

INOVAČNÍ POLITIKA MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ V JIHOMORAVSKÉM A MORAVSKOSLEZSKÉM KRAJI: VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

T. Heralecký, T. Meluzín

Došlo: 2. září 2009

Abstract

HERALECKÝ, T.; MELUZÍN, T.: *Innovation policies of SME's in the South Moravian and Moravian Silesian regions: results of the research*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2009, LVII, No. 6, pp. 89–98

The aim of the paper was to identify the present situation in innovation policies of small and medium-sized enterprises in the South Moravian and Moravian Silesian regions. In order to achieve the specified objective, quantitative research was carried out in the small and medium-sized enterprises by way of questionnaires. The achieved results imply that the enterprises under investigation apply competitive strategy focusing on top quality of goods on offer. The research manifested that the companies focused markedly on innovations in supplying products on offer with additional functions or features. The research results show that the companies do not conduct changes in production organization frequently, not even following their earlier innovative activities. The results of the research into the innovative activity "change in product design" imply that this activity is not applied frequently in comparison with the above-mentioned activities. Based on the interviewed companies' weak points in human resources, the elementary drawbacks include lack of management's command of foreign languages as well as production staff's expert skills. The results of the research imply that the interviewed companies perceive the sphere of products (improved product quality, extension of a product range), the sphere of new technologies and the sphere of an increase in market potential as the most significant. The questionnaire inquiry shows that innovative and development activities are most frequently financed from companies' own funds, subsidies/grants, bank credits and leases. Mortgages and venture capital are only made used of occasionally.

SME's, innovation, innovation policies, competitive advantage

Inovace a podnikání lze považovat za hnací motor ekonomického a sociálního rozvoje regionů. Podílejí se na růstu zaměstnanosti, ekonomiky a mezinárodní konkurenceschopnosti. Inovace jsou nerozdílně spojeny s podnikáním, neboť jsou primárně podnikatelským jevem. Aby podnikatelé – a to zvláště z rozvíjejících se ekonomik – byli schopni dlouhodobě obstát na trhu, nemohou se spoléhat pouze na komparativní výhody v nižších nákladech (zejména na pracovní sílu), neboť ty jsou jen dočasné, ale musejí přicházet s novými inovovanými výrobky, službami a výrobními procesy. Za hlavní zdroje konkurenčních výhod lze tedy považovat inovace, kvalitu lidských zdrojů, výzkum a technologie. Rozvoji inovací napomáhá zdravé inovační

a podnikatelské prostředí. Veřejný sektor může rozvoji inovací a inovačních procesů pomáhat zejména vytvářením rámcových podmínek pro podnikání a odstraňováním různých překážek institucionálního nebo právního charakteru. Přímé zásahy jsou možné pouze v případech, kdy tržní prostředí nedokáže vzniklé problémy spontánně řešit. Velký důraz na inovace je kladen i ve strukturální a regionální politice. Je zřejmé, že regiony jsou důležitým prvkem v přechodu ke znalostní společnosti a mohou se stát hnacím motorem ekonomického rozvoje a růstu založeného na výzkumu a inovacích.

Globálním cílem práce bylo identifikovat současný stav inovační politiky malých a středních podniků (dále též MSP) v Jihomoravském a Moravsko-

slezském kraji. K jeho dosažení bylo nutné naplnit tyto cíle parciální:

- zjistit inovační aktivity, které firmy realizovaly v posledních letech,
- poznat nástroje, kterých firmy využívají jako svých konkurenčních výhod, a tím zvyšují vlastní konkurenceschopnost,
- zjistit, z jakých zdrojů firmy financují své inovační aktivity.

MATERIÁL A METODY

Pro naplnění stanovených cílů bylo nutné získat velké množství informací. Z tohoto důvodu byl v období od srpna do října roku 2007 uskutečněn **kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření** v MSP Jihomoravského a Moravskoslezského kraje.

Podniky byly do výzkumu vybrány podle následujících kritérií:

- velikost podniku = malé a střední podniky, tj. do 250 zaměstnanců,
- odvětví hospodářství = zpracovatelský průmysl,
- forma podnikání = právnická osoba.

Významným kritériem bylo omezení rozsahu zkoumaného vzorku pouze na podniky, které působí ve **zpracovatelském průmyslu**. Tento výběr byl dán tradicí a silným zastoupením zvláště v Jihomoravském a také Moravskoslezském kraji, dostupností z pohledu počtu existujících firem v této kategorii a dále zaměřením celého výzkumu. Zpracovatelská odvětví tvoří podstatnou část průmyslu s přibližně 90% podílem na zaměstnanosti a 85% podílem na tržbách.

Doplňkovým kritériem pro výběr podniků pro výzkum byl požadavek, aby se jednalo o firmu **inovační**. Z tohoto důvodu bylo pro výběr vhodných respondentů využito dvou reprezentativních databází inovačních firem:

- databáze na serveru www.techprofil.cz¹,
- databáze na serveru www.businessinfo.cz².

Podniky se do těchto databází registrují jako firmy inovační, čímž bylo zajištěno, že doplňkové kritérium bude splněno.

