

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

POMOC MALÝM A STŘEDNÍM PODNIKATELŮM  
S VYUŽITÍM VĚDECKOTECHNICKÉHO PARKU A  
PODNIKATELSKÉHO INKUBÁTORU NA PŘÍKLADU VTP UP

Diplomová práce

Olomouc 2015

Bc. Pavlína Mrvíková

Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta

POMOC MALÝM A STŘEDNÍM PODNIKATELŮM S VYUŽITÍM  
VĚDECKOTECHNICKÉHO PARKU A PODNIKATELSKÉHO  
INKUBÁTORU NA PŘÍKLADU VTP UP

Magisterská diplomová práce

Studijní program: Anglická filologie – Aplikovaná ekonomická studia

Autor: Bc. Pavlína Mrvíková

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Barbora Haltofová

**Olomouc 2015**

## **Prohlášení**

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: „Pomoc malým a středním podnikatelům s využitím vědeckotechnického parku a podnikatelského inkubátoru na příkladu VTP UP“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne.....

Podpis.....

### **Poděkování**

Děkuji především vedoucí diplomové práce Ing. Mgr. Barboře Haltofové za její odborné rady, postřehy a vstřícný přístup a panu Ing. Jiřimí Herinkovi za jeho ochotu a spolupráci.

## Obsah

Úvod.....	7
1 Podnikání .....	9
1.1 Charakteristika .....	9
1.2 Malé a střední podniky.....	10
2 Inovace .....	13
2.1 Charakteristika .....	13
2.2 Inovace v České republice .....	13
2.3 Inovace v Olomouckém kraji.....	14
3 Druhy podpor v České republice.....	16
3.1 Vládní organizace.....	16
3.2 Nevládní organizace.....	18
3.3 Finanční instituce .....	19
3.4 Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory .....	20
4 Vědeckotechnický park a podnikatelské inkubátory.....	21
4.1 Vědeckotechnické parky .....	21
4.1.1 Charakteristika .....	21
4.1.2 Historie.....	21
4.2 Podnikatelské inkubátory.....	22
4.2.1 Charakteristika .....	22
4.2.2 Historie.....	23
4.3 Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory v České republice .....	23
5 Vědeckotechnický park v Olomouci .....	25
5.1 Struktura.....	25
5.2 Historie.....	26
5.3 UP Business Club.....	26
5.4 Hlavní služby .....	27
5.4.1 Poradenské služby.....	28
5.4.2 Pronájem .....	29
5.5 Ostatní služby.....	32
5.6 Podmínky .....	32
5.7 UP Business Catapult.....	35

5.8	Soutěž Podnikavá hlava .....	36
5.9	Cíle Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci .....	38
6	Zvolená metodika a výsledky.....	42
6.1	Metody srovnávání.....	42
6.3	Výsledky dotazníkového šetření .....	44
6.4	Výsledky polostrukturovaného rozhovoru .....	53
6.5	Doporučení.....	55
	Závěr .....	57
	Summary .....	59
	Seznam pramenů a použité literatury .....	61
	Seznam tabulek .....	64
	Seznam grafů.....	64
	Seznam příloh .....	65

# Úvod

Tématem této diplomové práce je pomoc malým a středním podnikatelům s využitím vědeckotechnického parku a podnikatelského inkubátoru na příkladu Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci (dále jen VTP UP). Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory slouží jako nástroj podpory malého a středního podnikání. Z celkového počtu podnikatelů v České republice jich největší procento tvoří malí a střední podnikatelé, tudíž mají právě oni velký vliv na samotnou ekonomiku státu. V zájmu státu by tak měla být podpora právě těchto podnikatelů.

Protože se já, stejně jako ostatní občané, mohu v budoucnu ocitnout před rozhodnutím, zda začít podnikat či nikoli, dala jsem si za cíl zjistit, jaké formy pomoci jsou v České republice nejen začínajícím podnikatelům k dispozici. Hlavně jsem se ale chtěla zaměřit na jednu určitou formu pomoci – vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory. Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci jsem si vybrala z důvodu, že se nachází ve stejném městě, ve kterém studuji a jak již název napovídá, samotný park je úzce spjat se zdejší univerzitou. Mým záměrem bylo poskytnout náhled do celkového fungování VTP UP a vzhledem k tomu, že součástí VTP UP je i podnikatelský inkubátor, rozhodla jsem se ho nevynechávat.

Hlavní cíl práce je však zaměřený na samotný vědeckotechnický park v Olomouci, na jeho fungování a jeho přínos pro rozvoj malého a středního podnikání v Olomouckém kraji. K získání potřebných dat pro vyhodnocení situace bude využito dotazníkového šetření. Dotazník bude zpracován a rozeslán všem firmám, které v současné době využívají služeb VTP UP. Následně bude dotazník vyhodnocen a výsledky dotazníkového šetření, či případné návrhy na zlepšení pro efektivnější práci a větší spokojenost firem, budou poté konzultovány s vedením parku.

Práce bude rozdělena na hlavní dvě části – část teoretickou a část praktickou. V teoretické části se zmíním o samotné charakteristice podnikání, dále se zaměřím na malé a střední podnikání, kterým se práce zabývá. Vzhledem k tomu, že hodně podnikatelů, jež se rozhodnou využít nabízených služeb parku, se snaží ve svých firmách zavádět a praktikovat inovace, bude jedna kapitola věnována i inovacím. Následující kapitola bude o podporách, které mohou podnikatelé v České republice získat, a institucích, které tyto podpory poskytují. V neposlední řadě se práce zaměří na vědeckotechnické parky a

podnikatelské inkubátory obecně, jejichž historie a charakteristika budou podrobněji popsány, a dále pak na samotný Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci, na jeho strukturu, historii, nabídku služeb, podmínky pro přijetí, jeho cíle a jejich skutečné plnění. Součástí praktické části je dotazníkové šetření, z jehož výsledků budou zpracovány případné návrhy na změny či zlepšení, které by se reálně daly ve VTP UP uskutečnit. V praktické části se také objeví rozbor odpovědí z polostrukturovaného rozhovoru s ředitelem VTP UP. Návrhy na zlepšení a posléze otázky, které při rozhovoru zazní, budou vytvořeny na základě odpovědí respondentů dotazníkového šetření.



# 1 Podnikání

## 1.1 Charakteristika

V úvodu teoretické části budou definovány pojmy, které se vztahují k vybranému tématu diplomové práce a budou se v textu objevovat. Vzhledem k názvu práce „*Pomoc malým a středním podnikatelům s využitím vědeckotechnického parku a podnikatelského inkubátoru na příkladu VTP UP*“ je vhodné začít s definováním základních pojmů, jako jsou – podnikání, podnikatel, podnik a jeho další členění. Ke každému zmíněnému pojmu existuje spousta definic. Pojem podnikání není výjimkou a určit, co se přesně pod pojmem skrývá, není vůbec jednoduché. V odborné literatuře se často hovoří o několika pojetích podnikání, a to o ekonomickém, psychologickém, sociologickém a právnickém. Podnikání obecně je možné charakterizovat jako cílevědomou činnost, která využívá iniciativní a kreativní přístupy směrem k organizování a řízení transformačních procesů. Mezi další obecné rysy lze zařadit praktický přínos a užitek, převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu a i to, že se jedná o cyklický proces. (Veber et Srpová 2008, str. 15)

Podobně jako tomu bylo u definování slova podnikání, ani pojem podnikatel není jednoduché jasně určit. I zde existuje mnoho definic. Obchodní zákoník definuje podnikatele jako osobu, která „*samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku.*“ (Občanský zákoník, § 420 zákona 89/2012 Sb.) Podnikatelem se rozumí i osoba, která nepodniká na základě živnostenského oprávnění, v tom případě však musí mít jiné oprávnění podle zvláštních předpisů, a v neposledním řadě osoba provozující zemědělskou výrobu, a která je zároveň zapsaná do evidence podle zvláštního předpisu. Kromě toho se podnikatelem může stát jak osoba fyzická, tak i osoba právnická. (Srpová 2010, str. 30)

Každý podnikatel, který chce na trhu uspět, by měl umět nacházet příležitosti a vytyčovat si stále nové cíle. Měl by disponovat potřebnými finančními prostředky a majetkem, které jsou k jeho podnikání nezbytné, a být dostatečně schopný organizovat podnikatelské aktivity. Podnikatel by se neměl bát rizika, které s sebou každé podnikání přináší. Mezi charakterové vlastnosti by se dala zařadit sebedůvěra, která by se ovšem měla zakládat na skutečných kvalitách a schopnostech podnikatele, dále pak vytrvalost, dlouhodobé nasazení a ochota učit se ze zkušeností. Jedná se totiž o osobu, která se rozhodne investovat nejen své prostředky ale i svůj čas, úsilí a jméno. S tím přichází odpovědnost a

každý podnikatel si musí být vědom toho, že nese riziko, třeba i to, že svůj vynaložený kapitál nakonec ztratí. (Veber et Srpová 2008, str. 16)

## 1.2 Malé a střední podniky

Rozdílů, které mezi malým a středním podnikem existují, je celá řada, stejně tak jako kritérií sloužících ke správnému zařazení podniku do kategorie buď malého, nebo středního podnikání. Tyto podniky lze rozlišit na základě různých druhů pojetí či doporučení.

