

# VÝBĚR POTENCIÁLNÍCH PARTNERŮ ZE SKLÁŘSKÉHO ODVĚTVÍ ČR PRO ZAPOJENÍ DO RÁMCOVÝCH PROGRAMŮ EU

*Petra Rydvalová, Radka Pittnerová*

## Úvod

Lze pomoci rozvoji sklářství (tradičnímu odvětví Čech) přípravou inovačních projektů financovaných z Rámcových programů Evropské unie (dále také EU)? Na tuto otázku hledá odpověď předkládaný článek. Vychází z již realizovaných aktivit týmu Ekonomické fakulty Technické univerzity v Liberci (dále také EF TUL) a VÚTS, a.s., a to v rámci inovačních a výzkumných projektů. Cílem článku je zmapovat stav inovačního potenciálu výrobců vybraných komodit sklářského průmyslu. Vybranými komoditami jsou, ty které byly analyzovány ve studiích projektu „Technologické a ekonomické kompetence pro Evropský výzkumný prostor“ pod akronymem TE-ERA [11] jako problémové vzhledem k nedostatečnému inovačnímu přístupu v průběhu podnikatelského procesu. Záměrem je na základě hodnocení inovačního potenciálu výrobců vybraných komodit sklářského průmyslu navrhnout postup pro jejich případné zapojení do inovačních projektů v rámci aktivit Regionální kontaktní organizace (dále také RKO) Liberec [4].

Aktivita RKO Liberec jsou zaměřeny na region severních Čech, primárně na Liberecký kraj. Z uvedeného důvodu byl průzkum inovačního potenciálu vybraných komodit sklářského průmyslu omezen na firmy tohoto regionu (viz kapitola 2).

Průzkum probíhal cca od ledna 2011 a dokončen byl v dubnu 2012. Metodický postup včetně časového vymezení byl následující:

- analýza sklářského odvětví, specifikace problémových oblastí sklářského průmyslu (data dostupná z výročních zpráv Asociace sklářského a keramického průmyslu; realizováno v červenci 2011) a výběr komodit pro hodnocení inovačního potenciálu [11];
- hodnocení inovačních aktivit u vybraných komodit sklářského odvětví v České republice

dle klasifikace CZ-NACE (dotazník o inovacích v roce 2010, pramen[6]);

- příprava vlastního dotazníkového šetření inovačního potenciálu sklářských firem zabývajících se výrobou problémové komodity, a to v obcích Libereckého kraje s vysokou koncentrací této podnikatelské aktivity. Zpracování dotazníků s možností on-line vyplnění na internetu (realizováno v prosinci 2011 se zapojením studentů EF TUL, [9]);
- příprava databáze podniků z vybraných obcí pro rozeslání dotazníků ve vybrané lokalitě a následné rozeslání průvodních dopisů elektronickou poštou (pramen databáze MF ČR [1]; prosinec 2011);
- zpracování dat o obcích, ve kterých mají respondenti sídlo či místo podnikání (data dostupná ze SLDB 2011, [2]) a vyhodnocení dotazníků realizovaného průzkumu (leden 2012);
- realizace dotazníkového průzkumu, hodnocení a syntéza zjištění (leden až únor 2012);
- návrh dalšího postupu možného zapojení firem vybraných komodit sklářského průmyslu do inovačních projektů v rámci RKO Liberec (duben 2012).

## 1. Analýza sklářského odvětví

Analýza historického vývoje sklářského odvětví byla zpracována v rámci projektu TE-ERA a některé výsledky již proto byly publikovány, viz Hotař [7], Rydvalová [10], Rydvalová a Hotař [11]. Z důvodu možnosti sledování vývoje sklářského odvětví dle jednotlivých komodit, byla při jeho analýze použita agregace jednotlivých komodit dle Asociace sklářského a keramického průmyslu České republiky (dále také ASKP ČR). Původně agregovaná komodita „průmyslové sklo“ je od roku 1995 rozdělena na ploché a obalové sklo. Podobně

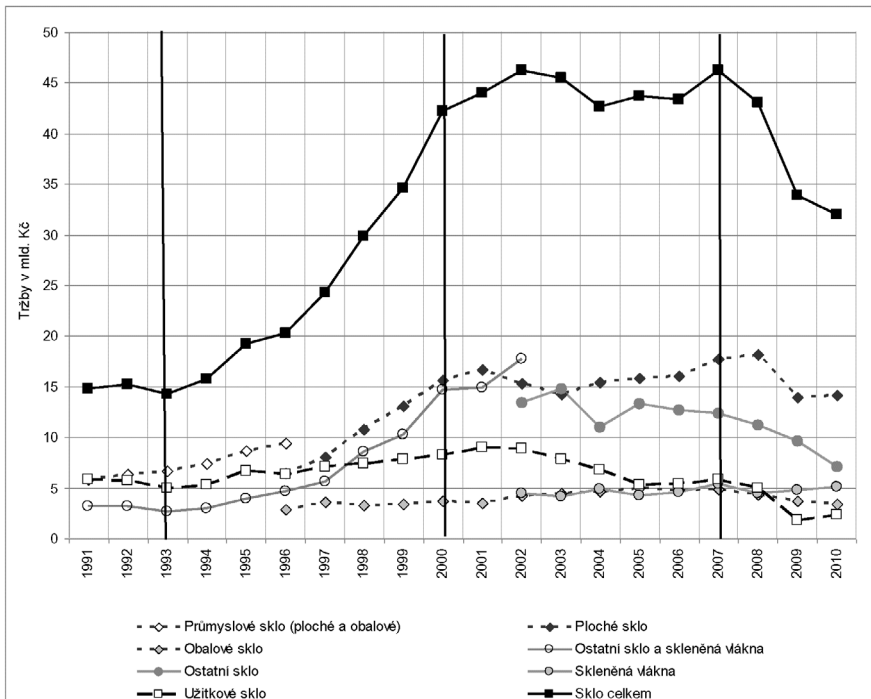
byly do roku 2002 sledovány společně ostatní sklo a skleněná vlákna, poslední komoditou je sklo užitkové, ze kterého bylo v roce 2002 odděleno sklo lustrové a svítidla. V důsledku vývoje sledování ukazatelů sklářského odvětví se dnes setkáváme s následujícím členěním sklářských komodit [11]:

