

PILÍŘE STRATEGICKÉHO RÁMCE

2 Pilíř A. Podnikání a inovace

Strategické cíle	Pilíř A. Podnikání a inovace Rostoucí podniky schopné se vyrovnávat se změnami na globálních trzích.			
	↑	↑	↑	↑
Co se změnilo	A.1 Růst podniků a jejich pronikání na nové trhy, vyšší odolnost při změnách na trzích.	A.2 Vznik nových firem a jejich větší úspěšnost.	A.3 Vyšší inovační výkonnost ekonomiky, více inovativních firem.	A.4 Stabilizace a rozvoj stávajících velkých firem.
	<i>Způsoby měření:</i> - Podíl exportu na HDP - Podíl exportujících MSP	<i>Způsoby měření:</i> - Počet nově vzniklých firem za rok - Podíl MSP úspěšně podnikajících 5 let po založení - Podíl podnikajících osob na celkovém počtu ekonomicky aktivních	<i>Způsoby měření:</i> - Podíl firem, které zavedly na trh nový produkt - Podíl firem, jejichž konkurenční výhoda je založena na inovacích - Počet výsledků VaV zavedených na trh	<i>Způsoby měření:</i> - Počet zaměstnanců v klíčových oborech - HDP vytvořené v klíčových oborech
	↑	↑	↑	↑
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zlepšení klíčových znalostí a kompetencí v oblasti marketingu a zahraničního obchodu ▪ Dostupnost exportní infrastruktury pro MSP ▪ Znalost trhů, trendů a požadavků zákazníků 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dostupnost financování pro začínající podnikatele ▪ Rozvoj sektoru služeb ▪ Motivace a vzdělání pro podnikání 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalitní výzkum a vývoj ve firmách ▪ Zvýšená poptávka po výsledcích VaV v akademických institucích ▪ Motivace a vzdělání k inovačnímu podnikání 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Efektivnější propojení klíčových hodnotových řetězců v krajích ▪ Znalost situace a očekávaného vývoje v klíčových oborech ▪ Zvýšené uplatnění firem na zahraničních trzích

Cíl: Rostoucí podniky schopné se vyrovnávat se změnami na globálních trzích.

Podstatou hospodářské restrukturalizace je přizpůsobování a změna podniků, které v krajích působí a jejich další úspěšný růst/rozvoj a změna struktury hospodářství jako celku, k níž dochází nejen proměnou stávajících podniků, ale především rozvojem nových ekonomických aktivit a nových podniků. Transformace podniků souvisí s adaptací a větší odolností vůči změnám na trzích, na nichž působí a které jsou vůči dotčeným krajům změnami vnějšími, především však tato odolnost znamená, že firmy budou schopny se na změny aktivně připravovat a využívat příležitostí, které změny přinášejí, k vlastnímu růstu a rozvoji. Současně musí vznikat nové firmy a do kraje přicházet firmy odjinud, v českých podmínkách především ze zahraničí, ale kraje musí být atraktivní i pro domácí podnikatele.

Úspěšné podnikání, kdy podniky rostou, zaměstnávají lidi, investují, vytvářejí a realizují zisk, je základní podmínkou zlepšení kvality života v regionech. Cíle prvního pilíře dosáhneme, pokud bude vznikat více než dosud nových úspěšných firem a současně firmy (současné i nové) budou trvale, aktivně a flexibilně nacházet nové zákazníky (velmi často v zahraničí). Aktivní práce především se zahraničními trhy je klíčovou součástí hospodářské restrukturalizace.

2.1 Návaznost na analýzu a predikce

1. Kraje MSK³, ÚSK⁴ a částečně i KVK⁵ jsou více **závislé na jednom klastru / velkých tradičních firmách**, tj. existuje větší počet vzájemně propojených firem a jejich zaměstnanců než v krajích bez hutnictví a důlního průmyslu. Proto také nejistá budoucnost velkých tradičních podniků negativně ovlivňuje celou ekonomiku.
2. **Obory ekonomiky, které jsou pro tyto tři kraje klíčové, jsou v současné době více ohroženy globální konkurencí.** Těžba uhlí v MSK není za současných nízkých světových cen konkurenceschopná, v KVK a ÚSK je nutno počítat při zachování limitů s vyčerpáním zásob kolem roku 2040, resp. 2050-60. Ocelářství v celé Evropě se obává čínské konkurence, před kterou je zatím chráněno celními opatřeními. Energetika (uhelné elektrárny a teplárny) závisí na dostupnosti levného uhlí. Lázeňství (KVK) konkuruje převážně nízkou cenou, nabízí nízké mzdy a za těchto podmínek nemá potenciál rozvoje. Automobilový průmysl je všude novým významným sektorem díky přímým zahraničním investicím. Momentálně se jedná o rostoucí segment, ale významná závislost celé české ekonomiky na tomto druhu průmyslu může být v případě krize i nevýhodou.
3. Vedle toho je v krajích MSK, KVK a ÚSK ze všech krajů v ČR nejnižší intenzita podnikatelské aktivity a **nízká dynamika vzniku nových podniků** všeho druhu (obchodních společností i fyzických osob podnikajících). Jelikož se také méně podílejí na zaměstnanosti, kde dominují střední a velké podniky (v českém kontextu), je zdánlivý význam MSP a podnikatelství vůbec pro tyto kraje menší než jinde.
4. Jakkoli byl příchod přímých zahraničních investic (dále jen „PZI“) do všech krajů významným faktorem zaměstnanosti a pomohl absorbovat část pracovní síly uvolněné z tradičních oborů, jsou zejména v ÚSK a KVK, které hraničí se SRN, ve větší míře lokalizovány provozy PZI, které mají charakter nesamostatných dílenských provozů využívajících levné pracovní síly, jež jsou

³ Studie o hodnotových řetězcích v MSK, Agentura pro regionální rozvoj MSK (dále jen „ARR“) – srpen 2013

⁴ Regionální inovační strategie Ústeckého kraje, Berman Group – leden 2014

⁵ Regionální zpráva – klastrový potenciál Karlovarského kraje, Berman Group – červen 2013