### a) Statistické pojetí

- Pro statistické pojetí je hlavní dělení podniků do tří skupin, podle toho, kolik je v podniku zaměstnáno lidí. Přesné dělení je následující:

- o *Malé* podniky – mají maximálně 20 zaměstnanců
- o *Střední* podniky – mají maximálně 100 zaměstnanců
- o *Velké* podniky – mají 100 a více zaměstnanců (Veber et Srpová 2008, str. 19).

### b) Klasifikace České správy sociálního zabezpečení

- Tato klasifikace se opět zaměřuje na počet zaměstnanců v podniku.

- o *Malé organizace* – mají maximálně 25 zaměstnanců
- o *Organizace* – mají více jak 25 zaměstnanců (Veber et Srpová 2008, str. 20)

### c) Nařízení komise Evropské unie

- Na rozdíl od právě zmíněných klasifikací, kde počet zaměstnanců podniku byl jediným kritériem, klasifikace dle komise EU je složitější a dělí podniky podle čtyř kritérií. I zde je jedním z kritérií počet zaměstnanců, mezi další kritéria patří roční obrat, hodnota aktiv a nezávislost.

- o *Mikro* podnik – do této kategorie spadají podniky, které mají maximálně 10 zaměstnanců, jejich roční obrat činí maximálně 2 miliony EUR a aktiva nepřesáhnou 2 miliony EUR

o *Malý podnik* – tento podnik zaměstnává maximálně 50 lidí, roční obrat je maximálně 10 milionů EUR, stejně tak aktiva nepřesahují 10 milionů EUR

o *Střední podnik* – jedná se o podnik zaměstnávající do 250 osob, s ročním obratem nepřesahujícím 50 milionů EUR a aktivity do 43 milionů EUR. (Veber et Srpová 2008, str. 19)

- Nezávislostí se rozumí to, že podnik není vlastněn jiným podnikem a to z 25 a více procent, a který nemůže být definován jako malý či střední podnik. (Veber et Srpová 2012, str. 19).

#### **d) Pojetí zákona o podpoře podnikání**

- Toto poslední pojetí se neliší od pojetí předchozího. K určení zdali se jedná o malý nebo střední podnik slouží kritéria stanovená přímo použitelným předpisem Evropských společenství (Veber et Srpová 2008, str. 19).

Všeobecně by se daly malé a střední podniky definovat jako: „*samostatné podnikatelské jednotky v rukou jednoho nebo několika podnikatelů, s malým počtem pracovníků, relativně malým kapitálem a malým ročním obratem.*“ (Kislingerová 2005, str. 295) Největší výhodou těchto podniků je bezesporu jejich flexibilita a rychlost, se kterou se dokáží přizpůsobit přáním zákazníků. (Kislingerová 2005, str. 295)

Pomoc malým a středním podnikatelům je důležitá, neboť „*v České republice malé a střední podniky reprezentují více než 1 milion ekonomických subjektů, tj. 99,84% všech podnikatelů.*“ (Koncepce podpory MSP 2014-2020) Malé a střední podniky tak hrají svou důležitou roli v ekonomice státu. Tyto podniky se v první řadě zasluhují o tvorbu nových pracovních míst. Nežřidka se stává, že samotný podnikatel se rozhodl stát se podnikatelem, kvůli tomu, že sám nemohl najít práci. Mezi další přínosy patří například to, že podniky přispívají k hospodářskému růstu, tudíž podnikání pozitivně působí na ekonomický růst. Nesmí se ovšem zapomínat, že podnikání není jediný faktor ovlivňující růst HDP. Podnikání nepodporuje pouze růst HDP, má také dobrý vliv na konkurenční sílu celkové ekonomiky. Čím více podniků vzniká, tím roste konkurenční tlak a tlak na to být lepší a vymýšlet stále nové inovace a znamená i větší svobodu pro samotné zákazníky nebo konečné spotřebitele, neboť mají větší možnost volby. Podnikatel se také často cítí být z práce uspokojen více než

zaměstnanec. Podnikatelé často zakládají malé a střední podniky v okolí svého bydliště, tím pádem přirozenou formou napomáhají rozvoji regionů, obcí a menších měst. (Kislingerová 2005, str. 293-294)

Postavení těchto podniků je ovšem také značně omezeno. Faktory, které podniky znevýhodňují, jsou následující – malá ekonomická síla, horší schopnost nést změnu daní, slabší pozice ve veřejných soutěžích, nemožnost nebo značná omezenost v zaměstnávání špičkových vědců či manažerů, neustálá hrozba ze strany velkých firem, zvláště pokud prosazují dumpingové ceny, horší přístup k informacím nebo citlivost na správní a právní podmínky podnikání. (Veber et Srpová 2008, str. 22)

Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory, se hlavně soustředí na pomoc podnikatelům se zajímavým a neotřelým nápadem a dávají tak šanci vzniku inovativních firem. Může se zdát, že malé a střední podniky nemají takový podíl na tvorbě inovací jako podniky velké, ale právě jejich flexibilita a schopnost přizpůsobit se novým podmínkám, jim dává určitou výhodu. I malá firma může přijít s něčím novým. Na druhou stranu se musí malé a střední podniky potýkat například s nedostatkem potřebných prostředků, což je bráno jako nevýhoda. (Voigt et Brem 2008, str. 8)

## 2 Inovace

### 2.1 Charakteristika

V předešlé kapitole se často vyskytoval pojem inovace. Jak již bylo zmíněno, inovační činnost se v dnešním světě stala takřka nezbytností pro pozitivní vývoj ekonomické prosperity. Pro všechny podnikatele, kteří si přejí v oblasti podnikání uspět, být schopni konkurovat a vybudovat si tak dobré jméno v očích veřejnosti, je důležité na globalizovaném trhu něčím vybočit z řady. Existuje však několik překážek, které mohou mít za následek to, že k inovačnímu procesu jakéhokoli charakteru nakonec vůbec dojít nemusí, či se tato inovační aktivita značně omezí. Podle Českého statistického úřadu se mezi tyto překážky v letech 2010-2012 řadily především vysoké inovační náklady. O první místo se tato překážka dělí s nedostatkem finančních prostředků v podniku, který jako negativní omezující faktor vnímají všechny druhy podniků, co se velikosti týče. Nejistá poptávka po inovovaných výrobcích či službách bývá mnohdy dalším významným faktorem, který brání podniku v inovování. I když je znalost informací pro správné fungování důležitá, mnoho podniků nedostatek informací neoznačilo jako hlavní omezující faktor. Právě naopak. Nedostatečná informovanost o technologiích či trzích je považována za nejméně důležitou. I přesto však 33,8% podniků vidělo problém v nedostatku kvalifikované pracovní síly. (Faktory ovlivňující provádění inovačních aktivit)

### 2.2 Inovace v České republice

Podle Českého statistického úřadu se na území České republiky rozhodlo zavést technickou či netechnickou inovaci celkem 43,9% podniků, přičemž technickou inovaci zavedlo 35,6% podniků, zatímco tu netechnickou pouze 31,6% podniků. Jedná se o údaje získané a zpracované v období 2010 až 2012. Není překvapením, že nejvíce se na zavádění inovací podílely podniky velké s podílem 78,7%. Podniky malé a střední inovovaly také, avšak s podílem nižším. Malé podniky skončily na místě posledním s podílem 38,2% a 57,6% středních podniků se zabývalo nějakou inovační činností. Vzhledem k výše vyjmenovaným překážkám by neměl překvapovat ani fakt, že domácí podniky mírně zaostávaly za podniky se zahraniční kontrolou. Podíváme-li se na jednotlivé regiony, zjistíme, že největší počet inovujících podniků se nacházel na Střední Moravě následovaný Prahou. Poslední skončil region Severozápad. Z údajů, které Český statistický úřad zveřejnil

je zřejmé, že ve všech regionech bez výjimky, byly zaváděny více inovace technického rázu. (Český statistický úřad)

## 2.3 Inovace v Olomouckém kraji

Vzhledem k tomu, že je tato práce zaměřená na vědeckotechnický park, jehož úkolem je přispívat k rozvoji ekonomiky Olomouckého kraje, v této podkapitole se blíže podíváme na stav inovačního podnikání právě v tomto kraji. V případě, že se firma rozhodne začít inovace v rámci svého podnikání aplikovat, je pravděpodobnější, že se díky tomuto faktu stane konkurenceschopnější a bude se ji na trhu dařit.

