

Newsletter



projektu Smart akcelérátor Pardubického kraje

reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/15_004/0000814

Leden 2019

Vážení čtenáři,

nyní máte před sebou newsletter, ve kterém bychom Vám rádi představili aktivity uskutečněné v roce 2018 v rámci projektu Smart akcelérátor Pardubického kraje a současně nastínili další aktivity a činnosti, které nás ještě čekají v roce 2019.

V průběhu roku 2018 byla externím zpracovatelem vytvořena Marketingová strategie pro podporu inovací, vědy a výzkumu v Pardubickém kraji, která na základě vlastní analýzy definuje hlavní potřeby znalostní ekonomiky regionu, a to takové, které je možné řešit prostřednictvím marketingových nástrojů. Výstupem strategie je volba cílové skupiny, geografického hlediska a témat, která by měla komunikace regionu řešit.

Další externí dodavatel od května 2018 mapoval inovační prostředí v regionu Pardubický kraj. Šetření se zúčastnily firmy působící v kraji v inovačním prostředí, dále výzkumné organizace a školy. Nejvýznamnější závěry vyplývající z provedeného šetření jsou shrnuty na stranách 4 – 6 tohoto newsletteru.

Jedním z aktuálních témat projektu je také aktualizace RIS3 strategie, jejíž schválení předpokládáme do konce 1. pololetí roku 2019.

Projektový tým

OBSAH

Úvodní slovo.....	1
Marketingová strategie pro podporu inovací, vědy a výzkumu v Pardubickém kraji schválena KRPI	2
Pardubický kraj aktualizuje svojí inovační strategii	3
Výsledky z mapování inovačního prostředí v Pardubickém kraji	4
Další aktuality	6

O projektu

Projekt Smart akcelérátor Pardubického kraje je zaměřen na rozvoj inovačního prostředí v kraji v souladu s Národní výzkumnou a inovační strategií pro inteligentní specializaci České republiky (RIS3 strategie) a její krajskou přílohou za Pardubický kraj. Hlavním cílem projektu je zmapovat a následně přispět k rozvoji inovačního prostředí v Pardubickém kraji. V současné době je inovační a výzkumný systém Pardubického kraje svými parametry, z pohledu celé České republiky, na průměrné úrovni. Projekt řeší, mimo mapování inovačních kapacit regionu, i problematiku propagace regionu, aby se stal zajímavou destinací pro zahraniční investory, kteří by sem mohli přinést nové know-how a podpořit tak jeho další rozvoj. Projekt je realizován v období od 1. 3. 2016 do 31. 8. 2019.



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



Marketingová strategie pro podporu inovací, vědy a výzkumu v Pardubickém kraji schválena KRPI

Na listopadovém zasedání byla Krajskou radou pro inovace schválena finální verze dokumentu „Marketingová strategie pro podporu inovací, vědy a výzkumu v Pardubickém kraji“. Strategie vychází zejména z regionální strategie inteligentní specializace (RIS3 Pardubického kraje), relevantní literatury, dále konfrontuje situaci v kraji se situací v dalších regionech a opírá se také o závěry z uskutečněných 10 workshopů, 3 setkání a výsledků dotazníkového šetření uskutečněného ve dnech 27. 2. – 13. 4. 2018 mezi nejvýznamnějšími subjekty inovačního prostředí Pardubického kraje. Tento strategický dokument je rozdělen na 2 části, a to na část analytickou, ve které na základě kritické analýzy definuje klíčové problémy a související cílové skupiny, a na část, která navrhuje aktivity vedoucí k řešení jmenovaných problémů.

Z výsledků analýzy vyplývá, že konkurenční pozice kraje nevyniká (pozitivně ani negativně) ani v rámci České republiky, ani v rámci Evropy. Image kraje je nevýrazná a nejčastěji spojena s Velkou pardubickou a perníkem.



Obr. č. 1: Image Pardubického kraje

Zdroj dat: výsledky dotazníkového šetření mezi 293 respondenty, velikost největšího kruhu odpovídá 211 respondentům, velikost nejmenšího kruhu odpovídá 31 respondentům.