- postaveny na práci ve mzdě. Podobný charakter mají i některé podnikatelské aktivity, kdy české firmy vyrábějí pro odběratele za hranicemi vstupy, jejichž hlavní konkurenční výhodou je cena, přestože se jedná i o technicky náročné produkty. České firmy tohoto druhu, přestože formálně samostatné, jsou závislé na několika málo odběratelích a jejich aktivity jsou podobné práci ve mzdě.
5. Ve všech třech krajích navíc ještě existují relativně odlehlá, obvykle pohraniční území spíše venkovského charakteru, která patří mezi zaostávající regiony a kde je ekonomická a sociální situace ještě horší než ve zbytku těchto krajů.
 6. Bez změny situace ve strukturálně postižených krajích v oblasti podnikání se nezmění intenzita podnikatelských aktivit, stávající malé a střední podniky (dále jen „MSP“) přijdou o své klíčové odběratele v krajích a nenaleznou nové, a nové podnikatelské aktivity nebudou vytvářet dostatečný počet pracovních míst. Schopnost krajských ekonomik vyrovnat se s poklesem či odchodem firem v tradičních odvětvích nebo firem, které mají charakter práce ve mzdě, pokud by k němu došlo náhle, bude i nadále nedostatečná. Důsledkem bude nárůst nezaměstnanosti, který bude v řádu jednotek procentních bodů. Bude přetrvávat nízká ochota/schopnost obyvatel v dotčených krajích řešit např. ohrožení nezaměstnaností tím, že zkusí začít podnikat, a tím budou dále zvyšovat riziko nárůstu nezaměstnanosti.
 7. Menší míra vzniku nových firem, resp. menší míra vzniku inovativních firem znamená menší počet nově vznikajících atraktivních pracovních míst. To bude posilovat trend odchodu mladších, vzdělanějších lidí a lidí hledajících kariéru uplatnění v zaměstnání do jiných, vyspělejších krajů v ČR, např. do Prahy a okolí, do Plzně a okolí, do Brna, Olomouce, a v případě ÚSK a KVK i do blízkého Německa. Tím se bude dále snižovat potenciál vzniku nových firem.
 8. Všechny tři kraje si v rámci strukturovaného komunitního procesu přípravy strategie inteligentní specializace identifikovaly klíčové hodnotové řetězce⁶, na něž hodlají zaměřit svůj strategický rozvoj. Tyto řetězce představují vyvážený mix mezi tradičními obory (energetika, hutnictví, strojírenství) a obory novými (informační technologie, biotechnologie, využití obnovitelných zdrojů energie, rekultivace), neboť není možné ze dne na den opustit existující strukturu hospodářství a kompletně ji změnit.

2.2 Strategické cíle a oblasti změn

2.2.1 Strategický cíl A.1: Růst podniků a jejich pronikání na nové trhy, vyšší odolnost při změnách na trzích.

Podniky v době globální ekonomiky musí neustále hledat a nacházet nové zákazníky, jinak jim hrozí stagnace a zánik. V dotčených krajích je situace složitá kvůli tomu, že firmy v tradičních oborech byly dlouhodobě orientované na „klastur uhlí a oceli“ – rozhodující místní podniky, které nyní mají nebo v budoucnu mohou mít problémy s vlastním rozvojem. Proto, aby se problémy jedné velké firmy nepřenášely do celého řetězce dodavatelů, je nezbytné usnadnit přístup na nové trhy firmám, které

⁶ Klíčové hodnotové řetězce v ÚSK jsou „energetika“ (těžba a důlní stroje, doprava, výroba energie, doprava energie, rekultivace); „chemie“; „sklářství“ a významné společenské výzvy – ochrana životního prostředí, rekultivace. V MSK jde o „hutnictví-strojírnoství“, automobilový průmysl, informační technologie a elektrotechniku, biotechnologie a energetiku. V KVK byly identifikovány strojírenství a zakázková kovodělná výroba, elektrotechnika, automobilový průmysl, „energetika a využití OZE, zpracování druhotných surovin – pokročilé technologie rekultivace“, lázeňství a cestovní ruch a „tradiční průmyslová odvětví – sklo, porcelán a další nekovové minerální výrobky“.

působí v tradičních oborech, využívají svoje know-how a jsou schopny nalézt nové příležitosti se stávajícími produkty na pro ně nových trzích, aby našly náhradu za stávající odběratele.

Vedle toho je samozřejmě hledání nových zákazníků důležité i pro všechny ostatní firmy. Proto by se v rámci tohoto cíle měla zvýšit schopnost podniků identifikovat koncové trhy, reagovat na ně a vyvíjet pro ně své produkty a služby.

Oblasti změn pro dosažení strategického cíle

Celá česká ekonomika je silně závislá na exportu, a proto by se zdálo, že firmy nemají problém s uplatněním na zahraničních trzích. Tento pohled není správný, neboť export je v první řadě tažen pobočkami nadnárodních firem, které spolu s výrobou do ČR přinesly i znalost trhů. Domácí malé a střední podniky se potýkají s nedostatečně rozvinutými kompetencemi a kapacitami pro zahraniční obchod a bylo zjištěno⁷, že mnohem lépe jsou schopny připravit / inovovat vlastní produkt než zjistit, zda takový produkt naleznou zákazníci. Vedle toho čelí MSP řadě bariér internacionalizace vlastních aktivit, a to zejména s rostoucí geografickou a kulturní vzdáleností cílových trhů od ČR. Malé firmy mají rovněž problém se zajišťováním servisu a dalších služeb pro zákazníky na vzdálených trzích.

Úspěch na zahraničních trzích tak vyžaduje **kombinaci kvalitního produktu, znalosti trhu a požadavků zákazníků**. Nezastupitelnou roli hraje i ochota / motivace firem k samotnému exportu. Ve světě je totiž často u MSP pozorován jev, kdy po vstupu na zahraniční trhy jejich ziskovost poklesne v důsledku nově vyvolaných nákladů, takže se z krátkodobého hlediska export firmám nevyplatí.

Česká ekonomika, a pro strukturálně postižené kraje to platí mnohem více, má celkově velmi málo firem, které svými produkty samy utvářejí trh. To jsou podniky, které jsou schopné přijít s produkty, které zákazníci do té doby neznali a nevěděli, že je chtějí. Takové firmy se svou znalostí budoucích potřeb velmi dobře na trzích prosazují. V MSK mezi ně můžeme zařadit firmy jako LANEX, a.s., nebo Tonak, a.s., v ÚSK například TOS Varnsdorf a.s.

Převážná většina firem však musí pracovat s dnešními požadavky zákazníků a odhadovat, kterým směrem se budou ubírat trhy, a na to reagovat. Pokud takové firmy přijdou o stávající dlouholeté zákazníky (což momentálně hrozí u dodavatelů těžařských nebo ocelářských firem), mají velké problémy s vytvořením nabídky pro zákazníky nové.

K dosažení cíle je nutné zvýšit **dostupnost strategických informací o cílových trzích**, znalost trendů a preferencí na zahraničních trzích, stejně jako regulačních specifik, kulturních rozdílů a obchodních zvyklostí. Vedle toho musí firmy **zlepšit klíčové kompetence v oblasti marketingu a zahraničního obchodu**, osvojit si účinné metody řízení expanze na zahraničních trzích, včetně obchodních zkušeností potřebných pro konkrétní cílové trhy. Nakonec je potřeba **vybudovat potřebnou obchodní infrastrukturu zejména pro MSP**, jako jsou sdílená obchodní zastoupení, servisní střediska a distribuční kanály.

