

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Inovátoři v České republice

Innovators in the Czech Republic

STUDIJNÍ PROGRAM

Projektové řízení inovací

STUDIJNÍ OBOR

Project management

VEDOUCÍ PRÁCE

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.

BELIČKA

MATĚJ

2022

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Belička** Jméno: **Matěj** Osobní číslo: **440649**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut ekonomických studií**
Studijní program: **Projektové řízení inovací**

II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:

Inovátoři v České republice

Název diplomové práce anglicky:

Innovators in the Czech Republic

Pokyny pro vypracování:

Cílem diplomové práce je analýza nejnovějších inovačních trendů. Historie inovace, tedy kdo první formuloval její myšlenku a popsal její definici. Dále se zabývá národní inovační strategií, popisem a vysvětlení pojmu, kdo je to inovátor. Celá jedna kapitola bude věnována obecně prospěšné společnosti Česká inovace.

Přínos práce: Prognózování budoucnosti inovačních aktivit podniků v České republice a následné vytvoření grafů jejich prognóz podle jednotlivých typů inovací. Dále zde budou ukazatele výzkumu a vývoje s jednotlivými sektory a jejich prognózy. Shmutí jednotlivých prognóz v tabulkách a grafech.

Seznam doporučené literatury:

1. DVORÁK, J. Management inovací. 1. vyd. Praha : Vysoká škola manažerské informatiky a ekonomiky, 2006.
2. Valenta, František. Tvůrčí aktivita, inovace, efekty. Vyd. 1. Praha : Svoboda, 1989.
3. JASANSKÝ, Jaroslav. Národní inovační strategie České republiky [online]. 2006 [cit. 2021-3-5]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument11862.html>

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D. Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) diplomové práce:

Datum zadání diplomové práce: **05.01.2022**

Termín odevzdání diplomové práce: **18.09.2022**

Platnost zadání diplomové práce: _____

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) práce

Mgr. František Hřebík, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkane(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Diplomant bere na vědomí, že je povinen vypracovat diplomovou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v diplomové práci.

_____ Datum převzetí zadání

_____ Podpis studenta

BELIČKA, Matěj. *Inovátoři v České republice*. Praha: ČVUT 2022. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 16. 09. 2022

Podpis:

Poděkování

Děkuji především vedoucímu diplomové práce panu Ing. Jiřímu Zmatlíkovi, Ph.D. za jeho cenné rady, trpělivost a čas.

Abstrakt

Inovátor, průkopník, je osoba, která jako první využije nový způsob, odlišný od doposud všeobecně známých způsobů při používání věcí nebo myšlenek. Takovým způsobem umožňuje pokrok, respektive další rozšíření lidského poznání.

Šíření inovací je možné definovat jako proces, prostřednictvím kterého firmy získávají znalosti, informace a inovace z vnějšku a využívají je ke zlepšení svých vlastních produktů a procesů.

Česká republika se podle evropských statistik dlouhodobě řadí do skupiny takzvaných mírných inovátorů. Za průměrem EU zaostává například z hlediska ochrany duševního vlastnictví a též nízkého podílu podnikání založeného na příležitostech. Mezi silné stránky České republiky naopak patří využívání informačních technologií, vývoz zboží s inovativními technologiemi a také udržitelnost životního prostředí. Česká republika má nadprůměrný podíl inovátorů, produktů s tržními novinkami a prezentuje se dobrými výsledky, které souvisejí se změnou klimatu. Avšak tuzemské veřejné výdaje na výzkum a vývoj jsou nízké, jak ukázalo šetření Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD).

Výkonnost Česka od roku 2014 kontinuálně stoupá a země se přibližuje silným inovátorským zemím. Česko si navíc vzalo za cíl do roku 2030 patřit mezi inovační lídry Evropy.

Klíčová slova

Česká republika. Inovátor a pokrok. Inovace. Hodnota pro zákazníka. Oslo manuál. Pracovní portály. Inovativní aplikace na vyhledávání práce. Konkurenční výhoda.

Abstract

An innovator, a pioneer, is a person who is the first to use a new way different from the generally known ways of using things or ideas. In this way, it enables progress, respect-in the further expansion of human knowledge.

Diffusion of innovations can be defined as a process through which firms acquire knowledge, information and innovations from outside and use them to improve their own products and processes. According to European statistics, the Czech Republic has long been in the group of so-called moderate innovators. It lags behind the EU average, for example, in terms of intellectual property protection and also the low share of business based on opportunities. The strengths of the Czech Republic include the use of information technology, the export of goods with innovative technologies, and environmental sustainability. The Czech Republic has an above-average share of innovators, products with market innovations and presents itself with good results related to climate change. However, domestic public spending on research and development is low, as a survey by the Organization for Economic Co-operation and Development has shown (OECD).

The performance of the Czech Republic has been continuously increasing since 2014, and the country is getting closer to strong innovative countries. In addition, the Czechia has set itself the goal of being among Europe's innovation leaders by 2030.

Key words

Czech Republic. Innovator and progress. Innovation. Customer value. Oslo manual. Job portals. Innovative job search application. Competitive advantage.

Obsah

Úvod	5
1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ.....	7
1.1 Invence, inovace, pojem.....	7
1.2 Inovátoři, pojem	8
1.3 Hodnota pro zákazníka	8
1.4 Konkurenční výhoda	10
1.5 Oslo manuál.....	11
2 INOVACE	13
2.1 Inovace z různých pohledů.....	14
2.2 Klasifikace inovací.....	17
2.2.1 Typologie inovací.....	18
2.2.2 Produktová a procesní inovace	18
2.2.3 Marketingová a organizační inovace	20
2.3 Zdroje inovací	22
2.4 Evoluční (inkrementální) inovace	24
3 PRAKTICKÁ ČÁST	28
3.1 Česká republika, největší inovátor ve východní Evropě, všeobecně	28
3.2 Inovátoři z České republiky roku 2022	31
3.3 Pracovní portály.....	33
3.4 Inovativní aplikace na vyhledávání práce	40
3.5 Analýza vybraných startupů	50
Závěr	56
Seznam použité literatury	59
Seznam obrázků.....	65
Seznam tabulek	66

Úvod

Česká republika se zařazuje do seznamu nejvíce rozvinutých států Evropské unie a současně svojí zeměpisnou pozicí se prezentuje velkou výhodou pro podnikání. Jako příklad je uvedeno, že jen v roce 2021 bylo 21 z celkových 50 nejrychleji rostoucích veřejných a soukromých technologických firem ve střední Evropě firem českých, a to dle podle zprávy od analytické společnosti Deloitte.¹

Jak je všeobecně známé, že Česká republika má výhodnou zeměpisnou polohu. Leží přímo ve středu Evropské Unie s dobrým přístupem nejen k zemím západní, ale také k zemím východní Evropy. V indexu snadnosti podnikání se Česká republika umístila za Německem. Oba státy jsou mimořádně dobrými obchodními partnery a mají vzájemně dobré a prospěšné obchodní vztahy. Česká republika představuje lukrativní zázemí pro podnikání pro zahraniční investory díky tuzemskému nerostnému bohatství, intelektuálnímu kapitálu, vládním a evropským dotacím pro podnikání a schopnosti reagovat na potřeby inovativních firem.²

Diplomová práce „*Inovátoři v České republice*“ se věnuje problematice inovátorství v České republice. Diplomová práce obsahuje 3 kapitoly, v 1 kapitole se nachází vymezení základních pojmů, tj. invence, inovátoři, hodnota pro zákazníka a opis konkurenčních výhod. Kapitola 2 se věnuje pojmu inovace, opsání inovace z různých pohledů, je uvedena klasifikace inovací, typologie inovací a též produktová a procesní inovace. Není zapomenuto ani na marketingovou a organizační inovaci. Problematice zdrojů inovací a evoluční (inkrementální) inovace je věnována podkapitola 2.3 a 2.4. V praktické části, kterou je kapitola 3, se nachází opis České republiky jako největšího inovátora ve východní Evropě. V podkapitole 3.2 je uveden opis inovátorů z roku 2022. Podstatnou součástí praktické části diplomové práce je opis pracovních portálů a také uvedení inovativní aplikace na vyhledávání práce. Na závěr je provedena analýza vybraných startupů.

V diplomové práci jsou použity metody analýzy, literární rešerše, v praktické části syntéza a komparace, a další způsoby, tj. zobecňování abstrakce.

¹ Deloitte Technology Fast 50 Central Europe 2021. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/ce/en/pages/about-deloitte/topics/technology-fast-50-2021>

² Česká republika, největší inovátor ve Východní Evropě? [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www.main-ware.com/blog/cs/111-ceska-republika-nejvetsi-inovator-ve-vychodni-evrope>

TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ

V kapitole 1 se nachází vymezení základních pojmů, tj. opsání pojmů invence, inovátoři, hodnota pro zákazníka a též, co značí pojem konkurenční výhody.

1.1 Invence, inovace, pojem

Pro lepší pochopení je stručně uvedeno, co znamená pojem invence a pojem inovace. Blíže se pojmu inovace věnuje kapitola 2.

Jak uvádí autor Synek: „*Inovacím musí předcházet vynaložení určité tvůrčí aktivity, např. v podobě vynálezů, zlepšovacích návrhů, projektů, průmyslových vzorů apod. Tuto tvůrčí aktivitu vedoucí ke změnám ve struktuře vědění nazýváme invencemi*“ (Synek, 2011).

Pojem invence a význam dle slovníku cizích slov znamená vtipný nápad, důvtip, vynalézavost, zejména v umělecké tvorbě.³

Je to kvantitativní posun – změna ve struktuře lidského poznání. Invence pravdivěji interpretuje objektivní realitu světa ve srovnání s dřívějším stupněm poznání.⁴

„*Invencí se rozumí první kombinace nápadů kolem určitého konceptu, přičemž koncept může být vyjádřením výsledků nějakého tržního průzkumu, může být vyvolán nějakou akcí konkurence, nebo může vyplynout z poznatků vlastního oddělení výzkumu a vývoje podniků*“ (Tidd, 2007).

Ne všechny invence jsou zdrojem inovace. Invence mohou být také nerealizovatelné, a v tom je základní rozdíl mezi invencí a inovací. Inovace představuje celý proces.

Slovo inovace má svůj původ v latinském slově „*innovatio*,“ slovo je možno přeložit jako novinka, aneb změna k něčemu novému; faktem je, že definic pojmu inovace existuje velké množství.

Jak uvádí autor Vlček, tímto slovem se označovala změna v různých oblastech lidské činnosti (Vlček, 2011).

Pojem „*inovace*“ zaznívá v současné době ze všech stran. Diskutuje se, že jen inovace pomohou dané firmě dosahovat dlouhodobého zisku, podnikatelského úspěchu, respektive konkurenční výhody.

³ Pojem invence. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/invence>

⁴ Invence. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://businesscenter.podnikatel.cz/slovnícek/invence/>

Autoři Ján Košturiak & Ján Chal' ve své knize „*Inovace – vaše konkurenční výhoda*“ část věnují manažerům a podnikatelům, kteří se rozhodli, že inovace budou skutečně realizovat, nikoli o nich jen diskutovat, resp. pomůže hledat odpovědi na otázky:

- kde a jak inovovat,
- jak v podniku vytvořit a řídit inovační proces,
- jak poznat zákazníky a vytvářet pro ně hodnotu (Ján Košturiak, Ján Chal', 2008, s. 55).

1.2 Inovátoři, pojem

Inovátoři usilují o zcela originální přístup k řešení problému, nejen o dílčí zlepšení jako to činí tzv. adaptéři či adaptátoři.⁵

Inovátor, jinak též průkopník, je osoba, která jako první využije nový způsob, který je odlišný od doposud známých způsobů při používání věcí nebo myšlenek. Takovým způsobem umožňují pokrok, respektive další rozšíření lidského poznání. Své postupy inovátor také prosazuje do praxe. K inovacím může dojít náhodou nebo promyšleným procesem.

1.3 Hodnota pro zákazníka

Inovace mají souvislost se zákazníky, protože představují faktor hodnoty firmy, která se může s inovacemi zvyšovat. Výběr firem, kde si zákazník může běžné požadované zboží nebo službu zakoupit, je v současné době prakticky neomezený. Firmy se tak snaží přizpůsobit zákazníkům a snaží se rozvíjet svoji nabídku takým způsobem, aby byla pro možné potenciální klienty co nejvíc atraktivní. **Usilují tak maximalizovat hodnotu nabídky pro zákazníka.**

S tím souvisejí inovace, které mají potenciál zvyšovat atraktivitu nabídek dané firmy.

Hodnota pro zákazníka je měřitelná veličina, jak uvádí autor Vlček. V praxi však není možné vždy výpočet stanovit. Z hlediska matematického principu dle Vlčka lze měření hodnoty pro zákazníka členit na dvě skupiny. Přístupy, které výslednou hodnotu pro zákazníka nebo její míru kvantifikují jako součtovou funkci dvou základních parametrů, tj. indikátorů, hodnoty pro zákazníka, jimiž v marketingovém pojetí většinou bývají jakost, tj. užitek, a cena, se označují jako sčítací přístupy. Jestliže hodnota pro zákazníka, respektive čistá hodnota pro zákazníka numericky vzniká jako rozdíl jakosti (užitku) a ceny, potom hovoříme o odčítacím, tj. substrakčním přístupu (Vlček, 2008).

Inovace jsou o vydělávání peněz, ne o kreativité. Aby určitá změna produktu nebo služby v podnikání byla považovaná za inovaci, měla by splňovat **z pohledu zákazníků** několik kritérií současně:⁶

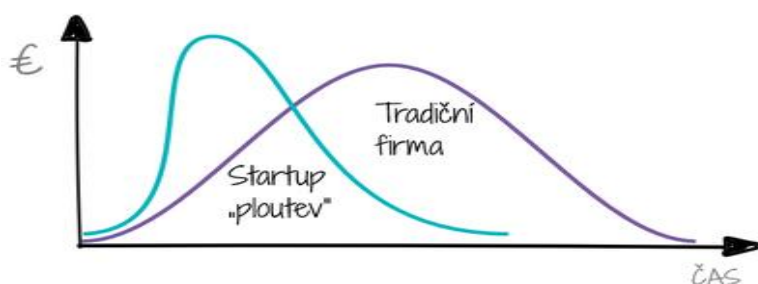
⁵ Pojem inovátoři. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://slovník-cizichslov.abz.cz/web.php/slovo/inovatori-inovator>

⁶ Inovace. [vid. 2022-07-28]. Dostupný z: <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>

1. **Užitečnost.** Co se týče užitečnosti, tak by v hodnotové propozici pro zákazníky nemělo být nic zbytečného, to znamená, nic, co zákazníci nepotřebují, a současně v ní nesmí chybět nic důležité. Zbytek nabídky by měl řešit postnatné potřeby zákazníka. V případě, že míra shody mezi zákazníkem deklarovanými požadavky a nabízenou hodnotovou propozicí je vyšší než u existujících produktů na trhu, je firma inovativní.
2. **Novost pro zákazníka.** V případě, že se zeptá firma zákazníků, co by chtěli, a pak jim to firma dá, nejedná se o firmu inovativní, jenom firmu vstřícnou. Může dojít k tomu, že zákazník může dokonce vytvářet tlak na cenu, protože se podílel na formulaci něčeho nového, protože přesně formuloval, co by a jak by potřeboval. Znamená to, že firma musí zákazníkovi představit něco nové také pro zákazníka. Firma má možnost se zákazníků ptát, ale firma je expertem na danou oblast, a tak dokáže přijít s něčím novým. Na straně firmy je informační a znalostní výhoda. Když je počet nových prvků, které zákazník ani nevyslovil vyšší než u již existujících produktů na trhu, je firma inovativní. Ovšemže to samo o sobě nestačí, mimořádně podstatná je přidaná hodnota pro zákazníka.
3. **Efektivnost.** Přidanou hodnotu pro zákazníka vnímá firma jako rozdíl hodnoty nabízených užitků a nákladů na jejich provoz a pořízení. Když je u produktu dané firmy přidaná hodnota vyšší než u ostatních nabízených na trhu, je firma inovativní. V některých případech nemusí být přidaná hodnota nutně větší, ale postačí, když je tato hodnota jenom jiná. Když při koupi zákazník upřednostní přidanou hodnotu dané firmy, stává se z ní konkurenční výhoda.⁷

Z pohledu firmy je inovace taková změna v podnikání firmy, která se ukáže takovým způsobem:

1. **Rychlostí růstu tržeb firmy,** která je na základě inovaci vyšší než před inovací, vyšší s porovnáním konkurence.
2. **Přidanou hodnotou;** inovace by měla generovat růst masy zisku a/nebo nárůst hodnoty akcií, kdy investoři oceňují tržní kapitalizaci inovativní firmy.
3. **Časovým monopolem;** v daném případě inovace představuje pro firmu určitý časový monopol, během kterého firma dostává od zákazníků určitý bonus, který má podobu vyšší ceny, neutichající poptávky nebo ochoty investorů platit za akcie mimořádnou cenu.



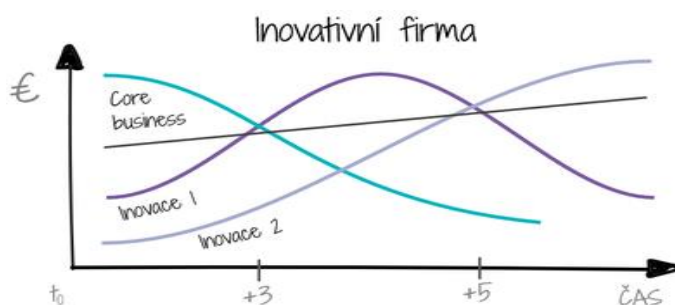
Obrázek 1: Porovnání tradiční firmy a startup firmy (zdroj: 8)

⁷ Inovace. [vid. 2022-07-28]. Dostupné z: <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>

⁸ Porovnání tradiční firmy a startup firmy. [cit. 2022-07-28]. Dostupné z: <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>

Na grafu 1 je zobrazený typický průběh časového monopolu, například startupu, vůči tradičním firmám, co znázorňuje v grafu „žraločí ploutev.“

4. Erozi hodnotové propozice, kde v důsledku změn potřeb zákazníků nebo kopírováním konkurentů, nabízená hodnotová propozice v čase ztrácí svoji hodnotu v očích zákazníků. To je důvod, proč se špičkové firmy snaží prodlužovat časový monopol tím, že přicházejí s pravidelnými inovačními vlnami pro udržení tempa růstu, pro dlouhodobou eskalaci v čase.⁹



Obrázek 2: Erozi hodnotové propozice (zdroj: 10)

5. Rizikem. Tam, kde se nachází nějaká hodnota, a inovace je hodnota, je též riziko, že o hodnotu firma může přijít. Může to být nejen neschopností komercionalizovat vyvolanou poptávku, ale také neschopností generovat zisk při rostoucím počtu zákazníků atd. Z daných důvodů je důležité vymyslet inovaci a komercionalizovat ji, ale také nezapomínat na schopnost udržení rizika potenciální možné ztráty hodnoty inovace pod kontrolou.¹¹

1.4 Konkurenční výhoda

Definicí konkurenceschopnosti existuje nepřeborné množství, což bezesporu souvisí také s celou řadou referenčních úrovní,

„Podnikatelé hledají strategie, aby našli kombinaci zákazníků a služeb, u nichž mají výhodu oproti těm, které vnímají jako své konkurenty“ (Brenner, cit. v Metcalfe, Ramlogan, Uyarra 2002, s. 8).¹²

Co se týče konkurenční výhody, resp. výhod, tak tradiční pojetí konkurence vychází z předpokladu, že „...hranice jednotlivých odvětví jsou jasně vymezené, že víte, kdo je vaším dodavatelem a teda konkurentem, jaké nové firmy se objevují na trhu. Na rychle se vyvíjejících trzích je ale velmi těžké

⁹ Příkladem je firma Apple s růstem trvajícím téměř 20 let.

¹⁰ Erozi hodnotové propozice. [cit. 2022-07-28]. Dostupné z <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>

¹¹ Inovace. [cit. 2022-07-28]. Dostupné z: <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>

¹² In: BENEŠ, Michal. *Konkurenceschopnost a konkurenční výhoda*. WORKING PAPER č. 5/2006. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-05.pdf>

určit, kdo jsou vaši dodavatelé, zákazníci, konkurenti, spolupracovníci. Hranice se tak zamlžují a vzájemně překrývají...“ (Košťuriak, J., Chal, J. 2008, s. 54).

Podle Granta podstatné jsou tady i příklady úspěšných inovací, a to ze strany českých podniků a také popisy intuitivních i systematických inovačních metod. Firmy, které mají konkurenční výhodu, mají také vyšší zisk, respektive dosahují potenciálně takového zisku, který mohou dosáhnout lépe, než jak je tomu v případě konkurenční společnosti (Grant, 2013).

Podle Baumola, Panzara a Williga může být konkurenční výhoda firmy získána, pokud je produkt nebo služba, kterou společnost nabízí na trhu unikátní, a to některými svými parametry. Uvedené platí nejen v porovnání se stávajícími konkurenty, ale také s těmi potenciálními konkurenty, kteří mohou jednoduše vstoupit do daného odvětví (Baumol, Panzar, Willig, 1982).

V případě, že společnost má konkurenční výhodu v porovnání se svými konkurenty, tak dosahuje vyšších výkonů. Je to z důvodů, že společnost dosahuje lepší kvality, nižších výrobních nákladů a je také flexibilnější v zavádění svých produktů na trh (Peteraf, 2003).