Na základě výše uvedených kritérií bylo vybráno 379 podniků, které byly v rámci primárního výzkumu osloveny, a to buď formou dopisu s přílo-

ženým dotazníkem adresovaným jejich majitelům, příp. manažerům nebo prostřednictvím osobního setkání s nimi. V tabulce I je uvedena četnost jednotlivých způsobů oslovení, včetně míry návratnosti dotazníků. Z tabulky je patrné, že z celkového počtu 379 odeslaných dotazníků jich bylo vráceno a následně vyhodnoceno 62, což představuje 16,4% návratnost. Nejvyšší míry návratnosti (73,3 %) bylo dosaženo při osobním setkání s majiteli zkoumaných podniků.

Dotazník použitý pro primární výzkum obsahoval čtyři samostatné části. Stručný obsah otázek položených v jednotlivých částech dotazníku je uveden v následujícím přehledu:

- **Všeobecná charakteristika firmy** (obrat firmy, počet zaměstnanců).
- **Konkurenceschopnost firmy** (konkurenční strategie firmy, důležité aktivity v oblasti firemních inovací, význam internetu pro firmu, odhalení slabých stránek v oblasti lidských zdrojů).
- **Inovační kapacita a aktivity** (význam inovačních aktivit pro firmu, důležitost oddělení vědy a výzkumu ve firmě, omezující faktory, které firmy vnímají v oblasti inovačních aktivit, vymezení důležitých nástrojů podpory podnikání).
- **Možnosti financování inovačních aktivit** (zdroje na realizaci inovačních aktivit a rozvoj firmy, důvody obtížnosti získání finančních zdrojů).

Formulace otázek v dotazníku byla zvolena tak, aby umožňovala:

- volitelné odpovědi formou výběru z nabízených variant (a to s omezením na výběr pouze jedné odpovědi či několika odpovědí najednou),
- výběr odpovědi *ano* či *ne*,
- doplňkové i volné odpovědi,
- odpovědi vyžadující uvedení konkrétního číselného údaje.

VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

V této kapitole je uveden stručný přehled výsledků primárního výzkumu, který byl zaměřen na zjištění současného stavu inovační politiky malých a středních podniků v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji.

I: Počet dotazníků použitých pro primární výzkum a míra jejich návratnosti

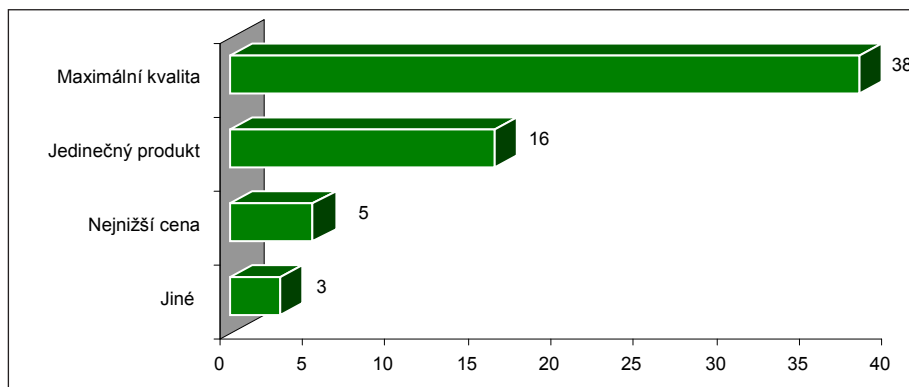
Údaje o dotazníkovém šetření	Způsob oslovení vybraných podniků		Celkem
	Dopis	Osobní setkání	
Počet předaných dotazníků	364	15	379
Počet vrácených dotazníků	51	11	62
Míra návratnosti dotazníků	14%	73,3%	16,4%

Zdroj: vlastní zpracování

1 Jedná se o Technologický profil České republiky (databáze inovačního podnikání ČR). Tento projekt vznikl jako aktivita česko-německé vědeckotechnické spolupráce. Projekt je podporován MŠMT ČR v rámci projektu KONTAKT.
2 Jedná se o oficiální portál pro podnikání a export.

Konkurenční strategie firmy

První zkoumaná oblast v rámci dotazníkového šetření byla zaměřena na konkurenční strategii firem. Podniky měly z nabízených konkurenčních strategií (maximální kvalita, jedinečný produkt, nejnižší cena, jiné) vybrat takovou, která nejlépe vystihuje jejich hlavní cíl. Výsledky jsou znázorněny v obr. 1.



Zdroj: vlastní zpracování

1: Vyhodnocení konkurenčních strategií dotazovaných podniků

Z obr. 1 vyplývá, že zkoumané podniky uplatňují konkurenční strategii **maximální kvalita nabízených výrobků**. Naopak nejméně uplatňovanou strategií je nejnižší cena. Respondenti, kteří označili odpověď „jiné“, shodně udávají, že uplatňují konkurenční strategii spočívající v kombinaci nabízených možností.

Inovační aktivity firem za poslední dva roky

Tato část dotazníkového šetření se zabývala inovačními aktivitami, které dotazované firmy uskutečnily během posledních dvou let. Inovační aktivity jsou pro firmy velmi důležité, jejich smyslem je zvýšení podnikatelské výkonnosti subjektu, který tímto způsobem usiluje o komercializaci originálního nápadu. V rámci výzkumu bylo zkoumáno šest důležitých inovačních aktivit.

