en.html)  
 Definice jednotlivých typů a druhů inovací jsou převzaty do unijního šetření o inovacích v podnicích (Community Innovation Survey), které organizuje Eurostat každé dva roky a ze kterého vychází národní verze šetření prováděného Českým statistickým úřadem.



- **Inovace služeb** – jde o inovace produktů ve službách, jež mohou zahrnovat zlepšení ve způsobech, jimiž jsou poskytovány, ať už jde o jejich rychlost či účinnost nebo rozsah. Inovace služeb znamená rozšiřování stávající nabídky o nové funkce či charakteristiky nebo vytváření zcela nové nabídky.

Produktové inovace mohou využívat nové znalosti nebo technologie, případně mohou být postaveny na novátorském využití či propojení existujících znalostí a technologií. **Termín „produkt“ je v následujícím textu používán k pokrytí výrobků (zboží) a služeb.** Inovace produktů zahrnují jak zavedení nového výrobku nebo služby, tak i zlepšení ve funkčních či uživatelských charakteristikách stávajících výrobků a služeb.

Nové produkty představují výrobky a služby, které se od dřívějších produktů stejného producenta liší svými charakteristikami nebo uživatelskými vlastnostmi.

*Za produktovou inovaci se nepovažuje: malé nebo nepatrné zlepšení, rutinní modernizace, sezónní změny (např. oděvů), změny designu, které nemění funkční nebo technické charakteristiky výrobku/služby.*

**Inovace podnikových procesů** – představuje zavedení nového nebo zlepšeného vnitřního procesu v podniku, nové metody v marketingu nebo významné změny v organizaci podniku.

#### **Členění inovací podnikových procesů podle jejich typu:**

- Inovace vnitřních procesů v podniku (dříve procesní inovace)
- Marketingová inovace
- Organizační inovace

**Inovace vnitřních procesů** – představuje zavedení nového nebo zlepšeného způsobu výroby nebo poskytování služeb, včetně jejich distribuce, skladování, dále zpracování podnikových informací či komunikace uvnitř podniku, zavedení nových IT systémů a poskytování podpůrných podnikových činností jako je např. údržba, nákup nebo účetnictví. Zahrnuje změnu používaných technologií, zařízení nebo softwaru.

*Za procesní inovaci se nepovažuje: malé nebo nepatrné zlepšení, zvýšení schopnosti výroby nebo poskytování služeb přidáním výrobních nebo logistických systémů, které jsou velmi podobné doposud používaným. Nezahrnuje pouze formální změny spojené s povinným zavedením obecného nařízení na ochranu osobních údajů (GDPR).*

#### **Členění procesních inovací podle jejich druhu (předmětu):**

- Nový nebo zlepšený způsob výroby nebo poskytování služeb
- Nový nebo zlepšený způsob logistických činností
- Nový nebo zlepšený způsob zpracování podnikových informací, interní komunikace či jejich zabezpečení
- Nový nebo zlepšený způsob účetnictví, finančnictví či jiných administrativních činností

**Marketingová inovace** – představuje zavedení nového způsobu obchodování s výrobky/službami, včetně změn způsobu balení produktu, propagace, cenové strategie nebo využití nových způsobů prodeje.

#### **Členění marketingových inovací podle jejich druhu (předmětu):**

- Nový obal nebo způsob balení produktu
- Nový způsob propagace nebo reklamy
- Nová cenová strategie
- Nový způsob prodeje produktu

Marketingové inovace se zaměřují na lepší zacílení na potřeby zákazníků, otevírání nových trhů nebo lepší umístění produktu na trhu s cílem zvýšit odbyt.

Rozlišujícím znakem marketingové inovace je ve srovnání s ostatními marketingovými změnami v podniku zavedení nové, dříve nevyužívané marketingové metody. Nová metoda se stává součástí nové marketingové strategie, jež znamená zásadní odklon od strategie předcházející. Nová marketingová metoda může být přímo vyvinuta inovujícím podnikem nebo převzata od jiných podniků nebo organizací. Nové marketingové metody mohou být implementovány jak pro nové, tak stávající produkty.