Typová opatření

Tato část poskytuje stručný, ilustrativní přehled možných opatření.

⁷ Závěrečná zpráva projektu INKA, Technologická agentura ČR (dále jen „TA ČR“) – červen 2015

- **Finanční nástroje** představují oblíbený, ověřený a fungující způsob podpory exportu. Dlouhou dobu se jim aktivně věnují instituce jako Česká exportní banka (dále jen „ČEB“), Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (dále jen „EGAP“) nebo CzechTrade. Na podporu marketingových aktivit a exportu zejména MSP je určen již druhé programovací období program Marketing (Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost, dále jen „OPPIK“)⁸. V tuto chvíli proto nedoporučujeme „vymyšlení“ nového finančního produktu na podporu exportu, ale jejich větší využití v dotčených krajích cestou poskytování informací a cíleného poradenství. Druhu cestou ke zvážení je pozitivní bonifikace firem ze strukturálně postižených nebo zaostávajících regionů pro účast v těchto programech.
- Na finanční nástroje by měla navazovat „**exportní akademie**“ poskytující **specializované manažerské vzdělávání**, vědomosti a znalosti nezbytné k úspěchu na zahraničních trzích. Do programu, který by měl také zprostředkovat strategické informace o vývojových trendech pro konkrétní trhy, by byli zapojeni úspěšní manažeři / exportéři a řídit ho specializované regionální instituce. Toto opatření je plánováno i ve Strategii inteligentní specializace ČR a v dotčených krajích by mohla proběhnout první realizace v ČR.
- Pro firmy, které zatím nemají s exportem zkušenosti, je vhodné vytvořit nový **speciální program podnikového rozvoje**, v jehož rámci se podniky účastní asistovaného rozvojového procesu v délce cca 12 měsíců. Vzorem může být např. norský **Regionální program na podporu vývozu a internacionalizace MSP**. Podpora zahrnuje odborné konzultace a koučing, hodnotící mise na sousední trhy, financování prvního vstupu na zahraniční trh⁹. Program je rozdělen do čtyř fází: 1) rozpoznání a posouzení potřeb a fází životního cyklu společností, které projeví zájem, tj. zda jsou ochotny, schopny a připraveny zúčastnit se programu a zda pro ně může být program přínosem; 2) analýza schopnosti inovačního tržního a technologického rozvoje společnosti; tato analýza je východiskem pro tržní a technologické projekty, které budou v průběhu programu realizovány; 3) plánování: pomoc společnostem při přípravě plánů pro jejich tržní nebo technologické projekty; 4) provádění: pomoc společnostem s realizací jejich projektů prostřednictvím na míru šité podpory využívající různých služeb v oblasti kvalifikací, poradenství, vytváření sítí spolupráce nebo financování.
- Malé a střední firmy mají z principu (kapacitní důvody) problém obsluhovat velké množství vzdálených trhů. Překonat tento problém pomáhá vytváření nejrůznějších exportních aliancí, jež mohou **sdílet proexportní infrastrukturu**, jako jsou sdílená obchodní zastoupení, sdílené distribuční kanály nebo přímá podpora servisních center a služeb péče o zákazníky na cílových trzích MSP. Veřejná správa může tyto aktivity podporovat nepřímo (poskytování informací, školení, vyhledávání partnerů) nebo např. cestou financování tzv. **externího vývozního manažera**, který nabízí firmám místní přítomnost na cílovém trhu a kde je žádoucí využít sítí a vazeb, které si již vytvořili etablovaní exportéři. V praxi to znamená, že velké firmy budou otevírat cestu na zahraniční trh malým a středním a budou za to „odměněny“ státní dotací. Tento nástroj se může inspirovat zkušenostmi z Finska¹⁰. Náplň práce vývozního manažera lze uzpůsobit potřebě firem. Mezi jeho primární úkoly patří studie trhu, konkurence, chování a požadavků zákazníků, vyhledání partnerů a jednání s nimi.

⁸ ITI Ostravské a Ústecko-chomutovské aglomerace plánují opatření na podporu exportu, ale bez financování OP PIK.

⁹ Podpora internacionalizace malých a středních podniků - Výběr osvědčených postupů; DG Industry 2008

¹⁰ <https://www.finpro.fi/web/eng/export-partner-groups-synergistic-co-operation-in-exporting>

- Veřejná správa – zástupci pro-podnikatelské infrastruktury mohou také provádět **analýzy zaměřené na odhad potenciálně atraktivních zahraničních trhů** a příležitostí, jejichž cílem je poskytnout firmám kvalitní a podrobné informace. Jednotlivé kraje mají vytipované prioritní rozvojové obory (zejména v regionálních RIS3 strategiích) a mohou proto analýzy správně tematicky zaměřit. Jiným způsobem podpory MSP je asistence při **získání certifikací** a jiných dokladů **potřebných pro vstup na zahraniční trhy**. V ČR působí např. Strojírenský nebo Elektrotechnický zkušební ústav, nová služba by spočívala v informační podpoře a poradenství vztahujícím se k certifikaci.

2.2.2 Strategický cíl A.2: Vznik nových firem a jejich větší úspěšnost

Tento strategický cíl řeší nízkou míru podnikatelské aktivity a dynamiky v dotčených krajích. Jeho náplní je **usnadnit vznik firem všem, kteří mají zájem a vůli zahájit podnikání**; za tím účelem motivovat obyvatele krajů k zakládání nových firem. Jakkoliv většina nových živností a podniků nepřinese zásadní změny v krajské ekonomice, jsou důležité proto, aby snižovaly nezaměstnanost a spoluvytvářely podnikatelskou kulturu.

Žádoucí nadstavbou nad „prostým vznikem firem“ bude situace, kdy se vzniklé firmy díky své inovativnosti a konkurenční výhodě založené na produktech uplatnitelných na globálních trzích stanou z pohledu restrukturalizace „kondenzačními jádry“ změny struktury hospodářství krajů. Realizace strategického cíle by tedy měla usnadnit **vznik zejména inovačních start-up a spin-off¹¹ firem**, které budou jedním ze zdrojů restrukturalizace hospodářství, spoluvytvoří dlouhodobý zdroj růstu a povedou ke zvyšování produktivity celé krajské ekonomiky.

