

# DOTAZNÍK O INOVACÍCH

v roce 2010

TI 2010

Registrováno  
ČSÚ ČV 87/10  
ze dne 24. 6.2009  
IKF 702010

Dotazník je součástí Programu statistických zjišťování na rok 2010. 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 27. 5. 2011**  
ČSÚ - odbor statistického zpracování Praha, Na padesátém 81, 100 82 Praha 10

Formuláře výkazů, elektronický sběr dat, registry, číselníky a aktuální statistické informace na: [www.vykazy.cz](http://www.vykazy.cz)

IČO

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Název a sídlo (adresa) zpravodajské jednotky:

--

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

Informace podá:

ČSÚ, odbor statistik rozvoje společnosti  
Ing. Václav Sojka, tel. 27405 2536, e-mail: [vaclav.sojka@czso.cz](mailto:vaclav.sojka@czso.cz) - metodika šetření  
ČSÚ, odbor statistického zpracování  
Ing. Jitka Jelínková, tel. 27405 2803, e-mail: [jitka.jelinkova@czso.cz](mailto:jitka.jelinkova@czso.cz) - sběr dat

## Úvodní poznámka

Toto šetření poskytuje informace o produktových a procesních inovacích, jakož i o organizačních a marketingových inovacích, uváděných v letech 2008–2010. Většina otázek se týká nových nebo podstatně zlepšených výrobků a služeb, případně zavádění nových nebo podstatně zlepšených procesů. Nově je zařazeno i několik otázek týkajících se kreativity a dovedností. Organizační a marketingové inovace jsou zahrnuty pouze v oddíle TA12 a TA13, kreativita a dovednosti pak v oddíle TA15. Za účelem možnosti porovnání inovačních podniků s podniky bez inovačních aktivit, žádáme **všechny ekonomické subjekty, aby odpověděly na všechny požadované otázky.**

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 (pokud vymezený prostor nepostačuje, pokračujte na samostatném listě).

**TA0 Obecné informace o ekonomickém subjektu (dále jen podnik)**

**TA0.1 Byl váš podnik v roce 2010 součástí skupiny podniků?** (Zakřížkujte vhodnou odpověď) **ANO** **NE**

**Skupina podniků** se skládá ze dvou nebo více právně definovaných ekonomických subjektů pod společným vlastnictvím. Ústředí skupiny je též součástí skupiny podniků.

1

Pokud **ANO**, uveďte kód a jméno země, kde je ústředí skupiny:

- kód země      alfabetycký (dvoumístný) kód podle klasifikace zemí CZ - GEONOM, viz:   2  
[www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace\\_zemi\\_\(cz\\_geonom\)](http://www.czso.cz/csu/klasifik.nsf/i/klasifikace_zemi_(cz_geonom))

- jméno země  3

**Je-li váš podnik součástí skupiny podniků, odpovídejte, prosím, na všechny další otázky jenom za váš podnik. Nezahrnujte výsledky za dceřiné, sesterské nebo mateřské podniky.**

**TA0.4 Na jakém trhu působil váš podnik v letech 2008–2010?** (Zakřížkujte vhodné odpovědi) **ANO** **NE**

**A.** Lokální trh v rámci vašeho okresu   1

**B.** Regionální trh v rámci vašeho kraje   2

**C.** Národní trh (v rámci celé ČR)   3

**D.** Členské a kandidátské země EU nebo EFTA\* (s výjimkou ČR)   4

**E.** Všechny ostatní země (výše neuvedené)   5

\* Belgie, Bulharsko, Dánsko, Estonsko, Finsko, Francie, Chorvatsko, Island, Itálie, Irsko, Kypr, Litva, Lichtenštejnsko, Lotyšsko, Lucembursko, Malta, Maďarsko, Makedonie, Nizozemsko, Německo, Norsko, Polsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Řecko, Slovinsko, Slovensko, Spojené království, Švédsko, Švýcarsko, Španělsko a Turecko.