Na začátek se podíváme na rozdělení firem, které se v Olomouckém kraji nachází. Jak Český statistický úřad uvádí, na území kraje bylo na konci roku 2014 zaznamenáno 138,3 tisíc podnikatelských subjektů. Z toho 111,1 tisíc bylo evidováno jako osoby fyzické, 27,3 tisíc pak jako osoby právnické. Největší počet podnikatelských subjektů, tedy 39,3%, se pak nacházel v okrese Olomouc. 19,3% podnikatelských subjektů pak sídlilo v okrese Prostějov. V Přerovském a Šumperském okresu to bylo 17,4% a 16,8%. Nejmenší počet podnikatelských subjektů byl v okrese Jeseník, 7,3%. (Český statistický úřad)

Co se rozdělení firem podle velikosti týče, na území Olomouckého kraje se podle Českého statistického úřadu na konci roku 2014 nacházelo 89 velkých firem. Středních podniků a malých podniků, kterým se práce věnuje, bylo více. Středních podniků bylo 601, malých podniků pak 3772. (Český statistický úřad)

V srpnu 2013 vydala Moravská vysoká škola Olomouc ve spolupráci s Donath Business and Media závěrečnou zprávu s názvem „*Rozvoj a potřeby malých a středních podniků v Olomouckém kraji*“. Jednalo se o zprávu, která byla vypracována na základě elektronického průzkumu, jež řešil otázku podpory Olomouckého kraje, jakožto jeden z dlouhodobě ekonomicky slabších regionů, a malých a středních podniků nacházející se na jeho území. Data byla získávána v rozmezí let 2010-2012. Ze zprávy pak vyplývá, že se z celkových 457 respondentů zhruba 57% rozhodlo ve své firmě zavést nějakou inovaci. Nejčastěji se pak jednalo o inovace typu – nová nebo zlepšená služba, nová cenová politika nebo nová nebo zlepšená metoda výroby či poskytování služeb. (Chvátalet et Jelínek 2013, str. 5) Podniky, které inovace nejvíce zaváděly, patřily do kategorie středních podniků. Bylo jich 63,8% z celkových 457 respondentů. (Chvátalet et Jelínek 2013, str. 7)

Cílem výše uvedeného výzkumu bylo také zjistit, jakým způsobem firmy inovace ve svých podnicích zavádějí. Zda se o to snaží sami anebo hledají pomoc jinde. Z výsledků výzkumu vyplývá, že velké procento firem, tedy 63,7% o žádnou pomoc nepožádalo a inovace začalo zavádět samo. Druhým nejčastějším způsobem bylo zavádění inovací společně s domácí firmou, která pak byla následována spoluprací se zahraniční firmou. Nicméně, spolupráce s univerzitami či vysokými školami proběhla jen v 4,6% případů. Stejně nepopulárně jako spolupráce s vysokými školami se jeví i spolupráce s výzkumným ústavem, které využilo pouhých 0,8% z celkových 262 respondentů. (Chvátalet Jelínek 2013, str. 8)

Během výzkumu byly také firmy požádány, aby sdělily, jakým způsobem se k inovacím, které zavádějí, dostaly. Největší procento firem (90%) uvedlo, že zdrojem inovací byla v jejich případě samotná firma, respektive její interní prostředí. Druhým nejčastějším zdrojem byli zákazníci či klienti této firmy. Tuto možnost uvedlo 88% respondentů. Dalšími významnými zdroji inovačních myšlenek pak byl Internet a média či konkurence. Mezi nejméně zvolené zdroje pak opět patřily univerzity a veřejně výzkumné instituce. (Chvátalet Jelínek 2013, str. 9)

V neposlední řadě se autoři dotazníku zaměřili na získání dat ohledně zájmu malých a středních podniků o externí služby. Největší zájem (72%) pak firmyjevily o služby poradenství při zavádění informací. Dále by uvítaly rady ohledně dotačních programů (71%) a ohledně informačních a komunikačních technologií (67%). Nejméně zvolenou službou pak byla správa majetku, kterou zvolilo pouze 19% z celkových 336 respondentů. (Chvátalet Jelínek 2013, str. 24)

## 3 Druhy podpor v České republice

Jak již bylo zmíněno, malé a střední podnikání má pro ekonomiku státu esenciální význam. Existuje však mnoho bariér, které mohou zabránit potenciálnímu podnikateli zahájit svou činnost. I když zahájení podnikání nemusí být jednoduché, potenciální podnikatelé mají spoustu možností, které mohou v samotném začátku využít. Také samotný průběh a vývoj podnikání mnohdy nemusí odpovídat představám podnikatele, a proto je dobré mít dostatek informací k tomu, aby se předešlo nežádoucím scénářům.

Formy podpor lze charakterizovat jako materiální, finanční či informační. Slouží mimo jiné i k motivaci obyvatelstva, aby se podpořil vznik nových podniků. Pro začínající podnikatele to znamená, že se jim vstup značně usnadní a těm, kteří již podnikají, pomůže se stabilizací. Mezi druhy podpor patří například poskytování nízkých nájmu v podnikatelských objektech, zvýhodněných služeb v rámci poradenství, ale i nejrůznějších finančních dotací a podpor. Hovoříme-li o finančních dotacích a příspěvcích nebo o poskytování podnikatelských úvěrů se zvýhodněným úrokem či záruk za bankovní úvěry, jedná se pak o tzv. přímou podporu. Ta je za běžných okolností poskytována na základě splnění podmínek nabízených programů a je vyhlášována příslušnými orgány. Ve většině případů je vyhlášují jednotlivá ministerstva. Mezi nepřímé druhy podpor lze zařadit například ty, které mají za cíl vytvářet vhodné prostředí pro malé a střední podnikatele. Jedná se především o nefinanční druhy podpor. Tyto se spíše zaměřují na poskytování informací, nabízení poradenských služeb nebo na školení a podporu vzdělávání. (Mulačová, Mulač et al. 2013, str. 52)

Vzhledem k rozmanitosti podpor bylo zřízeno několik organizací, které nabízejí různé druhy pomoci. Tyto organizace se dělí na vládní, nevládní, finanční instituce a v neposlední řadě také na vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory. (Veber et Srpová 2008, str. 24)

### 3.1 Vládní organizace

- Vládní organizace se zaměřují převážně na poskytování informačních služeb nejen pro malé a střední podnikatele. Do této kategorie spadá například **CzechInvest**. Tato organizace byla zřízena Ministerstvem průmyslu a obchodu a jak o sobě uvádí, jejím cílem je to, že: *„posiluje konkurenceschopnost české ekonomiky prostřednictvím*



*podpory malých a středních podnikatelů, podnikatelské infrastruktury, inovací a získáváním zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center.*“ (O CzechInvestu) Pokud vezmeme v potaz podporu malého a středního podnikání, pak je záměrem organizace zjednodušení podnikatelského prostředí, čímž se mimo jiné rozumí monitorování tohoto prostředí, spolupráce s podnikatelskými institucemi nebo třeba konzultace s experty ze zahraničí. (Veber et Srpová 2008, str. 24)

- Mezi další vládní organizace patří i agentura **CzechTrade**, která byla stejně jako založena Ministerstvem průmyslu a obchodu. Jedná se o příspěvkovou organizaci založenou roku 1997, jejímž hlavním cílem je podpora exportu a exportních firem. Czech Trade se zaměřuje na poskytování informací ohledně zahraničních trhů a dalších užitečných informací, které mohou dopomoci ke zvýšení konkurenceschopnosti českých exportérů. (Mulačová, Mulač et al. 2013, str. 53)
- **Regionální poradenská a informační centra (RPIC) a podnikatelská a inovační centra (BIC)** byla zřízena podle vzoru Evropské unie za účelem poskytování poradenských a informačních služeb. Prvně zmíněná centra mají za úkol nabízet cenově výhodné úvodní konzultace. Mohou také pomáhat podnikateli s vypracováním jeho podnikatelského plánu nebo pomoci zprostředkovat bankovní úvěr. Centra také pořádají různé semináře pro podnikatele. Na rozdíl od RPIC, kterých je v České republice více než 30, podnikatelských a inovačních center na území státu funguje pouze 5. Tato centra se specializují na poskytování poradenství v podnikatelské, technické a technologické oblasti. Jsou spjata s vysokými školami nebo velkými průmyslovými firmami. (Veber et Srpová 2008, str. 25)
- Dále je třeba zmínit **Centrum pro regionální rozvoj ČR**, příspěvkovou organizaci založenou Ministerstvem pro místní rozvoj v roce 1996, která se zaměřuje hlavně na dotační programy EU. (Mulačová, Mulač et al. 2013, st. 53)

Ať už pro potenciální nebo již dlouhodobě působící podnikatele existují webové stránky a portály, které poskytují zdarma a rychle potřebné informace bez nutnosti strávit dlouhé hodiny hledáním odpovědí k otázkám, které zájemce má. **Businessinfo.cz** je jedním z nich. Jedná se o oficiální portál pro podnikání a export, který vznikl v roce 2011. Na jeho vzniku se především podílelo Ministerstvo průmyslu a obchodu, nicméně realizaci tohoto projektu zajišťuje agentura CzechTrade. (BusinessInfo)

