

invenience
inovace
výkonnost



Newsletter

Institutu interdisciplinárního výzkumu

Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

www.iivopf.cz



Vážení přátelé a partneři Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné

Po speciálním patnáctém čísle našeho newsletteru se vracíme k obvyklé praxi: informovat Vás o činnostech Institutu a jeho partnerů a také o příbězích a nápadech, které by Vás mohly zajímat.

Hned na začátku bychom Vás chtěli informovat o zajímavém výzkumu, který by mohl zajímat jak veřejnou správu, tak i podnikatele. Jedná se o průzkum podmínek pro malé a střední podnikání v městě Karviná, který pod hlavičkou Institutu provádějí naši doktorandi a studenti.

Druhým tématem z oblasti veřejné správy je příspěvek, který zdůrazňuje důležitost pravidelné práce s Programy rozvoje obce. Jeho pravidelná aktualizace patří k dobré praxi celé řady obcí. Doufáme, že tímto příspěvkem oslovíme zejména nové starosty obcí našeho regionu.

Jako další příspěvek jsme zařadili inspirativní příspěvek jednoho mladého podnikatele. V tomto příspěvku popisuje, jak se jim podařilo získat investora, kterého zaujal jejich nápad, jak zjistit potenciál trhu pro jejich produkt. Myslíme si, že popsany neotřelý přístup k analýze trhu by byl použitelný i v jiných oblastech podnikání.

A opět pokračuje náš miniseriál k problematice inovací, z pera Vám již dobře známé dr. Majerové. Tentokrát se týká způsobů měření inovačních aktivit.

Následující téma uvádíme v našem časopise poprvé. Ale přesto si myslíme, že si zaslouží pozorné pročtení. Týká se počítačové bezpečnosti. Zejména u menších firem je potenciální možnost ohrožení jejich počítačových sítí vysoká. Například i já dostávám nebo pozoruji až dva pokusy proniknout přes můj pracovní počítač do sítě Slezské univerzity denně. Proto se na naší fakultě pořádají pravidelné konference na toto téma. O posledním konání této konference v listopadu pojednává i zmíněný příspěvek.

Mnohé podnikatele jistě zaujme neotřelý článek týkající se zavádění metody Kata improvement do marketingových procesů. Tato japonská metoda je většinou spojována s výrobními procesy. Využití jejího potenciálu pro oblast marketingu v podmínkách České republiky je jistě něčím novým. Nepřehlédněte tuto část našeho newsletteru!



O tom, jak podporujeme naše studenty v řešení firemních problémů, se nezmiňujeme poprvé. Právě se rozběhl již šestý ročník Business Gate Academy. Jak uvidíte v tomto příspěvku, o zákazníky není nouze. Připojte se i Vy!

Poslední příspěvek se také týká podpory podnikatelských schopností studentů Obchodně podnikatelské fakulty. Jedná se o druhý ročník kurzu Podnikni to!, vedený úspěšnými manažery firem, kteří se nebáli riskovat a uvést své podnikatelské nápady do praxe.

Na závěr jako vždy uvádíme užitečné odkazy na vypsané výzvy dotačních programů.

Přeji všem čtenářům příjemné prožití Vánoc a mnoho pracovních i osobních úspěchů v nadcházejícím roce 2019.

*S úctou
Ing. Dominik Vymětal, DrSc.
Vedoucí Institutu interdisciplinárního výzkumu SU OPF*

Výzkum podmínek pro malé a střední podnikání v městě Karviná

Podnikání je neodmyslitelnou součástí dnešní společnosti a podstatným pilířem pro rozvoj ekonomického potenciálu celé země. Podnikání se považuje za významný faktor hospodářského růstu, konkurenceschopnosti ekonomik a rozhodování ve veřejném pořádku. Samotný pojem podnikatelské prostředí je velmi široký a může být chápán mnoha způsoby. Nejčastěji se podnikatelské prostředí definuje, jako souhrn vlivů působících na podnikatele, podniky a samotné podnikání.

Jak kraje, tak také municipality si v dnešní době dobře uvědomují svou důležitost v roli spoluvůrce kvalitního podnikatelského prostředí. Svými opatřeními mohou do značné míry ovlivňovat rozvoj místní ekonomiky a vytvářet tak před-

poklady pro rozvoj podnikatelské sféry. Municipality mohou ke zlepšování podnikatelského prostředí přistupovat z různých pohledů a využívat k tomu mnoho nástrojů, které mají v rámci své působnosti k dispozici.