**Na kterém z výše uvedených trhů váš podnik v letech 2008–2010 realizoval největší část tržeb?**  6  
 (Uveďte odpovídající písmeno dle možností v otázce TA0.4)

**TA1 Produktová inovace**

Produktová inovace představuje uvedení **nového** nebo **podstatně zlepšeného výrobku** nebo **služby** na trh. Inovace (nová nebo zlepšená) musí být nová pro váš podnik, ale nemusí být nutně nová pro vaše odvětví nebo trh. Není důležité, zda byla inovace vyvinuta vaším nebo jiným podnikem či institucí. Příklady produktových inovací viz strana 9.

**TA1.1 Zavedl váš podnik během let 2008–2010:** (Zakřížkujte vhodné odpovědi) **ANO** **NE**

Nový nebo podstatně zlepšený **výrobek** (s výjimkou nového výrobku koupeného od jiného podniku za účelem dalšího prodeje a změny výhradně estetického charakteru)   1

Novou nebo podstatně zlepšenou **službu**   2

**Je-li odpověď na obě otázky NE, přejděte k oddílu TA2.**

**Kdo vyvíjel tyto produktové inovace?** (Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	inovace výrobku	inovace služby	
Váš podnik ve vlastní režii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Váš podnik společně s jinými podniky včetně podniků ve vaší skupině	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Váš podnik společně s vysokými školami nebo veřejnými výzkumnými institucemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Váš podnik pomocí přijetí nebo úpravy výrobků či služeb původně vyvinutých jinými podniky, vysokými školami nebo veřejnými výzkumnými institucemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
Jiné podniky, vysoké školy nebo veřejné výzkumné instituce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7

**TA1.4 Byly některé vaše inovované výrobky a služby v letech 2008–2010:**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď)

**Nové na vašem trhu**váš podnik uvedl na trh nový nebo podstatně zlepšený výrobek nebo službu dříve než konkurence (tento výrobek nebo služba však mohly být již dříve dostupné na jiných trzích)

ANO NE

 

1

**Nové pouze pro váš podnik**

váš podnik uvedl nový nebo podstatně zlepšený výrobek nebo službu, které již byly dostupné na vašem trhu od vašich konkurentů

 

2

**TA1.3 Odhadněte, jak byly v roce 2010 vaše celkové tržby\* rozděleny mezi:**Inovované výrobky a služby zavedené v letech 2008–2010, které byly **nové na vašem trhu**   %

1

Inovované výrobky a služby zavedené v letech 2008–2010, které byly **nové pouze pro váš podnik**   %

2

Výrobky a služby **nezměněné nebo jen málo modifikované** v letech 2008–2010 (včetně nového výrobku nebo služby koupené od jiného podniku za účelem dalšího prodeje)   %

3

\*Pro kreditní instituce: přijaté úroky a podobné příjmy;  
pro instituce poskytující pojišťovací služby: celkové hrubé přijaté pojistné

Celkové tržby v r. 2010

    %**TA1.5 Byla některá z vašich produktových inovací během let 2008–2010 uvedena jako první:**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

V rámci České republiky

ANO NE NEVÍM

  

1

V rámci Evropy

  

2

Celosvětově

  

3

**TA2 Procesní inovace**

Procesní inovace představuje zavedení **nových** nebo **podstatně zlepšených výrobních procesů, distribučních metod** nebo **podpůrných činností** pro vaše výrobky a služby. Inovace (nová nebo zlepšená) musí být nová pro váš podnik, ale nemusí být nezbytně nová ve vašem odvětví nebo na trhu. Není důležité, zda byla inovace vyvinuta vaším nebo jiným podnikem. Neuvádějte čistě organizační inovace, ty jsou v oddílu TA12. Příklady procesních inovací viz strana 9.