## 3.2 Nevládní organizace

- Mezi nevládní organizaci, která sdružuje skoro 14.000 členů a která poskytuje prospěšné služby malým a středním podnikatelům, lze zařadit **Hospodářskou komoru**. Jedná se o organizaci, která má za úkol zastupovat podnikatelskou veřejnost a podporovat téměř veškeré podnikatelské oblasti, s výjimkou zemědělství, potravinářství a lesnictví. (Hospodářská komora ČR) V České republice existuje na regionální úrovni 14 krajských komor a 46 okresních komor, které jsou v celkem 72 městech. Tyto regionální komory jsou zřizovány za účelem podpory podnikatelů všech regionů na území státu. Podpora je v největší míře poskytována formou poradenských a konzultačních služeb z oblasti podnikání. Mezi další formy pomoci patří i aktivity směřující k rozvoji lidských zdrojů, nebo ke vzdělání či pomoc při vstupu na zahraniční trhy a další. (Hospodářská komora ČR)
- Jak bylo řečeno, Hospodářská komora nezastupuje úplně všechny oblasti. Zemědělství, potravinářství a lesnictví pod její pole působnosti nespadá. Z tohoto důvodu byla zřízena organizace jiná - **Agrární komora**. Členové této organizace, kterých je v České republice 103.000, mohou využít nabízených služeb, které mají většinou poradenský a informační charakter. (Agrární komora ČR)
- Jako další do této skupiny patří **Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky**. Vznikla v roce 2001 a její členská základna čítá na 260.000 členů. Zajímavostí je, že se členem této organizace může stát i podnik, který podle členění nespadá do kategorie malého a středního podnikání a zaměstnává víc než 250 pracovníků. Služby, které jsou nabízeny, mají opět hlavně informační charakter. Členové se například mohou zadarmo nebo za zvýhodněnou cenu účastnit různých vzdělávacích a informačních akcí. (Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR)
- Mezi další zástupce nevládních organizací patří **Unie malých a středních podniků ČR** nebo **Asociace inovačního podnikání České republiky**. (Veber et Srpová 2008, str. 29)
- Za zmínku stojí i **Společnost vědecko-technických parků ČR**, jakožto dobrovolné sdružení jak právnických, tak fyzických osob, které trvale sídlí v České republice, a které se zejména zaměřuje na výzkum a vývoj v oblastech jako jsou zakládání,

provoz a následný rozvoj vědeckotechnických parků na území státu. Toto sdružení má také za úkol získávat instituce a osobnosti z řad členů vlády a poslanců, dále také představitele vysokých škol, výzkumných ústavů nebo obchodních komor. V neposlední řadě se sdružení snaží o podporu vzniku národní sítě vědeckotechnických parků. (Společnost vědeckotechnických parků ČR)

- Mezi nezávislé organizace lze zařadit svazy a to například **Svaz obchodu ČR a cestovního ruchu** nebo **Svaz průmyslu a dopravy ČR**.

### 3.3 Finanční instituce

- Od roku 1992 mezi finanční instituce patří **Českomoravská záruční a rozvojová banka**. Na rozdíl od předešlých typů organizací, se tato banka specializuje především na poskytování finanční podpory. Podnik, který se z vlastní iniciativy rozhodne o podporu zažádat, tak může získat zvýhodněné záruky za úvěry, různé dotace, finanční příspěvky, návratné finanční výpomoci nebo třeba zvýhodněné úvěry. Aby byla banka schopna tyto služby nabízet, potřebuje k tomu zdroje. Ty získává například ze státního rozpočtu, ale třeba i z rozpočtů krajských nebo fondů Evropské unie. (Mulačová, Mulač et al. 2013, str. 53-54)
- Dalším zástupcem ve skupině je **Česká exportní banka**. Na rozdíl od Českomoravské záruční a rozvojové banky, se tato banka soustředí v první řadě na podporu vývozu tak, že financuje vývozní úvěry a služby s tím spojené. Poskytuje krátkodobé i dlouhodobé financování, nicméně k získání této podpory je nutné, aby byly splněny jisté podmínky. Tato banka se v podstatě snaží o to, aby měli domácí podnikatelé možnost prorazit i na mezinárodním trhu. S vývozem souvisí i další organizace, **Exportní garanční a pojišťovací společnost**, která má za úkol pojišťovat vývozní úvěry. (Veber et Srpová 2008, str. 34)
- Podpora v České republice není poskytována pouze vládními nebo nevládními objekty. Také soukromé instituce nabízejí řadu zvýhodnění pro podnikatele. Jedná se především o banky, které často nabízí malým a středním podnikatelům vedení běžných účtů, poskytují kontokorentní úvěry a další podnikatelské úvěry. (Veber et Srpová 2008, str. 35)

### **3.4 Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory**

- Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory jsou také chápány jako nástroje podpory podnikatelů. Podnikatelské inkubátory se převážně zaměřují na začínající podnikatele, neznamená to však, že jsou určeny výhradně pro ně. V následující kapitole bude téma vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů probráno důkladněji.

# 4 Vědeckotechnický park a podnikatelské inkubátory

## 4.1 Vědeckotechnické parky

### 4.1.1 Charakteristika

Vědeckotechnické parky jsou subjekty, které se dají obvykle rozřadit do několika typů. Může se jednat o **vědecký park**, **technologický park** nebo **podnikatelské a inovační centrum**. Tato centra se ve většině případů nachází v místě, kde sídlí i vysoká škola či univerzita a úzce s ní spolupracují. Spolupracovat však mohou i s vědeckými pracovišti nebo výzkumnými ústavami. Jak již bylo řečeno, vědeckotechnické parky podporují převážně malé a střední firmy inovačního charakteru. Jejich přínos spočívá v tom, že dokáží poskytnout služby, které mohou pomoci podnikatelům začínajícím nebo již zaběhlým. Kromě právě zmíněné **inkubační funkce**, plní tyto subjekty funkce další. **Inovační funkce** je jedna z nich. V tomto případě jde parkům především o to nabídnout firmám, které se soustředí na rozvoj a práci s moderními technologiemi, prostory, které by těmto firmám v mnohém usnadnily práci. Stává se tak, že se firma může rozhodnout, že bude pro svou činnost využívat laboratoře, prototypové dílny, bude jednoduše sdílet speciální technologie nebo si pouze nechá poradit od odborníků. Vědeckotechnické parky mohou také sloužit jako spojnice mezi stádiem výzkumu a následným výrobním procesem. Může tak propojit výzkumné instituce nebo vysoké školy s podnikatelskými subjekty. (Veber et Srpová 2008, str. 35) Podrobnější informace o činnosti, struktuře a fungování vědeckotechnických parků, jsou popsány v dalších částech práce.

### 4.1.2 Historie

První instituce, které by se daly charakterizovat jako vědeckotechnické parky, se začaly objevovat ve Spojených státech v padesátých letech minulého století. Úplně prvním průkopníkem byl výzkumný park ve Stanfordu (Stanford Research Park), v Kalifornii. Byl přidružen k univerzitě ve Stanfordu. Dalším parkem, který v té době existoval, byl The Research Triangle Park v Severní Karolíně. V šedesátých a sedmdesátých letech se začaly postupně zakládat parky i v Evropě, a to ve Velké Británii a Francii. S příchodem dalšího

desetiletí se ke skupině přidala i Kanada a Austrálie. Na území kontinentální Evropy, kde se nachází i Česká republika, přišel trend zakládání parků v devadesátých letech. Postupem času se počet parků po celé planetě rapidně zvyšoval. Kolem roku 2003 se zdálo, že největším hráčem v oblasti byla Čína a další asijské země. (Shavinina 2003, str.750)

## 4.2 Podnikatelské inkubátory

### 4.2.1 Charakteristika

S vědeckotechnickými parky obvykle úzce souvisí i zřízení podnikatelských inkubátorů. Tyto subjekty je však také možné najít i u Podnikatelských inovačních center. Na rozdíl od vědeckotechnických parků, se podnikatelské inkubátory zaměřují především na pomoc začínajícím podnikatelům. Podmínky pro takové podnikatele bývají tak výhodné, že případných zájemců se přihlásí více než je možno pojmout. Protože je konkurence veliká, je pro zájemce důležité přijít s něčím novým a neotřelým a tím si zvýšit šanci uspět. Případní zájemci mohou využít možnosti, které jim vstup do podnikatelského světa značně usnadní. Mezi ně patří například možnost používat výrobní haly nebo kancelářské prostory za zvýhodněnou cenu. Kancelářské prostory navíc mohou být plně vybaveny pro správné a bezproblémové fungování. Často není problém poskytnout potřebné zázemí i firmám, které pro své podnikání a vývoj potřebují přístup k laboratornímu a vědeckému zařízení. Zaměstnanci podnikatelského inkubátoru také nabízí různé poradenské a konzultační služby či školicí a vzdělávací akce. Mohou také pomáhat formou hledání obchodních kontaktů, případně investorů jakožto zdroj financí. Tato pomoc je však časově omezena. Začínajícím firmám je umožněno využívat zvýhodněné podmínky pouze po určitou dobu. Obvykle se jedná o tři roky. Očekává se, že za tuto dobu se firma dokáže rozvinout do takové podoby, že už jí budou prostory podnikatelského inkubátoru malé a dokáže už samostatně působit. Existuje ovšem i možnost využít služeb vědeckotechnických parků po uplynutí této doby. Stává se, že některé firmy i přesto podnikatelský inkubátor neopustí, v tomto případě však firmy musí počítat s tím, že ztratí veškeré výhody, které mohly po tři roky využívat. (Veber et Srpová 2008, str. 30)