Marketingové inovace zahrnují změny v balení produktů např. potravin, nápojů, pracích prostředků či jiných produktů, u nichž balení představuje hlavní složku jejich vzhledu a prezentace. Nové marketingové metody v umístění produktu zahrnují primárně zavedení nových prodejních kanálů (způsobů prodeje). Prodejní kanály se zde vztahují k metodám používaným k prodeji zboží a služeb zákazníkům, a nikoliv k logistickým metodám (doprava, skladování a přesun produktů), které se zabývají hlavně efektivností. Nové marketingové metody podpory produktu znamenají použití nových koncepcí propagace podnikových výrobků a služeb. Inovace v oceňování spočívají v nových cenových strategiích prodeje podnikových výrobků nebo služeb. Aby takové změny byly marketingovými inovacemi, musí zahrnovat marketingové metody, jež v minulosti nebyly podnikem využívány (např. sociální sítě).

*Za marketingovou inovaci se nepovažuje: sezónní, pravidelné nebo jiné rutinní změny v marketingových metodách.*

**Organizační inovace** – představuje zavedení nového způsobu organizace řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů či ostatních podnikových činností, lidských zdrojů nebo vnějších vztahů (včetně využití outsourcingu podnikových činností). Jedná se o zásadní změnu organizační struktury nebo manažerských metod v rámci podniku, které nebyly dříve používané, za účelem zlepšení využívání znalostí, kvality nebo zefektivnění průběhu prací.

#### **Členění organizačních inovací podle jejich druhu (předmětu):**

- Nový nebo zlepšený způsob organizace nebo řízení lidských zdrojů
- Nový nebo zlepšený způsob organizace nebo řízení dodavatelsko-odběratelských vztahů
- Nový nebo zlepšený způsob organizace nebo řízení ostatních podnikových činností
- Nový nebo zlepšený způsob organizace nebo řízení spolupráce s jinými subjekty

Rozlišujícím znakem organizační inovace od ostatních organizačních změn v podniku je implementace organizační metody do podnikových praktik, organizace pracovních míst nebo externích vztahů, jež nebyla v podniku dříve použita a je výsledkem strategického rozhodnutí managementu.

Nový způsob organizace a řízení práce a lidských zdrojů znamená zavedení např. nového systému stanovování odpovědnosti zaměstnanců, nových metod týmové práce, decentralizaci řízení, sloučení či rozdělování útvarů, nový způsob nábory zaměstnanců, organizace pracovišť, zajištění dočasného personálu, zavádění školících či vzdělávacích systémů.

Nová metoda organizace či řízení podnikových činností zahrnuje nové metody podniku spojené s řízením (managementem) různých činností v podniku jako je řízení dodavatelsko-odběratelského řetězce nebo řízení ostatních podnikových činností (např. řízení kvality, řízení toku znalostí) vyjma lidských zdrojů.

Nový způsob spolupráce, organizace či řízení vnějších vztahů s jinými subjekty souvisí s budováním inovační sítě podniku prostřednictvím podnikových sítí, strategických aliancí a klastru. Do sítě mohou být zapojeny jiné podniky nebo organizace jako vysoká škola, veřejná výzkumná instituce. Spadá sem také např. nové uzavření strategického partnerství podniku s jiným podnikem nebo to, že podnik nově začal spolupracovat s vysokými školami či dalšími výzkumnými organizacemi nebo nově vstoupil do asociace s jinými subjekty. Patří se i nové využití outsourcingu podnikových činností, tj. podnik nově vyčlenil podpůrné a vedlejší činnosti (např. úklid, údržba, doprava nebo správa počítačů či podnikových informačních aplikací a systému) a smluvně je svěřil jiné společnosti čili sub-kontraktorovi, specializovanému na příslušnou činnost.

