

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PODNIKOHOSPODÁŘSKÁ

Postavení podnikatelských inkubátorů v malém a středním podnikání

Position of Business Incubators in the Small and Middle Business

Student: Bc. Michaela Černochová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Blanka Poczatková, Ph.D.

Ostrava 2010

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Michaela Černochová**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T020 Ekonomika podniku
Specializace: 00 Ekonomika podniku
Téma: **Postavení podnikatelských inkubátorů v malém a středním podnikání**

Position of Business Incubators in the Small and Middle Business

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska
 3. Praktická část
 4. Shrnutí, závěry a doporučení
 5. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- LUDVÍK, L. *Rozvoj mikroregionálního podnikatelského prostředí*. 1. vyd. Jilešovice: MAJ, 2000. 124 s. ISBN 80-86458-03-2.
MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6.
VEBER, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.


Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

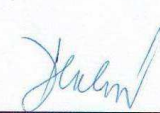
Vedoucí diplomové práce: **Ing. Blanka Poczatková, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2009

Datum odevzdání: 30.04.2010




prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 30. dubna 2010

.....
Bc. Michaela Černochová

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí práce, Ing. Blance Poczatkové, Ph.D., za její ochotu, cenné připomínky a metodickou pomoc při zpracování této diplomové práce.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	TEORETICKÁ VÝCHODISKA	2
2.1	Malé a střední podnikání v České republice.....	2
2.1.1	Nevýhody malého a středního podnikání	3
2.2	Vymezení základních pojmů	4
2.2.1	Podnikání	4
2.2.2	Podnikatel	5
2.2.3	Podnik.....	6
2.2.4	Podnikatelské prostředí	8
2.2.5	Znalosti	11
2.2.6	Inovace.....	11
2.2.7	Regionální rozvoj	13
2.3	Podnikatelská infrastruktura na podporu podnikání.....	14
2.4	Podpora malých a středních firem v České republice	18
2.4.1	Současné formy podpory MSP	19
2.5	Vybrané plošné programy podpory MSP	20
2.5.1	Instituce podpory MSP	21
2.6	Regionální programy podpory MSP.....	22
2.6.1	Regionální instituce podpory MSP.....	24
2.7	Operační program Podnikání a inovace 2007 – 2013	25
2.7.1	Vybrané programy z OPPI 2007 – 2013	26
2.8	Metodologická východiska.....	27
2.8.1	PEST analýza.....	28
2.8.2	SWOT analýza.....	28
2.8.3	Technika dotazování.....	29
2.8.4	Tvorba hypotéz	30
2.9	Shrnutí teoretické části	31
3	PRAKTICKÁ ČÁST	32
3.1	Podnikatelské inkubátory v ČR.....	32
3.1.1	Společnost vědeckotechnických parků ČR (SVTP ČR).....	33
3.2	Technologické inovační centrum s.r.o., Zlín.....	36
3.2.1	Podnikatelské inovační centrum.....	37

3.2.2	Podnikatelský inkubátor	38
3.3	PEST analýza Zlínského kraje.....	41
3.3.1	Politicko právní faktory	41
3.3.2	Ekonomické faktory	43
3.3.3	Sociální faktory	46
3.3.4	Technologické faktory	48
3.4	SWOT analýza podnikatelského inkubátoru	50
3.4.1	Silné stránky	50
3.4.2	Slabé stránky	50
3.4.3	Příležitosti	51
3.4.4	Ohrožení	51
3.5	Dotazníkové šetření	51
3.5.1	Příprava dotazníkového šetření	51
3.5.2	Stanovení hypotéz	52
3.5.3	Plán výzkumu	53
3.6	Výsledky dotazníkového šetření.....	54
3.7	Vyhodnocení hypotéz	63
3.8	Shrnutí dotazníkového šetření	63
4	SHRNUTÍ, NÁVRHY A DOPORUČENÍ	64
4.1	Možnosti zvyšování informovanosti	64
4.1.1	Spolupráce se školami	64
4.1.2	Databáze subjektů MSP v regionu.....	65
4.1.3	Vzdělávání podnikatelů	66
4.1.4	Prezentace ve sdělovacích prostředcích	66
4.1.5	Databáze podnikatelských inkubátorů.....	68
5	ZÁVĚR	70
	Seznam použité literatury	71
	Seznam zkratk	
	Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	
	Seznam příloh	

1 ÚVOD

Tak jako v jiných vyspělých ekonomikách, i v České republice je kladen velký důraz na malé a střední podnikání. Malé a střední firmy jsou základem příznivého vývoje ekonomiky, významnou měrou přispívají k rozvoji regionů ve kterých působí, vytváří zdravé konkurenční prostředí. Negativem malých a středních firem je však jejich omezený přístup k finančnímu kapitálu, oslabená pozice v konkurenci velkých či nadnárodních firem či nedostatečná marketingová strategie. Proto je nutné sektor malého a středního podnikání pozitivně stimulovat. Podpoře malého a středního podnikání se věnují jak státní, tak soukromé subjekty. Tato podpora nespočívá pouze v poskytování peněžních prostředků z regionálních, národních či nadnárodních fondů, ale může být poskytována formou poradenské či zprostředkovatelské činnosti.

Významnou roli v malém a středním podnikání, především v jejich podpoře zaujímají také podnikatelské inkubátory. Podnikatelský inkubátor v asociaci s inkubátorem lékařským (novorozeneckým) nabízí pro nové inovační firmy příznivé prostředí, které má přispívat k jejich rozvoji. Toto příznivé prostředí je dáno poskytováním služeb za zvýhodněné ceny, zejména nájemného, technických služeb a odborného poradenství. Kromě služeb „fyzického“ charakteru zabezpečuje novým či rozvíjejícím se firmám manažerskou podporu s cílem zvýšit jejich šance na přežití a posílit jejich konkurenceschopnost v „novorozeneckém“ období jejich podnikatelské činnosti. Vznik podnikatelských inkubátorů v posledních letech zaznamenal obrovský nárůst. I přes tuto skutečnost množství podnikatelů nemá zdání o existenci takové organizace. Pokud se o jeho fungování přece jen dozvěděli, málokdy projeví zájem využít jeho služeb. Tyto skutečnosti se proto negativně odrážejí v naplnění smyslu existence takové organizace.

Cílem této práce je zjistit, jaké je povědomí podnikatelské veřejnosti o existenci a fungování podnikatelských inkubátorů. Ověřování této skutečnosti bude provedeno prostřednictvím dotazníkového šetření, na jehož základě pak bude posouzeno, zda je současná forma prezentace podnikatelských inkubátorů dostatečná, v opačném případě pak navrhnout takový způsob propagace, který povede k širší povědomosti napříč podnikatelským spektrem. Dotazníkové šetření bude probíhat na území Zlínského kraje, se zaměřením na konkrétní podnikatelský inkubátor provozovaný Technologickým inovačním centrem, s.r.o. ve Zlíně.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Vypracování diplomové práce se opírá o teoretická východiska. Při jejich popisování jsem vycházela především z odborných publikací různých autorů, vztahujících se k dané problematice. Jsou zaměřeny na podnikání a jeho právní úpravu, význam malého a středního podnikání, strukturu podnikatelské infrastruktury a podporu podnikání v České republice.

2.1 Malé a střední podnikání v České republice

MSP mají mimořádný ekonomický význam pro rozvoj národního hospodářství, pro vytváření nových pracovních míst a jsou také velmi důležité pro rozvoj jednotlivých obcí, měst a regionů. MSP spoluvytvářejí zdravé podnikatelské prostředí a zvyšují dynamiku trhu. Svou schopností absorbovat podstatnou část pracovních sil uvolňovaných z velkých podniků při strukturálních změnách přispívají ke stabilizaci ekonomického systému. Pro jejich rozvoj jsou rozhodující podmínky a pravidla, podle kterých mohou rozvíjet svou hospodářskou činnost. Politické a ekonomické prostředí do značné míry určuje a ovlivňuje poptávku po jejich produktech a službách, a může tak usnadňovat nebo naopak omezovat jejich přístup na trhy, které jsou důležité pro jejich vznik a další růst.¹

Malé a střední podniky jsou obvykle mnohem těsněji svázány s daným regionem. Podnikatel v regionu zpravidla bydlí. Vedle toho, že poskytuje danému regionu zaměstnanost a ekonomické přínosy, není výjimečné, že se stává sponzorem různých charitativních a dalších akcí. Nelze pominout ani tu skutečnost, že ve vztahu k danému prostředí jsou tito podnikatelé mnohem méně anonymní. Jejich okolí je zná a jejich činy jsou tak pod veřejnou kontrolou.²

Sektor MSP v ČR je nyní srovnatelný se zakladatelskými zeměmi EU v podílu této kategorie firem na celkovém počtu podniků, na jejich výkonech a zaměstnanosti. Také

¹ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 62.

² VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy : pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 21.

podíl MSP na tvorbě HDP, dosahující více než 40 %, je možno už srovnávat například s Německem nebo Švédskem.³

2.1.1 Nevýhody malého a středního podnikání

Oblast malého a středního podnikání dosáhla v uplynulých letech množství pozitivních změn. I když jsou malé a střední podniky nejpočetnější částí podnikatelských subjektů a jsou důležité z hlediska ekonomického rozvoje, a to jak na lokální, tak i na regionální úrovni, vždy budou mít malé a střední podniky vzhledem k velkým podnikům určitá ekonomická omezení, vyplývající z jejich menší ekonomické síly.

Malí a střední podnikatelé se obvykle potýkají s **obtížným přístupem k potřebnému disponibilnímu kapitálu** pro vlastní provoz i rozvoj. Velmi často nejde jen o přirozený nedostatek vlastního kapitálu, ale také o podstatně horší přístup k zápůjčnímu kapitálu. Malé a střední podniky mají obvykle **slabou pozici v rámci soutěže o zakázky**. Znamená to mj., že i přes nadějně podnikatelské „nápady“ a vlastní plány jsou svým postavením znevýhodněni již na počátku tržní soutěže. Totéž platí např. i o takových formách soutěže, jako jsou státní zakázky. Malé a střední podniky jsou více **ohroženy výkyvy v ekonomice**, vnějšími vlivy, odbytovými krizemi odvětvového charakteru apod. Převážně mají omezenou možnost vytvořit potřebné zdrojové rezervy (velké hospodářské krize v minulosti vždy nejvíce postihly živnostníky a drobné podnikatele). Charakteristický je jejich **obtížnější přístup k aktuálním výsledkům výzkumu a vývoje**. Malé podniky obvykle nemají vlastní vývojovou základnu a nákup výsledků vývoje je pro ně zdrojově náročný, mnohdy až nedostupný. Tomu se dá čelit např. sdružováním, vytvářením lepšího přístupu k informacím apod. S tím velmi úzce souvisí obecná skutečnost, že malé a střední podniky mají vesměs problémy v **přístupu k informacím** všeho druhu. Je to zčásti i proto, že nemají dostatek pracovníků, kteří by mohli informace vyhledávat a vyhodnocovat. Přirozená je pro ně spíše **slabší úroveň managementu**. Malí a střední podnikatelé jsou prioritně zaměřeni na věcnou – produktovou stránku podnikání, nikoli na „manažerskou“. Malé podniky se potýkají s úrovní kvalifikace, jazykovou nedostatečností apod. Drobní podnikatelé také mají obtížnější **přístup do odbytových sítí**, zejména pak k exportu.⁴

³ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 62.

⁴ PETŘÍČEK, V. *Česká podpora podnikání v evropském kontextu*. Praha: Corona Communications, 2007. 176 s. ISBN 978-80-903954-2-8. str. 82 - 83.

2.2 Vymezení základních pojmů

V této části práce budou vymezeny základní pojmy, týkající se podnikání. Jde především o definování pojmů podnikání, podnik, podnikatel, podnikatelského prostředí, a to z pohledů různých autorů na danou problematiku.

2.2.1 Podnikání

Podnikání je v České republice upraveno Zákonem č. 513/1991 Sb., obchodním zákoníkem, ve znění pozdějších předpisů. Podle tohoto zákona se podnikáním rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.⁵

Podle Mikoláše (2005) je podnikání možné chápat takto: podnikání je koncentrovaným a procesním výrazem podnikavosti. Je to soustavná činnost prováděná podnikatelem (resp. podnikem) vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost (riziko, újmu) za účelem dosažení zisku (ve smyslu prospěchu, výnosu), resp. umocnění (přírůstku) potenciálu (zdrojů, potřeb, tzn. přidané hodnoty a užité hodnoty apod., tzn. finanční zisk je jen jednou z forem podnikatelského zisku). Má svůj smysl v rozvoji (resp. nalézání) efektivních forem (konkrétních podob) podnikání v určitých podmínkách, které přinášejí kladné synergické efekty.⁶

Jelikož v současné době plní podnikání svůj význam nejen po své ekonomické, ale i společenské stránce, existují i různá pojetí podnikání.

Ekonomické pojetí podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty. **Psychologické pojetí** podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něco dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod. **Sociologické pojetí** podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí. **Právnícké pojetí** se shoduje s právníckým vymezením podnikání (viz níže).⁷

⁵ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších změn a předpisů.

⁶ MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku : konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6. str. 28 - 29.

⁷ VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy : pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 15.

Podle Vojíka (2009) je podnikání takové jednání, které zahrnuje vznik nápadu a uskutečnění idejí (podnikatelský záměr), chopení se iniciativy (s ohledem na možnou konkurenci a cenové relace v branži), ověření koncepce podnikatelského záměru pro předpokládaný trh a zákazníka, organizování za účelem přeměny myšlenek a hmotných zdrojů v praktický výsledek, včetně realizace na trhu.⁸

2.2.2 *Podnikatel*

Podnikatelem podle zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku, je:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.⁹

Mikoláš (2005) tvrdí, že podnikatel je hlavním hybatelem v podnikání a nositelem podnikavosti v definovaném systému. Z primárního definičního hlediska je podnikatel člověk (fyzická osoba nebo skupina fyzických osob), který vlastní zdroje, aktivně uspokojuje potřeby za účelem umocnění svého potenciálu (zdrojů, potřeb, zisku atd.). Sekundárním podnikatelem je podnik, který podniká jen z vůle prvotního podnikatele (majitele).¹⁰ Mikoláš dále zdůrazňuje **čtyři prvky podnikatelského umění podnikatele** (vlastníka), kterými jsou: umění vlastnit, umění uspokojovat potřeby, umění vést lidi, umění vést dialog s podnikatelským prostředím.¹¹

Veber (2005) nalézá řadu dalších definic. Podnikatel je: osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu, osoba schopna rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika, iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout

⁸ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 93.

⁹ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších změn a předpisů.

¹⁰ MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku : konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6. str. 25.

¹¹ MIKOLÁŠ, Z. - FOLVARČNÁ, A. *Malá a střední firma : manuál podnikatelského vedení*. 1.vyd. Jilešovice: MAJ, 2000. 67 s. ISBN 80-86458-02-4. str. 12.

svého finančního a osobního uspokojení. I v tomto případě můžeme najít řadu společných rysů charakteristických pro osobu podnikatele. Jde o umění nacházet příležitosti a vytyčovat nové cíle, zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání, schopnost organizovat podnikatelské aktivity (rozumět předmětu podnikání), podstupování rizika, sebedůvěra, vytrvalost, dlouhodobé nasazení, učit se ze zkušeností apod.¹²

Podnikatel je poskytovatel zboží a služeb zákazníkům a na stupni jejich uspokojení závisí míra jeho zisku. Jde o osobu motivovanou, která se snahou něčeho v oblasti podnikání dosáhnout pokouší v branži jeho podnikání uspět. Podnikatel je ten, kdo uvádí do praxe své záměry pomocí vstupů, jako jsou finanční zdroje, materiál, práce a jiná aktiva do vzájemné součinnosti, a které v procesu interakce vytváří na výstupu vyšší hodnoty oproti hodnotám vstupním. Většinou jde o osobu, která si chce něco dokázat, být soběstačná, ekonomicky nezávislá apod.¹³ Vojík (2009) kromě definice podnikatele také vymezil charakteristické rysy dobrého podnikatele, které musí mít. Jsou jimi: cit pro vyhledávání podnětů, důraz na cíle, podílení se na příležitostech trhu, novost výrobku nebo služby, zjištění „tržní“ mezery v daném teritoriu nebo oboru, ochotu přijímat riziko, odvahu začít podnikat, zdravé pochybnosti, důvěru ve vlastní síly, kreativitu, pozitivní stimulaci.¹⁴

2.2.3 Podnik

Podnikem se pro účely zákona (Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů) rozumí soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit.¹⁵

Nejobecněji je podnik interpretován jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) na statky (výstupy). Obsáhleji je vymezen jako soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (ať vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli

¹² VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 16.

¹³ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 93 – 94.

¹⁴ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 95.

¹⁵ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších změn a předpisů.

k provozování podnikatelských aktivit.¹⁶ Podnik může existovat jako sekundární podnikatel (právní osoba či jiná organizační forma podnikání) v zájmu primárního podnikatele (fyzické osoby nebo skupiny fyzických osob, tzn. primárního vlastníka). Je složitě strukturovaným potenciálem umožňujícím podnikání, který prochází vlastním vývojem počínaje vizí, formou projektu, materializovanou formou, fází ztráty účelovosti atd.¹⁷

Členění podniků podle velikosti

V současné době se používají k rozlišování podniků na malé, střední a velké kritéria různých institucí, počínaje Českou správou sociálního zabezpečení, přes Českomoravskou záruční a rozvojovou banku až po subjektivní členění různých autorů. V Evropské unii však bylo Evropskou komisí zavedeno jednotné členění, jehož cílem je jednotné vymezení MSP a možnost srovnání ukazatelů v tomto sektoru podnikání. Tato kritéria jsou akceptována také v České republice. **Doporučení Komise č. 96/280/EC** je následující: **střední podnik** zaměstnává méně než 250 zaměstnanců, roční obrat nepřesahuje 50 mil. EUR nebo roční bilanční suma nepřesahuje 43 mil. EUR. Maximálně 25 % kapitálu a vlastnických práv je ve vlastnictví podniku, který nesplňuje definici MSP. **Malý podnik** je definován tak, že zaměstnává méně než 50 zaměstnanců a roční obrat nebo roční bilanční suma nepřesahuje 10 mil. EUR. Maximálně 25 % kapitálu a vlastnických práv je ve vlastnictví podniku, který nesplňuje definici MSP. **Mikropodnik** zaměstnává méně než 10 zaměstnanců a roční obrat nebo roční bilanční suma nepřesahuje 2 mil. EUR, je nezávislý. Za hlavní kritérium tohoto členění je považován počet zaměstnanců. Roční obrat a roční bilanční suma jsou kritéria doplňková, stejně jako nezávislost. Podle **České správy sociálního zabezpečení** malé organizace jsou ty, které zaměstnávají do 25 zaměstnanců, velké organizace nad 25 zaměstnanců. Podle **Eurostatu** malé podniky zaměstnávají do 20 zaměstnanců, střední podniky do 100 zaměstnanců.¹⁸

Vymezení velikosti podniků podle **zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání** za malého a středního podnikatele podle paragrafu 2 považuje podnikatele, který splňuje kritéria stanovená předpisem Evropského společenství.

¹⁶ VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy: pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 16.

¹⁷ MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6. str. 28.

¹⁸ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 22 – 23.

Takovým předpisem je Nařízení Komise č. 70/2001 ze dne 12. ledna 2001 o použití článků 87 a 88 Smlouvy o ES na státní podpory malým a středním podnikům. **Malé a střední podniky** jsou definovány jako podniky, které mají méně než 250 zaměstnanců, mají buď roční obrat nepřesahující 40 mil. EUR nebo bilanční sumu roční rozvahy nepřesahující 27 mil. EUR a splňují kritérium nezávislosti. **Malý podnik** je definován jako podnik, který má méně než 50 zaměstnanců a roční obrat nepřesahující 7 mil. EUR nebo bilanční sumu roční rozvahy nepřesahující 5 mil. EUR a splňuje kritérium nezávislosti. **Mikropodniky** jsou definovány jako podniky s méně než 10 zaměstnanci. Nezávislé podniky jsou ty, v nichž nevlastní 25 % nebo více základního jmění nebo hlasovacích práv jeden podnik nebo společně několik podniků, které nenaplnují definici MSP nebo malého podniku.¹⁹ Definice **Českomoravské záruční a rozvojové banky** je shodné, jako Doporučení Komise č. 96/280/EC. Přehled členění podniků podle různých institucí je nastíněn v příloze č. 1.

Činnost všech podnikatelských subjektů je ovlivněna velkým množstvím faktorů, jejichž znalost větší či menší měrou podstatně přispívá k úspěšnému řízení firmy. Proto je vhodné identifikovat podnikatelské prostředí.

2.2.4 Podnikatelské prostředí

Podnikatelským prostředím rozumíme vlivy a faktory, které působí na podnikatelskou činnost. Mohou ji buď **usnadňovat** např. výhodnými daněmi, rychlým vyřízením obchodních sporů a jednoznačnými zákony, nebo možností získat rozvojový kapitál. V podmínkách transformace naší ekonomiky z centrálního řízení k tržní ekonomice vznikají i přes mnohá opatření spíše **bariéry**, které brání rozvoji podnikání a ekonomiky v oblasti nedokonalé legislativy, v malém přístupu podnikatelů k rozhodování ve věcech podmínek podnikání apod.²⁰

Mikoláš (2005) charakterizuje **podnikatelské prostředí** následujícími **znaky**: má materiální i nemateriální podobu – představuje organismus provázaných sítí vnějších i vnitřních vztahů, často nehomogenního charakteru (vyspělá společnost má tyto vztahy obvykle rozvinuté a harmonizované). Působí na podnikání, podnikatele a podniky jako

¹⁹ Nařízení Komise (ES) č. 70/2001. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-08]. Dostupné z WWW: <<http://download.mpo.cz/get/30080/40534/481564/priloha007.pdf>>. str. 11 – 12.

²⁰ MALACH, A., et al. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2005. 528 s. ISBN 80-247-0906-6. str. 69.

souhrn podstatných externích a interních vlivů vyvíjejících se v čase a prostoru. Je integrální součástí životního prostředí stejně tak, jako podnikání je nedílnou součástí života – je prostředím života podnikatelských subjektů. Je zřejmé, že podnikatelské prostředí nelze degradovat pouze na dílčí ekonomické, finanční, právní, ekologické či marketingové prostředí atd. Jde o velmi složitý subsystém podnikatelství výrazně závislý na kulturním, historickém, regionálním aj. kontextech souvisejících se jeho vymezením.²¹

Ludvík (2000) definuje podnikatelské prostředí jako **souhrn podstatných vlivů působících na podnikatele, podnik a podnikání**. Zahrnuje vlivy, které působí na soustavnou činnost prováděnou podnikatelem nebo podnikem vlastním jménem a na jeho vlastní odpovědnost (riziko, újmu) za účelem zhodnocení podnikatelského potenciálu (např. v podobě zisku) nebo uspokojení potřeb podnikatele. Vedle ekonomických a přírodních složek podnikatelského prostředí na významu nabývají složky nehmotného prostředí, jako je kultura (ekonomická i všeobecná), právo, sociální vztahy, vědecké poznatky atd. Rozvinuté podnikatelské prostředí se vyznačuje vlastní identitou, vlastní filozofií života, vlastními zájmy, vlastní aktivitou, vývojovými fázemi apod. Podnikatelské prostředí je tedy prostředím života podnikatelských subjektů. Představuje organismus provázaný sítí vztahů. Vyspělá společnost má tyto vztahy rozvinuté a harmonizované. Stručně řečeno nejde o nic jiného než o rozpoznání, pochopení a využití hodnot a potenciálů běžného života a jeho perspektiv.²²

Podnikatelské prostředí rozlišujeme na **vnější** (makroprostředí a mezzoprostředí) a **vnitřní** (mikroprostředí). Vymezení jednotlivých typů je uvedeno v příloze č. 2. O **makropodnikatelské prostředí** a jeho konkrétní ukazatele se zajímají jak velké, tak malé a střední firmy. Globální podnikatelské subjekty se zpravidla zajímají o parametry velkých seskupení zemí, naopak malé firmy se soustřeďují pouze na vybrané makroekonomické veličiny té země, kde podnikají. **Mezopodnikatelské prostředí** je významně spojeno se životem malých a středních firem. Představuje pro ně každodenní reálný kontakt s prostředím. Významnou roli hrají i velké firmy, ty největší jsou dokonce schopny podnikatelské prostředí globalizovat. Strukturuje se do tří hladin, a to jako regionální, mikroregionální a lokální podnikatelské prostředí. **Mikropodnikatelské prostředí** v podstatě vypovídá o vyzrálosti „osobnosti“ (identitě a integritě) firmy. **Nositeli**

²¹ MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku : konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6. str. 28.