Oblasti změn pro dosažení strategického cíle

Již bylo uvedeno, že všechny tři dotčené kraje vykazují nízkou míru podnikatelské aktivity a dynamiky vzniku nových firem. To částečně vychází ze zaměstnanecké kultury nepodporující podnikání nebo podnikavost a ochotu podnikat, a patrně i obecně z menšího množství podnikatelských nápadů vzhledem k sociální struktuře obyvatelstva. Tento strategický cíl proto úzce souvisí s pilířem „Lidské zdroje“. Proto je třeba zvýšeného úsilí především ve vyhledávání nových potenciálních podnikatelů a silný/propojený systém koučingu a mentoringu pro zahájení a první roky podnikání. Vzhledem k odchodu mladých lidí ze strukturálně postižených krajů dochází pravděpodobně také ke ztrátám podnikatelsky iniciativních lidí. Proto je specifickým cílem na zvýšení podnikavosti také udržení malých a začínajících firem v krajích, aby se neodcházely rozvíjet jinam (např. do Prahy, Brna, Plzně apod.).

Podpora zahájení prvního podnikání, a to jak mezi mladými absolventy vysokých škol (dále jen „VŠ“) či střední škol (dále jen „SŠ“), tak mezi lidmi ve středním věku, kteří mají (většinou spíše odborné než podnikatelské) zkušenosti je jednou z cest ke zvýšení počtu nových firem. Cílem je včas identifikovat podnikatelské nápady a potenciální podnikatele a pomoci jim přetvářet nápady v úspěšné firmy, které porostou a budou zaměstnávat další lidi. Je zároveň žádoucí, aby vznikaly „obyčejné“, neinovační, služby pro obyvatele, jejichž cílem v první řadě bude vytváření pracovních míst. Lidé, kteří jsou dnes nezaměstnaní, čerství absolventi (středních) škol, ale i ti, kteří nejsou spokojeni se svým zaměstnáním, by měli být maximálně motivováni k tomu, aby zahájili vlastní podnikání

¹¹ **Spin-off** je firma založena (obvykle univerzitou) za účelem komercializace výsledků výzkumu / duševního vlastnictví vytvořeného ve výzkumné organizaci.

např. ve službách. Na identifikaci nápadů musí navazovat podpora, která podnikatelům umožní překonat obtížné počáteční fáze a pomůže jim růst – zvýšení míry přežití firem je součástí tohoto cíle.

Podpora bude mít několik forem, ale vždy je důležité zlepšení dostupnosti financování, zvláště pro malé podniky s krátkou historií, pro začínající podnikatele a pro mladé zahajující vlastní podnikání, a zvýšit dostupnost rizikového kapitálu. Na rozdíl od jiných krajů v ČR je ve strukturálně postižených krajích ještě o něco horší přístup k financování malých a zejména začínajících či jinak rizikových podnikatelů a jejich záměrů, a to vzhledem k horší sociální situaci v krajích a k obecně nepodnikatelské kultuře, které dohromady snižují pravděpodobnost získat finanční prostředky v okruhu širší rodiny, snižují ochotu vůbec riskovat v podnikání vlastní prostředky a pravděpodobně také poněkud omezují možnost půjčit si vzhledem k tomu, že rodiny mají často menší vlastní majetek; opatření usnadňující přístup začínajících podnikatelů k financování jejich podnikatelských záměrů musí, při vši nezbytné obezřetnosti, s uvedenými faktory počítat;

Přestože pro restrukturalizaci je významné inovační podnikání, a ve strukturálně postižených krajích jsou i inovace nižších řádů důležitější než jinde, v dotčených krajích má význam i podnikání v běžných službách, zejména pokud vede k vytváření pracovních míst. Podmínkou v tomto případě je, že podpora takových podnikatelských záměrů nevytěsňuje nebo nezhoršuje podmínky pro stávající podnikatele v daném oboru, přestože se jinak nejedná o veřejnou podporu podle zákona. Ve strukturálně postižených krajích je více než jinde nezbytné, aby nedocházelo k narušení tržní soutěže a k ohrožení či zhoršení podmínek pro stávající firmy, právě vzhledem k menší celkové podnikatelské aktivitě v daných krajích.

Vedle obecné podpory podnikání je účelné zabývat se specifickými obory a sektory, ve kterých mohou nové podniky vznikat. Jedním takovým sektorem je oblast služeb. Celá Česká republika se např. musí vypořádat s následky stárnutí obyvatelstva a nepříznivou demografickou prognózou, KVK a MSK jsou v tomto ohledu ještě postiženější. Je evidentní, že ať už veřejné nebo soukromé služby pro osoby ve věku 60+, 70+, 80+, nebo pro osoby se zdravotním omezením apod. budou poptávány stále více. V krajích ÚSK a KVK poblíž německé hranice může vznikat i poptávka od německých klientů a tato možnost by neměla být opomenuta. Pochopitelně existuje celá řada dalších veřejných služeb, které jsou i součástí pilíře „Sociální problematika“, které zejména v ÚSK a MSK mohou hrát velmi významnou úlohu.

Neexistence univerzity v KVK a specifické zaměření a menší počet studentů Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem (dále jen „UJEP“) představují daleko menší (v KVK dokonce velmi omezený) potenciál pro vznik spin-off firem využívajících univerzitního know-how. Podpora vzniku takových firem proto v dotčených krajích musí zahrnovat budování podnikatelské infrastruktury a motivaci ke spolupráci podnikatelského a akademického sektoru. Nezbytným krokem je opět práce s vysokoškolskými studenty, povzbuzování jejich podnikatelských ambicí a výchova k podnikání.

Typová opatření

Tato část poskytuje stručný, ilustrativní přehled možných opatření.

- **Finanční nástroje na zahájení a rozvoj podnikání** – zvýhodněné úvěry nebo záruky za úvěry začínajícím i zkušeným MSP nabízí dlouhodobě Českomoravská záruční a rozvojová banka (dále jen „ČMZRB“), programy ZÁRUKA a INOSTART. Pokud je absorpční kapacita na straně MSP dostatečná, je možné tyto programy finančně posílit.