Hodnocení kvality podnikatelského prostředí a jeho vlivu na podniky probíhá neustále jak na národní, tak na nadnárodní úrovni. V rámci rozhodování o zahájení podnikatelské činnosti, popř. o jejím rozvoji hraje významnou roli právě místo realizace podnikatelské činnosti. Na zá-

kladě výše
u v e d e -
n é h o
v y p l ý v á
o t á z k a



prováděného výzkumu, proč obyvatelé Karviné zahájí svou podnikatelskou činnost a po určité době ji ukončí a stávají se zaměstnanci.

Z tohoto důvodu je cílem projektu identifikovat zdroje udržitelnosti stávajícího podnikání v Karviné. Výzkum podmínek pro malé a střední podnikání v Karviné probíhá na bázi dotazníkového šetření. Návrh dotazníků a jeho zpracování se realizuje ve spolupráci města Karviná s Institutem interdisciplinárního výzkumu, Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné.

Hlavním cílem dotazníkového šetření je zjistit povědomí a postoje respondentů (podniků) o základních prvcích spolupráce s krajem, městem či ostatními pod-

nikateli a vymezit faktory, jež ovlivňují podniky v Karviné.

V rámci výzkumu jsou vyhodnocovány faktory, jako jsou základní informace o podniku, důvody a motivace k podnikání, inovační činnost a vývoj podniku včetně podnikatelského prostředí a spolupráce s okolím. V rámci výzkumu je osloveno více než 500 fyzických a právnických osob působících v Karviné. Zpracované odpovědi z dotazníkového šetření následně budou sloužit pro zpracování výzkumné zprávy, která bude využita jako podklad pro identifikaci bariér při startu podnikání v Karviné. Zjištěné ná-měty použije magistrát města Karviné pro nastavení vhodných podmínek podnikatelského prostředí ve městě.

*Ing. Markéta Šeligová, Ph.D., Ing. Petra Chmielová, Ing. Jaroslav Škrabal
Řešitelský tým projektu*

Aktualizace strategických plánů obcí

Prakticky všechny obce a města mají své strategické plány (oficiálně nazvané Programy rozvoje obce). Jejich zpracování vychází ze zákona 128/2000 Sb. a jeho změny provedené zákonem 106/2016 Sb. Z našich zkušeností vyplývá, že úroveň těchto Programů se různí. Zjistili jsme také, že zdaleka ne všechny Programy jsou aktuální, přesněji řečeno, že neprobíhá jejich pravidelná aktualizace. Při tom každý Program může plnit celou řadu funkcí jako například:

- » popisovat hlavní problémy obce a uvádět navrhovaná řešení včetně jejich předpokládaného finančního zabezpečení,
- » být nástrojem přípravy obcí pro podávání žádostí o dotace,
- » působit jako podklad pro rozhodování orgánů obce při řešení rozvojových otázek,
- » představovat nástroj marketingu obce jak pro vlastní občany, tak pro další partnery obce,
- » zakládat možnosti spolupráce obce s jinými partnery v tuzemsku i zahraničí aj.

Již z tohoto stručného přehledu vyplývá, že pravidelná aktualizace Programů rozvoje je důležitou záležitostí. Právě nyní, kdy se po volbách často zformovala nová nebo změněná zastupitelstva obcí, vzniká příležitost, Programy rozvoje aktualizovat, nebo i podstatně přepracovat. V průběhu předvolebních kampaní se kandidáti zavazovali, že se problémy, které občany často trápí, pokusí vyřešit. A právě tato řešení by nyní měla být systematicky připravena, jejich reálnost a jejich finanční řešení posouzeno a zapsáno do plánů na budoucí období. Nástrojem pro tuto činnost se právě může stát aktualizovaný Program rozvoje obce.

Při aktualizaci se nejprve zhodnotí plnění stávajícího programu, neaktuální akce, nebo akce, které v důsledku změněných okolností ztratily význam, se zruší a poté se posoudí možnost akcí nových. Může se jednat o akce krátkodobé, jako jsou například opravy chodníků či osvětlení, nebo akce většího rozsahu, vyžadující delší dobu realizace a značné finanční prostředky. U větších akcí toto může být spojeno s případnou aktualizací Územního plánu.