²² LUDVÍK, L. *Rozvoj mikroregionálního podnikatelského prostředí: podpora malého a středního podnikání*. 1. vyd. Jilešovice: MAJ, 2000. 124 s. ISBN 80-86458-03-2. str. 23 – 24.

podnikatelského prostředí jsou státní centrum (parlament, vláda, ministerstva), centra nadstátních útvarů a globální správy světa (OSN, Evropská komise), municipality (obce, města, kraje), obyvatelstvo (spotřebitelé, zaměstnanci, voliči, vlastníci), reprezentanti sféry podnikatelských subjektů (odběratelé, dodavatelé, školy, nemocnice, banky, grantové agentury, rozvojové agentury), reziduální sféra (ostatní reprezentanti specifického podnikatelského prostředí s vazbou na kulturní, náboženské, politické vlivy, ekologické aspekty).²³

Faktory ovlivňují podnikatelské prostředí

Soubor faktorů, ovlivňujících úspěšnost a možnost podnikání lze rozdělit do několika skupin. Jedná se o faktory **krátkodobé** (např. jednorázové opatření vlády k obchodnímu rejstříku) nebo **dlouhodobé** (vybudování infrastruktury, zahrnutí souboru opatření do Operačního programu Průmysl a podnikání). Některé faktory působí **lokálně** v některém městě (disponibilní rozvojové plochy) nebo jen v určitém odvětví (zemědělství, stavebnictví), jiné působí **plošně** (daňová zátěž, legislativa). Kvalita podnikatelského prostředí se proto posuzuje jednak obecně, pro celou zemi, ale také ve vztahu k určitému regionu nebo pro určité odvětví. Mezi **hlavní faktory** patří právní prostředí, dostupnost rozvojového kapitálu, daňové zatížení a možnost samosprávných podnikatelských organizací podílet se na tvorbě zákonů a udělování podpor podnikatelům.²⁴

Žádný podnikatel nemůže podnikat izolovaně ke svému okolí, ale je de facto i de iure na něm závislý. Jeho závislost je z větší míry ekonomická a z menší politická, tj. musí mít kapitál a musí dodržovat pravidla podnikání dané zákony (především živnostenským zákonem, obchodním zákoníkem, občanským zákoníkem, zákoníkem práce a dalšími). Dále je závislý na prostředí, zákaznících, dodavatelích, konkurenci, někdy sezónnosti, a dokonce i počasí.²⁵

Ve stále zvyšujícím se konkurenčním prostředí roste význam managementu znalostí. Jeho hlavním cílem je zajistit, aby správní lidé měli ve správnou chvíli k dispozici správné znalosti.

²³ LUDVÍK, L. *Regionální aspekty podnikání*. Ostrava : Vysoká škola podnikání, 2005. 78 s. ISBN 80-86764-36-2. str. 20 - 21.

²⁴ MALACH, A., et al. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2005. 528 s. ISBN 80-247-0906-6. str. 71.

²⁵ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 93.

2.2.5 Znalosti

Data představují to, co bezprostředně smyslově vnímáme. Používáme k tomu zrakové, čichové, sluchové, hmatové a chuťové receptory, které nám poskytují prvotní data.²⁶ **Informace** jsou data, kterým jejich uživatel při interpretaci přiřazuje důležitost a význam. Tedy data, která mají určitý vztah k jeho potřebám a požadavkům. Lze také říci, že informace jsou relevantní data obsahující účel. **Znalost** je vytvářena v lidské mysli a její kvalita a význam jsou ohodnocovány pomocí činnosti. Někdy je těžké tuto vazbu mezi znalostí a činnostmi odhalit a popsat. Znalost je příliš křehká, a proto ji obvykle nelze skladovat, transportovat a vyjádřit pomocí technologie.²⁷ Mezi daty, informacemi a znalostmi existují vztahy. I když by se mohlo zdát, že jsou definovány na základě nadřazenosti a podřazenosti, není tomu tak. Souhrnně lze říci, že informace nám říkají co (soustředění dat pro nás subjektivně významných), znalost nám pomáhá jak (tedy jak s těmi daty zacházet), je to vlastně činná informace, resp. „informace v akci“.²⁸

Znalosti se v mnoha charakteristikách opravdu jeví jako jeden z významných výrobních faktorů. Z pohledu ekonomické teorie je v současné době takový pojem z určitého hlediska vzato hybridem, který se snaží propojit výrobní faktor práce (labour), jehož cenou na trhu je mzda a výrobní faktor kapitál (capital), jehož cenou na trhu kapitálu je úrok.²⁹

Stejná, či dokonce i větší důležitost je přiřazována inovacím. Heslo „*Inovuj nebo nepřežiješ*“³⁰ by se mělo stát mottem firem, které chtějí uspět v té nejvyšší konkurenci.

2.2.6 Inovace

Podle Vebera (2005) pojem inovace obecně znamená jakoukoli (pozitivní i negativní) změnu, která se týká různých skutečností uvnitř firmy. Obvykle rozlišujeme **inovace věcné**, které se orientují buď na výrobky (služby) nebo na technologie a **inovace**

²⁶ BARTÁK, J. *Od znalostí k inovacím : tvorba, rozvíjení a využívání znalostí*. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008. 190 s. ISBN 978-80-87197-03-5. str. 22.

²⁷ MLÁDKOVÁ, L. *Moderní přístupy k managementu : Tacitní znalost a jak ji řídit*. Praha: C. H. Beck, 2005. 195 s. ISBN 80-7179-310-8. str. 6 – 8.

²⁸ BARTÁK, J. *Od znalostí k inovacím : tvorba, rozvíjení a využívání znalostí*. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008. 190 s. ISBN 978-80-87197-03-5. str. 26.

²⁹ ŠVARCOVÁ, J. *Best practices : sdílení znalostí firem*. Zlín: CEED, 2008. 127 s. ISBN 978-80-903433-5-1. str. 89.

³⁰ KIERNAN, M.J. *Inovuj, nebo nepřežiješ! : zásady strategického řízení pro 21. století*. 1. vyd. Praha: Management Press, 1998. 254 s. ISBN 80-85943-56-5.

zaměřené do oblasti řízení, které se týkají přístupů managementu, např. organizace, motivace, komunikace, kontroly apod.³¹ Malach (2005) za inovace považuje nejen závěrečnou fázi technického vývojového procesu a transfer technologií, ale mnohem širší rámec činností, jejichž výsledkem je konkurenceschopný produkt umístěný na trh.³² Znamý profesor z Fordham University Milan Zelený definuje inovace následovně: „*Inovace jsou taková kvantitativní či kvalitativní zlepšení produktu, procesu nebo podnikatelského modelu, která významně přidávají hodnotu zákazníkovi, podniku, v ideálním případě oběma stranám současně. Pokud se přidaná hodnota realizuje až při transakci v rámci trhu, inovace sama tedy 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.*“³³ A nelze opomenout definici P. F. Druckera, který říká: „*Inovace jsou chápány jako synonymum pro úspěšný výtvar, přizpůsobení a využití novosti v ekonomické a sociální sféře. Inovace nabízejí nová řešení problémů a tak umožňují splnit cíle jednotlivce i společnosti. Inovace mají mnoho rolí. Jako hnací síla orientují firmy k ambiciózním cílům, vedou k obnově průmyslových struktur a způsobují vznik nových odvětví v ekonomických činnostech.*“³⁴

Je důležité rozlišovat mezi výrobkovými, procesními a organizačními inovacemi. **Výrobní inovace** představují zavedení nové služby nebo výrobku na trh nebo jejich zlepšení. **Procesní inovace** znamenají další technický rozvoj výrobního nebo distribučního systému firmy, obvykle ve formě racionalizace. Organizační inovace se týkají organizace práce nebo řízení lidských zdrojů. V praxi se často uplatňují kombinace těchto typů.³⁵

Inovační podnikání

„Inovační podnikání je souborem podnikatelských aktivit specializujících se na soustavnou realizaci inovací. Ve vztahu k výzkumu a vývoji je předmětem podnikání

³¹ VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy : pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2. str. 166.

³² MALACH, A., et al. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2005. 528 s. ISBN 80-247-0906-6. str. 48 – 49.

³³ KOŠTURIÁK, J.; CHAL, J. *Inovace: vaše konkurenční výhoda!*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 164 s. ISBN 80-251-1929-7. str. 1.

³⁴ KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9. str. 45.

³⁵ KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9. str. 45.

uvádění výsledků VaV do komerční zralosti, tj. na trh. Významným nástrojem je transfer technologií. Proces inovačního podnikání začíná záměrem (myšlenkou), končí nejen uplatněním nových produktů na trhu a vyhodnocením jejich parametrů a užitečných vlastností, ale i promyšleným způsobem jejich likvidace (recyklace) po ukončení jejich životnosti. Při vzájemném ovlivňování počátku a závěru inovačního procesu plní významnou úlohu inovační (technologický) marketing.³⁶

Inovační firma

„Inovační firmy jsou také malé a střední firmy, jejichž hlavním předmětem podnikání je realizovat projekt nového produktu (výrobku, technologie, služby) do komerční zralosti a uvést je na trh.“³⁷

Transfer technologií

„Transfer technologií je procesem cílevědomého časově ohraničeného převádění poznatků umožňujících inovovat výrobky, výrobní, pracovní a zkušební metody a služby.“ Transfer se uskutečňuje zpravidla mezi dvěma subjekty – poskytovatelem technologie a příjemcem technologie. Rozlišuje se transfer **vertikální**, v němž se technologie převádí např. z fáze výzkumné do fáze vývojové nebo z fáze vývojové do pokusné výroby a transfer **horizontální**, v němž dochází ke kompletizaci technologie a různých oborů.³⁸

Podnikatelská infrastruktura plní svůj význam také tím, že se svou činností snaží o snižování rozdílů mezi ekonomickou vyspělostí jednotlivých regionů. A to jak na republikové, tak evropské úrovni.

2.2.7 Regionální rozvoj

Regionální rozvoj je představován komplexem procesů, které probíhají v rámci složitého systému region a přispívají zejména k pozitivním změnám v sociálně ekonomické situaci regionu. Pro ovlivňování a řízení těchto procesů je proto nezbytné používat systémového přístupu. Problematikou regionálního rozvoje se zabývá regionální politika. **Regionální politika** představuje koncepční i výkonnou činnost institucí zaměřenou

³⁶ ŠVEJDA, P., et al. *Inovační podnikání*. Praha: Asociace inovačního podnikání ČR, 2007. 345 s. ISBN 978-80-903153-6-5. str. 85.

³⁷ ŠVEJDA, P., et al. *Inovační podnikání*. Praha: Asociace inovačního podnikání ČR, 2007. 345 s. ISBN 978-80-903153-6-5. str. 85.

³⁸ ŠVEJDA, P., et al. *Inovační podnikání*. Praha: Asociace inovačního podnikání ČR, 2007. 345 s. ISBN 978-80-903153-6-5. str. 85.

na stanovení hlavních směrů a strategických cílů v regionálním rozvoji a vytváření metod, postupů a zdrojů pro jejich realizaci. Za hlavní cíle regionální politiky můžeme přitom pokládat podporu regionálního rozvoje orientovaného na vyrovnávání regionálních disparit a dosahování růstu blahobytu regionů. Protože za rozhodující pokládáme ekonomický rozvoj založený na rozvoji podnikání s podporou regionální infrastruktury. Významnou roli v ekonomickém rozvoji a rozvoji podnikání sehrávají právě inovace.³⁹

Region

Při ohraničení regionů se využívají dvě kritéria, a to: kritérium homogenity (regiony homogenní a heterogenní) a kritérium funkčnosti (regiony spádové). **Homogenním regionem** rozumíme celek, který má podobné určité vnitřní charakteristiky (vnitřní strukturu) vyjádřené pomocí různých identifikátorů, jako je např. úroveň nezaměstnanosti, příjmová úroveň, stupeň zaměstnanosti v určitém odvětví (zemědělství, těžký průmysl, cestovní ruch). **Heterogenní nehomogenní regiony** se vyznačují nerovnoměrnou vnitřní strukturou a funkční specializací některých částí, takže v nich vznikají růstové póly a periferní oblasti se vzájemnou interakcí. **Funkční regiony** vykazují spjatost území pomocí určitých indikátorů a velkou vzájemnou závislost. Jako kritérium je např. dojíždění za prací, provázanost průmyslových odvětví, dodavatelské sítě apod.⁴⁰

2.3 Podnikatelská infrastruktura na podporu podnikání⁴¹

Je tvořena institucemi, jejichž hlavní činností je podpora podnikatelských aktivit, vytváření příznivých podmínek pro podnikání poskytováním manažerských i ostatních služeb podnikatelům.

Existují tři základní kategorie průmyslové infrastruktury na podporu rozvoje podnikání. Jde o **průmyslová rozvojová území**, které jsou prvním krokem k dalším pokročilejším formám průmyslové infrastruktury, konkrétně se jedná o průmyslové zóny nebo průmyslové oblasti. Dále **speciální ekonomické zóny a exportní zpracovatelské zóny** se speciálními pobídkami pro podporu exportu. Poslední kategorií jsou

³⁹ KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9. str. 55.

⁴⁰ KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9. str. 56.

⁴¹ KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9. str. 77 - 80.

podnikatelské inkubační systémy typu podnikatelské inkubátory, inovační centra a vědeckotechnické parky, které poskytují v podstatě podobný druh infrastruktury jako rozvojové plochy, ale jsou určeny pro technicky vyspělá průmyslová odvětví se zdůrazněním podpůrných služeb vysoké úrovně.

Podnikatelské inkubační systémy jsou obecně orientovány na řešení problémů místního ekonomického rozvoje zdokonalováním podnikatelské báze, jak z hlediska kvantity, tak i kvality. Jsou to pracoviště, která napomáhají startu malých a středních firem s cílem snížení rizika a uchycení se na trhu. Definice jednotlivých podnikatelských inkubačních systémů nejsou jednotné. Níže uvedené definice vychází z přístupů zpracovaných UNIDO a Evropskou komisí a pokouší se o významné charakteristiky každého typu inkubačního systému.

Podnikatelská a inovační centra (BIC)

BIC je místní nebo regionální struktura, která poskytuje malým a středním podnikům komplexní rozsah služeb za výhodných podmínek a soustřeďuje se na inovace a služby pro průmysl. Identifikuje, vyhledává a podporuje začínající podnikatele a jejich projekty nebo již existující MSP. Alokuje veřejné a privátní zdroje iniciativám, které přispívají prostřednictvím svého inovačního charakteru a ekonomického významu k bohatství, k vytváření pracovních míst a k diverzifikaci činností. Podporuje také přístup MSP na mezinárodní trhy a ke spolupráci. Na rozdíl od technologických center a inovačních center poskytují BIC svým klientům komplexní rozsah podpory, která často zahrnuje podnikatelské jednotky a podpůrná zařízení včetně služeb. BIC mají obvykle přísná vstupní a výstupní kritéria.

Řízené dílny

Řízené dílny poskytují prostory a zařízení pro malé podniky a individuální podnikatele, kteří se zabývají základní výrobou a uměleckými činnostmi. Podobně jako BIC obvykle používají řízený přístup. Liší se však od nich tím, že nájemníci nemusí být inovační a také úroveň podpory pro firmy je jiná. Centrální služby jsou obvykle omezeny na sekretářské činnosti a používání kancelářské techniky. Poradenství může poskytovat vedoucí dílny.

Centra podpory podnikání

Centra podnikání poskytují poradenství a pomoc podnikatelům a malým firmám. Na rozdíl od řízených dílen však obvykle nenabízejí prostory.

Průmyslový (obchodní, podnikatelský) park

Park poskytuje vysoce kvalitní prostředí vhodné pro široký rozsah činností zahrnující výrobu, montáž, prodej, případně i kancelářské aktivity, přitom nevyžaduje těsnou blízkost akademických institucí. Některé vědecké parky, které neuspěly v přitahování klientely orientované na vědu, skončily právě v této kategorii. Průmyslový park je velká stavební plocha, která poskytuje pozemek a zařízení továren nebo i tovární haly. Jsou určeny pro typy podniků, které se obvykle zabývají výrobní činností. Různé odvozené parky, jako například parky pro maloobchod, velkoobchod, potraviny, média, plní podobné účely, ale mají přísnější kritéria pro vstup.

Vědeckotechnický park

Do této kategorie řadíme inkubační systémy typu vědecký park, výzkumný park, technologický park, inovační centrum, technologické centrum a chápeme je jako nejvyspělejší formu infrastrukturních projektů na podporu podnikání. Jejich součástí pravidelně bývá i podnikatelský inkubátor.

Vědecký park

Je iniciativa založená na nemovitostech, která poskytuje pro firmy vysoce kvalitní prostory s příslušenstvím na místě v těsné blízkosti instituce poskytující vysokoškolské vzdělání. Těmito firmami bývají obvykle nové začínající podniky založené vysokoškolskými učiteli, studenty a absolventy, kteří chtějí komercializovat výsledky jejich výzkumů nebo to jsou provozní nebo výzkumné pobočky velkých společností. Původní koncept předpokládal, že podnikatelské aktivity budou omezeny na výzkum a vývoj, ale z mnoha vědeckých parků postupně vznikly vysoce kvalitní rozvojové průmyslové oblasti pro firmy, které jsou orientovány na výrobu. Úroveň řízení je různá od komplexního servisu zejména v inkubační části až po velmi zřídka nabízený přístup k centrálním službám pro své nájemníky. Podle jména park jsou většinou umístěny v přírodní oblasti vedle univerzity. Stále více však přibývají centra uvnitř měst, která jsou vytvářena za účelem rozvoje podnikatelských myšlenek pro výzkumné univerzitní produkty.

Výzkumné parky

Mají stejné charakteristiky jako vědecké parky, ale obvykle jsou vyloučeny výrobní činnosti. Obvykle jsou vytvářeny ve spojení s aktivitami výzkumných center v rámci velkých podniků pro vývoj nových modelů a prototypů. Rozhodující je napojení na vysokou školu nebo výzkum v jedné z vedoucích oblastí vědy.

Technologický park

Je zástavba pro umístění firem, které jsou zapojeny do komerčního využití pokrokových špičkových (high-tech) technologií aktivitami zahrnujícími výzkum a vývoj, výrobu, prodej a služby. Odlišuje se od vědeckých a výzkumných parků tím, že větší důraz je kladen na výrobu. Park splňuje požadavky na umístění firem s pokrokovými technologiemi, ale nabízí vysoký poměr nevýrobního prostoru k výrobnímu. Jeho důraz je položen na blízkost high-tech firem, které se angažují v podobných operacích. Význam vazeb na univerzitu je menší než pro vědecké nebo výzkumné parky. Na nájemníky mohou být kladena omezení, zejména požadavek, aby prokázali zapojení do výzkumu nebo výroby pokrokových technologií.

Technologické centrum

Jsou zařízení pro umístění firem spíše v budově nebo v komplexu budov než na pozemku. Účelem je poskytnout prostor pro menší firmy, které jsou zapojeny do high-tech aktivit s větším důrazem na výrobu než na výzkum. Některá technologická centra používají řízený přístup a nabízí svým nájemníkům společné služby. Jsou zde zřídka přísná pravidla pro výstup a střídání nájemníků bývá nízké. Na rozdíl od vědeckých parků, technologická centra nejsou obvykle směřována na usnadnění přenosu technologií mezi akademickými institucemi a podniky.

Inovační centrum

Je zařízení, které uspokojuje potřeby zejména nových podniků zapojených do rozvoje a marketingu nových technických výrobků a procesů. To vyžaduje vysoké obchodní riziko pro jejich úspěšný vývoj, poskytování služeb a konzultací, ale také značné regionální propojení výzkumných, konzultačních a finančních institucí. Účelem inovačních center je podpora vytváření podniků se špičkovými (high-tech) technologiemi. Poskytované služby v oblasti poradenství zahrnují takové oblasti jako finance, marketing a technologie, ale také technické služby a sekretářské služby a pomoc při vývoji prototypů pro nové firmy nebo pomoc již existujícím firmám při zdokonalování výrobních procesů. Inovační centra jsou zejména orientovány na podporu malých a středních firem. Stávají se integrální součástí takových zástaveb, jako jsou vědecké parky.

Podnikatelský inkubátor

Je obecný název pro entitu na podporu podnikání, kde jsou v ohraničeném prostoru soustředěny začínající a nově vytvořené firmy. Jeho cílem je zlepšit šanci na růst a přežití těchto firem tím, že jim poskytuje modulární prostorové a společné zařízení (faxy,

výpočetní technika aj.), manažerskou podporu a další poradenské a podpůrné služby. Hlavním důrazem je místní rozvoj a vytváření pracovních míst.

„Moderní stát musí stále více reagovat na potřeby podnikatelské veřejnosti a podmínky podnikání přizpůsobovat potřebám podnikání.“⁴² Jde o to, aby zejména malé a střední firmy měly od státu vytvořeny co nejlepší podmínky pro bezproblémové fungování. Na to je zaměřena cílená státní podpora malého a středního podnikání.

2.4 Podpora malých a středních firem v České republice

Rozvoj MSP je všeobecně považován za hlavní faktor ekonomického rozvoje, a to bez ohledu na hospodářskou vyspělost země. Využívání potenciálu MSP v národní ekonomice do značné míry závisí na stavu podnikatelského prostředí, ve kterém se realizují podnikatelské záměry. Proto je nezbytné, aby vláda usnadňovala zakládání MSP a pomáhala svou ekonomickou silou a politikou upevňovat jejich postavení.

V ČR bylo významným vládním počinem v oblasti malého a středního podnikání přijetí zákona České národní rady č. 299/1992 Sb., o státní podpoře malého a středního podnikání, který byl v roce 2002 nahrazen zákonem č. 47/2002 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky. Tento zákon je základním pilířem státní politiky v této oblasti podnikání. Dále se jedná o zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a zákon č. 215/2004 Sb., o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje. Po vstupu do EU se i systém podpory poskytované MSP v ČR přizpůsobil systému podpory uplatňovanému v EU. Z kompetenčního hlediska je v ČR problematika MSP v kompetenci Ministerstva průmyslu a obchodu, regionální podpora pak v kompetenci Ministerstva pro místní rozvoj. Účelem zákonů a kompetenčních míst je usnadňovat zakládání MSP a upevňovat jejich ekonomické postavení prostřednictvím k tomu zřízených institucí. Výše uvedené a zákonem vymezené státní podpory se nevztahují na podniky, které nemají sídlo na území ČR, mají více než 250 zaměstnanců a na podniky zemědělské a lesnické prvovýroby.

Ministerstvo průmyslu a obchodu stanovilo na období do roku 2013 politiku malého a středního podnikání s tím, že dlouhodobým cílem této politiky je umožnit

⁴² PETŘÍČEK, V. *Vývoj podnikatelského prostředí v České republice*. Praha: Corona, 2006. 120 s. ISBN 80-903363-6-1. str. 19.

fungování sektoru MSP tak, aby tento sektor s pomocí státu přispíval ke zvyšování výkonnosti národního hospodářství, jeho technologické úrovni a jeho konkurenceschopnosti, ke snižování nezaměstnanosti a k regionální, sociální a ekonomické diferenciaci. Měřítkem plnění tohoto cíle je zejména vývoj podílu MSP na výstupech ekonomiky a na zaměstnanosti ve srovnání s nejméně úspěšnými státy světa a Evropy.⁴³

2.4.1 Současné formy podpory MSP⁴⁴

V současnosti existují dvě formy podpory malého a středního podnikání.