Jak uvádějí Bianchi a Steele v současné době je nejvýznamnějším nositelem inovací rozvoj technologií, které souvisejí s internetem. Již v roce 2009 podle studie Knowledge@Wharton¹³ byl internet odborníky zvolen za největší inovací za období posledních 30 let. Žádná jiná inovace nedala vzniknout tak významnému novému odvětví a dalším návazným technologiím (Bianchi, Steele, 2014).

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD) uvádí ve svých dokumentech internet a další nové komunikační technologie¹⁴ mají silný vliv na to, jakým způsobem se výzkum a kreativní činnost současné doby realizuje. Je tady sdílení výzkumu, počítačových kapacit, simulací nebo vytváření celých virtuálních světů, což výrazným způsobem napomáhá inovačnímu rozvoji v mnoha oblastech. Globální povaha internetu nadále urychluje tempo a také rozsah výzkumu a inovací a podporuje tak nové druhy podnikatelských aktivit (OECD, 2008).¹⁵ Globalizace a technologický pokrok se neustále více ovlivňují, a to jak firmy v zemích OECD, které fungují, konkurují si a inovují.

1.5 Oslo manuál

V souvislosti s inovacemi uvedeme Oslo manuál, což je mezinárodní příručka, která obsahuje soubor pravidel pro sběr a použití dat o inovačních aktivitách v průmyslu. Předmětný manuál bere v

¹³ Report 2009. [cit. 2022-07-30]. Dostupné z: <https://statistics.mbacareers.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2015/04/cr09.pdf>

¹⁴ The internet and new communication technologies have a strong influence on how research and creative activity is carried out today. The sharing of research, computer capacities, simulations or the creation of entire virtual worlds significantly supports innovative development in many areas. The global nature of the Internet continues to accelerate the pace and scope of research and innovation, supporting new types of entrepreneurial activity

¹⁵ OECD. Manual Report 2008. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/newsroom/40556222.pdf>

úvahu inovační proces a jeho ekonomický vliv a čerpá ze zkušeností a výzkumů v zemích také mimo OECD.

Základním předpokladem pro činnost a analýzu politik zaměřených na podporu inovací je schopnost určit rozsah inovačních aktivit, charakteristiky inovačních firem a interních a systémových faktorů, které mohou ovlivnit inovace. OECD definovala Oslo manuál¹⁶ jako „*Měření vědeckých a technických činností, navrhované pokyny pro sběr a výklad údajů o technologických inovacích*,” který je především mezinárodním zdrojem pokynů pro sběr a využívání údajů o inovačních aktivitách v průmyslu.¹⁷

První vydání pochází z roku 1992 a zaměřuje se na výrobní sektor. Druhé vydání z roku 1997 rozšířilo svou aplikaci na sektor služeb. Třetí vydání z roku 2005 je výsledkem nashromážděných zkušeností od vydání z roku 1997 a potřeb vlád přizpůsobit své inovační politiky.

Verze Oslo manuálu, která pochází z roku 2005, byla vytvořena za spolupráce OECD a Evropské komise. Je součástí tzv. „*Frascati manuálu*,” které mají za cíl stanovení jednotné metodiky pro měření vědeckých a technických činností. Oslo manuál si klade dva základní cíle: „*Poskytnout rámec pro průběh statistických šetření tak, aby byla zajištěna mezinárodní srovnatelnost dat a pomoci novým členům v této oblasti*” (Klímová, 2006).

Oslo manuál zkoumá také netechnologické inovace a vztahy mezi jednotlivými typy inovací (OECD, 2008).¹⁸

Oslo manuál pro měření vědeckých a technických aktivit vydaný OECD rozlišuje 4 typy inovací, a to:

1. Inovace produktu – podstatné změny ve schopnostech výrobků a služeb. Vedou k uvedení zcela nového výrobku, nebo služby na trh nebo k významnému vylepšení již existujícího produktu.
2. Inovace procesů – významné změny v metodách produkce a dodávek.
3. Organizační inovace – pro zavádění nových organizačních metod, například změny v obchodních postupech, v organizaci pracovišť nebo v externích podnikových vztazích.
4. Marketingové inovace – zavádění nových marketingových metod, mohou zahrnovat změny designu produktu, jeho balení, jeho propagace a umístění, jakož i změny v metodách cenové tvorby a služeb.¹⁹

V roce 2018 vyšlo čtvrté vydání (Oslo manuál 2018), které zahrnuje nové aspekty, jako jsou globální hodnotové řetězce. Nacházejí se zde pokyny pro shromažďování, vykazování a používání dat o inovacích, uvádí se, co je inovace a jak by se měla měřit. Je nutné pochopení rozsahu inovačních aktivit,

¹⁶ Oslo manuál. [cit. 2022-07-31]. Dostupné z: [oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm](https://www.oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm)

¹⁷ Oslo manuál. [cit. 2022-07-31]. Dostupné z: <http://www.epodnikanie.euin.org/node/194>

¹⁸ OECD. Manual. Report 2008. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/newsroom/40556222.pdf>

¹⁹ Oslo manuál. [cit. 2022-07-31]. Dostupné z: [oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm](https://www.oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelinesforcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm)

charakteristik inovativních firem a vnitřních a systémových faktorů, které mohou inovace ovlivnit, a je nezbytným předpokladem pro provádění a analýzu politik zaměřených na podporu inovací.

Manuál z Osla, který byl poprvé publikován v roce 1992, je tedy mezinárodní referenční příručkou pro shromažďování a používání údajů o inovacích. V tomto čtvrtém vydání v roce 2018 byl manuál aktualizován, aby zohlednil širší škálu jevů souvisejících s inovacemi a také zkušenosti získané z nedávných kol inovačních průzkumů v zemích OECD a partnerských ekonomikách a organizacích.²⁰

2 INOVACE

Podkapitola 1.1 byla zaměřena na problematiku pojmu inovace, přičemž definic slova inovace existuje mnoho; jak také Vlček uvádí, slovo inovace má původ v latinském slově „*innovatio*,“ což lze přeložit jako novinka, nebo změna k něčemu novému. Tímto slovem se totiž označovala změna v různých oblastech lidské činnosti (Vlček, 2011).

„Inovace jsou specifickým nástrojem podnikatelů, prostředkem, jehož pomocí využívají změn jako příležitostí pro podnikání v odlišné oblasti nebo poskytování odlišných služeb. Mohou být prezentovány jako teoretická disciplína, které se lze naučit a které lze prakticky využívat. Podnikatelé musejí cílevědomě hledat zdroje inovací, to znamená změny a jejich symptomy, které jsou signálem příležitostí k úspěšným inovacím. A musejí znát a umět aplikovat principy úspěšných inovací“ (Drucker, 1993 str. 32).

Většina poskytovaných tzv. „radikálních“ a formativních inovací – především ve větších organizacích – se vyvíjí „zdola nahoru.“ Management musí zabezpečit vhodné rámcové podmínky a podporovat nejlepší nápady.

Inovace jsou tedy brány do úvahy jako zásadní konkurenční výhoda. A k tomu, aby společnost poznala, které inovace jsou skutečně vyžadovány, je nevyhnutné naslouchat potřebám vnějších a také vnitřních zákazníků a následně tyto požadavky analyzovat a realizaci uskutečnit tak, aby současně vyhovovaly požadavkům stakeholderů.²¹

K uvedenému je zapotřebí zvolit a použít optimální inovační strategii, která však nemůže být dostatečně účinná, pokud se inovovaný produkt, či služba neposune tím správným komunikačním kanálem k danému klientovi.

Kapitola 2 se věnuje problematice inovací, a to konkrétně inovacím z různých pohledů a klasifikaci inovací, tj. typologii inovací, produktové a procesní inovaci a také marketingové a organizační

²⁰ Oslo manuál. EK. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf>

²¹ Jako stakeholder nebo též interesant, zúčastněnec či zainteresovaná strana, se označuje libovolný subjekt, který má nějaký soukromý zájem na činnosti konkrétního podniku.

inovaci. V podkapitole 2.3 jsou uvedeny zdroje inovací, evoluční (inkrementální) inovací se věnuje podkapitola 2.4.

2.1 Inovace z různých pohledů

Má-li firma udržet svoji pozici na trhu a současně zvyšovat na daném trhu svůj podíl, musí být schopna pružně reagovat na nové požadavky zákazníků, či v ideálním případě přicházet s nápady ještě dříve, než projeví trh zájem o ně. S postupnou globalizací dochází k nárůstu konkurenceschopnosti. Je také faktem, že inovace možno vnímat z různých pohledů.

Český autor profesor Milan Zelený z Univerzity Fordham zveřejnil zajímavou definici inovace, a to z praktického pohledu: „*Inovace je takové kvantitativní či kvalitativní zlepšení produktu, procesu nebo podnikatelského modelu, které významně přidávají hodnotu zákazníkovi, podniku, nebo v ideálním případě oběma stranám současně. Pokud se přidaná hodnota realizuje až při transakci v rámci trhu, inovace tedy sama vzniká na trhu ve chvíli prodeje. Vlastně ji realizuje zákazník. Proto se inovace zásadně liší od invence, vynálezu, patentu nebo zlepšovacího návrhu – ty mohou zůstat nerealizované, v trezoru, skladě, v papírech, na patentovém úřadě*“ (Košturiak, 2008, s. 1).

Z různých pohledů na inovace a také na inovační procesy a z jejich definic je zcela zřejmé, že jde o interaktivní proces, který vyžaduje vytváření vztahů mezi různými aktéry daného procesu (Sebestyen, Parag, 2010; Tudor, 2010).

Podle Nazarové (2009) jednou z příčin nedostatečného institucionálního rozvoje inovativních podniků je absence rozvinuté infrastruktury, které udržují inovační procesy.

Tejinder uvádí, že touto (rozvinutou) infrastrukturou přitom nejsou myšleny pouze dodávky energií a surovin, komunikační služby, dopravní dostupnost, a podobně (Tejinder, 2010, s. 15–17), ale především jde v daném případě o jakousi nadstavbu nad tento samozřejmý a nutný základ, zejména v oblasti poskytování technologické infrastruktury, infrastruktury pro sdílení znalostí atd.

Dané nadstavbové prvky jsou charakteristické právě pro technologické parky a podnikatelské inkubátory.²² Uvedené prvky poskytují také některá profesní sdružení a organizace, ty pak především na úrovni znalostní infrastruktury (Jáč, Rydvalová a Žižka, 2005).

²² Podnikatelský inkubátor je buď soukromá obchodní společnost anebo instituce zřízená krajem či městem jako přidružené pracoviště vysokých škol a universit. Tato pomáhá novým, resp. začínajícím společnostem v době, kdy jsou tyto společnosti nejzranitelnější, tj. na začátku jejich podnikání.

Jedním z prvních ekonomů, který si uvědomil význam inovací pro dynamický ekonomický rozvoj, byl ekonom Joseph Schumpeter. Jeho kniha „*Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*“ (1912) jako první definovala důležitou roli inovátorů²³ v ekonomice.²⁴

S jednou z prvních klasifikací inovací přišel Joseph Alois Schumpeter ve 30. letech 20. století:

- nový statek, doposud neznámý produkt pro spotřebitele či produkt nové kvality,
- nová technologie,
- nový trh,
- nové suroviny,
- nové organizační uspořádání (Veber a kol. 2016).

Joseph Schumpeter ještě nepoužíval pojem inovace, nýbrž nové kombinace výrobních faktorů. Rozlišoval mezi vynálezy a inovacemi, tj. novými kombinacemi, to znamená, že inovace jsou vynálezy uvedené na trh.

Autor Joseph Alois Schumpeter přišel s teorií, že ekonomický vývoj tržních ekonomik je založen na inovacích. Inovace svojí podstatou narušují dosavadní rovnováhu na trzích, ale následně ji opět navozují, a to na kvalitativně vyšší úrovni. Uvedená myšlenka se stala základem teorie cyklického vývoje (tj. *Business Cycles* 1939). Veber a kol. uvádějí, že zároveň jako první uvažoval o dynamice v ekonomice a o kvalitativním růstu ekonomiky, a ne pouze o stabilitě a růstu kvantitativním. (Veber a kol., 2016).

Světoví autoři, například Mayers, Marquis, současné doby zdůrazňují především skutečnost, že inovace je komplexním procesem, a nikoliv toliko jednorázová akce (Mayers, Marquis, 1969).

Uvedený komplexní proces je potřebné řídit, přičemž řízení inovace od invence, a dále přes přípravu technologie, produkci až po marketing nového výrobku či služby zajišťuje management inovací (Trott, 2008).

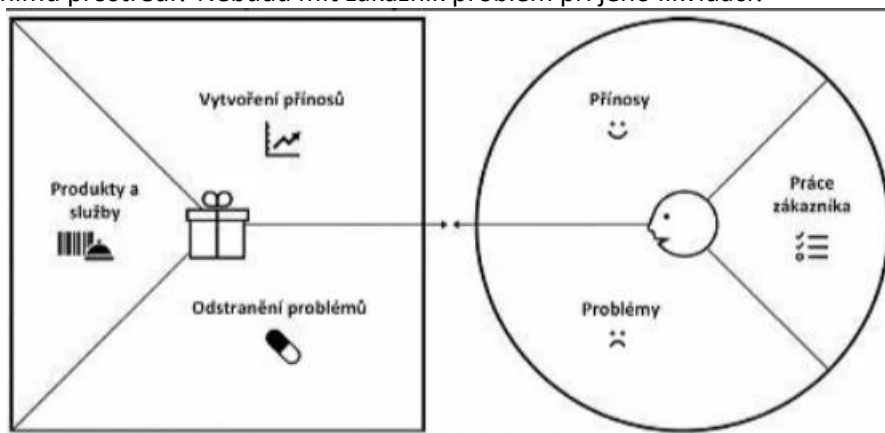
Příkladem inovací je inovace výrobku, na uvedené se může také nahlížet z různých úhlů pohledu:

1. Z pohledu funkcí. Jde o řešení otázek: Jaké nové funkce může dát společnost do výrobku? Jaké funkce může společnost zlepšit anebo doplnit? Které funkce může společnost odstranit jako nadbytečné funkce? Příklady jsou: mobilní telefon, švýcarský nůž, SkyEurope, Ryanair.
2. Z pohledu hodnoty. Jak odlišit komoditu z pohledu hodnoty? Jak vytvořit jinou, odlišnou anebo novou hodnotu? Příklad: Intel, Starbucks, Apple.

²³ Der Beitrag des Unternehmers spielt für Schumpeter 1911, noch die entscheidende Rolle, bevor er in späteren Auflagen auf die Unternehmerfunktion abhebt.

²⁴ Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.duncker-humboldt.de/_files_media/leseproben/9783428517466.pdf

3. Z pohledu principu. Jde o řešení otázek: Jak je možné splnit funkci jiným principem nebo novým technickým řešením? Jak je možné splnit funkci při nižších nákladech či škodlivých funkcích? Například jde o vysavač Dyson, přepravní systém Sagway, elektromobil, hybridní pohon, Tetrapack.
4. Z pohledu designu. Jde o řešení otázek: Co může společnost vložit do produktu pomocí designu? Luxus, emoce anebo krásu? Příslušnost ke skupině? Atmosféru? Příkladem jsou: cukrovinky Ferrero nebo hodinky Swatch.
5. Z pohledu sortimentu. Jde o řešení otázek: Vyvíjet úplně nový výrobek? Vyvíjet novou generaci existujícího výrobku? Vyvíjet nového člena existující produktové řady? Přizpůsobit existujícího člena novému trhu?
6. Z pohledu evoluce. Jde o řešení otázek: Co bude další generací výrobku? Jaké evoluční trendy je možné očekávat? Ve které části S-křivky²⁵ se výrobek nachází?
7. Z pohledu uživatele. Jde o řešení otázek: *Technický:* jaké funkce mi výrobek nabízí? *Psychologický:* zvládnou já jako zákazník používání produktu před přáteli? *Pedagogický:* kolik se musí zákazník naučit, abych produkt dokonale ovládal? *Sociální:* odpovídá produkt sociálnímu postavení zákazníka ve společnosti? *Ekologický:* je produkt bezpečný a šetrný k životnímu prostředí? Nebudu mít zákazník problém při jeho likvidaci?²⁶



Obrázek 3: Zákazník a hodnota pro zákazníka dle A. Osterwaldera (zdroj: 27)

Někteří autoři přistupují k dělení inovací podle toho, kde mohou vznikat:

1. Aplikační inovace – přináší už existující technologie na nové trhy.

²⁵ Křivka S ukazuje růst jedné proměnné (obvykle peníze) z hlediska druhé proměnné (obvykle čas). Například křivka S může představovat prodej v průběhu času. Strmá část růstu představuje, když společnost spustila nový produkt. V tomto okamžiku přilákaly mnoho nových zákazníků a prodejní čísla byla nadprůměrná. Postupem času se noví zákazníci začali snižovat a prodejní čísla postupně klesala a normalnost se vrátila. Toto představuje zadní konec S křivky, jinak známé jako horní asymptota. Znalost významu za křivkou S je důležitá a umožňuje podnikům rozpoznat, že čas extrémního růstu nebude trvat, ani časy stagnace.

²⁶ Inovace 2015, Téma 9: Podmínky úspěšné inovace. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mmspektrum.com/clanek/inovace-2015-tema-9-podminky-uspesne-inovace>

²⁷ Zákazník a hodnota pro zákazníka dle A. Osterwaldera . [cit. 2022-08-09]. Dostupné z <https://www.mmspektrum.com/clanek/inovace-2015-tema-9-podminky-uspesne-inovace>

2. Experimentální inovace – vytváří drobné modifikace pro zvýšení spokojenosti zákazníků u existujících produktů nebo procesů (Hamel, 1996; Moore, 2004, Trott, 2008).

2.2 Klasifikace inovací

V literatuře se uvádí nejčastější dvoustupňová klasifikace inovací, a to kvalitativní a kvantitativní stránka inovačního procesu. Dvoustupňová klasifikace inovací umožňuje vyjádřit kvalitativní stránku inovačního procesu. Znamená to, že inovační proces se orientuje buď na dílčí evoluční změny, které vedou k postupnému zdokonalování výrobků, technologických procesů anebo správních procesů, respektive inovační proces má charakter zásadních a převratných revolučních změn, které jsou doprovázeny často řádovým zvýšením parametrů výrobků, respektive technologií. Uvedené rozlišení intenzity inovací má zásadní význam pro řízení inovačních procesů a také pro budování marketingové strategie daného podniku.²⁸

Při realizaci evolučních (tj. inkrementálních) inovací není zpravidla zapotřebí značných investic. Uvedené je možné využít prostřednictvím kvalifikaci stávajících pracovníků a dosavadní dodavatelské a odbytové cesty. Riziko, které je spojené s realizací těchto inovací, je minimální; důvodem je, že tyto realizace jsou orientovány na známý trh. Znamená to, že sice umožňují zvýšit produktivitu práce a snížit náklady výroby, ale pronikavou změnu výnosů však zpravidla neumožňují. Nelze opomenout nebezpečí, že podnik bude pokračovat v drobných inovacích místo přechodu k zásadní inovaci. Podnik bude po určitou dobu zaznamenávat přírůstky výroby, výnosů nebo jiných ekonomických veličin, ale současně se mu bude vzdalovat špičková technická úroveň.²⁹

Základním dělením inovací bylo v minulosti tedy dělení na inovace produktové, procesní, marketingové a organizační. Někdy se také používá označení „*technické*“, kam patří inovace produktové a procesní a inovace „*netechnické*“, tj. novace marketingové a organizační. Detailněji v podkapitole 2.2.1.

Dalším je dělení na inovace inkrementální, resp. přírůstkové a inovace radikální. Uvedené dělení se zabývá intenzitou změny. Inovace inkrementální představují pouze dílčí změnu, co znamená zlepšení už stávajícího výrobku nebo služby. Může to být zjednodušení, zvýšení přehlednosti funkcí nebo například změny designu stávajícího výrobku. Radikální inovace souvisí se zavedením nového výrobku nebo služby. Faktem je, že radikální inovace bývají časově a finančně náročnější, avšak v některých případech jsou nezbytné z důvodu, že pouze inkrementální nestačí. V některých literaturách se nachází také přelomové inovace, tedy překvapující a nečekané. Většinou jde o inovace,

²⁸ Inovační procesy v podniku. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/clanky/inovacni-procesy-v-podniku/2/>

²⁹ Inovační procesy v podniku. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/clanky/inovacni-procesy-v-podniku/2/>

kteře byly považovány za nemožné nebo nepravděpodobné, jsou tedy typické novostí a mnohokrát přesahují také původní záměry svých tvůrců.³⁰

2.2.1 Typologie inovací

Podle metodických pravidel Českého statistického úřadu vycházející z Oslo manuálu, je možné inovace dělit na čtyři hlavní typy inovací:

1. Inovace produktů a procesů – uvedené inovace (produktů a procesů) jsou spjaty s konceptem technické inovace produktu a také s technickými inovacemi procesu.
2. Marketingové a organizační inovace – uvedené inovace pak rozšiřují řadu inovací, tyto jsou pokryty Oslo manuálem, který byly definovány v podkapitole 1.5.³¹

Jak bylo uvedeno, OECD dalo za vznik tzv. Oslo manuálu, který se soustředí na aktuální problematiku z oblasti inovací. Dříve, tj. v období 2010–2018, dělil Oslo manuál inovace podle toho, zda jsou technického typu nebo netechnického typu. Technické se týkaly produktů, respektive služeb, anebo procesů. Netechnické inovace směřovali především na oblast marketingu a až poté samotné organizace. Od roku 2018 byly procesní, marketingové a inovace organizací spojeny do inovací podnikových procesů.