- ploché sklo (nezušlechtné a zušlechtné);
- obalové sklo (lahve, konzervové sklo, ostatní skleněné obaly);
- ostatní sklo (laboratorní a přístrojové sklo, trubice, skleněné díly pro obrazovky, technické kuličky, skleněné průmyslové aparatury, ochranné svářečské sklo, optické sklo, skleněné tvárnice, bižuterní sklo aj., od roku 2003 lustry, svítidla a jejich skleněné díly);
- skleněná vlákna (výztužná, izolační);

- užitkové sklo (sklo nápojové, domácí, ozdobné, umělecké apod.).

Provedená analýza sklářského odvětví poukázala v oblasti ekonomické výkonnosti např. na skutečnost, že významný pokles ukazatele tržeb za období od roku 1991 do roku 2010 lze zaznamenat především u komodit užitkové a ostatní sklo. Jak je patrné i z obr. 1, lze vysledovat zhruba čtyři vývojové úseky. Zaměříme-li se na poslední období od roku 2008, lze konstatovat pokles tržeb celého odvětví výroby skla, a to obzvláště ve srovnání let 2007 a 2009. V případě užitkového skla se za stejné období jednalo až o 70% snížení tržeb. V komoditě ostatní sklo došlo k významným změnám především ve výrobě bižuterie.

**Obr. 1: Vývoj tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb od roku 1991 do roku 2010**



Zdroj: Rydvalová, Hotař [11, s. 28]

Jak ukázala studie historického vývoje sklářského odvětví od 17. do 21. století, jsou cestou z krize inovace. Sklářské odvětví je na krizové stavy „zvyklé“. Lze říci, že jej naopak posouvaly k inovačním změnám [11].

Pro další průzkum v oblasti inovačního potenciálu bylo vybráno sklo užitkové, které lze zařadit pod ekonomickou činnost s kódem CZ-NACE 231, kam je však z hlediska statistického sběru dat zařazeno rovněž sklo ploché

(výroba, tvarování a zpracování), duté sklo, skleněná vlákna a další. Z komodity ostatního skla se text dále zaměří na bižuterní, které dle klasifikace CZ-NACE kód 321 tvoří samostatnou skupinu.

## 1.1 Inovační aktivity vybraných ekonomických činností

Nejprve byla provedena analýza inovačních aktivit, a to firem s převažující ekonomickou činností dle CZ-NACE 231: Výroba skla a skleněných výrobků a 321: Výroba klenotů, bižuterie a příbuzných výrobků. K analýze byla použita data ČSÚ z celorepublikového šetření realizovaného v roce 2011, mapujícího inovace za období 2008–2010, referenční rok 2010 [5]. Výběrové šetření ČSÚ zohledňovalo i regionální rozměr a pod názvem „Dotazník o inovacích TI2010“ oslovilo 6 229 podniků (tzv. zpravodajských jednotek) s alespoň 10 zaměstnanci. Klasifikace inovací byla provedena v pojetí revizované verze „Oslo manuálu 2005“, kde jsou rozlišovány inovace produktové, procesní, organizační a marketingové [5].

Z uvedené ekonomické činnosti CZ-NACE (231) „Výroba skla a skleněných výrobků“ vyplňovalo dotazník o inovacích 45 firem z celé České republiky. Z toho 26 uvedlo, že realizovalo v roce 2010 alespoň jednu inovaci a lze je označit jako inovační firmy. (Dle definice Eurostatu z roku 2010 tak lze označit podniky, které zavedly ve sledovaném období alespoň jednu z uvedených inovací).

- U zkoumaných firem při porovnání počtu zaměstnanců v roce 2008 a 2010 došlo celkově ke snížení počtu zaměstnanců cca o 9,5 %, a to přesto, že u některých firem došlo k navýšení počtu zaměstnanců. Lze konstatovat, že firmy, kde došlo ke snížení počtu zaměstnanců oproti roku 2008, snižovaly stav cca o 16,2 %, celkem o 421 zaměstnanců.
- Celkové tržby zkoumaných firem činily v roce 2008 cca 23,7 miliard Kč, v roce 2010 cca 23,4 miliardy Kč. V roce 2010 došlo oproti roku 2008 ke snížení tržeb v průměru o cca 1,2 %.
- Z hlediska právní formy se jednalo o 7 fyzických osob podnikajících dle živnostenského zákona (15 %), 27 s.r.o. (60 %) a 11 a.s. (24 %).
- Více jak 42 % respondentů tj. 19 firem ze 45, uvedlo, že v letech 2008 až 2010

neuskutečnily žádné inovace! Nejvýznamnější vliv na omezování inovačních aktivit či jejich nerealizaci měl nedostatek finančních prostředků. Na otázku inovačních bariér odpovídalo všech 45 respondentů. Vybírali z 11 možností, kterým přiřazovali váhu významnosti v rozmezí bez vlivu, s nízkým, středním či vysokým vlivem na realizaci inovací.