- První zkoumaná inovační aktivita se týká **zavedení, popř. doplnění nových funkcí nebo vlastností nabízených výrobků a služeb**. Inovované produkty tvoří výrobky nebo služby, které mají významně lepší základní vlastnosti, vyšší technickou kvalitu, širší užití, a tudíž vedou k vyšší spokojenosti zákazníka. Z výsledků výzkumu vyplývá, že přes 82 % zkoumaných podniků provedlo během posledních dvou let zavedení/doplnění nových funkcí a/nebo vlastností nabízených výrobků a služeb. Největší frekvenci této inovační aktivity je možné zaznamenat u větších středních firem s počtem zaměstnanců mezi 150–249 a obratem vyšším než 50 mil. Kč ročně.
- Druhá zkoumaná inovační aktivita se týkala **zavedení nového produktu (výrobku/služby) na trh**. Výzkum dokazuje, že 77 % oslovených podniků zavedlo na trh během posledních dvou let nový

produkt. V této oblasti se nejvíce angažují firmy se 150–249 zaměstnanci. Tato oblast v rámci inovačních aktivit firem je velmi významná a je pozitivní, že většina dotázaných firem zavedla na trh nový produkt.

- Další zkoumanou aktivitou bylo **zavedení nové technologie produkce výrobků/poskytování slu-**

žeb. Na základě provedeného šetření je možné konstatovat, že 71 % dotázaných podniků zavedlo během posledních dvou let novou technologii produkce výrobků/poskytování služeb. Inovační aktivita zavádění nových technologií je spjatá jak se zaváděním nových výrobků, tak i nových funkcí nebo vlastností výrobku.

- Čtvrtou zkoumanou inovační aktivitou byla **změna v organizaci výroby nebo managementu**. Z výsledků výzkumu je patrné, že změnu v oblasti organizace výroby firmy příliš neprovádí, a to ani v návaznosti na předchozí inovační aktivity. Pouze 37 % dotázaných podniků uvedlo, že u nich byla v posledních dvou letech provedena změna v organizaci výroby nebo managementu.
- Následná inovační aktivita se týkala **změny designu výrobků**. Tato oblast inovačních aktivit je velmi specifická. Jedná se o tvůrčí činnost specialistů designérů a marketingových odborníků. Z výsledků zkoumání této aktivity je patrné, že změna designu výrobku u dotazovaných firem není, ve srovnání s výše uvedenými inovačními aktivitami, příliš využívána. Přes 67 % dotázaných podniků uvedlo, že u nich během posledních dvou let nebyla tato inovační aktivita realizována. Závislost mezi velikostí podniku a prováděním inovací v oblasti designu není z výsledků patrná.
- Poslední zkoumanou inovační aktivitou bylo **zavedení marketingové strategie**, které má za cíl zvýšení odbytu. Marketingová strategie je velmi důležitá a lze ji chápat jako dlouhodobou koncepci činnosti podniku v oblasti marketingu, jejímž hlavním smyslem je promyšleně a účelně rozvrhnout zdroje podniku tak, aby mohly být co nejlépe splněny dva základní cíle: spokojenost zákazníka

a dosažení výhody v konkurenčním boji. Z dotazníkového šetření vyplývá, že inovace marketingové strategie nebyla v minulých letech u firem uplatňována v takové míře, jako předchozí zkoumané inovační aktivity. Většina podniků (56%) odpověděla, že u nich tato inovační aktivita nebyla v posledních dvou letech uskutečněna.

Vyhodnocení využitelnosti internetu

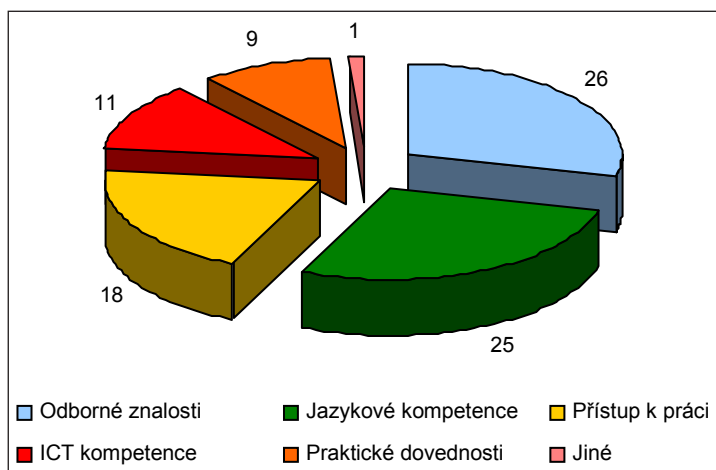
Tato část dotazníkového šetření byla zaměřena na zjištění, do jaké míry dotazované firmy využívají internetový obchod a zda přijímají objednávky a platby prostřednictvím internetu. Internet již nyní mění způsob řízení obchodů mnoha firem. Jeho stále intenzivnějším využíváním se rozšiřují možnosti elektronického obchodování. Internetového obchodu v současné době využívá přibližně 18% z oslovených firem. Další přibližně 21% firem jej hodlá v nejbližší době vytvořit. Malé firmy nyní zjišťují, že mohou provádět své obchody on-line právě tak, jako jejich větší konkurenti. Z tohoto důvodu se

lze domnívat, že význam internetového obchodu bude stále více firmami využíván k posílení jejich konkurenceschopnosti.