Obchodně podnikatelská fakulta Slezské univerzity disponuje celou řadou odborníků se zkušenostmi z plánování v oblasti veřejné správy. Proto také pro celou řadu obcí a měst zpracovala v minulém volebním období Plány rozvoje. Nyní nabízíme kompetentní aktualizaci těchto plánů na další období. Po diskuzi s představiteli obce či města se nejprve provede vyhodnocení stávajícího Programu a pak na základě opakovaných jednání připraví a případně z hlediska financování zhodnotí nově navrhované akce. Toto vše se zformuluje do aktualizovaného programu, které se pak předloží zastupitelstvu ke schválení. V případě potřeby se s Vámi rádi zkontaktujeme.

*Ing. Dominik Vymětal, DrSc.
Institut interdisciplinárního výzkumu*



Jak jsme získali 10 milionovou investici

Získat investici na “pouhý” nápad, který nosíte v hlavě je poměrně obtížné. Co však můžete udělat je zaměřit se na hlavní funkčnost vašeho nápadu a pokusit se jej zrealizovat s co nejmenšími náklady. Důležité je však prokázat, že je o váš produkt zájem. V dnešní době to jde naštěstí snadno. Nemusíte vyvíjet složitou aplikaci, stačí si například vytvořit opravdu jednoduchou stránku s formulářem pro sběr potenciálních zákazníků a spustit reklamu třeba ve vyhledávači.

Téměř okamžitě uvidíte, kolik zaplatíte za 100 návštěvníků, a jaký je konverzní poměr pro získání zákazníka, tzn. kolik procent zákazníků získáte ze všech návštěvníků.

Následně si pak můžete spočítat, kolik vás stojí potenciální zákazník, a pokud bude váš zisk z jednoho zákazníka (klidně i v delším období) větší, než náklad na reklamu (ROI - return on investment), podařil se vám vytvořit “stroj na peníze” a přesně tohle je moment, který láká investory. Investor totiž ideálně hledá projekt, který pomůže finanční injekci naškálovat.

Podobně začínal projekt OutdoorVisit.com. Začal jednoduchým prototypem, a to stránkou vybraných outdoorových zážitků v několika evropských městech s jednoduchým formulářem bez platby. Cíl byl pouze získat kontakt na zákazníka. Výsledky prvotního testu dopadly více než dobře, protože reklamní kampaň měla ROI 200%, tzn. každou investovanou stokorunu bylo možné proměnit v dvojnásobek zisku. Dalším krokem bylo sestavení plánu, jak projekt naškálovat, a sehnat investora už nebyl takový problém. OutdoorVisit.com získal v dubnu investici ve výši 10 milionů od skupiny J&T Ventures a snaží se konkurovat webům jako TripAdvisor nebo Airbnb.

*Jan Šromek
Co-founder*

Měření inovačních aktivit

Doposud jsme se zabývali charakteristikou jednotlivých typů inovací, nyní (a v dalších dílech věnovaných inovacím) se budeme zabývat analýzou měření inovačních činností.

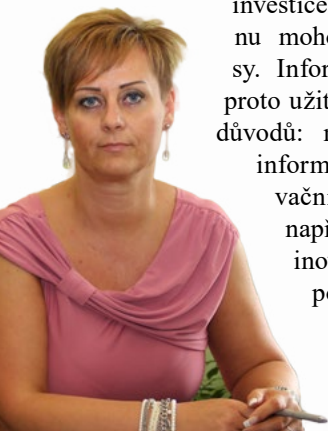
a technologii ve formě externího R&D, strojů nebo zařízení, zdali vývoj a implementace inovací zahrnuje také školení zaměstnanců, a zda se podniky podílejí na změnách ve svých organizacích.

Inovační aktivity, včetně nákupu kapitálu, výzkumu a vývoje (R&D) a dalších běžných výdajů souvisejících s inovacemi, lze charakterizovat jako

investice, které v budoucnu mohou přinášet výnosy. Informace o nich jsou proto užitečné, a to z mnoha důvodů: mohou poskytnout informace o typech inovačních aktivit podniků například o tom, zda se inovační podniky zapojují do R&D, zdali nakupují znalosti

Výzkum a vývoj je však v inovačním procesu pouze jeden krok. Inovace zahrnuje řadu činností, které nejsou součástí R&D, jako jsou:

- » další fáze vývoje pro před-produkci, výrobu a distribuci,
- » vývojové činnosti s menším stupněm novosti,
- » podpůrné činnosti, jako je školení a příprava inovace výrobků,
- » vývojové a prováděcí činnosti pro nové marketingové metody nebo nové organizační metody.