- Nejčastěji byly realizovány inovace marketingové, následně technické (zahrnující produktové a procesní) a organizační.
- Technické inovace byly realizovány nejčastěji ve vlastní režii nebo společně s jinými podniky (včetně vlastních, např. dceřiných společností).
- Respondenti (20), kteří realizovali technické inovace (produktové a procesní), uvedli, že v roce 2010 s nimi měli spojené náklady ve výši 417,4 milionů Kč, v průměru na jednoho respondenta 20,87 milionů Kč. Nejmenší částka byla 8 tisíc Kč, největší 198 milionů Kč.
- Z hlediska možnosti využití financování inovací z veřejných zdrojů byly dotace na inovace čerpány pouze 4 firmami. Z toho v jednom případě byla jako poskytlující organizace označena ústřední vláda a ve třech případech podpora ze strukturálních fondů. **Ani jedna firma nečerpala finance z 6. či 7. RP EU.**
- Cíle inovačních aktivit byly hodnoceny dle významu a důvodu, proč realizovat danou inovaci. V oblasti technických inovací odpovídalo 20 firem, k cílům marketingové inovace se vyjádřilo rovněž 20 firem a organizační inovace hodnotilo 14 firem. Lze konstatovat vysoký význam následujících cílů realizovaných inovačních aktivit (v závorce je uvedena charakteristika inovace dle respondentů):
  - rozšíření sortimentu výrobků nebo služeb (technická inovace);
  - zlepšení kvality výrobků nebo služeb (technická inovace);
  - snížení nákladů na jednotku výstupu produkce (organizační inovace);
  - zlepšení kvality zboží a služeb (organizační inovace);
  - uvedení výrobků pro nové skupiny zákazníků (marketingová inovace);
  - zvýšení nebo udržení tržního podílu (marketingová inovace).

Respondenty s převažující ekonomickou činností CZ-NACE (321) lze dle dotazníku o inovacích za rok 2010 charakterizovat následovně: do průzkumu se zapojilo 12 firem, z toho inovace realizovalo 7 firem. Tyto lze označit jako inovační. Analyzovaný vzorek firem je sám o sobě statisticky nevýznamný, poskytuje však základní pohled na firmy dané ekonomické činnosti.

- Stav počtu zaměstnanců v roce 2010 klesl u 4 firem respondentů, a to v průměru o 17,6 % oproti roku 2008.
- Celkové tržby zkoumaných firem klesly za období 2008–2010 v průměru o 7 %.
- Z hlediska právní formy byla zastoupena fyzická osoba dle živnostenského zákona 4 respondenty (33 %), s.r.o rovněž 4 (33 %), akciové společnosti byly 2 (17 %) a 2 družstva (17 %).
- Firmy byly převážně z Jablonce nad Nisou, v jednom případě ze Semil a ve třech se sídlem v Praze.
- Více jak 41,6 % respondentů uvedlo, že se inovacemi v období let 2008 a 2010 ve firmě nezabývali. Nejčastějším a s největším významem vlivu na omezování inovačních aktivit či jejich nerealizaci byl nedostatek finančních prostředků (odpovídalo všech 12 respondentů).
- Nejčastěji byly realizovány inovace marketingové (všechny inovující firmy, 7), následně technické inovace (zahrnující produktové a procesní) uvedlo 5 firem a organizační inovace 3 firmy.
- Technické inovace byly nejčastěji realizovány ve vlastní režii.
- Respondenti (5), kteří realizovali technické inovace (produktové a procesní) uvedli, že v roce 2010 s nimi měli spojené náklady ve výši 5,92 milionů Kč, v průměru na jednoho respondenta cca 1,2 milionu Kč. Nejmenší částka byla 20 tisíc Kč největší 5 milionů Kč.
- Čerpání dotací na financování inovací byly zjištěny u jedné firmy. **Ta uvedla podporu z fondů EU a i ze 6. nebo 7. RP EU.**
- Cíle inovačních aktivit byly hodnoceny dle významu, důvodu, proč realizovat danou inovaci. V oblasti technických inovací odpovídalo 5 firem, k cílům marketingové inovace se vyjádřilo 7 firem a organizační inovace hodnotily 3 firmy. Lze konstatovat vysoký význam následujících cílů realizovaných inovačních aktivit (v závorce je uvedena charakteristika inovace dle respondentů):

- zlepšení schopnosti rozvíjet zboží nebo služby (organizační inovace);
- rozšíření sortimentu výrobků nebo služeb (technická inovace);
- vstup na nové trhy nebo zvýšení tržního podílu (technická inovace);
- zvýšení nebo udržení tržního podílu (marketingová inovace);
- nahrazení zastaralých produktů nebo procesů (technická inovace).

Z celorepublikového šetření ČSÚ je patrné, že jak u respondentů s převažující činností CZ-NACE 231 (dále také výroba skla), tak i v případě CZ-NACE 321 (dále také bižuterie) uvedlo realizaci inovačních aktivit v období let 2008–2010 cca 58 % firem. Nejčastěji byly realizovány marketingové inovace, následně technické, zahrnující produktové a procesní, a naposled organizační inovace. **Financování inovací z veřejných zdrojů využily zkoumané firmy v celkovém počtu 57 respondentů jen v pěti případech, z toho jen jednou byl realizován projekt rámcového programu EU.** [6, vlastní zpracování]

Jaký je inovační potenciál vybraných firem těchto dvou ekonomických činností v regionu s dlouhou tradicí v oblasti sklářského průmyslu? Na to se zaměří druhá kapitola.