*Změny v obchodních praktikách, organizaci pracovního místa nebo externích vztazích, které jsou založeny na organizačních metodách již v podniku používaných, nejsou organizačními inovacemi. Inovací není ani formulace manažerských strategií jako takových.*

*Za organizační inovaci se nepovažuje: slučování nebo akvizice, i když k nim došlo poprvé, změny v manažerské strategii, pokud nejsou spojené s významnými organizačními změnami.*



### 2.1.4 Náklady spojené s inovacemi

Náklady na inovace představují investice podniků do zavádění produktových inovací a inovací podnikových procesů. Jedná se tedy o náklady přímo spjaté s vývojem inovovaného výrobku, služby nebo procesu v podniku.

Statisticky se zjišťují následující náklady na zavádění inovací:

- Vnitropodnikový výzkum a vývoj, který se dále člení na:
  - mzdové náklady,
  - ostatní neinvestiční náklady a
  - investiční náklady.
- Nákup služeb výzkumu a vývoje od jiného subjektu provedeného na zakázku
- Nákup nebo licencování předmětů duševního vlastnictví (know-how, patent, průmyslových vzor, ochranná známka atd.)
- Pořízení strojů, zařízení, softwaru a budov (bez investičních nákladů na výzkum a vývoj)
- Ostatní neinvestiční náklady na inovační činnosti
- Náklady na činnosti související s uváděním inovovaných produktů na trh

### 2.1.5 Tržby za produkty podle míry novosti

U produktově inovujících podniků se sledují tržby podle míry inovativnosti produktů (výrobků/služeb).

Metodicky se rozlišují následující stupně novosti produktů:

- Inovované produkty, které byly nové na trhu
- Inovované produkty, které byly nové pouze pro podnik
- Nezměněné či málo upravené (neinovované) produkty

### 2.1.6 Ochrana duševního vlastnictví

Duševním vlastnictvím se míní právo průmyslového vlastnictví a autorské právo (včetně souvisejících práv). Průmyslovým právem rozumíme ochranu výsledků technické tvůrčí činnosti (vynálezy a užité vzory), předměty průmyslového výtvarnictví (průmyslové vzory), jakož i práva na označení (ochranné známky a označení původu) a v neposlední řadě také konstrukční schémata polovodičových výrobků (tzv. topografie polovodičových výrobků) a další. [definice dle Úřadu průmyslového vlastnictví<sup>3</sup>].

V souvislosti se zaváděním inovací (produktových i podnikových procesů) se sleduje i využívání jednotlivých druhů ochrany duševního vlastnictví.

Pro statistické účely je sledováno využití následujících ochran duševního vlastnictví:

- Patentová přihláška
- Přihláška užitého vzoru
- Přihláška průmyslového vzoru
- Registrace ochranné známky
- Využití nástroje obchodního tajemství na know-how
- Autorské právo

### 2.1.7 Inovační profily

Eurostat dále rozvíjí unijní šetření o inovacích v podnicích o nová členění. V roce 2020 byly vytvořeny nové skupiny podniků podle tzv. inovačních profilů. Cílem tohoto nového členění je třdit vybrané ukazatele inovací podle inovačního potenciálu podniků.

<sup>3</sup> Více viz <https://www.upv.cz/cs/publikace/informacni-brozury/informacni-brozury.html>

Eurostat definoval následující hlavní inovační profily:

- Interní inovátoři produktů s novinkami na trhu (Profil I),
- Interní inovátoři produktů bez novinek na trhu (Profil II),
- Interní inovátoři podnikových postupů bez inovací produktů (Profil III) (nepovinné),
- Inovátoři, kteří sami nevyvíjejí inovace (Profil IV) (nepovinné),
- Neinovátoři s inovační činností (Profil V) (nepovinné),
- Neinovátoři bez inovační činnosti, ale s potenciálem pro inovace (Profil VI),
- Neinovátoři bez inovační činnosti a bez potenciálu pro inovace (Profil VII).