Mnohé firmy mohou ale také mít inovační aktivity, které nezahrnují žádný výzkum a vývoj. Kromě inovačních aktivit může schopnost absorbovat nové znalosti a technologie ovlivnit řada dalších faktorů. Mezi ně patří „znalostní báze“ firem, pracovní schopnosti a akademická úroveň prostředí, zavádění informačních technologií nebo blízkost veřejného výzkumu institucí a regionů s vysokou hustotou inovativních firem. Identifikace hlavních faktorů, které firmám umožňují inovovat a faktorů, které zlepšují jejich schopnost inovovat, má pro inovační politiku velký význam.

Inovace jsou složitým procesem a činnosti vyžadované pro inovace se mohou značně lišit. Například interní vývoj významně odlišného a sofistikovaného

elektronického produktu pro masový trh bude vyžadovat mnohem více kroků než zavedení zdokonaleného procesu vyplývajícího z integrované technologie zakoupeného zařízení.

Inovační aktivity mohou být prováděny uvnitř firmy nebo mohou zahrnovat získávání zboží, služeb nebo znalostí z vnějších zdrojů, včetně poradenských služeb. Firma může získávat externí znalosti a technologii v nehmotné nebo hmotné formě.

Kvantitativní měření výdajů na každou inovační aktivitu poskytuje důležité informace o úrovni inovační aktivity v podniku, průmyslu a státu. Tato měření mohou být základem výpočtu návratnosti inovačních aktivit.

*Dr. Ing. Ingrid Majerová
Katedra ekonomie a veřejné správy*

*OECD, 2005. 3rd ed. OSLO MANUAL. Guidelines for collecting and interpreting innovation data.
Paříž: OECD Publishing. ISBN 978-92-64-01308-3.*

Bezpečnost IT v prostředí firem a konference OpenSource – řešení v sítích

V dnešní době rozšíření Internetu, globální komunikace a lehké dostupnosti různých sociálních sítí vystupuje do popředí potřeba firem zajistit bezpečnost jimi využívaných informačních technologií (IT). Důvodem je skutečnost, že jakýkoliv výpadek počítačů zapojených většinou do podnikové počítačové sítě, způsobený napadením z internetu, může znatelně poznamenat fungování firmy. V případě malých a středních firem, kde pracovníci zabývající se IT spíše řeší následky než příčiny a prevenci, může útok hackerů způsobit nejen kolaps počítačové sítě, ale i nenahraditelné škody.





Nejčastější hrozbou jsou viry, tedy části naprogramovaného kódu, který se připojí k souboru v počítači tak, aby se mohl šířit z počítače do počítače. Viry mohou omezit funkčnost nebo úplně paralyzovat počítačové síť. Další podstatnou hrozbou je SPAM – nevyžádaná pošta. Hromadně zasílané nevyžádané maily mohou zcela zahltnout poštovní schránky uživatelů počítačové sítě podniku a přinejmenším způsobí škodu tím, že zbytečně pohltnou čas zaměstnanců. V nedávné době zaplavily Internet vyděračské e-maily, prostřednictvím kterých se kybernetičtí piráti snažili vystrašit své oběti a získat od nich peníze. Podvodníci příjemcům tvrdili, že se jim podařilo nainstalovat tzv. RAT virus, který dovoluje zařízení, jako je počítač nebo notebook, ovládnout na dálku. Za to, že postiženým odblokují data, nezveřejní fotky nebo nahrávku kamerou, kterou dovedou na dálku aktivovat, požadovali útočníci výkupné ve výši cca pět tisíc korun.

Další hrozbou je phishing, podvodná technika používaná na Internetu k získání citlivých údajů (hesla, čísla kreditních karet, přihlašovací údaje do internetového bankovníctví, atd). Existuje celá řada dalších technik hackerů jak se nabourat do podnikové sítě za účelem zcizení dat a napáchání škod. Jak se těmto útokům bránit? Odpověď na takovou otázku není jednoduchá. Samozřejmě každá síť musí být zabezpečena ochranou firewall a vybavena antivirovým a antispamovým systémem. Vyplatí se nelitovat prostředků a nechat si udělat bezpečnostní audit provozu IT specializovanou firmou.

Konference „OpenSource řešení v sítích“ pořádaná na půdě Slezské univerzity, Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné, se z velké části zabývala bezpečností. Na sto účastníků konference z řad IT pracovníků, studentů a uživatelů IT se mohlo více dozvědět, jakým způsobem postupují a jakými softwarovými nástroji disponují IT odborníci. Mohli tak blíže zjistit, čím se zabývají a jaké odborné znalosti mají IT specialisté pečující o chod a bezpečnost počítačových sítí.