## 2. Dotazníkový průzkum

V kapitole je nejprve představen soubor firem oslovených v rámci vlastního dotazníkového průzkumu projektu RKO Liberec. Následně je představen rozesílaný dotazník s postupem hodnocení odpovědí, je provedena charakteristika respondentů a vlastní hodnocení dotazníkového průzkumu.

### 2.1 Charakteristika respondentů dotazníkového průzkumu

Byl vytvořen seznam firem zabývajících se výrobou užitkového skla a bižuterie v obcích vybraného regionu s vysokým podílem sklářské výroby, a to v subregionech SO ORP Jablonec nad Nisou, Semily, Turnov a Železný Brod (SO ORP – správní obvod obce s rozšířenou působností). Podíl sklářských firem dle klasifikace převažujících ekonomických činností (CZ-NACE, čtyřmístný kód) na všech ekonomických subjektech v dané obci je znázorněn na obr. 2. Zde je důležité zdůraznit, že pouhý výčet počtu ekonomických subjektů může podávat zkreslenou informaci o významnosti odvětví pro hospodář-

ský rozvoj obce. Podrobnější rozbor by umožnila analýza počtu zaměstnanců v daném odvětví a vybrané obci. V tab. 1 je na základě zjištěných dat z DB ARES [1] dle členění ekonomických činností na čtyřmístný kód uvedeno zaměření pěti nejvýznamnějších zaměstnavatelů ve vybraných obcích. V tab. 2 je uvedena stručná charakteristika obcí – sídel respondentů. Data pro charakteristiku obcí, ve kterých mají respondenti sídlo či místo své podnikatelské činnosti, byla čerpána z údajů ČSÚ, a to ze sčítání lidu, domů a bytů v letech 1991, 2001, 2011. Vzhledem k tomu, že programy podpory zaměřené

na inovace nezohledňují, zda se sídlo firmy nachází v zaostalém či rozvinutém regionu, nebyla dále tato skutečnost zkoumána [3].

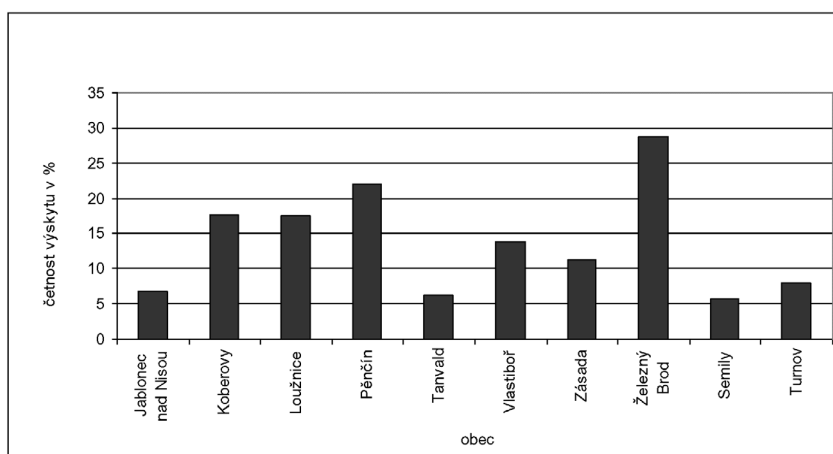
Ze seznamu pak byla vybrána v obci vždy alespoň jedna firma a následně každá třicátá. Vybrané firmy byly nejprve prověřeny na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz), zda nejsou v insolvenčním řízení. Rozesláno bylo 84 dopisů se žádostí o vyplnění dotazníku, který byl zpřístupněn respondentům online na [www.oursurvey.biz](http://www.oursurvey.biz). Bezchybné a úplné vyplnění on-line dotazníků lze konstatovat u 30 respondentů, jedná se o téměř 34% návratnost [9].

**Tab. 1: Převažující odvětví ekonomických subjektů v obci (pět nejvýznamnějších zaměstnavatelů v obci dle počtu zaměstnanců)**

kód obce	název obce	převažující odvětví významných ekonomických subjektů v obci
563510	Jablonec n. Nisou	sklářský a automobilový průmysl
563641	Koberovy	drobné ekonomické subjekty zaměřené na školství; v případě FO převažuje sklářství
563684	Loužnice	drobné ekonomické subjekty zaměřené na silniční dopravu; v případě FO převažuje sklářství
564303	Pěncín	sklářský průmysl
576964	Semily	zdravotnictví, státní správa, výroba pečiva a výroba hraček (firma v likvidaci); FO zaměřené na sklářství
563820	Tanvald	zdravotnictví, státní správa, stavebnictví, textilní průmysl; FO zaměřené na sklářství
577626	Turnov	automobilový průmysl, zdravotnictví, výroba šperků, výroba spojovacích materiálů např. pro osvětlení;
563846	Vlastiboř	strojírenství, vzdělávání, státní správa
563854	Zásada	sklářský průmysl a školství
563871	Železný Brod	státní správa, sklářský průmysl, školství pro sklářský průmysl

Zdroj: vlastní zpracování, data DB ARES

**Obr. 2: Podíl firem s převažující činností ve sklářství (užitkové sklo a bižuterie) v obci**



Pozn.: V obcích Jablonec nad Nisou a Zásada lze konstatovat existenci sklářských firem s velkým počtem zaměstnanců v rozsahu 500–999.