V současné době se tedy rozdělení na technické a netechnické již nepoužívá a zavedlo se rozdělení nové dělení. Součástí nového dělení jsou také neukončené nebo zrušené inovační aktivity (Český statistický úřad 2018).³²

2.2.2 Produktová a procesní inovace

Tato část diplomové práce se věnuje konkrétně produktové a procesní inovaci, která bude detailně popsána.

Produktová inovace – tato inovace představuje zavedení zboží nebo zavedení služeb nových nebo významně zlepšených služeb a zboží s ohledem na jejich charakteristiky nebo zamýšlené užití. To implementuje významná zlepšení v technických specifikacích, komponentech a také v materiálech, softwaru, uživatelské vstřícnosti nebo jiných funkčních charakteristikách.

Produktová inovace představuje zavedení nových nebo alespoň významně vylepšených produktů, výrobků, nebo služeb. Jednat se může o zlepšení v technické specifikaci, komponentu, materiálu, softwaru, uživatelské vstřícnosti nebo v dalších funkčních částech. Buď se tedy inovativní produkt, výrobek, nebo služba významným způsobem liší v užití, nebo se liší ve svých charakteristikách. Výrobek je většinou zdokonalený nebo zcela nový, jelikož byl původní výrobek zastaralý. Český

³⁰ Innosupport, 2010, kap. 1.1.2.2.

³¹ Inovace. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci

³² OECD. Manual Report 2008. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/newsroom/40556222.pdf>

statistický úřad uvádí, že vylepšení se může projevit, jak již je uvedeno výše změnou materiálu, tak i změnou složení, které například zlepší výkon (Český statistický úřad 2018).³³

Inovace produktů mohou využívat nových znalostí nebo technologií, anebo mohou být postaveny na nových užitích nebo kombinacích existujících znalostí či technologií. Termín „produkt“ je používán pro pokrytí jak zboží, tak služeb.

Inovace produktů zahrnují jak zavedení nového zboží a služeb, tak i významná zlepšení ve funkčních či uživatelských charakteristikách stávajícího zboží a služeb. Nové produkty představují zboží a služby, které se od produktů dříve produkovaných daným podnikem významně liší svými charakteristikami nebo zamýšleným užitím.

Dle Synka a kol., pokud nemluvíme o výrobku, ale mluvíme o službě, tak změna může být vnímána například ve způsobu, jakým se poskytuje služba, nebo také v přidání, tj. rozšíření nabídky nových funkcí, nebo ve spuštění zcela nové služby, tj. vytváření nové nabídky (Synek a kol., 2011)

Významná zlepšení stávajících produktů se mohou objevit prostřednictvím změn v materiálech, komponentech a jiných charakteristikách zlepšujících výkonnost. Inovace produktů ve službách mohou zahrnovat významná zlepšení v tom, jak jsou poskytovány (na příklad, pokud jde o efektivnost nebo rychlost), přidání nových funkcí nebo charakteristik ke stávajícím službám, nebo zavedení zcela nových služeb.³⁴

Procesní inovace – představuje zavedení nové nebo významně zlepšené produkce anebo dodavatelských metod. Uvedené zahrnuje významné změny v technice, zařízení a/nebo softwaru. Procesní inovace zahrnují nové nebo významně zlepšené metody pro tvorbu nebo poskytování služeb, které mohou obsahovat podstatné změny v zařízení, nebo software používaných v podnicích, které se zaměřují na služby, procedury nebo techniky, které jsou užívány při dodávání služeb.

Procesní inovace také zahrnují nové zlepšené techniky, zařízení a software v přidružených podpůrných činnostech nebo podstatně zlepšené techniky, zařízení a software v přidružených podpůrných činnostech jako je nákup, účetnictví, práce na počítači a údržba.

Procesní inovace znamená zvýšení efektivnosti procesů výroby a poskytování služeb (inovace procesu). Při zavádění nového produktu do výroby a na trh většinou vzniká pro firmu i potřeba změny jejích výrobních procesů (inovace procesu). Cílem procesní inovace ale může být také snížení jednotkových nákladů produkce nebo zvýšení kvality produktu.

³³ Český statistický úřad, 2018. Metodika statistického šetření o inovačních aktivitách v podnicích. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/23195482/inov_metodika_ver2020_04_01.pdf/f0a50926-5dce-48ca-8471-f67efbf61d52?version=1.1

³⁴ Inovace. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci

Inovaci procesu rozumíme zavádění nových nebo významně zlepšených způsobů výroby a dodávek. Inovace procesu tak zahrnuje techniky, zařízení a software používaný k výrobě zboží a poskytování služeb a k zajišťování logistiky firmy. Základním rysem inovace procesu je skutečnost, že musí být pro danou firmu zcela nová a že inovace musí být skutečně zavedena, tj. musí být používána v běžných firemních operacích. Jako příklad inovace procesu uvádíme, že ve výrobě může být zavádění nových automatických výrobních zařízení nebo výrobní linky, v logistice firmy potom zavádění sledování toků zboží a materiálu pomocí systémů čárového kódu.³⁵

2.2.3 Marketingová a organizační inovace

Marketingová inovace představuje zavedení nové marketingové metody obsahující významné změny v designu produktu nebo v designu balení, dále v umístění produktu, podpoře produktu nebo ocenění. Marketingové inovace se orientují na lepší adresování potřeb zákazníka, na otevření nových trhů, nebo na nové umístění podnikového produktu na trh. Cílem firmy je zvýšit své prodeje.

Rozlišujícím znakem marketingové inovace (ve srovnání s ostatními změnami/inovacemi v marketingových nástrojích) podniku je zavedení marketingové metody, která nebyla podnikem dříve vůbec používána. Znamená to, že inovace musí být součástí nového marketingového konceptu nebo marketingové strategie, která prezentuje významný odklon od stávajících marketingových metod podniku.

Z hlediska odlišení inovace produktu a marketingové inovace může záležet také na samotné činnosti podniku. Pokud podnik vyrábí zboží a poprvé zavádí metodu internetového prodeje pro své výrobky, jedná se o inovaci marketingovou. Společnost, která se specializuje na internetový prodej, naopak při zlepšení svého systému prodeje realizuje inovaci produktu.³⁶

Nová marketingová metoda může být buď vyvinuta inovujícím podnikem, nebo převzata od jiných podniků nebo organizací. Nové marketingové metody mohou být implementovány jak pro nové, tak stávající produkty. Marketingové inovace zahrnují významné změny v designu produktu, které jsou součástí nového marketingového konceptu. Změny v designu produktu se zde vztahují ke změnám v podobě a vzhledu produktu, které nemění jeho funkční nebo uživatelské charakteristiky. Nová marketingová metoda obsahuje také změny v balení produktů, jakými jsou potraviny, nápoje a prací prostředky, u nichž balení představuje hlavní determinantu vzhledu produktu.³⁷

Příkladem marketingové inovace v designu produktu je také zavedení významné změny v designu nábytkové řady, která nábytku dá nový výraz a zvýší její přitažlivost. Inovace v designu produktu

³⁵ OPPI. Vymezení základních pojmů programu Inovace – Inovační projekt. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/44281/56205/606319/priloha015.pdf>

³⁶ OPPI. Vymezení základních pojmů programu Inovace – Inovační projekt. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/44281/56205/606319/priloha015.pdf>

³⁷ Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

mohou rovněž zahrnovat zavedení významných změn v podobě, vzhledu či chuti potravin anebo nápojů, jako je uvedení nových příchutí potravinového produktu, jehož cílem je zasáhnout nový segment zákazníků.³⁸

Tabulka 1: Hlavní typy inovací (zdroj: 39)

Řád inovace	Označení	co se zachovává	co se mění	příklad
0	regenerace	objekt	obnova vlastností	údržba, opravy
		RACIONALIZACE		
1	změna kvanta	všechny vlastnosti	četnost faktorů	další pracovní síly
2	intenzita	kvality a propojení	rychlost operací	zvýšený posun pásu
3	reorganizace	kvalitativní vlastnosti	dělba činností	přesuny operací
4	kvalitativní adaptace	kvalita pro uživatele	vazba na jiné faktory	technolog. konstrukc
		KVALITATIVNÍ INOVACE		
5	varianta	konstrukční řešení	dílčí kvalita	rychlejší stroj
6	generace	konstrukční koncepce	konstrukční řešení	stroj s elektronikou
7	druh	princip technologie	konstrukční koncepce	tryskový stav
8	rod	příslušnost ke kmeni	princip technologie	netkaná textilie
		TECHNOLOGICKÝ PŘEVRAŤ - MIKROTECHNOLOGIE		
9	kmen	nic	přístup k přírodě	genová manipulace

Dalším příkladem marketingové inovace v balení je použití fundamentálně nového obalu pro tělový krém, jehož záměrem je dát produktu osobitý vzhled a zapůsobit tak na nový tržní segment.

Nové marketingové metody v umístění produktu zahrnují primárně zavedení nových prodejních kanálů. Prodejní kanály se tady vztahují k metodám, které jsou používány k prodeji zboží a služeb zákazníkům, a nikoliv k logistickým metodám, tj. doprava, skladování a přesun produktů, které se zabývají především efektivností. Nové marketingové metody v podpoře produktu se týkají použití nových konceptů podpory podnikového zboží a služeb. Inovace v oceňování zahrnují nové cenové strategie prodeje podnikového zboží nebo služeb. Sezónní změny, pravidelné změny a jiné rutinní změny v marketingových nástrojích se všeobecně nepovažují za marketingové inovace. Aby takové změny byly marketingovými inovacemi, musí zahrnovat marketingové metody, které nebyly podnikem dříve používány.⁴⁰

V souvislosti se vznikem nových výrobků a zaváděním nových výrobků, technologií, služeb a procesů se zpravidla může objevit také potřeba vzniku a zavedení nových prodejních a distribučních kanálů

³⁸ OPPI. Vymezení základních pojmů programu Inovace – Inovační projekt. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/44281/56205/606319/priloha015.pdf>

³⁹ Hlavní typy inovací [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

⁴⁰ Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

jako důsledek této činnosti, nebo jako předpoklad dalšího úspěšného rozvoje inovativního podniku.⁴¹

Organizační inovace představuje zavedení nové organizační metody v podnikových obchodních praktikách, organizaci pracovního místa, nebo externích vztazích.

Rozlišujícím znakem organizační inovace a jiných organizačních změn v podniku je implementace organizační metody, tj. implementace organizační metody do podnikových praktik, organizace pracovního místa nebo externích vztahů, která nebyla v podniku dříve použita a je výsledkem strategického rozhodnutí přijatého managementem.⁴²

Organizační inovace v obchodní praxi zahrnuje implementaci nových metod pro organizaci standardních postupů a procedur pro provádění práce. Znamená to, že inovace obsahuje například zavádění nových postupů vedoucích ke zlepšení učení a sdílení znalostí uvnitř podniku. Inovace v organizaci pracovního místa zahrnují implementaci nových metod pro rozdělení odpovědností a přijímání rozhodnutí mezi zaměstnanci, rozdělení práce uvnitř a mezi podnikovými aktivitami a organizačními jednotkami, také nové koncepty pro strukturování činností, jako integrace rozličných podnikových aktivit.⁴³

Nové organizační metody v podnikových externích vztazích zahrnují zavádění nových způsobů organizace vztahů s jinými podniky aneb veřejnými institucemi, jako je vytvoření nových typů spolupráce s dodavateli, a první oddělení (tj. outsourcing) nebo subkontraktování obchodních činností v produkci, obstarávání, distribuci, náborem a pomocných službách.⁴⁴

2.3 Zdroje inovací

Faktem je, že vzácně se vyskytují inovace, které samy o sobě představují významnou změnu; máme na mysli například vynález letadla atd. Avšak většina z inovací vzniká nikoliv náhodným způsobem, ale vzniká vědomým procesem při využití už existujících změn.

Oblasti vzniku příležitostí pro nové inovace rozdělil Drucker do dvou různých souborů a celkem do sedmi různých oblastí:

1. Soubor – zdroje inovací z vnitřního prostředí firmy:

- *nečekané události* – co znamená nečekaný úspěch, neúspěch nebo vnější událost, jedná se tedy o neočekávané úspěchy a selhání. Podnik zjistí, zda je po konkrétním

⁴¹ Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

⁴² Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

⁴³ Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky

⁴⁴ INOVAČNÍ AKTIVITY PODNIKŮ V ČESKÉ REPUBLICE. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/44322153/21300316m.pdf/de4eca5b-9bc4-437d-ac1e-14d71327ff48?version=1.1>

zboží nebo službě poptávka, která se předpokládala. Nemusí to zjišťovat jen v rámci svého podniku, ale také u konkurence. Taková analýza situace na trhu nabízí příležitost k učení. Ať už jde o úspěch nebo selhání, firma musí rozanalyzovat oba ty situace. Trh je dynamický a nepředvídatelný. Proto firmy musí neustále sledovat dění mimo ně, protože pokud 'usnou dobu', a nebudou reagovat na nové požadavky spotřebitelů, může to zapříčinit jejich zánik,

- *rozpornost* – mezi realitou v její skutečné podobě a předpokládanou realitou nebo realitou „jak měla být,“
- *Inovace* – vycházejí z potřeby určitého procesu,
- *změny struktury oboru nebo tržní struktury* – které zastihnou všechny nepřípravené.

2. **Soubor:**

- *demografie* – jde o změny v populaci. Jedná se o změny na základě věku, pohlaví, rasy, disponibilního důchodu, vzdělání populace, které mohou přinést příležitosti k inovaci. Například během několika desetiletí stoupl počet žen, které mají vysoké školské vzdělání. To znamená růst pracovní síly, ženy mají větší disponibilní příjem a větší nezávislost než v minulosti. Tím se zvyšuje kupní síla a potenciál tohoto tržního segmentu, což umožňuje výrobu takových produktů, které jsou vyráběny speciálně pro ženy a jejich potřeby,⁴⁵
- *změny v pohledu na svět, náladách a významech,*
- *nové znalosti* – vědeckého a také nevědeckého charakteru (Drucker, 1993).

Faktem je, že hranice mezi uvedenými sedmi oblastmi zdrojů jsou tenké, přesto však lze jednotlivé oblasti řadit, jsou seřazeny podle své spolehlivosti a předpověditelnosti. Jak uvádí Drucker, zásadním změnám, jako jsou nečekané události, lze překvapivě přiřadit spolehlivost a nízkou míru rizika, zatímco nové znalosti ještě neznamenaají automaticky další inovaci v jiné oblasti. (Drucker, 1993).

Podle Druckera je 7 příležitostí – zdrojů a jsou rozděleny do 2 skupin, a to podle toho, zda jde podněty a příležitosti z nitra organizace, nebo z vnějšího prostředí. První čtyři příležitosti inovací (soubor 1) se nacházejí uvnitř podniku nebo v daném odvětví podnikání. Jedná se o příznaky – symptomy, které indikují změny, které mohou nastat s minimálním úsilím.⁴⁶

Jiný pohled na zdroje inovací nabízí Tidd a kol., kteří poukazují na další oblasti, kde inovace mohou vznikat. Mezi takové oblasti patří vznik zcela nových trhů, nových technologií, změna v náladě nebo chování trhu. Zdrojem inovací se stává také změna životního stylu obyvatelstva. Přesto však nastávají situace, kdy je vznik inovace založen na naprosto nepředvídatelném základu (Tidd, 2007).

Cílevědomé a systematické inovace začínají analýzou příležitostí podniku. Pokud se firmy rozhodnou pro tvorbu inovací, nejdůležitější je si položit otázku, ve kterých oblastech, resp. činnostech by

⁴⁵ Zdroje inovací. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: <http://knowledgebaserweitke.6f.cz/?p=383>

⁴⁶ Zdroje inovací. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: <http://knowledgebaserweitke.6f.cz/?p=383>

firma mohla přinášet nové nápady. Proto je důležité neustálé zkoumání oblastí ve firmě, kde může dojít ke změnám, a tedy k inovacím.

2.4 Evoluční (inkrementální) inovace

Evoluční (inkrementální) inovace jsou charakteristické nízkou potřebou investic, dále využitím stávající pracovní síly a dosavadních odbytových a dodavatelských cest. Riziko, které existuje s realizací těchto investic, bývá minimální a realizace bývají orientovány spíše na známé trhy. Podle Dvořáka evoluční (inkrementální) inovace zvyšují produktivitu práce a snižují náklady výroby, avšak nemají potenciál dosáhnout výrazných výnosů. Zároveň alokují zdroje, které by mohly být použity na převratné změny, což může mít za následek vzdálení špičkové technické úrovně (Dvořák, 2006).

Při realizaci evolučních (inkrementálních) inovací není zpravidla zapotřebí značných investic, ale je možné využít kvalifikaci stávajících pracovníků a dosavadní dodavatelské a odbytové cesty. Riziko, které je spojené s realizací těchto inovací, se definuje jako malé, protože realizace jsou orientovány na známý trh. Realizací těchto inovací je sice umožněno zvýšit produktivitu práce a snížit náklady výroby, avšak pronikavou změnu výnosů tyto realizace zpravidla neumožňují. Nelze také opomenout nebezpečí, že podnik bude pokračovat v drobných inovacích místo přechodu k zásadní inovaci. Bude tak sice po určitou dobu zaznamenávat přírůstky výroby, výnosů nebo jiných ekonomických veličin, ale současně se mu bude vzdalovat špičková technická úroveň.⁴⁷

Podle Trotta, co se týče inovací převratného (revolučního, diskontinuálního) charakteru, tak tyto představují radikální změnu existujícího nebo vytváření úplně nového trhu nebo odvětví. Toho je možno dosáhnout za pomoci nových produktů, služeb nebo určitých unikátních procesů (Trott, 2008).

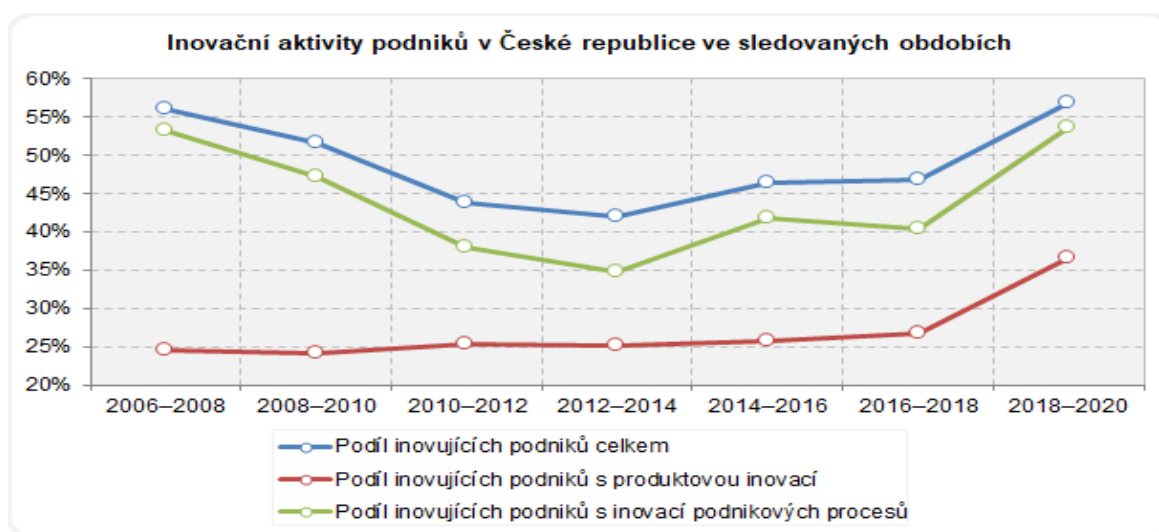
Jak uvádí Dvořák, takové inovace zpravidla nesou vysoké náklady a s tím související vysokou míru rizika ve vztahu k těmto nákladům. Důležitým faktorem u tohoto typu inovací vnímáme faktor času. Pokud totiž dojde ke zpoždění vstupu tohoto typu inovace na trhu se zpožděním oproti konkurenci, hodnota inovace se dramatickým způsobem snižuje (Dvořák, 2006).

Klíčové charakteristiky obou typů inovací (evolučních/inkrementálních) ve své knize „*Bestimmungsgründe für die Verbreitung von neuen Technologien*“ shrnuje Dr. Hans-Walter Mohr.

⁴⁷ Invence. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://businesscenter.podnikatel.cz/slovnicek/invence/>

Tabulka 2: Kontinuita inkrementálních a radikálních inovací (zdroj: 48)

Inkrementální	Radikální
Rozšíření stávajícího produktu nebo procesu	Nová technologie vytvářející nový trh
Charakteristiky produktu dobře definovány	Laboratorní výzkum a vývoj
Konkurenční výhoda nízkých výrobních nákladů	Lepší funkční vztah než u „staré“ technologie
Vysoká frekvence vývoje reagující na specifickou potřebu trhu	Specifická tržní příležitost
Trh strany poptávky	Trh strany nabídky
Zákazník táhne	Technologie tlačí



Obrázek 4: Inovační aktivity v České republice (zdroj: 49)

Pro zajímavost jsou uvedeny inovační aktivity v České republice v letech 2006–2020 na obrázku číslo 2. Statistika inovací na obrázku 2 zveřejněná Českým statistickým úřadem⁵⁰ mapuje inovační činnost podniků v České republice, a sleduje jejich základní ukazatele, jako je zavádění inovací, spolupracující partneři v oblasti inovací, veřejná podpora inovačních činností, náklady na inovace, tržby za inovované produkty a případně další ad hoc ukazatele.