**TA2.1 Zavedl váš podnik během let 2008–2010:** (Zakřížkujte vhodné odpovědi)Novou nebo podstatně zlepšenou **metodu výroby nebo zpracování** výrobků nebo služeb

ANO NE

 

1

Nové nebo podstatně zlepšené **metody logistiky, dodávek nebo distribuce** pro vaše vstupy, výrobky nebo služby 

2

Nové nebo podstatně zlepšené **podpůrné činnosti** pro vaše procesy jako jsou systém údržby, nákupu, účetnictví nebo výpočetní techniky 

3

**Jsou-li všechny tři odpovědi NE, přejděte k oddílu TA3.****Kdo vyvíjel tyto procesní inovace?** (Zakřížkujte vhodné odpovědi)

Váš podnik ve vlastní režii

4

Váš podnik společně s jinými podniky včetně podniků ve vaší skupině

5

Váš podnik společně s vysokými školami nebo veřejnými výzkumnými institucemi

6

Váš podnik pomocí přijetí nebo úpravy výrobků či služeb původně vyvinutých jinými podniky, vysokými školami nebo veřejnými výzkumnými institucemi

7

Jiné podniky, vysoké školy nebo veřejné výzkumné instituce

8

**TA2.2 Zavedl váš podnik během let 2008–2010 procesní inovaci novou pro váš trh?** (Zakřížkujte vhodnou odpověď)

ANO NE NEVÍM

  

1

### TA3 Neukončené, odložené nebo zrušené inovační aktivity

Inovační aktivity zahrnují pořízení 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. Zahrnují také základní výzkum a vývoj.

#### TA3.1 Vyvíjel váš podnik během let 2008–2010 inovační aktivity, které nevyústily v produktovou nebo procesní inovaci, neboť: (Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ANO	NE	
Byly zrušeny nebo odloženy před dokončením	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Nebyly dokončeny ke konci roku 2010	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2

Podniky, které neměly produktovou nebo procesní inovaci, tj. odpověděly záporně na všechny otázky TA1.1, TA2.1 a TA3.1, přejdou k otázce TA10. Jinak přejděte k oddílu TA4.

### TA4 Inovační aktivity a s nimi spojené náklady týkající se produktové a procesní inovace

#### TA4.1 Zabýval se váš podnik během let 2008–2010 následujícími inovačními činnostmi?

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

<b>Vnitropodnikový výzkum a vývoj</b>	jakákoliv tvůrčí systematicky prováděná činnost vašeho podniku za účelem rozšíření báze znalostí a jejich využití při vytváření nových a zlepšených produktů (výrobků a/nebo služeb) a procesů (včetně vývoje softwaru)	ANO	NE	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
	jestliže ANO, jak intenzivně se váš podnik zabýval v posledních třech letech výzkumem a vývojem:	soustavně	<input type="checkbox"/>	2
		příležitostně	<input type="checkbox"/>	
<b>Nákup služeb výzkumu a vývoje</b>	jde o tytéž činnosti jako jsou výše uvedené, ale prováděné jinými podniky (včetně ostatních podniků v rámci vaší skupiny podniků) nebo jinými veřejnými nebo soukromými výzkumnými organizacemi, které od nich váš podnik zakoupil	ANO	NE	
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
<b>Pořízení strojů, zařízení a software</b>	pořízení technicky vyspělých strojů, zařízení počítačového hardware nebo software za účelem produkce nových nebo podstatně zlepšených produktů a/nebo procesů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
<b>Pořízení jiných externích znalostí</b>	nákup nebo získání licence na patenty a nepatentované objevy, know-how a dalších forem znalostí od jiných podniků nebo organizací	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
<b>Školení</b>	podnikové a externí vzdělávací programy pro zaměstnance speciálně zaměřené na vývoj a/nebo zavádění nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
<b>Uvádění inovací na trh</b>	aktivity pro zavádění vašich nových nebo podstatně zlepšených výrobků a služeb na trh, včetně výzkumu trhu a uvádění reklam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
<b>Design</b>	činnosti související s designem, zdokonalením nebo změnou tvaru či vzhledu u nových nebo podstatně zlepšených výrobků a služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
<b>Ostatní činnosti</b>	technické přípravy a procedury výše neuvedené, směřující k zavedení nových nebo podstatně zlepšených produktů a procesů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9

#### TA4.2 Odhadněte, prosím, náklady uskutečněné v roce 2010 na každou z následujících čtyř inovačních aktivit (včetně nákladů souvisejících se zaměstnanci).