Přímá finanční podpora

- Poskytnutí záruky (placená bankovní služba, ČMZRB ji poskytuje cenově výhodněji než jiné banky).
- Finanční příspěvky institucím, které poskytují své služby za zvýhodněných podmínek.
- Příspěvky na úhradu úroku (podnikatel získá od banky úvěr, požádá o podporu ČMZRB a ta mu poskytne příspěvek na úhradu části úroků z úvěru, čímž se úvěr stane pro podnikatele levnější).
- Konkrétní finanční příspěvky (tato podpora není obvyklá, tedy se poskytuje velmi málo).
- Poskytování výhodně úročených úvěrů do limitované výše (nejnovější forma, objevila se v roce 1997 jako reakce na největší problém podnikatelů – získat od banky úvěr, nejlépe do 1 mil. Kč).

Nepřímá finanční podpora

- Pro finanční hospodaření firmy – v oblasti informací a poradenství.

Od roku 1992 vláda ČR v souladu se zákonem č. 299/1992 Sb.(resp. č. 47/2002 Sb.) každoročně schvaluje a vyhlašuje programy podpory malého a středního podnikání, prostřednictvím kterých jsou podnikatelům poskytovány finanční prostředky vyčleněné ze státního rozpočtu. Podpora je poskytnuta podnikatelům na základě kvalitního

⁴³ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 63 – 64.

⁴⁴ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 65.

podnikatelského plánu a dalších kritérií, stanovených konkrétně pro každý program. Tato praxe pokračuje i v současnosti, i když dostupnost podpor zvláště od vládních míst k tomu určených se rapidně zmenšila. Programy jsou rozděleny na plošné programy (pro území celé ČR) a regionální programy (pro celé území vybraných regionů).⁴⁵

2.5 Vybrané plošné programy podpory MSP⁴⁶

Kredit

Cílem programu je umožnit pomocí zvýhodněných investičně zaměřených úvěrů realizaci podnikatelských záměrů malých podnikatelů na území ČR. Podpora se poskytuje podnikatelským subjektům, které splní tyto podmínky: k datu podání žádosti musí mít méně než 50 zaměstnanců, čistý obrat za poslední účetně uzavřený kalendářní rok nesmí přesáhnout 250 mil. Kč (resp. aktiva nesmějí přesáhnout 180 mil. Kč) a je nezávislý.

Trh

Cílem programu je zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podnikatelů na domácích a i zahraničních trzích. Podpora je určena MSP k přípravě podmínek vstupu podniku na jednotný trh EU.

Kooperace

Podporuje spolupráci a vytváření kooperačních sdružení a sítí malých a středních podnikatelů k posílení jejich postavení na trhu.

Speciál

Jde o doplňkový program k ostatním programům podpory malého a středního podnikání podporující vytváření nových pracovních míst pro občany se změněnou pracovní schopností (včetně invalidů) a pro občany společensky nepřizpůsobivé.

Malé půjčky

Cílem tohoto programu je rozvoj malých podniků poskytnutím potřebného kapitálu. Podpora bude účelně poskytována min. 60 % poskytované podpory na financování pořízení hmotného nebo nehmotného investičního majetku a max. 40 % podpory na financování nákupu know-how, nákupu provozního materiálu nebo řešení přechodného nedostatku likvidity.

⁴⁵ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 65 – 66.

⁴⁶ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 66 – 70.

2.5.1 Instituce podpory MSP

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s.

Je rozvojovou bankou České republiky. Napomáhá v souladu se záměry hospodářské politiky vlády České republiky a regionů rozvoji malého a středního podnikání, infrastruktury a dalších sektorů ekonomiky vyžadujících veřejnou podporu. Byla založena v roce 1992. Jejími akcionáři jsou Česká republika, zastoupená Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem financí a Ministerstvem pro místní rozvoj (72 % akcií), Komerční banka, a.s., Česká spořitelna, a.s., Československá obchodní banka, a.s. Je řízena pětičlenným představenstvem a devítičlennou dozorčí radou. Banka poskytuje především: podpory malým a středním podnikatelům formou záruk a zvýhodněných úvěrů s využitím prostředků státního rozpočtu, strukturálních fondů a krajů, podpory vlastníkům panelových bytů při jejich rekonstrukci, zvýhodněné úvěry pro vodohospodářské projekty. Působí též jako finanční manager prostředků poskytnutých České republice na financování rozvoje infrastruktury.⁴⁷

Národní vzdělávací fond

Národní vzdělávací fond o.p.s., byl založen v roce 1994 Ministerstvem práce a sociálních věcí České republiky s podporou Evropské komise. NVF podporuje rozvoj lidských zdrojů, zaměstnanost, další vzdělávání a sociální integraci. Svě poslání NVF realizuje analytickými ročními, metodickými, vzdělávacími, poradenskými, informačními činnostmi, administrací projektů ESF.⁴⁸

Česká agentura na podporu obchodu (CzechTrade)

Je vládní proexportní agenturou, jejímž hlavním přínosem je usnadnění vstupu českých firem na mezinárodní trhy. Byla založena v roce 1997 Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR s cílem poskytovat služby zaměřené na zlepšování výsledků zahraničního obchodu České republiky a exportních aktivit českých podnikatelských subjektů. V současné době má 33 zahraničních kanceláří s působností v 35 zemích.⁴⁹

Agentura pro rozvoj podnikání (CzechInvest)

Je státní příspěvkovou organizací, je podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky prostřednictvím podpory malých

⁴⁷ Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. [online]. 2004 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.cmzrb.cz/o-bance/kdo-jsme>>.

⁴⁸ Národní vzdělávací fond [online]. 2009 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.nvf.cz/onas/index.htm>>.

⁴⁹ CzechTrade [online]. 2009 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/>>.

a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center. Působí prostřednictvím svých 13 regionálních poboček v každém krajském městě České republiky.⁵⁰

Fond rizikového kapitálu

Fond umožňuje MSP v počáteční fázi rozvoje financování růstových projektů formou přímé majetkové účasti či nezajištěného úvěru. I když v zahraničí, např. v USA, je rizikový kapitál jedním z nejvýznamnějších zdrojů financování pro MSP, v podmínkách ČR se tato forma finanční pomoci zatím příliš neosvědčila a vzhledem k probíhající světové krizi se snižuje šance této formy na trhu na minimum.⁵¹

2.6 Regionální programy podpory MSP⁵²

Regionální programy podpory jsou poskytovány formou úvěrů pro malé a střední firmy. Byly schváleny vládou v rámci regionální podpory malého a středního podnikání. Lze je do jisté míry kombinovat s většinou celoplošných programů. Poskytováním podpor je pověřena ČMZRB.

Pohraničí

Cílem programu je zvýšit přitažlivost malého podnikání a zaměstnanost v příhraničním území pomocí investičně zaměřených úvěrů na realizaci podnikatelských záměrů malých podnikatelů.

Preference

Cílem programu je zvýšit přitažlivost malého podnikání a zaměstnanost na území strukturálně postižených regionů pomocí investičně zaměřených úvěrů na realizaci podnikatelských záměrů malých podnikatelů, a tím přispět ke zlepšení hospodářské a sociální situace v těchto regionech.

⁵⁰ *CzechInvest : Agentura pro podporu podnikání a investic* [online]. 1994-2010 [cit. 2010-02-04].

Dostupné z WWW: <<http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>>.

⁵¹ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 66 - 72.

⁵² VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 78 - 82.

Provoz

Cílem programu je podpořit zachování a další rozvoj malého podnikání na vymezeném území pomocí provozních úvěrů na realizaci podnikatelských záměrů malých podnikatelů a přispět ke zlepšení hospodářské a sociální situace území.

Regenerace

Cílem programu je poskytnout malým podnikatelům působícím v památkových rezervacích a zónách příspěvek na úhradu úroků ve výši 3 %. Podmínkou je zvýšení počtu zaměstnanců o 1 osobu na každé započaté 2 mil. Kč podpořeného úvěru. Tímto opatřením a podporou by se měla zvýšit přitažlivost malého podnikání a zaměstnanost na vymezeném území, a tím přispět ke zlepšení hospodářské situace v tomto území.

Region

Cílem programu je zvýšit přitažlivost malého a středního podnikání a zaměstnanost ve strukturálně postižených regionech na vymezeném území, a tím přispět ke zlepšení hospodářské a sociální situace v tomto území.

Regiozáruka

Cílem je zvýhodnit podmínky přístupu k bankovnímu úvěru malým a středním podnikatelům na území strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionů.

Vesnice

O zařazení do programu může požádat jakýkoli drobný podnikatelský subjekt, tj. s počtem zaměstnanců méně než 10 se sídlem v ČR, který realizuje nebo hodlá realizovat svůj podnikatelský záměr na území obce do 2999 obyvatel podle publikace Českého statistického úřadu „Malý lexikon obcí ČR 2000“. Program umožní poskytnout těmto podnikatelským subjektům příspěvek ve výši 5 % úroku z bankovního úvěru určeného na realizaci podnikatelského projektu.

Rekonstrukce

Cílem programu je vytvářet zvýhodněné podmínky pro obnovu činnosti MSP mimo zemědělskou a lesnickou prvovýrobu, které byly v roce 2002 postiženy povodní na území vymezeném podle zákona č. 12/2002 Sb., o státní pomoci při obnově území postiženého živelní nebo jinou pohromou.

Obnova

Cílem programu je urychlit ekonomickou a sociální revitalizaci povodněmi zasažených oblastí prostřednictvím nebankovních zvýhodněných půjček, poskytovaných

poškozeným malým podnikům. Půjčky jsou určeny především na opravy a nákup strojů, zařízení, materiálu, zásob a na rekonstrukci provozoven, kterým vznikla povodňová škoda přesahující 10 % hodnoty jejich aktiv k 31. 12. 2001.

2.6.1 Regionální instituce podpory MSP⁵³

Jak již bylo uvedeno, podporou malých a středních firem v rámci regionů se zabývá Ministerstvo pro místní rozvoj. Existují však další instituce, které se regionální podporou zabývají. Jsou to:

Podnikatelská a inovační centra

Cílem činnosti BIC, která se nacházejí ve všech regionálních městech v ČR, je poskytovat pomoc zejména novým, technologicky orientovaným MSP v počáteční fázi jejich rozvoje. Formou podpory jsou konzultační a poradenské služby zahrnující i zlepšený přístup k informacím o nových technologiích, o poskytování malých půjček v programu nebankovních úvěrů pro malé podniky. Půjčky musí směřovat na zlepšení konkurenceschopnosti podniku, rozvoj výroby nebo technologie. Posuzuje se rizikovitost projektu. Výše úvěru se pohybuje obvykle v rozmezí 0,3 až 1 mil. Kč, doba splatnosti do čtyř let. Problémem je limitování zdrojů na tyto půjčky (pochází ze Státního rozpočtu ČR) a je obvyklé, že poskytování půjček zastaví již po prvním čtvrtletí roku. Důležitou činností center je také jejich spolupráce s úřady práce na vytváření nových pracovních míst a vytváření nových firem. Na úrovni regionu spolupracují s orgány místní samosprávy, s Hospodářskou komorou, s podnikatelskými sdruženími a ostatními organizacemi zabývajícími se problematikou podnikání.

Euro Info centra

Ta budou pokračovat ve své činnosti v rámci sítě těchto center EU a budou podporována z prostředků EU pro tato centra. Informační a konzultační služby těchto center budou podporovat rozvoj spolupráce MSP v zemích EU.

Regionální fondy podpory podnikání

Regionální fondy podpory podnikání jsou vytvářeny v souladu s potřebami a možnostmi regionů jako nástroje soustředění finančních prostředků využívající v maximální možné míře spolupráci s ostatními institucemi podpory podnikání v regionu.

⁵³ VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3. str. 78 – 84.

Národní diskusní skupina

Dále by měla být rozvíjena činnost Národní diskusní skupiny, poradního orgánu Ministerstva průmyslu a obchodu pro MSP, která je složena ze zástupců Hospodářské komory, podnikatelských a zaměstnavatelských svazů, zástupců podnikatelů a státní správy.

Agentura pro podporu podnikání a investic Czech Invest a Czech Trade se také svou činností podílí na regionální podpoře malého a středního podnikání, jejich činnost byla popsána výše.

Po vstupu České republiky do Evropské unie se pro podnikatele rozšířily možnosti čerpání finančních prostředků, a to prostřednictvím strukturálních fondů. V rámci této podpory jsou zpracovány programové dokumenty, tzv. operační programy.

2.7 Operační program Podnikání a inovace 2007 – 2013

Operační program

Operační program je dokument schválený Evropskou komisí a určený pro realizaci Rámce podpory Společenství. Obsahuje souvislý soubor priorit zahrnujících víceletá opatření. Může být financován z jednoho nebo více fondů, z jednoho nebo více různých stávajících finančních nástrojů a Evropské investiční banky. Operační program je doplněn tzv. programovým dodatkem, který slouží k implementaci programových dokumentů a který obsahuje detailní prvky na úrovni opatření. Vypracovává ho členský stát nebo Řídící orgán a posílá se pro informaci Evropské komisi. Rámec podpory společenství pak celý proces zastřešuje a koordinuje. V České republice je Řídícím orgánem Rámce podpory Společenství Ministerstvo pro místní rozvoj. Nese celkovou odpovědnost za účinnost, správnost řízení a provádění pomoci poskytované ze strukturálních fondů ČR a je odpovědné za věcnou koordinaci pomoci v rámci strukturální politiky EU a komunikaci s EK. Řídícími orgány jednotlivých operačních programů jsou příslušná ministerstva, která zřizují vlastní Zprostředkující subjekty daného operačního programu.⁵⁴

⁵⁴ BŘÍZA, J., PAVLÍKOVÁ, J. *Peníze, zdravotnictví, malé a střední podnikání a možnosti získávání finančních prostředků z Evropské unie*. Praha: Eurolex Bohemia, 2006. 175 s. ISBN 80-86861-87-2. str. 64 – 65, 73.

Operační program Podnikání a inovace 2007 - 2013

Je základním programovým dokumentem Ministerstva průmyslu a obchodu ČR pro čerpání finančních prostředků, a to jak ze strukturálních fondů EU, tak ze zdrojů státního rozpočtu v letech 2007 – 2013. **Globálním cílem OPPI** je zvýšit do konce programovacího období konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb úrovni předních průmyslových zemí Evropy. K dosažení globálního cíle budou finanční prostředky v rámci operačního programu koncentrovány na vymezené prioritní osy, charakterizující jednotlivé specifické cíle. Specifických cílů je dosahováno pomocí podpory určitých oblastí v rámci speciálně vytvořených programů podpory. Prostřednictvím těchto programů se realizuje konkrétní podpora podnikatelských subjektů.⁵⁵ Struktura Operačního programu Podnikání a inovace je uvedena v příloze č. 3.

2.7.1 Vybrané programy z OPPI 2007 – 2013

V Operačním programu Podnikání a inovace 2007 - 2013 je vymezeno celkem 7 prioritních os a na jejich základě 15 programů podpory. V následujícím textu je stručně popsáno několik z nich.

Záruka

Cílem programu je pomocí zvýhodněných záruk a zvýhodněných záruk s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru usnadňovat zejména realizaci podnikatelských projektů malých a středních podnikatelů zaměřených na investice a zvyšovat tak konkurenceschopnost těchto podnikatelů. Důraz bude kladen na podporu projektů malých podnikatelů v regionech se soustředěnou podporou státu.⁵⁶

Start

Cílem programu je umožnit realizaci podnikatelských záměrů osob vstupujících do podnikání poprvé nebo s delším časovým odstupem, a to poskytnutím podpory ve formě bezúročného úvěru nebo zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru.⁵⁷

⁵⁵ Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument12175.html>>.

⁵⁶ Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument68939.html>>.

⁵⁷ Ministerstvo průmyslu a obchodu [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument31887.html>>.

Marketing

Cílem programu je posílení mezinárodní konkurenceschopnosti malých a středních podniků se sídlem v ČR prostřednictvím individuálních účastí na zahraničních veletrzích a výstavách, prezentace České republiky na specializovaných veletrzích a výstavách v zahraničí s individuální účastí podniků organizované Českou agenturou na podporu obchodu, CzechTrade a podpora aliančních činností malých a středních podniků. Dále program povede k rozvoji infrastruktury pro zvýšení objemu a kvality informačních, vzdělávacích, asistenčních a poradenských služeb poskytovaných Českou agenturou na podporu obchodu; současně povede k zesílení synergií služeb agentury CzechTrade a dalších služeb státu poskytovaných v oblasti mezinárodního obchodu.⁵⁸

Potenciál

Cílem programu je podpora zavádění a zvyšování kapacit společností pro realizaci výzkumných, vývojových a inovačních aktivit a zároveň i zvýšení počtu společností, které provádějí vlastní výzkum, vývoj a inovaci. Program si dále klade za cíl prohloubení spolupráce společností s výzkumnými a vývojovými organizacemi, tvorbu kvalifikovaných pracovních míst a tím rozvoj znalostní ekonomiky, zlepšení podmínek pro zapojení společností do národních i evropských programů výzkumu a vývoje, a trvalé zvyšování konkurenceschopnosti české ekonomiky.⁵⁹

2.8 Metodologická východiska

Metoda je vědecký postup umožňující získávání poznatků. Z filozofického hlediska jde o souhrn požadavků a principů, které musí být zachovány při zkoumání určité oblasti skutečnosti. Je to způsob nějakého účelného jednání, nějaké činnosti vůbec. Metodu můžeme též vyjádřit jako postup. Metodika je nauka o metodě vyučování v určitém oboru (nověji zvaná též teorie vyučování). Metodikou můžeme nazvat také pracovní postup.⁶⁰

K vypracování praktické části diplomové práce budou použity metody popsané v následujícím textu.

⁵⁸ *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument27685.html>>.

⁵⁹ *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument39247.html>>.

⁶⁰ KLIMEŠ, L. *Slovník cizích slov*. 7.vyd. Praha: SPN, 2005. 829 s. ISBN 80-7235-272-5. str. 463.

2.8.1 PEST analýza

Analýza PEST vychází z bližší specifikace skutečností důležitých pro vývoj vnějšího prostředí organizace a posuzuje se při ní, jakým způsobem se tyto faktory mění v čase. Poté se odhaduje, do jaké míry se v důsledku těchto změn zvyšuje či snižuje jejich důležitost. Posuzované faktory spadají do čtyř skupin – politickoprávní, ekonomické, sociální a technické. Podrobnější vymezení jednotlivých faktorů je uvedeno v tabulce v příloze č. 4. Protože sledování a analýza popsanych faktorů mohou poskytnout relativně mnoho informací o vnějším okolí organizace, je vhodné tyto informace selektivně rozdělit podle jejich důležitosti a ty nejdůležitější se pokusit podrobně rozebrat. Při tomto rozboru je vhodné zároveň definovat důvody, které vedly ke změně ve vývoji faktoru v čase, a odhadnout míru jejich vlivu jednak s ohledem na daný faktor a zároveň na prostředí jako celek. Variantou metody PEST je analytický postup označovaný jako analýza PEST – EL, která ve vnějším okolí určuje a posuzuje šest základních faktorů – politické, ekonomické, sociální a demografické, technické a technologické, environmentální, legislativní.⁶¹

2.8.2 SWOT analýza

Analýza SWOT navazuje na známé modely S-C-P (Structure – Conduct – Performance), které byly vyvinuty pro tvorbu strategie. Chceme-li si přiblížit metodu SWOT, je možné vyjít z typické definice strategie, která strategii považuje za vytvoření budoucího způsobu řízení organizace, který buď zachová, nebo zlepšit její konkurenční postavení. Dobrá strategie je pak ta, která neutralizuje hrozby vnějšího prostředí, dovoluje využít budoucích příležitostí, těží ze silných stránek firmy a odstraňuje nebo neutralizuje její slabé stránky. Metoda SWOT je založena na kombinaci **silných stránek** firmy (strengths), **slabých stránek** firmy (weaknesses), **příležitostí** v okolí firmy (opportunities) a **hrozeb** okolí (threats). Je zřejmé, že tyto faktory se budou lišit případ od případu a v závislosti na tom do jakého typu odvětví firma patří a v jakém stadiu životnosti se odvětví nachází. Při analýze budoucích **hrozeb** okolí je třeba vycházet jak z hrozeb makro, tak mikrookolí firmy. **Příležitosti** jsou ve většině případů chápány jako příležitosti, které pomohou firmě neutralizovat hrozby, jednak jako růstové a rozvojové příležitosti vyplývající z charakteru okolí. Ve druhém případě bude charakter příležitostí závislý na tom, zda půjde o odvětví ve fázi zralosti, odvětví na sestupu nebo zda půjde o mezinárodní či dokonce globální trhy. Přestože okolí firmy je bezpochyby velice silným faktorem

⁶¹ VEBER, J., et al. *Management: Základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0. str. 537 - 538.

ovlivňujícím tvorbu její strategie, ukazuje se, že nemůže být faktorem jediným, ale musí být brány v úvahu i silné a slabé stránky firmy a její vnitřní zdroje. Struktura SWOT analýzy je zobrazena v příloze č. 4.

Kombinací příležitostí a hrozeb okolí a silných a slabých stránek firmy pak vznikají různé varianty budoucího strategického chování, přičemž vždy je nutné vzít v úvahu, že jde o budoucí vývoj, tzn. že jak silné a slabé stránky, tak i příležitosti a hrozby je nutno chápat dynamicky, zvažovat alternativy budoucího růstu, stagnace nebo možného zhoršení těchto faktorů. Bez ohledu na organizační úroveň, na které je analýza SWOT aplikována, pak lze určit tzv.: **ideální** podnikatelskou jednotku (velké příležitosti a malá ohrožení), **spekulativní** podnikatelskou jednotku (velké příležitosti i velká ohrožení), **vyzrálou** podnikatelskou jednotku (malé příležitosti a malá ohrožení), **znepokojující** podnikatelskou jednotku (malé příležitosti a malá ohrožení). Podle charakteru odvětví a vzniklých kombinací vnitřních i vnějších stránek pak lze pro organizaci volit různé typy strategií, které vycházejí na základě analýzy SWOT ze čtyř možných zjednodušených přístupů.⁶²

2.8.3 *Technika dotazování*

Dotazovací techniky zajišťují hromadné údaje o sociálních jevech prostřednictvím informací ze subjektivního světa lidí. Tato zprostředkovanost objektivního světa přes vědomí člověka a jeho výpověď je také největší slabinou těchto technik a jsou z tohoto důvodu nejčastěji kritizovány. Stanovená pravidla jejich použití se snaží tyto nedostatky minimalizovat, neboť zjištění získaná prostřednictvím dotazníků, anket a interview lze dobře statisticky zpracovávat, a proto jsou tyto techniky velmi často používány. Je tedy nezbytné využít všechny dostupné nástroje a postupy objektivizace těchto subjektivních výpovědí o objektivních skutečnostech.