Základní metodickou příručkou k měření inovačních aktivit je Oslo manuál (OECD, 2018), jak bylo uvedeno v podkapitole 1.5. V souladu s daným dokumentem se dají rozlišit tedy dva druhy inovací, jsou to produktové inovace, které souvisí se zaváděním výrobků a služeb, charakteristické jsou

⁴⁸ Kontinuita inkrementálních a radikálních inovací [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: Mohr, H. W.: Bestimmungsgründe für die Verbreitung von neuen Technologien; Berlin; 1977, překlad (Dvořák 2006)

⁴⁹ Inovační aktivity v České republice [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci

⁵⁰ Český statistický úřad (ČSÚ) je ústředním orgánem státní správy České republiky. Byl zřízen dne 8. ledna 1969 zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy.

novými, nebo mají výrazně pozměněné vlastnosti. Dále se dá rozlišit inovace podnikových procesů, které se týkají nových nebo výrazně zlepšených metod vnitřních procesů, tj. je to výroba, logistika, IT systémy, administrativní činnosti, marketingu nebo významných organizačních změn v podniku.⁵¹

První společné a harmonizované šetření o inovacích proběhlo v zemích Evropské unie v roce 1993. V současné době probíhá statistické šetření o inovacích podle nařízení Komise EU č. 995/2012 ve všech zemích Evropské unie každé 2 roky s tříletým referenčním obdobím. V České republice bylo uvedeno první pilotní šetření za referenční období 1999–2001.⁵²

Článek 2 nařízení upravuje také oblast statistiku inovací. Členské státy mohou Komisi (Eurostatu) dobrovolně poskytovat záznamy individuálních údajů o statistice inovací, a to za použití technického standardu určeného Komisí (Eurostatem). Statistickou jednotkou, která se použije při sestavování statistik uvedených v oddíle 2, je podnik. Definice statistických jednotek, které se použijí („podnik“), jsou stanoveny v nařízení Rady (EHS) č. 696/93.⁵³

Zjištěné údaje slouží k popisu inovačního prostředí a inovačního potenciálu podniků v jednotlivých členských zemích EU. Údaje za statistiky inovací se využívají jak pro potřeby orgánů EU při formování společné unijní politiky podpory inovací a konkurenceschopnosti podniků, tak i v jednotlivých členských zemích pro formování národních inovačních strategií a podpory zvyšování konkurenceschopnosti národních podniků.⁵⁴

⁵¹ Inovace. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci

⁵² Document 32012R0995. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32012R0995>

⁵³ PROVÁDĚCÍ NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) č. 995/2012 ze dne 26. října 2012, kterým se stanoví prováděcí pravidla k rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1608/2003/ES o tvorbě a rozvoji statistiky Společenství v oblasti vědy a techniky. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0995&from=CS>

⁵⁴ PROVÁDĚCÍ NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) č. 995/2012 ze dne 26. října 2012, kterým se stanoví prováděcí pravidla k rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1608/2003/ES o tvorbě a rozvoji statistiky Společenství v oblasti vědy a techniky. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0995&from=CS>

PRAKTICKÁ ČÁST

3 PRAKTICKÁ ČÁST

Podstatnou součástí praktické části diplomové práce je opis pracovních portálů a také uvedení inovativní aplikace na vyhledávání práce. V první podkapitole 3.1 se práce zaměří na Českou republiku jako největšího inovátora ve Východní Evropě, v podkapitole 3.2 je uvedeno, kdo jsou inovátoři roku 2022. Dále se práce zabývá pracovními portály a v podkapitole 3.4 inovativním aplikacím na vyhledávání práce. A v poslední kapitole 3.5 uvádíme analýzu vybraných startupů.

3.1 Česká republika, největší inovátor ve východní Evropě, všeobecně

V podkapitole 3.1 je opis České republiky jako největšího inovátora ve Východní Evropě. Jako zajímavost je uvedeno, a jak se uvádí v článku „Čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem“ (<https://www.vuts.cz/cesti-inovatori-spojuji-sily.html>), že čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem: „*Liberecká společnost VÚTS vyvinula díky spolupráci s Tchajwanci unikátní stroj na 3D tkaniny. Tchajwanský systém vědy, výzkumu a inovací se stal významnou inspirací pro českou vládu. V době, kdy už Československo patřilo mezi nejprůmyslovější země světa s poměrně vyspělým výzkumem, byl Tchaj-wan zaostalou agrární ekonomikou. Před zhruba padesáti lety ale nastal na tomto asijském ostrově zásadní zlom – země postupně vytváří propracovaný systém podpory výzkumu a vývoje, tamní ekonomika se stává jedním z asijských draků. Současný Tchaj-wan nabízí nejen zajímavou inspiraci pro české prostředí výzkumu a inovací, ale také šanci na spolupráci, která poskytne českým průmyslovým tradicím nový impulz. Díky takové spolupráci vznikl v liberecké společnosti VÚTS (někdejší Výzkumný ústav textilních strojů) prototyp nového unikátního stroje na 3D tkaniny. S vynálezem nové struktury 3D tkaniny přišel Tchajwanský ústav textilního výzkumu. Tchajwanci hledali partnera, který by dokázal vyvinout stroj na její výrobu. A jelikož právě Liberec je známý dlouholetými zkušenostmi s vývojem – dnes už nejenom textilních – strojů, padla volba právě na společnost VÚTS.*“⁵⁵

Jak je uvedeno, kořeny základního výzkumu, který nakonec vedl ke vzniku pneumatického tkacího stroje DIFA (Distance Fabrik), je možné hledat už u významného českého vynálezce Vladimíra Svátého, který po 2. světové válce vynalezl tryskový tkací stav, a to paradoxně ještě v době, kdy byl Tchaj-wan onou zaostalou agrární zemí.⁵⁶

Rodí se další inovace: Díky spolupráci českých a tchajwanských vědců se už v současné době pracuje i na dalších převratných inovacích. Jde kupříkladu o hledání moderního využití pro starou

⁵⁵ Čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www.vuts.cz/cesti-inovatori-spojuji-sily.html>

⁵⁶ Čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www.vuts.cz/cesti-inovatori-spojuji-sily.html>

technologii elektroformování neboli galvanoplastiky. Čeští a tchajwanští vědci přišli s projektem, který se opírá o spolupráci s odborníky na biomechaniku. To znamená tvůrci nových postupů elektroformování se totiž inspirojí různými procesy přímo v přírodě. Takový výzkum by nakonec mohl vést k výrobě moderních obráběcích či řezných strojů nebo bioimplantátů.

Světově známý tchajwanský výzkumný ústav (ITRI) boří hranice výzkumu. ITRI má své pobočky také v Silicon Valley, Tokiu, Moskvě, Berlíně a nizozemském Eindhovenu. Díky spolupráci s českou vládní Sekcí pro vědu, výzkum a inovace ITRI⁵⁷ představil tuzemské vědecké komunitě – mimo jiné během dvoudenního semináře v Praze. Zároveň uzavřel dohodu o spolupráci s Akademií věd České republiky, která se stále více zaměřuje také právě na aplikovaný výzkum. Čeští akademici se ve spolupráci s Tchajwanci chtějí zvláště zaměřit na oblast transferu znalostí.⁵⁸

Na výzkum a inovace půjde v následujícím programovém období více finančních prostředků. Je však nutné poznamenat, že Česká republika v participaci na programu Horizont 2020⁵⁹ zaostává. Může za to složitost podávání žádosti i nedostatečná informovanost.

Investice do výzkumu a inovací jsou nezbytné pro budoucnost Evropy. Jde totiž o příspěvek k tomu, aby byla Evropská unie kvalitnějším místem pro život a pro práci. Přináší nové výrobky a služby, zkvalitňují zdravotní péči nebo bezpečnost. Výzkum a inovace také poskytují poznatky k odstranění naléhavých problémů.

„Jestliže chce Evropská unie být konkurenceschopnou a držet se na špičce celosvětového výzkumu a vývoje, musí do této oblasti i nadále směřovat finanční prostředky,“⁶⁰ zdůraznila Tereza Hrtúsová z EU Office České spořitelny. Pro příští programové období 2021–2027 navrhla Evropská komise vyčlenit 100 miliard eur na výzkum a inovace.

⁵⁷ Tchajwanský systém inovací je poměrně unikátní, v českých poměrech nemá institut ITRI obdobu. ITRI kromě financování z veřejných zdrojů získává na své projekty významné soukromé prostředky. Jejich podíl činí necelých 30 procent. Základem veškerých aktivit ITRI je multidisciplinární přístup. V tomto ohledu ITRI kromě „překonávání přirozené propasti“ mezi akademiky a průmyslem také zastřešuje i propojuje aktivity dalších tchajwanských výzkumných ústavů – specializovaných ve svých odvětvích, a je považován za jejich lídra. ITRI je fakticky velkým inkubátorem, ve kterém se rodí nové komerční projekty. A v laboratořích nového kampusu ITRI se pak systematicky zaměřují právě na výzkum, který propojuje různé – často i zdánlivě nijak nesouvisející – obory.

⁵⁸ Čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www.vuts.cz/cesti-inovatori-spojui-sily.html>

⁵⁹ Horizont 2020 je nový program Evropské unie pro financování výzkumu a inovací. Horizont 2020 bude následujících sedm let hlavním nástrojem pro realizaci stěžejní iniciativy Unie – Inovace. Tento nástroj bude naplňovat závazky a závěry zasedání Evropské rady ze dne 4. února 2011 a usnesení Evropského parlamentu ze dne 12. května 2011 o Inovaci v Unii. Horizont 2020 spojuje všechny stávající zdroje financování Unie v oblasti výzkumu a inovací (včetně rámcového programu pro výzkum), činnosti související s inovací v rámci rámcového programu pro konkurenceschopnost.

⁶⁰ Unie chce dát evropským vědcům více peněz. Zájem Čechů je ale zatím nízký. Lenka Plašilová, EURACTIV.cz. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/prumysl-a-inovace/news/unie-chce-dat-evropskym-vedcum-vice-penez-zajem-cechu-je-ale-zatim-nizky/>

„Investovat...do inovací znamená investovat do budoucnosti Evropy. Finanční prostředky Evropské unie umožnily spolupracovat krajinám a činit užitečné objevy. Evropa se tak stala v celosvětovém měřítku špičkou ve výzkumu a inovacích,“ uvedl Jyrki Katainen, místopředseda Komise odpovědný za pracovní místa, růst, investice a konkurenceschopnost. *„Program Horizon Europe má na tento úspěch navázat a nadále zlepšovat život občanů i celé společnosti,“* dodal.

Jde tedy o investice do budoucnosti. Evropská komise chce navýšit financování do výzkumu a inovací a stanovit nové cíle, které mají potenciál zajistit EU vedoucí postavení. *„Program Horizon 2020 je jedním z největších úspěchů Evropy, ale nový program Horizon Europe míří ještě výše,“* sdělil Carlos Moedas, komisař pro výzkum, vědu a inovace. *„Abychom posílili celosvětové vedoucí postavení EU v oblasti vědy, chceme v rámci tohoto programu navýšit financování Evropské rady pro výzkum a stanovením nových ambiciózních cílů pro unijní výzkum opětovně zapojit občany. V zájmu modernizace financování průlomových inovací v Evropě také navrhuje vytvoření nové Evropské rady pro inovace,“* uvedl.

Nejaktivnějším státem EU byla (až do Brexitu) Velká Británie, která získala 12,4 % z celkového počtu projektů. S podílem vyšším než 10 % následovala Itálie společně se Spolkovou republikou Německo a se Španělskem. Česká republika si ve srovnání s ostatními státy EU vede v oblasti participace na programu Horizont 2020 špatně. Podíl České republiky na celkovém počtu návrhů jen těsně přesahuje 1 % a také úspěšnost je podprůměrná a pohybuje se okolo 14 %. V minulých obdobích v žebříčku inovační výkonnosti se nacházela, například, Česká republika v roce 2011 v rámci 27 členských států EU na 17. místě. Nicméně roční růst inovační výkonnosti České republiky je mírně vyšší než 3 %, což představuje jeden z nejvyšších v rámci EU, čímž se Česká republika postupně přibližuje k evropskému průměru.⁶¹

Oblastí, kde již v současné době Česká republika dosahuje výsledky, které jsou srovnatelné s průměrem EU, je kategorie inovátoři. Uvedená kategorie zahrnuje ukazatele inovačních malých a středních podniků v oblasti procesní, produktové, organizační a marketingové. Avšak to nevypovídá nic o kvalitě těchto inovačních aktivit, ale ani o jejich ekonomických přínosech pro podniky. Faktem je, že české podniky intenzivněji zavádí marketingové a organizační inovace, v těchto inovacích dosahují 117 % průměru EU.⁶² Nadprůměrných výsledků dosahuje Česká republika v oblasti exportu v rámci hi-tech odvětví zpracovatelského průmyslu. Tu má vliv především struktura spolu s otevřeností české ekonomiky. Struktura ekonomiky se však negativním způsobem projevuje v podílu zaměstnanosti a exportu znalostně náročných služeb, kde Česká republika za průměrem EU zaostává (MPO ČR, 2012).⁶³

⁶¹ Unie chce dát evropským vědcům více peněz. Zájem Čechů je ale zatím nízký. Lenka Plašilová, EURACTIV.cz. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/prumysl-a-inovace/news/unie-chce-dat-evropskym-vedcum-vice-penez-zajem-cechu-je-ale-zatim-nizky/>

⁶² Například podíl MSP, které zavádí technické inovace, představuje 102 % průměru EU.

⁶³ Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2012: Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2011. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/pomahame-vasemu-podnikani/pripominkovani-194-legislativy-2/nove-materialy-k-pripominkam-1/nove-materialy-k-pripominkam/149-12-zpravao-vyvoji-msp-a-jeho-podpore-v-roce-2011-t-13-6-2012.aspx>

3.2 Inovátoři z České republiky roku 2022

Reálná situace, která nastala v letošním žebříčku (2022) Inovátoři roku; ten představuje desítku lidí a firem, kteří v České republice vyvíjejí nový projekt, mají inovátorský nápad nebo se už dokázali prosadit a mění zemi k lepšímu. A stejně jako jsou pestré studijní obory vybraných inovátorů, tak zasahuje činnost těchto novátorů do mnoha různých oblastí lidského života:⁶⁴

1. **Miroslav Feix (Armáda České republiky)** - brigádní generál staví novou vojenskou jednotku, kterou s trochou nadsázky nazývá start-up v armádě. Stovky jeho lidí se starají o obranu země v informačním prostoru a zároveň o kybernetickou bezpečnost armády. „*Jsem válečník a manažer,*“ tvrdí o sobě generál Miroslav Feix, který má v české armádě na starosti obranu země v informačním prostoru.“ O talenty se přetahuje s IT firmami, za osm let chce mít tým o 600 lidech. „*Stejně jako start-up musí získat investora, tak já musím přesvědčit systém, aby mi dal peníze,*“ říká Feix.⁶⁵
2. **Sara Polak** – v případě, že se vyskytne něco nové v oboru AI, tak si buďte jistí, že je Sara Polak poblíž. Spoluzakládá „kluby,“ kde vznikají paralelní civilizace, vymýšlí, jak skrze technologie pomoci, a chystá se opět studovat na Oxfordu. Znalost programovacího jazyka není pro pochopení umělé inteligence (AI) nutná. Myslí si to Sara Polak, popularizátorka AI v Česku. Fungování toku dat se dá nakreslit na tabuli, k jeho porozumění stačí jednoduchá logika.⁶⁶
3. **Michal Gloger (Mebster)** - jeho exoskelet Unilexa⁶⁷ pomáhá lidem opět chodit a na rozdíl od zařízení ze zahraničí nestojí miliony. Na trhu je už druhá, chytřejší verze, se kterou plánují dobýt také Spojené státy americké.
4. **Martin Reháček (Resistant AI)** – faktem je, že online podvodníci ho nesnáší – s pomocí umělé inteligence pomáhá totiž bankovým institucím vyhledávat falešné účty a transakce. Nové technologie s sebou přináší i nové typy podvodníků. Společnost Resistant AI se na ně snaží vyzrát s pomocí umělé inteligence. Pomáhá bankám po celém světě vyhledávat falešné účty a transakce a tímto způsobem jim ušetřit peníze v době, kdy se většina bankovníctví přesouvá na mobilní telefony.⁶⁸

⁶⁴ Inovátoři 2022. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/special/inovatori-2022-91>

⁶⁵ Stavím start-up v armádě, říká generál Feix, který má na starost obranu Česka v kyberprostoru. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058050-stavim-start-up-v-armade-rika-general-feix-ktery-ma-na-starost-obranu-ceska-v-kyberprostoru>

⁶⁶ Sara Polak: Nebojme se umělé inteligence. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://roklen24.cz/sara-polak-nebojme-se-umele-inteligence/>

⁶⁷ Inovativní exoskelet pro asistenci chůze určený pro lidi s částečnou nebo úplnou ztrátou funkce dolních končetin.

⁶⁸ Člověka umělé inteligence jen tak nenahradí, byrokrata lehce, říká šéf Resistant AI Martin Reháček. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058400-cloveka-umela-inteligence-jen-tak-nenahradi-byrokrata-lehce-rika-sef-resistant-ai-martin-rehak>

5. **Markéta Pěchoučková (MPSV)** - boží obraz o státní správě jako nepružném molochu. Vyhledává inovativní projekty, které se věnují sociální pomoci a opravdu fungují. Těm pak rozděljuje granty – zhruba miliardu za sedm let. Inovace a státní správa. Spojení, které navzdory zlepšovákům, jako je Bank ID, stále vnímáme jako něco hodně nezvyklého. Práce Markéty Pěchoučkové na ministerstvu práce, avšak ukazuje, že pořádně „*pohnout zrezivělým kormidlem*“ jde i zevnitř úřadu.⁶⁹
6. **Jakub Kapuš (Spacemanic)** – v případě, že bude někdo v České republice vypouštět družici, tak je dost velká šance, že bude pocházet od společnosti Spacemanic. Další na řadě je Planetum 1, kterou v červnu 2022 vynese do vesmíru SpaceX Elona Muska. Do vesmíru se zatím dostalo deset českých a československých družic. Ta poslední, z dílny firmy Spacemanic Jakuba Kapuše, se zrovna teď nachází někde na orbitě nad námi. Tento rok společnost Spacemanic plánuje do vesmíru vypustit další tři družice. Tu nejzazší, nanodružici Planetum 1, vynese na orbitu SpaceX Elona Muska. Jakub Kapuš však míří mnohem dál. Jednou by chtěl svoje technologie dostat na Mars nebo jinou planetu.⁷⁰
7. **Hubert Palán, Daniel Hejl (Productboard)** - postavili Productboard – druhého českého jednorozce, tedy mladou firmu oceněnou investory na více než miliardu dolarů. Productboard, jehož hodnota se po investici podle odhadů pohybovala na úrovni vyšších jednotek miliard korun, vznikl před šesti lety a svou platformou pomáhá svým zákazníkům, mezi které patří například i Microsoft nebo Avast, vylepšovat jejich produkty. A nemusí jít jen o onlinové produkty nebo obecně software.⁷¹

Je možná podpora inovátorů prostřednictvím programu OST. OST je program, který spojuje evropské výzkumníky a inovátory z různých zemí a z různých organizací tak, aby rozvíjeli své vlastní nápady a nové iniciativy ve všech oblastech vědy a techniky prostřednictvím celoevropské spolupráce. Například nejbližší sběrný termín, který bude v rámci výzvy COST uzavírat projektové návrhy, je stanoven na 20. října 2022.

Grant mohou získat výzkumníci a inovátoři z prostředí univerzit, výzkumu, průmyslu (malé a střední podniky), nevládních organizací a podobně.

⁶⁹ Tak trochu proti systému aneb jak dostat inovativní přístup do státní správy. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058590-tak-trochu-proti-systemu-aneb-jak-dostat-inovativni-pristup-do-statni-spravy>

⁷⁰ Jednou chceme naše technologie dostat třeba na Mars, plánuje šéf vesmírné firmy. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058470-jednou-chceme-nase-technologie-dostat-treba-na-mars-pla-nuje-sef-vesmirne-firmy>

⁷¹ Možná už další investici nebudeme potřebovat, říká v podcastu Daniel Hejl z miliardového startupu Productboard. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://forbes.cz/mozna-uz-dalsi-investici-nebudeme-potrebovat-rika-v-podcastu-daniel-hejl-z-miliardoveho-startupu-productboard/>

Návrhy předkládá síť jednotlivých navrhovatelů, kterou zastupuje hlavní navrhovatel (minimálně 7 členů).⁷²

Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) se snaží inovátorství v ČR podporovat. Mimo jiné pořádá různé soutěže. V letošním roce, roce 2022, proběhla soutěž na podporu malých a středních inovativních podniků o nejlepšího inovátora nazvaná „NEJ inovátor 5G“. Jejím cílem bylo najít organizaci, která má nejlepší přístup s teoretickým dopadem k inovacím do 5G sítí. Vítězem letošního ročníku se stala plzeňská firma COMTES FHT a.s., která obdržela mezinárodní certifikát o absolvování inovačního auditu a skleněné ocenění GLOBE. Při vyhlášení výsledků, náměstek MPO, Ing. Petr Očko konstatoval, že „Inovace jsou motorem růstu ekonomiky“.⁷³

MPO též spolupracuje s Technologickou agenturou ČR (TAČR) na programu TREND, což je veřejná soutěž o podporu projektů z oblasti průmyslového výzkumu a vývoje (VaV). V letošním roce byla již vyhlášená sedmá veřejná soutěž s alokací 300 mil. Kč. Vyhlášeny jsou dva podprogramy, a to „Technologičtí lídři“ na zvýšení mezinárodní konkurenceschopnosti uchazečů a posílení VaV aktivit a druhý podprogram tzv. „Nováčci“, kteří slouží k nastartování vlastních výzkumných a vývojových aktivit.⁷⁴

3.3 Pracovní portály

V podkapitole 3.3 je uvedeno, jak fungují pracovní portály. Faktem je, že díky rychlému rozšíření internetu do společností a do většiny domácností se lidé naučili hledat množství věcí z pohodlí domova a standardní tištěná inzerce pomalu upadá v zapomnění. Doby, kdy lidi museli číst jeden inzerát za druhým a zjišťovat, zda je nabízená pozice vhodná právě pro ně, už neexistují.