	Rok 2010											
<b>Vnitropodnikový výzkum a vývoj</b> (včetně kapitálových nákladů na budovy a zařízení určené speciálně pro výzkum a vývoj)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(tis.Kč)	1
<b>Nákup služeb výzkumu a vývoje</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(tis.Kč)	2
<b>Pořízení strojů, zařízení a softwaru</b> (kromě nákladů na zařízení pro výzkum a vývoj)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(tis.Kč)	3
<b>Pořízení jiných externích znalostí</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(tis.Kč)	4
<b>Součet těchto 4 kategorií inovačních nákladů za rok</b>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	(tis.Kč)	5

**TA7 Financování inovací z veřejných zdrojů**

**TA7.1 Obdržel váš podnik na provádění inovačních aktivit v letech 2008–2010 finanční podporu z veřejných zdrojů následujících úrovní (včetně grantů a daňových odpočtů nákladů na výzkum a vývoj)?**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ANO	NE	
Místní nebo regionální úřady	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Ústřední vláda (včetně vládních agentur nebo ministerstev)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Evropská unie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3

**TA7.2 Účastnil se váš podnik v letech 2008–2010 projektu financovaného ze 7. Rámcového programu EU pro výzkum a technologický rozvoj?**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď)

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

**TA7.3 Realizoval váš podnik v letech 2008–2010 inovační aktivity spolufinancované ze Strukturálních fondů EU?**

(Zakřížkujte vhodnou odpověď)

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

**TA9 Informační zdroje pro inovační aktivity**

**TA9.1 Jak důležitý byl každý z následujících informačních zdrojů pro inovační aktivity ve vašem podniku během let 2008–2010?** Prosím, určete informační zdroje, které poskytly informace pro nové inovační projekty nebo které přispěly ke zkompletování existujících inovačních projektů. (Zakřížkujte stupeň významnosti u jednotlivých možností)

		vysoký	střední	nízký	nepoužívá se	
<b>Vnitřní</b>	v rámci vašeho podniku nebo skupiny podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
<b>Tržní zdroje</b>	dodavatelé zařízení, materiálů, součástí nebo softwaru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
	klienti nebo zákazníci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
	konkurenční a jiné podniky v rámci vašeho odvětví	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
	konzultanti, komerční laboratoře nebo soukromé VaV instituce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
<b>Institucionální zdroje</b>	univerzity nebo jiné instituce vyššího vzdělávání	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
	vláda nebo veřejné výzkumné instituce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
<b>Další zdroje</b>	konference, veletrhy, výstavy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
	vědecké časopisy a obchodní/technické publikace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9
	profesní a průmyslová sdružení	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10
	internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11

**TA8 Inovační spolupráce**

**TA8.1 Spolupracoval váš podnik během let 2008–2010 na některé své inovační aktivitě s jinými podniky nebo institucemi?** (Zakřížkujte vhodnou odpověď)

Inovační spolupráce je aktivní účast na inovačních aktivitách s jinými podniky nebo institucemi. Oba partneři nemusí mít obchodní prospěch. Inovační spolupráce nezahrnuje zadávání prací mimo podnik bez aktivní spolupráce.

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

**V případě, že NE, přejděte k oddílu TA6. Jinak pokračujte následující otázkou TA8.2.**

**TA8.2 Pokud ANO, označte typ a zemi působení spolupracujícího partnera**

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ČR	EU/EFTA*	USA	Čína Indie	ostatní státy	
A. Ostatní podniky uvnitř skupiny podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
B. Dodavatelé zařízení, materiálů, součástí nebo softwaru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
C. Klienti nebo zákazníci	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
D. Konkurenční a jiné podniky ze stejného odvětví	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
E. Konzultanti, komerční laboratoře nebo soukromé VaV instituce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
F. Univerzity nebo jiné instituce vyššího vzdělávání	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
G. Vláda nebo veřejné výzkumné instituce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7

\* Zahrnuje členské země EU (kromě ČR), kandidátské země EU (Chorvatsko, Makedonie, Turecko) a země EFTA (Island, Lichtenštejnsko, Norsko, Švýcarsko).