## 4.2.2 Historie

Prvně otevřené zařízení, které může být chápáno jako podnikatelský inkubátor, bylo vybudováno v roce 1959. Stejně jako v případě vědeckotechnických parků, i podnikatelské inkubátory začaly vznikat na území Spojených států. Přesněji, na území státu New York, ve městě Batavia. V té době bylo zřízeno Průmyslové centrum Batavia v podstatě náhodou. Podnikatel Massey Ferguson přestal v tomto městě vyrábět těžkou techniku a místo, kde se nacházelo několik továren a dalších prostor, opustil. Jak se později ukázalo, s dobrým nápadem pak přišel jiný podnikatel Joseph Mancuso, který se rozhodl tyto prostory odkoupit s tím, že spíše než aby prostory využil ke své vlastní výrobě, snažil se tímto způsobem přilákat do města nové firmy. Zájemcům poskytnul několik výhod, mezi které patřil například levný nájem nebo sdílené služby. Za důvod vzniku názvu „inkubátor“ se považuje to, že mezi prvními firmami, které služeb využily, byla firma, která se soustředila na odchov kuřat. (Mikoláš 2011, str. 68)

Co se České republiky týče, podnikatelské inkubátory zde začaly postupně vznikat v devadesátých letech minulého století. Větší rozmach zaznamenaly však až od roku 2004. Důvodem tohoto rozmachu byl vstup do Evropské unie a s tím spojená možnost čerpat více prostředků ze strukturálních fondů. (Mikoláš 2011, str. 69)

## 4.3 Vědeckotechnické parky a podnikatelské inkubátory v České republice

Vzhledem k tomu, že se tato práce zabývá vědeckotechnickými parky a podnikatelskými inkubátory, jakožto nástroji podpory nejen začínajících podnikatelů, je tato podkapitola věnována právě vědeckotechnickým parkům a podnikatelským inkubátorům, které se nacházejí na území republiky.

V minulé kapitole byla zmíněna Společnost vědeckotechnických parků ČR, z.s., do které se sdružují vědeckotechnické parky ČR. Tyto parky bývají rozděleny podle toho, zda jsou či nejsou akreditované. Na území České republiky se nachází 14 vědeckotechnických parků, které získaly akreditaci. Jak bylo řečeno, tyto parky jsou ve většině případů spjaty s univerzitami a vysokými školami, tudíž sem patří například VTP Brno, a.s., v Brně, Vědeckotechnický park při UTB ve Zlíně, BIC Ostrava v Ostravě, BIC Plzeň v Plzni nebo Vědeckotechnický park VZLÚ Praha v Praze - Letňanech. Mezi akreditované parky patří i

Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci. (katalog VTP 2015). Ne všechny parky a podnikatelské inkubátory na území České republiky mají akreditaci. Existuje zde dalších 30 podnikatelských inkubátorů, inovačních a technických center a vědeckotechnických parků. (katalog VTP 2015). Podle interaktivního katalogu VTP volně dostupného na oficiálních webových stránkách Společnosti vědeckotechnických parků ČR, je v současné době v přípravné fázi 7 parků. Česká republika je rozdělena na 14 krajů včetně hlavního města Prahy a podle katalogu VTP se alespoň jedno takové zařízení nachází ve všech krajích. Jediným krajem, kde malí a střední podnikatelé zatím nemají šanci využít služeb parků nebo inkubátorů, je Pardubický kraj.



## 5 Vědeckotechnický park v Olomouci

Vědeckotechnické parky jsou budovány po celém světě a všechny mají stejný cíl: podporovat podnikání a přispívat k růstu ekonomické úrovně v oblasti, ve které se nachází, a to za pomoci poskytování služeb nejrůznějšího charakteru. Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci není výjimkou. Podrobnější popis nabídky služeb, které mohou nejen začínající podnikatelé využít a usnadnit si tak začátek podnikání, je uveden v této kapitole.

### 5.1 Struktura

Vědeckotechnický park v Olomouci je spojen s místní Univerzitou Palackého. Je tak jedním z univerzitních zařízení. Co se vnitřní struktury týče, park tvoří ředitel (Ing. Jiří Herinek) a další zaměstnanci. Existuje zde Rada VTP UP, která plní funkci poradního orgánu a skládá se z předsedy rady, což je rektor univerzity. Ten na neurčitou dobu jmenuje členy další. Mezi tyto členy se řadí náměstek hejtmána Olomouckého kraje pro regionální rozvoj, dále pak vedoucí odboru strategického rozvoje Olomouckého kraje, primátor města Olomouce či vedoucí oddělení hospodářského rozvoje města Olomouce. Během kalendářního roku se Rada VTP UP pravidelně sejde dvakrát. Poprvé nejpozději do konce dubna, podruhé nejpozději do konce listopadu. Je možné uspořádat schůze i vícekrát, je-li to nutné. Na těchto schůzích se řeší hlavně otázky týkající se činnosti a hospodaření Vědeckotechnického parku, jak za kalendářní rok předcházející, tak se plánuje i hospodaření v roce následujícím. (Statut VTP UP, str. 2)

Samotného ředitele zařízení jmenuje a případně odvolává rektor univerzity. Ředitel se stará o to, aby vše správně fungovalo, dále pak zpracovává podklady pro hodnocení činnosti a hospodaření a výroční zprávy nebo eviduje pohledávky. Mezi jeho další povinnosti patří předkládání rozpočtu kvestorovi. Pokud se však stane, že by měl rozpočet negativní tendenci vývoje, je ředitel povinen předložit kvestorovi zprávu, ve které tento negativní vývoj vysvětlí a navrhne možná opatření. (Statut VTP UP, str. 3) Ředitel předkládá i jiné zprávy, pravidelně každý týden příslušnému prorektorovi předkládá zprávu o činnosti zařízení a jak již bylo řečeno, ředitel zpracovává i výroční zprávy, které pak musí být na jaře schváleny Radou VTP UP. Jako každá správně fungující firma, provádí i toto zařízení pravidelné hodnocení zaměstnanců alespoň jednou za rok. (Statut VTP UP, str. 4)

Pokud projeví malý či střední podnikatel zájem o pronájem nebytových prostor za účelem podnikání, musí podat žádost. Tyto žádosti pak projednává Odborná komise VTU UP. Důležitými faktory jsou pro tuto komisi osoba žadatele a předmět jeho podnikání. Komise projednává i další žádosti, mezi které by se dala zařadit žádost o umístění sídla či provozovny a žádost o užívání sdílených prostor univerzitními zaměstnanci a studenty. Odborná komise je tvořena zaměstnanci univerzity či regionálními partnery, kteří jsou navrženi ředitelem zařízení a posléze jmenováni univerzitním rektorem. (Statut VTP UP, str. 2)

Na financování zařízení se podílí Univerzita Palackého, z jejíž finanční pomoci se pokryjí mzdové náklady zaměstnanců a provozní náklady. Mezi další zdroje financování se řadí nájemné z prostor, které jsou pronajímány, grantové či doplňkové činnosti, případně je činnost hrazena z dalších aktivit. (Statut VTP UP, str. 3)

## 5.2 Historie

Vědeckotechnický park byl vybudován v roce 2000, tehdy ještě pojmenovaný jako Centrum pro inovaci a transfer technologií UP. Projekt byl financován z prostředků Ministerstva průmyslu a obchodu ČR a Ministerstva pro místní rozvoj ČR. Na jeho úspěšném zprovoznění se podílela i samotná Univerzita Palackého. Byly také využity prostředky pilotního projektu programu s názvem Phare. Po deseti letech se budova dočkala rekonstrukce, která probíhala dva roky. Park byl rozšířen mezi lety 2004 až 2006, kdy byla postavena budova druhá, která se stala zázemím pro Podnikatelský inkubátor. K tomu, aby mohla být tato budova postavena, bylo zapotřebí dalších prostředků, které tentokrát poskytla Univerzita Palackého a Krajský úřad Olomouckého kraje. V neposlední řadě bylo využito prostředků Operačního programu Průmysl a inovace. Zatím poslední rozšíření proběhlo v letech 2012 až 2015, kdy byla postavena budova třetí. (Vědeckotechnický park)