Úkolem krajského marketingu je šířit směrem k cílovým skupinám sdělení, že Pardubický kraj je dobrá adresa pro vědu, výzkum a inovace, neboť jen malé procento stakeholderů spojuje svou firmu s Pardubickým krajem. Většinou se stakeholderi odkazují na město svého působení, v mezinárodní komunikaci jej doplňují lokalizací v Česku. Primárně je zapotřebí zaměřit rozvoj inovačního prostředí uvnitř regionu podporou zejména vnitřní identity Pardubického kraje. Sekundárně lze budovat image

Pardubického kraje v zahraničí, hlavně v Evropě, avšak se zacílením na specifické cílové skupiny (např. investory, ženy ve výzkumu) a pro nejvýznamnější obory jako chemie, elektrotechnika nebo strojírenství. Usilovat marketingovou komunikací o posílení mezinárodní pozice Pardubického kraje se jeví jako nekonstruktivní a dlouhodobě neudržitelné.



Obr. č. 2: Kde hledají stakeholderi nové zaměstnance

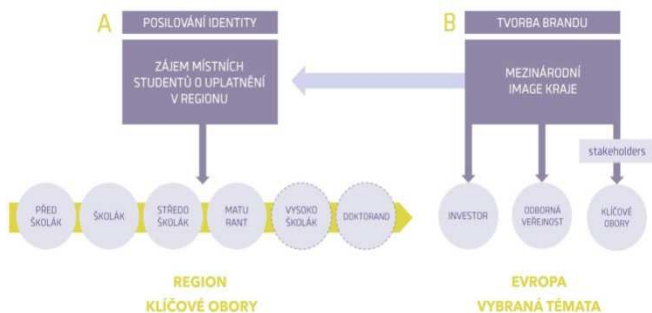
Zdroj dat: výsledky dotazníkového šetření mezi 80 stakeholdery

Z provedené analýzy dále vyplývá, že nejvýznamnějším problémem kraje, podobně jako dalších krajů v ČR, je nedostatek optimálně kvalifikovaných pracovních sil v klíčových oborech. Mnozí kvalifikovaní experti odcházejí do úspěšnějších regionů, profil odborníků v regionu pak neodpovídá zaměření firem, chybí motivace pro studium nižších praktických stupňů vysokoškolského studia a následný přesun do praxe v oborech a specificky pro region se pak přidává to, že chybí významnější podpora inovativnímu podnikání a větší popularizace vědy a výzkumu. Uvedený problém by měl být řešen motivací talentů především uvnitř regionu a v jeho sousedství, aby získali motivaci k profesní kariéře v regionu, hodnotili inovační činnost v regionu kladně, získali ke klíčovým oborům (elektrotechnický, strojírenský a chemický) vztah již při studiu a po získání kvalifikace/praxe neodcházeli do jiných regionů.

Návrh vlastní marketingové strategie stojí na dvou pilířích, které by měly běžet paralelně a měly by být zaštitěny jednou kreativou, aby došlo ke kumulování efektu.

První pilíř vychází z rozporu, že Pardubický kraj je dobrou adresou pro vědu, výzkum a inovace, ale stakeholderi necítí, že se mohou o image kraje opřít. Image Pardubického kraje by měla být posilována

v klíčových oborech, která jsou konkurenceschopná, prostřednictvím profesionálních marketingových materiálů.



Obr. č. 3: Komunikační strategie Pardubického kraje

Druhý pilíř se odráží od faktu, že firmy již spolupracují se středními školami, přesto je nedostatek kvalifikované síly stále nejpálčivějším problémem. Strategie navrhuje kontinuálně komunikovat, nikoli pouze vzbuzovat zájem talentů o klíčové obory regionu. Již probíhající přímá spolupráce firem se středními školami by měla být doplněna o další (z důvodu přesycenosti výuky a zahlcení učitelů) zejména mimoškolní aktivity (zájmové kroužky, tábory, zajímavé eventy apod.). Tento pilíř si klade za cíl ukázat studentům možnosti pracovního uplatnění v kraji a posilovat regionální identitu.

Marketingová strategie je ambiciózní, ale zároveň realistická. Vzhledem k tomu, že v ČR není regionální marketing ve sféře jiné než turistické

a administrativní prakticky až na Jihomoravský kraj řešen, je i proto zvolena cesta konkrétně zacílené strategie s jasnými dílčími kroky, nikoliv návrhu komplexního dlouhodobého řešení. Důležité je také společné využívání nově vytvořené značky více subjekty, mluvit o regionu podobným stylem a připravit kvalitní komunikační materiály, které budou posilovat dobré jméno Pardubického kraje.