Oblast lidských zdrojů

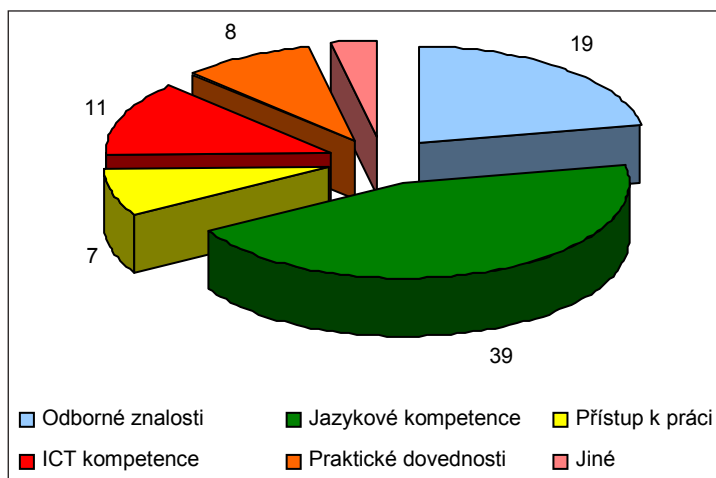
Tato část dotazníkového šetření se zabývala velmi významnou oblastí, a to lidskými zdroji. Lidský kapitál lze definovat jako znalosti, dovednosti a schopnosti jednotlivců, které byly získány vzděláváním a každodenními zkušenostmi. Výzkum se zaměřil na dvě oblasti, a to na oblast lidských zdrojů ve výrobní sféře a na oblast firemního managementu a výzkumu a vývoje. V těchto oblastech byly hodnoceny slabé stránky lidských zdrojů. Respondenti mohli vybrat maximálně dvě možnosti z pěti nabízených.

Na základě výsledků slabých stránek dotazovaných firem v oblasti lidských zdrojů – zaměstnanců ve výrobě lze za základní nedostatky označit odbornou způsobilost a jazykovou vybavenost. Nejméně jazykově vybavení zaměstnanci ve výrobě jsou v malých firmách s 10–49 zaměstnanci.



Zdroj: vlastní zpracování

2: Vyhodnocení slabých stránek zaměstnanců působících ve výrobě



Zdroj: vlastní zpracování

3: Vyhodnocení slabých stránek řídicích a vývojových pracovníků

Na základě výsledků slabých stránek dotazovaných firem v oblasti lidských zdrojů – řídicích a vývojových pracovníků je negativní výsledek v oblasti jazykové vybavenosti ještě výraznější. Za hlavní slabou stránku jej označilo přibližně 63 % dotázaných firem. Zde je vhodné upozornit, že osoby, kterým byl dotazník zasílán, byly právě řídicí pracovníci dotazovaných firem.

Jak již bylo zmíněno, respondenti měli vybírat maximálně dvě možnosti. Nejčastěji uváděnou dvojicí byla v obou zkoumaných oblastech (tj. zaměstnanců ve výrobě a řídicích/vývojových pracovníků) jazyková vybavenost a odborné znalosti. Nejméně jazykově vybavení řídicí a vývojoví pracovníci byli identifikováni v malých firmách s 10–49 zaměstnanci s obrátem do 25 mil. Kč. Zde byla jazyková vybavenost označena za slabou stránku v téměř 95 % odpovědích.

Vyhodnocení významu jednotlivých inovačních aktivit

Další část výzkumného šetření byla zaměřena na **vyhodnocení významu jednotlivých inovačních aktivit pro dotazované firmy**. Respondentům byl nabídnut výběr skládající se z devíti inovačních aktivit. Z nich měli vybrat maximálně tři, které považují za nejvýznamnější pro jejich firmu.

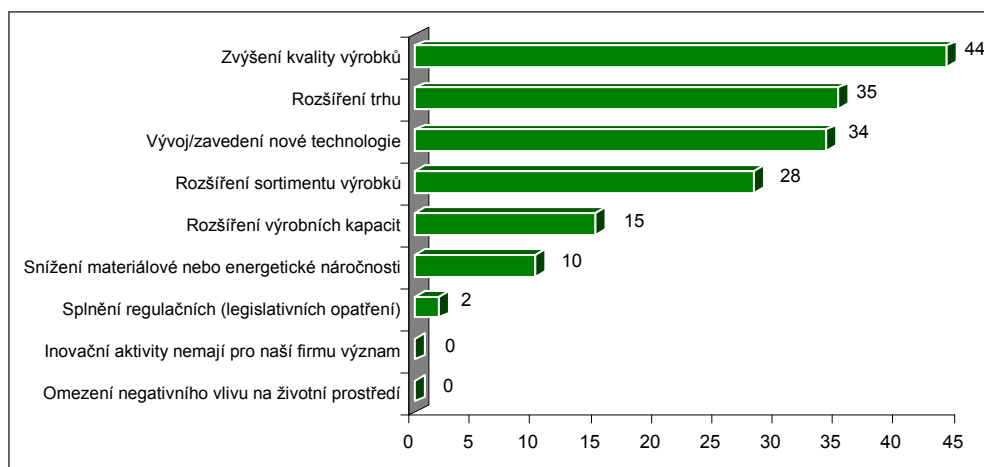
dvě otázky dotazníkového šetření. Jednalo se o zjištění, zda dotazované firmy disponují oddělením výzkumu a vývoje a zda plánují investice do jeho rozvoje.