Dotazník je určen k předání pro vyplnění konkrétním osobám, od kterých se dotazníky vybírají, a to rovněž organizovaně. Respondenti, kterým jsou dotazníky osobně předány, se cítí vůbec výzkumníkům a k výzkumu více zavázáni, tato zavázanost se dále vhodnými psychologickými přístupy posiluje, a je proto možné od respondentů požadovat větší množství a více podrobných informací. To je ostatně možné i z toho důvodu, že předmět a objekt výzkumu jsou v tomto případě v těsném vztahu, a také proto, že vyplňování dotazníků bývá mnohdy zorganizováno jako samostatná akce, na kterou je

⁶² VEBER, J., et al. *Management: Základy, moderní manažerské přístupy, výkonnost a prosperita*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0. str. 533 - 534.

vyhrazen určitý čas. V dotazníku proto může být až do 200 znaků (jednotlivých jednoduchých otázek). Základním stavebním prvkem dotazníku jsou otázky. Z hlediska vnější formy mohou být otázky dotazníku otevřené, uzavřené nebo polootevřené. **Otázka otevřená** má podobu pouhého dotazu s možností volného vyjádření odpovědi. Používá se tam, kde je nutné znát celou šíři možných odpovědí, kde není dostatek poznatků pro to, aby mohly být možné odpovědi předem zformalizovány. Její nevýhodou je její obtížnější zpracování, pro které musí být odpovědi zformalizovány dodatečně. **Otázka uzavřená** má zformulován dotaz i varianty odpovědí (vyčerpávající daný problém z hlediska respondenta). Dobře se zpracovávají, ale jejich prostřednictvím není možné registrovat výrazné kvalitativní změny spojené s tím, že se vyskytne nový, dříve neidentifikovaný jev. V **otázce polootevřené** je zformulován dotaz a uvedeny varianty odpovědí, přičemž jedna varianta není zformalizována a poskytuje respondentovi možnost vyjádřit se volně. Tím má být eliminován základní nedostatek uzavřené otázky, od níž se z praktického hlediska, tj. z hlediska jejích výhod neliší.⁶³

2.8.4 *Tvorba hypotéz*

Hypotézy jsou opodstatněné domněnky, které vycházejí z teoretické analýzy problému, přičemž popis problému je v hypotézách ve shodě s teorií doplňován nebo rozvíjen. Hypotézy mají podobu jednoduchých tvrzení, ve kterých jsou za pomoci jednoznačně definovaných pojmů formulována očekávaná zjištění. Hypotézy mohou vyjadřovat předpokládanou existenci sociálních jevů nebo některých jejich stránek, tendenci ve vztazích mezi sociálními jevy, proměnu jevu v čase nebo při působení předpokládaného faktoru apod. Hypotéza plní v procesu sociologického poznání následující funkce:

- shrnuje dosavadní úroveň poznání zkoumaného problému,
- je výpovědí o této úrovni, je prvním bodem návodu realizace výzkumu, nástrojem, který usměrňuje použití výzkumných technik a vymezuje oblasti jejich použití,
- je nástrojem spojení teoretické a empirické složky poznání,
- umožňuje rozpracování obecných pojmů a jejich převedení do roviny sledovatelných znaků.

⁶³ NOVÝ, I. – SURYNEK, A. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada Publishing, 2002. 192 s. ISBN 80-247-0384-X. str. 84 - 87.

V tomto smyslu je tedy hypotéza shrnutím předcházejících poznávacích postupů a současně ukazatelem orientace další práce. V průběhu sociologického výzkumu dochází k ověřování formulovaných hypotéz, tzn. k jejich potvrzení nebo vyvrácení. Oba výsledky mají obdobnou informační hodnotu a vypovídají o stavu řešeného problému.⁶⁴

2.9 Shrnutí teoretické části

Při zpracování diplomové práce je důležité vymezit a popsat teoretická východiska, týkající se zvolené problematiky. V práci byla tedy nejdříve popsána oblast malého a středního podnikání, na kterou navazují základní pojmy. Tyto se týkají podnikání, podniku, podnikatele a podnikatelského prostředí, a to z pohledu různých autorů. Dále byly definovány pojmy znalosti a inovace, jež v současné době stále nabývají na významu a přispívají k rozvoji podnikání. Ten je v nemalé míře podpořen podnikatelskou infrastrukturou, která se skládá z množství institucí. V další části práce je charakterizována podpora malých a středních firem v České republice v její současné podobě, včetně vybraných plošných i regionálních programů podpory malého a středního podnikání a celostátních i regionálních institucí, které se podporou podnikání zabývají. Poslední část se zaměřuje na metodologická východiska, která budou použita v praktické části diplomové práce.

⁶⁴ NOVÝ, I. – SURYNEK, A. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada Publishing, 2002. 192 s. ISBN 80-247-0384-X. str. 78 - 79.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

Následující část práce se zaměřuje na podnikatelské inkubátory v České republice, konkrétně bude představen podnikatelský inkubátor ve Zlínském kraji. Pomocí PEST analýzy bude proveden rozbor makroekonomického prostředí ve Zlínském kraji. S použitím SWOT analýzy budou definovány silné a slabé stránky, příležitosti a ohrožení konkrétního podnikatelského inkubátoru. Na základě dotazníkového šetření bude zjištěno, zda-li má podnikatelská veřejnost povědomí o podnikatelských inkubátorech a jejich fungování.

3.1 Podnikatelské inkubátory v ČR

Počátek vzniku podnikatelských inkubátorů spadá na přelom 70. a 80. let 20. století, a to především do vyspělých zemí západní Evropy a USA. V obou teritoriích došlo k rychlému nárůstu nezaměstnanosti a k úpadku tradičních průmyslových odvětví. Bylo třeba navrhnout a uplatnit novou strategii, která by dokázala oživit upadající průmyslová odvětví, regiony a obce. Strategie byly široce charakterizované s důrazem na přístup „shora-dolů“, spoléhající se na zahrnutí vnějších faktorů a veřejných zásahů k transferu nadbytečného volného kapitálu a práce od rozvinutých k upadajícím regionům, který směřuje k obrácenému efektu „zdola nahoru“, který měl zajistit maximalizaci domácího potenciálu pro ekonomický rozvoj. Ve stejné době začaly být podnikatelské inkubátory používány jako nástroj podpory inovací a transferu technologií.⁶⁵

V bývalém Československu vykonávali činnost předchůdci dnešních podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků již na přelomu 80. a 90. let. K výraznějšímu rozvoji podnikatelské infrastruktury došlo během let devadesátých, rozmach lze zaznamenat po roce 2000, zejména po vstupu České republiky do Evropské unie v roce 2004.

Ucelený seznam podnikatelských inkubátorů neexistuje. Některé jsou však zaregistrované v Katalogu vědeckotechnických parků ČR, který provozuje Společnost vědeckotechnických parků ČR.

⁶⁵ *Benchmarking of Business Incubators*. European Commission Enterprise Directorate-General [online]. 2002. Dostupné z: WWW: <http://www.bii.ge/eng/studies_&_Papers/%5B1%5D.benchmarking_bi_part_one_2002.pdf>.

3.1.1 Společnost vědeckotechnických parků ČR (SVTP ČR)

Je dobrovolné sdružení fyzických a právnických osob se sídlem v Praze. Jejím cílem je vytváření předpokladů pro přípravu a provoz vědeckotechnických parků. A to například prostřednictvím získávání institucí a osobností pro záměry přípravy a provozu vědeckotechnických parků (dále jen VTP), propagace této myšlenky ve sdělovacích prostředcích; podněcování legislativních a organizačních předpokladů budování VTP - zakládání a rozvoj malých inovačních firem; podpora vzniku národní sítě VTP ČR vytvářené akreditovanými VPT ČR, podpora vzniku středisek technologického transferu; organizování vzdělávací a poradenské činnosti, ediční a vydavatelské činnosti VTP ČR; navazování oficiálních kontaktů se zahraničními asociacemi VTP ČR.⁶⁶

Termín vědeckotechnický park je v České republice používán od roku 1990 souhrnně pro všechny druhy parků (center). Rozeznáváme tři hlavní typy:

- vědecký park,
- technologický park,
- podnikatelské a inovační centrum.⁶⁷

Zakladateli mohou být státní a regionální orgány, univerzity, výzkumné a vývojové organizace, průmyslové podniky, hospodářské komory, finanční instituce, soukromé firmy, sdružení a svazy.⁶⁸

Katalog vědeckotechnických parků ČR

Katalog spravuje Společnost vědeckotechnických parků ČR, je dostupný v elektronickou podobě na adrese <http://www.svtp.cz> a jsou v něm zařazeny jak akreditované, tak další provozované vědeckotechnické parky i podnikatelské inkubátory. Akreditace VTP byla zavedena z důvodu dynamického nárůstu vznikajících VTP, které však z nejrůznějších důvodů neplnily svou hlavní funkci (inkubační a inovační). Společnost akredituje jednotlivé VTP od roku 1994, od roku 2001 se akreditace uděluje na 2 roky. Podmínky akreditace jsou určovány pro každou etapu – dvouletá akreditační doba. Akreditační komise, kterou ustanovuje výbor SVTP ČR při kontrole plnění podmínek akreditace posuzuje jednotlivé VTP, závěry a doporučení z kontroly předkládá výboru

⁶⁶ Společnost vědeckotechnických parků ČR [online]. 2010 [cit. 2010-03-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/stanovy.php>>.

⁶⁷ Mezi nimi i členové sítě European Business and Innovation Centre Network – BIC.

⁶⁸ Společnost vědeckotechnických parků ČR [online]. 2010 [cit. 2010-03-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/ospolecnosti.php>>.

SVTP ČR, který na jejich základě udělí či neudělí akreditaci. Při posuzování, jak jednotlivé VTP splňují podmínky akreditace vychází komise z informací uvedených o konkrétním VTP v elektronickém katalogu na webových stránkách SVTP ČR.⁶⁹

Podmínky akreditace

V současnosti je aktuální 10. etapa akreditace k 31. 12. 2009 s platností od 1. 1. 2010 do 31. 12. 2011, tzv. průběžná akreditace. Kritéria a hlavní cíle akreditace jsou:

- vyřešené otázky majitel – zakladatel – provozovatel,
- inkubátor malých a středních inovačních firem (minimálně 5 inovačních firem),
- transfer technologií (minimálně 2 úspěšné transferové projekty),
- výchova k inovačnímu podnikání (uvést formy účasti v rámci jednotlivých typů přípravy odborníků),
- kvalitní technické a poradenské služby (uvést výčet poskytovaných služeb s jejich hodnocením),
- aktivní součást inovační infrastruktury (uvést jakou roli v rámci regionální inovační struktury VTP plní),
- členství VPT ve SVTP ČR s uvedením této informace na webových stránkách VTP s odkazem na SVTP ČR.⁷⁰

Ke dni 19. 3. 2010 je akreditováno 12 vědeckotechnických parků, dalších 33 je provozovaných a přibližně 33 připravovaných, z nichž tři jsou známé, další budou do katalogu doplňovány postupně. V tabulce 3.1 je uveden seznam podnikatelských inkubátorů v České republice, vypracovaný na základě údajů v Katalogu vědeckotechnických parků ČR. Vzhledem k tomu, že ne každý vědeckotechnický park je zaregistrován v tomto katalogu, může se skutečný stav podnikatelských inkubátorů od stavu uvedeného pro potřeby této práce lišit. Oficiální databáze totiž neexistuje. Podnikatelské inkubátory jsou seřazeny podle krajů a měst. Tučně zvýrazněné podnikatelské inkubátory jsou akreditované k 19. 3. 2010, podnikatelské inkubátory zvýrazněné kurzívou jsou ve fázi příprav.

⁶⁹ ŠVEJDA, Pavel. *Akreditace VTP v ČR* [online]. 17. 01. 2003 [cit. 2010-03-13]. Společnost vědeckotechnických parků ČR. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/view.php?cisloclanku=2003011701>>.

⁷⁰ ŠVEJDA, Pavel. *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 10. 12. 2009 [cit. 2010-03-13]. Zápis z 19. jednání komise pro akreditaci vědeckotechnických parků v ČR. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/view.php?cisloclanku=2009121003>>.

Tab. 3.1: Podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky v ČR

Kraj	Město	Vědeckotechnický park
Hl.město Praha	Praha	Technologické inovační centrum ČKD Praha
		Technologické centrum Akademie věd ČR
		TIC ČVUT Praha
		Vědeckotechnický park VZLÚ Praha, a.s.
		Inovační biomedicínské centrum ÚEM AV ČR
Středočeský	Panenské Břežany	Inovační technologické centrum - VÚK, a.s.
	Husinec - Řež	Vědecko technický park Řež
	Rumburk	Podnikatelské centrum RUMBURK, VTP, s.r.o.
	Nymburk	Podnikatelský inkubátor Nymburk, p.o.
	Zeleneč - Mstětice	VTP Mstětice, a.s.
	Březno	VYRTYCH - Technologický park a inkubátor, s.r.o.
	Dobříš	<i>Centrum aplikovaného výzkumu Dobříš, a.s.</i>
Jihočeský	České Budějovice	Jihočeský vědeckotechnický park ČB
		Vědeckotechnický park Agrien, s.r.o.
	Nové Hrady	Akademické a univerzitní centrum
	Třeboň	Třeboňské inovační centrum (TIC)
Plzeňský	Plzeň	BIC Plzeň, s.r.o.
		6th RIVER-Plzeňský VTP, a.s.
Karlovarský	Karlovy Vary	Technologický park Karlovy Vary, s.r.o.
Ústecký	Most	Podnikatelské a inovační centrum Most
	Chomutov	Technologický park Chomutov o.p.s.
Liberecký	Liberec	Technologický park při VÚTS Liberec, a.s.
Královehradecký	Dvůr Králové n.L.	CTTV - INOTEX, s.r.o.
	Hradec Králové	TECHNOLOGICKÉ CENTRUM Hradec Králové
Pardubický	Pardubice	TechnoPark Pardubice, k.s.
Vysočina	Havlíčkův Brod	Podnikatelský a inovační park H.Brod, s.r.o.
Jihomoravský	Brno	BIC Brno, s.r.o.
		INBIT Brno
		Podnikatelský inkubátor Brno - Jih
		Středisko rozvoje IT OLLI, s.r.o.
		Technologický inkubátor VUT a TI2 v Brně
		Vědeckotechnický park JMK
		<i>BIC Brno, Podnikatel.a inovační centrum, s.r.o.</i>
Olomoucký	Olomouc	Vědeckotechnický park UP v Olomouci
		<i>Jádro Inovačního centra Olomouc, a.s.</i>
	Šumperk	Podnikatelský a inovační park Agritec, s.r.o.
Zlínský	Zlín	Technologické inovační centrum, s.r.o.
		Vědeckotechnický park při UTB ve Zlíně
	Slavičín	Podnikatelské centrum Slavičín, a.s.
	Kroměříž	Podnikatelský inkubátor Kroměříž, s.r.o.
	Vsetín	Podnikatelský inkubátor Vsetín
Moravskoslezský	Ostrava	BIC Ostrava, s.r.o.
		Vědecko - technologický park Ostrava, a.s.
		Podnikatelský inkubátor při VŠB-TU Ostrava
	Fulnek	Podnikatelský inkubátor RVP Invest, a.s.
	Třinec	Podnikatelský inkubátor STEEL IT
	Petrovice u Karviné	Vědecko technologický park Dakol, s.r.o.
	Žilina	Vědecko-technologický park Žilina

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z Katalogu VTP ČR

3.2 Technologické inovační centrum s.r.o., Zlín

Podnikatelský inkubátor ve Zlíně funguje jako součást Technologického inovačního centra s.r.o., které bylo založeno 2. května 2005 Univerzitou Tomáše Bati a Zlínským krajem.

Technologické inovační centrum je akreditovaným členem Společnosti vědeckotechnických parků ČR. Činnost byla zahájena 1. 12. 2006. Mezi jeho hlavní činnosti patří: provozování podnikatelského inkubátoru a vědeckotechnického parku, provozování Podnikatelského inovačního centra Zlín, podpora transferu technologií mezi univerzitami a průmyslovou praxí, poradenství v oblasti ochrany duševního vlastnictví, vytváření podmínek pro vznik a vývoj klastrů.

Hlavním cílem celé společnosti je: *„Naplňovat strategii ekonomického rozvoje Zlínského kraje, vytvářet podmínky pro vznik a rozvoj inovačních firem, pro využívání výsledků výzkumu a vývoje v podnikatelské praxi s důrazem na high-tech technologie a pro rozvíjení nových oborů, technologií a služeb. Vytvořit nástroje podpory inovačních aktivit, které umožní stimulovat ekonomický růst a prosperitu regionu, zvýší konkurenceschopnost místních firem a přispějí ke vzniku a udržení vysoce kvalifikovaných pracovních míst.“*⁷¹

Sídlem společnosti je zrekonstruovaná 23. budova v bývalém areálu Baťových závodů, která se nachází v blízkosti centra města Zlína i spoluvlastníka Univerzity Tomáše Bati. To je vhodně situovaná lokalita pro samotné podnikatele i jejich klienty. Pro vizuální představu exteriéru a interiéru budovy slouží obrázky v příloze č. 5.

Aktivity Technologického inovačního centra, s.r.o.

TIC s.r.o. kromě provozování výše zmíněných institucí věnuje i dalším aktivitám. Mezi ně patří **dotiční management** v oblasti přípravy a řízení projektů finančních ze strukturálních fondů EU, a to ve všech jeho fázích. Dále nabízí **poradenské a konzultační služby** pro podnikatele, a to v širokém záběru od založení firmy, přes účetnictví, právo, daně, marketing až po poradenství v oblasti ochrany duševního vlastnictví, transferu technologií či vyhledávání vhodných zdrojů financování. TIC se zaměřuje také na **vzdělávání**. Pro firmy pořádá vzdělávací semináře a odborná školení, se zaměřením zejména na inovace, ochranu duševního vlastnictví, projektový management, legislativu (zákoník práce, obchodní zákoník) či právní úpravu obchodování mezi ČR a SR.

⁷¹ TIC Zlín : Technologické inovační centrum [online]. 2007-2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.ticzlin.cz/poslani-spolecnosti.php>>.

Projekty Technologického inovačního centra, s.r.o.

Kromě vykonávání výše uvedených aktivit vytváří TIC řadu dalších projektů. Mezi nimi např. soutěž „**Inovační firma Zlínského kraje**“ jež má za cíl ocenit podnikatele, kteří se snaží nejvíce inovovat své podnikatelské činnosti, a to v kategoriích malých, středních i velkých podniků. Dalším počinem je letos již třetí ročník soutěže pro studenty středních a vysokých škol s názvem „**Nejlepší podnikatelský záměr 2009/2010**“ jehož cílem je podpořit a odměnit tvůrčí myšlení studentů a jejich schopnosti vytvořit realizovatelný podnikatelský záměr. Dalším projektem financovaným z Operačního programu Přeshraniční spolupráce Slovenská republika – Česká republika 2007 – 2013 je „**Trenčiansko–zlínská inovační platforma**“. Cílem tohoto projektu je vytvoření dlouhodobé mezinárodní spolupráce institucí podporujících vznik a vývoj inovačního podnikání, transferu technologií, firemního výzkumu pro technologicky zaměřené malé a střední firmy. TIC s.r.o. je také zpracovatelem a provozovatelem „**Inovačního portálu**“, dostupném na <http://www.inovacnipodnikani.cz>. Cílem tohoto portálu je zvýšit informovanost firem i veřejnosti o inovacích a inovačním podnikání ve Zlínském kraji.

Technologické inovační centrum ve Zlíně vydává několikrát ročně Informační zpravodaj, který se zaměřuje aktuální dění ve všech odděleních TIC, nové výzvy operačních programů a nové výzvy evropských fondů. Na internetových stránkách TIC je možné nastavit zasílání tohoto zpravodaje na emailovou adresu. V současné době je vydáván Inovační bulletin, který je zaměřený na aktuality z oblasti výzkumu a vývoje, inovací a inovačních aktivit ze Zlínského kraje a Trenčianského regionu, který po dobu svého vydávání Informační zpravodaj nahrazuje.

3.2.1 Podnikatelské inovační centrum

Technologické inovační centrum nebylo zřízeno pouze pro aktivity podnikatelského inkubátoru, vědeckotechnického parku a centra pro transfer technologií. Záměrem bylo vytvořit ve Zlínském kraji jedinečné centrum pro komplexní podporu inovačního podnikání. Část budovy byla proto poskytnuta Podnikatelskému inovačnímu centru, kde sídlí instituce na podporu podnikání, regionálního rozvoje a celoživotního vzdělávání.

- Czech Invest – agentura pro rozvoj podnikání a investic,
- Eurocentrum – informační centrum o Evropské unii,
- Marlin B & V s.r.o. – centrum celoživotního vzdělávání,

- MCI SERVIS s.r.o. – zadavatelská činnost, organizování veřejných zakázek,
- Region Bílé Karpaty – podpora přeshraniční spolupráce, správce Fondu mikroprojektů,
- Regionální podpůrný zdroj – podpora malého a středního podnikání a obcí,
- Regionální rozvojová agentura Východní Moravy – podpora regionálního rozvoje,
- Obchodní a hospodářská komora ve Zlíně – poradenské, vzdělávací a projektové služby pro podnikatele.

3.2.2 Podnikatelský inkubátor

Podnikatelský inkubátor fungující při TIC s.r.o. Zlín vznikl jako první svého druhu ve Zlínském kraji. Zaměřuje se na studenty a absolventy Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a dalších škol v regionu, na jednotlivce se zájmem o zahájení podnikání, na začínající podnikatele či firmy s krátkou dobou podnikání, spin-off⁷² a start-up firmy⁷³.

Cílem podnikatelského inkubátoru je podpořit začínající firmy s dobrým podnikatelským záměrem a vytvořit zázemí pro jejich rozvoj.

Nabízené služby

Služby, které podnikatelský inkubátor nabízí jsou jak technické a servisní, tak vzdělávací, poradenské a konzultační. Jsou zajišťovány buď samotnými zaměstnanci podnikatelského inkubátoru nebo ve spolupráci s externími poradci. Poradenský tým Technologického inovačního centra má celkem 11 členů, z toho tři jsou zaměřeni přímo na oddělení podnikatelského inkubátoru a vědeckotechnického parku. Ti podle zaměření tématu spolupracují s ředitelkou TIC, či konzultanty z oddělení spolupráce s průmyslovou praxí (odborníci na klastry, inovace, transfer technologií). Další tři pracovníci zajišťují chod administrativně správního oddělení, jsou to pracovnice administrativy, recepční a správce budovy. V budově je také kontaktní místo MYTO.CZ, jehož správu zajišťuje jedna pracovnice.

Nájemné za jeden metr čtvereční kancelářských, výrobních a ostatních ploch činí 1000 Kč ročně. Nájemné, bezpečnostní a úklidové služby, telefon, fax a podatelna jsou

⁷² Založení nové firmy přenesením know-how a technologií z původní společnosti, jejich transformace do nových výrobků a služeb. Za účasti vysokých škol, vědeckotechnických parků, odborníků.

⁷³ Založení nové firmy s originálním know-how, které ještě nezahájily prodej svých výrobků či služeb, nerealizují zisk. Financování je spojeno s propagací produktu.

zpoplatněny paušálně. Vedlejší náklady jako vytápění, elektřina apod. jsou hrazeny podle spotřeby. Inkubovaným firmám jsou poskytovány dotace na nájemné, a to ve výši 50 % v prvním roce, 40 % ve druhém roce a 30 % ve třetím roce. Pro klienty podnikatelského inkubátoru je také poskytována sleva 50 % na pronájem prezentačního sálu i techniky a sleva 75 % na pronájem zasedací místnosti i techniky, které jsou součástí nabídky služeb TIC. Užitná plocha celého vědeckotechnického parku (včetně PI) je 2415 m². Velikost prostor pronajímaných inkubovaným firmám bývá zpravidla 18 m², 36 m², 87 m².

Technické služby

Zahrnují údržbu, úklid a odvoz odpadů, zabezpečení společných prostor, vysokorychlostní internetové připojení, možnost využití moderních komunikačních systémů, společné služby recepce, zapůjčení audiovizuální techniky, zapůjčení kancelářského nábytku, dotovaný pronájem školícího a prezentačního centra, jednacích místností, správu dokumentů (kopírování, skenování, řezání, skartování, vyvazování), společnou propagaci, pomoc při organizování seminářů, školení, obchodních setkání.

Vzdělávání

Podnikatelský inkubátor je schopen uspořádat a zajistit odbornost vzdělávacích seminářů na vybrané aspekty podnikání, projektové řízení, ochranu duševního vlastnictví apod.

Poradenské a konzultační služby

Právní poradenství směřující do oblasti podnikání, pracovněprávních vztahů, poradenství k ekonomickým záměrům, ekonomické, účetní, marketingové poradenství, poradenství při vyhledávání finančních zdrojů pro další rozvoj podnikání, podpora při získávání grantů a úvěrů, vyhledávání a rozvoj lidských zdrojů, ochrana duševního vlastnictví, dotační management, oborové poradenství.