Konference se konala ve čtvrtek 15. listopadu 2018 a byl to v pořadí již 5. ročník konference. Tuto událost, která je určena zejména široké odborné i neodborné veřejnosti a jejímž hlavním cílem je propagace svobodného softwaru a jeho možností v sítích, připravují pracovníci Ústavu informačních technologií ve spolupráci s Katedrou informatiky a matematiky Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné. Hlav-

ním sponzorem byla firma FORESIGHT CYBER a dalším sponzorem bylo sdružení IT Cluster, z. s. Konferenci zahájil Doc. Mgr. Petr Suchánek, Ph.D. proděkan pro studijní záležitosti a vedoucí Katedry informatiky a matematiky SU OPF. Celkem bylo předneseno osm odborných přednášek. Součástí konference byly také praktické ukázky některých řešení s možností vyzkoušet si konfiguraci služeb či softwaru. Podrobnosti a program najdete na stránkách konference <http://ors.slu.cz>.

Závěrem je nutno konstatovat, že se podařilo jako přednášející získat opravdu výrazné osobnosti: Bob Mann - Foresight Cyber, Miroslav Saferna - Národní úřad pro kybernetickou a informační bezpečnost, Přemysl Soldán - IT Cluster, Lukáš Zapletal - Red Hat, Radomír Okáč - CESNET, Lukáš Macura ÚIT SU OPF, Petr Krčmář Root.cz, Lukáš Malý Datasys s.r.o.

Mezi jinými vynikajícími a vysoce kvalitními příspěvky je nutné vyzdvihnout úvodní přednášku Boba Manna s názvem „Tales from Trenches“, která nejenže byla podána velice erudovaným způsobem, ale přednášející v ní zároveň dokázal zaujmout a pobavit.

A na kvalitní vystoupení přednášejících navázal pestrý večerní program s prohlídkou a posezením v karvinském pivovaru Ovečka, kde se dlouze a živě diskutovalo. Celý průběh této konference lze zhodnotit konstatováním, že její pátý ročník se po všech stránkách vydařil.

*RNDr. Zdeněk Franěk, Ph.D.
Ústav informačních technologií*

Jak používáme japonskou techniku na řízení marketingových týmů?

To, že Japonsko je velmoc v oblasti řízení procesů, výroby a celkově systematického způsobu práce podtrhuje i úspěšnost Japonských firem. Mezi největší průkopníky v této oblasti patří Toyota. Vznikla zde spousta metod na řízení týmů a tou nejznámější je nespíše Kata či Kaizen. Nejedná se o nic jiného než o myšlenkový proces postupného vylepšování věcí po malých krůčcích. Ať už ve fyzickém

prostředí (dílna) tak i mentálním prostředím (naše mysl).

Samozřejmě spousta odborníků oponuje, že tento styl v Japonsku funguje, kvůli zcela jiné mentalitě. Tvrdí, přenositelnost těchto konceptů, do našich podmínek je omezená. V podstatě souhlasím, ale všechny tyto metody již dostaly velkých změn směrem k adaptaci na naše prostředí. Potvrzuje to i úspěšná implementace

do různých podniků v ČR (Linet je výborná ukázka).

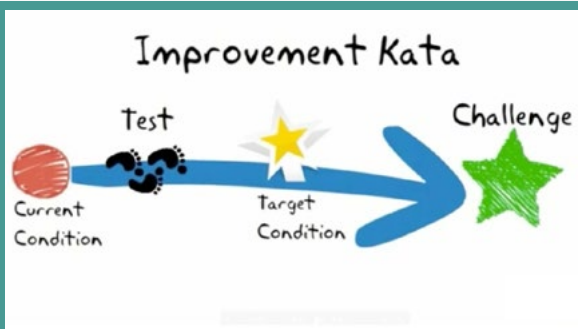
Každý má Kata improvement zaškatulkovaný jako metodu určenou do výroby, ale zatím se nikdo nepokusil o zavedení do marketingového průmyslu. Říká se, že přesně nastavené procesy a workflow zabíjí kreativitu, která kvůli nim nedostává prostor. Také kreativní osoby jsou spíše nesystematické a uplatňují chaos, proto nějaké procesy na ně asi moc neplatí. Zde zastávám názor, že procesy mají hodnotu i pro kreativní profese, ale logicky musí mít jinou podobu, než procesy např. výrobní.