Z dosažených výsledků je patrné, že polovina dotazovaných firem má vlastní oddělení výzkumu a vývoje. Dalších asi 8 % firem se ho chystá vytvořit. Z podrobnější analýzy vyplývá, že oddělením výzkumu a vývoje, které je významným zdrojem interních inovačních podnětů, disponují především střední firmy.

V souvislosti s existencí sektoru výzkumu a vývoje v malých a středních firmách byla zkoumána problematika investic do jeho rozvoje. Z výsledků vyplývá, že firmy, které mají vlastní oddělení výzkumu a vývoje nebo se ho chystají založit, plánují také investovat do jeho dalšího rozvoje.

Omezující faktory pro provádění inovačních aktivit firem

Tato část výzkumu byla zaměřena na **faktory, které firmám brání v provádění inovačních aktivit**. Respondenti měli na výběr devět omezujících faktorů a z nich měli označit maximálně tři, které považují pro jejich firmu za nejvýznamnější. Pro inovující podniky je cesta od myšlenky inovace k její finální realizaci často velmi dlouhá a podniky se setkávají



Zdroj: vlastní zpracování

4: Význam inovačních aktivit pro zkoumané firmy

Z výsledků výzkumu je patrné, že největší význam má pro dotazované firmy oblast produktová (zvýšení kvality výrobků, rozšíření sortimentu výrobků), oblast zavedení nové technologie a zvýšení tržního potenciálu. Je zajímavé, že oblast environmentální a ekologická zůstává pro všechny oslovené firmy zcela bezvýznamná.

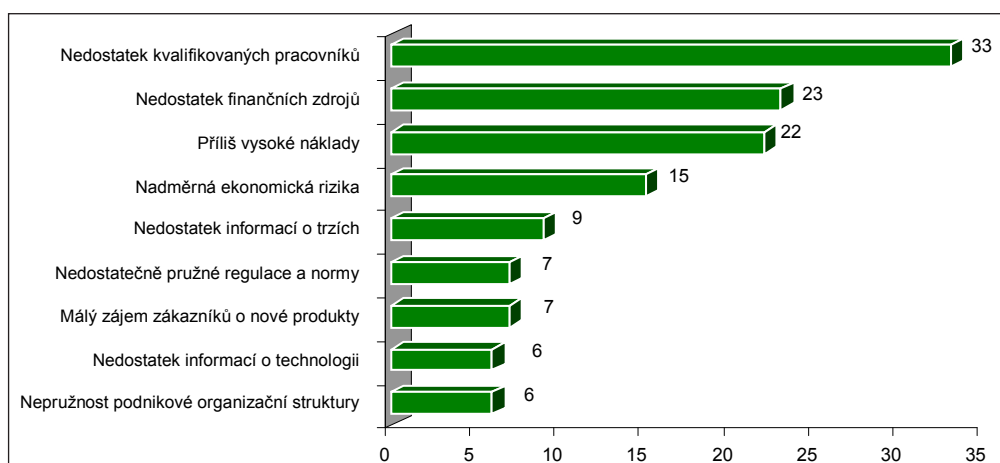
Vyhodnocení významu oddělení výzkumu a vývoje ve firmách

Jedním z cílů výzkumného šetření bylo získat informace o důležitosti oddělení výzkumu a vývoje pro malé a střední podniky. K tomu sloužily další

s nejrůznějšími problémy a překážkami, které musejí neodkladně řešit.

Z výsledků šetření je patrné, že nejvýznamnějším faktorem, který malé a střední podniky v inovačních aktivitách omezuje, je nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Do skupiny dalších významných faktorů omezujících inovační aktivity patří nedostatek finančních zdrojů, vysoké náklady na provádění inovačních aktivit a nadměrná ekonomická rizika.

Z dotazníkového šetření dále vyplývá, že firmy považují za nevýznamnou překážku nedostatek informací o technologii a nepružnost podnikové organizační struktury. Dále lze do skupiny méně vý-



Zdroj: vlastní zpracování

5: Omezující faktory zkoumaných firem v oblasti inovačních aktivit

znamných překážek zařadit nedostatek informací o tržním segmentu a nezájem zákazníků o inovované produkty.

Vyhodnocení nástrojů podpory podnikání

Tato část výzkumu měla za cíl identifikovat *nástroje podpory podnikání, které jsou pro dotazované firmy z hlediska jejich potřeb nejvýznamnější*. Respondenti měli na výběr čtrnáct nástrojů podpory podnikání, ze kterých měli vybrat maximálně čtyři, které považují za nejdůležitější. Výsledky jsou znázorněny v obr. 6.