Dalšími přínosy jsou výhodné umístění v centru města na „dobré adrese“, přítomnost poradenských a podpůrných institucí ve stejné budově či kavárna vhodná například pro neformální setkání s klienty, ale také pro navazování neformálních vztahů se zástupci ostatních zasídlených firem a institucí.

Zasídlené firmy

V celém vědeckotechnickém parku je zasídleno 13 inovačních firem, 2 ostatní firmy a 8 institucí. Celková pronajatá plocha je 1721 m², k dispozici ještě zbývá 397 m².⁷⁴ Tyto údaje se týkají jak vědeckotechnického parku, tak podnikatelského inkubátoru. Vědeckotechnický park plní totiž i funkci inkubační, protože u řady inovačních firem byl potenciál přesunut do vědeckotechnického parku, jehož prostory byly využity současně jako inkubátor. Po ukončení inkubačního období firmy zůstávají v režimu vědeckotechnického parku.

Přijetí firem do podnikatelského inkubátoru

Zájemci o vstup do podnikatelského inkubátoru musí vyplnit žádost o přijetí a předložit vypracovaný podnikatelský plán. Žádost může podat nepodnikající fyzická osoba, která plánuje zahájit podnikatelskou činnost, osoba samostatně výdělečně činná nebo existující obchodní společnost. Po podání žádosti (a případném doplnění, pokud existují nesrovnalosti) žadatel prezentuje svůj návrh a svá očekávání před hodnotící komisí. Poté následuje diskuse o zpracovaném podnikatelském plánu, jsou zhodnoceny podmínky vstupu a na základě neveřejného rozhodnutí může být podepsána nájemní smlouva. Formulář k žádosti o přijetí je součástí přílohy č. 6.

Financování

K bezproblémovému fungování Technologického inovačního centra je třeba zajistit dostatek finančních zdrojů, protože jeho činnost zatím není zcela samofinancovatelná. Dříve byly zdroje získávány především z Operačního programu Průmysl a podnikání – Prosperita, a z dotací Zlínského kraje. V současnosti se snaží financovat svou činnost především z vlastních zdrojů s dotační podporou Zlínského kraje, již bez Operačního programu Průmysl a podnikání. Jde zejména o příjmy z pronájmu, příjmy z poskytovaných služeb a příjmy z poradenské činnosti. Dalším zdrojem příjmů jsou výše uvedené projekty, které obsahově podporují aktivity podnikatelského inkubátoru.

⁷⁴ *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtv.cz/search.php?id=0000000043&search=1&output=4>>.

3.3 PEST analýza Zlínského kraje

Zlínský kraj vznikl k 1. 1. 2000. Je rozdělen na čtyři okresy, kterými jsou Kroměříž, Uherské Hradiště, Vsetín a Zlín. Celková rozloha kraje zaujímá 3963 km². Spolu s Olomouckým krajem tvoří region NUTS 2 Střední Morava (názorné členění na statistické jednotky viz příloha č. 7).

Podnikatelské prostředí ve Zlínském kraji je tvořeno množinou různých prvků, které ovlivňují jak aktivity firem, tak státních a ostatních institucí či chování obyvatel. Některé z těchto prvků nelze na regionální úrovni ovlivnit (legislativa, daňová a sociální politika apod.), ale existují také prvky, které lze z pozice Zlínského kraje příznivě ovlivnit a pozitivně tak stimulovat rozvoj celého regionu.

PEST analýza je založena na charakteristice politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů. Každý z těchto faktorů se pak člení na dílčí faktory, které byly definovány na základě odborné literatury. Pokud to bylo možné, byly faktory posuzovány z pohledu Zlínského kraje, v ostatních případech z pohledu celé České republiky.

3.3.1 Politicko právní faktory

Politická reprezentace

Při volbách do krajských zastupitelstev, konaných 17. - 18. října 2008 získalo mandát celkem pět politických stran. ČSSD s podílem 35,40 % hlasů získala 18 mandátů, ODS s podílem 21,96 % hlasů získala 11 mandátů a KDU-ČSL s podílem 13,35 % hlasů získala 6 mandátů. Shodně po pěti mandátech získala strana KSČM s 11,18 % hlasů a STAR+NEZ (Starostové a nezávislí pro kraj) s 10,08 % hlasů.⁷⁵ Hejtmanem Zlínského kraje byl zvolen MVDr. Stanislav Mišák (ČSSD), statutárním náměstkem hejtmána Libor Lukáš (ODS) a funkci náměstka vykonávají Ing. Jindřich Ondruš (KDU-ČSL) a Ing. Jaroslav Drozd (ČSSD).

Daňová politika

Řídí se daňovou soustavou České republiky, která obsahuje řadu zákonů. Zastřešujícím předpisem je zákon č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků (základní ustanovení). **Přímé daně** upravují: zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů (fyzických i právnických osob), zákon č. 593/1992 Sb., o rezervách pro zjištění základů daně z příjmů,

⁷⁵ *Volby do zastupitelstev krajů* [online]. 2008 [cit. 2010-03-20]. Souhrnné výsledky voleb. Dostupné z WWW: <<http://www.volby.cz/pls/kz2008/kz6?xjazyk=CZ&xdatum=20081017>>.

zákon č. 357/1992 Sb., o dani dědické, darovací a z převodu nemovitostí, zákon č. 16/1993 Sb., o dani silniční, zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitostí. **Nepřímé daně:** zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty a zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních.

Sociální politika

Ekonomickou povahou se daním podobá také pojistné na sociální zabezpečení a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti a pojistné na veřejné zdravotní pojištění.

Oblast sociálního zabezpečení upravují: zákon č. 100/1988 Sb., o sociálním zabezpečení, zákon č. 582/1991 Sb., o organizaci a provádění sociálního zabezpečení, zákon č. 589/1992 Sb., o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti, zákon č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění. V souvislosti s přijetím zákona č. 362/2009 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s návrhem zákona o státním rozpočtu ČR na rok 2010 dochází v oblasti nemocenského pojištění ke změnám ovlivňujícím výši dávek. Přijatá opatření mají platit pouze pro rok 2010 a jejich cílem je snížení deficitu státního rozpočtu.⁷⁶ **Veřejné zdravotní pojištění je upraveno:** zákonem č. 48/1997 Sb., o veřejném zdravotním pojištění, zákonem č. 592/1992 Sb., o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění a zákonem č. 551/1991 Sb., o Všeobecné zdravotní pojišťovně České republiky.

Legislativa podnikatelského sektoru

Ve Zlínském kraji se neliší od zákonů platných pro podnikatele v rámci celé České republiky. Kromě výše uvedených předpisů (viz daňová a sociální politika) jsou pro podnikání podstatné: zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon. Pro malé a střední podnikatele je dále vhodné znát zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání.

Legislativa ochrany životního prostředí, bezpečnosti práce

Ochrana životního prostředí je regulována platnými právními předpisy na národní úrovni. Lze je rozlišit na předpisy obecně závazné a předpisy složkové (upravující složky ŽP jako ovzduší, voda, ad.). Mezi obecné patří zákon č. 17/1992 Sb., o životním prostředí, zákon č. 123/1998 Sb., o právu na informace o životním prostředí. Za předpisy složkové např.: zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech, zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, zákon

⁷⁶ MPSV ČR [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Nemocenské pojištění. Dostupné z WWW: <<http://www.mpsv.cz/cs/7>>.

č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší, zákon č. 334/1992 Sb., o ochraně zemědělského půdního fondu, zákon č. 183/2006 Sb., stavební zákon a další zákony. V rámci bezpečnosti práce jsou pro malé a střední podnikatele podstatné následující právní předpisy: zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, zákon č. 309/2006 Sb., o zajištění dalších podmínek bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, zákon č. 133/1985 Sb., o požární ochraně. Všechny právní předpisy musí být v souladu s legislativou Evropské unie.

Zahraníční vztahy

Na území Zlínského kraje byl 30. 7. 2000 založen Euroregion Bílé - Biele Karpaty. Jedná se o mezinárodní spolupráci sdružení Region Bílé Karpaty se sídlem ve Zlíně a slovenského sdružení Regi3n Biele Karpaty se sídlem v Trenčíně. Společným úsilím se snaží o všestranný rozvoj Zlínského i Trenčínského kraje a přilehlých pohraničních mikroregionů, a to prostřednictvím kooperace a koordinace činností ve všech oblastech života občanů obou států.⁷⁷

Zahraníční vztahy Zlínského kraje jsou budovány již od jeho vzniku v roce 2000. Jejich cílem je podpora aktivit, které vytváří příležitosti v podnikatelském sektoru a přispívají k rozvoji Zlínského kraje. Svě zastoupení má od vstupu České republiky do EU Zlínský kraj i v Bruselu. Kancelář se zabývá zejména podporou MSP, rozvojem regionální infrastruktury a sledováním vypisovaných programů pro čerpání finančních prostředků z evropských fondů. Spolupráce byla navázána s regiony: Trenčianský samosprávný kraj (Slovensko), Žilinský samosprávný kraj (Slovensko), Podkarpatské vojvodství (Polsko), Region Piemotne (Itálie), Župa Vas (Maďarsko), Samarská oblast (Rusko). Partnerství udržuje kraj s regiony: Lvovská oblast (Ukrajina), Provincie Shandong (Čína).⁷⁸

3.3.2 Ekonomické faktory

Hrubý domácí produkt

Hrubý domácí produkt na jednoho obyvatele ve Zlínském kraji za rok 2008 dosáhl 286 172 Kč. Ve srovnání s ostatními kraji tvoří regionální HDP na 1 obyvatele 80,9 % (10. pozice ze 14 krajů), to je méně než průměr krajů (84,6 %) bez hlavního města Prahy (215,5 %). Na tvorbě HDP se Zlínský kraj podílí 4,6 %, republikový průměr činí (5,7 %)

⁷⁷ *Region Bílé Karpaty* [online]. 9.2.2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.regionbilekarpaty.cz/>>.

⁷⁸ *Okno do kraje* [online]. 27.8.2006 [cit. 2010-03-30]. Zahraníční aktivity a vztahy kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.oknodokraje.cz/article/2218.zahranicni-aktivity-a-vztahy-kraje/>>.

bez hlavního města Prahy (25,3 %). Vývoj je zachycen v tabulce 3.2 a v tabulce 3.3.⁷⁹ Nižší ekonomická výkonnost lze přisuzovat menšímu počtu především venkovského obyvatelstva, v kraji není žádné město s více jak 100 000 obyvateli.

Tab. 3.2: Vývoj HDP na 1 obyvatele

	<i>HDP na 1 obyvatele v Kč (Zlínský kraj)</i>									
Region	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ZLK	170 498	178 119	190 616	199 507	206 803	219 514	235 265	255 695	280 042	286 172
ČR	202 357	213 110	230 064	241 593	252 617	275 770	291 561	313 868	342 494	353 701

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě údajů z ČSÚ

Tab. 3.3: Vývoj regionálního HDP na 1 obyvatele

	<i>Regionální HPD na 1 obyvatele v % (ČR = 100)</i>									
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
84,3	83,6	82,9	82,6	81,9	79,6	80,7	81,5	81,8	80,9	

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě údajů z ČSÚ

Míra nezaměstnanosti

Míra ekonomické aktivity (podíl počtu pracovní síly na počtu všech osob starších patnácti let) dosáhla v roce 57,9 %. Tento údaj kolísá kolem průměru ČR, který činí 58,5 %. Míra nezaměstnanosti se ve Zlínském kraji až do roku 2008 držela pod celorepublikovým průměrem, v roce 2008 dosáhla 3,8 %, ČR bez Prahy 4,8 %.⁸⁰ Aktuální informace o míře registrované nezaměstnanosti ve Zlínském kraji k 31.12.2009 byla na úrovni 10,83 %, k 28.2. 2010 se zvýšila na 11,71 %.⁸¹

Míra inflace

Průměrná meziroční míra inflace v roce 2009 byla 1,0 %. Míra inflace je vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen. Vývoj za předcházejících deset let je zachycen v tabulce 3.4.⁸²

Tab. 3.4: Vývoj meziroční míry inflace v České republice

	<i>Míra inflace v ČR v %</i>									
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
3,9	4,7	1,8	0,1	2,8	1,9	2,5	2,8	6,3	1,0	

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě údajů z ČSÚ

⁷⁹ ČSÚ [online]. 30.11.2009 [cit. 2010-03-20]. Regionální účty 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/1371-09>>.

⁸⁰ ČSÚ [online]. 30.11.2009 [cit. 2010-03-20]. Regionální účty 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/1371-09>>.

⁸¹ ČSÚ Zlínský kraj [online]. 10.2.2010 [cit. 2010-03-19]. Nezaměstnanost. Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xz>>.

⁸² ČSÚ Zlínský kraj [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Míra inflace v České republice. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/mira_inflace>.

Ekonomická situace

Současný stav ekonomické situace ve Zlínském kraji není zcela příznivý. Na základě studie „*MasterCard česká centra rozvoje 2009*“ byl Zlínský kraj hodnocen následovně. V socioekonomické analýze krajů je na dvanácté pozici (39,8 %), ze všech čtrnácti krajů České republiky. O něco lépe si vede v analýze investiční atraktivnosti, kde se nachází na deváté pozici (48,0 %). Horší umístění lze přisuzovat významným rozdílům v jednotlivých okresech Zlínského kraje, okres Vsetín je hospodářsky slabší než západní část regionu. Zlínský kraj a především krajské město Zlín není napojeno na dálniční síť, nedostatečná je dopravní infrastruktura a propojení východní části regionu s krajským městem. Dochází k úpadku tradičních odvětví a krachu velkých firem (gumárenský, plastikářský průmysl). Je třeba dodat, že oběma kategoriím vévodí hlavní město Praha, a to s dostatečným náskokem. V socioekonomické analýze dosáhla 88,9 % před Středočeským krajem 52,0 %, v analýze investiční atraktivnosti dosáhla 98,8 % před Plzeňským krajem 58,7 %.⁸³

Rozpočtový výhled

V prosinci roku 2009 byl Zastupitelstvem Zlínského kraje schválen rozpočtový výhled Zlínského kraje na roky 2011 – 2015. Bilance za jednotlivé roky je uvedena v tabulce 3.5, zpracované na základě dokumentu Rozpočtový výhled na roky 2011 – 2015.⁸⁴ Z tabulky je patrné, že bilance není v každém roce vyrovnaná. Oproti předcházejícímu výhledu na roky 2009 – 2013 muselo dojít ke krácení výdajů, zejména v oblasti investic do majetku Zlínského kraje, a také k omezení výdajů na provoz, a to v důsledku hospodářské krize. Saldo rozpočtu je vyčísleno po přičtení přijatého úvěru od Evropské investiční banky a uhrazení splátek úvěrů Evropské investiční bance a České spořitelně, a.s.

Tab. 3.5: Bilance rozpočtu Zlínského kraje

<i>Bilance rozpočtu Zlínského kraje v tis. Kč</i>					
	2011	2012	2013	2014	2015
Příjmy	8 082 290	7 749 059	7 574 908	7 312 328	7 319 372
Výdaje	8 236 040	7 782 809	7 443 657	7 242 328	7 264 372
Celkem	153 750	33 750	-131 250	-70 000	-55 000

Zdroj: Rozpočtový výhled Zlínského kraje

⁸³ MMR [online]. 7.10.2009 [cit. 2010-03-20]. Ekonomická situace českých krajů a měst. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Pro-media/Media-o-ministerstvu/Ekonomicka-situace-ceskych-kraju-a-mest>>.

⁸⁴ Portál Zlínského kraje [online]. 12.6.2008 [cit. 2010-03-30]. Rozpočtový výhled Zlínského kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=70922&doctype=ART&nid=6201&cpi=1>>.

3.3.3 Sociální faktory

Demografie

Podle předběžných výsledků měl Zlínský kraj k 31. prosinci 2009 celkem 591 042 obyvatel, z toho 288 372 mužů a 302 670 žen. Počet obyvatel v jednotlivých okresech je následující: Kroměříž 108 036 obyvatel, Uherské Hradiště 144 387 obyvatel, Vsetín 145 692 obyvatel, Zlín 192 927 obyvatel. Hustota zalidnění kraje k 31. 12. 2009 byla 149 obyvatel/km². Přirozený přírůstek nabyl záporné hodnoty, a to -33 osob. Migrace obyvatel dosáhla také záporné hodnoty, a to -337 osob. Celkový přírůstek obyvatelstva je tedy -370 osob. Úbytek byl také zaznamenán v počtu sňatků, v celém kraji klesl o 142 na 2568 sňatků. Naopak poklesla rozvodovost, počet rozvodů se oproti roku 2008 snížil o 132 na 1461 rozvodů.⁸⁵ Průměrný věk žijících obyvatel v kraji za rok 2008 dosáhl věku 39,00 let u mužů a 42,30 let u žen. Věková struktura k 31. 12. 2008 je znázorněna v tabulce 3.6 zpracované na základě údajů ČSÚ.⁸⁶

Tab. 3.6: Věková struktura obyvatelstva

Věková struktura obyvatelstva k 31.12. 2008					
	Zlínský kraj	Kroměříž	Uh. Hradiště	Vsetín	Zlín
0 - 14	82 609	14 788	20 091	21 098	26 632
15 - 64	417 291	76 409	101 793	103 138	135 951
65 a více	91 512	16 678	22 649	21 614	30 571

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě údajů z ČSÚ

Životní úroveň obyvatelstva

Čistý disponibilní důchod domácností ve Zlínském kraji za rok 2008 dosáhl výše 102 413 mil. Kč. To je pod průměrem všech krajů (Zlínský kraj 5,4 %, Praha 15,7 %, ČR 100 %). Hodnota čistého disponibilního důchodu domácností přepočtená na jednoho obyvatele v roce 2008 činila 173 263 Kč (95,3 % průměru celé ČR). Vývoj veličiny je zobrazen v tabulce 3.7.⁸⁷

Tab. 3.7: Vývoj čistého disponibilního důchodu domácností na 1 obyvatele

Čistý disponibilní důchod domácností na 1 obyvatele v Kč										
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ZLK	102 667	106 369	112 242	117 133	122 393	126 233	134 389	149 036	162 098	173 263
ČR	108 805	113 398	119 778	125 282	130 945	136 795	143 841	155 232	169 219	181 728

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě údajů z ČSÚ

⁸⁵ ČSÚ [online]. 15.3.2010 [cit. 2010-03-18]. Stav a pohyb obyvatelstva v ČR v roce 2009 (předběžné výsledky). Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/4001-09>>.

⁸⁶ Regionální informační servis [online]. 2005-2008 [cit. 2010-03-18]. Zlínský kraj. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/index.php?pid=508&kraj=14&language=CZ>>.

⁸⁷ ČSÚ [online]. 30.11.2009 [cit. 2010-03-20]. Regionální účty 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/1371-09>>.

Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnanců v roce 2009 dosáhla 20 049 Kč. Ve srovnání s ostatními kraji České republiky je Zlínský kraj na předposlední pozici. Nejvyšší hrubé průměrné mzdy dosáhli zaměstnanci v Praze 29 726 Kč, nejnižší v Karlovarském kraji 19 733 Kč. Průměr celé České republiky je 23 598 Kč. Zvýšení průměrné mzdy oproti předchozímu roku o 1,2 % a růst spotřebitelských ceny o 1,0 % znamenají, že reálná mzda ve Zlínském kraji vzrostla o 0,2 % (v České republice nárůst o 3 %).⁸⁸ K 31. 12. 2009 ve Zlínském kraji bylo registrováno 131 870 ekonomických subjektů, z toho 107 716 fyzických a 24 154 právnických osob.⁸⁹

Míra vzdělanosti

Úroveň vzdělání ve Zlínském kraji na základě výsledků sčítání lidí, domů a bytů z roku 2001 nevykazuje oproti celorepublikovému průměru výraznější rozdíly. Z celkového počtu 496 595 patnáctiletých a starších obyvatel má 24,8 % ukončeno základní vzdělání, 39,0 % střední vzdělání a 24,1 % úplné střední vzdělání s maturitou. Dále 3,2 % obyvatel ukončilo vyšší odborné a nástavbové vzdělání, 7,7 % vysokoškolské vzdělání. Bez vzdělání žije ve Zlínském kraji 0,4 % obyvatel patnáctiletých a starších a u 0,8 % obyvatel starších patnácti let se tento údaj nepodařilo zjistit.⁹⁰

Ve Zlínském kraji funguje celkem 240 základních škol, 80 středních škol, 11 vyšších odborných škol a 2 vysoké školy.⁹¹

Volný čas, kultura

Možnosti trávení volného času ve Zlínském kraji jsou široké. Své zastoupení mají kulturní organizace jako divadla, domy kultury a umění, kina, muzea, galerie, hudební klub, knihovny, hvězdárny. Dále zde existuje spousta sportovních klubů, sportovních center, wellness zařízení, restaurací, barů. Na své si přijdou milovníci zimních i letních sportů. Zlínský kraj také nabízí množství turisticky zajímavých lokalit a pozoruhodných památek. Všechna tato místa přispívají k atraktivitě regionu, a to jak pro občany tak potenciální podnikatele a investory.

⁸⁸ ČSÚ Zlínský kraj [online]. 10.3.2010 [cit. 2010-03-20]. Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnanců ve Zlínském kraji v roce 2009. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/prumerna_hrubá_mesicni_mzda_zamestnancu_ve_zlinskem_kraji_v_roce_2009>.

⁸⁹ ČSÚ Zlínský kraj [online]. 2010, 18.1.2010 [cit. 2010-03-19]. Organizační statistika. Dostupné z WWW: <http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/oranizacni_struktura-xz>.

⁹⁰ ČSÚ [online]. 2010, 26.10.2006 [cit. 2010-03-20]. Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu. Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/csu/2003edicniplan.nsf/p/4113-03>>.

⁹¹ Zkola [online]. 2003-2008 [cit. 2010-03-20]. Přehled informací pro vzdělávání a výchovu. Dostupné z WWW: <<http://www.zkola.cz/zkedu/rodiceaverejnost/katalog/default.aspx>>.

3.3.4 Technologické faktory

Trendy v inovacích

K zlepšení všeobecné informovanosti firem i veřejnosti o inovacích a inovačním podnikání byl založen Inovační portál Zlínského kraje (<http://www.inovacnipodnikani.cz>). Navazuje na projekt Regionální inovační strategie ve Zlínském kraji, jehož cílem je zvýšit konkurenceschopnost podnikatelů rozvojem inovačních aktivit. Výsledkem tohoto snažení je zpracovaný dokument Regionální inovační strategie Zlínského kraje a Akční plán pro období 2008 – 2013. Inovační portál se zabývá propagací inovačních aktivit, evidencí a podporou projektů firem, zapojováním firem do inovačního podnikání, asistencí při získávání financí na realizaci inovačních projektů ve firmách, zprostředkováním spolupráce výzkumu, průmyslu a státní správy na inovačních aktivitách, registrací nabídek ke spolupráci na projektech. Zpracovatelem a provozovatelem portálu je TIC s.r.o.⁹²

Inovační infrastruktura

Ve Zlínském kraji byla v roce 2008 založena v souladu s Regionální inovační strategií Zlínského kraje regionální síť podnikatelských inkubátorů, vědeckotechnických parků a center transferů technologií. Vznikla tak první regionální síť v ČR v oblasti podnikatelské infrastruktury. Síť funguje na základě aktivní spolupráce, vytvářením společných projektů a předáváním know-how a zkušeností ze své praxe. V síti je celkem sedm členů: Technologické inovační centrum s.r.o., Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně - Univerzitní institut, Regionální podpůrný zdroj s.r.o., Agentura pro ekonomický rozvoj Vsetínska o.p.s., Valašskokloboucké podnikatelské centrum s.r.o., Regionální centrum kooperace a.s. Slavičín, Podnikatelský inkubátor Kunovice – Panský dvůr s.r.o.⁹³ Rozmístění jednotlivých subjektů je znázorněno z obrázku v příloze č. 8.