Zdroj: vlastní zpracování

**Tab. 2: Charakteristika obcí – sídla či místa podnikání respondentů**

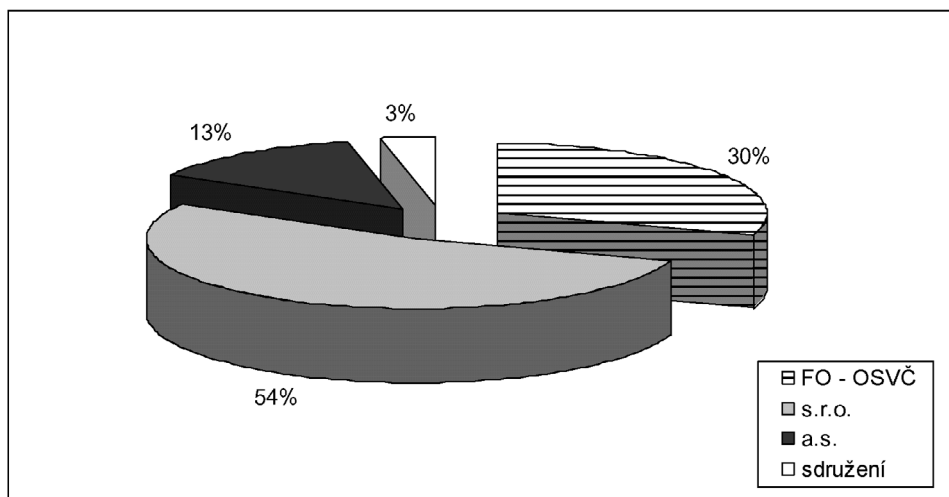
kód obce	název obce	počet obyvatel			ekonomicky aktivní			obyvatelstvo – zaměstnaní			obyvatelstvo – nezaměstnaní			četnost respondentů
		2011	2001	1991	2011	2001	1991	2011	2001	1991	2011	2001	1991	
563510	Jablonec nad N.	45255	45266	45937	21809	23721	25657	19604	22258	25028	2205	1463	629	15
563641	Koberovy	1008	952	919	497	470	519	453	458	513	44	12	6	2
563684	Loužnice	215	199	193	101	118	116	91	112	114	10	6	2	1
563749	Pěnčín	1923	1679	1616	901	910	899	811	890	889	90	20	10	5
576964	Semily	8738	9262	9399	4202	4860	5185	3771	4506	5104	431	354	81	1
563820	Tanvald	6740	7001	7055	3011	3562	4003	2599	3309	3927	412	253	76	1
577626	Turnov	14395	14513	14398	6982	7587	7998	6358	7233	7867	624	354	131	1
563846	Vlastiboř	132	125	134	58	58	61	53	54	61	5	4	0	1
563854	Zásada	888	841	904	424	439	496	393	424	492	31	15	4	1
563871	Železný Brod	6448	6544	6826	2984	3471	3834	2601	3326	3781	383	145	53	2

Zdroj: vlastní zpracování, data ČSÚ (SLDB 2011, 2001, 1991)

Soubor respondentů dotazníkového průzkumu lze charakterizovat následovně: Všichni respondenti byli z managementu firem, které mají sídlo v obcích s dlouhodobou tradicí ve sklářství. Firmy se v rámci svého předmětu podnikání

zaměřují na výrobu v komoditě užitkové a ostatní sklo. Dle právní formy převažovala s.r.o., další významnou formou byly podnikající fyzické osoby, tzv. OSVČ (viz obr. 3). Velikost podniku byla hodnocena dle kritéria počtu zaměstnanců, viz obr. 4.

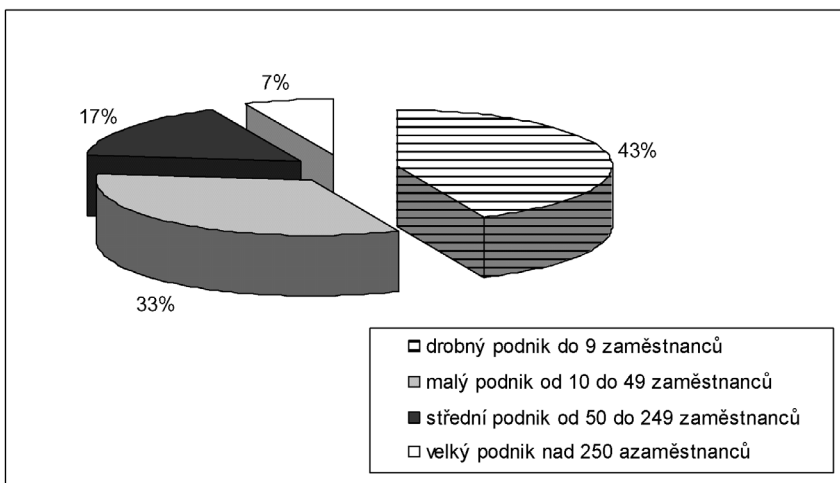
**Obr. 3: Charakteristika respondentů z hlediska právní formy podnikání**



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 4:

Charakteristika respondentů z hlediska velikosti podniků,  
dle počtu zaměstnanců



Zdroj: vlastní zpracování

## 2.2 Vyhodnocení inovačního potenciálu vybraných komodit sklářského odvětví

Pro vyhodnocení inovačního potenciálu byla vybrána metodika průzkumu s dotazníkem „Mapa předpokladů k zavádění inovací ve firmě“ autorského týmu pod vedením Jiřího Vacka ze Západočeské univerzity v Plzni. Uvedený dotazník byl vypracován v rámci projektu Leonardo da Vinci a je dostupný na internetu [12]. Jeho využitelnost byla ověřena např. v rámci projektu GA ČR [8], zde byl představen i způsob hodnocení inovačního potenciálu nejen po jednotlivých firmách, ale i celého hodnoceného souboru firem. Dotazník je svými otázkami zaměřen na zjišťování slabých a silných stránek ve specifikovaných oblastech podnikatelského procesu.