## 5.3 UP Business Club

UP Business Club soustřeďuje studenty a podnikatele z Olomouckého kraje, kteří se tak mohou snáze potkávat a komunikovat spolu. Členové mají také možnost účastnit se různých přednášek, seminářů, diskuzí nebo vzdělávacích aktivit, které jsou pořádané za účelem podpory jejich podnikatelského růstu. Stát se členem UP Business Clubu má své výhody. Členové mají právo podívat se na videozáznamy a materiály, které byly pořízeny na pořádaných akcích. Každé čtvrtletí se mohou dostavit na bezplatnou dvouhodinovou

konzultaci od konzultantů parku. Dále pak je možné dostat 20% slevu na akce, které zařízení pořádá samo nebo na akce, které jsou pořádané jeho partnery. Kromě těchto akcí mají členové možnost účastnit se i speciálních networkingových akcí. V neposlední řadě je to skvělá příležitost jak získat nové kontakty na podnikavé lidi z okolí. Členství v klubu na jeden rok stojí případného zájemce 500 korun. Z kladných recenzí členů poskytnutých přímo na webových stránkách je zřejmé, že být součástí klubu má opravdu smysl, přičemž si převážná většina recenzentů váží hlavně možnosti potkat se s podobně smýšlejícími lidmi a možnosti účastnit se přednášek a mít tak přístup k informacím, které jsou přínosné a ke kterým by se za jiných okolností bylo těžké dostat. Jednomu z recenzentů se dokonce podařilo získat nové zakázky přímo od ostatních členů klubu. (Podnikání v Olomouci, UP Business Club) Akcí, ať už přednášek, workshopů či konferencí se pořádá za rok několik, v roce 2013 to bylo 49 akcí, kterých se dohromady účastnilo více než 1200 hostů. Jednalo se například o akci s názvem „*Google doma i na pracovišti*“, „*Ochutnávka BIO vín*“, „*Úspěchy regionálních podnikatelů*“, „*Problémy v komunikaci s podřízenými*“, či „*Negotiate to win*“, která proběhla v březnu roku 2015. (Podnikání v Olomouci, Přednáška a Akce) Za zmínku stojí jedna z největších akcí, která proběhla v roce 2014. UP Business Camp byla celodenní konference, které se mohli zúčastnit studenti a podnikatelé, a na kterou byli přizváno 10 přednášejících, mezi kterými se například objevila Lenka Šťastná jakožto prezidentka Business and Professional Women, Petr Ludwig, autor knihy Prokrastinace nebo třeba Julie Hrstková, která se živí jako komentátorka deníku Hospodářské noviny. Součástí konference byly i tři workshopy, které vedli Markéta Kabátová, Petr Břichcín nebo Jana Hřebecká, která se snažila účastníky konference naučit jak zajímavě představit sebe a svoje podnikání a vzbudit tak zájem posluchače. V roce 2015 pak proběhl zatím poslední ročník této akce. (Podnikání v Olomouci, UP Business Camp)

## 5.4 Hlavní služby

Vědeckotechnický park v Olomouci nabízí širokou škálu služeb jak pro teprve začínající podnikatele, tak i pro podniky. Především pro ty s inovativním zaměřením. Zařízení si klade za cíl propojit vědecký a podnikatelský svět a podpořit tak uskutečnění podnikatelských záměrů, které by se jinak nemuselo podařit zrealizovat například proto, že by zájemce o vstup do světa podnikání mohl mít problémy s překonáním některých z bariér, které jsou popsány v předchozí kapitole. Pro tyto případy je využití služeb vědeckotechnického parku, popřípadě podnikatelského inkubátoru, vhodnou volbou. Budeme-li se soustředit na nováčky, v první řadě je pro ně důležité se rozhodnout začít

podnikat a přijít se zajímavým, pokud možno inovativním nápadem, který by ze začínajícího podnikatele po čase udělal podnikatele úspěšného. Je také na samotném zájemci sehnat si podrobnější informace o možnostech, které zařízení nabízí, a které by mu k rozvoji a růstu mohly dopomoci. Webové stránky parku jsou obsáhlé a první kroky zájemce by měly směřovat právě tam. Stránky jsou přehledně členěné, takže si případný zájemce, což může být začínající podnikatel, firma ale také i stále studující mladý člověk, snadno najít informace, které potřebuje. Svou sekci zde mohou nalézt i výzkumníci nebo investoři.

### 5.4.1 Poradenské služby

Mezi jedny z nabízených služeb parku patří ty, které mají informační a poradenský charakter. O odborné poradenství si mohou zažádat akademičtí pracovníci nebo univerzitní zaměstnanci a studenti, pokud mají v plánu zahájit, případně rozvinout svoji podnikatelskou činnost. Zaměstnanci parku pak mohou zájemcům pomoci s přípravou podnikatelského záměru, jehož sepsání bývá důležitější než by se na první pohled mohlo zdát, dále pak pomáhají při získávání oprávnění k individuálnímu podnikání nebo při zakládání právnických osob. (Statut VTP UP, str. 2)

Poradenské služby nejsou zadarmo, základní cena činí 1050 Kč za hodinu. Pro nájemce parku je sazba nižší, 525 Kč za hodinu a účastníci programu Business Catapult musí za jednu hodinu zaplatit 230 Kč, přičemž prvních 5 hodin v měsíci jsou bezplatné. Co se denní sazby za službu týče, základní cena je 5000 Kč, nižší sazbu 4000 Kč zaplatí nájemce parku a vůbec tu nejnižší pak opět účastník programu Business Catapult. S poradenskými službami jsou spojeny i náklady ostatní, například cestovné nebo ubytování. (Ceník služeb VTP UP)

Podnikatel se může sám rozhodnout, jaké služby vědeckotechnického parku využije a v jaké míře. Záleží na něm, jestli mu postačí poradenské služby, nebo jestli přijme i pomoc například v podobě pronájmu kanceláří nebo se rovnou stane členem UP Business Clubu. Zájemce má možnost vybrat si, zdali pro něj bude pronájem sdílené kanceláře mini za 300 korun za měsíc dostačující, nebo jestli raději zvolí virtuální kancelář či kancelář zcela reálnou přímo v areálu. Podrobnější nabídky a podmínky pronájmu jednotlivých kanceláří budou k přečtení v následujících částech práce.

## 5.4.2 Pronájem

Pronájem kancelářských prostor, nebo laboratoří a výrobních prostor patří mezi další služby, které vědeckotechnický park svým zájemcům nabízí. Celkem k tomu má k dispozici tři budovy, které dohromady tvoří 4132m. (výroční zpráva VTP UP 2014, str. 5) Jsou snadno dostupné, pro majitele osobních automobilů není problém najít parkovací místo bez nutnosti platit parkovné, samotné kanceláře jsou už vybaveny potřebným nábytkem, využívat je nájemníci mohou po celý týden bez omezení, navíc jsou kanceláře klimatizované a elektronicky zabezpečené a v budově nechybí ani recepce. Nespornou výhodou je také know-how Univerzity Palackého. Jak již bylo zmíněno, případní zájemci se mohou rozhodnout pro své účely využít virtuální kanceláře nebo sdílených coworkingových prostorů.

Následující tabulka byla vytvořena pro upřesnění a zjednodušení orientace v nabízených službách Vědeckotechnického parku.

Tabulka 1: služby VTP UP

SLUŽBA	Virtuální kancelář 500 Kč/měsíc	Sdílená kancelář 1500 Kč/měsíc	Standardní prostory 1500-2300 Kč/m <sup>2</sup> /rok
Umístění sídla společnosti	✓	✓	✓
Služby recepce	✓	✓	✓
Označení provozovny a poštovní schránka	✓	✓	✓
Nonstop občerstvení	✓	✓	✓
Zvýhodněný pronájem školící místnosti	✓	✓	✓
Přístup do budovy 24/7	✗	✓	✓
Využívání zasedací/jednací místnosti v ceně	✗	✓	✓
Vlastní parkovací místo v ceně	✗	✗	✓

(zdroj: VTP UP, 2015 vlastní zpracování, dostupné z <http://www.vtpup.cz/sluzby/pronajem-prostor.html>)

Nejdražší pronájem, i když stále zvýhodněný, musí zájemce zaplatit v případě **Standardní kanceláře**. Cena se v tomto případě pohybuje v rozmezí 1500 až 2300 korun za měsíc (bez DPH). Standardní kancelář poskytuje, na rozdíl od dalších typů kanceláří, všechny služby. Je tedy možné do ní umístit sídlo společnosti, využívat služeb recepce, provozovna může být označena a k dispozici je i poštovní schránka. Existuje zde možnost i neustálého občerstvení. Přístup do budovy je umožněn po celých 24 hodin. V ceně je započítaná i možnost využít jednací nebo zasedací místnosti, stejně tak jako parkovací místo.

O něco levnější je pronájem **Sdílené kanceláře** (coworking), jejíž pronájem za měsíc činí 1500 korun (bez DPH). V tomto případě nejsou garantovány všechny služby. Nicméně, zájemci o tento typ kanceláře přijdou pouze o možnost získat vlastní parkovací místo, které je započítáno v ceně.

**Virtuální kancelář** je možné pronajímat za 500 korun za měsíc (bez DPH). S ještě nižší cenou přichází i menší nabídka služeb. V tomto případě je do ní možné pouze umístit sídlo společnosti, využít služeb recepce, označit provozovnu a mít svou poštovní schránku. Přístup k občerstvení a zvýhodněný pronájem školící místnosti sem patří také.