- Zakládání firem může být v dotčených krajích významně podpořeno pomocí speciálních regionálních fondů. Součástí opatření je i poskytování poradenství. **Regionální finanční nástroje** v ČR reprezentují zejména dotační programy na financování inovačně zaměřených MSP a programy na poskytování zvýhodněných úvěrů včetně příspěvků na úroky. Příkladem může být Dotační program Jihomoravského kraje pro začínající podnikatele či Program na podporu start-upů v MSK. Mezi úvěrovými nástroji pak lze jmenovat zlínský program Regionální úvěr nebo Mikroúvěr či Program podpory MSP prostřednictvím poskytování mikropůjček, který funguje v JMK a MSK. Největším problémem všech těchto nástrojů je nízká alokace (obvykle jednotky nebo nízké desítky milionů Kč), kterou je žádoucí zvýšit.
- Jako nový nástroj se nabízí **Podnikatelský voucher**. Jednalo by se o nenávratný mikro-grant o velikost nižších stovek tisíc Kč podmíněný realizací podnikatelských aktivit poskytnutý pro zahájení podnikání osobám, které mají vlastní inovativní nápad, jsou připraveni, mají vlastní prostředky a jsou připraveni je do podnikání vložit a potřebují prostředky na určitou, relativně krátkou dobu, než se jim podaří firmu rozjet (nebo zkrachují). Jinou variantou by byl **voucher pro začínající podnikatele** na překlenutí finančních problémů při zahájení podnikání nebo přechodu ze zaměstnání k podnikání (pro absolventy, případně jiné specifické skupiny).
- **Finanční poradenství** – nedílnou součástí poskytování finančních nástrojů je poradenství a zvyšování informovanosti o možnostech získání financí pro (začínající) MSP. Vyspělé instituce pro-podnikatelské infrastruktury již dnes poskytují široké spektrum služeb (nabídka financování z OP, státních a regionálních fondů, možnost získání grantů z mezinárodních programů, kontaktování „business angels“ atd. Zejména v KVK a ÚSK se tyto služby teprve rozvíjejí a měly by být posíleny.
- **Pro-podnikatelská infrastruktura** – ve všech krajích existuje základní síť podpory zahájení podnikání, která obsahuje např. informační místa pro podnikatele, inovační centra, podnikatelská poradenská centra, podnikatelské inkubátory (dále jen „PI“). Zejména PI, které zajišťují kancelářské, administrativní a lehké výrobní prostory včetně přístupu k vybraným službám (administrativa, právní poradenství, daňové poradenství, informace o nabídce finanční podpory, mezinárodní spolupráce) již bylo zřízeno několik ve všech dotčených krajích, jejich úspěšnost je však rozdílná, zejména proto, že se výrazně liší v kvalitě poskytovaných doprovodných služeb. „Mobilizace“ a zlepšené fungování stávajících inkubátorů a technologických parků (v ÚSK¹²) a případná nabídka nových PI v MSK a KVK jsou žádoucími opatřeními. V dotčených regionech zatím neexistuje významný co-workingový prostor umožňující sdílení společného pracovního prostoru nezávislými jednotlivými výrobci nebo malými týmy, které při práci na vlastním projektu mohou čerpat rady a poznatky od dalších klientů prostoru. Na rozdíl od „klasických PI“ je vhodný pro firmy, které působí v IT, kreativním průmyslu, poradenství apod. a umí využít velkou interakci s jinými subjekty¹³.
- **Přeshraniční technologické parky** - příhraniční oblasti jsou velmi často považovány za problémové mimo jiné i proto, že lidé, firmy, zboží i služby mají tendenci přednostně se zaměřovat na metropolitní oblasti / hlavní města. Velmi málo se využívá jejich potenciálu vytvořit nové rozvojové póly, které by spojovaly osoby, školy a firmy z obou dotčených zemí.

¹² Např. projekt technologického a inkubačního parku Nupharo Park se v úterý 16. 8. 2016 na vlastní žádost ocitl v insolvenčním řízení. Nyní bude záležet na tom, zda projekt „přežije“ aspoň jako klasický komerční park, který nabízí prostory pro podnikání i bez inkubačních služeb a služeb transferu technologií. Situace s NUPHARO Parkem nicméně ilustruje skutečnost, že ani peníze, ani projekt prezentovaný na křídovém papíře úspěch nezaručí.

¹³ O vybudování centra uvažují např. Mariánské Lázně

V MSK doporučujeme vybudování nadnárodního česko-polského technologického parku s přítomností škol, aplikovaného výzkumu a hlavně špičkových firem s výraznou přidanou hodnotou, který by vhodně navazoval na VTP Ostrava, neboť na hranici s Polskem existuje v blízkosti obce Dolní Lutyně pozemek státu o výměře až 200 ha, v dotyku s dálnicí D47 a v těsném sousedství ptačí oblasti Heřmanský stav – Odra – Poolší a evropsky významné lokality Niva Olše - Věřňovice, který se jeví jako vhodné místo pro vybudování takové „TECHNOPOLE“. TECHNOPOLE, pojatá jako česko-polský projekt, by se stala intervencí strategického charakteru s významným vlivem na hospodářský a znalostní rozvoj kraje. Projekt TECHNOPOLE musí mimo jiné respektovat cíle ochrany uvedených lokalit soustavy Natura 2000. Obdobný park na česko-saské hranici by umožnil nastartovat prozatím prakticky neexistující propojení výsledků VaV s praxí v obou zemích. Vznik parku ovšem musí kombinovat zvyšování absorpční kapacity tohoto typu služeb, strategické řízení a až nakonec intervence do výstavby podnikatelských nemovitostí.

- Mezi účinné měkké nástroje podpory podnikání patří také **posílení vzájemné komunikace a propojování aktérů ze soukromé sféry**. Cílem je zvýšení povědomí o nabídce jednotlivých subjektů, přenos nápadů a stimulace vzájemné spolupráce. Může mít různé formy, jako jsou diskusní fóra, matchmakingové aktivity¹⁴ nebo prezentace komerčně atraktivních nápadů potenciálním investorům, které organizují pro-podnikatelská centra.
- **Podpora pro-podnikatelských kompetencí a ochoty k samostatnému podnikání u studentů a čerstvých absolventů škol**. Zde existují tři hlavní oblasti podpory: rozvoj podnikatelských dovedností, který by měl probíhat formou výuky; získávání zkušeností formou praxe v místních podnicích – podnikatelská centra mohou tuto aktivitu řídit a koordinovat a nakonec přímá podpora zahájení podnikání (asistence při zpracování byznys plánu, poskytnutí kanceláří, vybavení, administrativních prostor, specializované poradenství formou mentoringu, granty a finanční asistence) – ta je již zmíněna v předchozích opatřeních.
- Stát / veřejná správa může zvýšit **objemy veřejných investic** v dotčených krajích – to je částečně řešeno v dalších pilířích (infrastruktura), z pohledu podpory podnikání jde o přímou podporu stavebních a na ně navázaných firem. V **periferních územích** může **stát investovat** do zařízení, jako jsou věznice, uprchlické tábory, léčebny, diagnostické ústavy, které vytvoří nové pracovní příležitosti. Místním začínajícím MSP ve službách, cestovním ruchu nebo potravinářství může pomoci **větší podpora lokální produkce pro lokální trhy**. Veřejný sektor může spustit propagační kampaň nebo může být sám významným klientem, který podpoří lokální produkci.