### 2.2.1 Popis dotazníku a metodika jeho vyhodnocení

Dotazník zahrnuje šest zkoumaných okruhů, které je dle autorů potřebné sledovat pro zmapování připravenosti podniku k inovačním změnám [12]. Jedná se o oblasti:

- 1) Strategie a plánování;
- 2) Marketing;
- 3) Technologický proces;
- 4) Kvalita, životní prostředí;
- 5) Logistika;
- 6) Organizace a lidské zdroje.

Každý z daných okruhů je dále charakterizován šesti otázkami s nabídkou čtyř možností odpovědí. Zvolení odpovědi „a“ odhaluje oblasti ve firmě, ve kterých nejsou nastaveny činnosti a postupy pro zavádění inovací. Jestliže tedy firma chce inovace realizovat, je nutné zavést razantní změny v procesech firmy. Odpověď „b“ charakterizuje firemní prostředí, které sice ještě nemá nastaveny procedury pro zavádění inovací, ale již zahájilo změny směrem k inovačním strategiím. Odpověď „c“ volí respondenti firem, které již umějí pracovat se svým inovačním potenciálem, a lze jej dále rozvíjet. Firmy, které zvolí odpověď „d“, s největší pravděpodobností znají svůj inovační potenciál, trendy vývoje svého podnikání a hledají možnosti, jak svůj inovační potenciál dále rozvíjet. Inovační aktivita v závislosti na vybrané variantě odpovědi byla hodnocena následovně:

- 1 bod ... nulová inovační aktivita (odpověď „a“)
- 2 body ... nízká inovační aktivita (odpověď „b“)
- 3 body ... střední inovační aktivita (odpověď „c“)
- 4 body ... velmi vysoká inovační aktivita (odpověď „d“)

Celkové vyhodnocení odpovědí je následně provedeno zařazením firem do tzv. tříd inovačního potenciálu, a to dle nejčastěji se vyskytující odpovědi v rámci jednotlivých zkoumaných okruhů. Stanovené bodové ohodnocení těchto

tříd A, B, AB, C bylo zvoleno za předpokladu, že firma při vyplnění celého dotazníku vždy získá alespoň 6 bodů v každé otázce dané sekce [8].

Výběr odpovědí prováděli respondenti zaškrtnutím varianty, která dle jejich mínění nejlépe vystihovala aktuální stav v podniku s možností

přesnění v poznámce. Inovační aktivita firmy v daném okruhu je hodnocena v rozsahu minimálně 6 až maximálně 24 bodů. Kritéria pro zařazení firmy v rámci daného okruhu do tříd, charakterizujících inovační potenciál firmy v dané oblasti, jsou uvedena v tab. 3.

**Tab. 3: Kritéria pro zařazení firmy dle tříd inovačního potenciálu v hodnoceném okruhu**

Třída	Rozmezí bodů	Hodnocení inovačního potenciálu	Charakteristika fy v dané třídě
A	21 a více	vyšší	Respondenti volili pro odpovědi na otázky daného okruhu nejčastěji variantu „d“.
B	16 až 20	střední	Firmy volily převážně odpovědi „c“.
AB	11 až 15	nízký	V odpovědích převažuje varianta odpovědi „b“.
C	6 až 10	velmi nízký	Převaha odpovědí „a“.

Zdroj: Jác, Rydvalová, Žižka [8, s. 102–106] (upraveno)

## 2.2.2 Vyhodnocení inovačního potenciálu realizovaného průzkumu

Respondenti realizovaného průzkumu inovačního potenciálu vybraných sklářských firem odpovídali ve všech tématech na předložené otázky nejčastěji zaškrtnutím varianty „b“ a „c“. Na základě individuálního hodnocení firem, lze konstatovat nejčastější zařazení respondentů do třídy „AB“ (více jak 50 % firem), druhou nejčastěji se vyskytující třídou je „B“. Přes 80 % dotázaných odpovědělo, že nejsou příjemcem finanční dotace na inovační či výzkumné projekty. Pouze 10 respondentů uvedlo procento obrátu, které v roce 2011 investovali do inovací, a to v rozmezí od 3 do 25 %.

Při vyhodnocení inovačního potenciálu celé skupiny respondentů lze konstatovat nízký

inovační potenciál, viz tab. 4. Z realizovaného průzkumu je možné vyvodit následující zjištění:

- Management 60 % firem uvedl, že cíle, které byly ve firmě vytyčeny, jsou rámcové a nejsou dále rozpracovávány.
- Z celkového počtu třiceti firem jich šestnáct vůbec neuvažuje o inovacích. Pokud vybrané změny v průběhu podnikatelského procesu realizují, neumějí docenit jejich význam. Lze konstatovat, že prioritou těchto firem je zvládnout současné problémy a úvahy o budoucím rozvoji firmy jsou u jejich představitelů odkládány.
- Zhruba 40 % respondentů uvedlo, že se příliš nevěnují přínosu marketingových informací a know-how firmy je postaveno především na vybraných zaměstnancích.

