

A2.1.1 Navázání a rozvoj kontaktů města s podnikatelskou sférou

Typické aktivity

- Navázání a rozvoj kontaktů s podnikatelskou sférou a využití jejího potenciálu pro rozvoj města
- Propagace a podpora inspirativních lokálních podnikatelských příběhů, výrobků, služeb, firem
- Zefektivnění elektronické komunikace města s podnikateli (systém CRM)
- Zapojení podniků do procesu plánování a rozhodování (generely, koncepce, strategie)
- Vytvoření centra (místa, týmu, osoby) pro networking firem, hledání lidských zdrojů
- Podpora zvýšení společenské odpovědnosti firem, strategie aktivit pro CSR
- Zapojování místních firem do zakázek města, které je možné zadávat v jednoduchém režimu
- Městské coworkingové prostory a offices za zvýhodněných podmínek
- Poskytování informací místním firmám (o možnosti zapojení do zakázek města, o institucích, které je podporují, o nemovitostech...)
- Organizace seminářů, akcí, workshopů, vzdělávání na různá témata (dotační možnosti, personalistika, marketing, finance, právo apod.)

Očekávané přínosy

- + rozvoj malého a středního podnikání a drobných živností poskytujících běžné služby a zboží, i ve vnitřním lázeňském území
- + pozitivní image města
- + zvýšení důvěryhodnosti města u podnikatelské sféry (zapojení do rozhodovacích procesů)
- + více informací a kontaktů z podnikatelské sféry
- + lepší využití nemovitostí, brownfieldů a dalších ploch ve městě
- + možnost zrealizovat některé projekty se zapojením (a to i finančním) podnikatelů
- + příznivější skladba podnikatelských provozoven a nabídky služeb, především v lázeňském centru města
- + soukromé finanční zdroje na realizaci veřejných projektů (PPP projekty, sponzoring)
- + zvýšení kvality strategických dokumentů díky zapojení podnikatelů do jejich tvorby
- + zefektivnění elektronické komunikace města s podnikateli
- + synergie s již probíhajícími nebo plánovanými projekty Karlovarského kraje, KARP, KHK KK, CzechInvest, CzechTrade (aj.), např. Smart Akcelerátor, Restart, Regionální inovační ekosystém

Možné překážky

- nezájem podnikatelů o kontakt s městem a o podíl na budování potenciálu a image města
- nedostatečná provázanost mezi veřejnou a podnikatelskou sférou
- chybějící soustava nástrojů na podporu podnikání (na všech úrovních v rámci ČR)
- riziko prosazování zájmů určitého spektra podnikatelů na úkor jiných
- nedostatečné finanční prostředky

Nutné podmínky

- Získání kontaktů na podnikatele, určení cesty k jejich oslovení, výběr aktivních podnikatelů se zájmem, oboustranná komunikace jako součást celkové snahy o pozitivní spolupráci a vyvinutí společného úsilí podnikatelů i města (tzv. Community management)

A2.1.1 Navázání a rozvoj kontaktů města s podnikatelskou sférou

Nutné podmínky:

- Posílení finančních a personálních zdrojů, nemovitostí, materiálních zdrojů apod. pro přípravnou fázi projektů (předprojektová příprava)
- Překonání bariér mezi sektory (nedůvěra byznysu vůči municipalitě a naopak)
- Kontinuita rozvojových aktivit, definice dlouhodobých cílů (Potřebují firmy město? Potřebuje město firmy?) a od nich se odvíjejících aktivit
- Aktivní práce a těsný kontakt s cílovou skupinou podnikatelů, reflexe jejich potřeb
- Péče o podnikatele, již může město zajišťovat samo formou nové agendy, případně s využitím služeb stávajících servisních organizací pro podnikatelskou sféru (CzechInvest / CzechTrade / KARP / KHK KK / Agentura pro podnikání a inovace aj.)
- Pravidelné setkávání významných podnikatelů s relevantním odborem, pověřeným zaměstnancem, vedením města
- Úzká spolupráce, koordinace, synergie a provázání projektů se servisními organizacemi podnikatelské sféry (CzechInvest, KHK KK, KARP, Agentura pro podnikání a inovace, v budoucnu kupř. regionální kulturně-kreativní centrum, inovační centrum, vědeckotechnický park atd.)
- Nastavení a zajištění kompatibility s RIS3
- Vytvoření tlaku na vlastníky (nikoli správce) podniků a cílené vyhledávání aktivních a ochotných manažerů v místních firmách
- Vzbuzování pocitu hrdosti a místního patriotismu ve firmách a u místních občanů
- Přivedení aktivních podnikatelů do vnitřního lázeňského území – těch, kteří budou mít zájem na oživení širšího okolí a nebudou úzce zaměřeni pouze na turisty – dostupné a atraktivní zboží i služby pro místní obyvatele
- Důsledná informovanost obyvatel v případě nového investorského záměru ve vnitřním lázeňském území, zájem o jejich názor
- Služby Aftercare – dlouhodobá péče o zasídlené firmy
- Odstraňování bariér pro vstup do podnikání
- Rozdělení a pojmenování segmentů byznysu – seed, start-upy, živnostníci, malé a střední podnikání, velké firmy, investoři, developeři atd. (každý segment vyžaduje odlišný přístup pro komunikaci, nabídku služeb, zapojení do aktivit města)