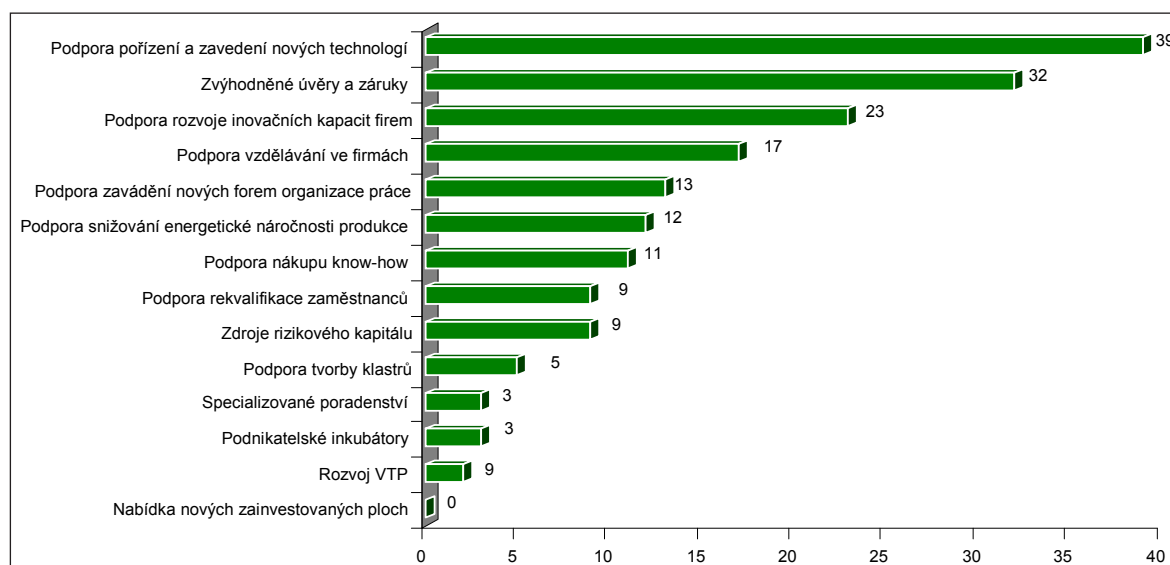
Z dosažených výsledků je mj. patrné, že inovační firmy poptávají zdroje rizikového kapitálu. Jedná se o 15 % z dotazovaných firem. V České republice však trh rizikového kapitálu příliš uspokojivě nefunguje. Jak je zřejmé z obr. 6, firmy by o tento zdroj zájem měly, ale investoři rizikového kapitálu nechtějí investovat do malých a středních podniků. Je tomu tak

především z důvodu nutnosti osvojení si detailních technických souvislostí s podnikáním firmy a relativně vysoké transakční náklady při posuzování jednotlivých investičních příležitostí.

Finanční nástroje využívané pro inovační a rozvojové aktivity

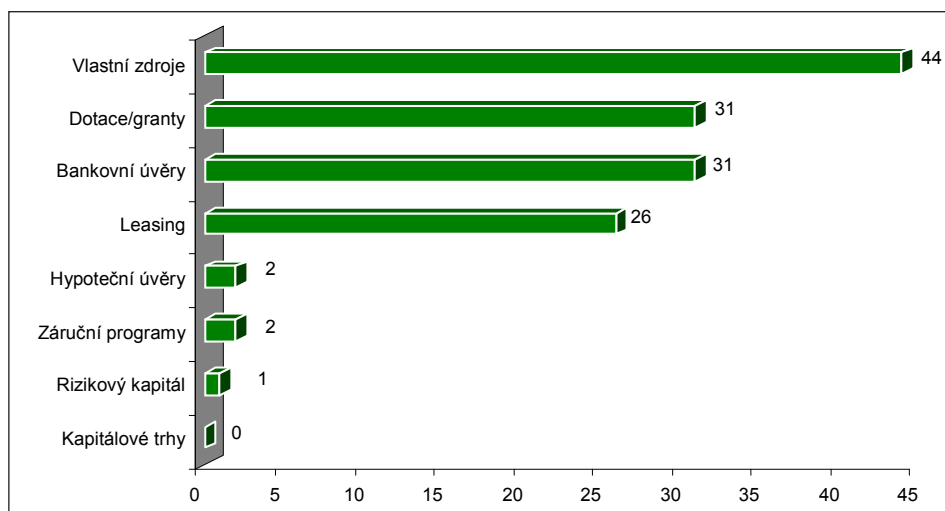
Poslední část výzkumu byla zaměřena na identifikaci finančních nástrojů, kterých zkoumané podniky využívají pro financování svých inovačních a rozvojových aktivit. Výsledky šetření jsou znázorněny v obr. 7.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že firmy pro financování inovačních a rozvojových aktivit nejvíce využívají vlastních zdrojů, dotací/grantů, bankovních úvěrů a leasingů. Pouze nepatrně pak využívají hypotečních úvěrů, záručních programů a rizikového kapitálu. Kapitálového trhu jako zdroje financování nevyužívají vůbec.