**Tab. 4: Vyhodnocení inovačního potenciálu**

hodnocená oblast ve firmách sklářského odvětví	průměrné bodové hodnocení	třída	charakteristika inovačního potenciálu
STRATEGIE A PLÁNOVÁNÍ	11,83	AB	nízký
MARKETING	14,20	AB	nízký
TECHNOLOGICKÝ PROCES	13,20	AB	nízký
KVALITA, ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ	11,47	AB	nízký
LOGISTIKA (NÁKUP, DISTRIBUCE, OUTSOURCING)	13,67	AB	nízký
ORGANIZACE A LIDSKÉ ZDROJE	14,20	AB	nízký

Zdroj: vlastní zpracování

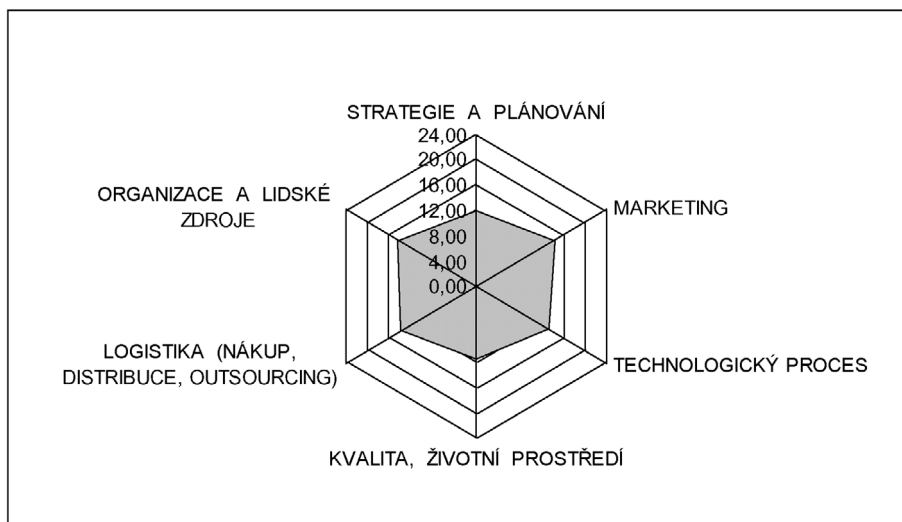


- V oblasti sbírání podnětů k provádění změn technologických procesů uvedlo téměř 50 % respondentů, že vývojové trendy v této oblasti nesledují.
- Více jak 50 % firem si nestanovuje finanční ukazatele plánu, nezabývá se budoucími prognózami vývoje firmy.

U firem, kde management zvolil výše uvedené přístupy, nelze uvažovat o možném zapojení do projektů rámcových programů EU.

Graficky je průměrný potenciál vybraného souboru podniků užitkového skla a bižuterie Libereckého kraje znázorněn na obr. 5.

Obr. 5: Průměrný inovační potenciál zkoumaného souboru



Zdroj: vlastní zpracování

## Závěr

V rámci předloženého výzkumu bylo realizováno dotazníkové šetření, dle kterého byl vypracován postup zkoumající možnost zapojení firem vybraných činností sklářského odvětví do rámcových programů EU. Výzkum se zaměřil na komodity sklářského odvětví užitkové a ostatní sklo, které vykazují problémové hodnoty ekonomických ukazatelů v rámci své podnikatelské činnosti.

Nejprve byly z hlediska inovačních aktivit analyzovány vybrané firmy sklářského odvětví v České republice s převažující ekonomickou činností dle CZ-NACE 231 a 321, a to pomocí dotazníkového šetření ČSÚ (rozhodný rok 2010). Na základě jeho vyhodnocení je možné konstatovat nesoulad v kategorizaci členění sklářských komodit (dle ASKP ČR) a klasifikaci ekonomických činností CZ-NACE. To následně komplikuje možnosti srovnání výstupů analýzy

daného odvětví. Bylo ale zjištěno, že šetření firmy využívají k financování inovačních aktivit jen v minimálním rozsahu veřejné zdroje.

Záměrem článku bylo zajistit podklady pro rozhodnutí, jaký zvolit postup pro zapojení výrobců uvedených komodit v Libereckém kraji do projektů rámcových programů EU. Předpokladem pro zapojení firem do těchto programů je existence inovačního potenciálu firem. Proto byl realizován dotazníkový průzkum dle metodiky „Mapa připravenosti podniků k inovacím“. Z odpovědí jednotlivých respondentů byly vypracovány „karty“ s vyhodnocením inovačního potenciálu zkoumaných firem s doplněním základních údajů dostupných z obchodního a živnostenského rejstříku, případně obchodního věstníku. Na základě výsledků průzkumu bylo rozhodnuto neoslovovat hromadně s nabídkou pomoci přípravy projektových návrhů pro RP EU všechny firmy uvedených komodit v regionu Libereckého kraje. Tento způsob

byl vyhodnocen jako neefektivní. Projektový tým se dále v Libereckém kraji zaměřil s nabídkou možnosti spolupráce na výzkumných projektových návrzích v rámci RP EU jen na management šesti vybraných sklářských firem odvětví užitého skla a bižuterie, které vykazaly v průzkumu dostatečný inovační potenciál.