Došlo k rozvoji velkého množství pracovních portálů, a tak je nalezení vhodného pracovního místa otázkou jen několika kliknutí myši.⁷⁵

Uchazeč jednoduše zvolí danou lokalitu a obor požadovaného zaměstnání a zobrazí se mu pouze ty inzeráty, které odpovídají jeho stanoveným požadavkům. Pro ještě konkrétnější vyhledávání si může uchazeč zobrazit pouze ty inzeráty, kde se nachází konkrétní klíčové slovo, například učitel, prodavačka nebo manažer. Nalezení volného pracovního místa v požadovaném oboru je jakýmsi způsobem velice jednoduché a rychlé a uchazeč tak může ušetřený čas věnovat jiným činnostem, například přípravě na pracovní pohovor do požadovaného zaměstnání.

⁷² Granty jednoduše a zrozumitelně. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://grantup.sk/individualni-vedci-a-inovatori-mozu-do-oktobra-ziadat-grant-z-cost/>

⁷³ Soutěž o nejlepšího inovátora 5G zná své vítěze. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/soutez-o-nejlepsiho-inovatora-5g-zna-sve-vitez-e--266708/>

⁷⁴ Spolupráce MPO a TAČR v Programu TREND je uchazeči ceněna [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.tacr.cz/spoluprace-mpo-a-ta-cr-v-programu-trend-je-uchazeci-cenena/>

⁷⁵ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

V případě, že je určitá osoba momentálně bez zaměstnání, nebo plánuje odejít z toho stávajícího zaměstnání a najít si nové, určitě mu při hledání pomohou internetové pracovní portály. Které jsou největší pracovní portály v České republice? Mezi tři tradiční portály se zrazuje Jobs.cz, Prace.cz a VolnaMista.cz (Sprace.cz).

Jobs.cz

Portál Jobs.cz byl založen již v roce 1996 Liborem Malým. Za uvedenou dobu se stal jedním z největších portálů na inzerci volných pracovních míst. A to nejenom těch na hlavní pracovní poměr, ale také inzerci volných brigádnických pozic. Jobs.cz se zaměřuje spíše na pracovní pozice určené pro specialisty, odborníky a manažerské pozice. Během svého fungování několikrát změnila společnost design a změnila také možnosti vyhledávání v nabízených inzerátech. Portál nabízí hledání práce na vysoké úrovni uživatelského komfortu.⁷⁶

Největší český pracovní internetový portál jobs.cz expanduje také do Slovenské republiky. Je to první zahraniční výboj firmy „LMC,“ která spravuje webové stránky jobs.cz a prace.cz. „O měně se ještě jedná,“ uvedl obchodní šéf Milan Jasný pro český deník Mladá fronta.⁷⁷

Kvalitně propracované vyhledávání pracovního portálu Jobs.cz zájemcům umožní najít nejenom všechny inzeráty v požadované lokalitě, ale tento může vyhledávání omezit pouze na určitý obor. Pokud chce být zájemce ještě specifičtější, stačí zadat klíčová slova inzerátu, jako například „Programátor Praha,“ a požadované pozice jsou na světě. Samozřejmostí je taky možnost nastavení minimálního požadovaného platu, volby úvazku nebo také typ pracovní smlouvy.⁷⁸



Obrázek 5: Job.cz (zdroj:79)

Prace.cz

Tento pracovní portál patří pod stejnou společnost jako výše zmiňovaný a opsaný Jobs.cz, tj. finské společnosti Alma Media.⁸⁰ Ta pracovní portál v roce 2012 koupila od společnosti LMC. Zatímco Jobs.cz se zaměřuje a orientuje převážně na pozice pro specialisty a vysokoškolsky vzdělané

⁷⁶ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

⁷⁷ Český portál jobs.cz expanduje na Slovensko. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://tech.sme.sk/diskuse/2507469/cesky-portal-jobs-cz-expanduje-na-slovensko.html>

⁷⁸ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

⁷⁹ Job.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z <https://www.jobs.cz/>

⁸⁰ Alma Media Oyj je finská obchodní společnost pro média a digitální služby. Mezi její nejznámější produkty patří Iltalehti, Kauppalehti, Talouselämä, Monster.fi a Etuovi.com. Kromě zpravodajských služeb poskytují produkty společnosti informace týkající se životního stylu, kariéry a rozvoje podnikání.

osoby, orientuje se portál Práce.cz na jiné nabídky a jde mnohem masovějším směrem. Při inzerci se zaměřuje hlavně na regionální pracovní nabídky. Práce.cz je tedy ideální pro osoby, které hledají volné pracovní místo v okolí svého bydliště, tj. bez nutnosti dojíždění. Vyhledávání je jednoduché, přesto v něm najdeme základní věci jako filtrování dle oboru a lokality nebo minimální požadovaný plat.⁸¹

Samozřejmostí portálu Práce.cz je také nabídka krátkodobých brigád a přivýdělků a též samostatná kategorie, která je určena pouze pro inzerci volných míst, která jsou vhodná pro osoby OZP.⁸² Na portálu Práce.cz nalezne zájemce také několik zajímavých funkcí - nejpoužívanější funkce je možnost porovnání platů v jednotlivých oborech a lokalitách. Je to tedy ideální prostředek pro každého zájemce, který si chce udělat vlastní představu o výši platu na pracovní pozici, o kterou se uchází.⁸³



Obrázek 6: Práce.cz (Zdroj:84)

Volnamista.cz

Jedná se o pracovní server, která patří pod jednu z nejsilnějších internetových společností, kterou je Seznam.cz.⁸⁵ Portál VolnaMista.cz má originální vzhled jak prostředí, tak též vzhled jednotlivých inzerátů, ve kterém lze najít podobnosti s jeho mateřskou společností, Seznamem.cz. Portál VolnaMista.cz disponuje množstvím aktuální inzerce a velkým plusem je rychlé rozčlenění inzerátů dle našeho pracovního profilu.⁸⁶

⁸¹ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

⁸² Definice osob se zdravotním postižením podle § 67 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů. Ustanovení § 67 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti (dále jen „zákon o zaměstnanosti“), definuje osoby se zdravotním postižením, kterým je poskytována zvýšená ochrana na trhu práce.

⁸³ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz>

⁸⁴ Práce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.prace.cz>

⁸⁵ Seznam.cz je nejnavštěvovanější český internetový portál, který založil v roce 1996 Ivo Lukačovič. Bol pr vým českým internetovým vyhledávačem v Česku.

⁸⁶ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

Volná místa

v celé ČR ▼ všechny obory ▼ plný úvazek ▼

Pondělí 15. srpna

Operátor výroby - - - -32 000 /
Nevoteam MB s. r. o., Tachov

Elektrikář/ka. Náplň práce: elektro
montáž dveřních systému a vrat.
Požadujeme: vzdělání v oboru elektro,
platné osvědčení dle vyhlášky 50.
Nabízíme: zaměstnání na HPP,
dvousměnný provoz, mzda od 28 200
Kč, odměny, stravování zdarma, nápoje
zdarma, benefity. Práce v malém
kolektivu.

Strojní zámečnick/ce. Montážní a
zámečnické práce na trakčních
motorech, opravy motorů, kompletace
podsestav motorů, příprava výrobku na
montáž (břitování, čištění, dořezávání
závitů. Požadujeme vyučení v oboru SOU
strojní nebo v příbuzném oboru. Ranní
odpolední směna, práce přímo v Plzni na
HPP. Mzda od 180 Kč/hod + odměny,
paušál. Nástup možný ihned.
People Facility s.r.o., Plzeň-město

Vložit inzerát
Pokud hledáte nové zaměstnance

Asistent/ka dopravy Dobrý den,
do našeho kolektivu hledáme novou

Obrázek 7: Seznam.cz (zdroj: 87)

V případě, že je vyhledáván hlavní pracovní poměr, brigáda, práce vhodná pro absolventy nebo jde o osobu zdravotně postiženou, stačí jedno jednoduché kliknutí, aby se zájemce ocitl v určité, a to v té správné kategorii s pracovními inzeráty, tj. přesně pro zájemce. Součástí webu Seznam.cz je také poradna pro uchazeče, která se zabývá, jak konkrétními tématy jako návod, jak napsat životopis či zaujmout na pohovoru, tak tématy obecnějšími. Na webu Seznam.cz zaujme také celá řada užitečných doplňkových funkcí, jako jsou kalkulátor čisté mzdy, kalkulátor cestovních náhrad, na které máme v daném roce nárok, a to v případě, že zaměstnavatel vyšle zaměstnance na služební cestu – a to jak v tuzemsku, tak i v zahraničí.

Podstatné je také, kde je možné hledat práci mimo největší pracovní portály. Největší společnosti na poli pracovních portálů jistě většina z nás již zná. Je nutné také představit několik menších pracovních portálů, které by zájemci také neměli uniknout.

DoPrace.cz

Jedním z menších pracovních portálů je portál DoPrace.cz. Jde o portál s přehlednou strukturou. Vyhledávání je akční a svižné, a je možné hledat podle kritérií, jako je region a mzda nebo podle jiných klíčových slov. Celkové podání portálu a jeho grafické zpracování je skutečně přehledné. Kromě inzerátů s aktuálními nabídkami práce zde najdeme také články a návody pro uchazeče o zaměstnání na co nejefektivnější hledání práce.⁸⁸

⁸⁷ Seznam.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z <https://www.volnamista.cz/>

⁸⁸ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

Dnes je: Pondělí 29. srpna

Hledání v nabídkách

Města

Rady a tipy

Top nabídky

Nejnověji přidané

Najděte si vhodnou práci

Obrázek 8: Dopráce.cz (zdroj: 89)

Monster.cz

Dalším pracovním portálem, kterému je věnována pozornost, je web Monster.cz. Pracovní web nejenom že zobrazuje inzeráty, které samotné společnosti zadaly, ale dokáže také „stahovat“ data z několika personálních agentur. Díky tomu máte většinu inzerátů přehledně na jednom místě. Samozřejmostí je možnost členění dle oboru nebo lokality. Web se nevěnuje pouze zveřejňování nabídek práce, ale naleznete na něm i obsáhlou databázi článků, které souvisí s hledáním zaměstnání.



Obrázek 9 Monster.cz (zdroj: 90)

DobraPrace.cz

Dalším portálem, který může být pokládá za zajímavý, je server DobraPrace.cz. Ten podobně jako je tomu v případě webu Monster.cz zveřejňuje také nabídky personálních agentur, což z něho činí velice rozsáhlou databázi inzerátů.⁹¹

⁸⁹ Dopráce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z <https://doprace.cz/>

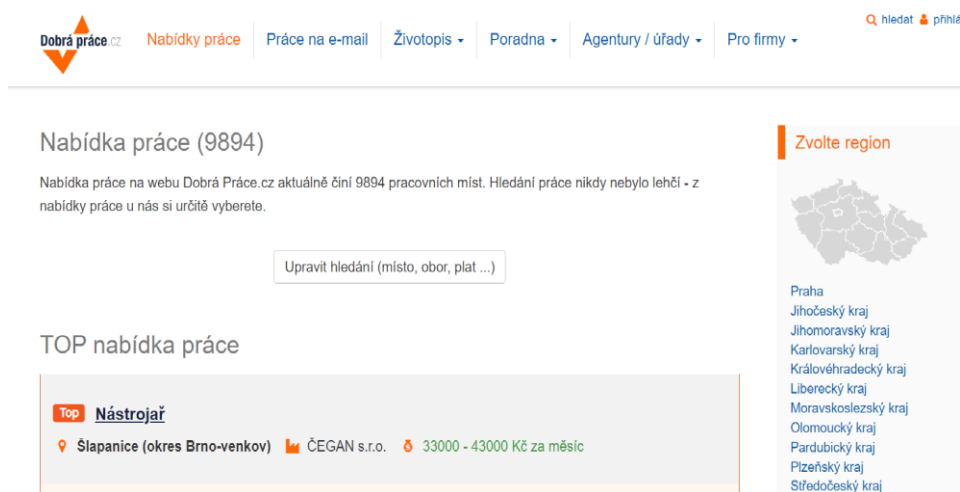
⁹⁰ Monster.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/monstercz/>

⁹¹ Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>

Dobrápráce.cz je server, který zveřejňuje nabídky práce. Uchazečům o zaměstnání takým způsobem umožňuje volbu práce, a to podle regionu a oboru v rámci celé České republiky a též zahraničí, uchazeči o práci mají možnost vložit životopis i službu „Práce na e-mail.“⁹²

Při hledání práce uchazeči pomohou také různé odkazy na pracovní agentury. Pro zaměstnavatele a agentury nabízí efektivní inzerci volných míst za výhodných podmínek. Navštívit můžete i partnerský server se zaměřením na brigády Práce-Brigády.cz.

Práce-Brigády.cz mají velký výběr aktuálních brigád a nabídek práce v okolí zájemců. V případě, že zájemce hledá brigády nebo práci na dohodu, respektive nutně shání nabídky práce na DPP, DPČ nebo práce na zkrácený úvazek, tak je na Práce-Brigády.cz správně. Stránky Práce-Brigády.cz totiž nabízejí velký výběr brigád a práce na dohodu prakticky pro všechny. Nabízí dlouhodobé brigády, letní brigády pro studenty, ale také brigády pro důchodce. Koho zajímá brigáda na víkend nebo brigáda na doma, taky si na webu Práce-Brigády.cz vybere. Jde o web Práce-Brigády.cz – prezentující se jako specialista na brigády a práci na dohodu.⁹³



The screenshot shows the homepage of Dobrápráce.cz. At the top, there is a navigation bar with the logo and several menu items: Nabídky práce, Práce na e-mail, Životopis, Poradna, Agentury / úřady, and Pro firmy. A search bar with a magnifying glass icon and a 'přihlá' button is also present. Below the navigation bar, the main content area features a section titled 'Nabídka práce (9894)' with a subtext explaining the number of job offers. To the right, there is a 'Zvolte region' section with a map of the Czech Republic and a list of regions: Praha, Jihočeský kraj, Jihomoravský kraj, Karlovarský kraj, Královéhradecký kraj, Liberecký kraj, Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj, Pardubický kraj, Plzeňský kraj, and Středočeský kraj. Below the main content, there is a 'TOP nabídka práce' section featuring a job listing for 'Nástrojář' at 'ČEGAN s.r.o.' in Slapanice, with a salary range of 33000 - 43000 Kč za měsíc.

Obrázek 10: Dobrápráce.cz (zdroj: 94)

Zajímavou funkcí je možnost nechat si zasílat nové inzeráty ze zvolených kategorií do vašeho emailu. Budete tak mít jistotu, že vám žádná nová pozice nikdy neunikne.

Porovnání jednotlivých pracovních portálů z hlediska ceny za uveřejnění inzerátu typu standard na měsíc a návštěvnosti webových stránek je uvedeno v tabulce č.3 a obrázku č.11 a č.12. Použité údaje vychází z informací uveřejněných na webových stránkách jednotlivých portálů. Z uvedených

⁹² Dobrápráce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.dobraprace.cz/nabidka-prace/>

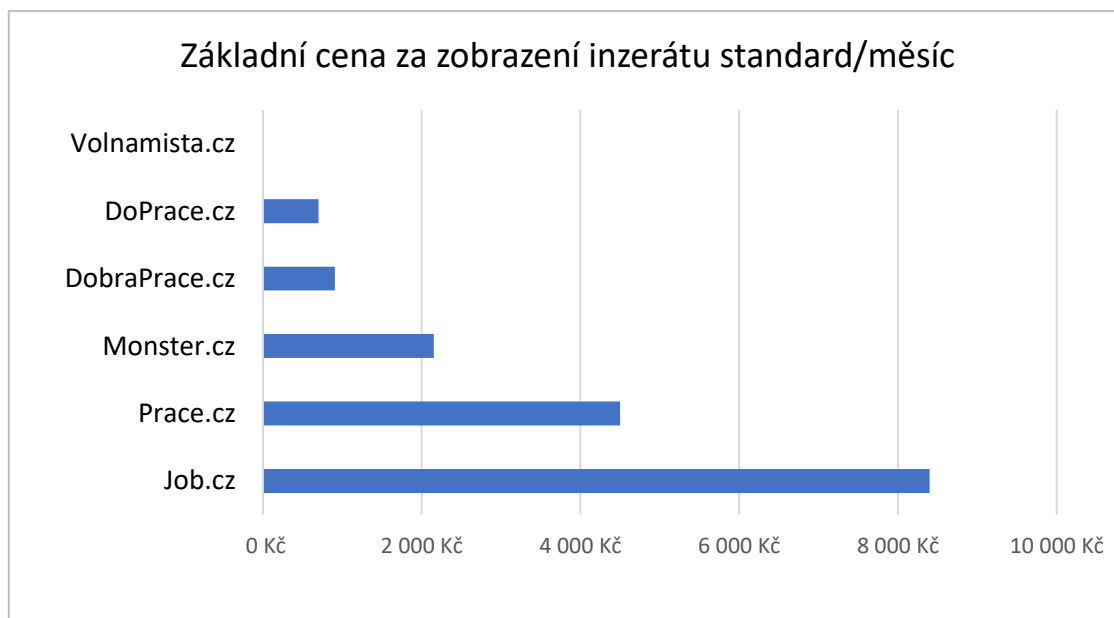
⁹³ Práce-Brigády.cz - specialista na brigády a nabídky práce na dohodu. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.prace-brigady.cz/>

⁹⁴ Dobrápráce.cz [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.dobraprace.cz/nabidka-prace/>

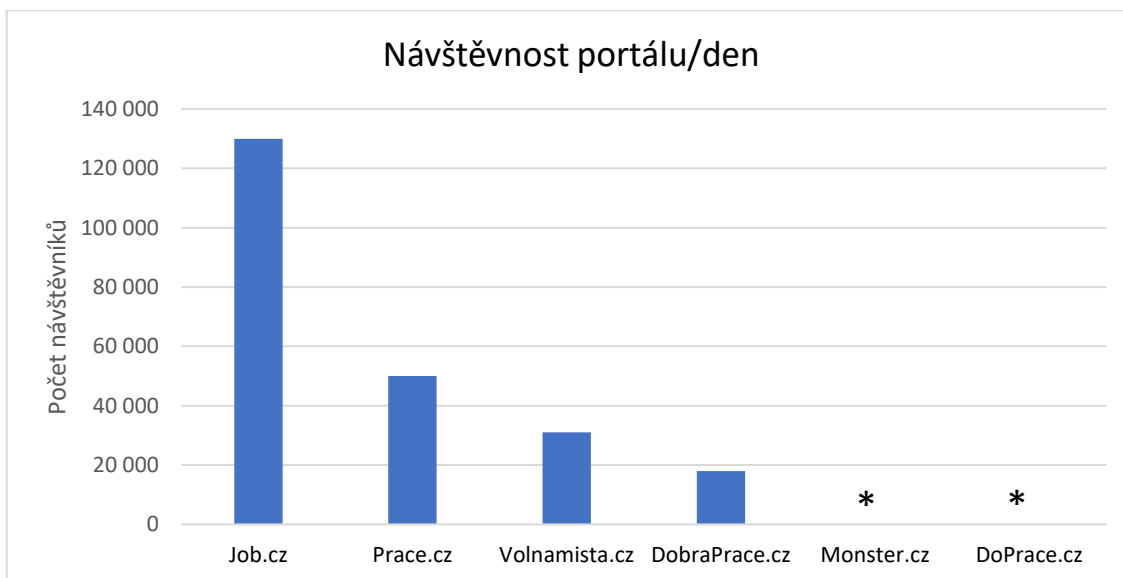
údajů vyplývá, že nejdražší, ale zároveň nejnavštěvovanější pracovní portál je Job.cz. Velmi dobrou službu však poskytne i pracovní portál Volnámísta.cz, kde umístění inzerátu je zadarmo, pouze zvýraznění či připojení obrázku je zpoplatněno. Tento pracovní portál patří do skupiny českého, velmi používaného internetového portálu a vyhledávače Seznam.cz. Volnámísta.cz denně navštíví více jak 31 000 návštěvníků.

Tabulka 3. Ceny za uveřejnění inzerátů za měsíc.

Pracovní portál	Základní cena za uveřejnění inzerátu standard/měsíc
Job.cz	8 400 Kč
Prace.cz	4 500 Kč
Monster.cz	2 150 Kč
DobraPrace.cz	906 Kč
DobraPrace.cz	700 Kč
Volnamista.cz	zdarma



Obrázek 11: Cena za zobrazení inzerátu standard/měsíc na jednotlivých portálech



Obrázek 12: Návštěvnost portálu za den. * údaj neuveden

3.4 Inovativní aplikace na vyhledávání práce

V podkapitole 3.4 je uvedeno, jaké jsou inovativní aplikace na vyhledávání práce. Kromě získání důkladně napsaného profesionálního životopisu, který byl vytvořený pro ucházení se o zaměstnání v různých společnostech, je dalším a nejdůležitějším úkolem každého uchazeče o nové zaměstnání zajistit aktualizovaný online pracovní profil.