Zdroj: vlastní zpracování

6: Vyhodnocení důležitosti nástrojů podpory podnikání u zkoumaných firem



Zdroj: vlastní zpracování

7: Finanční nástroje využívané pro inovační a rozvojové aktivity

DISKUSE

Na základě získaných výsledků výzkumného šetření, které bylo zaměřeno na identifikaci současného stavu inovační politiky malých a středních podniků v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji, lze konstatovat následující skutečnosti.

- Dotazované firmy realizují jak inovace nových výrobků, tak inkrementální inovační přístupy s cílem zlepšit výrobky (např. v podobě designu), expandovat na nové trhy, příp. získat větší tržní podíl. Konkurenční strategie zkoumaných firem jsou založeny především na maximální kvalitě nabízených produktů a na produktové diferenciaci, popř. na kombinaci těchto dvou strategií. Vlastní inovační potenciál spatřují firmy především v technologické úrovni a ve výzkumu a vývoji.
- Zkoumané firmy přikládají největší význam v inovačních aktivitách kvalitě nabízených výrobků, rozšíření výrobního portfolia, rozšíření trhu působnosti a zavedení nové technologie. Na základě těchto závěrů lze usoudit, že výsledná produkce se v českých malých a středních podnicích

zrychluje a zkvalitňuje. V souvislosti s realizací inovačních aktivit v oblasti inovace nových výrobků lze za významné zjištění označit, že firmy jako jeden z nejdůležitějších nástrojů poptávají podporu na pořízení a zavádění nových technologií. S tím také úzce souvisí druhý nástroj, který firmy považují za důležitý, a to požadavek zvýhodněných úvěrů na pořízení technologií.

- Mezi nejvýznamnější limitující faktory inovačních aktivit firem patří zejména nedostatek kvalifikovaných pracovníků, nedostatek finančních zdrojů a nadměrná ekonomická rizika. Velmi důležitým odhalením jsou slabá místa v oblasti firemních lidských zdrojů, a to jak u pracovníků ve výrobě, tak u vývojových a vedoucích pracovníků. Oblast lidských zdrojů lze proto považovat za hlavní omezující faktor v provádění inovačních aktivit.
- Inovační aktivity zkoumaných firem jsou financovány především z vlastních zdrojů, dotací, grantů, bankovních úvěrů a formou leasingů. Z výzkumu je patrné, že významný podíl připadá na financování formou dotačních programů z EU.

SOUHRN

Cílem výzkumného šetření bylo identifikovat současný stav inovační politiky malých a středních podniků v Jihomoravském a Moravskoslezském kraji. K dosažení stanoveného cíle byl proveden kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření v malých a středních podnicích. Z celkového počtu 379 odeslaných dotazníků jich bylo vráceno a následně vyhodnoceno 62, což představuje 16,4% návratnost. První zkoumaná oblast byla zaměřena na konkurenční strategii firem. Z dosažených výsledků vyplývá, že zkoumané podniky uplatňují konkurenční strategii zaměřenou na maximální kvalitu nabízených výrobků. Naopak nejméně uplatňovanou strategií je nejnižší cena. Další část dotazníkového šetření se zabývala inovačními aktivitami, které dotazované firmy uskutečnily během posledních dvou let. Výzkum prokázal, že firmy se velmi významně zaměřují na inovace v doplnění funkcí nebo vlastností nabízených produktů. Dále je možné konstatovat, že přes 77% podniků zavedlo na trh během posledních dvou let nový produkt. Pokud se týká zavedení nové technologie produkce výrobků, resp. poskytování služeb, 71% dotázaných podniků uskutečnilo během posledních dvou let tuto inovační aktivitu. Z výsledků výzkumu je patrné, že změnu v oblasti organizace

výroby firmy příliš neprovádějí, a to ani v návaznosti na předchozí inovační aktivity. Pouze 37 % dotázaných podniků uvedlo, že u nich byla v posledních dvou letech provedena změna v organizaci výroby nebo managementu. Z výsledků zkoumání inovační aktivity změna designu výrobků vyplývá, že tato aktivita není ve srovnání s výše uvedenými inovačními aktivitami příliš uplatňovaná. Z dotazníkového šetření je dále zřejmé, že inovace marketingové strategie nebyla v minulých letech u dotazovaných firem uplatňována v takové míře, jako předchozí inovační aktivity. Na základě výsledků slabých stránek dotazovaných firem v oblasti lidských zdrojů lze za základní nedostatky označit jazykovou vybavenost řídicích pracovníků a odbornou způsobilost zaměstnanců ve výrobě. Další část výzkumného šetření byla zaměřena na vyhodnocení významu jednotlivých inovačních aktivit pro dotazované firmy. Z výsledků vyplývá, že největší význam má pro dotazované firmy oblast produktová (zvýšení kvality výrobků, rozšíření sortimentu výrobků), oblast zavedení nové technologie a zvýšení tržního potenciálu. Z dosažených výsledků je dále patrné, že většina dotazovaných firem (58 %) má vlastní oddělení vědy a výzkumu, resp. jej hodlá v nejbližších letech vytvořit. Pokud se týká faktorů, které firmám brání v provádění inovačních aktivit, lze za nejvýznamnější z nich označit nedostatek kvalifikovaných pracovníků. Do skupiny dalších významných faktorů omezujících inovační aktivity patří nedostatek finančních zdrojů, vysoké náklady na provádění inovačních aktivit a nadměrná ekonomická rizika. Poslední část výzkumu byla zaměřena na identifikaci finančních nástrojů, kterých zkoumané podniky využívají pro financování vlastních inovačních a rozvojových aktivit. Z dotazníkového šetření vyplývá, že pro financování inovačních a rozvojových aktivit využívají firmy nejvíce vlastních zdrojů, dotací/grantů, bankovních úvěrů a leasingů. Pouze nepatrně jsou využívány hypoteční úvěry a rizikový kapitál.