*Článek byl zpracován s podporou projektu EUPRO II, LE11007 Regionální kontaktní organizace Liberec – Kontakt pro Evropský výzkumný prostor.*

### Literatura

- [1] *Administrativní registr ekonomických subjektů* [online]. Ministerstvo financí ČR, 2012 [vid 2012-01-07]. Dostupné z: [http://www.info.mfcr.cz/ares/ares\\_es.html.cz](http://www.info.mfcr.cz/ares/ares_es.html.cz).
- [2] Český statistický úřad – SLDB 2011, *Vše o území* [online]. ČSÚ, SLDBVO 1.0.18 [vid 2012-03-07]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/>.
- [3] FELIXOVÁ, K. Zhodnocení intenzity absorpce podpory podnikání v regionech se soustředěnou podporou státu. *E+M Ekonomie a Management*. 2012, roč. 15, č. 1, s. 17–27. ISSN 1212-3609.
- [4] *Informační systém výzkumu, experimentálního vývoje a inovací* [online]. ČVUT, 2012 [vid 2012-01-07]. Dostupné z: <http://www.isvav.cz/programmeDetail.do?rowId=LE>.
- [5] *Inovační aktivity v ČR v letech 2008–2010* [online]. ČSÚ [vid 2012-01-07]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/p/9605-12>.
- [6] Databáze z dotazníkového šetření ČSÚ „*Dotazník o inovacích v roce 2010*“ [TI 2010]. 2011. Zakoupeno v roce 2012.
- [7] HOTAŘ, V. Perspektivy českého sklářství (studie). *Sklář a keramik*. 2011, roč. 61, č. 1–2, s. 3–12. ISSN 0037-637X.
- [8] JÁČ, I., RYDVALOVÁ, P., ŽIŽKA, M., ŽUKOVÁ, H. *Specifikace zdravého českého malého a středního podnikání, II. díl*. 1. vyd. Liberec: TUL, 2006. ISBN 80-7372-136-8.

- [9] JANEČKOVÁ, A. a MATĚJKOVÁ, V. Analýza inovačního potenciálu firem se zaměřením na sklářskou výrobu v Libereckém kraji. [*semestrální práce*], 2012, konzultantka práce P. Rydvalová.
- [10] RYDVALOVÁ, P. Neformální způsob propagace zájmu o technické obory – Sklo ne/tradičně. In Sborník z odborného sympozia „*Rozvoj lidských zdrojů ve vědě a výzkumu*“, 4. ročník, 18. – 20. 5. 2011, Sychrov. Liberec: VÚTS, 2011. s. 18–22. ISBN 978-80-87184-21-9.
- [11] RYDVALOVÁ, P. a HOTAŘ, V. *Podnikání ve sklářství (Inovace jako cesta z krize)*. 1. vyd. Liberec: VÚTS, 2012. ISBN 978-80-87184-28-8.
- [12] VACEK, J. aj. *Mapa připravenosti podniků k inovacím* [online]. ZČU, 2001 [vid. 2011-11-27]. Dostupné z [http://www.kip.zcu.cz/USME/dot\\_MSP.pdf](http://www.kip.zcu.cz/USME/dot_MSP.pdf).
- [13] Výroční zprávy *Asociace sklářského a keramického průmyslu ČR* [online]. ASKP, Net-servis, 2011 [vid 2011-12-27]. Dostupné z: <http://www.askp.cz/vyrocní-zpravy/>.

**doc. Ing. Petra Rydvalová, Ph.D.**

Technická univerzita v Liberci  
Ekonomická fakulta  
Katedra podnikové ekonomiky  
[petra.rydvalova@tul.cz](mailto:petra.rydvalova@tul.cz)

**Ing. Radka Pittnerová**

VÚTS, a.s.  
Inovačně technologické centrum  
[radka.pittnerova@vuts.cz](mailto:radka.pittnerova@vuts.cz)

Doručeno redakci: 18. 9. 2012  
Recenzováno: 4. 11. 2012, 14. 11. 2012  
Schváleno k publikování: 17. 1. 2013

## Abstract

**SELECTION OF POTENTIAL PARTNERS FROM THE CZECH GLASS INDUSTRY FOR PARTICIPATION IN EU FRAMEWORK PROGRAMMES****Petra Rydvalová, Radka Pittnerová**

*The aim of the article was to map the innovation potential of selected commodities produced by the glass industry. Those selected are domestic glass (beverage glasses, kitchenware, decorative glass, artistic glass, etc.) and jewelry. These are commodities that were identified in the available studies as causes for concern. The identified characteristic of these commodities was an insufficiently innovative approach throughout the business process of the companies. The intention of the authors, based on their own assessment of the innovation potential of the mentioned commodities, is to propose a procedure for the companies' possible involvement in innovative projects within the activities of the RCO (Regional Contact Organisation) Liberec.*

*The present study was conducted from January 2001 to April 2012. First, an analysis of selected economic indicators was carried out for individual commodities produced by the glass industry of the Czech Republic. According to the results, commodities were selected for the evaluation of their innovation potential. The survey was preceded by a summary of the CSO survey for the period 2008–2010, focused on the innovative activity of firms (by sector) of the Czech Republic. To evaluate the innovative activities for selected glass commodities in the Czech Republic, according to industrial classification, the following sectors were selected: the manufacture of glass CZ-NACE 231 and jewelry CZ-NACE 321 (source of input data – Czech Statistical Office). Valuable information was obtained about the type of innovation and how it was funded.*

*The authors' survey of the innovation potential of glass companies engaged in manufacturing domestic glass and jewelry was focused on companies in the Liberec Region municipalities with a high concentration of these businesses. 84 questionnaires were distributed, and 30 completed questionnaires were evaluated. Based on the survey results, it was found that respondents mostly showed low innovation potential. In this case it would not be effective to provide assistance in projects involving all companies in the EU framework programs. Therefore, a smaller number of companies were chosen to be offered cooperation with RCO Liberec, namely companies in which at least a moderate potential for innovation had been identified.*

**Key Words:** *EU Framework Programmes, innovation potential, glass industry, domestic glass, jewelry, RCO.*

**JEL Classification:** L61, O14, O31.