Opatření

A2.1.1 Navázání a rozvoj kontaktů města s podnikatelskou sférou

3/4

Aktéři

Veřejní

Soukromý a neziskový sektor

Statutární město Karlovy Vary

Odbory Magistrátu města Karlovy Vary:

- odbor kancelář tajemníka
- odbor právní
- odbor informačních technologií
- odbor vnitřního auditu a kontroly
- odbor financí a ekonomiky
- odbor rozvoje a investic
- odbor strategií a dotací
- odbor majetku města
- obecní živnostenský úřad

Kancelář architektury města
Karlovy Vary, p. o.

Infocentrum města
Karlovy Vary, o. p. s.

Karlovarská agentura rozvoje
podnikání, p. o.

Karlovarský kraj

Odbory Krajského úřadu
Karlovarského kraje:

- odbor informatiky
- odbor regionálního rozvoje
- odbor řízení projektů
- odbor kultury, památkové péče,
lázeňství a cestovního ruchu

Agentura pro podporu podnikání
a investic CzechInvest

Česká agentura na podporu obchodu

Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism

Agentura pro podnikání a inovace

Technologická agentura České republiky

Českomoravská záruční a rozvojová banka

Rada kvality České republiky

Podnikatelské subjekty působící
na území města

Asociace společenské odpovědnosti

Krajská hospodářská komora
Karlovarského kraje

Svaz průmyslu a dopravy
České republiky

Cílové skupiny

- Podnikatelské subjekty působící na území města

Opatření

A2.1.1 Navázání a rozvoj kontaktů města s podnikatelskou sférou

4/4

Vazba na cíle



- A1.1 Efektivní úřad
- A1.2 Hospodaření města
- A1.3 Image města
- A2.2 Lázeňství
- A2.3 Nové výzvy
- A2.4 Cestovní ruch
- B1.1 Urbanismus a architektura
- B1.2 Životní prostředí, příroda a krajina
- B2.1 Veřejná doprava
- B2.2 Doprava a veřejný prostor
- B2.3 Dopravní vazby
- C1.1 Umění a kultura
- C1.2 Sport
- C1.3 Společenské akce a volnočasové aktivity
- C2.1 Sociální záchraná síť
- C2.2 Sounáležitost
- C3.1 Škola a komunita
- C3.2 Vzdělání a aktivní občané

Vazba na strategické dokumenty

- Integrované teritoriální investice ITIKA° 2021–2027
- Regionální inovační strategie Karlovarského kraje
- Strategie rozvoje konkurenceschopnosti Karlovarského kraje 2013–2020
- Program rozvoje Karlovarského kraje 2021–2027
- Přeshraniční regionální inovační strategie Karlovarského kraje a Svobodného státu Bavorsko
- Přeshraniční regionální inovační strategie Karlovarského kraje a Svobodného státu Sasko
- Strategický rámec Česká republika 2030
- Národní inovační strategie České republiky 2019–2030
- Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci České republiky 2021–2027
- Inovační strategie České republiky (The Country for the Future)
- Strategie regionálního rozvoje ČR 2014–2020
- Digitální Česko: Informační koncepce České republiky
- Klientsky orientovaná veřejná správa 2030
- Digitální Evropa
- Evropa připravená na digitální věk 2020–2024

Naplnění hodnot



- Hrdé a sebevědomé město
- Živé a kreativní město
- Zdravé a bezpečné město
- Společné a společenské město
- Inovativní a iniciativní město