Další je tzv. **Coworking Mini**, kterou je možné využívat za 300 korun měsíčně (bez DPH). Do této sdílené kanceláře mají však její uživatelé přístup pouze v době, kdy je otevřena recepce, což znamená pouze v pracovní dny od 7:30 do 16:30.

Ceník služeb rozlišuje mezi základní cenou a cenou určenou pro nájemce zařízení a nájemce programu Business Catapult, což je nové označení služby dříve známé jako Podnikatelský inkubátor. Podrobněji bude tento program popsán v další části práce. Výše zmíněné kanceláře se nachází převážně v bloku B, část se nachází také v novém Bloku C. Stejně tak výrobní prostory jsou jak v bloku A, tak v Bloku B a laboratoře jsou k nalezení i v Bloku C. Kanceláře a laboratoře v Bloku C jsou zájemcům k dispozici od 1. března 2015. Ceník podrobněji popisuje ceny nájemného jednotlivých prostor a veškeré ceny jsou v něm uvedeny bez DPH. Kancelářské, výrobní a laboratorní prostory Bloku A, které mají rozlohu od 110m<sup>2</sup> do 282m<sup>2</sup>, je možné využívat za základní cenu 3500 Kč/m<sup>2</sup>/rok. Pokud je ovšem zájemce nájemcem vědeckotechnického parku tato cena je o poznání nižší a to 1500 Kč/m<sup>2</sup>/rok. V případě účastníků programu Business Catapult je cena nejvýhodnější a nájemce musí zaplatit pouze 1100/1200/1300/m<sup>2</sup>/rok. Nájemné kanceláře v Bloku B o rozloze 36m<sup>2</sup> přijde nájemce na 2000 Kč/m<sup>2</sup>/rok, což v přepočtu na měsíc činí 6000 Kč. Účastníci programu Business Catapult mají opět výhodu v podobě nižší zvýhodněné ceny pro první, druhý a třetí rok, které jsou 1000/1300/1600 Kč, v přepočtu 3000/3900/4800 Kč za měsíc. V Bloku B se nachází také výrobní plocha, kterou je možné využívat pro standardní nájemce parku za 2000 Kč/m<sup>2</sup>/rok. Zvýhodněné ceny po dobu prvních tří let pro účastníky programu Business Catapult jsou 1500/1600/1700 Kč. Tito účastníci však nemohou užívat laboratoře a kanceláře v novém Bloku C. Ostatní zájemci musí zaplatit 2200 Kč/m<sup>2</sup>/rok za laboratoře, přičemž základní cena je 3600 Kč/m<sup>2</sup>/rok. Základní cena kanceláři v tomto bloku zůstává stále stejná, liší se pouze cena určená pro nájemce parku. Kanceláře, které se nachází v druhém nadzemním podlaží, je možné využívat za 2000 Kč/m<sup>2</sup>/rok,

kanceláře, které jsou ve třetím nadzemním podlaží a mají bezplatný přístup k terase, pak za 2300 Kč/m<sup>2</sup>/rok. Jak již bylo popsáno, virtuální a sdílené kanceláře mají svou cenu také, je ovšem nutné dodat, že je stejná jak pro standardní nájemce VTP UP, tak pro účastníky programu Business Catapult a zaměstnanci univerzity a studenti nemusí prvních šest měsíců nic platit. (Ceník služeb VTP UP)

Kanceláře jsou již dostatečně vybavené kancelářskými stoly s židlemi a skříněmi různých velikostí. Nájemci si nemusí dělat starosti ani o možnost připojení k internetu a využívání telefonické sítě. Prostory jsou klimatizovány. Některé kanceláře dokonce disponují vzduchotechnikou a přístupem k vodě. Vlastní parkovací místo získá nájemce jedno, za další si musí připlatit. (Vědeckotechnický park, pronájem kanceláří a laboratoří)

Ke krátkodobému pronájmu jsou určeny i zasedací a školící místnost. Školící místnost, která se dá využít k uspořádání různých školení, konferencí či seminářů, je možno pronajmout za základní cenu 2000 Kč na celý den. Pro nájemce VTP UP a pro účastníky programu Business Catapult je opět cena zvýhodněna. Jedná se o částky 1300 Kč a 650 Kč. Školící místnost se dá také pronajmout pouze na půl dne, v tomto případě je základní částka 1200 Kč a částky zvýhodněné činí 800 Kč a 400 Kč. Hodina strávená v místnosti pak přijde na 400 Kč a 200 Kč, přičemž za každou další hodinu si zájemce zaplatí 200 Kč nebo 100 Kč, podle toho zdali je účastníkem programu nebo jen nájemcem parku. Do místnosti se podle potřeby vměstná 25 až 43 osob. Podobně jako nabízené kanceláře, i školící místnost je základně vybavena. Nechybí zde ani prezentační technika a bezdrátové připojení k internetu. Účastníci akce, kteří přijeli svými vozy, mohou zdarma zaparkovat v areálu a je pro ně k dispozici i základní občerstvení v podobě kávy, čaje či vody, taktéž zdarma. To je bezplatné pouze pro 25 osob, občerstvení pro každou další osobu je zpoplatněno 30 korunami. V případě zájmu lze zažádat o tzv. rozšířené občerstvení, které již zdarma není, nicméně ceny za službu jsou stále přijatelné. Jeden chlebiček přijde na 20 Kč, minerální voda známé značky na 10 Kč za kus, koláče a koblihy stojí 10 Kč a ovocný talíř lze objednat za 30 korun. Zařízení nabízí i služby hostesky, v tomto případě je cena stanovena na 200 Kč za hodinu. (Vědeckotechnický park, pronájem školící místnosti)

Zařízení nabízí také krátkodobý pronájem malé zasedací místnosti. Výhodou pro nájemce VTP UP je možnost využít tuto místnost za účelem uspořádání porad a jednání s obchodními partnery po dvě hodiny zcela zdarma. Pro ně a pro účastníky programu Business Catapult je pak určena cena 200 Kč/hod a 100 Kč/hod. (Ceník služeb VTP UP)

## 5.5 Ostatní služby

Mezi ostatní služby je řazena služba recepce parku. Ty základní služby, které jsou recepcí poskytovány, jsou například „*příjem pošty, upozornění na příchozí poštu e-mailem, příjem a přepojování telefonních hovorů, příjem faxů, předávání vzkazů, rezervace školící a zasedací místnosti*“ (Ceník služeb VTP UP) a jiné. Základní cena těchto služeb je stanovena na 1000 Kč, nájemce parku a účastníci programu však mohou služeb využívat bezplatně. Recepce se stará také o odeslání faxů nebo obyčejné pošty, tisknutí materiálů nebo skenování. Tyto služby jsou již zpoplatněny a zájemce tak musí zaplatit cenu nákladovou. (Ceník služeb VTP UP)

V parku se také nachází knihovnička pro nájemce VTP UP. Zde je zdarma k dispozici spousta knih z oblasti podnikání a managementu, dále knihy o marketingu, reklamě a prodeji, lidských zdrojích, financích, knihy o osobním rozvoji a motivaci, právu, ochraně duševního vlastnictví a další z oblasti blíže nespecifikované, hodící se však pro podnikatelský a osobní rozvoj čtenáře. (Vědeckotechnický park, Knihovnička)

Do této kategorie služeb spadají již zmíněné služby spojené s pronájmem prostor. Jedná se například o úklid a provoz pronajatých a společných prostor, sociálních zařízení. Nájemce musí také platit za hovorné jak do zahraniční, tak na území státu, pronájem telefonu, čipovou kartu, klimatizaci či za směsný komunální odpad, správu internetové přípojky, vodu, topení a elektřinu. Za elektronické zabezpečení prostor a pochůzkovou službu noční ostrahy pro Blok A a přidělení PIN kódů pro Blok B se nic platit nemusí stejně tak jako za výbavu kanceláří nábytkem. (Ceník služeb VTP UP)

