

Prostředí pro inovace ve firemním sektoru v regionech ČR

K čemu je dobré
hloubkové kvalitativní šetření?
A jak na to?

Anna Kadeřábková, Petr Adámek, Pavel Csank
Berman Group

Proč je třeba do firem chodit?

- Nové strategie podpory inovací v regionech jsou zaměřeny především na podporu místních firem s potenciálem rychlého růstu. Alespoň je to jejich ambicí.
- Ale: málokdo ví, které to jsou, v jakém jsou stavu, jak a jestli dělají inovace a VaV, jak a na čem spolupracují se znalostními institucemi a se kterými, jak to vypadá s jejich pozicí v rámci globálních hodnotových řetězců – jestli jsou tahouny nebo jestli jsou tažení, o jakou podporu mají zájem a jakou jsou schopni efektivně využít.
- Statistické informace o firemním sektoru v regionech ČR poskytují informace s omezenou vypovídací hodnotou a na výše uvedené nemůžou odpovědět.
- Standardní průzkumy realizované korespondenčně nebo přes internet neumožňují interaktivní obousměrnou komunikaci.
- Do firem za tímto účelem nemůžou chodit studenti nebo řadoví zaměstnanci agentur. Otevřené odpovědi získají a budou je umět kvalifikovaně posoudit pouze odborníci na management, inovace, konkurenceschopnost, výzkum a vývoj, klastrování, atd.

Co ve firmách mj. zjistíme?

- Podstata fungování firmy – současnost a historie, technologická a znalostní náročnost, svázanost s regionem.
- Zákazníci, trhy, konkurenti, substituční produkty - charakteristika, bariéry, trendy, plány reakce, podstata současné a budoucí konkurenční výhody.
- Vstupy, lidské zdroje, dodavatelské vazby s okolím, s národním a mezinárodním prostředím – se znalostními a intermediárními institucemi, role výzkumu a vývoje a výhled – očekávané bariéry a plány rozvoje.
- Poptávka po asistenci, ochota podílet se na vývoji, testování a hodnocení produktů a služeb RIS a inovační infrastruktury v kraji.
- Vyhodnocení potenciálu rozvoje a SE přínosu aktivit pro region.

Jak na hloubkové šetření?

- 1 **Identifikace klíčových oborů** – analytické metody a celospolečenský regionální konsensus (politická akceptace)
- 2 **Databáze** a profilování firem z veřejně dostupných zdrojů
- 3 Volný **instrument šetření** (nejde o klasický dotazník, ale podklad k vedení a pro záznam rozhovoru a následné vyhodnocení) a **pilotování**
- 4 **Návštěvy** a **interim-workshopy** k diskusi zjištění
- 5 **Formulace závěrů**, typologie firem, strukturace získaných informací pro potřeby opatření, budoucího kontaktu a řešení problémů – **závěrečná zpráva**
- 6 **Veřejná prezentace** a představení plánu aktivit vedoucích k podpoře růstu a rozvoje místních inovačně založených firem.

Další informace

Ing. Petr Adámek, MBA
konzultant

adamek@bermangroup.cz

Berman Group - služby ekonomického rozvoje, s.r.o.

<http://www.bermangroup.cz>