Základní myšlenka je aplikování vědeckého myšlení a systematického zdokonalování do každodenní práce až do bodu, kdy se z tohoto způsobu práce (uvažování) stane rutina. Vědeckým myšlením je zde míněna vědomá koordinace mezi našimi očekáváními a skutečností (viz. obrázek).

Průběh aplikování této metody lze rozdělit do dvou částí: plánování a exekuce.

Plánování

Plánování probíhá směrem od shora dolů (podle organizační struktury), kde přímý nadřízený v situaci lvl s podřízeným rozebírá tyto tři body. Strategické rozhodnutí (kam směřujeme) je na vedení, avšak další body (pochopení současné situace, stanovení cílů) se již přímo spoluvytváří



s podřízeným. Tím je zabezpečen „buy-in“ kdy je zaměstnanec přímo vtažen do plánování a nejen do realizace. Plánováním se přesně stanoví cíle, kterých se chce dosáhnout a poté už je prostor na realizaci experimentováním.

Exekuce

Celý proces začíná u vedení projektu nebo na úrovni top managementu, kde se stanoví hlavní cíl, kterého se chce dosáhnout – kvantitativně vyjádřen. Cíl se postupně přesouvá z jednotlivých oddělení až do projektových týmů a k jedincům. Tímto způsobem se vytvoří (po vzoru klasické organizační struktury) pyramida, kde jádro celé metodiky tvoří tzv. kata koučing kruhy (kata coaching cyrcles) probíhající s přímým nadřízeným.

Během koučing kruhů se kouč (nadřízený) setkává s koučovaným (podřízený) a projíždějí si stále se opakující set otázek tzv. coaching kata questions (viz. níže). Pomocí něj se do myšlení dostanou jisté vzory (patterns), jak se stavět k řešení problémů a postupnému učení se z chyb.

Struktura koučing kruhů je dána otázkami. Ty jsou koncipovány tak, aby byly

dostatečně otevřené a daly se napasovat na jakýkoli druh situace a zároveň splňují vše, co potřebujete k dosažení cíle. V otázkách se tedy nachází tzv. zvědomovací část, kde se připomene cíl celého snažení a zaměří se na současnou situaci – vyhodnocenou v čísly (např. dosah a angažovanost u příspěvků), následuje retrospektivní část, kde se hodnotí poslední krok (experiment) – zadní strana. A poslední je část plánovací, kde se plánuje, na jakém problému (pře-

kážce) se bude pracovat a co se do příštího meetingu stihne.

Kde lze metodiku uplatnit?

- » vylepšování procesů (procesy projektové spolupráce, tvorby kreativity, výkonnostního marketingu),
- » rozvojové projekty (celkové zlepšování služeb, řešení nových dosud neprobádaných příležitostí),
- » změnové projekty (rozšíření portfolia služeb, změna zaměření agentury, apod.).

*Ing. Dalibor Šimek
Proud Consulting*

6. ročník Business Gate Academy v plném proudu

Multifunkční centrum Business Gate, které vzniklo před více jak dvěma lety v Karviné ve spolupráci Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné se statutárním městem Karviná, má za cíl vytvořit příhodné podmínky pro rozvoj podnikání v Karviné a okolí. Tímto projektem se SU

OPF snaží o propojení akademické teorie s podnikatelskou praxí, kdy studenti mají možnost se v rámci programu Business Gate Academy aktivně podílet na řešení podnikatelských zadání. Pro podnikatele tak vzniká prostor, jak zadat k řešení kon-



krétní problém, na který nezbyvá v běžném provozu čas ani volné kapacity.

Realizace podnikatelského záměru probíhá během semestru a je zakončena finální prezentací před zadavateli. Po finální prezentaci se zadavatelské firmy mohou dohodnout se studenty na implementaci navrženého řešení nebo případně na dalším způsobu spolupráce.

Tento semestr odstartovalo již šesté kolo Business Gate Academy. Proběhly náborové kampaně, výběrová řízení a složilo se 8 studentských týmů pod vedení již zkušených studentů Business Gate, kteří úspěšně realizovali podnikatelská zadání v minulých semestrech. I tentokrát se namíchala vskutku kvalitní sestava zadavatelů, kteří budou se studenty spolupracovat v rámci úspěšného dotažení projektů.



