

ANALÝZA AKTUÁLNÍCH POTŘEB AKTÉRŮ INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KARLOVARSKÉHO KRAJE



MEPCO, s. r. o.

Srpen 2017



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Obsah

1	Úvod.....	3
2	Metodická východiska	4
3	Analýza aktuálních potřeb aktérů inovačního prostředí.....	7
3.1	Situace v Karlovarském kraji	7
3.2	Překážky bránící firmám realizovat inovace z pohledu ČR.....	8
3.3	Překážky bránící firmám realizovat inovace z pohledu Karlovarského kraje	11
3.4	Analýza vybraných nástrojů pro naplnění potřeb aktérů inovačního prostředí	12
3.5	Bližší evaluace vybraných nástrojů pro naplnění potřeb aktérů inovačního prostředí.....	15
4	Závěr.....	18
5	Zdroje dat.....	20
6	Přílohy.....	21
6.1	Příloha 1: Seznam firem	21
6.2	Příloha 2: Základní definice vybraných nástrojů	24

1 Úvod

Dokument je výstupem klíčové aktivity Mapování v rámci projektu „**Smart Akcelerátor**“ podporující realizaci krajské regionální inovační strategie RIS3, a to především prostřednictvím budování a posilování příslušné institucionální kapacity – činnosti krajských manažerů, podnikatelských/inovačních platforem, generování vhodných typů proinovačních schémat a projektů atd.

Cílem projektu je **příspěk k rozvoji inovačního prostředí** v Karlovarském kraji, který patří v této oblasti mezi kraje nejméně rozvinuté. Aktivita projektu jsou zaměřeny na vyhledávání nových příležitostí pro inovace ve firmách i veřejném sektoru, posílení a rozvoj spolupráce veřejného, akademického a soukromého sektoru s cílem zvýšit hospodářský růst a konkurenceschopnost Karlovarského kraje prostřednictvím využívání znalostí a inovací. Nedílnou součástí je zvyšování povědomí místních firem a podnikatelů o roli a významu inovací, výzkumu a vývoji pro růst a konkurenceschopnost firem, motivace místních podnikatelů k zavádění inovací technické i netechnické povahy. V oblasti lidských zdrojů je podpora zaměřena na zlepšení dostupnosti a kvalifikace pracovní síly pro firmy, které vykazují inovační aktivity a potýkají se s problémy při jejím zajišťování.

Předkládaný dokument navazuje na **Analýzu absorpční kapacity firem v Karlovarském kraji**, zejména z hlediska inovačního potenciálu a jeho rozvoje. Zaměřuje se na identifikaci základních potřeb firem pro rozvoj a podporu jejich inovativnosti. Analýza potřeb aktérů inovačního prostředí Karlovarského kraje vychází zejména z řízených rozhovorů realizovaných členy projektového týmu, tj. zástupci **Karlovarské agentury rozvoje podnikání (KARP), Agentury pro podnikání a inovace, regionální pobočky CzechInvest, Krajské hospodářské komory Karlovarského kraje a poradenské společnosti MEPCO**. Analýza tak poskytuje vstup přímo „z terénu“, který doplňuje přehled o stavu inovačního systému v kraji a bude využita například pro rozhodování kraje, jednání inovačních platforem a jednání Rady pro výzkum, vývoj a inovace Karlovarského kraje a v otázce aktualizace a další implementace krajské RIS3.

2 Metodická východiska

Kapitola popisuje přístup, kterým analýza hodnotí potřeby jednotlivých aktérů inovačního prostředí Karlovarského kraje, a to zejména z hlediska použitých zdrojů dat a informací. Analýza je založena na dvou základních zdrojích dat a informací:

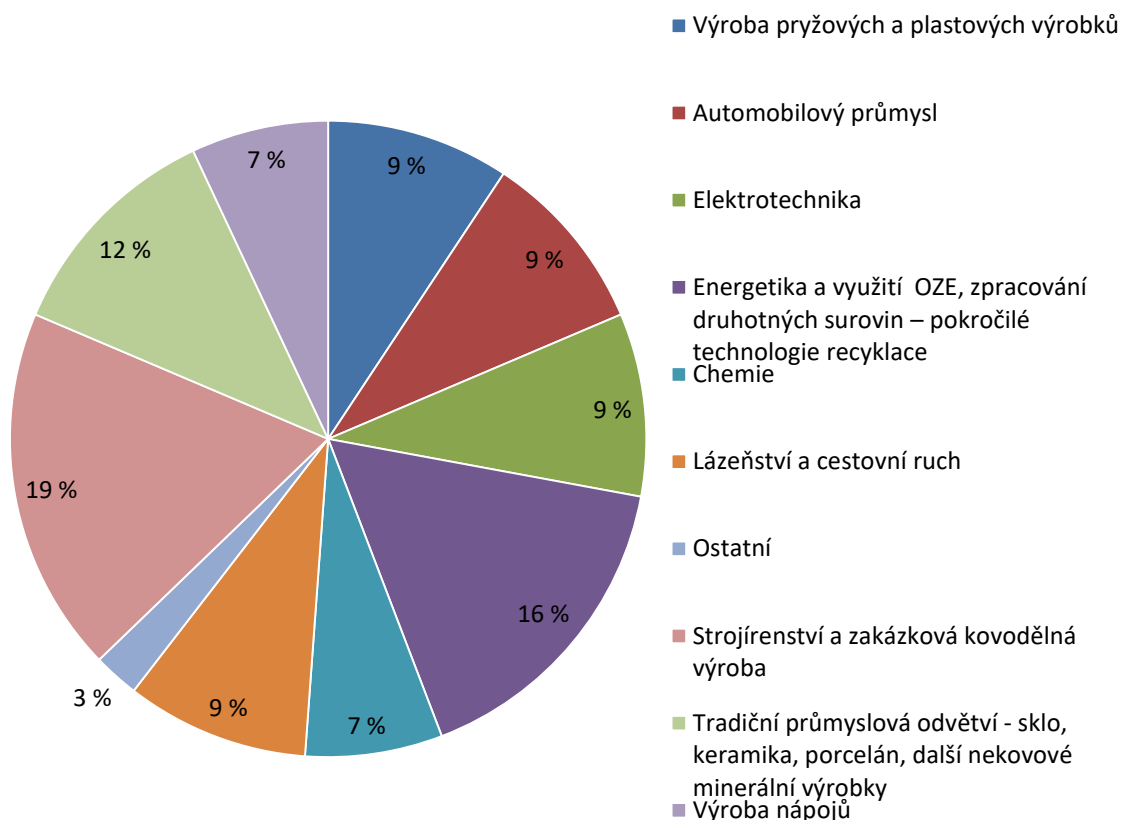
- rešerše relevantních dokumentů v dané oblasti včetně sekundárních dat;
- kvalitativní výzkum, který spočíval v realizaci 43 řízených rozhovorů v první polovině roku 2017.

Jedním z cílů analýzy je vhodně propojit makrodata na úrovni ČR a Karlovarského kraje získaná z rešerší a sekundárních dat s výsledky z řízených rozhovorů a interpretovat data z těchto rozhovorů ve světle širších souvislostí. Analýza mimo jiné vychází i z informací o překážkách bránících inovacím, a to jak z pohledu ČR, tak i Karlovarského kraje.

Data získaná z **rešerší relevantních dokumentů a sekundárních dat** poskytují pohled na region Karlovarského kraje, a to i v porovnání s jinými kraji, resp. v rámci České republiky. Jedním ze základních vstupů jsou statistická **data ČSÚ**, dále pak dokumenty **Regionální inovační strategie Karlovarského kraje RIS3, Programu rozvoje Karlovarského kraje pro období 2014–2020: Analýzy rozvojových charakteristik a potenciálu Karlovarského kraje, Vstupní analýzy Strategie hospodářské restrukturalizace Ústeckého, Moravskoslezského a Karlovarského kraje, Analýzy inovačního potenciálu Karlovarského kraje, nebo Lokální analýzy Karlovarského kraje**. Je důležité poznamenat i koordinaci přístupu k zpracování Analýzy aktuálních potřeb aktérů inovačního prostředí Karlovarského kraje se souběžně se tvořícími výstupy v krajském projektu **CLARA III** zaměřeném na rozvoj společné partnerské spolupráce veřejné správy a dalšími iniciativami kraje v česko-bavorském a v česko-saském regionu.