Program rozvoje územního obvodu Zlínského kraje 2010 – 2012

Klíčový střednědobý dokument pro rozvoj regionu, který se z podnikatelského hlediska zaměřuje na budování inovačního prostředí, podporu podnikatelských investic, zvyšování informovanosti podnikatelů, ale také na podporu jiných oblastí (sociální politika, kultura, životní prostředí, doprava, zdravotnictví), tak aby došlo k rozvoji kraje

⁹² *Inovační portál Zlínského kraje* [online]. 2008-2009 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.inovacnipodnikani.cz/oportale>>.

⁹³ *Inovační infrastruktura Zlínského kraje* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://zk-inovace.cz/>>.

a zkvalitnění života obyvatel regionu. Dokument byl schválen zastupitelstvem Zlínského kraje a v současnosti je posuzován z hlediska vlivů na životní prostředí.⁹⁴

Pracoviště výzkumu a vývoje

Po praktické stránce existuje ve Zlínském kraji malé množství pracovišť, jejichž hlavní činností je výzkum a vývoj. Existuje zde však největší česká zkušební instituce Institut pro testování a certifikaci, a.s. Historie tohoto institutu spadá až do roku 1969, je nezávislou zkušební, certifikační a konzultační firmou a působí v oblasti hodnocení kvality a bezpečnosti výrobků, certifikace managementu jakosti, environmentálního managementu a v oblasti technické normalizace.

V roce 2008 bylo v České republice 2 233 výzkumných a vývojových pracovišť, nejvíce v Praze (614 pracovišť) a v Jihomoravském kraji (342 pracovišť). Ve Zlínském kraji bylo provozováno 134 pracovišť. Ve výzkumu a vývoji bylo během roku zaměstnáno 74 508 zaměstnanců, z toho 24 721 žen. Nejvíce v kraji Praha (30 641 zaměstnanců) a v Jihomoravském kraji (12 277 zaměstnanců). Ve Zlínském kraji byl počet zaměstnaných ve výzkumu a vývoji 2 362.⁹⁵

Výdaje na výzkum a vývoj

V roce 2008 činily v České republice celkové výdaje na výzkum a vývoj 54,1 mld. Kč. Oproti roku 2007 jde o nepatrný pokles o 0,3 %, avšak nebyl dodržen rostoucí trend z předcházejících let (rok 2007 růst o 8,8%, rok 2006 růst o 20 % vždy k předcházejícímu roku). Nejvyšší částka byla investována v Praze (22,5 mld. Kč), ve Středočeském (9,8 mld. Kč) a Jihomoravském kraji (6,05 mld. Kč). Oproti tomu nejnižší částka byla vydána v Karlovarském kraji (98 mil. Kč). Ve Zlínském kraji činily výdaje na výzkum a vývoj 1,6 mld. Kč. Podle zdrojů financování pochází 52 % výdajů na výzkum a vývoj z podnikatelských zdrojů, 41 % z veřejných zdrojů a 5 % ze soukromých či zahraničních zdrojů. Z hlediska typu činnosti byla nejvyšší částka vynaložena na experimentální vývoj (43 %), dále na základní výzkum (30 %) a aplikovaný výzkum (27 %). Nejvyšší podíl celkových výdajů na výzkum a vývoj byl realizován v podnikatelském sektoru (62 %), ve vládním sektoru (21 %) a ve vysokoškolském sektoru (17 %).⁹⁶

⁹⁴ *Portál Zlínského kraje* [online]. 23.3.2010 [cit. 2010-04-03]. Program rozvoje územního obvodu Zlínského kraje 2010 - 2012. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=135240&doctype=ART&&cpi=1>>.

⁹⁵ ČSÚ [online]. 25.11.2009 [cit. 2010-04-04]. Ukazatele výzkumu a vývoje za rok 2008. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/\\$File/cela_publicace960109.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/$File/cela_publicace960109.pdf)>.

⁹⁶ ČSÚ [online]. 25.11.2009 [cit. 2010-04-04]. Ukazatele výzkumu a vývoje za rok 2008. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/\\$File/cela_publicace960109.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/$File/cela_publicace960109.pdf)>.

3.4 SWOT analýza podnikatelského inkubátoru

Na základě zjištěných informací o podnikatelském inkubátoru, který provozuje Technologické inovační centrum, s.r.o. ve Zlíně, byla zpracována SWOT analýza. K provedení analýzy nebyly poskytnuty žádné podklady. Informace byly zjišťovány prostřednictvím elektronické komunikace s vedoucím pracovníkem podnikatelského inkubátoru a v běžně dostupných informačních kanálech, týkajících se problematiky podnikatelských inkubátorů: SVTP ČR (<http://www.svtp.cz>), Inovační infrastruktura Zlínského kraje (<http://zk-inovace.cz>), TIC s.r.o. Zlín (<http://tic.cz>) a další.

Struktura této metody je jasně daná a je dostupná v odborné literatuře. Interní analýza je založena na vymezení silných a slabých stránek, kterými subjekt disponuje, externí analýza se týká příležitostí a ohrožení, které na subjekt působí z vnějšku.

3.4.1 Silné stránky

- akreditace SVTP ČR
- spolupráce s Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně
- tým odborníků, zajišťujících činnost TIC
- úspěch firem, které již prošly podnikatelským inkubátorem či vědeckotechnickým parkem
- společné provozování podnikatelského inkubátoru a vědeckotechnického parku (synergický efekt)
- umístění v centru města Zlína
- sídlo institucí podpory podnikání ve stejné budově
- moderní vybavení kanceláří a prostor určených pro podnikání

3.4.2 Slabé stránky

- špatná informovanost o fungování podnikatelské infrastruktury
- nedostatečná propagace
- finanční závislost na dotacích Zlínského kraje
- neochota, nezájem a nedůvěra firem
- novější trend v malém a středním podnikání

3.4.3 Příležitosti

- snaha o podporu malého a středního podnikání ze strany státu
- regionální podpora malého a středního podnikání, inovačních aktivit
- tradice vysokého školství ve městě (přísun potenciálních klientů)
- zvyšující se význam inovačního podnikání, jako faktoru konkurenceschopnosti
- důraznější a cílenější propagace
- rozšiřování služeb
- zvyšování vzdělanosti a kvalifikace podnikatelů

3.4.4 Ohrožení

- nízká motivace potenciálních podnikatelů k zahájení podnikatelské činnosti
- stále nově vznikající vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory (konkurence mezi subjekty podnikatelské infrastruktury)
- odlišné podmínky pro podnikání v programu politických stran před nadcházejícími volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR
- lhostejnost podnikatelů a firem v oblasti inovací
- nezájem o zvyšování kvalifikace a vzdělávání podnikatelů

3.5 Dotazníkové šetření

Součástí diplomové práce je provedení dotazníkového šetření. To se týká zjištění povědomí podnikatelské veřejnosti o existenci a fungování podnikatelského inkubátoru, který je součástí Technologického inovačního centra, s.r.o. ve Zlíně.

3.5.1 Příprava dotazníkového šetření

Před samotným zahájením výzkumu je třeba provést přípravu. Ta se skládá z několika nutných kroků, kterým je třeba věnovat dostatečnou pozornost. Důkladně zpracovaná příprava je totiž hlavním předpokladem úspěšně provedeného výzkumu.

Identifikace problému

Podnikatelské inkubátory jako součást podnikatelské infrastruktury na podporu podnikání v posledních letech vznikají takřka jako „houby po dešti“. Po drobném bádání

však není tajemstvím skutečnost, že spousta podnikatelů a firem, především malých a středních na kterých stojí ekonomika země, netuší, co to takový podnikatelský inkubátor vlastně je. Pokud se podnikatelé o existenci podnikatelského inkubátoru přece jen dozvěděli, málokdy projeví zájem využít jeho služeb. Tyto skutečnosti se proto negativně odrážejí v naplnění smyslu existence takové organizace.

Cíl výzkumu (dotazníkového šetření)

Cílem tohoto výzkumu je zjištění potřebných informací od samotných podnikatelů a firem, působících ve Zlínském kraji. Cílem diplomové práce je na základě těchto údajů zjistit, zda firmy znají konkrétní podnikatelský inkubátor a využívají jeho služeb. Dále by měly pomoci určit jakou důležitost přikládají podnikatelé nabízeným službám, případně odhalit, zda ve stávající činnosti existují nějaké nedostatky a rezervy. Na základě výsledků dotazníkového šetření bude možné navrhnout potřebná opatření, která budou vycházet z požadavků a očekávání podnikatelů.

Zdroje informací

Při získávání potřebných informací bude využito jak primární, tak sekundární výzkum. Nejdříve budou zjišťována sekundární data. Obecné informace o činnosti konkrétního podnikatelského inkubátoru jsou k nalezení na oficiálních internetových stránkách Technologického inovačního centra (<http://www.ticzlin.cz>) a na internetových stránkách Společnosti vědeckotechnických parků ČR (<http://www.svtp.cz>). Nezveřejněné informace byly poskytnuty vedoucím oddělení podnikatelského inkubátoru a vědeckotechnického parku TIC s.r.o. ve Zlíně. Primární data budou zjišťována prostřednictvím strukturovaného dotazníku, vytvořeného pro stanovené účely a v souladu s cílem výzkumu.

3.5.2 Stanovení hypotéz

Před zahájením samotného výzkumu potřebné stanovit hypotézy, které se vztahují k řešení problému. Jejich správnost bude potvrzena nebo vyvrácena výsledky primárního výzkumu.

Hypotéza č. 1

- 75 % dotázaných firem neví o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC ve Zlíně.

Hypotéza č. 2

- 10 % dotázaných firem využívá nebo v minulosti využívalo služeb podnikatelského inkubátoru.

Hypotéza č. 3

- 60 % respondentů hodnotí z hlediska důležitosti jako nejdůležitější skutečnosti týkající se šíře a kvality poskytovaných služeb.

3.5.3 Plán výzkumu

Potřebná data budou shromážděna pomocí kvantitativního výzkumu. Vzhledem k charakteru informací a dostupným prostředkům bude danému výzkumu nejlépe vyhovovat metoda elektronického dotazování, která zajistí zpětnou vazbu a návratnost odpovědí.

Nástroj výzkumu

Nástrojem elektronického dotazování bude strukturovaný dotazník, navržený za účelem zjištění požadovaných údajů a názorů od respondentů (viz příloha č. 9). Šetření bude zaměřeno především na zjištění, zda podnikatelské subjekty znají konkrétní podnikatelský inkubátor, případně na spokojenost podnikatelů s činností této instituce. Dotazník je tvořen patnácti otázkami, z toho čtyři jsou identifikační. Otázky jsou zaměřeny na známost konkrétního podnikatelského inkubátoru, využívání nabízených služeb a spokojenost podnikatelů s poskytovanými službami, zájem firem spolupracovat s podnikatelským inkubátorem.

Výběr vzorku respondentů

Základní soubor respondentů představují podnikatelé, především malé a střední firmy, které provozují podnikatelskou činnost ve Zlínském kraji. Výběrový soubor je stanoven pomocí nereprezentativního výběru na základě techniky vhodného úsudku. Firmy budou vybírány z databáze ekonomických subjektů, která je k dispozici na internetových stránkách Regionálního informačního servisu (<http://www.risy.cz>), dále z databáze firem Inovačního portálu Zlínského kraje, dostupné na <http://www.inovacnipodnikani.cz> a z katalogu firem dostupném na <http://www.firmy.cz>. Cílem je oslovení třiceti firem. Dotazování bude probíhat elektronicky, zasláním dotazníku konkrétní firmě, prostřednictvím elektronické pošty. Pro dosažení celkového počtu potřebných dotazníků bude výzkum probíhat v období únor - březen 2010.

Zpracování výsledků výzkumu

Výsledky šetření budou vyhodnoceny na základě stanovených hypotéz a dalších předpokladů. Po důkladné kontrole z hlediska úplnosti a čitelnosti budou získaná data názorně zobrazena pomocí tabulek a grafů, a to prostřednictvím počítačových programů Microsoft Word a Microsoft Excel.

3.6 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazování pro účely této práce bylo provedeno elektronickou formou. Prostřednictvím emailu byly rozeslány dotazníky do 100 firem, z nich čtyřicet projevilo ochotu dotazník vyplnit. Návratnost byla tedy 40 %. Výsledky budou zpracovány ve dvou skupinách. Nejdříve budou charakterizováni respondenti podle identifikačních otázek uvedených v poslední části dotazníku. Poté budou vyhodnoceny jednotlivé otázky. Přehled všech odpovědí je zaznamenán v tabulce v příloze č. 10.

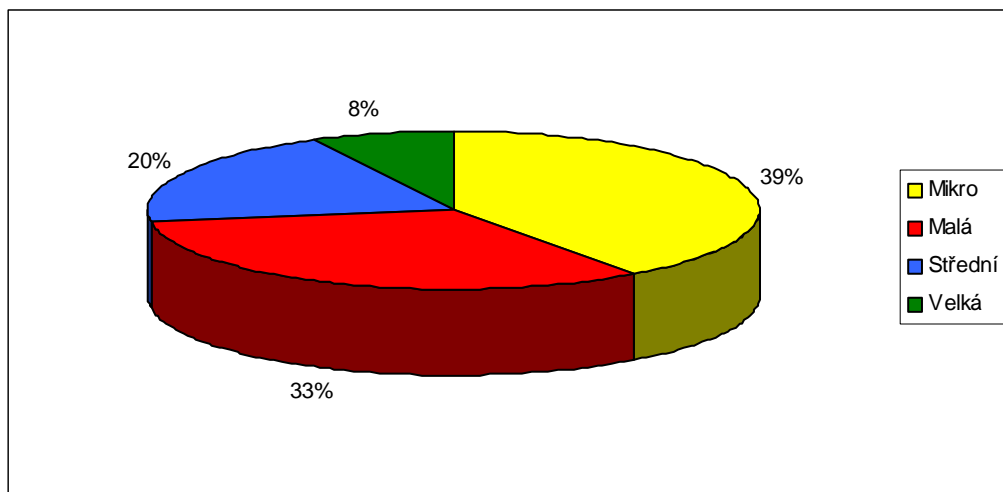
Struktura respondentů byla rozdělena podle následujících kritérií:

- velikost firmy (podle počtu zaměstnanců),
- právní forma podnikání,
- okres, ve kterém je sídlo firmy.
- rok vzniku firmy.

Velikost firmy

Z obrázku 3.1 vyplývá, že z celkového počtu vyplněných dotazníků bylo 39 % přijato od mikro firem (1 – 9 zaměstnanců), 33 % od malých firem (9 – 49 zaměstnanců), 20 % od středních firem (50 – 249 zaměstnanců) a 8 % bylo přijato od velkých firem (více než 250 zaměstnanců). Kritérium počet zaměstnanců bylo zvoleno na základě členění podle zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, které odpovídá členění podle nařízení Evropské komise a které používá také Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. (viz příloha č. 1).

Obr. 3.1: Rozdělení respondentů podle velikosti firmy

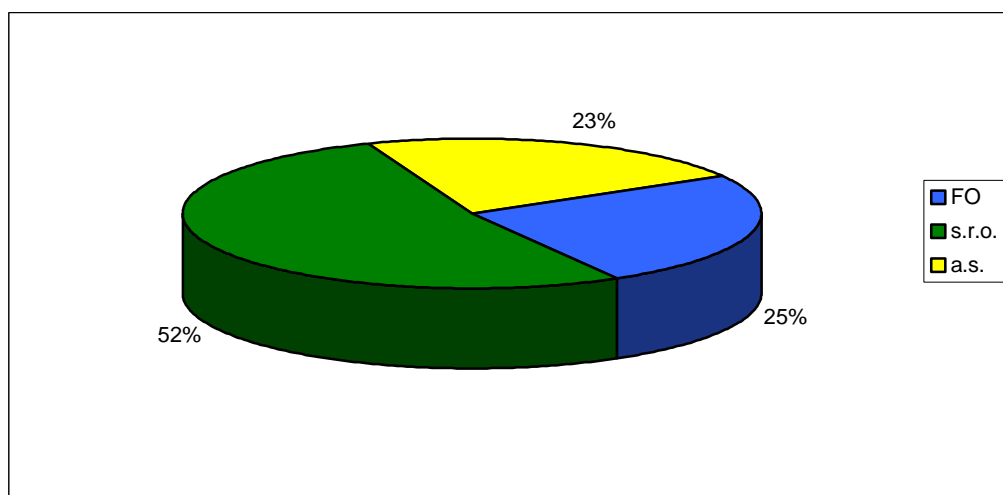


Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Právní forma podnikání

Rozdělení podle právní formy podnikání je patrné z obrázku 3.2. Ze všech dotazovaných firem zvolilo 25 % z nich jako právní formu podnikání fyzickou osobu, 52 % firem společnost s ručením omezeným a 23 % firem akciovou společností. Poslední možností byla jiná právní forma podnikání (jiná forma obchodní společnosti, družstvo), kterou však žádný z respondentů nezvolil.

Obr. 3.2: Rozdělení respondentů podle právní formy podnikání

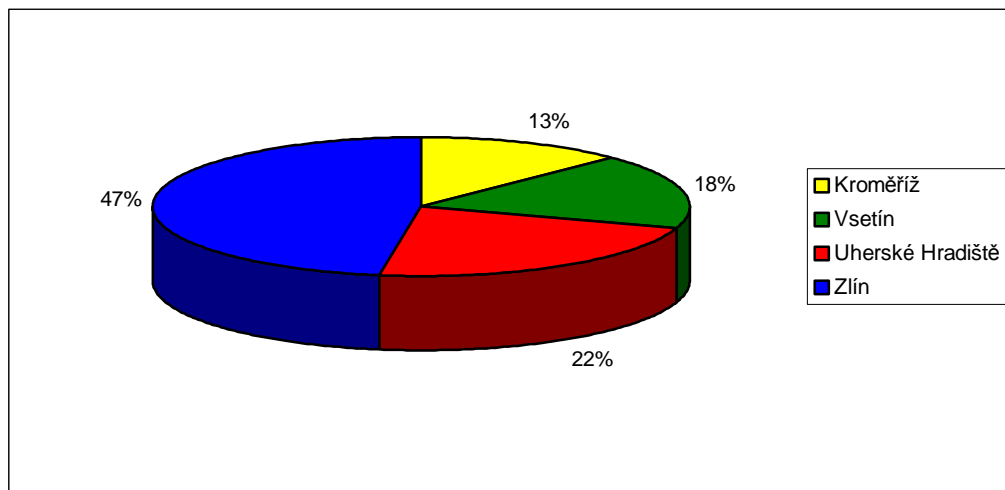


Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Sídlo firmy

Dalším faktorem k identifikaci respondentů je okres, ve kterém je sídlo dotazované firmy. Největší zastoupení má okres Zlín 47 %, pouze 13 % dotazovaných firem má sídlo v okrese Kroměříž, 18 % firem v okrese Vsetín a 22 % firem v okrese Uherské Hradiště. Grafické rozdělení respondentů podle sídla firmy znázorněno v obrázku 3.3.

Obr. 3.3: Rozdělení respondentů podle sídla firmy



Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Rok vzniku

Posledním identifikačním znakem je rok vzniku dotazované firmy. Přehledně je počet firem založených v konkrétním roce znázorněn v tabulce 3.8. Z ní je patrné, že nejvíce dotazovaných firem vzniklo v roce 1992. Jediná firma má více jak padesátiletou tradici, v jiných letech je vznik firem téměř vyrovnaný.

Tab. 3.8: Rozdělení respondentů podle vzniku firmy

Rok vzniku	1950	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2005	2008
Počet firem	1	1	2	11	1	3	2	4	2	3	3	1	1	3	2

Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 1: Víte o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC s.r.o. ve Zlíně?

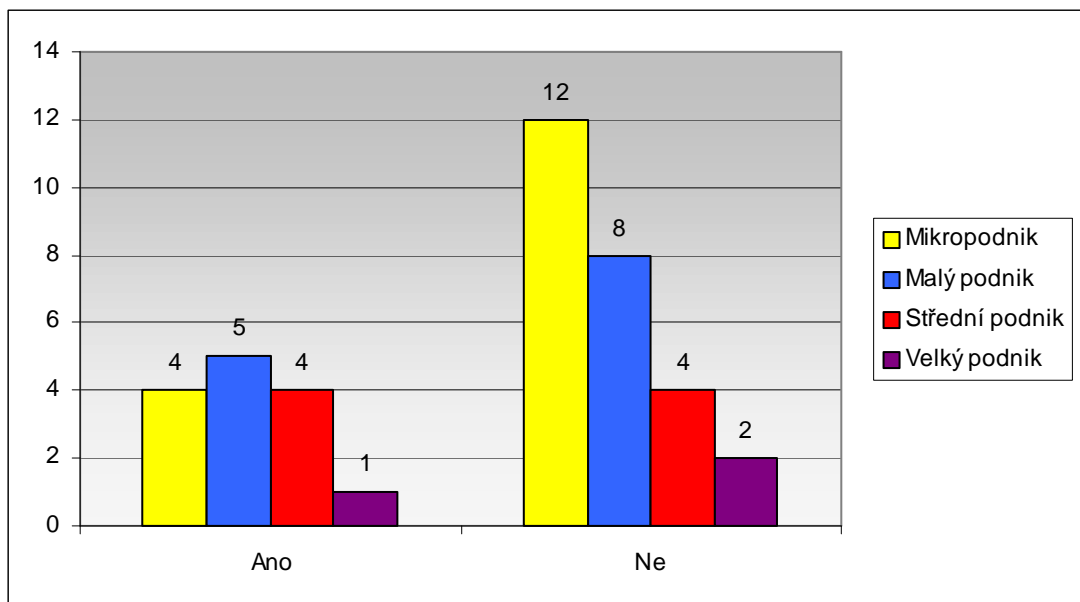
- Ano 35 %
- Ne 65 %

Na základě provedeného dotazníkového šetření bylo zjištěno, že z celkového počtu čtyřiceti firem, které byly ochotny se výzkumu zúčastnit, ví o existenci podnikatelského inkubátoru 14 respondentů (35 %) a zbylých 26 respondentů (65 %) o skutečnosti, že ve Zlíně působí podnikatelský inkubátor při TIC s.r.o., nemá tušení. Tato informace je účely této práce zásadní, a proto je vhodné ji podrobněji rozebrat.

Pokud bychom se zajímali o to, jaký vliv má na povědomí o existenci podnikatelského inkubátoru velikost firmy, zjistili bychom, že v sektoru malého a středního podnikání jsou vědomosti velmi vyrovnané. Z celkového počtu čtrnácti respondentů, kteří znají podnikatelský inkubátor při TIC ve Zlíně třináct z nich (93 %) je malou nebo střední firmou. Pouze jeden dotazovaný uvedl, že jeho firma patří mezi velké

podniky (7 %). Stejných výsledků však bylo dosaženo i u respondentů, kterých byla většina a kteří o existenci podnikatelského inkubátoru nevědí. Dvacet šest z nich (92 %) totiž také patří mezi malé a střední firmy. Dva z dotazovaných uvedli, že jsou velkými podniky (viz Obr. 3.4).