řově. Mimo tuto činnost taktéž provozuje autopůjčovnu, autoškolu či aeroškolu. V rámci zadání pro tento semestr budou studenti řešit kampaň, která bude probíhat v online prostředí a bude mít za cíl návštěvu či nákup v kamenné pobočce.

Město Karviná

Karviná je dynamicky se rozvíjející město, které plně využívá svého potenciálu, aby splnilo nejdůležitější prvky, které jsou od města jako takového očekávány. Proto město Karviná chce využít potenciálu mladých studentů, kteří se budou podílet na konceptu a následné realizaci události, která by měla naplnit očekávání občanů města. Studenti budou v kontaktu s užším vedením města a komplexně se budou starat o naplánování celé události včetně její propagace i organizace – event management.

Auto Tichý

Společnost Auto Tichý s.r.o. je prodejce třech značek aut – Peugeot, Citroën a Ford a má prodejny jak v Ostravě, tak v Haví-

MIRdesign

Firma MIRdesign přišla na trh s konstrukcí, která lidem umožňuje efektivní bydlení. Dnes se pyšní první zasypanou dřevostavbou tohoto typu na světě. Těchto obytných dřevostaveb chce mít firma po světě mnohem více, a tak se naši studenti budou zabývat tím, jak se nejlépe dostat ke klientele, která by si tento dům koupila či pronajala.

SMO

SMO, městská akciová společnost Orlová je v současnosti jednou z největších firem v Orlové. Prvotním úkolem společnosti je poskytování komunálních služeb. SMO Provozuje



několik sportovišť, od zimního stadionu, přes tenisové kurty až po krytý bazén. Právě pod krytým bazénem momentálně vzniká nové wellnes centrum. Úkolem týmu v Business Gate Academy bude vytvořit lokální marketingovou strategii, která přiláká návštěvníky z karvinského regionu.

Simply You Pharmaceuticals

Simply You Pharmaceuticals je druhá největší farmaceutická společnost působící na území České republiky a v dalších více než 30 zemích světa. Tato firma se zabývá vývojem a prodejem doplňků stravy, farmakosmetiky a zdravotnických prostředků pro zdravější a spokojenější život zákazníků. Svým mediálním rozpočtem se řadí mezi TOP 10 nejvíce inzerujících firem v ČR a na Slovensku. V rámci příštího zadání Business Gate Academy bude tým studentů zpracovávat strategii marketingové komunikace pro doplněk stravy Decolen, jenž je určen pro ženy a slouží pro podporu zpevnění, plnosti a celkového zdraví prsou

Kitchenstore

Jedná se o českou rodinnou firmu, která nabízí na svém E-SHOPU profesionální vybavení do kuchyní, restaurací či jídelen. V tomto zadání se budou studenti zabývat jeho marketingovou komunikací a propagací v rámci trhu B2B a to vše zaměřené na online komunikační kanály.

LevitPen

Firma LevitPen, jejímž spoluzakladatelem je absolvent SLU OPF v Karviné, se zabývá výrobou a prodejem luxusních

multifunkčních per. Jedná se o první levitující modulární pero na světě. Ambicí LevitPen je prosadit se, jak na trhu tuzemském, tak hlavně zahraničním. V rámci zadání BG Academy, budou mít studenti za úkol vymyslet návrhy na nevědní propagaci prostřednictvím kampaní, které pomohou zvýšit povědomí o této nové generaci per.

Feratt

Feratt je česká firma zabývající se pánskou, převážně společenskou, módou. Mezi hlavní produkty patří pánské obleky a košile vlastní značky. Po celé ČR má Feratt 11 prodejen a její hlavní tvář je herec a bavič Martin Dejdar. Studenti pracující na tomto zadání se zaměří na tvorbu marketingové strategie především v online prostředí.

Studenti si tak během jednoho semestru vyzkouší své získané vědomosti aplikovat na praktických zadáních, které vychází přímo z potřeb zadavatelských podniků.

Workshopy odborníků z praxe

Ruku v ruce s Business Gate Academy probíhají také workshopy odborníků z praxe zaměřené zejména na marketingovou komunikaci a soft-skills. Během tohoto semestru se studenti nebo začínající podnikatelé měli možnost dozvědět mnoho užitečných informací týkající se webové analytiky, branding, copywritingu, PPC reklam, chatBotů nebo obchodních a komunikačních dovedností.

V každém workshopu příznivci dané problematiky získají množství nových poznatků, které mohou proměňovat

v praktické dovednosti. V dalším semestru se chystají na Business Gate další akce a workshopy na podporu podnikavosti a podnikání nejen studentů Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné.