2.2.3 Strategický cíl A.3: Vyšší inovační výkonnost ekonomiky, více inovativních firem.

Skutečná restrukturalizace krajských ekonomik stejně jako celé české ekonomiky nastane teprve tehdy, když se významně zvýší podíl a v ekonomice bude hrát klíčovou roli sektor podniků, jejichž konkurenční výhoda a rozvoj je založena na inovacích (a nikoliv na relativně nízkých výrobních nákladech). Náplní cíle bude zvýšit inovativnost krajské ekonomiky, podpořit další rozvoj firem, které jsou technologicky orientované nebo působí v oboru strategických služeb, přicházejí s novými nápady, mají vlastní know-how či je kombinují s přejetým know-how a budují si tak konkurenční

¹⁴ **Matchmaking** je propojování možných partnerů (nabídky a poptávky) pro spolupráci výzkumných organizací / pracovišť / týmů s potenciálními komerčními uživateli výstupů jejich činnosti – podniky.

výhodu, a které mají zároveň potenciál a ambice vstoupit na nové trhy nebo růst na stávajících zahraničních trzích s novými inovativními výrobky nebo službami.

Oblasti změn pro dosažení strategického cíle

Výchozí situace není dobrá a regionální ekonomika spíše využívá konkurenční výhody postavené na relativně nízké ceně práce než na inovacích, i když se v dotčených krajích situace liší. V KVK a ÚSK nacházíme pouze jednotky (nízké desítky) skutečně inovačních firem, a to zejména z důvodu postavení většiny firem na počátku hodnotových řetězců. Závislost buď na rozhodnutí mateřského koncernu (v případě poboček) nebo na dodavatelích (kteří nepoptávají inovace, ale pouze nízkou cenu) neumožňuje místním firmám přicházet na trh s inovacemi. Firmy v MSK díky častější spolupráci s místními VŠ i výrobě koncových produktů inovují relativně častěji, nicméně i zde je třeba inovační poptávku zvýšit.

K tomu, aby se místní firmy staly skutečně inovativními, chybí několik základních věcí. V první řadě je to nezávislost firem při přípravě a realizaci firemní strategie. Nejde jen o pobočky nadnárodních společností, které v dotčených krajích umístily své výrobní investice a jen velmi pomalu je doplňují o aktivity s vyšší přidanou hodnotou, jako je vývoj. Velký počet firem, které v dotčených krajích sídlí, je závislých svou pozicí v hodnotových řetězcích, neboť dodávají součástky / komponenty 1 – 2 hlavním odběratelům, kteří po nich nevyžadují inovace, ale kvalitu a nízkou cenu. Závislost firem se dá externě měnit pouze obtížně, ovšem motivaci k inovacím je možno zvyšovat.

Další podmínkou, zejména u MSP, jsou technické a technologické znalosti a schopnosti inovovat. Akademický sektor zajišťuje určitou úroveň nabídky technologických inovací pro ekonomiku. Tato nabídka se ovšem plně nesetkává s poptávkou a obě strany, tj. podnikový i akademický sektor, mají celou řadu výhrad a důvodů, proč je vzájemná spolupráce obtížná. Zatímco pilíř „Výzkum a vývoj“ řeší stranu nabídky, v tomto pilíři a strategickém cíli by se proto měla řešit poptávka po inovacích.

Zvýšením poptávky po inovacích se rozumí jak (i) zvýšení úsilí firem o vyšší řády inovací, které jsou obvykle založeny na intenzivním výzkumu a vývoji, tak (ii) posun strategického zaměření firem od konkurenční výhody založené na nízkých nákladech k výhodě založené na kvalitě a inovacích, byť jde o inovace nižších řádů nevyžadující rozsáhlejší vlastní výzkum a vývoj (dále jen „VaV“).

Zvýšení inovační poptávky vyplyne v první řadě ze zlepšeného strategického řízení ve firmách, neboť komerční úspěch inovací závisí na správné identifikaci potřeb zákazníků a schopnosti rychlého zavedení inovace na trh. Strategie firmy a nastavení klíčových podnikových procesů jsou proto nezbytným předpokladem schopnosti realizovat technologické inovace.

Samotné zvýšení výzkumné a vývojové kapacity podniků je rovněž důležité, ale musí být spojeno se zlepšenou znalostí trhu. Pro malé a střední podniky bez vlastních VaV kapacit je často jedinou cestou, jak získat zásadní vstupy pro interní inovační proces, externí spolupráce. Účelem tohoto cíle bude snižovat bariéry pro navazování a rozvoj jak dvoustranné, tak vícestranné spolupráce, a to jak mezi firmami, tak s výzkumnými organizacemi. U českých poboček nadnárodních společností je cestou snaha o postupné doplnění výrobních aktivit vlastním VaV (které je momentálně umístěno v zahraničí) nebo získání podílu na vývojových, případně výzkumných projektech nadnárodních mateřských společností. Zvýšení dostupnosti a vůbec využívání VaV domácími firmami zahrnuje i získávání zahraničního VaV pro firmy, které si je jinak mohou hůře dovolit – např. v příhraničních oblastech se SRN výzkumné aktivity tamních univerzit, i ve spolupráci s univerzitami místními.

Vedle výrobních podniků je třeba zaměřit pozornost i na oblast služeb. Rozvoj strategických služeb (s vysokou přidanou hodnotou, podporujících klíčové hodnotové řetězce) je v ohnisku zájmu agentury CzechInvest již cca 15 let, přesto je česká ekonomika (a pro ÚSK a MSK to platí obzvláště) stále významně závislá na průmyslu (z vyspělých zemí spolu s Jižní Koreou nejvíce). V dotčených krajích se nabízí podpora služeb na ochranu životního prostředí nebo rekultivace krajiny z řady důvodů, kterými jsou zaměření a výsledky místních univerzit, celospolečenská potřeba a nutnost veřejných investic do těchto oblastí.

Typová opatření

Tato část poskytuje stručný, ilustrativní přehled možných opatření. Tento pilíř je propojen s pilířem „Výzkum a vývoj“, který se zabývá zejména stranou nabídky, proto zde popisujeme především stranu nabídky.