V našem věku digitálního pokroku je jedním z nejoblíbenějších předpokladů, jak získat kvalitní pracovní příležitosti, je prozkoumat webové stránky pro hledání zaměstnání a také mobilní aplikace pro hledání práce. To by každému uchazeči zajistilo, že jeho profil profesionálních dovedností a dovedností bude přístupný většině náborářů, personálních koordinátorů, personálních agentur atd.⁹⁵

Například „*Job search mobile applications*“ umožní potenciálním uchazečům o zaměstnání hledat práci také na cestách. To by jim umožnilo přístup k aktualizacím pracovních míst 24 hodin denně 7 dní v týdnu, protože ta správná příležitost (najmout se) může přijít kdykoli. V této části jsou uvedeny některé z nich, tj. nejlepší mobilní aplikace pro hledání práce na zařízeních Android, nebo iOS, které jsou popsány detailněji:

1. Aplikace LinkedIn Job Search (zdarma pro Android a iOS).
2. Jobs by CareerBuilder (zdarma pro Android a iOS).
3. Indeed Job Search (zdarma pro Android a iOS).
4. LinkUp Job Search Engine (zdarma pro Android a iOS).

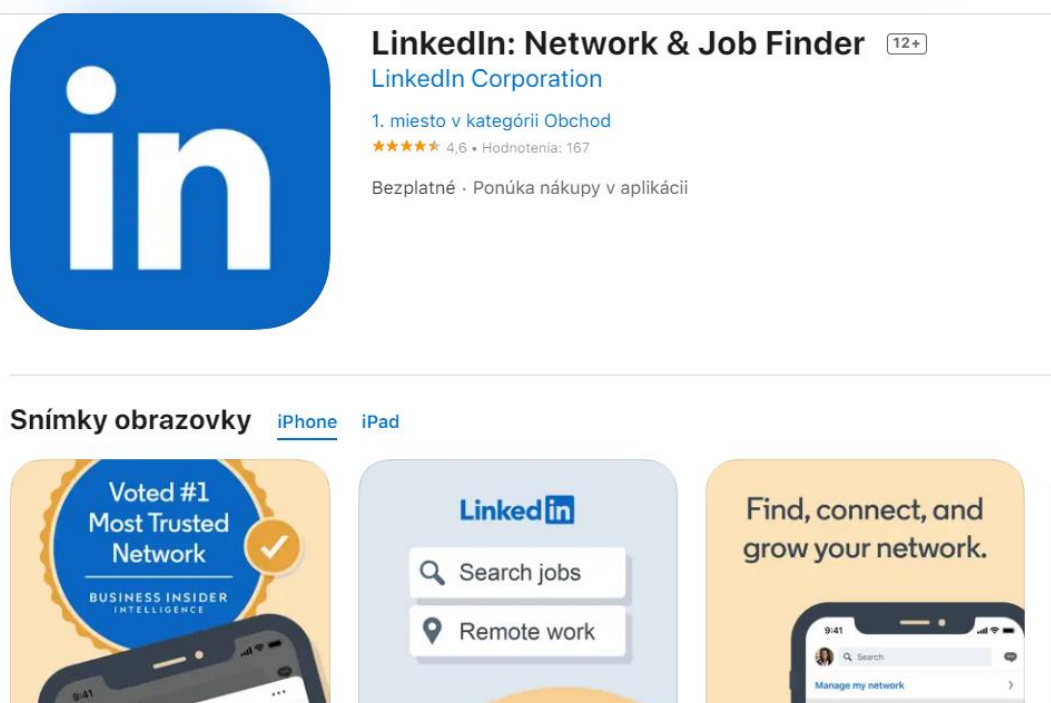
⁹⁵ 8 nejlepších mobilních aplikací pro hledání práce pro uchazeče o zaměstnání. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://correcty.net/cs/8-nejlepsich-mobilnich-aplikaci-pro-hledani-prace-pro-uchazece-o-zamestnani>

5. Simply Hired Job Search (zdarma pro iOS a Android).
6. Glassdoor Hledání práce, platy a recenze (zdarma pro iOS a Android).
7. JobMo Job Search (zdarma pro iOS a Android).
8. Reach (zdarma pro Android a iOS).

1. Aplikace LinkedIn Job Search (zdarma pro Android a iOS)

Sociální sítě je možné považovat za dobrou věc, pokud jsou prováděny na profesionální platformě, jako je například LinkedIn. Tato oblíbená sociální síť pro profesionály přišla s vlastní samostatnou aplikací pro hledání zaměstnání. Práce tak nemusí být vzdálená a tento nástroj zvýší šance uchazečů na získání správné pracovní pozice podle výběru. Uchazeči o zaměstnání tak mohou vyhledávat různé kariérní příležitosti u kvalitních a špičkových společností, a to na základě jejich výběru místa, profilu práce, data zveřejnění nabídky práce, společnosti nabízející zaměstnání atd.

Ukážka v App Store



Obrázek 13 LinkedIn (zdroj: 96)

Filtry hledání práce na LinkedIn pomohou zájemcům ohraničit se z milionů zveřejněných pracovních míst přesně na práci, která je pro zájemce ta správná. Použije upozornění na hledání práce, aby byli informováni, když se, například, otevrou nové pozice ve společnostech, o které máji zájemci zájem. Přitom se uchazeči spojí přímo s náborovými pracovníky nebo zaměstnanci v jejich síti, kterou si uchazeč vybere a požádá o doporučení pro společnosti, do kterých se uchazeči hlásí, a tak se mohou

⁹⁶ LinkedIn. [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://apps.apple.com/cz/app/linkedin-network-job-finder/id288429040?l=cz>

všimnou jeho životopisu. Uchazeči se můžou také přihlásit na cestách, abyste ušetřili svůj čas a získali tak práci svých snů.⁹⁷

The Aplikace LinkedIn Job Search může například uložit kritéria vyhledávání uchazeče; tato aplikace mu tak dokáže odfiltrovat též nechtěná pracovní místa. Jakmile se objeví nové pracovní místo, které odpovídá stanoveným kritériím, aplikace o tom uživatele informuje. Uživatelé si mohou ukládat zajímavé zakázky, aby si je mohli podrobně prohlédnout, když budou mít čas.

Will people in my LinkedIn contact list come to know about my job search updates? Dozví se lidé v mém seznamu kontaktů na LinkedIn o mých aktualizacích při hledání zaměstnání?

Aplikace LinkedIn byla jednou z hlavních starostí lovců práce, když byla tato spuštěna. Soukromí je však důležitou funkcí této aplikace a nikdo v síti uživatele se o jeho aktivitě při hledání zaměstnání nedozví. Uživatelé mají zdarma ke stažení LinkedIn Job Search Tool pro Android a stažení aplikace LinkedIn Job Search pro iOS.

2. Aplikace Jobs by CareerBuilder

Je tu také tzv. Jobs by CareerBuilder (zdarma pro Android a iOS) – je to vzrušující možností pro každého, kdo hledá lukrativní práci, tj. přístup na největší pracovní místo v USA a webové sídlo www.careerbuilder.com. Tato bezplatná pracovní aplikace od CareerBuilder umožňuje uživatelům nahrát svůj životopis přímo ze zařízení nebo přes Dropbox.⁹⁸ Uživatelé nemusí mít u nich (CareerBuilder) účet, aby získali okamžitý přístup k více než 2 milionům pracovních nabídek na webu CareerBuilder. Úkoly můžou vyhledávat i filtrovat a aplikovat na ty relevantní pouhým přejetím prstem na vašem chytrém zařízení. Uchazeči o zaměstnání obdrží oznámení o přijetí jejich žádosti o zaměstnání a také o jejich zobrazení zaměstnavatelem. Mohou také sledovat historii žádostí o zaměstnání a také ukládat úlohy, aby je mohli později uplatnit.⁹⁹

Pomocí aplikace tak může uchazeč hledat pracovní místa, spravovat svůj profil a životopis, spojit se zaměstnavateli a získat zaměstnání tak, aby se mohl vrátit k budování svých dovedností a k životu, který funguje.

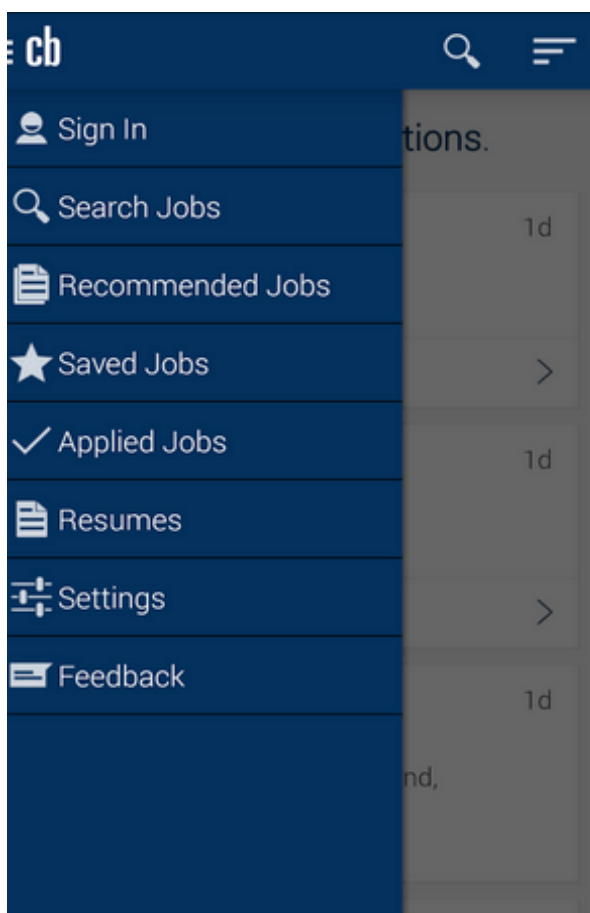
Speciální funkcí, kterou aplikace CareerBuilder nabízí, je umožnit uživatelům podávat zprávy o jejich konkurenci. Tj. uživatel může zkontrolovat počet uchazečů o každou pracovní pozici, o kterou se uchází. Uživatel může také získat detaily a jiné podrobnosti o průměrné pracovní zkušenosti a také úrovni vzdělání vaší konkurence. Uživatelé systému Android mají možnost si zdarma stáhnout

⁹⁷ LinkedIn. [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://apps.apple.com/cz/app/linkedin-network-job-finder/id288429040?l=cz>

⁹⁸ Dropbox je webové úložiště, které využívá cloud computingu a umožňuje tak uživateli ukládat a sdílet soubory a složky s ostatními uživateli internetu pomocí synchronizace souborů.

⁹⁹ CareerBuilder: Job Search & Resume Builder. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.careerbuilder.SugarDrone&hl=cz&gl=US>

aplikaci Jobs by CareerBuilder, zatímco uchazeči o zaměstnání jej mohou získat na svých zařízeních iOS.¹⁰⁰



Obrázek 14: Aplikace Jobs by CareerBuilder (zdroj: 101)

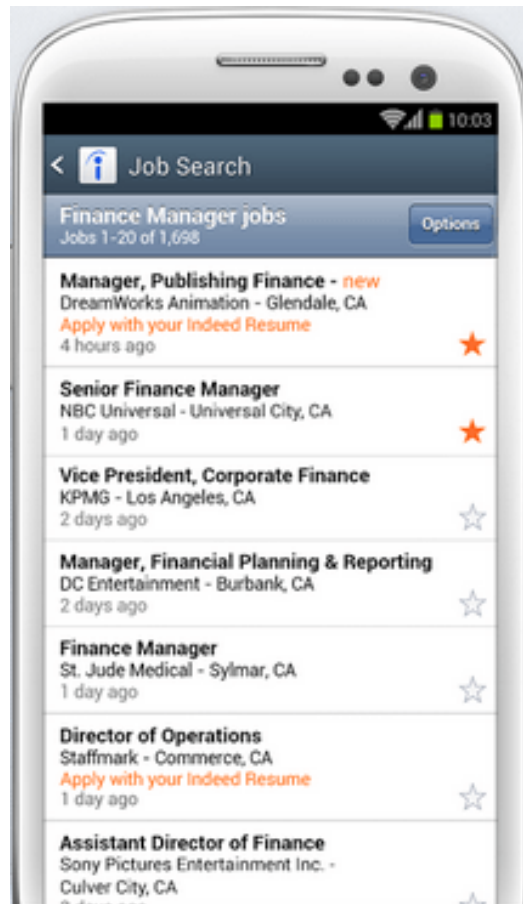
3. Indeed Job Search (zdarma pro Android a iOS)

Podobně jako u jiných aplikací pro hledání práce, které byly uvedeny výše, i aplikace Indeed Job Search umožňuje některé základní funkce, jako je, například, vyhledávání relevantních pracovních míst filtrovaných podle místa, společnosti, dovedností atd. Aplikace Indeed Job Search umožňuje nahrání životopisu uchazečů na bezplatný účet Indeed. Aplikaci si může uchazeč přizpůsobit tak, aby mu byly pravidelně zasílány nejnovější nabídky na jeho e-mail, a může se tak ucházet o relevantní pracovní pozice přímo z dané aplikace. Uchazeči se umožňuje dokonce nastavit připomenutí pro přihlášení k úlohám, které si dříve uložil.¹⁰²

¹⁰⁰ CareerBuilder: Job Search & Resume Builder. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.careerbuilder.SugarDrone&hl=cz&gl=US>

¹⁰¹ CareerBuilder: Job Search & Resume Builder. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.careerbuilder.SugarDrone&hl=cz&gl=US>

¹⁰² Indeed. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.indeed.com>



Obrázek 15: Indeed Job Search (zdroj: 103)

Indeed Job Search pomáhá lidem získat práci: Více než 16 milionů sdílených příběhů. Dobrá část této aplikace je, že používá vyhledávač Indeed Job Search k poskytování konsolidovaného přístupu k milionům pracovních míst z různých novinových inzerátů online, jiných online pracovních listů a také na stránky týkající se kariéry (nebo náboru) společnosti. V databázi Indeed se nachází více než 15 milionů pracovních míst v 50 různých zemích a 28 jazycích. Zde si uchazeč může vyhledat správný pracovní profil. Další zajímavou nabízenou funkcí, která je zde k dispozici, je možnost zpětné vazby od zaměstnanců, která lidem umožní zkontrolovat hodnocení společnosti, které je sdílené tisíci dalších zaměstnanců, než o ni uchazeč požádá. Můžete tak poctivě zhodnotit svého zaměstnavatele a porovnat hodnocení různých společností a vybrat si jednu pro svou žádost o zaměstnání.¹⁰⁴

4. LinkUp Job Search Engine (zdarma pro Android a iOS)

Většina z nás, kteří se někdy ucházeli o práci formou online, by souhlasila se skutečností, že všeobecně hledáme volná pracovní místa pro naše oblíbené společnosti, které jsou přímo na jejich webových stránkách, a nikoli na fórech s nabídkou práce. Důvodem uvedeného je, že seznam pracovních míst na webových stránkách společnosti poskytuje lidem jistotu, zatímco nabídky pracovních

¹⁰³ Indeed. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.indeed.com>

¹⁰⁴ Indeed. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.indeed.com>

míst, které jsou zveřejněné na online nástěnkách, nemusí být vždy ověřené, a dokonce mohou být podvodné a falešné. Takže uchazeč má možnost snadno se držet dál od podvodných pracovních míst.

Metoda LinkUp Job Search Engine je, že prostřednictvím inovativní proprietární technologie LinkUp denně indexuje miliony pracovních nabídek přímo z webových stránek zaměstnavatelů. Eliminuje se tzv. „hluk,“ který znečišťuje jiné soubory údajů o pracovních pozicích, takže naše údaje o trhu práce jsou vysoce přesné a výkonné ve své jasnosti.

Datová sada LinkUp Job Search Engine značí, že díky největšímu a nejkvalitnějšímu indexu globálních pracovních nabídek byl vytvořen nejrozsáhlejší dostupný soubor údajů o pracovních pozicích. Kvalita, všestrannost a historický rozsah datové sady LinkUp Job Search Engine poskytuje bezkonkurenční hodnotu s pokrytím a mapováním všech typů zakázek.

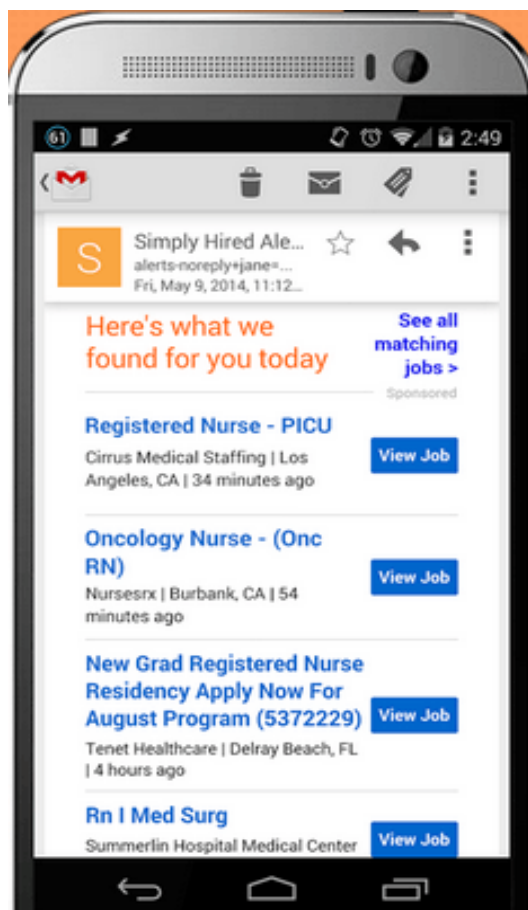
Tato aplikace pro vyhledávací práce od LinkUp.com stahuje data přímo z webů zaměstnavatelů a umožňuje tak přístup k více volným místům, která nemusí být vždy veřejně uvedena na jiných fórech práce nebo ve vyhledávacích. Aplikace upozorní na nejaktuálnější a nejnovější pracovní místa a také na skutečnost, když některý zaměstnavatel uzavře volné pracovní místo. Ze samotného zařízení může uchazeč vyhledávat a žádat o ty správné kariérní příležitosti. Tuto aplikaci si může uchazeč zdarma stáhnout pro své zařízení Android.

Z robustní a jedinečné datové sady pracovních míst LinkUp se vyvinula široká škála datových produktů a služeb, které poskytují brilantní pohledy a nabízejí bezkonkurenční prediktivní sílu pro současný i budoucí trh práce.

5. Simply Hired Job Search (zdarma pro iOS a Android)

Tato je velmi podobná aplikaci Indeed Job Search, která byla uvedena výše. Indeed Job Search poskytuje agregovaný přístup k různým pracovním místům zveřejněným na webových stránkách společností, online fórech pracovních příležitostí, pracovních panelech, sekcích pracovních míst v online novinách atd. prostřednictvím svého rozsáhlého nástroje pro vyhledávání pracovních míst.

Uchazeč má možnost procházet aplikací SimplyHired a vyhledat pracovní místa, prohlédnout si místní a národní informace o platu, objevit společnosti a zjistit o trhu práce v konkrétním městě.



Obrázek 16 Simply Hired Job Search (zdroj: 105)

Uživatelé této aplikace mohou nastavit neomezené e-mailové upozornění na nejnovější zakázky z databáze Simply Hired. Další základní funkce pro hledání zaměstnání a žádosti o zaměstnání jsou integrovány v aplikaci je, že uchazeč si svůj životopis může snadno vytvořit pomocí svého profilu na LinkedIn a ucházet se o práci přímo v aplikaci sdílením svého životopisu.¹⁰⁶

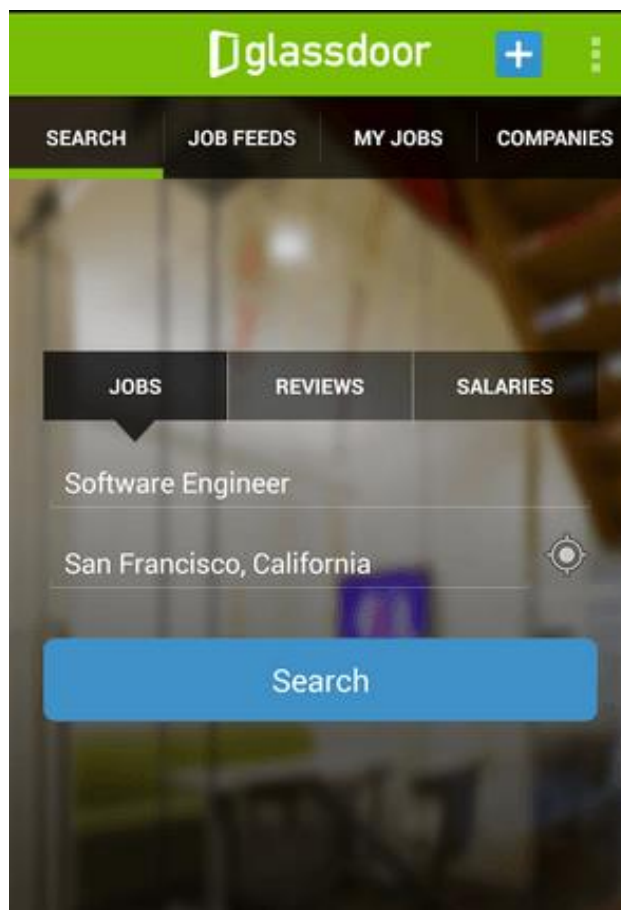
6. Glassdoor – hledání práce, platy a recenze (zdarma pro iOS a Android)

Glassdoor je známý jako komunitní fórum, které je zcela orientované na kariéru. Díky své vlastní aplikaci Hledání práce, platy a recenze mají v současné době uživatelé přístup k mnoha seznamům pracovních míst z celého světa. Také uživatelé získají hluboké a zásadní informace o různých recenzích společností a zprávách o platech. Mnohokrát můžou najít zajímavé pracovní příležitosti od společností, o kterých možná mnoho neslyšeli.¹⁰⁷

¹⁰⁵ Simply Hired Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.simplyhired.com/>

¹⁰⁶ Simply Hired Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.simplyhired.com/>

¹⁰⁷ Glassdoor. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.glassdoor.com/index.htm>



Obrázek 17 Glassdoor (zdroj: 108)

V případě takových pracovních nabídek aplikace Glassdoor pomůže uchazečům dozvědět se více o společnosti a také určit výdělečný potenciál na základě údajů sdílených zaměstnanci stejné společnosti.¹⁰⁹

Funkce platů umožňuje uchazečům o zaměstnání vypočítat a zkoumat průměry základních platových balíčků, bonusů, variabilních platů, ESOP,¹¹⁰ atd. Takové podrobné informace lze v jiných vyhledávacích zaměstnání najít jen velmi zřídka, a proto tato aplikace obsahuje množství výhod. Tato aplikace má vyhrazenou sekci pro „Otázky a recenze k pohovoru.“ Tady může uchazeč procházet otázky, které se týkají pracovních pohovorů kladené na dané společnosti. Je možno také číst recenze sdílené kandidáty o jejich zkušenostech s pohovory s různými společnostmi.