Další důležitý vstup pro Analýzu aktuálních potřeb aktérů inovačního prostředí představuje soubor **43 řízených rozhovorů** z řad firem v Karlovarském kraji. Účastníci řízených rozhovorů jsou vedoucí představitelé firem, kteří byli vybráni na základě několika kritérií, a to zejména z hlediska oborového zaměření firmy, velikosti a inovačního potenciálu. Strukturu dotazovaných firem ilustruje Obrázek č. 1. **Nejvyšší podíl firem** zahrnutých do sledovaného souboru působí v oboru **strojírenství a zakázkové kovodělné výroby**. Druhý nejvyšší podíl představovaly firmy působící v energetice a využití obnovitelných zdrojů energie a zpracování druhotných surovin – pokročilé technologie recyklace. Třetí nejvyšší zastoupení měly firmy z tradičních průmyslových odvětví, jakými jsou např. sklo, keramika, porcelán, další nekovové minerální výrobky atd. Nerovnoměrné zastoupení firem je v souladu se zvoleným metodickým přístupem pro realizaci řízených rozhovorů. Počet firem zahrnutých do vzorku za konkrétní odvětví byl v průběhu jeho sestavování vyjádřen poměrem mezi součtem všech firem reprezentujících konkrétní odvětví specializace v kraji a součtem firem vyselektovaných ve všech odvětvích specializace kraje.

Obrázek č. 1: Hlavní obor podnikání dotazovaných firem (v %)

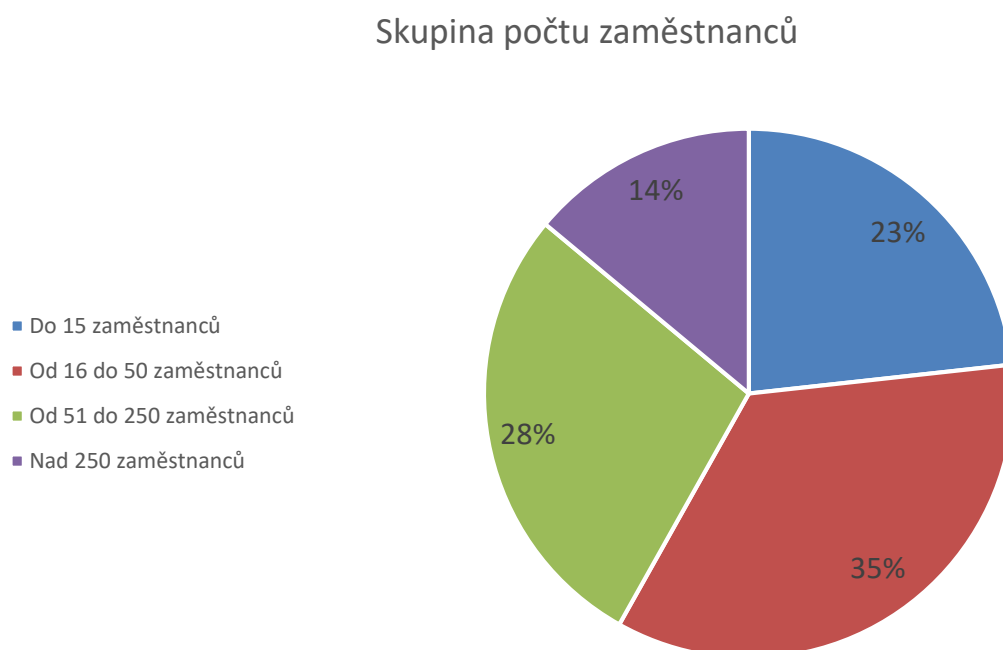


Pozn. Znění otázky: Hlavní obor podnikání. N = 43

Zdroj: Řízené rozhovory 2017, vlastní zpracování

Při sestavování dotazovaného vzorku byla snaha dosáhnout rovnoměrného zastoupení jednotlivých velikostních skupin (do 15 zaměstnanců, 16–50 zaměstnanců, 51–250 zaměstnanců a nad 250 zaměstnanců). Zejména z důvodu nedostupnosti některých respondentů obsažených ve vzorku došlo k mírnému posunu v jednotlivých kategoriích, nicméně můžeme považovat dotazovaný vzorek z hlediska distribuce za dostatečný (Obrázek č. 2).

Obrázek č. 2: Velikost dotazovaných firem dle počtu zaměstnanců (v %)



Pozn. Znění otázky: Počet zaměstnanců firmy. N = 43

Zdroj: Řízené rozhovory 2017, vlastní zpracování

Výběr a oslovení účastníků probíhalo v úzké součinnosti jednotlivých aktérů, kteří realizovali samotné řízené rozhovory - **Karlovarské agentury rozvoje podnikání (KARP)**, **Agentury pro podnikání a inovace**, **regionální pobočky CzechInvest**, **Krajské hospodářské komory Karlovarského kraje** a **poradenské společnosti MEPCO**. Řízené rozhovory probíhaly v sídle firem, byly vedeny zkušenými tazateli a trvaly přibližně 60 minut.

Rozhovory byly tematicky rozděleny do následujících bloků:

- Základní informace o interview;
- Základní charakteristika firmy, geneze vzniku a současné situace firmy;
- Produkty/slужby/trhy;
- Inovace a inovační potenciál;
- Výzkum a vývoj (hodnocení efektů intervencí RIS3 v rámci firmy – aktuální stav);
- Identifikace nástrojů a aktivit rozvíjejících inovace.

Je nutné zdůraznit, že s ohledem na relativně omezený dotazovaný vzorek není možné obsáhnout s dostatečnou určitostí aktuální potřeby ve firmách Karlovarského kraje obecně. Předkládanou analýzu je tak nutné vnímat především jako základní vodítko pro nastavení nástrojového mixu, jehož realizace a následná evaluace umožní upřesnění analýzy aktuálních potřeb kraje z hlediska podpory a rozvoje inovačního prostředí.

3 Analýza aktuálních potřeb aktérů inovačního prostředí

Kapitola představuje **výchozí situaci v Karlovarském kraji v oblasti inovačního prostředí**, na což navazuje výčtem **nejčastějších překážek, které brání inovacím ve firmách**, a to jak z pohledu ČR (data Českého statistického úřadu), tak i Karlovarského kraje (data z řízených rozhovorů). Následně poskytuje kapitola **přehled nástrojů, kterými by mohl Karlovarský kraj naplňovat potřeby firem** pro rozvoj svého inovačního potenciálu.

3.1 Situace v Karlovarském kraji

Karlovarský kraj se řadí mezi regiony s nejméně rozvinutým inovačním prostředím. Údaje ČSÚ potvrzují nízkou úroveň inovací Karlovarského kraje. V porovnání s ostatními kraji ČR má Karlovarský kraj **nejnižší celkové procento inovujících firem** (26,4%), a to i v případě rozlišení na technickou a netechnickou inovaci. Z hlediska tržeb za inovované produkty v roce 2014 narážíme na zajímavý fakt, a to **extrémně nízkou úroveň tržeb za nezměněné nebo málo modifikované inovované produkty** v porovnání s ostatními kraji. Z hlediska spolupráce s jinými podniky se pohybuje Karlovarský kraj na průměrných hodnotách. Z hlediska obdržené veřejné podpory v oblasti inovací se ale kraj opět propadá na nejnižší úroveň v ČR.

Krajská ekonomika je **málo výkonná zejména z důvodu zaměření na produkci s malou přidanou hodnotou a nedostatku vědeckých, výzkumných a inovačních aktivit**, což je významnou bariérou rozvoje ekonomiky. Vstupní analýza Strategického rámce hospodářské restrukturalizace Ústeckého, Moravskoslezského a Karlovarského kraje sumarizuje následující **důvody ekonomického zaostávání regionu**:

- **Malý příliv přímých zahraničních investic, mezi nimiž převažují menší a regionální firmy**

V Karlovarském kraji v porovnání s ostatními regiony Česka dosahuje **příliv přímých zahraničních investic (PZI) absolutně i relativně velmi nízkých hodnot**. Velká část zahraničních investorů přišla do kraje již v první polovině 90. let, a to zejména díky blízkosti Německa, dobré průmyslové tradici a nízké ceně pracovní síly. Firmy se orientují především na výrobu dílčích jednodušších komponent a dílů s malou technologickou náročností. Relativně špatná pozice firem v hodnotových řetězcích vede k omezenému přístupu k informacím o koncových trzích a zákaznících, což negativně ovlivňuje možnosti firem rozvíjet nové produkty a nepřispívá k budování růstových ambicí majitelů firem. Jelikož většina zahraničních firem v kraji je pobočkami německých společností, je jejich export orientován především na Německo, případně další státy EU. V Karlovarském kraji je v důsledku horších podmínek a malého počtu významnějších PZI zatím slabý trend příchodu PZI s vyšší přidanou hodnotou.