Dále pak byly vytvořeny i odvozené inovační profily, které kombinují výše uvedené:

- Inovačně činné podniky (Profil I + Profil II + Profil III + Profil IV + Profil V),
- Podniky, které nejsou inovačně činné (Profil VI + Profil VII),
- Podniky, které zavedly inovaci (Profil I + Profil II + Profil III + Profil IV),
- Podniky, které nezavedly inovaci (Profil V + Profil VI + Profil VII),
- Podniky s inovačními schopnostmi (Profil I + Profil II + Profil III + Profil V),
- Podniky bez inovačních schopností (Profil IV + Profil VI + Profil VII),
- Podniky s činnostmi výzkumu a vývoje (Profil IA + Profil IIA + Profil IIIA + Profil IVA + Profil VA),
- Podniky bez činností výzkumu a vývoje (Profil IB + Profil IIB + Profil IIIB + Profil IVB + Profil VB + Profil VI + Profil VII).

## 2.2 Informace o šetření TI 2024

### 2.2.1 Okruh zpravodajských jednotek, výběrový a základní soubor

Základní výchozí metodickou příručkou pro sběr dat o inovačních aktivitách podniků je **Oslo manuál<sup>4</sup> (OECD, 2018)**. Ke sběru dat o inovačních aktivitách podniků byl využit harmonizovaný modelový dotazník Eurostatu k jednotnému šetření EU o inovacích CIS 2024 (**Community Innovation Survey 2024**) pro referenční období 2022–2024. Jednalo se v pořadí již o třinácté statistické šetření o inovacích v podnicích realizovaných v České republice.

Český statistický úřad převedl modelový dotazník Eurostatu do národní verze dotazníku s několika národními otázkami (oddíly T003/T004<sup>5</sup>, T015/T016<sup>6</sup>, T101<sup>7</sup>). Některé otázky modelového dotazníku CIS 2024 se v rámci české národní verze výkazu TI 2024 nezjišťovaly. Část údajů byla převzata z **administrativních zdrojů** (daňová přiznání právnických osob) či jiných statistických šetření Českého statistického úřadu, jakými byla například podniková strukturální statistika<sup>8</sup> (SBS).

Šetření o inovačních aktivitách podniků (TI) je koordinováno Eurostatem. Jeho realizace je povinná pro členské země EU, přičemž podléhá prováděcímu **PROVÁDĚCÍ NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) 2022/1092** ze dne 30. června 2022, kterým se stanoví technické specifikace požadavků pro údaje na téma „Inovace“ podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2152.

V rámci výběrového šetření zohledňujícího regionální specifika bylo prostřednictvím dotazníku o inovacích TI 2024 osloveno **7 957 zpravodajských jednotek podnikatelského sektoru (podniků)** z vybraných oblastí průmyslu a služeb (finančních i nefinančních) s **alespoň 10 zaměstnanými osobami**. Dle Systému národních účtů<sup>9</sup> (SNA) se jedná o podniky z institucionálních sektorů 11, 12 a 141. V šetření byly dotazovány podniky,

<sup>4</sup> [https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018\\_9789264304604-en.html](https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018_9789264304604-en.html)

<sup>5</sup> Působnost podniku na geografických trzích.

<sup>6</sup> Výsledky zavedené produktové inovace

<sup>7</sup> Průmysl 4.0

<sup>8</sup> Blíže viz <https://csu.gov.cz/konjunkturalni-pruzkumy>

<sup>9</sup> Blíže viz <https://csu.gov.cz/rocní-národní-ucty>



kteří podle své převažující ekonomické činnosti patří do některého z níže uvedených odvětví klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE).