**TA8.3 Jaký typ spolupracujícího partnera považujete z hlediska inovačních aktivit vašeho podniku za nejcennější?** (Uvedte odpovídající písmeno dle alternativ v otázce TA8.2)

1

**TA6 Cíle inovačních aktivit****TA6.1 Jaký význam měly následující cíle vašich produktových nebo procesních inovací zavedených v letech 2008–2010?** (Zakřížkujte stupeň významnosti jednotlivých možností)

	vysoký	střední	nizký	bez vlivu	
Rozšíření sortimentu výrobků nebo služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Nahrazení zastaralých produktů nebo procesů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Vstup na nové trhy nebo zvýšení tržního podílu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Zlepšení kvality výrobků nebo služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Zlepšení flexibility produkce výrobků nebo služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
Zvýšení kapacity produkce výrobků nebo služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
Snížení nákladů práce na jednotku výstupu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
Snížení spotřeby materiálu a energie na jednotku výstupu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
Snížení dopadů na životní prostředí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9
Zlepšení zdraví nebo bezpečnosti vašich zaměstnanců	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10

**TA10 Faktory omezující inovační aktivitu**

(Prosíme všechny podniky o vyplnění tohoto oddílu)

**TA10.2 Jaký význam měly následující faktory omezující vaše inovační aktivity nebo vaše rozhodnutí neinovovat v letech 2008–2010?** (Zakřížkujte stupeň významnosti jednotlivých možností)

		vysoký	střední	nizký	bez vlivu	
<b>Ekonomické</b>	nedostatek finančních prostředků ve vašem podniku nebo skupině podniků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
	nedostatek financí ze zdrojů mimo podnik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
	příliš vysoké inovační náklady	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
<b>Znalostní</b>	nedostatek kvalifikovaných pracovníků	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
	nedostatek informací o technologii	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5
	nedostatek informací o trzích	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6
	obtíže při hledání kooperačního partnera pro inovace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7
<b>Tržní</b>	trh ovládaný zavedenými firmami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8
	nejistá poptávka po inovovaném zboží nebo službách	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	9
<b>Důvody neinovovat</b>	nebylo třeba inovovat vzhledem k předchozím inovacím	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	10
	inovace nebyly vyžadovány	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11

## TA12 Organizační inovace

Organizační inovace představuje zavedení **nové** nebo **významné** změny **podnikatelských praktik** (včetně znalostního managementu), **organizační struktury** nebo **manažerských metod** v rámci vašeho podniku za účelem zlepšení využívání znalostí, kvality vašich výrobků nebo služeb nebo zefektivnění průběhu prací. Přitom organizační inovace musí být výsledkem strategických rozhodnutí provedených managementem. Nezahrnuje slučování nebo akvizice, i když k nim došlo poprvé. Příklady organizačních inovací viz strana 10.

### TA12.1 Uskutečnil v letech 2008–2010 váš podnik tyto změny:

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ANO	NE	
Nové <b>obchodní praktiky</b> pro organizační procesy (např. management řetězce zásobování, zefektivnění podnikových procesů, management kvality, management produkce apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Nové metody <b>organizace pracovních povinností a rozhodování</b> (např. první zavedení nového systému odpovědnosti zaměstnanců, týmová práce, decentralizace, slučování a rozdělování útvarů, školící/vzdělávací systémy apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Nové metody <b>organizace vnějších vztahů</b> k jiným podnikům nebo veřejným institucím (např. první uzavření aliancí, partnerství, outsourcing (využívání externích služeb) nebo sub-kontrakty apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3

V případě všech odpovědí NE přejděte k oddílu TA13. Jinak pokračujte následující otázkou TA12.2.