¹⁰⁸ Glassdoor. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.glassdoor.com/index.htm>

¹⁰⁹ Glassdoor. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.glassdoor.com/index.htm>

¹¹⁰ Zaměstnanecké vlastnictví znamená, že zaměstnanci firmy mají určitý vlastnický podíl na firmě - obvykle v podobě zaměstnaneckých akcií. Jsou jejími zaměstnanci a zároveň spoluvlastníky

7. JobMo Job Search (zdarma pro iOS a Android)

Pro ty lidi, kteří chtějí ušetřit čas tím, že nebudou hledat práci jednotlivě na různých známých místech, jako je, například, Monster, Simply Hired, The Ladder atd., možno říct, že je to perfektní aplikace.

„Světově nejrychlejší řešení noční můry při hledání práce. Vytvořeno pro novou generaci uchazečů o zaměstnání! Nejlepší pro prodej, restaurace, modeling, fotografování, spotřebitelské služby, cestování a pohostinství: hotely, ambasadoři značek, barmani, budtenders, prodej a modeling.“¹¹¹

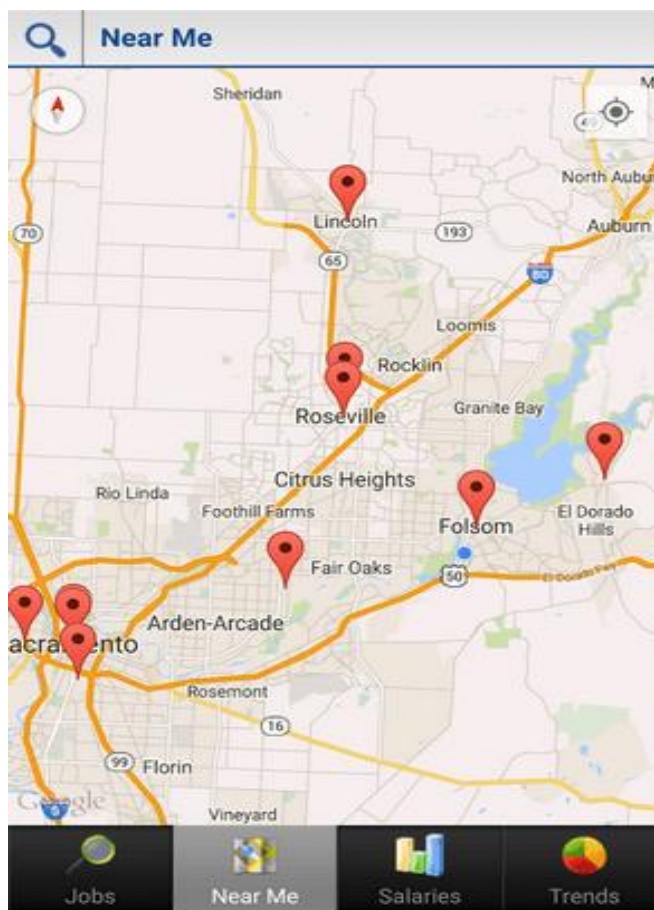
Pokud má tedy uchazeč přístup ke všem pracovním místům, která jsou zveřejněny stránkách z jediné aplikace, proč by trávil čas na každé z těchto stránek zvlášť. S aplikací JobMo si totiž může prohlédnout všechny nabídky práce zveřejněné na různých webech, vybrat si a přihlásit se na ně.

Mezi další funkce patří interaktivní mapy s možností vyhledávat pracovní místa v okolí místa, kde žije uchazeč, tj. jde o snadné místní vyhledávání pracovních míst.¹¹²

Umožňuje uchazeči také diskutovat o různých pracovních možnostech, hodnotit společnosti a získávat různé tipy a pomoc na pohovory od ostatních uživatelů aplikace. Lze také zobrazit platové trendy a porovnat tržní standardy pro vlastní stávající plat.

¹¹¹ JobMo Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.jobmo.app/>

¹¹² JobMo Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.jobmo.app/>



Obrázek 18: JobMo Job Search (zdroj: 113)

8. Reach (zdarma pro Android a iOS)

Svět se dnes natolik vyvinul, že v současné době lidé potřebují prozkoumat a co nejlépe využít inovativní způsoby, jak rozšířit svou profesní síť a jak získat kariérní příležitost nebo práci, která změní život. Je vhodné, aby se uchazeči o zaměstnání vyhýbali při hledání zaměstnání omezením pouze na procházení nabídek práce online nebo v novinových sloupcích a podle toho se ucházeli o preferovaná zaměstnání.

Právě s inovativní profesionální síťovou aplikací, jako je aplikace Reach, může uchazeč prozkoumat různé oblasti tím, že se dostane do kontaktu s různými profesionály v jejich místní oblasti.¹¹⁴

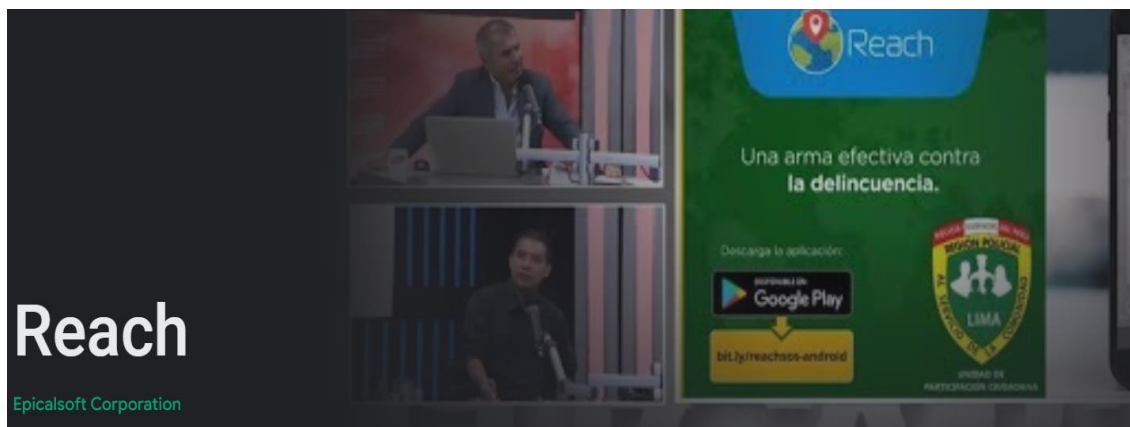
Reach je snadno použitelná aplikace. Stačí se přihlásit pomocí svého e-mailového ID nebo přímo použít ID účtu LinkedIn, aby bylo možné se procházet seznamem profesionálů, kteří se přihlásili na okolních místech.

GPS telefonu uchazeče je také použito k vyhledání jakéhokoli profesionála, který může patřit do stejné domény jako uchazeč.

¹¹³ JobMo Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.jobmo.app/>

¹¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=ddYKeSaTV0E>

Jakmile najde tento někoho zajímavého, s kým se chce něco profesionálně naučit nebo chce získat doporučení na práci a získat určité recenze společnosti, může uchazeč jednoduše „oslovit“ danou osobu zasláním žádosti prostřednictvím aplikace. Pokud dotyčný profesionál přijme žádost, kontakty se mezi sebou vymění a uchazeč může zahájit zdravou odbornou diskusi, a to osobně nebo přes chat.¹¹⁵



Obrázek 19: Reach (zdroj: 116)

3.5 Analýza vybraných startupů

Termínem startup se označuje společnost, která je mladší deseti let, je inovativní, jak po stránce obchodního modulu, tak po stránce produktu. Má v úmyslu růst a rozšiřovat se na další trhy. V roce 2021 se Evropa stala nejrychleji rostoucí oblastí pro investice rizikového kapitálu, dokonce předhlonila USA, Čínu i Asii. Mezi nejatraktivnější města pro vznik startupů patří Berlín, Londýn či Amsterdam. Výzkumy ukázaly, že nyní je vhodná doba pro založení nového podniku, a to v oblastech technologických a digitálních podniků a ecommerce. Proč v těchto oblastech? Je to z důvodu, že tyto podniky mají nižší počáteční náklady spojené s online obchodem.¹¹⁷

Podkapitola 3.5 se věnuje analýze elektronickými zdroji informací vybraných startupů, resp. na základě analýzy webových sídel.

¹¹⁵ Reach. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.reachsos.droid&hl=cz&gl=US>

¹¹⁶ Reach. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.reachsos.droid&hl=cz&gl=US>

¹¹⁷ Globální statistiky, které vás přesvědčí k založení starupu (2022). [ct. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.dropshippingxl.com/cs/blog-global-statistics-to-convince-you-to-create-a-start-up-2022.html>

Elektronické informační zdroje (dále jen EIZ) jsou odborné licencované zdroje pro vědu, výzkum a výuku. Jsou to především placené komerční informační zdroje dostupné pouze zaměstnancům a studentům Masarykovy univerzity (MU).

V České republice vzniká čím dál více startupů s globálním potenciálem. Letos (v roce 2022) se mezi ně zařadil první tuzemský jednorozec (startup s hodnotou nad 1 miliardu dolarů) a spousta zajímavých firem dále roste.

Accomango

Accomango propojuje ubytovací kapacity pro dělníky s firmami, které pro své pracovníky hledají dočasné ubytování. V takových ubytovnách se často stále využívá tužka a papír, přičemž cílem startupu je vše zdigitalizovat, zjednodušit rezervaci firmám a přinést více zákazníků majitelům ubytoven.

To, co kdysi způsobilo Airbnb na trhu krátkodobých pronájmů, chce zopakovat mladý pražský startup Accomango na poli ubytování pracovníků. Startup vznikl teprve loni v červnu, kdy nabral peníze od Enernu (dnes Kaya), a v prvním půlroce utržil 2 miliony korun. Letos už půjde o nižší desítky milionů a také postupnou expanzi na další zahraniční trhy, která by měla růst uspišit. Klíčovou roli hraje také zapálení ani ne 25letých zakladatelů, kteří přetáhli talenty z Kiwi.com, Rohlíku či Productboardu, stejně jako tlak na digitalizaci celého odvětví. Doteď se totiž většinou podobné typy ubytování řešily manuální cestou.¹¹⁸



Obrázek 20: Accomango (zdroj: 119)

Lokace (sídlo) - Praha, CZ

Rok založení - 2020

Zakladatelé:

- Karel Zheng,

¹¹⁸ Accomango. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://rejstrik.penize.cz/09024204-accomango>

¹¹⁹ Accomango. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://cc.cz/tag/accomango/>

- Patrick Havlíček,

Klíčoví investoři:

- Kaya,
- Purpose Ventures,
- Matthis Welle,
- Ory Weihs,
- Václav Graf,
- Jan Krabec,
- Jakub Kubiš.

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Spisová značka: 329363 C, Městský soud v Praze

Předmět podnikání: Pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Kapitál: Základní kapitál 213.318 Kč

Accomango s.r.o., IČO: 09024204 - Obchodní rejstřík

Tento výpis z obchodního rejstříku obsahuje údaje o společnosti Accomango s.r.o. Údaje byly staženy 10. 9. 2022 z datové služby justice.cz dle IČO 09024204.

Z důvodu ochrany osobních údajů nejsou na stránce data narození a úplné adresy fyzických osob. Kompletní výpis včetně dat narození a adres lze zobrazit po zadání IČO 09024204 na originální stránce obchodního rejstříku justice.cz.

Statutární orgán den vzniku funkce: 6. 3. 2020

Jednatel zastupuje společnost samostatně.

ORY WEIHS

Praha - Vinohrady, Americká, PSČ 120 00

Vklad: 1 207 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 1207/213318

PATRICK HAVLÍČEK

Praha - Vinohrady, Balbínova, PSČ 120 00

Vklad: 88 000 Kč, splaceno 100;00 %. Obchodní podíl 88000/213318

CI JIE ZHENG

Praha - Vinohrady, Balbínova, PSČ 120 00

Vklad: 12 000 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 12000/213318

Kaya Sapphire s.r.o., IČO: 08388881

Praha - Chodov, Türkova, PSČ 149 00

Vklad: 61 100 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 61100/213318

Obrázek 21: Accomango, společníci s vkladem (zdroj: 120)

¹²⁰ Accomango, společníci s vkladem. [cit. 2022-09-09]. Dostupné z: <https://rejstrik.penize.cz/09024204-accomango-s-r-o>

Společníci s vkladem	<u>Purpose Ventures SE, IČO: 09990283</u>
	Praha - Josefov, Žatecká, PSČ 110 00
	Vklad: 22 929 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 22929/213318
	<u>JAKUB KUBIŠ</u>
	Martin, Gorkého 1094/60, PSČ 036 01, Slovenská republika
	Vklad: 724 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 724/213318
	<u>Androcles s.r.o., IČO: 05790417</u>
	Praha - Holešovice, Varhulíkové, PSČ 170 00
	Vklad: 604 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 604/213318
	<u>VÁCLAV GRÁF</u>
	Praha - Vinohrady, náměstí Míru, PSČ 120 00
	Vklad: 97 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 97/213318
	<u>Matthijs Welle Holding B.V.</u>
	Etten-Leur, Kasteellaan 63, Nizozemské království
	Vklad: 604 Kč, splaceno 100 %. Obchodní podíl 604/213318

Obrázek 22: Accomango, statutární orgán (zdroj: 121)

Sbírka listin
Accomango s.r.o.

[Zpět na Sbírku listin Accomango s.r.o.](#)

Základní identifikační údaje

Spisová značka:	C 329363 vedená u Městského soudu v Praze
Obchodní jméno:	Accomango s.r.o.
Identifikační číslo:	090 24 204 (viz obchodní rejstřík)

Adresa

Sídlo společnosti:	Mánesova 917/28, Vinohrady, 120 00 Praha 2
---------------------------	--

Listina

Značka:	C 329363/SL5/MSPH
Typ:	zakladatelské dokumenty, notářský zápis [NZ 523/2021]
Kdy vznikla:	15.4.2021
Kdy měla být založena:	
Kdy došla:	
Kdy byla založena:	28.4.2021

Obsah

Digitální podoba:	nz_523_21.pdf (1068 kB, počet stran: 16)
--------------------------	--

Obrázek 23: Accomango, sbírka listin (zdroj: 122)

¹²¹ Accomango, společníci s vkladem. [cit. 2022-09-09]. Dostupné z: <https://rejstrik.penize.cz/09024204-accomango-s-r-o>

¹²² Accomango, sbírka listin [cit. 2022-09-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=66078221&subjektId=1080238&spis=1210272>

Aireen

Je to automatická diagnostika závažných onemocnění pomocí umělé inteligence. Umělá inteligence startupu Aireen odhaluje analýzou očí civilizační choroby. Prvním projektem je analýza snímků očního pozadí, která dokáže odhalovat změny způsobené cukrovkou.

Lokace (sídlo) - Praha, CZ

Rok založení - 2018

Zakladatelé:

- David Navrátil.

Klíčovní investoři:

- Media Channel,
- Tensor Ventures,
- Petr Kocian.

Startup Aireen vznikl za spolupráce lékařů a analýzy anonymizovaných záznamů pacientů. V poslední době se společnosti Aireen podařilo získat zdravotní certifikaci, na základě, které může zahájit testování v ordinacích, stejně jako spolupracovat s jednou z největších farmaceutických skupin. Má také za sebou prozatím neveřejné kolo s větší investiční společností, která je připravena další vývoj financovat. Ve zdravotnictví jsou přitom příležitosti za miliardy dolarů.¹²³



Obrázek 24: Aireen v médiích (zdroj: 124)

Aireen je SW zdravotnický prostředek, který je založený na umělé inteligenci. Tento zdravotnický prostředek nabízí neinvazivní, bezbolestný screening chronických nemocí pomocí analýzy digitálních snímků oční sítnice. Oční sítnice je jediné místo na lidském těle, kde je možné pouhým okem vidět cévy. Umělá inteligence patří nejmodernější průlomová technologie umožňující přesnou identifikaci změn na sítnici. To díky unikátním modelům neuronových sítí, které Aireen vytváří na základě:

¹²³ Aireen. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.aireen.com/about-us>

¹²⁴ Aireen v médiích. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.aireen.com/media>

1. Více než 1 milionu snímků, které jsou anotovány ve spolupráci se špičkovými sítnicovými specialisty prestižních očních klinik.
2. Aireen je od roku 2020 registrovaným zdravotnickým prostředkem, uvedeným na trh Evropské unie.

Obchodní rejstřík			
Obchodní firma	Aireen a.s.		
Sídlo	Vodičkova 736/17, 11000 Praha ,Česká republika CZ		
IČ	07074697	DIČ	CZ07074697
Právní forma	Akciová společnost	Stav firmy	Aktivní
Finanční úřad	Praha 1	Soud	Městský soud v Praze
Spisová značka	B 26600	Datum zápisu	24.04.2018
Základní kapitál	2 035 130 CZK		

Obrázek 25 Aireen: obchodní rejstřík (zdroj: 125)

Aireen využívá pro hodnocení snímků kaskádu neuronových sítí. Jednotlivé sítě jsou trénovány pro různé typy hodnocení a společně zabezpečují kvalitu diagnostiky fundus snímků inklusive ochrany pacienta před omylem obsluhy, jako je nedostatečná kvalita; nejedná se o snímek očního pozadí.¹²⁶

¹²⁵ Aireen, obchodní rejstřík [cit. 2022-09-08] Dostupné z <https://portal.expanzo.com/firma/5153277993-aireen-a-s-vodickova-praha>

¹²⁶ Aireen. [cit. 2022-09-08] Dostupné z: <https://roklen24.cz/revoluce-v-diagnostice-diky-ceskemu-startupu-aireen-pohledem-do-oka-pozna-nemoci-ktete-jeste-nepropukly/>

Závěr

Jak je uvedeno v úvodu diplomové práce, je všeobecně známé, že Česká republika má výhodnou zeměpisnou polohu, je faktem, že je přímo ve středu Evropské Unie s dobrým přístupem nejen k zemím západní, ale také k zemím východní Evropy. V indexu snadnosti podnikání se Česká republika umístila za Německem. Česká republika představuje lukrativní zázemí pro podnikání pro zahraniční investory díky tuzemskému nerostnému bohatství, intelektuálnímu kapitálu, vládním a evropským dotacím pro podnikání a schopnosti reagovat na potřeby inovativních firem.

Diplomová práce „*Inovátoři v České republice*“ se věnovala problematice inovátorství v České republice. Diplomová práce obsahuje 3 kapitoly, jejichž součástí je vymezení základních pojmů, tj. invence, inovátoři, hodnota pro zákazníka a opis konkurenčních výhod. Dále jsou vysvětleny pojmy inovace, popis inovací z různých pohledů, klasifikace a typologie inovací a též produktové a procesní inovace, marketingové a organizační inovace, problematika zdrojů inovací a evoluční (inkrementální) inovace.

V praktické části se nachází opis České republiky jako největšího inovátora ve východní Evropě, dále je zde uveden opis inovátorů z roku 2022. Podstatnou součástí praktické části diplomové práce byl opis pracovních portálů; uvedli jsme také inovativní aplikace na vyhledávání práce a analýzu vybraných startupů.

V diplomové práci byly použity tyto metody: metoda analýzy, literární rešerše, v praktické části zase syntéza a komparace, a další způsoby, tj. zobecňování abstrakce. Vzhledem ke skutečnosti, že existuje ostrá soutěž o menší počet pracovních pozic nebo pracovních míst, je potřebné být ve střehu a prozkoumat různé možnosti, jak najít perfektní práci. V kapitole 3 byly diskutovány mobilní aplikace, které podle naší domněnky nejlépe pomohou uchazeči při hledání práce. Jejich používáním by měli být pokryty všechny základny na zajištění časově úsporného hledání zaměstnání.

Existuje mnoho pracovních aplikací, jako je Monster Job Search, Snagajob atd., které byly diskutovány. Uchazeč nemusí zůstat aktivní pouze v jedné či dvou aplikacích, ale má otevřeno mnoho možností při hledání práce. Může porovnat různé funkce aplikací a vybrat si tu, která z nich mu nejvíce vyhovuje pro daný typ práce, kterou hledá.

