

## **Otvorená inovačná platforma pre lepšie podnikanie v regióne: Tvorba výskumného nástroja, zber a analýza dát a tvorba odporúčaní**

### **Teórie a metódy výskumu mesta, február - máj 2019**

Participačný výskum realizujú študenti Katedry ekonomickej a sociálnej geografie, demografie a územného rozvoja UK ako neformálny projekt v spolupráci s Úradom podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu počas letného semestra 2019.

Zámerom je zmapovať súčasný stav, štruktúru a dynamiku regionálneho podnikateľského prostredia v kontexte miestnych sociálnych a ekonomických podmienok vybraných menej rozvinutých regiónov SR, experimentálne v nich pomocou kombinácie techník otvorenej participačnej inovácie nazbierať a vyhodnotiť databázu potenciálnych podnikateľských príležitostí, a na základe zistení sumarizovať odporúčania pre sféru projektového riadenia týchto regiónov.

Projekt je formálne zastrešený dvojicou existujúcich kurzov magisterského štúdia humánnej geografie „Teórie a metódy výskumu mesta“ a „Teórie regionálneho rozvoja a výskum regiónov“ na Katedra ekonomickej a sociálnej geografie, demografie a územného rozvoja.

Prácu študentov koordinujú:

- Juraj Majo, Slavomír Ondoš, Jaroslav Rusnák z Prírodovedeckej fakulty UK,
- Peter Karpáty z Úradu podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu.

Výskum reaguje na požiadavku praxe v sfére súčasného projektového riadenia rozvoja regiónov.

### **Obsahový koncept zadania**

Miestne podnikateľské prostredie, alebo podnikateľský ekosystém je v riadení rozvoja regiónov kľúčovou súčasťou. Pod ekosystémom chápeme sociálne a ekonomické prostredie, ktoré tvoria vo vzájomných vzťahoch podniky nachádzajúce sa v súbore územne definovaných lokalít. V metaforickom zmysle plní úlohu inkubátora pre kreativitu a inováciu, ktorá má svoje pevné miesto aj v hospodárskom živote lokalít, ktorých rozvoj z rôznych dôvodov nedosahuje reprezentatívne národné parametre.

Bez konkurencieschopnej produkcie v regióne nevzniká dostatočný počet kvalitných pracovných príležitostí, obyvatelia nemôžu uplatniť svoje pracovné ambície a regiónu spravidla hrozí zostup na špirále vzájomne sa podporujúceho pokračujúceho prepadu konkurencieschopnosti a emigrácie obyvateľov.

Skupiny podnikov, vrátane špeciálnej pozície na trh len vstupujúcich začínajúcich podnikov, koordinačných a podporných inštitúcií zdieľajú na seba nadväzujúce ciele. Kontakty medzi

nimi, konkurencia a možná spolupráca vytvárajú sieť hospodárskych väzieb, ktorej ústredným motívom sú príležitosti kolektívnych úspor z rozsahu produkcie, či flexibility špecializácie. V miestnom podnikateľskom ekosystéme vnímame špeciálne existenciu vzťahov medzi vzdelávacími inštitúciami, priemyslom a vládou, ktorý v posledných desaťročiach viedol k tvorbe a testovaniu politik s cieľom rozvíjať miestne podnikateľské ekosystémy. Nie je celkom isté ako významný je v skutočnosti účinok cieleného vytvárania či systematického vplyvu na rozvoj ekosystému.

V projekte sa budeme zaoberať motívom podnikateľského ekosystému najmä v súvislosti s cieľom pomôcť objaviť a rozvíjať programy určené na vyplnenie medzier identifikovaných v „problémovom“ ekosystéme. V tomto zmysle možno vytvárať v praxi následne poradenské, podporné programy, ktoré už preukázateľne mali určitý úspech. Našu pozornosť budeme venovať špeciálne procesu digitalizácie hospodárstva.

Informačné toky formujú rozvoj rastúceho počtu domén v hospodárstve, a to globálne bez ohľadu na mieru rozvinutosti miestneho prostredia. V konkurenčnom a dynamickom prostredí rozhoduje schopnosť efektívne tvoriť hodnoty z vhodne zhromaždených a spracovaných informácií. Neistoty a zložitost' diania vyžadujú otvorené formy interakcie, nové participačné modely pre riešenie problémov.

V uvedenej situácii sa objavuje nový prístup priemyslu, ktorý sa zaoberá analytickou extrakciou hodnôt z dát. Digitálne formáty sa vyžadujú už v súčasnosti prakticky všade. Neustále monitorovanie činnosti sa uskutočňuje s cieľom neustáleho zefektívňovania a vyhľadávania príležitostí kódovaných v dátach. Hodnota dátovej analytiky spočíva v identifikácii potenciálu pre inovácie a kvalitnejšie rozhodovanie v správnom čase.

Spotrebiteľský trh sa prepája s producentmi a obchodníkmi novými komplexnými spôsobmi. Informácie sú rekombinované vždy nanovo a v škále mierok, prostredníctvom infraštruktúry schopnej prispôbiť sa meniacemu dopytu. Popri uvedenom nastáva demokratizácia analýzy dát a riadenia. Regulačný rámec digitálnej ekonomiky totiž samotný prechádza podobnou transformáciou.