- Na prvním místě uvádíme **přímou finanční podporu realizace podnikového VaV** a podporu podnikové VaV infrastruktury. Opět půjde o pokračování / posílení programů TA ČR a MPO, které umožní, aby podniky více investovaly do vlastního vývoje.
- Zejména pro podniky bez vlastního VaV je nezbytné podpořit vznik **partnerství pro transfer technologií**, tedy vyšší formu spolupráce (tj. nikoliv pouhé testování, výpočty a měření) soukromých firem a výzkumných ústavů / vysokých škol. Cílem je úzká spolupráce škol s firmami, které usilují o získání strategické výhody. Relativně „levnou cestou“ je program, kdy studenti (případně pod dohledem pedagogů) pracují přímo ve firmách na vývoji inovativních produktů. Poskytuje se tím podpora dostupnosti talentů pro podnikový vývoj a inovace v MSP. Jedním z nejčastěji používaných nástrojů jsou **inovační vouchery**, které umožňují malým a středním firmám poptávat speciální (výzkumné) služby od výzkumných organizací a vysokých škol s cílem přispět k vývoji nového produktu či služby. Aby inovační vouchery splnily svou funkci stimulace poptávky po inovačních řešeních, je nutná jejich finanční podpora z veřejných zdrojů. Patrně budou podporovány z OP PIK, ale dosavadní finanční alokace se ukazuje jako nedostatečná vzhledem k vysoké poptávce. V ÚSK a KVK je žádoucí podporovat **spolupráci podniků s výzkumnými institucemi v blízkém Sasku**, které brání v první řadě obava z vysokých finančních nákladů. Specifickým podprojektem inovačních voucherů by tak mohly být příspěvky na služby poskytované německými / saskými institucemi.
- Malým inovativním firmám pomáhají **sdílené kapacity pro průmyslový výzkum, vývoj, a inovace, jako jsou například Vědecké a technologické parky (dále jen „VTP“)**. Jsou to centra pro navzájem propojené firmy v určitém oboru nebo sektoru podnikání. Těmto firmám nabízejí různé služby: speciální management, podporu při zakládání firem, obchodní podporu, spojení s univerzitami a výzkumnými zařízeními, sdílené vybavení včetně řady „měkkých“ služeb (mentoring, networking atd.¹⁵). Fungující VTP chybí v ÚSK i KVK, ale je otázkou, jaká je vůbec „absorpční kapacita“ těchto dvou regionů po uvedených službách. V MSK jsou dobré zkušenosti s ostravským VTP a tato kapacita si zaslouží posílit. **Výzkumná a technologická centra**, která vytvářejí „kritickou velikost“ pro komerční a výzkumné inovace, se zaměřují na specifické technologie, pro něž existuje globální trh, a to jak v tradičních, tak v nových oborech. Umožňují soukromým subjektům přístup ke špičkovému vybavení

¹⁵ Opět odkazujeme na příklad parku NUPHARO, který ukazuje, že bez promyšleného řízení a kvalitního a realistického zjištění poptávky nemůže park fungovat.

a poznatkům, zároveň stimulují jejich vlastní výzkum a vývoj. V ÚSK zahajuje činnost centrum UNICRE, v MSK je takových center více, KVK nemá dosud žádné. Dopad všech center na ekonomiku krajů je však prozatím zanedbatelný.

- V tomto plánovacím období budou více než dříve využívány **finanční nástroje**, které motivují firmy k posunu v hodnotových řetězcích, ke spolupráci s VaV sektorem, k vyššímu transferu technologií a k prosazování inovačních produktů na zahraničních trzích. Půjde o **zajištění rizikového financování**, kdy projekt uzavírá smlouvu o financování a kapitálovém vstupu se soukromým investičním fondem, který část kapitálu získal z OP PIK od státního investičního fondu, projekt je dále rozvíjen investičním fondem s cílem maximálního zhodnocení, fond následně financuje projekt postupně podle stanovených milníků a business plánu, včetně možných následných kol financování a po zhruba 3-5 letech fond exituje prodejem podílu.
- Vyspělým firmám, které již mají konkrétní výsledky firemního vývoje, je určena **přímá podpora ochrany duševního vlastnictví MSP**, kdy stát uhradí podíl na nákladech na zajištění duševního vlastnictví. Příkladem může být Jihomoravským inovačním centrem (dále jen „JIC“) provozovaný Patentový a licenční fond, poskytující půjčky na ochranu duševního vlastnictví.

2.2.4 Strategický cíl A.4: Stabilizace a rozvoj stávajících velkých firem

Ekonomika všech tří krajů je dodnes nadprůměrně závislá na několika velkých podnicích v tradičních oborech (těžba, hutnictví, energetika, chemie, ale i lázeňství). Některé z těchto firem procházejí obtížnou situací s nejasnou budoucností. Jakkoliv není úlohou veřejné správy takové podniky zachraňovat, vzhledem k jejich pozici v hodnotových řetězcích a množství navázaných dodavatelů je pro krajské ekonomiky důležité, aby se tyto firmy pokud možno rozvíjely nebo aspoň stabilizovaly.

Tento strategický cíl má za úkol hledat dostupné (a povolené) cesty, jak k této stabilizaci může veřejná správa přispět. Opět půjde o průnik řešení v několika pilířích, zejména v tématech „Lidské zdroje“ a „Infrastruktura“. U samotného podnikání půjde například o to, zjednodušit pro klíčové zaměstnavatele v regionu přístup na zahraniční trhy nebo udržet ochranu domácího evropského trhu před neodůvodněně levnou konkurencí.

Další navrhovanou cestou je umožnit firmám dosáhnout na „nejlepší dosažitelné technologie“ a pomoci jim snížit náklady na investice do životního prostředí, které je v ÚSK a MSK v mnoha ohledech stále horší než ve zbytku Česka. Vedlejším efektem je také **snížení energetické náročnosti a zvýšení energetické účinnosti výrob** s přínosy pro přechod k nízkouhlíkové ekonomice.

V neposlední řadě se doporučuje zavést „systém včasného varování“, jehož pomocí bude možné analyzovat trendy, včas identifikovat potenciální problémová odvětví a firmy a cestou strategického jednání s klíčovými partnery předcházet krizovým situacím nebo je začít řešit včas.

Oblasti změn pro dosažení strategického cíle

Hlavním úkolem veřejné správy v oblasti podpory firem je vytváření příznivého pro-podnikatelského prostředí v oblasti legislativy a daňových zákonů, které by měly být pro podnikatele co nejméně zatěžující, pro-podnikatelsky příznivé.. Dalším velkým tématem pro státní správu a krajskou (obecní) samosprávu je příprava kvalifikované pracovní síly a zajištění její dostupnosti – tj. nejen vzdělávání a případné doplnění kvalifikace a rekvalifikace, ale i možná podpora cestování / stěhování za prací. Toto téma řeší samostatný pilíř „Lidské zdroje“. Nakonec potřebují podniky od státu / kraje / obcí

kvalitní, dostupnou a kapacitní technickou a dopravní infrastrukturu – rovněž tato otázka je součástí samostatného pilíře „Infrastruktura“.