Obr. 3.4: Povědomí o existenci podnikatelského inkubátoru podle kritérií MSP

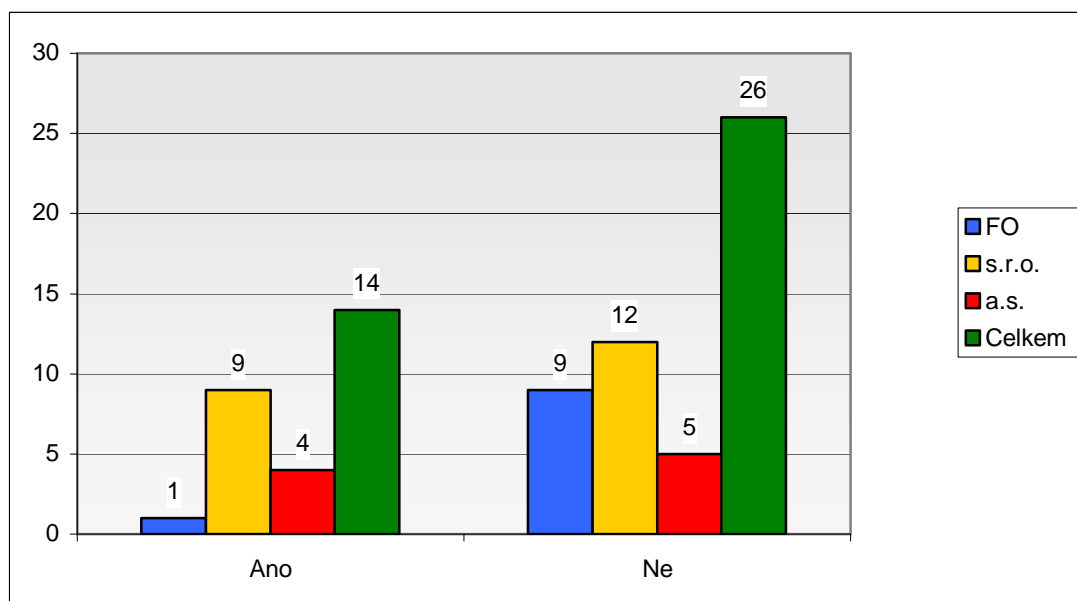


Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Další členění první otázky je možné podle právní formy podnikání (viz Obr. 3.5). Fyzickou osobu jako právní formu podnikání uvedla celkem desítka podnikatelských subjektů, z nich pouze jediná zná podnikatelský inkubátor. Společnost s ručením omezeným zvolilo jako právní formu podnikání celkem jednadvacet firem a z tohoto počtu devět firem zná podnikatelský inkubátor. Pod hlavičkou akciové společnosti vystupuje celkem devět respondentů, z nich čtyři ví, že ve Zlíně existuje podnikatelský inkubátor při TIC s.r.o.

Z hlediska okresu, ve kterém dotazovaná firma sídlí, šest firem které znají podnikatelský inkubátor uvedlo sídlo firmy v okrese Uherské Hradiště (43 %) a osm firem v okrese Zlín (57 %). Žádný z respondentů se sídlem firmy v okrese Kroměříž a Vsetín neví o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC s.r.o. ve Zlíně.

Obr. 3.5: Víte o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC s.r.o ve Zlíně?
(členění podle právní formy podnikání)

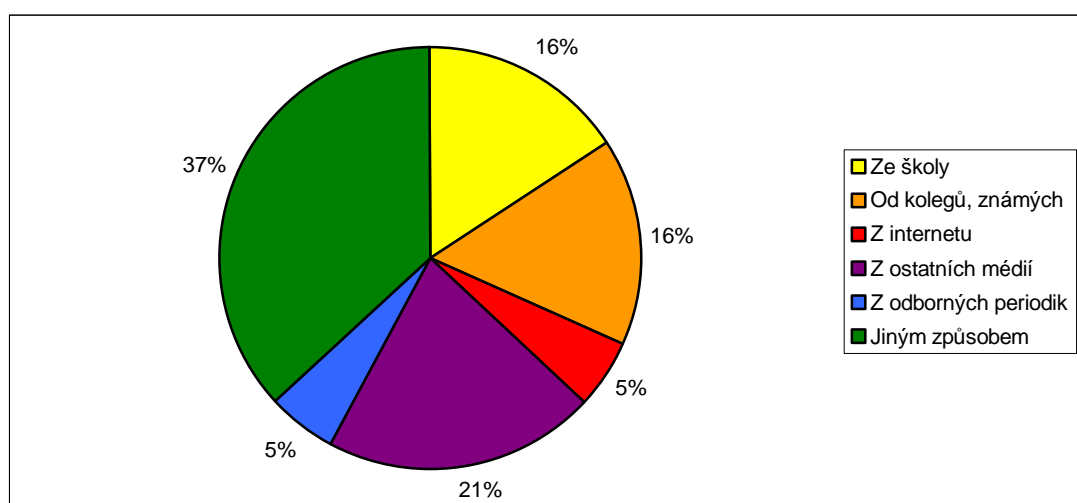


Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 2: Odkud jste se o existenci podnikatelského inkubátoru dozvěděli?

Jak je vidět na obrázku 3.6, nejvíce respondentů (37 %) uvedlo, že se o existenci podnikatelského inkubátoru dozvěděli jiným způsobem. A to nejčastěji od obchodních partnerů, z inovačního portálu nebo „očima“ (když procházeli areálem bývalých Baťových závodů, všimli si nově zrekonstruované budovy a instituce v ní umístěné a dále se o ni zajímali). Více než pětina dotázaných se o podnikatelském inkubátoru dozvěděla z médií (21 %). Od kolegů nebo známých se o podnikatelském inkubátoru dozvědělo 16 % firem, stejně tak jako ze školy si tuto informaci odneslo 16 % podnikatelů a na internetu nebo v odborných periodikách ji našlo shodně 5 % respondentů.

Obr. 3.6: Odkud jste se o existenci podnikatelského inkubátoru dozvěděli?



Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 3: Využíváte nebo jste v minulosti využili služeb podnikatelského inkubátoru?

- Ano 21 %
- Ne 79 %

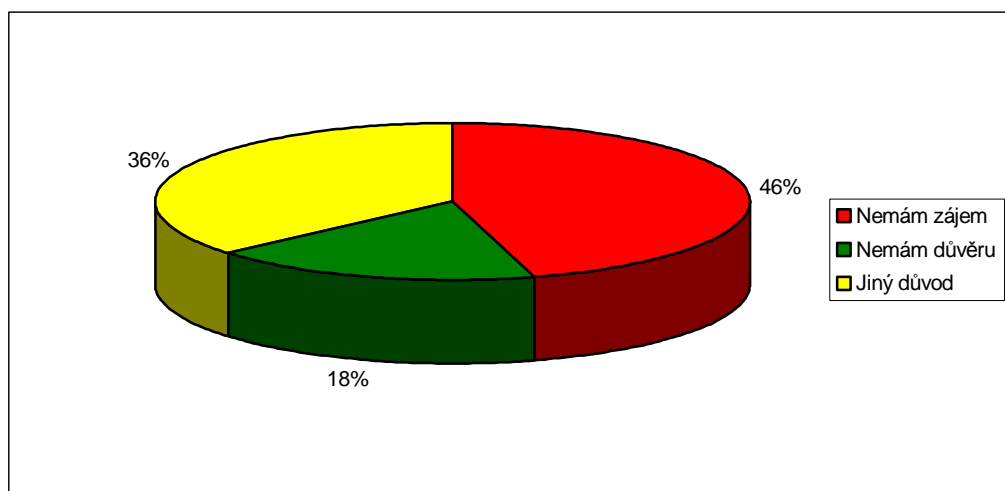
Ze čtrnácti firem, které odpověděly, že znají podnikatelský inkubátor při TIC s.r.o. ve Zlíně, pouze 3 z nich odpověděly, že využívají nebo v minulosti využily jeho služeb. Zbylých 11 firem služeb podnikatelského inkubátoru nevyužilo. V relativním vyjádření to znamená, že z firem, které vědí o existenci podnikatelského inkubátoru 21 % využívá či využilo jeho služeb a 79 % dotázaných služeb nevyužilo.

Otázka č. 4: Proč nevyužíváte služeb podnikatelského inkubátoru?

Tato otázka byla určena pouze pro respondenty, kteří uvedli, že služeb podnikatelského inkubátoru nevyužívají. Z obrázku 3.7 je zřejmé, že téměř polovina z nich (46 %) nemá zájem a 18 % dotázaných nemá důvěru k takové organizaci jakou je podnikatelský inkubátor. Jiný důvod uvedlo 36 % firem. Tato otázka byla charakterizována jako polootevřená a respondenti se v ní mohli vyjádřit, proč zatím neměli potřebu využít služeb podnikatelského inkubátoru. Nejčastějšími názory byly následující:

- „nevnikla potřeba“,
- „nemáme zájem, protože spolupracujeme se zasídlenými firmami“,
- „doposud jsme se blíže o možnost spolupráce s podnikatelským inkubátorem nezajímali“.

Obr. 3.7: Proč nevyužíváte služeb podnikatelského inkubátoru?



Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 5: Měli byste zájem využívat služby podnikatelského inkubátoru?

- Ano 27 %
- Ne 73 %

Uvedená otázka byla určena ty pro respondenty, kteří služeb podnikatelského inkubátoru nevyužívají a jejím cílem bylo zjistit, zda by měli zájem služby využít. Z nich pouze tři projevíli zájem využít při své činnosti služby podnikatelského inkubátoru, osm dotazovaných tuto možnost odmítá.

Pokud bychom se blíže zaměřili na jednotlivé skupiny, pak bychom zjistili, že ve skupině „Ano“ patří všichni respondenti mezi malé a střední firmy. Z hlediska právní formy podnikání dvě z těchto firem jsou společností s ručením omezeným, jedna podniká jako akciová společnost. Dvě firmy sídlí v okrese Uherské Hradiště, jedna v okrese Zlín. Za povšimnutí stojí i odpovědi skupiny „Ne“. Mezi těmito jsou čtyři malé, tři střední a jedna velká firma, podnikající jako s.r.o. či a.s. v okrese Uherské Hradiště a Zlín. V této kategorii zcela chybí zastoupení podnikatelů živnostníků (fyzických osob) a také malých a středních firem z okresů Kroměříž a Vsetín.

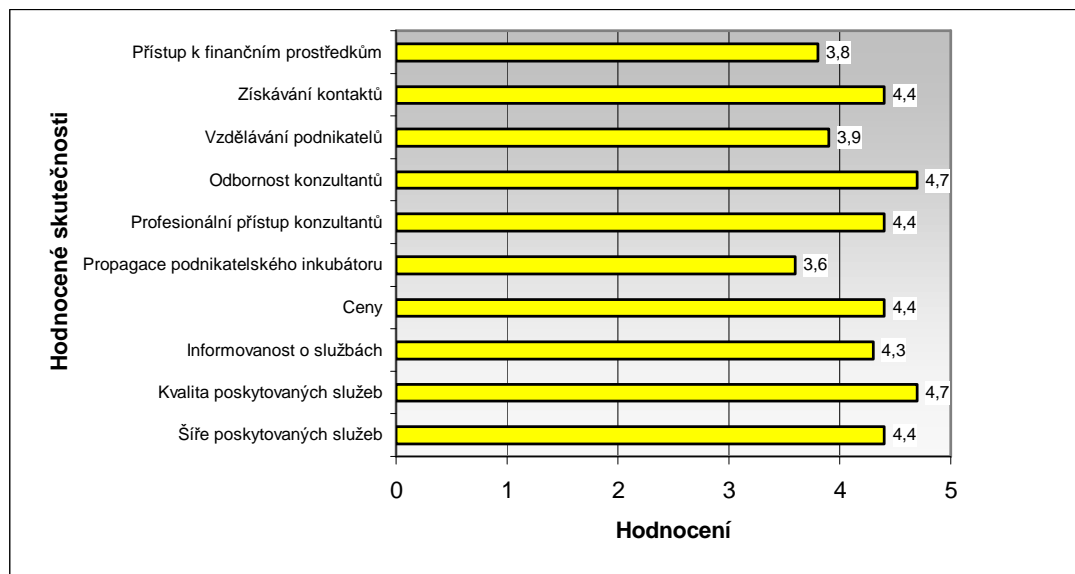
Otázka č. 6: Jaká je Vaše spokojenost se službami podnikatelského inkubátoru?

Odpověď na šestou otázku náležela těm respondentům, kteří využili nebo v současnosti využívají služeb podnikatelského inkubátoru. Ti byli celkem tři, z nichž jeden klient je velmi spokojen, další dva jsou spokojeni.

Otázka č. 7: Jak byste ohodnotili následující skutečnosti podle toho, jak jsou pro Vás důležité?

Součástí této otázky bylo deset skutečností, týkajících se služeb poskytovaných podnikatelskými inkubátory a vědeckotechnickými parky a úkolem respondentů bylo tyto skutečnosti bodově ohodnotit. Hodnotící škála byla tvořena pěti stupni od 1 = rozhodně nedůležité po 5 = velmi důležité. Aby bylo možné jednotlivé skutečnosti posoudit z hlediska důležitosti pro podnikatele, byla u každého faktoru vypočtena jeho průměrná hodnota. Z obrázku č. 3.8 vyplývá, že největší důležitost respondenti přikládají kvalitě poskytovaných služeb (4,7) a odborné kvalifikaci konzultantů (4,7). Méně důležité jsou šíře poskytovaných služeb (4,4), ceny za poskytované služby (4,4), profesionální přístup konzultantů (4,4), získávání kontaktů (4,4) a informovanost o službách (4,3). Za nejméně důležité respondenti považují vzdělávání podnikatelů (3,9), přístup k finančním prostředkům (3,8) a propagaci podnikatelského inkubátoru (3,6). Průměrné hodnocení všech faktorů má hodnotu 4,25.

Obr. 3.8: Jak byste ohodnotili následující skutečnosti, podle toho, jak jsou pro Vás důležité?



Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 8: Které služby v podnikatelském inkubátoru nejvíce postrádáte a co byste uvítali?

Tato otázka byla formulovaná jako otevřená a respondenti se v ní mohli vyjádřit, zda mají nějaké požadavky či připomínky k fungování podnikatelského inkubátoru. Tato možnost však zůstala podnikateli téměř nevyužita. Jedna z firem zasídlených v podnikatelském inkubátoru vyjádřila plnou spokojenost s poskytovanými službami. Další z respondentů uvedl, že by uvítal více parkovacích míst před budovou Technologického inovačního centra, kde podnikatelský inkubátor sídlí.

Otázka č. 9: Znáte ve Zlínském kraji jiný podnikatelský inkubátor nebo vědeckotechnický park?

- Ne 75 %
- Ano 25 %

Z průzkumu vyplývá, že třicet dotázaných (75 %) neví o jiném podnikatelském inkubátoru nebo vědeckotechnickém parku, který působí ve Zlínském kraji. Nicméně deset respondentů (25 %) uvedlo znalost jiných institucí podnikatelské infrastruktury. Mezi jmenovanými se nejčastěji objevily Regionální centrum kooperace, a.s. (Slavičín), Agentura pro ekonomický rozvoj Vsetínska, o.p.s. a také dva vědeckotechnické parky, které prozatím nejsou plně funkční, a to Podnikatelský inkubátor Kunovice – Panský dvůr, s.r.o. a Technologický park Holešov.

Otázka č. 10: Spolupracujete s některým z nich?

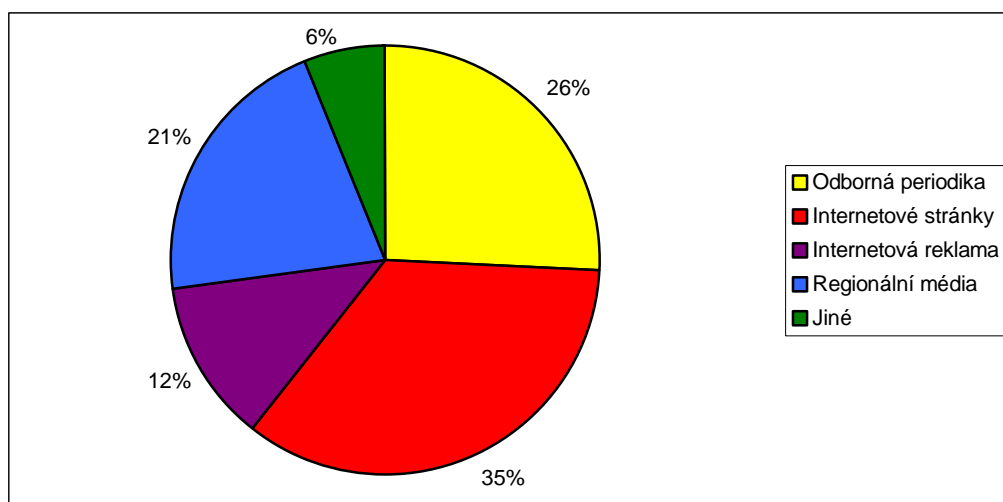
- Ne 90 %
- Ano 10 %

Tato otázka byla určena pouze pro ty respondenty, kteří kladně odpověděli na předcházející otázku. Devět z deseti firem nespolupracuje s jiným podnikatelským inkubátorem nebo vědeckotechnickým parkem ve Zlínském kraji, pouze jedna dotazovaná firma odpověděla kladně. Tato firma, která působí v okrese Uherské Hradiště, zná Podnikatelský inkubátor Kunovice. V současné době plánuje s tímto PI navázat spolupráci, ale vzhledem k tomu, že je zavedenou firmou a na trhu působí téměř 18 let, o spolupráci má zájem pouze na komerční bázi. Plánuje využívat konferenční sál, prezentační prostory a restaurační zařízení při akcích, na které by jí vlastní firemní prostory nestačily. Další způsob využití má však pro klastr, který firma založila společně s dalšími firmami z Uherskohradištska, Zlínska a Brněnska a uvažuje o umístění sídla klastru v tomto PI.

Otázka č. 11: Jakou formu prezentace podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků byste uvítali?

Při odpovědi na tuto otázku bylo možné zvolit více možností. Největší skupina respondentů (35 %) by hledala informace o podnikatelském inkubátoru na internetových stránkách, ale pouze 12 % respondentů by upoutala internetová reklama. 26 % dotazovaných firem by uvítala prezentaci v odborném tisku a literatuře a 21 % dotazovaných by zaujala reklama v regionálních médiích. Pouze 6 % respondentů zvolilo jinou možnost, ve které nejčastěji uváděli osobní prezentaci či reklamu v denním tisku. Grafické znázornění viz Obr. 3.9.

Obr. 3.9: Jakou formu prezentace podnikatelských inkubátorů a VTP byste uvítali?



Zdroj: Zpracováno samostatně na základě dotazníkového šetření

3.7 Vyhodnocení hypotéz

Na základě výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC s.r.o. ve Zlíně ví 35 % oslovených firem, zbylých 65 % respondentů o této skutečnosti nemá ponětí. Tento výsledek vede k **vyvrácení hypotézy č. 1**, která tvrdí, že „75 % dotázaných firem neví o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC ve Zlíně“.

Hypotéza č. 2 konstatuje, že „10 % dotázaných firem využívá nebo v minulosti využívalo služeb podnikatelského inkubátoru“. Výsledky provedeného výzkumu však ani tuto **hypotézu nepotvrdily**, i když se k ní přibližují. Firem, které využívají nebo v minulosti využily služeb podnikatelského inkubátoru je 7,5 %.

Poslední hypotéza se týkala hodnocení služeb, poskytovaných podnikatelskými inkubátory podle toho, jakou důležitost jim dotazované firmy přiřkládají. **Hypotéza č. 3** „60 % respondentů hodnotí z hlediska důležitosti jako nejdůležitější skutečnosti týkající se šíře a kvality poskytovaných služeb“ **se potvrdila**, protože šíři poskytovaných služeb jako nejdůležitější skutečnost hodnotí 93 % respondentů a kvalitu poskytovaných služeb považují za nejdůležitější všichni dotazovaní. Z hlediska kvality poskytovaných služeb jde tedy o stoprocentní potvrzení správnosti dané hypotézy.

3.8 Shrnutí dotazníkového šetření

Obecně z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že podnikatelé nemají dostatečné informace a znalosti o existenci a fungování podnikatelských inkubátorů. Z toho je patrné, že v současnosti nevyužívají a ani v minulosti se neobrátili na podnikatelský inkubátor, kde by načerpali potřebné informace a znalosti, s jejichž využitím by mohli získat lepší postavení na trhu. Dotazníkovým šetřením byla potvrzena hypotéza č. 3, kdy většina respondentů požaduje kvalitní poradenskou službu, která je podnikateli vnímána jako nejvýznamnější. V závěsu s kvalitou je potom šíře poskytovaných poradenských služeb. Je možné, že klienti mají předjímané představy o kvalitě poskytované služby, což jim může do jisté míry bránit v navázání spolupráce s podnikatelským inkubátorem. Aby existence takových subjektů, jako jsou podnikatelské inkubátory vstoupila do povědomí podnikatelské veřejnosti, je třeba zaměřit se na lepší a výraznější propagaci. Bez změny a inovace nemůže v konkurenčním prostředí dlouhodobě přežít žádná firma, a proto mají podnikatelské inkubátory své místo na trhu.

4 SHRnutí, NÁVRHY A DOPORUČENÍ

V této části diplomové práce budou posouzeny výsledky praktické části práce. Ta se opírá o PEST analýzu Zlínského kraje, SWOT analýzu podnikatelského inkubátoru a především o dotazníkové šetření, uskutečněné mezi samotnými podnikateli. Dotazníkové šetření proběhlo na základě kvantitativního výzkumu, prostřednictvím elektronického dotazování. Nástrojem dotazování byl strukturovaný dotazník. Dotazník se skládá z patnácti otázek, zaměřených na znalosti podnikatelských subjektů o fungování podnikatelských inkubátorů a využívání nabízených služeb. Cílem bylo oslovit třicet firem. Bylo rozesláno celkem sto dotazníků, z nich čtyřicet bylo vyplněno. Návratnost byla tedy 40 %.

Cílem práce bylo zjistit, jaké je povědomí podnikatelské veřejnosti o existenci a fungování podnikatelských inkubátorů. Na základě provedeného výzkumu bylo zjištěno, že 65 % firem, především malých a středních, na které byl výzkum zaměřen, neví o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC, s.r.o. ve Zlíně. I když je podíl „neznalých“ více jak poloviční, je to výsledek, který předčil očekávání uvedené v hypotéze č. 1, která tvrdí, že o existenci PI při TIC s.r.o. ve Zlíně neví 75 % dotázaných firem.

4.1 Možnosti zvyšování informovanosti

K zajištění lepší informovanosti je třeba zvýšit úsilí, jak ze strany podnikatelských inkubátorů jako složek podnikatelské infrastruktury, tak ze strany samotné podnikatelské veřejnosti.

4.1.1 *Spolupráce se školami*

Jelikož studenti jsou budoucností národa, je vhodné s osvětou začít už v jejich řadách. Projekty podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků stojí z velké části na spolupráci s vysokými školami, která je na velmi vysoké úrovni. Polovičním vlastníkem TIC s.r.o. ve Zlíně je Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, tzn. že studenti této univerzity jsou považováni za budoucí podnikatele a klienty podnikatelského inkubátoru. Informovanost o podnikatelské infrastruktuře ve vysokém školství je více než dostatečná. Je třeba se zamyslet také nad tím, zda by nebylo příhodné předávat **informace o podnikatelské infrastruktuře již na středních školách** zejména takového charakteru,

kteře nevybízí ke studiu na vyšších odborných školách či univerzitách. Studenti těchto středních škol jsou totiž potenciálními podnikateli ve výrobní sféře či službách a mohli by takových institucí využít, především v poradenské a konzultantské činnosti nebo v získávání finančních zdrojů pro jejich podnikání. Zajistit tok informací ke studentům je možné formou přednášek, vhodnější a cílenější metodou je začlenit do vzdělávacích programů samostatný okruh, věnovaný malému a středního podnikání, jeho významu a možné podpoře.