Začala realizace Marketingové strategie

V návaznosti na schválení dokumentu „Marketingová strategie pro podporu inovací, vědy a výzkumu“ Radou Pardubického kraje a Krajskou radou pro inovace proběhlo na podzim roku 2018 výběrové řízení na dodavatele, který bude uvedenou strategii realizovat. Vítězný uchazeč, společnost Feedyou s.r.o., má v prvním kroku vytvořit 2 návrhy reklamní kampaně Pardubického kraje pro potřeby projektu Smart akcelérátor Pardubického kraje. O výběru návrhu bude rozhodovat pracovní skupina dne 15. 2. 2019 složená z vybraných zaměstnanců kraje a projektového týmu. V následném kroku bude dodavatel vytvářet materiály o regionu pro stakeholdery, studenty, talenty, pracovní listy o regionu pro žáky ZŠ a webové stránky, jejichž hlavním obsahem bude chatbot. Všechny vytvořené materiály budou široké veřejnosti představeny v rámci závěrečné konference projektu.

Pardubický kraj aktualizuje svoji inovační strategii

V rámci realizace projektu „Smart akcelérátor Pardubického kraje“ probíhá aktualizace RIS3 strategie Pardubického kraje. Ta byla schválena Zastupitelstvem Pardubického kraje v červnu roku 2014. První práce na aktualizaci strategie byly zahájeny na podzim v roce 2017, kdy na jednání inovačních platforem byla diskutována stávající návrhová část z pohledu priorit členů platforem. K problematice se mohli vyjádřit i členové Krajské rady pro inovace Pardubického kraje. Dalším důležitým podkladem jsou 4 tematické analýzy zpracované v rámci zakázky Mapování inovačního prostředí Pardubického kraje.

Ze současných zjištění se jeví, že i nadále konkurenceschopnými odvětvími v Pardubickém kraji budou chemie, elektrotechnika, textil, strojírenství

a doprava. Dle statistických ukazatelů dosahuje Pardubický kraj v oblasti inovací většinou průměrných hodnot. Prioritou dle firem je zajištění dostatečného množství a kvality lidských zdrojů. Problémem je i nadměrná byrokracie nejen při čerpání dotačních prostředků, ale i při vlastním fungování firem. Značné rezervy jsou v míře vzájemné spolupráce firem a v propojení výzkumu s praxí.

V současné době tým projektu Smart akcelérátor pracuje na všech částech tohoto dokumentu. Tyto vstupy budou zohledněny jak v analytické části, tak i v návrhové části. Součástí strategie bude i návrh Akčního plánu, který v cca dvouletém časovém horizontu stanoví dílčí priority a způsob jejich naplňování. Ukončení a schválení strategie předpokládáme do konce 1. pololetí roku 2019.

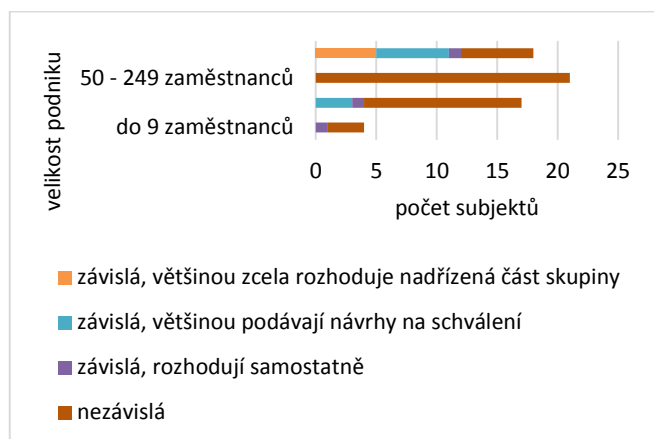
Výsledky z mapování inovačního prostředí v Pardubickém kraji

V období květen – září 2018 bylo provedeno terénní šetření, jehož cílem bylo získat informace o inovačním prostředí v Pardubickém kraji a o dalších souvisejících oblastech: geneze vzniku a současné situace firem; podnikatelská autonomie; produkty, strategie a konkurenční výhoda; zákazníci, trh a konkurence a lidské zdroje. V rámci šetření bylo pomocí polostrukturovaných rozhovorů dotázáno 61 firem, 7 výzkumných organizací a 40 škol. Stručné závěry ze 4 vytvořených analýz jsou uvedeny níže, celé znění analýz si můžete stáhnout zde: <https://www.pardubickykraj.cz/smart-akcelerator-aktuality/99065/mapovani-inovacniho-prostredi-pardubickeho-kraje>.