- **Slabý a málo výkonný domácí podnikatelský sektor**

Důsledkem relativně vysoké odvětvové specializace a problémů, které postihly velké domácí firmy, byla v minulosti relativně **malá poptávka zahraničních investorů po převzetí domácích firem v kraji**. Slabá úroveň domácího sektoru firem souvisí i s jejich nepříznivou a závislou pozicí v hodnotových řetězcích. Slabost firemního sektoru, jeho oborová specializace, výše popsaná závislá pozice firem v hodnotových řetězcích a také obecně nízká míra podnikavosti působí proti rozvoji znalostní a inovační aktivity.

- **Nízká vzdělanost a kvalita, nevhodné oborové zaměření a nedostatek osob na trhu práce**

Nízká **vzdělanostní úroveň obyvatelstva a kvalifikační struktura osob na trhu práce je jedním z klíčových problémů** Karlovarského kraje, který má řadu multiplikačních efektů zasahujících do fungování mnoha dalších oblastí ekonomiky a společnosti a je jednou z významných bariér pro úspěšnou restrukturalizaci krajského hospodářství. Přímým důsledkem uvedeného problému je **nižší schopnost firem získávat potřebné lidské zdroje** na trhu práce. Dokud se v kraji nezvýší kvalita osob na trhu práce, zahraniční firmy nebudou mít motivaci přivádět do kraje kvalitativně vyšší podnikové funkce a realizovat aktivity s vyšší přidanou hodnotou. Se vzděláním souvisí také míra podnikatelské aktivity, která je v kraji velmi nízká. Společným dopadem výše uvedených dílčích důsledků problému nižší vzdělanosti a kvality osob na trhu práce je nižší úroveň mezd v kraji.

- **Nedostatečně využitý potenciál lázeňství a cestovního ruchu pro růst konkurenceschopnosti kraje**

Návštěvníci kraje se v převážné míře orientují na **lázeňství a jeho tradiční léčebné způsoby**. Návštěvnost dalších atraktivit v cestovním ruchu, které kraj nabízí, je nízká. Společným důsledkem výše uvedených dílčích projevů je nízká konkurenceschopnost kraje jako turistické a lázeňské destinace. (MMR, 2017)

3.2 Překážky bránící firmám realizovat inovace z pohledu ČR

Celonárodní pohled na nejvýznamnější důvody, kvůli kterým firmy neinovují, uvádí dle statistik ČSÚ jako hlavní důvod absence inovací **slabou poptávku na trhu** (10 %). Dalším důvodem je jistá míra **saturace firem inovacemi po jejich předchozí realizaci** (8.1 %). Dalšími důvody jsou **nízká konkurence na trhu**, nebo **nedostatek dobrých nápadů pro inovace**. Tabulka č. 1 zobrazuje uvedené důvody i z hlediska velikosti podniku a regionu CZ NUTS 2. Z pohledu regionu NUTS 2 Severozápad, jehož součástí je i Karlovarský kraj (společně s Ústeckým krajem, kopírují výsledky celonárodní průměrné hodnoty. Výjimkou je relativně vyšší procento v případě důvodu nepotřebnosti inovací vzhledem k předchozím inovacím.

Tabulka č. 1: Nejvýznamnější důvody, proč podniky bez inovačních aktivit v ČR celkem neinovovaly v období 2012–2014

Ukazatel	Slabá poptávka po inovacích na trhu		Nebylo třeba inovovat vzhledem k předchozím inovacím		Nebylo třeba inovovat vzhledem k nízké soutěži na trhu		Nedostatek dobrých nápadů pro inovace	
	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]
ČR CELKEM (NACE B+C+D+E+G46+H+J+K+M71-73)	1 248	10,0%	1 018	8,1%	593	4,7%	481	3,8%
Vlastnictví podniku:								
domácí podniky	1 022	9,8%	833	8,0%	511	4,9%	449	4,3%
zahraniční afilace	227	10,9%	185	8,9%	82	3,9%	32	1,5%
Velikost podniku:								
malé /10-49 zam./	20	7,7%	32	12,5%	11	4,3%	6	2,1%
střední /50-249 zam./	1 032	9,8%	865	8,2%	519	4,9%	417	4,0%
velké /250 a více zam./	196	11,4%	121	7,1%	63	3,7%	58	3,4%
Region soudržnosti CZ-NUTS:								
Praha	238	9,2%	289	11,2%	95	3,7%	76	2,9%
Střední Čechy	153	13,6%	95	8,4%	111	9,9%	76	6,7%
Jihozápad	187	13,9%	94	7,0%	54	4,0%	44	3,3%
Severozápad	109	10,2%	108	10,0%	62	5,8%	39	3,7%
Severovýchod	179	11,0%	102	6,3%	99	6,1%	54	3,3%
Jihovýchod	213	10,4%	156	7,6%	72	3,5%	38	1,8%
Střední Morava	44	3,0%	104	7,0%	39	2,6%	47	3,2%
Moravskoslezsko	125	10,3%	71	5,9%	60	5,0%	108	9,0%

Zdroj: ČSÚ, 2016

Tabulka č. 2 identifikuje nejvýznamnější překážky bránící podnikům inovovat. Jako hlavní překážku firmy označují **nedostatek vlastních finančních prostředků** (připomínáme, že data jsou za roky 2012–2014). Další překážku představují obtíže při **získávání veřejné podpory** (5.1 %), nedostupnost finančních zdrojů mimo podnik (4.3 %), nebo nedostatek kvalifikovaných pracovníků (2.1 %).

Z pohledu regionu NUTS 2 Severozápad je nedostatek vlastních finančních zdrojů také označován jako nejvýznamnější překážka bránící podnikům inovovat, je ale nutné zdůraznit, že **v porovnání s ostatními regiony je výsledné procento nejnižší (6.3 %)**. Podobně je tomu i v případě nedostatku finančních zdrojů mimo podnik (3.1 %). Firmy v regionu Severozápad mají v porovnání s ostatními regiony nejmenší potíže se získáváním veřejné podpory. Naopak **z hlediska nedostatku kvalifikovaných pracovníků patří region Severozápad ve sledovaném období 2012–2014 k nejvíc problematickým regionům v rámci ČR**.

Tabulka č. 2: Nejvýznamnější překážky bránící podnikům bez inovačních aktivit v ČR inovovat v období 2012–2014

Ukazatel	Nedostatek vlastních finančních zdrojů		Nedostupnost finančních zdrojů mimo podnik		Nedostatek kvalifikovaných pracovníků uvnitř podniku		Obtíže při získávání veřejné podpory		Nenalezení vhodných partnerů pro spolupráci		Nejistá nebo slabá poptávka po inovacích na trhu		Příliš silná soutěž na trhu	
	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]
CR CELKEM (NACE B+C+D+E+G46+H+J+K+M71-73)	1 106	8,9%	542	4,3%	258	2,1%	642	5,1%	300	2,4%	219	1,8%	515	4,1%
Vlastnictví podniku:														
domácí podniky	990	9,5%	487	4,7%	236	2,3%	602	5,8%	284	2,7%	208	2,0%	497	4,8%
zahraniční afilace	116	5,6%	56	2,7%	22	1,0%	41	1,9%	15	0,7%	11	0,5%	19	0,9%
Velikost podniku:														
malé /10-49 zam./	8	3,3%	9	3,3%	3	1,2%	5	1,8%	3	1,3%	6	2,4%	-	-
střední /50-249 zam./	979	9,3%	488	4,6%	226	2,1%	580	5,5%	270	2,6%	196	1,9%	475	4,5%
velké /250 a více zam./	118	6,9%	46	2,7%	29	1,7%	58	3,4%	26	1,5%	17	1,0%	38	2,2%
Region soudržnosti CZ-NUTS:														
Praha	180	7,0%	113	4,4%	17	0,6%	64	2,5%	26	1,0%	23	0,9%	48	1,9%
Střední Čechy	120	10,7%	48	4,3%	9	0,8%	60	5,4%	37	3,3%	32	2,8%	72	6,4%
Jihozápad	121	9,0%	59	4,4%	34	2,5%	98	7,3%	56	4,2%	57	4,2%	58	4,3%
Severozápad	68	6,3%	33	3,1%	31	2,9%	19	1,7%	19	1,7%	4	0,4%	41	3,8%
Severovýchod	168	10,4%	83	5,1%	57	3,5%	135	8,3%	45	2,8%	33	2,0%	99	6,1%
Jihovýchod	221	10,8%	82	4,0%	49	2,4%	142	6,9%	72	3,5%	32	1,6%	72	3,5%
Střední Morava	133	9,0%	82	5,6%	42	2,9%	76	5,2%	33	2,2%	26	1,7%	107	7,2%
Moravskoslezsko	95	7,8%	43	3,5%	19	1,6%	48	4,0%	12	1,0%	12	1,0%	19	1,5%

Zdroj: ČSÚ, 2016

Z hlediska motivace firem zapojovat se do rozvoje inovací je dle dat ČSÚ reakce a **snaha vytěžit existující poptávku** (55.9 %) nebo naplnit požadavky stávajícího odběratele (51.4 %). Jako další důvody firmy uvádějí například snahu o vytěžení skryté poptávky (42.4 %) nebo snahu o vstup na nový tržní segment (32.3 %).