*Ing. Veronika Braciniková
Katedra podnikové ekonomiky a managementu*

Podnikni To! na OPF

Už druhým rokem měli možnost studenti Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné navštěvovat celorepublikově úspěšný kurz na podporu podnikavosti Podnikni To!. Na workshopech Podnikni to! se studenti naučí najít podnikatelskou příležitost a přetvořit ji ve smysluplný projekt, na kterém otestují zájem zákazníků a také získají názor od zkušených podnikatelů.

Během úvodní přednášky, kde byl představen koncept kurzu, se měli šanci studenti přihlásit do tohoto semestrálního předmětu. Jedinou podmínkou bylo mít podnikavého ducha, a tudíž se mohli hlásit i studenti, kteří ještě ani svůj podnikatelský nápad neměli.

Během workshopů se studenti seznámili s nástrahami, se kterými se mohou setkat při počátku podnikání, naučili se



definovat svůj základní produkt, získali svého poradce při rozvoji nápadu, nabídli svůj produkt či službu potenciálním zákazníkům a v neposlední řadě se také naučili vypočítat si náklady spojené s uvedením nápadu na trh. Součástí kurzu PodnikniTo! byly prezentace studentských nápadů před komisí mladých podnikatelů z Karviné a okolí, kteří studentům

předali cenné rady pro vytvoření podnikatelských záměrů a pro udržitelnost jejich nápadů na trhu. Studentské podnikatelské nápady byly tento rok velmi rozmanité. Od otevření moderní kavárny, středověké restaurace až po projekt Dračí perly nebo unikátní služby poskytované při rozlučkách se svobodou. Studenti budou mít možnost na svých projektech pracovat dál s následnou možností přihlásit se do projektů, jako je Idea akcelérátor, Greenlight nebo ECMT + konaných v letním semestru.

*Ing. Tomáš Pražák
Institut interdisciplinárního výzkumu*

Užitečné odkazy:

OP PIK

Dotační program Nemovitosti

- » Primárním cílem programu Nemovitosti je usnadňovat malým a středním podnikatelům rekonstrukci zastaralých, prostorově a technicky nevyhovujících budov pro provádění podporovaných ekonomických činností.
- » Výše dotace: 1 - 30 mil. Kč
- » Termín pro plné žádosti: od 22. 10. 2018 do 22. 5. 2019
- » <https://www.oppik.cz/dotacni-programy/nemovitosti>

Dotační program Školící střediska

- » Cílem programu Školící střediska je podpora budování center vzdělávání zaměstnanců, která umožňují další rozvoj podnikatelských subjektů. V tomto programu mohou

žádat o podporu i neziskové organizace.

- » Výše dotace: 500 tis. - 5 mil. Kč
- » Termín pro plné žádosti: od 15. 8. 2018 do 30. 5. 2019
- » <https://www.oppik.cz/dotacni-programy/skolici-strediska>

Dotační program Úspory energie

- » Program Úspory energie se zaměřuje na snížení energetické náročnosti podnikatelského sektoru. Účelem programu je podpora opatření přispívající k úspoře konečné spotřeby energie.
- » Výše dotace: 300 tis. - 400 mil. Kč
- » Termín pro plné žádosti: od 2. 7. 2018 do 30. 4. 2019
- » <https://www.oppik.cz/dotacni-programy/uspory-energie>

OP Zaměstnanost

- » Výzva č. 076: Podpora inovativních služeb pro ohrožené děti a rodiny
- » Dotace na podporu zlepšování přístupu k dostupným, udržitelným a vysoce kvalitním službám, včetně zdravotnictví a sociálních služeb obecného zájmu a zvýšit uplatnitelnost osob ohrožených sociálním vyloučením nebo sociálně vyloučených ve společnosti a na trhu práce
- » Výše dotace: 1 - 10

Příjemci podpory:

- » Osoba (právnícká nebo fyzická), která je registrovaným subjektem v ČR,
- » Kraje, obce a jimi zřizované organizace,
- » Nestátní neziskové organizace.
- » <https://www.esfcr.cz/vyzva-076-opz>



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Kontakty:

Institut interdisciplinárního výzkumu
Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karvině
Univerzitní náměstí 1934/3
733 40 Karviná

Email: iiv@opf.slu.cz
Webové stránky: www.iivopf.cz
Facebook: www.facebook.com/iivopf

16 číslo / prosinec 2018