Firmy a výzkumné organizace

Cílem šetření zaměřeného na firemní prostředí bylo získat informace u těch subjektů, které se zabývají výzkumem a vývojem. Byly osloveny různé typy subjektů dle velikosti počtu zaměstnanců a dle odvětví, přičemž důraz byl kladen na textilní, strojírenský, chemický, plastikařský, elektrotechnický průmysl a podniky z oblasti výroby dopravních prostředků a IT.

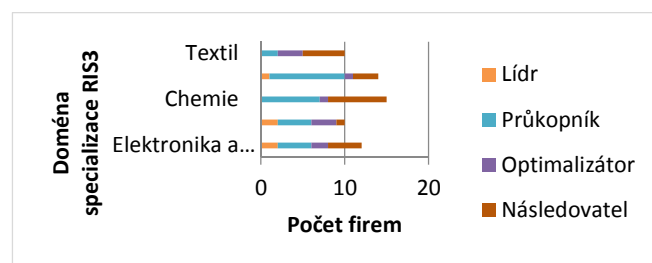
- V provedeném šetření převládaly podniky, které jsou samostatné (37 subjektů). Zbývající subjekty patří do kategorií větší podnik s provozovny po ČR (12) a provozovna nadnárodní společnosti (12).



Graf č. 1: Míra autonomie firem podle počtu zaměstnanců v Pk (r. 2018)

Zdroj dat: terénní šetření 2018, vlastní zpracování

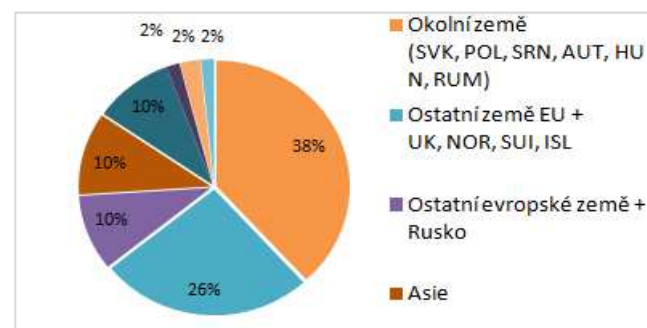
- Více než polovina dotazovaných firem se označuje za průkopníky – tzn., že usilují o zcela nová řešení potřeb a problémů zákazníků a o neustálou inovaci. Druhou nejpočetnější skupinou jsou následovatelé – firmy snažící se rychle reagovat na kroky lídra, být s ním v popředí trendů a změn na trhu. Inovační úsilí Optimalizátorů se zaměřuje zejména na maximální efektivitu, snižování nákladů, často nákupem cizí technologie. 5 firem z celkového vzorku 61 se označuje za lídry, kteří udávají v některé ze svých oblastí podnikání trendy a změny na světovém trhu, které následuje konkurence.



Graf č. 2: Firmy z hlediska pozice a globálních technologických trendů v daném oboru v Pk (r. 2018)

Zdroj dat: terénní šetření 2018, vlastní zpracování

- 90 % firem exportuje, z toho téměř třetina dotazovaných firem exportuje víc než 76 % produkce. Dvě třetiny exportu jsou směřovány do okolních zemí a do zemí EU. Pětina firem si myslí, že patří mezi TOP 5 ve světě, 13 % mezi TOP 5 v Evropě a 39 % mezi TOP 5 v rámci Česka.



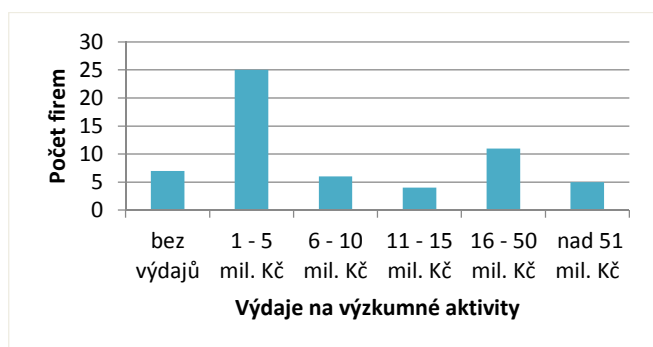
Graf č. 3: Oblasti exportování firem Pk (r. 2018)

Zdroj dat: terénní šetření 2018, vlastní zpracování

- V průběhu terénního šetření byla zjišťována i koncentrace zákaznické struktury do užšího počtu odběratelů, která může vytvářet v případě náhlého ukončení odběru komplikace a rizika. 69 %

dotazovaných uvádí dostatečně distribuovanou strukturu, to znamená, že 3 jejich nejvýznamnější zákazníci nemají většinový (více než 50%) podíl na jejich obratu. U 13 % firem naopak zásadní zákazníci představují více než 75 % obratu.