Region **NUTS 2 Severozápad** vykazuje z hlediska motivace inovovat jiné pořadí. **Inovace vyvolávají zejména požadavky stávajících odběratelů (51.2 %), až následně snaha o vytěžení existující poptávky**, přičemž procentuální hodnota tohoto kritéria je nejnižší v porovnání s ostatními regiony. To může být výsledkem vázanosti regionu NUTS 2 Severozápad na západní odběratele (zejména z Německa), kteří prosazují a vyžadují inovace u svých výrobků.

Tabulka č. 3: Motivace k provádění produktových/procesních inovací u podniků v ČR v období 2012–2014

Ukazatel	Snaha o vytěžení skryté poptávky		Snaha o vytěžení existující poptávky		Snaha o vstup na nový tržní segment		Snaha o vstup na nové geografické trhy		Inovace byla vyvolána požadavky stávajícího odběratele	
	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]	Počet	% [1]
ČR CELKEM (NACE B+C+D+E+G46+H+J+K+M71-73)	3 261	42,4%	4 298	55,9%	2 483	32,3%	1 907	24,8%	3 952	51,4%
Vlastnictví podniku:										
domácí podniky	2 366	42,2%	3 108	55,5%	1 909	34,1%	1 439	25,7%	2 892	51,6%
zahraniční afilace	895	43,0%	1 190	57,2%	574	27,6%	468	22,5%	1 059	50,9%
Velikost podniku:										
malé /10-49 zam./	1 894	40,9%	2 430	52,5%	1 363	29,5%	1 110	24,0%	2 217	47,9%
střední /50-249 zam./	982	43,7%	1 330	59,2%	787	35,0%	554	24,7%	1 210	53,9%
velké /250 a více zam./	385	47,4%	539	66,2%	333	40,9%	243	29,9%	525	64,5%
Region soudržnosti CZ-NUTS:										
Praha	877	45,4%	1 075	55,7%	660	34,2%	493	25,5%	891	46,2%
Střední Čechy	210	37,0%	314	55,3%	128	22,5%	146	25,7%	315	55,5%
Jihozápad	238	34,7%	379	55,3%	206	30,1%	174	25,4%	294	42,8%
Severozápad	153	37,0%	182	44,0%	107	25,9%	90	21,8%	212	51,2%
Severovýchod	519	45,7%	657	57,8%	357	31,5%	307	27,1%	579	51,0%
Jihovýchod	543	42,0%	669	51,7%	445	34,4%	251	19,4%	742	57,3%
Střední Morava	426	44,1%	613	63,5%	332	34,3%	277	28,7%	524	54,2%
Moravskoslezsko	295	42,5%	410	59,1%	249	36,0%	168	24,3%	396	57,2%

Zdroj: ČSÚ, 2016

3.3 Překážky bránící firmám realizovat inovace z pohledu Karlovarského kraje

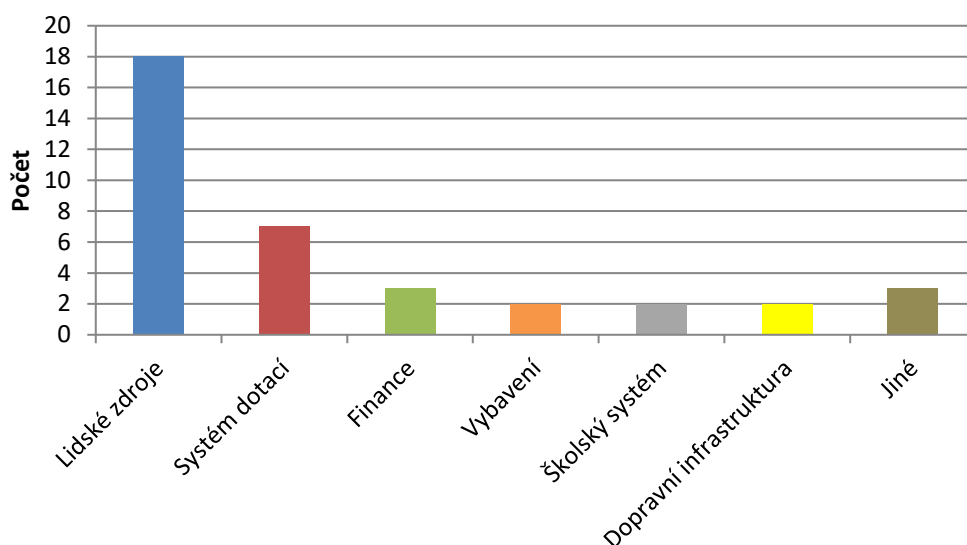
Na základě výstupů řízených rozhovorů a porovnání s výsledky statistik v letech 2012–2014 na celonárodní úrovni **je možné konstatovat, že Karlovarský kraj zaznamenává změnu ve vnímaných překážkách, které brání podnikům inovovat.** Prostřednictvím řízených rozhovorů byl identifikován za **největší problém nedostatek kvalifikované pracovní síly (u téměř poloviny dotazovaných firem).** Problémem je zejména **nedostatek vysoko kvalifikovaných a specializovaných odborníků, ale i relativní nepřipravenost mladých lidí vstupujících do pracovního procesu,** jejich nezáměr a vysoká fluktuace. V případě méně náročných typů pracovních pozic hledají firmy alternativní řešení v najímání pracovníků mimo region, mimo ČR (zejména z Ukrajiny), nebo využívají možnosti chráněných dílen či najímání osob ve výkonu trestu odnětí svobody.

Druhou nejvíce identifikovanou překážkou je **nevyhovující systém dotací,** i když s výrazným odstupem za výše zmiňovaným problémem. Představitelé firem si stěžují zejména na složitost procesu žádosti a administrace dotací, nedostatek strukturovaných a jasných informací o možnostech dotací, vágní výklad pravidel pro poskytování dotací dotčenými nadřazenými orgány, ale i na nevhodnost nastavení pravidel pro poskytnutí dotace (zejména velikostní kategorie firem, sčítání zaměstnanců u firem s dceřinými společnostmi, nevhodné nastavení výše poskytnuté dotace apod.).

Mezi další překážky patří **nedostatek financí a vybavení pro realizaci inovací,** nevhodně nastavený školský systém (obtížná spolupráce s některými SŠ, absence VŠ), nedostatečná dopravní infrastruktura (dálnice) a další problémy, jakými jsou např.

neochota obcí spolupracovat s lokálními společnostmi, legislativní omezení a klientelismus.