### TA12.2 Jaký význam měly následující cíle vašich organizačních inovací zavedených v letech 2008–2010?

(Zakřížkujte stupeň významnosti jednotlivých možností)

	vysoký	střední	nízký	bez vlivu	
Zkrácení doby odpovědi na požadavky zákazníků nebo dodavatelů	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Zlepšení schopnosti rozvíjet výrobky nebo služby	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Zlepšení kvality vašich výrobků nebo služeb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Snížení nákladů na jednotku výstupu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4
Zlepšení sdílení komunikace nebo informací v rámci vašeho podniku nebo s jinými podniky nebo institucemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5

## TA13 Marketingová inovace

Marketingová inovace představuje zavedení **nové marketingové koncepce** nebo **strategie**, která se významně odlišuje od již existujících podnikových metod a která nebyla předtím v podniku použita. Zahrnutý jsou významné změny v **designu výrobku** nebo jeho **balení**, **náhrada produktu**, **propagace výrobku** nebo **stanovení ceny**. Marketingová inovace nezahrnuje sezónní, pravidelné nebo jiné rutinní změny v marketingových metodách. Příklady marketingových inovací viz strana 10.

### TA13.1 Uskutečnil v letech 2008–2010 váš podnik tyto změny:

(Zakřížkujte vhodné odpovědi)

	ANO	NE	
Významné změny estetického <b>designu</b> nebo <b>balení</b> výrobků nebo služeb (vyjma změn, které pozměňují funkce výrobku nebo uživatelské charakteristiky – tyto patří do produktové inovace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1
Využil nová media nebo techniky pro <b>propagaci</b> (např. první použití nových inzertních medií včetně internetu, nová image značky, zavedení věrnostních karet apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2
Použil nové metody pro <b>umístění výrobku</b> nebo prodejních kanálů (např. první použití licenčních dohod nebo dohod o franšíze, přímý prodej, exklusivní prodej, nové koncepty pro prezentaci výrobku apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3
Zavedl nové metody <b>ocenění</b> výrobků nebo služeb (např. první použití variabilního stanovení cen podle poptávky, systém slev apod.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4

V případě všech odpovědí NE přejděte k oddílu TA15. Jinak pokračujte následující otázkou TA13.2





## PŘÍKLADY INOVACÍ

### TA1 Produktová inovace

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.

#### Do inovací produktů se nezahrnují:

- malé, nepatrné zlepšení;
- rutinní aktualizace;
- sezónní změny (např. oděvů);
- přizpůsobení se jedinému zákazníkovi, které nezahrnuje odlišné vlastnosti produktů v porovnání s produkty poskytovanými zákazníky;
- změny designu, které nemění funkční nebo technické charakteristiky výrobku či služby;
- prodej nových výrobků a služeb nakoupených od jiných podniků (ale výrobky a služby vyvinuté a produkováné organizační složkou podniku v zahraničí pro tuzemský podnik se zahrnují).

#### Příklady inovací výrobků:

Zavedení úplně nového výrobku; nahrazení vstupů materiály se zdokonalenými vlastnostmi (vzdušné textilie, lehké ale pevné materiály, nano-textilie, plasty přijatelné pro životní 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, např. topinkovač, který se automaticky vypíná po opečení chleba; přidání nových funkcí do již existujících výrobků (oboustranný tisk, světlomety na kolo, které se mohou dobíjet pomocí USB portu, odpadkové koše se signalizací naplnění, atd.)

#### Příklady inovací služeb:

Zlepšení zákaznického přístupu, např. 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 (např. 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 reklamních obrazovek do autobusů, letadel nebo vkladů.

### TA2 Procesní inovace

Inovace procesu se vyskytují v sektoru průmyslu, stejně tak jako ve službách, a zahrnují nové nebo zdokonalené výrobní metody či dodavatelské a distribuční systémy. Zahrnují se sem 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.