V České republice je velké množství inovací, objevů a startup společností. Informace o jedné z inovací uveřejněných v posledním týdnu je vznik projektu na ochranu pilotů, na kterém se podílí též vědci z Českého vysokého učení technického. Oslnění laserem při přistávání je noční můrou všech pilotů. Jen v České republice je hlášeno 40 těchto útoků ročně. Všechny případy skončily šťastně, tj. pilot převzal opět kontrolu nad strojem a následně úspěšně přistál, všichni se ale obávají okamžiku, kdy by to nemuselo vyjít.

Z těchto důvodů vznikl projekt na ochranu pilotů, v němž spojili své síly vědci informatici z ČVUT a VUT, armádní specialisté z Univerzity obrany, policisté a odborníci z pražského a brněnského letiště. V blízké době vznikne technicky náročný, avšak vysoce funkční systém, který pomůže policii dopadnout pachatele.¹²⁷

„Nikdo už nebude čekat na předání informací policii. V okamžiku vypočítání daného bodu automaticky vzlétají v okolí letiště patrolovací drony, které jsou za pár vteřin na místě.“¹²⁸

Inovační strategie České republiky na roky 2019-2030, kterou zpracovala vládní Rada pro výzkum, vývoj a inovaci, byla schválena Usnesením vlády ČR v roce 2019. Jedná se o strategický rámcový plán, který určuje vládní politiku, a to v oblasti výzkum, vývoje a inovací. Strategie by to měla být nadčasová, nadresortní a apolitická.

Skládá se z devíti pilířů, mezi které patří:

- 1) Inovační a výzkumná centra
- 2) Národní start-up a spin-off prostředí
- 3) Financování a hodnocení výzkumu a vývoje
- 4) Polytechnické vzdělání
- 5) Digitalizace
- 6) Mobilita a stavební prostředí
- 7) Ochrana duševního zdraví
- 8) Chytré investice
- 9) Chytrý marketing

Spolu s Radou pro výzkum, vývoj a inovace se na vypracování tohoto akčního plánu podíleli též osobnosti z řad podnikatelů, akademiků, vědců a zástupců veřejné správy. Z jednou hlavních úloh je propojování praxe a výzkumných center. Nastavené nové pilíře se inspirovali zeměmi jako je Finsko, Dánsko a Švýcarsko.

Cílem nastavené strategie je, aby se ČR stala do roku 2030 inovačním lídrem Evropy. Mimo jiné posílením financování výzkumu a vývoje a to zvyšováním % HDP z 1,9 % na 3 % v roce 2030.¹²⁹

Součástí Inovační strategie je zavedení nové značky The Czech Republic: The Country For The Future. Logo má symbolizovat: Hvězdu jako symbol nápadu, inovace a inspirace. V ní je stylizovaná česká vlajka. Pátý cíp vlajky má zlatou barvu, což má symbolizovat vítězství. Logo je vyobrazeno na

¹²⁷ Čeští vědci ochrání piloty před lasery. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-cesti-vedci-ochrani-piloty-pred-lasery-40408315>

¹²⁸ Čeští vědci ochrání piloty před lasery. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-cesti-vedci-ochrani-piloty-pred-lasery-40408315>

¹²⁹ Česká republika míří mezi technologické lídry. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/ceska-republika-miri-mezi-technologicke-lidry-171379/>

obrázku č. 26. V současné době byla vyhlášena již třetí veřejná soutěž v programu The Country for the Future zaměřená na projekty zavádění inovací v malých a středních podnicích.¹³⁰

Z nastavené politiky České republiky vidíme, že i nadále se s inovacemi v ČR počítá, a to je dobře.¹³¹



Obrázek 26: Logo nové značky Inovační strategie ČR (zdroj:¹³²)

¹³⁰ Vyhlášení třetí veřejné soutěže v programu The Country for the Future. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: www.mpo.cz/cz/podnikani/podpora-vyzkumu-a-vyvoje/vyhlaseni-treti-verejne-souteze-v-programu-the-country-for-the-future--259201/

¹³¹ Inovační strategie České republiky 2019-2030. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: <https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=866015>

¹³² Czech republic The Country For The Future. [cit. 2020-09-12]. Dostupné z: <https://www.evropskyvyzkum.cz/cs/novinky/czech-republic-the-country-for-the-future>

Seznam použité literatury

1. BAUMOL, W. J., PANZAR, J. C., WILLIG, R. D. *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. Harcourt College Pub, 1982. 978-0155139107.
2. BENEŠ, Michal. *Konkurenceschopnost a konkurenční výhoda*. WORKING PAPER č. 5/2006. [vid. 2022-07-22]. Dostupný z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-05.pdf>
3. BIANCHI C., SEELE M. *Coaching for innovation*. New York: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN: 978-1-137-35325-2.
4. DVOŘÁK, J. a kolektiv. *Management inovací*. Praha: GPrint, 2006. ISBN 80-722-6385-4.
5. GRANT, R. M. *Contemporary Strategy Analysis*. Wiley. 2013. ISBN 978-1119941897.
6. ISAACSON, WALTER. *Inovátoři*. VYDAVATELSTVO Práh. 2015. 656 s. ISBN 9788072525799.
7. JÁČ, I., RYDVALOVÁ, P., ŽIŽKA, M. *Inovace v malém a středním podnikání*. Praha: Computer Press, 169 s. 2005. ISBN 80-251-0853.
8. Porovnání tradiční firmy a startup firmy [cit. 2022-07-28]. Dostupné z :<https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>
9. KLÍMOVÁ, V. *Inovační procesy*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4166-8.
10. Erozi hodnotové propozice [cit. 2022-07-28]. Dostupné z <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>)
11. KOŠTURIÁK, Ján, CHAL, Ján. *Inovace*. VYDAVATELSTVO Computer Press. 2008. ISBN 9788025119297.
12. MOHR, Hans-Walter. *Bestimmungsgrunde fur die Verbreitung von neuen Technologien*. Duncker & Humblot. Berlin; 1977, překlad (Dvořák 2006).
13. MYERS S., MARQUIS, G. D. *Successful industrial innovations: a study of factors underlying innovation in selected firms*. National Science Foundation, 1969.
14. NAZAROVA, R. *Management of innovative activity under economic and financial changes. Perspectives of Innovations, Economics and Business*, Vol. 2, No. 2, pp. 18–19, 2009.
15. PAVELKOVÁ, D., KNÁPKOVÁ, A. *Výkonnost podniku z pohledu finančního manažera*. 2. vyd. Praha: Linde. 2009. ISBN 978-80-86131-85-6.
16. PETERAF, M. *The Cornerstones Of Competitive Advantage:A Resource-based view*. New York: Oxford University Press Inc., New York, 2003. ISBN: 0-19-878179.
17. SEBESTYEN, T., PARAG, A. *The dynamics of link formation in patent innovator networks. Perspectives of Innovations, Economics and Business*, Vol. 4, No.1, pp. 21–25, 2010. ISSN 1804-0527.
18. SYNEK, M. a kolektiv. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 471 s. ISBN 978-80-247-3494-1.
19. TEJINDER, S. *Role of innovation in growth of countries. Perspectives of Innovations, Economics and Business*, Vol. 4, No. 1, pp. 15 - 17, 2010. ISSN 1804-0527.
20. TIDD, J., BESSANT, J., PAVITT, K. *Řízení inovací*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1466-7.
21. TROTT, P. *Innovation Management and New Product Development* (4th edition). Essex: Pearson Education Limited, 2008. ISBN 978-0-273-71315-9.

22. VEBER, Jaromír a kol. *Management inovací*. Vydání 1. Praha: Management Press, 288 s. 2016. ISBN 978-80-7261-423-3.
23. VLČEK, R. *Management hodnotových inovací*. Praha: Management Press, 2008. ISBN 978-80-726-1164-5.
24. Česká republika, největší inovátor ve Východní Evropě? [cit. 2022-07-23]. Dostupné z: <https://www.mainware.com/blog/cs/111-ceska-republika-nejvetsi-inovator-ve-vychodni-evrope>
25. Document 32012R0995. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A32012R0995>
26. PROVÁDĚCÍ NAŘÍZENÍ KOMISE (EU) č. 995/2012 ze dne 26. října 2012, kterým se stanoví prováděcí pravidla k rozhodnutí Evropského parlamentu a Rady č. 1608/2003/ES o tvorbě a rozvoji statistiky Společenství v oblasti vědy a techniky. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R0995&from=CS>
27. Zákazník a hodnota pro zákazníka dle A. Osterwaldera . [cit. 2022-08-09]. Dostupné z <https://www.mmspektrum.com/clanek/inovace-2015-tema-9-podminky-uspesne-inovace>)
28. Pojem inovátoři. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/inovatori-inovator>
29. Inovátoři roku. České nápady a vynálezy, které bodují po celém světě. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/z-domova/inovatori-roku-ceske-napady-a-vynalezky-ktere-boduji-po-celem/r~257be12cc62911ecab010cc47ab5f122/>
30. Čeští inovátoři spojují síly s asijským drakem. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://www.vuts.cz/cesti-inovatori-spojuji-sily.html>
31. Pojem invence. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/invence>
32. Invence. [cit. 2022-07-22]. Dostupné z: <https://businesscenter.podnikatel.cz/slovnicek/invence/>
33. Inovace. [cit. 2022-07-28]. Dostupné z: <https://www.integratedconsulting.cz/insights/inovace/>
34. Knowledge and Wharton. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/>
35. OECD. Manual Report 2008. [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/newsroom/40556222.pdf>
36. Report 2009. [cit. 2022-07-30]. Dostupné z: <https://statistics.mbacareers.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2015/04/cr09.pdf>
37. Oslo manuál. [cit. 2022-07-31]. Dostupné z: <http://www.epodnikanie.euin.org/node/194>
38. Oslo manuál. [cit. 2022-07-31]. Dostupné z: [oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelines-forcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm](https://www.oecd.org/innovation/inno/oslomanualguidelines-forcollectingandinterpretinginnovationdata3rdedition.htm)
39. Hlavní typy inovací. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky)
40. Oslo manuál. EK. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/science/inno/2367614.pdf>
41. Manual of Oslo - Manual de Oslo. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: https://second.wiki/wiki/manual_de_oslo

42. Inovační procesy v podniku. [cit. 2022-08-01]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/clanky/inovacni-procesy-v-podniku/2/>
43. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.duncker-humboldt.de/_files_media/leseproben/9783428517466.pdf
44. Inovace 2015, Téma 9: Podmínky úspěšné inovace. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mmspektrum.com/clanek/inovace-2015-tema-9-podminy-uspesne-inovace>
45. Inovace. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci
46. Český statistický úřad, 2018. Metodika statistického šetření o inovačních aktivitách v podnicích. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/23195482/inov_metodika_ver2020_04_01.pdf/f0a50926-5dce-48ca-8471-f67efbf61d52?version=1.1
47. OPPI. Vymezení základních pojmů programu Inovace – Inovační projekt. [cit. 2022-08-07]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/assets/dokumenty/44281/56205/606319/priloha015.pdf>
48. Kontinuita inkrementálních a radikálních inovací [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: Mohr, H. W.: Bestimmungsründe für die Verbreitung von neuen Technologien; Berlin; 1977, překlad (Dvořák 2006)
49. Inovační aktivity v České republice. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci
50. Metodické vysvětlivky. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/9605-06-v_roce_2005-metodicke_vysvetlivky
51. INOVAČNÍ AKTIVITY PODNIKŮ V ČESKÉ REPUBLICĚ. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/44322153/21300316m.pdf/de4eca5b-9bc4-437d-ac1e-14d71327ff48?version=1.1>
52. INNOSUPPORT. Inovace. Typy inovací. Metriky inovací. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: http://www.innosupport.net/uploads/media/1_Zaklady_inovaci_01.pdf
53. Zdroje inovací. [cit. 2022-08-10]. Dostupné z: <http://knowledgebaserweitke.6f.sk/?p=383>
54. Inovace. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistika_inovaci
55. Unie chce dát evropským vědcům více peněz. Zájem Čechů je ale zatím nízký. Lenka Plašilová, EURACTIV.cz. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/prumysl-a-inovace/news/unie-chce-dat-evropskym-vedcum-vice-penez-zajem-cechu-je-ale-zatim-nizky/>
56. programe Horizont 2020. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://www.uniag.sk/sk/o-programe-horizont-2020/>
57. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2014: Koncepce podpory MSP na období let 2014 – 2020. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument119071.html>
58. Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, 2012: Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2011. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/pomahame-vasemu-podnikani/pripominkovani-194-legislativy-2/nove-materialy-k-pripominkam-1/nove-materialy-k-pripominkam/149-12-zpravao-vyvoji-msp-a-jeho-podpore-v-roce-2011-t-13-6-2012.aspx>
59. Inovátoři 2022. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/special/inovatori-2022-91>
60. Stavím start-up v armádě, říká generál Feix, který má na starost obranu Česka v kyberprostoru. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058050-stavim-start-up-v-armade-rika-general-feix-ktery-ma-na-starost-obranu-ceska-v-kyberprostoru>

61. Sara Polak: Nebojme se umělé inteligence. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://ro-klen24.cz/sara-polak-nebojme-se-umele-inteligence/>
62. Člověka umělá inteligence jen tak nenahradí, byrokrata lehce, říká šéf Resistant AI Martin Reháček. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058400-cloveka-umela-inteligence-jen-tak-nenahradi-byrokrata-lehce-rika-sef-resistant-ai-martin-rehak>
63. Tak trochu proti systému aneb jak dostat inovativní přístup do státní správy. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058590-tak-trochu-proti-systemu-aneb-jak-dostat-inovativni-pristup-do-statni-spravy>
64. Jednou chceme naše technologie dostat třeba na Mars, plánuje šéf vesmírné firmy. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://specialy.hn.cz/c1-67058470-jednou-chceme-nase-technologie-dostat-treba-na-mars-planuje-sef-vesmirne-firmy>
65. Možná už další investici nebudeme potřebovat, říká v podcastu Daniel Hejl z miliardového startupu Productboard. [cit. 2022-08-14]. Dostupné z: <https://forbes.cz/mozna-uz-dalsi-investici-nebudeme-potrebovat-rika-v-podcastu-daniel-hejl-z-miliardoveho-startupu-productboard/>
66. Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>
67. Český portál jobs.cz expanduje na Slovensko. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://tech.sme.sk/diskuse/2507469/cesky-portal-jobs-cz-expanduje-na-slovensko.html>
68. Granty jednoduše a zrozumitelně. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://grantup.sk/individualni-vedci-a-inovatori-mozu-do-oktobra-ziadat-grant-z-cost/>
69. Dobrápráce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.dobraprace.cz/nabidka-prace/>
70. Práce-Brigády.cz - specialista na brigády a nabídky práce na dohodu. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.prace-brigady.cz/>
71. 8 nejlepších mobilních aplikací pro hledání práce pro uchazeče o zaměstnání. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://correcty.net/cs/8-nejlepsich-mobilnich-aplikaci-pro-hledani-prace-pro-uchazece-o-zamestnani>
72. LinkedIn. [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://apps.apple.com/cz/app/linkedin-network-job-finder/id288429040?l=cz>
73. CareerBuilder: Job Search & Resume Builder. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.careerbuilder.SugarDrone&hl=cz&gl=US>
74. Indeed. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.indeed.com/>
75. Simply Hired Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.simplyhired.com/>
76. Glassdoor. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.glassdoor.com/index.htm>
77. JobMo Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.jobmo.app/>
78. Reach. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.reachsos.droid&hl=cz&gl=US>
79. Čestní doktoři Českého vysokého učení technického v Praze. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://media.cvut.cz/sites/media/files/content/publications/4abf6c66-98c5-4fe6-bcd0-586b3c892ce4/3dcc661f-f09f-4eeb-a4cc-8e97dcbdf22.pdf>
80. Český soběstačný dům. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.cs dum.cz/>
81. Accomango. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://rejstrik.penize.cz/09024204-accomango-s-r-o>
82. Aireen. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.aireen.com/about-us>

83. Seznam.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z <https://www.volnamista.cz/>)
84. Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>
85. Dopráce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z <https://doprace.cz/>)
86. Monster.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/monstercz/>)
87. Jak fungují pracovní portály. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <http://www.pracovni-portaly.cz/>
88. Dobrápráce.cz. [cit. 2022-08-15]. Dostupné z: <https://www.dobraprace.cz/nabidka-prace/>
89. Práce-Brigády.cz. - specialista na brigády a nabídky práce na dohodu. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.prace-brigady.cz/>
90. Dobrápráce.cz. [cit. 2022-08-16]. Dostupné z: <https://www.dobraprace.cz/nabidka-prace/>
91. 8 nejlepších mobilních aplikací pro hledání práce pro uchazeče o zaměstnání. [vid. 2022-08-16]. Dostupný z: <https://correcty.net/cs/8-nejlepsich-mobilnich-aplikaci-pro-hledani-prace-pro-uchazece-o-zamestnani>
92. LinkedIn. [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://apps.apple.com/cz/app/linkedin-network-job-finder/id288429040?l=cz>)
93. LinkedIn. [cit. 2022-08-26]. Dostupné z: <https://apps.apple.com/cz/app/linkedin-network-job-finder/id288429040?l=cz>)
94. CareerBuilder: Job Search & Resume Builder. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.careerbuilder.SugarDrone&hl=cz&gl=US>
95. Indeed. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.indeed.com>
96. Simply Hired Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.simplyhired.com/>
97. Glassdoor. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.glassdoor.com/index.htm>
98. JobMo Job Search. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://www.jobmo.app/>
99. Reach. [cit. 2022-09-06]. Dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.reachsos.droid&hl=cz&gl=US>
100. Accomango. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z <https://cc.cz/tag/accomango/>)
101. Accomango, společníci s vkladem. [cit. 2022-09-09]. Dostupné z: <https://rejstrik.penzize.cz/09024204-accomango-s-r-o>)
102. Accomango, sbírka listin [cit. 2022-09-09]. Dostupné z <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=66078221&subjektId=1080238&spis=1210272>)
103. Aireen v médiích. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.aireen.com/media>)
104. Aireen, obchodní rejstřík [cit. 2022-09-08] Dostupné z <https://portal.expanzo.com/firma/5153277993-aireen-a-s-vodickova-praha>)
105. Aireen. [cit. 2022-09-08] Dostupné z: <https://roklen24.cz/revoluce-v-diagnostice-diky-ceskemu-startupu-aireen-pohledem-do-oka-pozna-nemoci-ktere-jeste-nepropukly/>
106. Čeští vědci ochrání piloty před lasery. [cit. 2022-09-08]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-cesti-vedci-ochrani-piloty-pred-lasery-40408315>
107. Česká republika míří mezi technologické lídry [cit. 2022-09-12]. Česká Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/media-centrum/aktualne/ceska-republika-miri-mezi-technologicke-lidry-171379/>
108. Vyhlášení třetí veřejné soutěže v programu The Country for the Future. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: www.mpo.cz/cz/podnikani/podpora-vyzkumu-a-vyvoje/vyhlaseni-treti-verejne-souteze-v-programu-the-country-for-the-future--259201/

109. Inovační strategie České republiky 2019-2030. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z:
<https://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=866015>
110. Czech Republic The Country for the Future. [cit. 2022-09-12]. Dostupné z: [://www.evropsky-vyzkum.cz/cs/novinky/czech-republic-the-country-for-the-future](https://www.evropsky-vyzkum.cz/cs/novinky/czech-republic-the-country-for-the-future)

Seznam obrázků

Obrázek 1: Porovnání tradiční firmy a startup firmy (zdroj:)	9
Obrázek 2: Eroze hodnotové propozice (zdroj:)	10
Obrázek 3: Zákazník a hodnota pro zákazníka dle A. Osterwaldera (zdroj:)	16
Obrázek 4: Inovační aktivity v České republice (zdroj:)	25
Obrázek 5: Job.cz (zdroj:)	34
Obrázek 6: Práce.cz (Zdroj:)	35
Obrázek 7: Seznam.cz (zdroj:)	36
Obrázek 8: Dopráce.cz (zdroj:)	37
Obrázek 9: Monster.cz (zdroj:)	37
Obrázek 10: Dobrápráce.cz (zdroj:)	38
Obrázek 11: Cena za zobrazení inzerátu standard/měsíc na jednotlivých portálech	39
Obrázek 12: Návštěvnost portálu za den. * údaj neuveden	40
Obrázek 13: LinkedIn (zdroj:)	41
Obrázek 14: Aplikace Jobs by CareerBuilder (zdroj:)	43
Obrázek 15: Indeed Job Search (zdroj:)	44
Obrázek 16: Simply Hired Job Search (zdroj:)	46
Obrázek 17: Glassdoor (zdroj:)	47
Obrázek 18: JobMo Job Search (zdroj:)	49
Obrázek 19: Reach (zdroj:)	50
Obrázek 20: Accomango (zdroj:)	51
Obrázek 21: Accomango, společníci s vkladem (zdroj:)	52
Obrázek 22: Accomango, statutární orgán (zdroj:)	53
Obrázek 23: Accomango, sbírka listin (zdroj:)	53
Obrázek 24: Aireen v médiích (zdroj:)	54
Obrázek 25: Aireen: obchodní rejstřík (zdroj:)	55
Obrázek 26: Logo nové značky Inovační strategie ČR (zdroj:)	58

Seznam tabulek

Tabulka 1: Hlavní typy inovací (zdroj:)	21
Tabulka 2: Kontinuita inkrementálních a radikálních inovací (zdroj:).....	25
Tabulka 3. Ceny za uveřejnění inzerátů za měsíc.....	39