Obrázek č. 3: Omezení inovačního procesu



Pozn. Znění otázky: Omezení inovačního procesu. N = 43

Zdroj: Řízené rozhovory 2017, vlastní zpracování

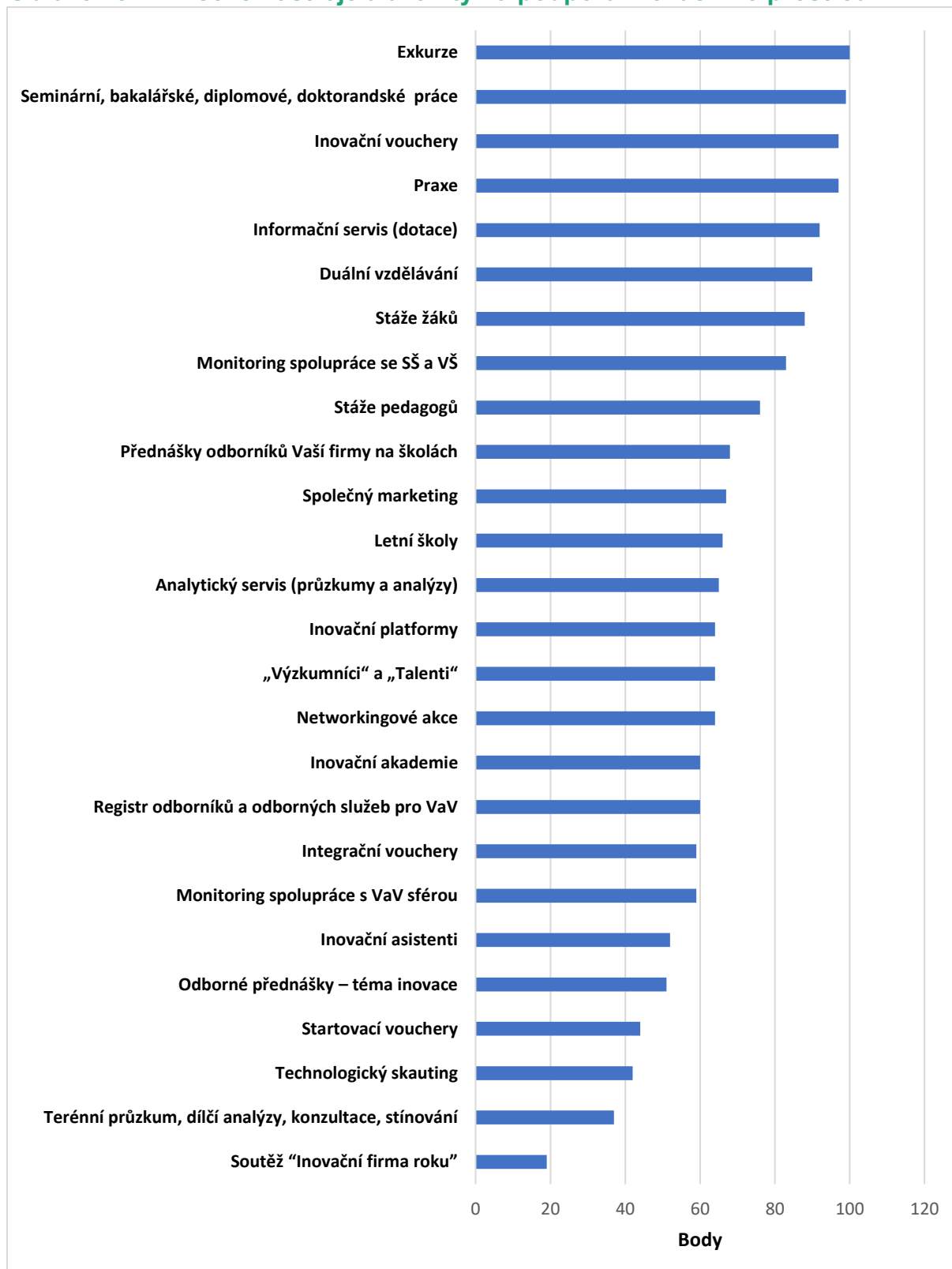
3.4 Analýza vybraných nástrojů pro naplnění potřeb aktérů inovačního prostředí

Jedním z hlavních cílů realizace řízených rozhovorů ve firmách se zaměřením na podporu a rozvoj inovací bylo zjistit jejich **zájem využívat některé z nástrojů na podporu inovací**. Příloha 2 dokumentu obsahuje výčet a definici jednotlivých nástrojů, které měly dotazované firmy na výběr. Nástroje se člení do 3 základních kategorií: **Podpora** (např. formou inovačních voucherů), **Spolupráce** (např. monitoring spolupráce s VŠ, SŠ) a **Výzkum a vývoj** (např. technologický skauting). Tázané firmy měly i možnost navrhnout vlastní nástroje, které by dokázaly naplnit jejich potřeby pro rozvoj vlastní inovativnosti. **Vyhodnocení nástrojů a jejich seřazení dle důležitosti tak poskytuje další pohled na potřeby firem v Karlovarském kraji v návaznosti na podporu a rozvoj inovací.**

Z hodnocení nástrojů a aktivit, které zástupci firem shledávají za přínosné **pro podporu inovačního prostředí** v jejich firmě, nebo kterých jsou ochotni se účastnit, vyplývá, že nejvíce **firmy vítají exkurze studentů ve firmách** (Obrázek č. 4). Vysokého hodnocení dosáhlo i vedení seminárních, bakalářských, diplomových a doktorandských prací. O něco nižší bodové hodnocení získalo poskytování praxí a inovační vouchery. Za významný byl označen i informační servis k dotacím a duální vzdělávání. Ostatní nástroje a aktivity, které jsou uvedeny v Obrázku č. 4, získaly pod 90 bodů, nicméně i jim lze přikládat značný význam. Jako nejméně potřebné vyhodnotily firmy soutěže v inovativnosti nebo terénní průzkumy a technologický skauting.

Následující kapitola obsahuje detailnější pohled na hodnocení výsledků řízených rozhovorů v oblasti klíčových nástrojů a aktivit na podporu inovačního prostředí.

Obrázek č. 4 Klíčové nástroje a aktivity na podporu inovačního prostředí



Pozn. Znění otázky: Ohodnoťte následující nástroje a aktivity (0 = pro nás bezvýznamné, 4 = velmi významné), které shledáváte přínosné pro podporu inovačního prostředí ve Vaší firmě, kterých jste ochotni se účastnit. N = 43.

Zdroj: Řízené rozhovory 2017, vlastní zpracování

3.5 Bližší evaluace vybraných nástrojů pro naplnění potřeb aktérů inovačního prostředí

Dle pořadí nástrojů na podporu a rozvoj inovací ve firmách, které uvádí Obrázek č. 4, souvisejí 3 nástroje z první pěti se spoluprací se SŠ, resp. VŠ. **Pohled na prvních 10 míst potvrzuje dominanci zaměření firem na oblast spolupráce se studenty** - až 8 nástrojů se váže na tuto oblast. To indikuje ochotu a zájem firem vstupovat do vzdělávacího procesu, přičemž si uvědomují dlouhodobé benefity takové spolupráce, zejména v návaznosti na potenciál zaměstnat perspektivní studenty po ukončení jejich studia.

Bližší pohled na reakce firem vykazuje některé zajímavé skutečnosti. Firmy jsou **otevřené různým formám spolupráce, včetně exkurzí, praxí, stáží pro žáky i pedagogů, duálního vzdělávání apod.** Mnohé z nich již některou z uvedených forem spolupráce realizují. V některých případech umějí firmy poskytnout zajímavé podmínky pro práci, např. laboratoře apod. Jedna z firem zřídila tzv. adaptační středisko, kde si před vstupem do výroby (po dobu zkušební doby) postupně nový pracovník osvojuje výrobní procesy, výrobu navštěvuje postupně a adaptuje se na výkon potřebné činnosti (vhodné zejména pro absolventy). Podobná střediska zřizují i další firmy v kraji, nebo o tom alespoň uvažují.

V oblasti spolupráce se školstvím byla často zmiňována problematika **ne příliš fungující kooperace se vzdělávacími institucemi**. V jednom případě dokonce respondent uvádí ochotu spolupracovat se studenty, ale ne se školami. Školským zařízením je vytýkána neschopnost přizpůsobit se podmínkám trhu (kritika i zřizovatele SŠ, který umožňuje zřizovat - udržovat studijní obory, které jsou již „za zenitem“). Kritika se týká i samotné spolupráce se školami, kde někteří vedoucí představitelé škol nedostatečnou měrou komunikují a přistupují k navrhovaným/realizovaným projektům spolupráce laxe. Další velmi výraznou výtkou je rostoucí pasivita a nezájem studentů přicházejících na stáže, praxe atd.

Nicméně o monitoring spolupráce se školskými zařízeními je stále výrazný zájem. Některé z firem vnímají **potřebu zřídit koordinátora/facilitátora spolupráce se školami**, např. i na krajské úrovni s cílem podporovat a rozvíjet tento typ spolupráce. Důvodem je nesourodost firemního světa a světa školských organizací (např. ředitelé škol si lépe rozumějí s představiteli kraje/města než s vedoucími představiteli firem). Dalším zajímavým návrhem bylo zřízení registru studentů se zájmem o určité specifické téma. V některých případech firmy narážejí na neexistenci vhodné školy ve svém okolí (např. textilní průmysl). **Chybí podpora technického vzdělávání a řemeslných odborů, finanční gramotnost a základní pracovní návyky.**

Oblíbeným nástrojem podpory inovací jsou **inovační vouchery**. Patří mezi nástroje, které jsou poměrně známé ve firemním prostředí. I přes občasné komplikace (ne vždy se podařilo dosáhnout hmatatelných výstupů, nekorektní spolupráce s vybranou školou atd.) mají firmy o inovační vouchery zájem. V menší míře se to týká i **integračních voucherů**, které si některé firmy dokáží představit pro využití v designu svých výrobků apod. (firma si uvědomuje důležitost jak funkčnosti, tak i designu svých výrobků). Startovací vouchery vnímají oslovené firmy jako potřebnou a zajímavou

možnost podpory, ale vztahují ji zejména k začínajícím podnikatelům, což pro ně není relevantní.