malé a střední podniky, inovace, inovační politika, konkurenceschopnost

SUMMARY

The aim of the research was to identify the present situation in innovation policies of small and medium-sized enterprises in the South Moravian and Moravian Silesian regions. In order to achieve the specified objective, quantitative research was carried out in the small and medium-sized enterprises by way of questionnaires. Out of total 379 submitted questionnaires, 62 were retrieved and then interpreted; the rate of return being 16.4%. The first area under study focused on competitive strategy of the enterprises. The achieved results imply that the enterprises under investigation apply competitive strategy focusing on top quality of goods on offer. On the contrary, the least frequently applied strategy is the lowest price. Another part of the questionnaire inquiry dealt with innovative activities carried out by the companies in the course of the past two years. The research manifested that the companies focused markedly on innovations in supplying products on offer with additional functions or features. It is further possible to claim that more than 77% of the companies launched a new product in the course of the past two years. As for introducing new production technologies or providing services, 71% of the interviewed companies performed these innovative activities within the past two years. The research results show that the companies do not conduct changes in production organization frequently, not even following their earlier innovative activities. Only 37% of the interviewed companies have stated that there was a change in organization or management in their companies within the past two years. The results of the research into the innovative activity "change in product design" imply that this activity is not applied frequently in comparison with the above-mentioned activities. The questionnaires further demonstrate that in the course of the past two years, innovation in marketing strategy was not applied in the interviewed companies so frequently as preceding innovative activities. Based on the interviewed companies' weak points in human resources, the elementary drawbacks include lack of management's command of foreign languages as well as production staff's expert skills. Another part of the research focused on evaluation of the significance of individual innovative activities to the interviewed companies. The results imply that the interviewed companies perceive the sphere of products (improved product quality, extension of a product range), the sphere of new technologies and the sphere of an increase in market potential as the most significant. The obtained results show clearly that the majority of the interviewed companies (58%) have their own research and development departments or they intend to establish such departments in the near future. As for the factors preventing the companies from performing innovative activities, the most significant is lack of skilled workforce. The group of other significant factors limiting innovative activities includes lack of funds, high cost of putting the innovative activities in practice, and undue economic risks. The last part of the research focused on identification of financial instruments that the examined enterprises employ in order to fund their own innovative and development activities. The questionnaire inquiry shows that innovative and development activities are most frequently financed from companies' own funds, subsidies/grants, bank credits and leases. Mortgages and venture capital are only made use of occasionally.

LITERATURA

- CHOBOTOVÁ, M., 2006: *Inovační podnikání*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 152 s. ISBN 80-7248-367-6.
- KADERÁBKOVÁ, A., 2004: *Výzvy pro podnikání – inovace a vzdělání*. Praha: Linde, 199 s. ISBN 80-86131-50-5.
- KAVAN, M., 2007: *Projektový management inovací*. Praha: ČVUT, 263 s. ISBN 978-80-01-03601-3.
- MIKOLÁŠ, Z., 2005: *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada Publishing, 198 s. ISBN 80-247-1277-6.
- PETRÍKOVÁ, R. a kol., 2005: *Nové aspekty v řízení MSP s cílem zvýšení efektivnosti podnikových procesů*. Praha: Národní informační středisko pro podporu jakosti, 146 s. ISBN 80-02-01766-8.
- PITRA, Z., 2006: *Management inovačních aktivit*. Praha: Professional Publishing, 438 s. ISBN 80-86946-10-X.
- VALENTA, F., 2001: *Inovace v manažerské praxi*. Praha: Velryba, 153 s. ISBN 80-7261-029-5.
- VEBER, J., SRPOVÁ, J., 2008: *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- VODÁČEK, L. VODÁČKOVÁ, O., 2004: *Malé a střední podniky: konkurence a aliance v Evropské unii*. Praha: Management Press, 192 s. ISBN 80-7261-099-6.
- www.techprofil.cz
- www.businessinfo.cz

Adresa

Ing. Tomáš Heralecký, Ph.D., Ing. Tomáš Meluzín, Ph.D., Ústav ekonomiky, Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně, Kolejní 2906/4, 612 00 Brno, Česká republika, e-mail: heralecky@fbm.vutbr.cz, meluzint@fbm.vutbr.cz