- Inovace v Pardubickém kraji realizuje zejména soukromý sektor. Ve firmách převažují produktové (49 %) a technologické (39 %) inovace. Úspěšné organizace s intenzivním VaV působí na globálních trzích a nabízejí finální výrobky s vysokou přidanou hodnotou. 90 % podniků vynakládá prostředky na výzkum a vývoj (graf č. 4). 40 % procent firem řeší výzkum a vývoj nad rámec svých zakázek (např. i ve spolupráci s externími subjekty – univerzita, výzkumný ústav apod.). Dalších 40 % dotazovaných firem má výzkumné a vývojové aktivity, které váže na konkrétní zakázku. To ve většině případů znamená, že zákazník přichází s potřebou na funkci, vzhled, užitnou vlastnost výrobku a firma zabezpečuje vývoj a dodání takového výrobku dle specifikace.



Graf č. 4: Firmy dle jejich odhadu výdajů na výzkumné a vývojové aktivity v Pk (r. 2018)

Zdroj dat: terénní šetření 2018, vlastní zpracování

- Nedostatek zaměstnanců (z hlediska kvantity i kvality) představuje aktuálně nejzásadnější problém. V současné době je nejčastěji vyžadovanou dovedností u uchazečů chuť pracovat a rozvíjet se, až na druhém místě je odbornost. Dalším důležitým požadavkem je jazyková vybavenost. Často zmiňovaným problémem byla nepřipravenost studentů pro praxi.

- Z šetření vyplynula i nespokojenost se současným stavem administrativy a byrokracie ve veřejné správě. Dále mnoho respondentů nemá dobré zkušenosti s dotacemi z EU.

Školy

Druhá část terénního šetření byla zaměřena na školy, u kterých byly zjišťovány informace z oblastí: polytechnické vzdělávání, rozvoj talentů, networking.

V rámci terénního šetření bylo navštíveno 9 ZŠ, 27 SŠ, 3 VOŠ a Univerzita Pardubice.

- Ze šetření vyplynulo, že všechny školy mají zpracovány plány výuky polytechnických předmětů, které jsou vzájemně obsahově i časově provázány. Prostor pro rozvoj z hlediska průběhu výuky ředitelé vnímají v oblasti vzdělávacích materiálů pro výuku polytechnických předmětů, zvláště na SOU a SŠ, kde v některých oborech aktuální učebnice na trhu zcela chybí. Učitelé pak suplují nedostatek učebnic tvorbou vlastních materiálů, jejichž kvalita se odvíjí od know-how dané školy a konkrétního učitele.

- Čtvrtina škol aktivně pracuje s výukou polytechnických předmětů v cizím jazyce. Většinou se ale jedná o pilotní projekty, kterých se účastní pouze několik málo tříd.

- Největší procento potřeb pro zlepšení technického vybavení či kvality prostředí připadá na VOŠ a ZŠ. Zhruba třetina SŠ vnímá podobně výraznější nedostatky ve vybavení (především technické vybavení, nové stroje, se kterými se mohou žáci setkat v praxi). Zde vnímají ředitelé velký potenciál pro zatraktivnění školy a oboru.

- Mezi překážky pro rozvoj polytechnického vzdělávání patří: nedostatečné technické vybavení odborných učeben, nedostatek financí na úhradu vedení volitelných předmětů a kroužků a nedostatečná dostupnost IT (školy využívají především EU projektů pro aktualizaci vybavení IT, tempo vývoje těchto technologií je však rychlejší než možnost obnovy vybavení v rámci projektů).

- Na všech školách jistým způsobem probíhá práce s talentem. Učitelé pracují s talentovanými žáky intuitivně na základě své vlastní zkušenosti, jen 5 % škol absolvovalo kurzy pro rozvoj talentovaných žáků. SŠ by ocenily více možností nabídky systematického rozvoje např. talentovaných žáků SŠ na vysokých školách. Na druhou stranu Univerzita Pardubice například každoročně vypisuje témata pro SOČ a vnímá zapojení SŠ do této aktivity jako minimální.