Praktické ciele nášho projektu možno zhrnúť do nasledujúcich bodov:

- Konceptne identifikovať podmnožinu výskumných dimenzií, ktoré aktuálne prepájajú otvorenú inováciu s ekonomickou geografiou a rozvojom regiónov cestou odlíšenia lokálnych a regionálnych teórií rozvoja. V prvej skupine teórií si všímať ako sa rozhodujú zahraniční investori, aké sú vzorce pre ich lokalizačné správanie a limity, akú rolu hrá cena práce a konkurencia v okolitých krajinách. Všímať si limity obvykle podporovaného sektora cestovného ruchu, kapacitné aj infraštruktúrne a skôr ako sektora v sezónnej ekonomike.
- Dôraz položiť na druhú skupinu teórií so zameraním na miestne malé a stredné podniky, ktoré produkujú špecifiká a jedinečnosť. Kriticky reflektovať rozvojové strategické dokumenty (akčné plány, plány hospodárskeho a sociálneho rozvoja, a podobne). Priebežne študovať literatúru v sfére teórií lokálneho rozvoja.


- Empiricky zmapovať štruktúru a dynamiku regionálneho podnikateľského prostredia, identifikovať kľúčových stakeholderov a vzťahy medzi nimi a s vonkajším prostredím regiónu.
- Sústrediť sa na odlíšenie dvoch rovín: (1) aktuálna situácia podnikateľského prostredia (veľkostná štruktúra podnikov, technologická štruktúra priemyslu) a dynamika vývoja miestnych odvetví (vznik, prežívanie a zánik podnikov) v skúmaných regiónoch v kontexte vyšších regionálnych celkov a ich centier; (2) potenciál možného budúceho podnikateľského prostredia (vzdelávacie inštitúcie, demografický a migračný profil regiónu, kumulácia znalostí a zručností, dedičstvo zakotvené z minulosti) a hľadanie prienikov medzi miestnym ľudským kapitálom a podnikateľským prostredím.
- Prakticky vytvoriť a profesionálne otestovať originálnu inovačnú platformu pre lepšie podnikanie v regióne (niekoľko voľných tímových konceptov, ktoré si rozdelia predmetné územie aby rôzne tímy nekontaktovali opakovane rovnakých stakeholderov).
- Kontakt so stakeholdermi treba domyslieť tak aby bol systematicky v súlade so štatistikou podnikateľských subjektov (adresa, ekonomická činnosť, produkt, domáci/zahraničný trh) a eventuálnou reprezentáciou na sociálnych médiách (miestne iniciatívy, združenia, sociálne podnikanie a ich Facebookové profily), ktoré môžu byť vhodným komunikačným kanálom medzi nimi a študentmi.
- Zvážiť zapojenie samospráv obcí a miest, miestnych politikov.
- Cestou písomného online interview (na ľubovoľnej platforme) včas v dostatočnom objeme a kvalite nazbierať relevantné inšpirácie pre lepšie podnikanie v regióne od zvoleného stakeholdera - inovačného lídra. Jeden študent - jedno interview.
- Výsledky zberu kvalitatívne analyzovať a interpretovať v kontexte preštudovaných teoretických konceptov.
- Na základe zistení vymedziť súbor konkrétnych odporúčaní pre tvorcov politik o prioritách ako rozvíjať územie v novej spoločenskej situácii a v konkrétnych miestnych podmienkach, všetko s priebežnou dátovo podporenou argumentáciou.
- Online interview by sa malo čo najviac odvíjať okolo série šiestich tém a poskytnúť primeraný priestor obsahu v každej z nich. Ak respondent reaguje málo, úlohou študenta je respondentu motivovať dodatočnými otázkami, aktívnym rovíjaním rozhovoru žiaducou cestou.
- Hotový rozhovor neparafrázujte, ale kompletný ho v pôvodnom znení vložte na záver tímového dokumentu ako editovateľný text, nie ako sériu obrázkov. Okrem toho obsah rozhovoru kvalitatívne analyzujte a použite v argumentácii, diskusii v texte samotnej analýzy.

The image consists of three vertically stacked panels, each with a different background color and a timer icon in the top left corner. The first panel is blue and contains question 1. The second panel is green and contains question 2. The third panel is yellow and contains question 3. Each question is followed by a large number in a circle on the right side of the panel.

**1** Ostáva 30 minút  
Predstavte seba a náš *projekt*. Popíšte aký je **účel** interview, prečo ste si ich vybrali ako respondenta/-ku.


**2** Ostáva 25 minút  
Aká je **motivácia** pre činnosť v ich segmente? Prečo práve na tom mieste? Kedy sa ich príbeh začal a ako sa vyvinul?

**3** Ostáva 20 minút  
Aký je **rozsah** osobných profesionálnych kontaktov? **Kto** a **kde** sú ich *klienti* a *partneri*? Väzby za hranicami SR?

 Ostáva 15 minút


Kde *vnímajú* v ich regióne **prekážku** pre ďalší rozvoj činnosti? V čom má lokalita **vážne problémy**?

**4**

 Ostáva 10 minút

Čo *vnímajú* v ich regióne ako **cenné**? Na čo sú u nich **hrdí**? V čom sa dá niečo *naozaj nové* stavať?

**5**

 Interview ukončíte do 5 minút

Ako *vnímajú* **budúcnosť** ich činnosti? Vidia na trhu **priestor** pre rast? Ako ich **perspektívy** vníma blízke **okolie**?

**6**

## **Časový harmonogram uzavretia kurzu**

Analýzu so zapracovanými čiastkovými výstupmi (WORD) je potrebné doručiť najneskôr 31. mája 2019 na emailové adresy vyučujúcich.

## **Hodnotenie kurzu**

Hodnotenie kurzu (A až FX) bude uzavreté na základe kvality spracovania a dosiahnutých výsledkov analýzy. Tím získa jedno spoločné zdôvodnené hodnotenie.