Velkým problémem a současně i důvodem, proč se tematikou velkých zavedených firem zabývat, jsou možné krizové situace, které je mohou potkat a s jejichž následky (zejména ztráta zaměstnání pro velký počet osob jak v samotných firmách, tak u jejich subdodavatelů) se veřejná správa musí čas od času vypořádat. Jakkoliv se počty zaměstnanců dolů a železáren za posledních 25 let dramaticky snížily a stát, kraje a obce se s restrukturalizací s větším či menším úspěchem dokázaly vypořádat, stále existují podniky, jejichž náhlý konec by přinesl velké – zejména sociální – problémy. Protože jedním z faktorů velké krize je její neočekávanost, je důležité usilovat o to, vědět o možných problémech firem s dostatečným předstihem. Toho je možné dosáhnout v zásadě dvěma způsoby – pravidelnou komunikací s majiteli a manažery a vedle toho analýzou dostupných dat o produkci a trendech v daném odvětví, obratu firem a jejich subdodavatelů, exportu / importu, zaměstnanosti a dalších indikátorech, ze kterých je možno odhadovat budoucí vývoj. Zahraniční zkušenosti ukazují, že i v případech, kdy vedení firmy není příliš otevřené a sdílné, jsou informace od jejich dodavatelů dostatečnou a relevantní známkou toho, zda je podnik úspěšný nebo čelí problémům.

Podobně jako u MSP může veřejný sektor částečně pomoci se vstupem na nové trhy i velkým firmám. V jejich případě ovšem obvykle nepůjde o pomoc s předáváním základních informací, ale o pokračování aktivit státní podpory exportu (CzechTrade, ČMZRB), případně o speciální obchodní mise a podpořené prezentace celého odvětví na vybraných trzích.

Dalším diskutovaným tématem je umožnit příslušným firmám snížit výrobní náklady / náklady na energie příspěvkem na moderní technologie v rámci ochrany životního prostředí.

Typová opatření

Tato část poskytuje stručný, ilustrativní přehled možných opatření.

- **Podpora vzniku a rozvoje klastrů** – úzce spolupracující firmy a výzkumné instituce v rámci klastru mohou efektivněji rozvíjet z pohledu velkých firem (zatím) nevýznamné linie podnikání, a přitom využívat aktuální technologické kompetence a znalosti velkých firem dosud nevyzkoušeným způsobem. V případě úspěchu a potřeby velkých investic pak existuje prostor pro vzájemnou spolupráci všech subjektů napříč klastrem. V MSK poměrně úspěšně působí automobilový klaster, v KVK půjde například o zapojení průmyslových odvětví do oboru lázeňství (potravinářský průmysl, chemický průmysl, sklářský průmysl, výroba porcelánu apod.), zatímco v ÚSK o větší cílené propojení firem v klastru výroby energií se zaměřením i na udržitelné zdroje (geotermální, větrná energetika).
- Veřejná správa musí rovněž plnit informační a koordinační roli, např. cestou zavedení tzv. **Business calling programme**, což je program pravidelných návštěv vedoucích představitelů státu a kraje v klíčových firmách a jednání s majiteli a manažery podniků nebo zajistit **analýzu a předpověď vývoje krajské ekonomiky**, pravidelné a trvalé hodnocení stavu a trendů a na nich postavené analýzy a foresighting¹⁶.
- **Podpora obchodních misí** – prezentace celého sektoru ekonomiky pod záštitou představitele státu (vlády) může na vybraných trzích zapůsobit lépe než samotná prezentace jedné, byť

¹⁶ **Foresighting** je snaha předvídat budoucí směry socio-ekonomického vývoje, technologické trendy a předpokládaný vývoj na mezinárodních trzích. Obvykle se zpracovává pro klíčová odvětví regionální / národní ekonomiky.

velké, firmy. Pro KVK a ÚSK se v první řadě nabízí zaměření na Sasko / Německo. Jednou z variant může být i **podpora propagace lázeňské péče poskytované v KVK** v zahraničí a její zdůraznění jako samostatného druhu zdravotní turistiky.

- **Best available technologies** - podpora získání technologií, které zlepšují ekologii výroby a jako takové mohou být podpořeny veřejnou správou, a současně např. snižují energetickou náročnost výroby, a tím zvyšují konkurenceschopnost dané firmy a zároveň potvrzují zájem veřejné správy dotyčný podnik v regionu udržet. OP ŽP tuto možnost nabízel již v minulém programovacím období a je oprávněné v tomto projektu poskytnout bonifikaci firmám z dotčených krajů.

2.3 Vztah pilíře Podnikání a inovace a jeho cílů a změn k národním programům a plánovaným či realizovaným intervencím.

Změny, ke kterým by ve všech krajích mělo dojít, jsou známé už delší dobu a řada dokumentů je již pojmenovala včetně cest, jak těchto změn dosáhnout. V první řadě se jednalo o celorepublikové dokumenty, které se zabývaly ekonomikou ČR a nehledaly specifika strukturálně postižených krajů. Tak zejména „Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti ČR 2012 – 2020“ definovala tyto cíle:

- Vytvořit příznivé prostředí pro podnikání a obchod
 - Zvýšit schopnost producentů identifikovat koncové trhy, reagovat na ně a distribuovat přímo své produkty a služby, aby se velká část přidané hodnoty nerozplývala v ruku jiných článků hodnotového řetězce, aby mohli s předstihem s dobrou pravděpodobností úspěchu předpovídat a identifikovat současné a budoucí koncové trhy.
- Posílit význam inovací jako zdroje konkurenceschopnosti ČR a jejich přínosů pro dlouhodobý hospodářský růst, pro tvorbu kvalitních pracovních míst a pro rozvoj kvality života v ČR.
- Rozvoj a diverzifikace exportu jako motoru hospodářského růstu ČR.

Dosažení těchto cílů je i cestou k dosažení žádoucích změn v MSK, ÚSK a KVK.

Následně byla zpracována Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci **České republiky** (dále jen „Národní **RIS3 strategie**“), kde v klíčové oblasti změn A: Vyšší inovační výkonnost firem, už jsou uvedeny tři strategické cíle:

- A.1: Zvýšit inovační poptávku ve firmách (i ve veřejném sektoru);
- A.2: zvýšit míru podnikání ve společnosti s důrazem na zakládání nových rychle rostoucích firem a
- A.3: zvýšit internacionalizaci MSP,

kteří jsou v dotčených krajích z důvodů popsaných výše ještě více relevantní než ve zbytku ČR.

Všechny zmíněné kraje navíc zpracovaly a schválily své regionální strategie inteligentní specializace, ve kterých se opět akcentují témata růstu inovativnosti regionální ekonomiky založené na transferu technologií, všechny kraje usilují o zvýšení intenzity inovačních aktivit firem. Proto tento strategický rámec v zásadě nepřináší nové návrhy řešení, pouze je komplexnější a více zaměřený na dosažení výsledku.