Inovační vouchery navazují na další dotační nástroje, u kterých cítí některé firmy potřebu úpravy. Například z hlediska inovací a zefektivnění dílenské výroby se projevují snahy o automatizaci a robotizaci, náhrada starých strojů za nové atp. Některé firmy ale naráží na **nevhodné nastavení podmínek dotačních programů** (například povinnost vytvářet nová pracovní místa, relativně vysoké minimální úrovně dotací – 500 tis. Kč a výše), nebo nemožnost pořídit starší, ale plně funkční stroj, který naplní inovační potřeby firmy. Existují potřeby pomoci při přípravě projektové žádosti, resp. zjednodušení systému podání a administrace žádosti. Důležitým prvkem je i **potřeba snížení administrativní a daňové zátěže** (např. povinného auditu, který zvyšuje náklady v řádech statisíců).

Z hlediska informačního servisu o dotacích mají **firmy, které se o dotace zajímají, dostatek informací**, i když v poněkud roztržité podobě. Využívají například veletrh dotačních příležitostí a informací zasílaných od agentury CzechInvest, informací od soukromých firem, rodinných příslušníků apod. Většinou ale obdržené informace a nabídky nejsou zcela relevantní pro jejich firmu a dochází k přetlaku informací.

Analytický servis by byl pro některé firmy zajímavý. Je ale nutné ho navázat na zvýšení prodeje, vstup na nové trhy apod. Jedná se např. o analýzy zaměřené na oblast německé legislativy (např. elektroodpad je v Německu přísně regulován, exportéři z ČR tuto problematiku příliš neřeší, což jim v budoucnu může přinést nemalé komplikace). Dalším příkladem jsou analýzy zaměřené na oblasti, které trápí celý podnikatelský sektor, a to struktura nabídky práce v kraji, struktura odměňování atd. Dále by pro některé firmy byly zajímavé oborově specifické analýzy (spotřeba piva dle krajů apod.), i když si samotné firmy uvědomují, že je nutné hledat širší cílovou skupinu, aby byl analytický servis ze strany kraje efektivní.

Z hlediska **společného marketingu** **narážejí některé z firem na problematiku právního postavení, kdy jako dceřiné společnosti** neovlivňují svoji marketingovou strategii. Jedna z firem deklarovala zapojení do mapy města, bohužel zatím bez efektního pozitivního dopadu. **Zajímavé by bylo uchopit marketing z hlediska nalézání nových zákazníků a trhů (zejména pro menší firmy)**. Dalším zajímavým přístupem je uchopení marketingu na úrovni propagace regionu a představení podnikatelského prostředí a firem, které v kraji působí, kde firmy deklarovaly zájem se zapojit. Soutěž inovační firma roku skončila na posledním místě zejména z důvodu existence podobných soutěží a obav o nerovnost podmínek a vyhodnocení soutěže.

Další z potenciálních potřeb firem se zaměřuje na **oblast networkingu a sdílení informací**. Představitelé firem vnímají uvedené aktivity pozitivně, musí ale za každou akci vidět jasný přínos. Zajímavou možností je **networking představitelů škol, měst, kraje a firem** s řešením konkrétních témat a problémů. Další zajímavou možností by bylo kombinovat / vnášet prvky networkingu do jiných akcí se širším záměrem (např. konference na příznivé téma). Výměna zkušeností mezi firmami naráží na obavy o ztrátu jejich know-how. Z hlediska realizace platform je u některých firem problém s relativně malým okruhem firem v daném oboru. Nicméně networkingové aktivity probíhají u některých firem z vlastní iniciativy i bez zapojení kraje (zde pro kraj existuje

potenciál připojit se). Někteří představitelé firem se vyhýbají odborným přednáškám (nástroje inovační akademie, odborné přednášky), resp. jako přínosné je shledávají jedině v případě účasti skutečně zajímavého lektora – experta.

Nástroje VaV se umísťovaly dle výsledků hodnocení spíše ve spodní polovině žebříčku. Firmy nevidí příliš velké využití externích odborníků a expertů, nicméně některé z nich by zajímal přehled vysokých škol a jejich nabídky v této oblasti. Jedna z firem uvedla příklad Průmyslové rady: spolupráce VŠ s firmami, firmy a VŠ artikuluji své potřeby a požadavky. Tato spolupráce funguje např. mezi Technickou univerzitou v Liberci a inovačními firmami.

Jednou z důležitých potřeb firem je **poptávka po vybudování infrastruktury zejména v oblasti bydlení a dopravy**. Některé z firem by ocenily podporu dojíždění do práce (proplácení nákladů). Firmy si uvědomují důležitost dlouhodobých měkkých projektů zaměřených např. na podporu průmyslu v kraji, zviditelnění rozvíjejícího se odvětví keramiky a skla, zvýšení informovanosti zástupců obecních úřadů (neví, kam kraj směřuje, co dělá, jaké má priority a strategické dokumenty), projekty zaměřené na motivaci lidí vracet se zpět do regionu, projekty posilující jejich vztah k regionu, obecné zvyšování kvality života, apod. Jedním z námětů byl i vznik účinného destinačního managementu a schválení strategie cestovního ruchu na krajské úrovni. Ve vybraných firmách vnímají **potřebu podpory k účasti na zahraničních veletrzích** (zejména v malých firmách, které nedosáhnou na podporu z CzechInvestu), případně podporu při pořádání krajských akcí (např. pivní slavnosti - návaznost na propagaci kraje apod.).

Poslední z vyjádřených potřeb je zlepšení spolupráce s městy (i s krajem) a práce na lepší koordinaci aktivit mezi krajem a firmami.

4 Závěr

Výsledky řízených rozhovorů zaměřených na mapování inovačního potenciálu v Karlovarském kraji ukazují, že **firmy v kraji obecně usilují o inovace** svých produktů, procesů a marketingových a organizačních přístupů zejména v návaznosti na požadavky odběratelů a trhu. **Hlavní překážkou v jejich úsilí je nedostatek kvalifikované pracovní síly, ale i složité a někdy nevhodné nastavení dotací a jejich administrativa, nedostatek finančních zdrojů a vybavení firem, nevhodné nastavení školského systému či nedostatečná infrastruktura.**

V době ekonomického růstu se formy podpory nemusí nevyhnutelně vázat pouze na poskytování finančních dotací. I když tato forma podpory bývá při tvorbě podpůrných nástrojů zcela očekávaná, z řízených rozhovorů bylo zjištěno, že firmy (zejména střední a velké) jsou schopny najít financování pro své inovativní záměry, ale chybí jim dostatečná kvalifikovaná pracovní síla. Na to úzce navazují nedostatky školského systému v kraji, nedostatečná infrastruktura, ale i samotný marketing kraje a jeho rezidenční atraktivita. **Firmy si tak uvědomují důležitost zejména dlouhodobých a systémových opatření, která by ovlivňovala podmínky podnikání v kraji a která svou povahou spadají do oblasti veřejné správy.**

Jedním z navrhovaných opatření je **vytvoření koordinátora pro vzdělávací systém v kraji**, který by propojoval aktivity firem a škol. Současná situace je nevyhovující. Setkáváme se s případy, kdy představitelé škol nejsou schopní a/nebo ochotní spolupracovat s firmami na dostatečné úrovni. Neexistuje systematický přístup k **budování vztahu škola-firma**, i když existují izolované iniciativy, které se této oblasti věnují. Podobně je na tom i vztah město/kraj a firma, kdy nedochází k dostatečnému a koordinovanému přenosu informací, sdělování vzájemných potřeb a hledání řešení s reálným dopadem. To se postupně mění, zejména díky aktivitám Karlovarské agentury pro rozvoj podnikání.