- Propojenost výuky ve školách s praxí ve firmách se zásadně liší dle typu školy. Většina škol aktivně spolupracuje s firmami (79 %), nejméně intenzivně spolupracují základní školy a gymnázia. Aktivity v této oblasti mají zejména osvětový charakter v návaznosti na pozitivnější vnímání technických

oborů a profesí (např. exkurze, přednášky odborníků z praxe, tvorba komiksu pro děti, apod.). Kromě toho někdy firmy nabízejí i sponzoring např. ve formě příspěvků na vybavení, pomůcek či dopravu. Výjimečnou pozici má pro gymnázia společnost Contipro a. s., která systematicky pořádá programy pro studenty (Fybich) a kromě realizace seminářů jim umožňuje i stáže v praxi firmy a účast na výzkumu.

- Nejširší paleta využívané spolupráce s firmami je realizována na SOU a SOŠ (praxe, přednášky

odborníků z praxe, školení pro pedagogy, brigády pro studenty ve firmách, materiální podpora nákupu vybavení). V některých případech je propojení s praxí posíleno také diskusí studijního programu a aktuálnosti obsahu učebnic se zástupci spolupracujících firem.

- S výzkumným pracovištěm spolupracuje zhruba jen třetina SŠ, ZŠ a většina VOŠ v rámci dotazovaného vzorku s výzkumnými pracovišti nespolečně vůbec.

Další aktuality

Příprava projektu Smart akcelerator 2

V rámci operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání byla 17. 8. 2018 vyhlášena výzva Smart Akcelerator II pro programové období 2014 – 2020. Cílem výzvy je umožnit v jednotlivých krajích České republiky rozvoj inovačního prostředí v souladu s Národní RIS3 strategií a jejími krajskými přílohami. Výzva podpoří budování a rozvoj kapacit, organizačních struktur a know-how na úrovni jednotlivých krajů tak, aby se zde mohl rozvíjet výzkum, vývoj, inovace. Tento proces zahrnuje soukromý sektor, výzkumné a vzdělávací instituce, veřejný sektor a další klíčové místní aktéry.

Nyní je realizačním týmem projektu připravován projektový záměr, který v následujících týdnech bude schvalovat Rada Pardubického kraje. Cílem projektu Smart akcelerator v Pardubickém kraji II je navázat a kontinuálně pokračovat v realizaci aktuálně probíhajícího projektu, zejména v rámci aktivit Asistence, Mapování a Marketing. V případě úspěšného postupu při schvalování žádosti nadřízenými orgány by realizace projektu probíhala od 1. 9. 2019 do 31. 12. 2022.

Blíží se závěrečné vyúčtování voucherů

V rámci klíčové aktivity Asistence, jejímž cílem je podpořit realizaci rozvojových projektů s významným dopadem na inovační systém v kraji, bylo podpořeno několik veřejných subjektů v kraji. Finanční podpora byla určena na zpracování žádosti a dalších podkladů, které jsou potřebné pro předložení žádosti do výzvy vhodného dotačního programu na národní či evropské úrovni. Na základě výzvy, která byla vyhlášena dne

30. 5. 2017, bylo schváleno všech 7 předložených žádostí s požadovanou výší dotace téměř 2,4 milionu korun. Žadateli byli Univerzita Pardubice se 3 projekty, Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje se 3 projekty a Statutární město

Pardubice s 1 projektem. Schváleny a proplaceny ke konci roku 2018 byly 3 projekty, další projekt předložil závěrečné vyúčtování. S největší pravděpodobností však 1 projekt nebude realizován, jelikož nebyla vyhlášena doposud žádná odpovídající výzva, do které by mohl být projekt předložen. Dle pravidel výzvy musí být finální vyúčtování předloženo nejpozději do 31. 3. 2019.

!!! Nabízíme zprostředkování Vašich úspěchů a inovací do regionálních médií !!!

Vybraní novináři se zúčastní organizovaných regionálních media tripů. Pokud máte zájem o propagaci Vašich inovací v regionálním tisku nebo chcete vědět více o této aktivitě, kontaktujte nás: monika.kasikova@pardubickykraj.cz.