4.1.2 Databáze subjektů MSP v regionu

Další skupinou na kterou je třeba se zaměřit jsou podnikatelé v kategoriích živnostník, mikro firma, případně malá firma. Řada z nich se totiž orientuje pouze na podnikatelskou činnost ve svém konkrétním oboru, a nezajímá se o nové trendy v podnikání. To ostatně vyplývá z provedeného výzkumu. Lze se domnívat, že určitá část těchto podnikatelů postrádá vzdělání ekonomického či podnikatelského zaměření a tuto skutečnost používá jako výmluvu, často z vlastní pohodlnosti. Jedním z možných řešení je sestavit **databázi firem** podle výše zmíněných kategorií. Firmám z tohoto registru **rozesílat prostřednictvím elektronické pošty krátké prezentační soubory** tématicky zaměřené na význam malého a středního podnikání, podporu tohoto sektoru podnikání, podnikatelskou infrastrukturu jako takovou a její konkrétní realizaci v regionu. Zaslání takových emailů lze pojmout také jako seriál (pravidelně jednou za týden nebo jedenkrát za měsíc zasílat tématickou prezentaci) nebo kombinovat s ostatními formami propagace. Kromě počátečního sestavení databáze podnikatelů je to metoda s minimálními nároky jak na čas, tak peníze a přitom lze takovým způsobem oslovit velmi širokou skupinu odborné veřejnosti. Zajištění této činnosti by připadlo buď provozovatelům podnikatelských inkubátorů, případně lze pro tuto činnost zřídit nový subjekt, což však vede ke zbytečným výdajům. Jelikož v každém okrese Zlínského kraje funguje nejméně jeden podnikatelský inkubátor a připravují se další, nabízí se řešení, na jehož základě si každý z nich vytvoří vlastní databázi firem v okrese a samostatně se tak bude podílet na vlastní propagaci v regionu svého působení. Pokud by tuto činnost zajišťoval jeden PI pro celý kraj, byla by tato činnost na proveditelnost náročnější a ostatní inkubátory by mohly být vnímány jako nedůvěryhodné či neposkytující stejně kvalitní služby.

V případě, že se tento způsob předávání informací setká se zájmem, bylo by možné na něj navázat s osobními prezentacemi, které by pozitivně vnímalo a uvítalo 6 %

respondentů, jak uvedli při vyplňování dotazníku. Tyto prezentace by se měly odehrávat přímo v prostorách podnikatelského inkubátoru a týkaly by se už konkrétní nabídky služeb a forem podpory.

4.1.3 Vzdelávání podnikatelů

Poté, co se podnikatelé seznámí s problematikou podnikatelské infrastruktury a jejím významu v malém a středním podnikání, lze navázat dalším krokem, kterým jsou **vzdělávací programy a semináře**. Podnikatelé by tak získali možnost nabytí nové vědomosti a zvýšit si rozhled v této oblasti. Nabídku s možnostmi vzdělávání eventuelně elektronicky rozesílat podle databáze podnikatelů, ale především je informovat o takové možnosti již při předcházejících formách. Bylo by vhodné vytvořit vzdělávací programy a semináře ve dvou úrovních (základní a pokročilá). Základní úroveň by byla zajišťována pracovníky podnikatelského inkubátoru, pokročilá úroveň pak odborníky z praxe a akademickými pracovníky. Důvody pro toto rozdělení jsou dva. Prvním je méně formální atmosféra, druhým je cena za program či seminář v základní úrovni. Odborníci si za poskytnutí znalostí a zkušeností účtují vyšší odměnu a především jejich čas je „drahý“. Tyto skutečnosti se pak odráží v ceně seminářů. Podnikatelé by se tak mohli „na zkoušku“ zúčastnit levnějších kurzů a v případě dalšího zájmu by neváhali investovat své peníze do svého vzdělání. Také témata diskutovaná v pokročilých programech by byla na vyšším stupni, který by předpokládal již určitou úroveň znalostí o dané problematice.

Na vzdělávání podnikatelů je třeba se zaměřit i z toho důvodu, že výsledky dotazníkového šetření potvrdily, že sami **podnikatelé nepřikládají vzdělávání velkou důležitost** (průměrná známka 3,9). Je třeba zástupce firem pozitivně motivovat, aby ve svém vzdělávání viděli nejen zvyšování vlastní kvalifikace, ale rozvoj firmy, který povede k upevnění konkurenční pozicena trhu, k maximalizaci přidané hodnoty a v neposlední řadě vytváření vysoce kvalifikovaných pracovních míst.

4.1.4 Prezentace ve sdělovacích prostředcích

Internetové stránky

V dotazníkovém šetření se největší skupina respondentů (35 %) vyjádřila, že by uvítala prezentaci podnikatelského inkubátoru formou internetových stránek. Technologické inovační centrum, s.r.o. jako provozovatel podnikatelského inkubátoru **internetové stránky** provozuje (<http://www.tic.cz>). Uživatelé zde kromě záložky

„Podnikatelský inkubátor“ naleznou širokou škálu informací o všech aktivitách TIC (popsáno v předešlé kapitole). Bylo by vhodné přinejmenším zvážit, zda by nebylo **efektivnější pro podnikatelský inkubátor vytvořit samostatné internetové stránky**, neboť orientace na výše uvedené internetové adrese může být pro nového uživatele dosti obtížná (z důvodu zapojení TIC v rozmanitých složkách podnikatelské infrastruktury). Co zde pro nového uživatele chybí, je impuls, který by ho dokázal přesvědčit zajímat se o podnikatelský inkubátor důkladněji. Vhodnou formou se jeví **reference firem**, a to aktuálně zasídlených v podnikatelském inkubátoru nebo těch úspěšnějších, které již zdařile prošly „kojeneckou“ fází podnikání a podnikatelský inkubátor už opustily.

Internetová reklama

Mezi další způsoby, jak přispět ke zvýšení informovanosti o podnikatelských inkubátorech patří reklama. Ta, která se osvědčila a je nejčastěji používanou formou **internetové reklamy** je banner, česky tzv. reklamní proužek, který je instalován na internetové stránce. **Banner upozorňující na činnost podnikatelského inkubátoru** by měl být zpracován nenásilnou formou, avšak také nepřehlédnutelnou, aby bylo dosaženo požadovaného efektu. Tyto bannery by měly být umístěny na internetových stránkách, které podnikatelé nejvíce navštěvují. Takovými jsou databáze firem, poptávkové servery, oborová sdružení a svazy, portály měst a regionů, elektronická pošta, zpravodajské servery, vyhledávače a jiné.

Prezentace v tisku

Čtvrtina respondentů (26 %) se vyjádřila, že by uvítala informaci o existenci podnikatelských inkubátorů v **odborných periodikách**. Čas od času se v takových publikacích objevují články z prostředí podnikatelské infrastruktury, obvykle zachycující dění v konkrétních regionech a městech a aktuálně informující o činnostech konkrétních PI a VTP. Působivým způsobem prezentace je **inzerce v běžném denním tisku**, jak na celostátní, tak regionální úrovni. Prostřednictvím takové reklamy lze oslovit největší podíl široké veřejnosti. Další možností je **začlenit do tištěného periodika rubriku „Podnikatelský inkubátor“** nebo „Podnikatelská infrastruktura“, která se bude věnovat všeobecně podnikatelské infrastruktuře v regionu nebo konkrétnímu podnikatelskému inkubátoru (v závislosti na distribuci tiskoviny). V této rubrice je možné předávat informace o nabídce služeb podnikatelského inkubátoru, nových výzvách operačních programů a fondů EU, aktuálních podporách sektoru MSP, stavu podnikatelského prostředí v regionu, nových trendech v podnikání apod.

Propagace v regionálních médiích

Na regionální úrovni se lze prezentovat také prostřednictvím **reklamy v médiích**, kterou by přivítala pětina respondentů (21 %). V regionálních televizích se občas objevují aktuality z místního podnikatelského prostředí, bariérou přenosu informace k příjemci je však vysílací čas takových zpráv. Regionální zprávy jsou ve vysílacím programu všech televizních stanic zařazeny do podvečerních hodin všedních dnů, a touto dobou malá část podnikatelů sleduje televizi. V tomto případě mohou lépe k podnikateli proniknout **informace vysílané v rádiu**, které ke zpříjemnění pracovního procesu bývá posloucháno v kancelářích. Spousta podnikatelů tráví značnou část svého pracovního času v autě a ke zpříjemnění cest poslouchá rádio. Proto by se zde mohly objevit informace o podnikatelské infrastruktuře, buď **ve formě aktualit anebo diskusních pořadů**. Rozhlasová stanice, která by byla příhodná pro vysílání takových zpráv je např. Český rozhlas na různých stanicích, které provozuje. Zájem by však mohly projevit i mnohá regionální rádia. Snad příliš odvážná je vize rozhlasové stanice, určené přímo pro podnikatele po vzoru rozhlasové stanice, která slouží dopravnímu zpravodajství.

4.1.5 Databáze podnikatelských inkubátorů

Další formou jak zvýšit povědomí o činnosti podnikatelských inkubátorů je vytvoření **databáze** nebo také **sítě podnikatelských inkubátorů**. Jak je uvedeno v předchozí kapitole, ta dosud neexistuje. Podnikatelské inkubátory spolu s vědeckotechnickými parky sdružuje SVTP ČR, která provozuje Katalog vědeckotechnických parků ČR, ale orientace v tomto katalogu může být pro nového uživatele obtížná. Vytvoření centrální databáze by podnikatelům umožnilo **lepší orientaci mezi podnikatelskými inkubátory v rámci regionu i celé republiky**. Tento krok by zároveň byl přínosem i pro podnikatelské inkubátory samotné. Databáze by jim umožnila mezi sebou jednodušeji komunikovat, sdílet znalosti a zkušenosti, pracovat na společných projektech a tak výrazně přispívat k plynulému rozvoji regionů.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že **větší povědomí** o podnikatelském inkubátoru při TIC s.r.o. ve Zlíně a současně **o podnikatelských inkubátorech ve Zlínském kraji** všeobecně je **v okresech Uherské Hradiště a Zlín**. Žádná z oslovených firem z okresu Kroměříž neví o existenci podnikatelského inkubátoru při TIC s.r.o. ve Zlíně a zároveň nezná jiný podnikatelský inkubátor v kraji. Ani dotazované firmy z okresu Vsetín neznají podnikatelský inkubátor při TIC s.r.o. ve Zlíně, ale alespoň tři z nich znají jiný podnikatelský inkubátor (všichni respondenti uvedli Podnikatelský inkubátor Vsetín).

Toto zjištění se jeví jako velmi alarmující z důvodu, že v každém okrese Zlínského kraje existuje alespoň jeden podnikatelský inkubátor (viz Tab. 3.1). Je třeba apelovat na provozovatele podnikatelských inkubátorů z těchto regionů (Kroměříž, Vsetín), aby se více snažili proniknout mezi podnikatelskou veřejnost a tím přispěly k větší informovanosti, bez které nemůže dojít k naplnění smyslu jejich existence.

5 ZÁVĚR

Malé a střední firmy jsou základním pilířem každé tržní ekonomiky. Dokáží pružně reagovat na požadavky trhu, mají velký podíl na zaměstnanosti a vytváření nových pracovních míst a přispívají k rozvoji regionů. V dnešní společnosti, která je založena na znalostech a inovacích je kladen velký důraz spolupráci podnikatelské sféry s vysokými školami, vědeckotechnickými parky a výzkumnými institucemi. Podporou neobyčejných a originálních podnikatelských záměrů, manažerskou i technickou pomocí při rozjezdu podnikání a rozvíjením inovačních aktivit se zabývají podnikatelské inkubátory. Ačkoliv jsou podnikatelské inkubátory významnou složkou podnikatelské infrastruktury, informovanost široké veřejnosti o jejich působení a možnostech pomoci jsou velmi nízké.

Cílem diplomové práce bylo zjistit, jaké je povědomí podnikatelské veřejnosti o existenci a fungování podnikatelských inkubátorů. Cíl práce byl naplněn vyhodnocením výsledků dotazníkového šetření, které proběhlo mezi malými a středními firmami ve Zlínském kraji. Výsledky tohoto šetření ukázaly, že více jak polovina firem (65 %) nezná podnikatelský inkubátor při TIC s.r.o ve Zlíně. Bylo navrženo několik způsobů, kterými lze povědomí široké veřejnosti o existenci a fungování podnikatelských inkubátorů zvýšit.

Mezi tato doporučení patří spolupráce se středními školami, vytvoření registru malých a středních firem a zaslání propagačních prezentací těmto firmám. Protože sami představitelé firem opomíjejí vzdělávání a zvyšování kvalifikace, je důležité vytvářet vhodné vzdělávací programy a semináře a pozitivně je ke vzdělání motivovat. Prezentace podnikatelských inkubátorů v informačních kanálech jako jsou internet, tisk a média zasáhne početný podíl veřejnosti všech věkových skupin a profesí a zajistí tak širší povědomí napříč společností. Vytvoření databáze podnikatelských inkubátorů povede k lepší orientaci mezi podnikatelskými inkubátory a podnikatelským inkubátorům umožní snadnější komunikaci a spolupráci.

Existence a činnost podnikatelských inkubátorů má své opodstatnění, ale je třeba zvýšit úsilí jak ze strany provozovatelů podnikatelských inkubátorů, tak představitelů firem, které bude směřovat k efektivní spolupráci všech zainteresovaných stran, k rozvoji podnikání, regionů i celé společnosti.

Seznam použité literatury

MONOGRAFIE

- 1 BARTÁK, J. *Od znalostí k inovacím : tvorba, rozvíjení a využívání znalostí*. Praha: Alfa Nakladatelství, 2008. 190 s. ISBN 978-80-87197-03-5.
- 2 BŘÍZA, J., PAVLÍKOVÁ, J. *Peníze, zdravotnictví, malé a střední podnikání a možnosti získávání finančních prostředků z Evropské unie*. Praha: Eurolex Bohemia, 2006. 175 s. ISBN 80-86861-87-2.
- 3 KLIMEŠ, L. *Slovník cizích slov*. 7.vyd. Praha: SPN, 2005. 829 s. ISBN 80-7235-272-5.
- 4 KONEČNÝ, M., SKOKAN, K., ZAMARSKÝ, V. *Inovační centra : Transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky*. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2001. 254 s. ISBN 80-7078-873-9.
- 5 KOŠTURIÁK, J.; CHAL, J. *Inovace: vaše konkurenční výhoda!*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008. 164 s. ISBN 978-80-251-1929-7.
- 6 LUDVÍK, L. *Regionální aspekty podnikání*. Ostrava : Vysoká škola podnikání, 2005. 78 s. ISBN 80-86764-36-2.
- 7 LUDVÍK, L. *Rozvoj mikroregionálního podnikatelského prostředí: podpora malého a středního podnikání*. 1. vyd. Jilešovice: MAJ, 2000. 124 s. ISBN 80-86458-03-2.
- 8 MALACH, A., et al. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2005. 528 s. ISBN 80-247-0906-6.
- 9 MIKOLÁŠ, Z. - FOLVARČNÁ, A. *Malá a střední firma : manuál podnikatelského vedení*. 1.vyd. Jilešovice: MAJ, 2000. 67 s. ISBN 80-86458-02-4.

- 10 MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku : konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 198 s. ISBN 80-247-1277-6.
- 11 MLÁDKOVÁ, L. *Moderní přístupy k managementu : Tacitní znalost a jak ji řídit*. Praha: C. H. Beck, 2005. 195 s. ISBN 80-7179-310-8.
- 12 NOVÝ, I. – SURYNEK, A. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. Praha: Grada Publishing, 2002. 192 s. ISBN 80-247-0384-X.
- 13 PETŘÍČEK, V. *Česká podpora podnikání v evropském kontextu*. Praha: Corona Communications, 2007. 176 s. ISBN 978-80-903954-2-8.
- 14 PETŘÍČEK, V. *Vývoj podnikatelského prostředí v České republice*. Praha: Corona, 2006. 120 s. ISBN 80-903363-6-1.
- 15 ŠVARCOVÁ, J. *Best practices : sdílení znalostí firem*. Zlín: CEED, 2008. 127 s. ISBN 978-80-903433-5-1.
- 16 ŠVEJDA, P., et al. *Inovační podnikání*. Praha: Asociace inovačního podnikání ČR, 2007. 345 s. ISBN 978-80-903153-6-5.
- 17 VEBER, J.; SRPOVÁ, J. *Podnikání malé a střední firmy : pro všechny podnikatele a manažery, od podnikatelského záměru k zahájení podnikání, jak úspěšně řídit malou i větší firmu, programy podpory podnikání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.
- 18 VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3.
- 19 Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších změn a předpisů.

INTERNETOVÉ ZDROJE

- 20 *Benchmarking of Business Incubators*. European Commission Enterprise Directorate-General [online]. 2002. Dostupné z: WWW: <http://www.bii.ge/eng/studies_&_Papers/%5B1%5D.benchmarking_bi_part_one_2002.pdf>.
- 21 *CzechInvest : Agentura pro podporu podnikání a investic* [online]. 1994-2010 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>>.
- 22 *CzechTrade* [online]. 2009 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni/>>.
- 23 *Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.* [online]. 2004 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.cmzrb.cz/o-bance/kdo-jsme>>.
- 24 ČSÚ [online]. 15.3.2010 [cit. 2010-03-18]. Stav a pohyb obyvatelstva v ČR v roce 2009 (předběžné výsledky). Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/4001-09>>.
- 25 ČSÚ [online]. 2010, 26.10.2006 [cit. 2010-03-20]. Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu. Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/csu/2003edicniplan.nsf/p/4113-03>>.
- 26 ČSÚ [online]. 25.11.2009 [cit. 2010-04-04]. Ukazatele výzkumu a vývoje za rok 2008. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/\\$File/cela_publicace960109.pdf](http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/t/7700385608/$File/cela_publicace960109.pdf)>.
- 27 ČSÚ [online]. 30.11.2009 [cit. 2010-03-20]. Regionální účty 2008. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/2009edicniplan.nsf/p/1371-09>>.
- 28 ČSÚ *Zlínský kraj* [online]. 10.2.2010 [cit. 2010-03-19]. Nezaměstnanost. Dostupné z WWW: <<http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xz>>.

- 29 *ČSÚ Zlínský kraj* [online]. 18.1.2010 [cit. 2010-03-19]. Organizační statistika. Dostupné z WWW: <http://www.zlin.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/oranizacni_struktura-xz>.
- 30 *ČSÚ Zlínský kraj* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Míra inflace v České republice. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/mira_inflace>.
- 31 *ČSÚ Zlínský kraj* [online]. 10.3.2010 [cit. 2010-03-20]. Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnanců ve Zlínském kraji v roce 2009. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/xz/redakce.nsf/i/prumerna_hrub_a_mesicni_mzda_zamestnancu_v_e_zlinskem_kraji_v_roce_2009>.
- 32 *Inovační infrastruktura Zlínského kraje* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://zk-inovace.cz/>>.
- 33 *Inovační portál Zlínského kraje* [online]. 2008-2009 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.inovacnipodnikani.cz/oportale>>.
- 34 *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument12175.html>>.
- 35 *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument68939.html>>.
- 36 *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument31887.html>>.
- 37 *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument27685.html>>.
- 38 *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-02]. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument39247.html>>.

- 39 *MMR* [online]. 7.10.2009 [cit. 2010-03-20]. Ekonomická situace českých krajů a měst. Dostupné z WWW: <<http://www.mmr.cz/Pro-media/Media-oministerstvu/Ekonomicka-situace-ceskych-kraju-a-mest>>.
- 40 *MPSV ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Nemocenské pojištění. Dostupné z WWW: <<http://www.mpsv.cz/cs/7>>.
- 41 *Národní vzdělávací fond* [online]. 2009 [cit. 2010-02-04]. Dostupné z WWW: <<http://www.nvf.cz/onas/index.htm>>.
- 42 Nařízení Komise (ES) č. 70/2001. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2005 [cit. 2010-02-08]. Dostupné z WWW: <<http://download.mpo.cz/get/30080/40534/481564/priloha007.pdf>>.
- 43 *Okno do kraje* [online]. 27.8.2006 [cit. 2010-03-20]. Zahraniční aktivity a vztahy kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.oknodokraje.cz/article/2218.zahranicni-aktivity-a-vztahy-kraje/>>.
- 44 *Portál Zlínského kraje* [online]. 12.6.2008 [cit. 2010-03-30]. Rozpočtový výhled Zlínského kraje. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=70922&doctype=ART&nid=6201&cpi=1>>.
- 45 *Portál Zlínského kraje* [online]. 23.3.2010 [cit. 2010-04-03]. Program rozvoje územního obvodu Zlínského kraje 2010-2012. Dostupné z WWW: <<http://www.kr-zlinsky.cz/docDetail.aspx?docid=135240&doctype=ART&&cpi=1>>.
- 46 *Region Bílé Karpaty* [online]. 9.2.2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.regionbilekarpaty.cz/>>.
- 47 *Regionální informační servis* [online]. 2005-2008 [cit. 2010-03-18]. Zlínský kraj. Dostupné z WWW: <<http://www.risy.cz/index.php?pid=508&kraj=14&language=CZ>>.

- 48 *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-03-20]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/search.php3?id=0000000043&search=1&output=4>>.
- 49 *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-03-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/ospolecnosti.php>>.
- 50 *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 2010 [cit. 2010-03-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/stanovy.php>>.
- 51 ŠVEJDA, Pavel. *Akreditace VTP v ČR* [online]. 17. 01. 2003 [cit. 2010-03-13]. Společnost vědeckotechnických parků ČR. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/view.php?cisloclanku=2003011701>>.
- 52 ŠVEJDA, Pavel. *Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 10. 12. 2009 [cit. 2010-03-13]. Zápis z 19. jednání komise pro akreditaci vědeckotechnických parků v ČR. Dostupné z WWW: <<http://www.svtp.cz/view.php?cisloclanku=2009121003>>.
- 53 *TIC Zlín : Technologické inovační centrum* [online]. 2007-2009 [cit. 2010-03-15]. Dostupné z WWW: <<http://www.ticzlin.cz/poslani-spolecnosti.php>>.
- 54 *Volby do zastupitelstev krajů* [online]. 2008 [cit. 2010-03-20]. Souhrnné výsledky voleb. Dostupné z WWW: <<http://www.volby.cz/pls/kz2008/kz6?xjazyk=CZ&xdatum=20081017>>.
- 55 *Zkola* [online]. 2003-2008 [cit. 2010-03-20]. Přehled informací pro vzdělávání a výchovu. Dostupné z WWW: <<http://www.zkola.cz/zkedu/rodiceaverejnost/katalog/default.aspx>>.

Seznam zkratek

aj.	a jiné
apod.	a podobně
a.s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
atp.	a tak podobně
BIC	Business Innovation Centre (Podnikatelské inovační centrum)
č.	číslo
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka
ČR	Česká republika
ČSSD	Česká strana sociálně demokratická
ČSSZ	Česká správa sociálního zabezpečení
ČSÚ	Český statistický úřad
EK	Evropská komise
ES	Evropské společenství
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
EUR	euro
HDP	hrubý domácí produkt
Kč	Korun českých
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
max.	maximálně
mil.	milionů
min.	minimálně
mj.	mimo jiné
MSP	malé a střední podnikání, malé a střední podniky
např.	například
NVF	Národní vzdělávací fond
ODS	Občanská demokratická strana
OPPI	Operační program Podnikání a inovace
o.p.s.	obecně prospěšná společnost
OSN	Organizace spojených národů

PI	podnikatelský inkubátor
resp.	respektive
Sb.	sbírky
SR	Slovenská republika
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
STAR+NEZ	Starostové a nezávislí pro kraj
SVTP ČR	Společnost vědeckotechnických parků České republiky
TIC	Technologické inovační centrum
tj.	to je
tzn.	to znamená
tzv.	takzvaný
UNIDO	Organizace OSN pro průmyslový rozvoj
USA	United States of America (Spojené státy americké)
VaV	výzkum a vývoj
VTP	vědeckotechnický park
ZLK	Zlínský kraj
ŽP	životní prostředí

Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 30. 4. 2010

.....
Bc. Michaela Černochová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Kašava 265, 763 19 Kašava

Seznam příloh

- Příloha č. 1 Členění podniků podle různých institucí
- Příloha č. 2 Faktory vymezující podnikatelské prostředí
- Příloha č. 3 Struktura Operačního programu Podnikání a inovace 2007 – 2013
- Příloha č. 4 Struktura SWOT analýzy, struktura PEST analýzy
- Příloha č. 5 Exteriér a interiér budovy ve které sídlí podnikatelský inkubátor
- Příloha č. 6 Žádost o přijetí do podnikatelského inkubátoru
- Příloha č. 7 Členění ČR na statistické jednotky
- Příloha č. 8 Inovační infrastruktura Zlínského kraje
- Příloha č. 9 Dotazník
- Příloha č. 10 Tabulka s přehledem odpovědí