Inovační vouchery jsou oblíbeným nástrojem na podporu inovací, jejich využití má růstový potenciál a je vhodné i nadále umožňovat firmám jejich využívání. Krajské dotační prostředky by bylo vhodné zaměřit na menší firmy s cílem řešit jejich aktuální potřeby, např. **formou podpory účasti na veletrzích v Česku a zahraničí**, kde by propagovaly své inovativní produkty a služby. **Souběžně by měl kraj o dotačních možnostech aktivně informovat a usilovat o co největší zjednodušení žádosti a administrace všech dotací.**

Dalším vhodným opatřením je tvorba **marketingové strategie kraje** s ohledem na inovační prostředí. Marketing by měl cílit kromě jiného i na vytváření nových příležitostí pro firmy v kraji a podpoře zvyšování jejich odbytu. S tím souvisí i **budování infrastruktury** (např. dálnic). Z hlediska pracovní síly je důležité zvyšování atraktivnosti regionu budováním vztahu město-kraj-občan, aby nedocházelo k odlivu lidí do jiných regionů.

Karlovarský kraj prostřednictvím **Karlovarské agentury pro rozvoj podnikání** a dalších organizací může přispět k rozvoji podnikání a konkurenceschopnosti hospodářství kraje, přestože se jedná o mimořádně náročný úkol. **Je potřeba zvolit aktivní přístup v reakci na potřeby firem v kraji a k řízení procesu implementace.**

Součástí takového přístupu je vyvinutí maximálního úsilí při tvorbě podmínek a využití jednotlivých nástrojů tak, aby byla vyčerpána co možná jejich nejvyšší kapacita a zároveň bylo jejich prostřednictvím dosaženo co možná nejvyššího přínosu pro hospodářský rozvoj kraje.

5 Zdroje dat

BERMAN GROUP ET KOL. (2012): Program rozvoje Karlovarského kraje pro období 2014-2020: Analýza rozvojových charakteristik a potenciálu Karlovarského kraje. Dostupné z http://www.kr-karlovarsky.cz/region/Documents/P1_Analyza_PRKK_2x.pdf

BERMAN GROUP ET KOL. (2016): Vstupní analýza Strategie hospodářské restrukturalizace Ústeckého, Moravskoslezského a Karlovarského kraje. Dostupné z http://www.zmocnenecvlady.cz/wp-content/uploads/2016/09/Vstupni_analyza_strat_restrukturalizace_2_2016.pdf.

Český statistický úřad (2016): MAPOVÁNÍ INOVAČNÍ AKTIVITY PODNIKŮ V ČR 2012–2014. Dostupné z https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci

KARP (2012): Karlovarský kraj. Lokální analýza. Dostupné z http://www.karp-kv.cz/cz/Lidskezdroje/Documents/W4T_LA_CZE.pdf

KÚ KK (2014): Krajská příloha k národní RIS 3 – Karlovarský kraj. Dostupné z http://www.kr-karlovarsky.cz/region/Documents/RIS/RIS3_krajska_priloha_Karlovarsky_kraj_2014_04_30_konecna_schvalenaRKK_ZKK.pdf

6 Přílohy

6.1 Příloha 1: Seznam firem

ABC pack, s.r.o.	Nádražní náměstí 729, 353 01 Mariánské Lázně	Výroba obalů a obalových materiálů
ARMOVNA Otovice s.r.o.	K Panelárně 172, 360 01 Otovice	Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků
ATE, s.r.o.	Wolkerova 2425/14, 350 02 Cheb	Projektování, výroba, montáž a servis železničního zabezpečovacího zařízení
Beton Hradiště, s.r.o.	Tršnická 25, 357 51, Cheb	Výroba betonu
Bohemia Healing Marienbad Waters, a.s.	Anglická 271/47, Mariánské Lázně	Stáčení minerálních vod
BONNEL TECHNOLOGIE s. r. o.	Wolkerova 2304/38, 350 02 Cheb	Výroba programovatelných zařízení pro malé čističky odpadních vod
BVD PECE, spol. s r.o.	Podlesí 57, 360 01 Sadov	Výroba, instalace, opravy elektronických strojů a přístrojů, elektronických a telekomunikačních zařízení
DERTER s.r.o.	Citice 28, Citice 357 56	Třídění separovaného odpadu
EAF protect s.r.o.	Karlovarská 131/50, Cheb, Hradiště	Technicko - organizační činnost v oblasti požární ochrany; montáž, opravy, revize a zkoušky plynových zařízení a plnění nádob plyny
EDEN GROUP a.s.	Na Vyhlídce 93/50, 360 01 Karlovy Vary	Ubytovací a stravovací služby, nestátní zdravotnické služby
FLABEG Czech s.r.o.	Sklářská 182, Oloví, 35707	Výroba zrcátek pro automobilový průmysl
Francis SPA HOTEL s.r.o.	Ruská 357/18, 351 01 Františkovy Lázně	Poskytování ubytovacích a stravovacích služeb

G D K spol. s r.o.	Kolová 181, 360 01 Kolová	Výroba strojů pro vyfukování plastových obalů
HEXPOL Compounding Lesina s.r.o.	Cheb, Skalná, Lesina, 351 34	Výroba a zušlechťování kaučukových směsí
HF-Czechforge s.r.o.	Průmyslový park 162/13, Hradiště, 350 02 Cheb	Strojírenská výroba
CHEMFUTURE, s.r.o.	Sportovní 630/13, Karlovy Vary	Výroba čistících prostředků
Karlovarské minerální vody, a.s.	Horova 3, Karlovy Vary	Výroba minerálních vod
Kartona, s.r.o.	Hornická 150, 356 01 Lomnice	Výroba lepené, šité, skládané přepravní kartonáže, obalů, šanonů a pořadačů
KMK GRANIT a.s.	Mírová 545, 357 47 Krásno	Hornická činnost, zpracování kamene
Kränzle spol. s r.o.	Sportovní 630/13, Karlovy Vary	Prodej čistících strojů
Lamela Electric, a.s., odštěpený závod Kabelovna Chyšě	Ke Kable 298, 364 53 Chyšě	Výroba elektrických kabelů
Lázně Františkovy Lázně a.s.	Jiráskova 23/3, 351 01 Františkovy Lázně	Ústavní zdravotní péče, stravování
Lias Vintířov, lehký stavební materiál k.s.	Vintířov 176, Vintířov	Výroba lehkého keramického kameniva
NELAN, spol. s r.o.	Nová Ves 1, 350 02 Třebeň	Výroba a montáž plastových oken a dveří, dodávka a montáž hliníkových oken a dveří
NOVITERA, a. s.	Západní 1810, Karlovy Vary	Ostatní profesní, vědecké a technické činnosti
Petainer Czech Holdings s.r.o.	Skandinávská 2708/2, 352 01 Aš	Hlavní obor podnikání: Výroba plastových obalů na potraviny a nápoje
PH KOVO - RECYCLING CHEB, s.r.o.	Karlova 2472/44, 350 02 Cheb	Podnikání v oblasti nakládání s nebezpečnými odpady
Pivovar PERMON s.r.o.	Komenského 77, 356 01 Sokolov	Pivovarnictví a sladovnictví

RAIL ELECTRONICS CZ s.r.o.	U Nemocnice 1428, 363 01 Ostrov	Výroba, instalace a opravy elektrických strojů a přístrojů, elektronických a telekomunikačních zařízení
REALISTIC, a.s.	Závodu míru 327/4, Stará Role, 360 17 Karlovy Vary	Výroba tepelných zařízení
Sedlecký kaolin a. s.	Božičany 167, Božičany	Těžba kaolinu
SKF Lubrication Systems CZ, s.r.o.	Vintířovská 1169, Chodov	Výroba mazacích systémů
SKRIBEK spol. s r.o.	Bukovany 159, 357 55	Čalounění kompletních interiérů aut a letadel
Stav - elektro s.r.o.	Vintířovská 1149, 357 35 Chodov	Výroba, opravy a servis elektrických zařízení
STEIN, Sport, Fit & Fun s.r.o.	Skalka 10, Cheb	Hostinská činnost; masérské, rekondiční a regenerační služby
SWISS FORM, a.s.	Nerudova 369, Nejdek 36221	Výroba ostatních kovodělných výrobků
Synthomer a.s.	Tovární 2093, Sokolov, 35601	Výroba akrylových monomerů
TEREA Cheb s.r.o.	Májová 588/33, 350 02 Cheb	Výroba tepla, elektřiny
Veolia Energie Mariánské Lázně, s.r.o.	Nádražní náměstí 294, Úšovice, 353 01 Mariánské Lázně	Výroba tepla, elektřiny
WITTE Nejdek, spol. s r.o.	Nejdek, Rooseveltova 1299, PSČ 36221	Výroba a vývoj zamykacích a bezpečnostních systémů pro automobily
Žlutická teplárenská, a.s.	Velké náměstí 131, 364 52 Žlutice	Centrální vytápění města Žlutice
Thun 1794 a.s.	Tovární 242/12, 362 25 Nová Role	Výroba keramických a porcelánových výrobků převážně pro domácnost a ozdobných předmětů
O-I Manufacturing Czech Republic, a.s.	Ruská 113/80, Dubí, Bystřice, 41703, Česká republika (Sklářská 546, 35734 Nové Sedlo)	Výroba dutého skla