#### Do inovací procesů se nezahrnují:

- malé, nepatrné zlepšení;
- zvýšení schopnosti výroby nebo poskytování služeb přidáním výrobních nebo logistických systémů, které jsou velmi podobné doposud používaným systémům;
- inovace, které mají důležité propojení pro klienty, např. služby týkající se způsobu převzetí daného produktu (je považováno za inovace produktů).

#### Příklady inovativních metod výroby nebo zpracování výrobků nebo služeb

Instalace nové nebo zdokonalené výrobní technologie, např. automatické zařízení nebo snímače pracující v reálném čase, pomocí kterých je možno nastavovat či regulovat procesy; 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 inovativních 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 mýtná brána a zařízení s ní související); automatizovaná zpětná vazba na dodavatele za použití elektronické výměny dat.

#### Příklady inovativních podpůrných činností

Zavedení softwaru na identifikaci optimálních dodavatelských cest; nový nebo zdokonalený software nebo jiný program pro systémy prodeje, účtování a údržby.

## TA12 Organizační inovace

Organizační inovace zahrnují významné změny podnikatelské praxe, organizace pracovních míst nebo vnějších vztahů s jinými podniky či institucemi s cílem zkvalitnit inovační kapacitu podniku či charakteristiky výkonnosti, jako např. kvalitu a efektivnost pracovních toků či včasnou reakci na příležitosti či krize. Organizační inovace obvykle zahrnují změny více částí dodavatelského řetězce a jsou méně závislé na technologiích jako inovace procesu.

### Do organizačních inovací se nezahrnují:

- *měny v manažerské strategii, pokud nejsou spojené s významnými organizačními změnami;*
  - *zavedení nové technologie, která se používá jen v jednom oddělení podniku (např. ve výrobě). Tento typ se považuje za inovace procesu.*
  - *jednoduché rozšíření již stávajících organizačních změn v rámci podniku či podnikové skupiny.*
- Například: reorganizace pracovních úkolů není považována za organizační inovaci, pokud již byla zavedena v jiné části podniku.*

### Příklady inovovaných obchodních praktik:

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 z domova s využitím informačních technologií (teleworking) nebo tzv. „bezpapírové“ kanceláře (paperless office) s důrazem na redukci užívání tištěných dokumentů.

### Příklady inovativních změn v organizaci práce:

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.

### Příklady inovativních změn ve vnějších vztazích:

Využití metody „outsourcingu“ pro úlohy výzkumu nebo pro požadavky výroby, tj. řešení těchto úloh na základě objednávky u jiné firmy subdodavatelem 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).

## TA13 Marketingová inovace

Marketingové inovace zahrnují významné změny způsobu obchodování s výrobky a službami, včetně změn designu a obalů. Musí být využito v rámci podniku poprvé. Například: první využití marketingové metody „product placement“ na internetu pro jeden výrobek je považováno za inovaci, pro další výrobek či produktovou řadu již není považováno za inovaci (postrádá prvek novosti použití metody).

### Do marketingových inovací se nezahrnují:

- *rutinní a sezónní změny jako např. módní změny oděvů;*
- *reklamace nebo inzerce, pokud nejde o reklamu nebo inzerci, která je uvedena poprvé a je založená na využití nového mediálního prostředku.*

### Příklady inovovaného designu a balení:

Nový design existujících produktů jako např. přenosné paměťové karty upravené na nošení jako šperk; nový design spotřebních předmětů např. přístroje navrhnuté pro velmi malé místnosti; modifikovaný způsob balení určený pro specifické trhy (rozdílné vazby a řezy písma té samé knihy pro děti a dospělé).

### Příklady inovovaných metod prodeje (propagace):

Nový způsob seskupení existujících výrobků a služeb do tzv. balíčků 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 sebrány na úrovni jednotlivců, kteří navštěvují internetové stránky za účelem získání informací nebo jsou zapojeni do výherních akcí typu „nejčastější zákazník či kupující“; první využití sociálních sítí pro marketing.

### Příklady inovovaného umístění výrobku (product placement)

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 prodejnách.

### Příklady inovovaných metod 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.

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