**Tab. 2.1 Okruh zpravodajských jednotek dle CZ-NACE**

Odvětví CZ-NACE
Těžba a dobývání – B /5-9/
Zpracovatelský průmysl – C /10-33/
Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu – D /35/
Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi – E /36-39/
Velkoobchod, kromě motorových vozidel – G46
Doprava a skladování – H /49-53/
Informační a komunikační činnosti – J /58-63/
Peněžnictví a pojišťovnictví – K /64-66/
Architektonické a inženýrské činnosti; technické zkoušky a analýzy – M71
Výzkum a vývoj – M72
Reklama a průzkum trhu – M73

**Výběrový soubor** těchto zpravodajských jednotek byl získán z Registru ekonomických subjektů (RES) kombinací plošného a stratifikovaného náhodného výběru v příslušných odvětvích. Zpravodajská povinnost pro tyto zpravodajské jednotky byla uzákoněna v Programu statistických zjišťování na rok 2024.

Data zveřejněná v této publikaci byla získána na základě 88 % návratnosti dotazníků (rozesláno 7 957 dotazníků, navraceno 6 965 dotazníků [čistá míra návratnosti]). Celkové údaje získané výběrovým šetřením byly aplikací matematicko-statistických metod dopočteny na celý základní soubor, který činil 23 116 podniků. Údaje o tržbách a počtu zaměstnaných osob byly převzaty z jiných šetření.

Bližší informace (metadata) věnované statistice inovací v podnicích lze nelézt na stránkách Eurostatu<sup>10</sup> nebo přímo v metodickém dokumentu **European business statistics methodological manual for statistics on business innovation – 2024 edition**<sup>11</sup>

<sup>10</sup> <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/database>

<sup>11</sup> <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-manuals-and-guidelines/w/ks-01-24-008>

## 2.3 Základní sledované ukazatele a třídění

### 2.3.1 Přehled sledovaných ukazatelů

Datový soubor o inovačních aktivitách podniků lze rozlišit do několika tematických oblastí.

První z nich jsou všeobecné údaje o podnicích v členění na inovující a neinovující, kde se zjišťují následující ukazatele:

- Počet podniků v ekonomice (v klíčových odvětvích pro inovace)
- Tržby podniků za vlastní výroby a služby
- Počet zaměstnaných osob

Hlavními ukazateli inovačních aktivit podniků jsou počty /podíly/ podniků, které zavedly daný typ a druh inovace:

- Produktová inovace a inovace podnikových procesů podle jednotlivých typů
- Produktová, procesní, marketingová a organizační inovace podle jednotlivých druhů

Dále jsou sledovány následující ukazatele:

- Vývoj produktové inovace a inovace podnikových procesů
- Výsledky zavedené produktové inovace
- Náklady na inovační aktivity dle druhu nákladů
- Tržby za produkty podle míry inovativnosti
- Využití práv duševního vlastnictví
- Veřejná podpora inovačních aktivit
- Spolupráce na inovačních aktivitách
- Překážky k uskutečnění inovačních aktivit
- Činnosti v průmyslu 4.0
- Ekologické přínosy inovačních aktivit (pro podnik/ pro zákazníka)

Detailnější členění tematických okruhů viz seznam tabulek v tabulkové příloze.

### 2.3.2 Poměrové ukazatele intenzita inovací

Intenzita inovací – je definována jako podíl nákladů na inovace k tržbám podniků, které zavedly inovaci.

### 2.3.3 Dostupné třídění dat

Data o inovačních aktivitách podniků jsou publikována za klíčová odvětví pro inovace v členění podle odvětví CZ-NACE a ve třech velikostních skupinách podle počtu zaměstnaných osob:

- Malé podniky s 10–49 zaměstnanými osobami
- Střední podniky s 50–249 zaměstnanými osobami
- Velké podniky s více než 250 zaměstnanými osobami

Dalším členěním používaným v tabulkách je vlastnictví podniku, kdy rozlišujeme:

- Podniky pod tuzemskou kontrolou
- Podniky pod zahraniční kontrolou

Publikovaná data jsou také dostupná v regionálním členění podle regionů soudržnosti NUTS 2 (zajištěna plná reprezentativnost ve fázi stratifikace výběrového souboru) a **vybrané ukazatele dle krajů (NUTS 3), kde není zabezpečena plná reprezentativnost dat stratifikací výběrového souboru.**