6.2 Příloha 2: Základní definice vybraných nástrojů

Podpora	
Inovační vouchery	<i>Inovační vouchery jsou jednorázovou dotací poskytnutou podnikateli na spolupráci s poskytovatelem znalostí, která je založena na transferu znalostí. Transfer znalostí je definován jako přenos poznatků vědecké nebo technologické povahy, které jsou pro podnikatelské subjekty nové a nejsou běžně dostupné. Získaná znalost musí současně vést k posílení konkurenceschopnosti podnikatele, a to zejména tím, že napomůže inovaci jeho produktu, procesu nebo služby. Poskytovateli znalostí se rozumí vysoké školy, vědeckovýzkumné instituce a ústavy Akademie věd ČR se sídlem na území České republiky, které se žadatelem uzavřou Smlouvu o dílo resp. Smlouvu o poskytnutí znalostí (podpora řádově od 50 do 250tis.).</i>
Integrační vouchery	<i>Představují podporu netechn(olog)ických inovací jako integrální součásti produktových inovací a inovačních procesů ve firmách (design, marketing, procesní inovace, logistika, obchodní modely, řízení a controlling, ostatní inovace ve službách a firmách – např. sociální podnikání, kreativní průmysly), podpora spolupráce kreativních průmyslů (vč. kulturních) s průmyslovými obory (např. sklo, porcelán) a ostatními službami (např. lázeňství, cestovní ruch, kultura) (podpora řádově od 50 do 250tis.).</i>
Startovací vouchery	<i>Podpora pro začínající podnikatele na překlenutí finančních problémů při přechodu ze zaměstnání k podnikání (neplatí pro absolventy škol) – vstupní kapitál např. pro zpracování analýzy trhu, podnikatelského plánu, apod.</i>
Informační servis (dotace)	<i>Představuje pravidelné zpracování přehledů možných dotačních příležitostí a informování o způsobech zapojení se.</i>
Analytický servis (průzkumy a analýzy)	<i>Analytický servis poskytuje vypracování oborově/tematicky zaměřených krátkých analýz ze strany kraje pro skupinu firem, která se o danou tematiku zajímá. Může zahrnovat i vypracování průzkumů apod. Zpracování analýz a průzkumů vzejde z poptávky od firem. Ideálním řešením je doplnění analytických/průzkumných požadavků ze strany firem do vybraných analytických aktivit kraje a přidružených organizací.</i>
Soutěž “Inovační firma roku”	<i>Soutěž na podporu rozvoje inovací ve firmách v rámci kraje - firmy přihlašují své inovace v oblasti inovace produktu/služby, procesů, marketingu nebo organizace.</i>
Inovační akademie	<i>Inovační akademie – soustava krátkodobých odborných přednášek, školení, kurzů a dalšího vzdělávání (vč. atestací, certifikací apod.) na dílčí vybraná témata pro výzkumné a vývojové pracovníky firem a dalších organizací, pro manažery firem (projektové, technické, výrobní) a další firemní specialisty/odborníky – např. lázeňské lékaře</i>

	<i>(realizace ve spolupráci s VŠ, VOŠ, SŠ, VaV organizacemi, komorami, svazy ad., s případným využitím moderních forem výuky vč. ICT).</i>
Spolupráce	
Networkingové akce - podnikatelé, zástupci města a škol	Pravidelné společné neformální akce (např. business snídaně jednou za měsíc, apod.), prostřednictvím kterých bude možné navazovat nové kontakty, prezentovat své záměry, poukazovat na problémy řešení , atd. Kromě zástupců samotných firem se účastní i zástupci města a další zájmové skupiny (školy, výzkumné organizace...).
Odborné přednášky - téma inovace	Úzce zaměřené přednášky s cílem podněcovat rozvoj inovací ve firmách. Prezentace aktuálních trendů a novinek, přednášející z řad odborníků a akademiků.
Inovační platformy	Fóra pro firmy a další organizace z jednotlivých domén krajské specializace (výměna informací a zkušeností, příklady dobré praxe apod.), vč. informační platformy na téma inovací (na bázi internetových stránek – např. existující intermediární organizace).
Inovační asistenti	Inovační asistenti (inovační pomocníci) - absolventi vysokých škol zaměstnaní firmami a využívající své odborné znalosti k provádění inovačních projektů ve firmě (primárně určeno pro MSP).
Společný marketing, včetně vytvoření mapy kraje s inovativními firmami	Vytvoření a průběžná aktualizace profilů firem s inovačním potenciálem , která je následně vizualizována a prezentována (např. prostřednictvím dedikované webové prezentace) tuzemským a zahraničním partnerům.
Monitoring spolupráce se SŠ a VŠ	Pravidelný monitoring a informace o možnostech spolupráce s VŠ a SŠ v rámci kraje, republiky a případně se zahraničím (stáže zahraničních studentů v ČR, apod.). Zapojení studentů/učitelů v např. následujících oblastech:
Letní školy	Příležitost zejména pro studenty, ale i širší veřejnost zapojit se do krátkodobé a tematicky zaměřené vzdělávací aktivity přes léto (2 týdny), kde firma poskytne např. prostor, experta, prezentaci, apod. Organizátorem akce je kraj.
Stáže žáků	Poskytnutí stáže pro studenty.
Stáže pedagogů	Poskytnutí stáže pro pedagogy za účelem následného přenosu jejich zkušeností do vzdělávacího procesu.
Duální vzdělávání	Systematické zapojení se firmy do vzdělávacího procesu kombinujícího teorii a praxi. Firma poskytne žákům SŠ možnost absolvování praxe v průběhu jejich studia.
Praxe	Poskytnutí možnosti žákům SŠ absolvovat praxi ve firmě - bez systematického zapojení se v podobě duálního vzdělávání.
Exkurze	Možnost absolvovat krátkou (řádově v hodinách) exkurzi pro skupiny zájemců z řad SŠ a VŠ představující firmu, její podnikání a možnosti spolupráce/zaměstnání.

Seminární, bakalářské, diplomové, doktorandské práce	Asistence při vypracování odborných prací pro studenty SŠ a VŠ (poskytnutí podkladů, informací, interview, případně oponentura, apod.)
Terénní průzkum, dílní analýzy, konzultace, stínování	Poskytnutí hlubší spolupráce studentům v rámci vzdělávacího procesu - realizace krátkých průzkumů a analýz pro firmy, poskytnutí konzultací, možnosti stínovat manažery při práci, apod.
Přednášky odborníků z firmy na školách	Propojení expertů z praxe do vzdělávacího procesu prostřednictvím (ne)pravidelných přednášek např. v oblasti managementu, lidských zdrojů, odborné témata, apod.
VaV	
Monitoring spolupráce s VaV sférou	Pravidelný monitoring a informace o možnostech spolupráce s organizacemi VaV v rámci kraje, republiky a případně se zahraničím. Aktivní působení na vytváření příležitostí pro rozvoj aktivit VaV.
Registr odborníků a odborných služeb pro výzkum a vývoj	Vytvoření a aktualizace seznamu expertů pro potenciální spolupráci v oblasti výzkumu a vývoje.
Technologický skauting	Technologický skauting (technické a technologické poradenství), vyhledávací studie vedoucí k vývoji nových služeb a produktů, analýzy inovativních řešení (inovací).
„Výzkumníci“ a „Talenti“	„Výzkumníci“ - Program (přednostně dlouhodobé) spolupráce místních firem se studenty a absolventy doktorských programů VŠ, pracovníky na postdoktorandských pozicích a vědeckovýzkumnými pracovníky VŠ a VaV organizací při řešení náročných výzkumných a vývojových úkolů ve firmě (externí spolupráce na firemním VaV – např. Knowledge Transfer Partnerships (KTP)). „Talenti“ – Program (přednostně dlouhodobé) spolupráce místních firem a dalších organizací s talenty (např. z kreativních odvětví – design, média, reklama, architektura apod.) na podnikovém vývoji a inovacích – určeno primárně pro MSP.
Jiné:	