## 5.6 Podmínky

Do této části se práce soustředila především na detailní popis nabízených služeb. Existují však také podmínky, které je nutno splnit, pokud má osoba zájem stát se nájemcem a využít některou z kanceláří nebo laboratoří. Na webových stránkách je popsán proces a jeho postup, tudíž by každý zájemce měl v první řadě tyto stránky navštívit a podmínky prostudovat. Zde se také nachází formulář „*žádost o přijetí do VTP UP*“, který zájemce musí vyplnit. Mezi požadované informace patří například název obchodní společnosti, sídlo firmy, datum vzniku, nebo pokud firma ještě oficiálně nevznikla, předpokládané založení firmy, dále pak zaměření firmy, jméno statutárního zástupce či podnikatele apod. Tyto



základní informace jsou pak doplněny ještě o další. Je rovněž důležité stručně popsat svůj podnikatelský záměr, uvést popis služby nebo produktu, který by chtěl zájemce s podporou Vědeckotechnického parku uskutečnit a čas, který by si toto uskutečnění vyžádalo nebo popsat cílovou skupinu, na kterou by chtěl budoucí podnikatel svůj produkt zacílit. Další otázky, které se v tomto formuláři vyskytují, se týkají reálnějšího plánování. Zájemce tak musí odpovědět, jestli už podniknul nějaké kroky k realizaci svého nápadu, jestli bude potřebovat i další členy do svého týmu, na kolik peněz realizace nápadu přijde a jestli je zájemce schopen vložit do firmy vlastní zdroje, v případě, že ano, v jaké výši. Pokud si zájemce myslí, že by se při realizaci mohl vyskytnout nějaký problém, tak ten největší by měl popsat. Vědeckotechnický park pak také zajímá, má-li člověk, který formulář vyplňuje, zájem o pronájem některých z nabízených prostor. Pakliže má, je samozřejmé, že tento údaj ve formuláři správně vyplní. Stejný postup probíhá i v případě zájmu o některou ze služeb, které bude chtít zájemce s největší pravděpodobností využívat. Po úplném vyplnění žádosti o přijetí se tento formulář posílá spolu s příloženým podnikatelským záměrem, o kterém se zmíním ještě později, na oficiální e-mail recepce parku. Poté se domluví termín schůzky. Zájemce může být klidný, neboť informace, které díky formuláři parku poskytnul, nebudou nikde šířeny. (Žádost o přijetí do VTP UP)

Dalším krokem je osobní setkání s konzultanty vědeckotechnického parku, se kterými je možné konzultovat podnikatelský záměr. Posléze přichází čas na vypracování podnikatelského plánu. Pro někoho to nemusí být zrovna lehký úkol, protože osoba, která se rozhodne na svém záměru pracovat bez cizí pomoci, musí disponovat dostatkem času, odevzdaností, matematickou gramotností a gramotností obecně a také spoustou trpělivosti. (Clarke 2010, str. 22) V případě, že osoba vypracování sama nezvládne, jsou konzultanti schopni a ochotni s přípravou plánu pomoci. Jestliže zájemce svůj podnikatelský plán zvládne vypracovat sám, konzultanti nabízí plánu oponenturu. Po úspěšném vypracování podnikatelského plánu přichází na řadu Odborná komise VTP UP, která je složená z konzultantů parku, zástupců univerzity v Olomouci, Statutárního města Olomouce a Krajského úřadu pro Olomoucký kraj. Podnikatelský plán se této komisi představí a ta má čas 1 až 2 týdny o případném přijetí či nepřijetí do zařízení rozhodnout. (Žádost o přijetí do VTP UP)

V následující části práce budou popsány podmínky, se kterými musí být případný zájemce obeznámen, přičemž je nezbytné splnit alespoň dvě z nich. Vzhledem k tomu, že park spolupracuje a je úzce spojen s Univerzitou Palackého v Olomouci, případný zájemce

by měl s touto institucí spolupracovat také, případně by o této spolupráci měl vážně uvažovat a v budoucnosti ji uskutečnit. Sektor, ve kterém by se zájemce měl pohybovat, je zčásti omezen. Mělo by se jednat o hi-tech sektor, pod který spadají průmysly letecké, kosmické a farmaceutické, dále pak obory elektrotechnické nebo by sám měl takový hi-tech produkt vyrábět. Šanci mají i jiná odvětví, vždy by se ale mělo jednat o vývoj či výrobu progresivních technologií, produktů a služeb. Zmíněné omezení spočívá v tom, že o spolupráci nemohou zažádat odvětví těžkého průmyslu, firmy zpracovávající suroviny, firmy zabývající se lehkým a těžkým strojírenstvím či logistikou. Firmy, které se soustředí pouze na obchodní činnost, nebo nerespektují podmínky týkající se životního prostředí, které jsou popsány níže, nemají šanci taktéž. Zájemce by rovněž měl pro své podnikání využívat výstupy vědy a výzkumu, které buď budou pocházet z jeho vlastní interní oddělení pro vědu a výzkum nebo za využití znalostí jiného podniku nebo školy. Pro vědeckotechnický park je také důležité, aby budoucí podnikatelé či firmy provozovali veškeré své činnosti s ohledem na šetření zdrojů, surovin a energie. Nesmí pro svou potřebu podnikání dopravně zatížit areál parku a v neposlední řadě musí brát ohled na životní prostředí a splnit kritéria všech právních norem a předpisů k této oblasti se vztahující. Jak již bylo řečeno, vždy se musí jednat o malý či střední podnik. Existuje i výjimka, kdy se součástí parku může stát specializovaná pobočka větší firmy, nutností je však její zapojení do aktivit, které byly popsány výše. (Vědeckotechnický park, Podmínky pro získání podnájmu)

S vypracováním podnikatelského záměru mohou kromě konzultantů VTP UP pomoci i webové stránky parku, přesněji řečeno, pro zájemce je zde k dispozici ke stažení „*vzorová osnova podnikatelského záměru*“. Vzhledem k tomu, že je vždy nutné přiložit tento záměr k žádosti o přijetí, případný zájemce jistě tuto možnost pomoci uvítá. V žádném správně vypracovaném podnikatelském plánu by neměly chybět informace typu název firmy, sídlo firmy, právní forma, kterou firma pro své podnikání zvolí, popis podnikatelského záměru, popis výrobku či služby, zájemce by měl mít také představu jakou prodejní a marketingovou strategii využije a jak velká je v jeho oblasti podnikání konkurence. Měl by mít promyšleno, zdali bude na vše sám či bude pracovat v týmu, kde bude podnikat nebo kdo budou jeho dodavatelé. Měl by také myslet do budoucna a být schopen přemýšlet nad budoucím vývojem své firmy. Je také důležité přijít s rozpočtem. Na závěr by neměla chybět ani SWOT analýza, která bude popisovat silné a slabé stránky a příležitosti, které je možné využít nebo hrozby, které by mohly podnikání ohrozit. (Vzorová osnova podnikatelského záměru)

## 5.7 UP Business Catapult

Následující kapitola bude věnována službě, která nejvíce pomáhá právě začínajícím podnikatelům. Jedná se o UP Business Catapult, který byl dříve veden pod názvem Podnikatelský inkubátor. Na úvod je nutné zmínit, že ne všechny firmy a podnikatelé mají šanci službu využít. Dveře podnikatelského inkubátoru se otevřou pouze těm firmám, které přichází s něčím novým a zajímavým. Musí přijít s progresivním záměrem a předpokládá se, že výrobky či služby této firmy bude možné v konečné fázi nabídnout i zákazníkům za hranicemi státu. Začínající podnikatelé mohou zažádat o pomoc touto formou. Stejně tak jako v případě již zaběhlých firem, i zde se pomoc skrývá ve zvýhodněných cenách za pronájem a v poradenských službách. Nabídka je široká. Jak již bylo zmíněno v části práce zabývající se podmínkami a nabídkami pronájmu prostor pro podnikání, jednou z výhod, které tento program nabízí je možnost využít virtuální kancelář studenty a zaměstnanci univerzity po dobu prvních šesti měsíců zdarma. Za ostatní nabízené prostory si park účtuje nižší ceny, než bývá zvykem. První rok ze tří, ve kterých je sleva poskytována, bývá pro účastníky nejvýhodnější, kdy například na kancelář v Bloku B dostanou slevu 50% ze základní ceny, s každým rokem je sleva nižší. Druhý rok sleva činí 35% a rok poslední 20%. V případě výrobních prostor a laboratoří se jedná o 25, 20 a 15% v roce posledním. Účastníci programu mají právo využít zasedací místnost taktéž bezplatně, v případě školící místnosti je cena stanovena, není však tak vysoká. Co se poradenských služeb týče, všechny firmy mají svého konzultanta, který s nimi probírá různé oblasti a hledá řešení v případě výskytu nějakého problému. Pět hodin konzultací v každém měsíci nestojí účastníka nic. Mezi další nabízené formy pomoci lze zařadit i hodnocení efektivnosti firmy, které se provádí dvakrát ročně. Kromě toho je možné domluvit schůzky i se zkušenými mentory. Existuje také možnost nakoupit poradenské služby od externích poradců. K tomu program nabízí účastníkům k dispozici až 30 tisíc korun. Výhody lze nalézt i na jiných místech. Účastníci mají právo na to být přednostně registrováni na akce pořádané v rámci již zmíněného UP Business Clubu a je jim rovněž garantován přístup k materiálům s těmito akcemi spojenými. V neposlední řadě se mohou zdarma účastnit networkingových akcí. (Vědeckotechnický park, UP Business Club)

Způsob přijetí firem je v podstatě stejný. Zájemce o tuto službu musí sám kontaktovat park s myšlenkou či nápadem v hlavě. Měl by vyplnit potřebné formuláře, žádost o přijetí s příloženým podnikatelským záměrem a ještě „Dotazník pro nové klienty VTP UP“, který je opět volně ke stažení na webových stránkách. Zde se samozřejmě očekává vyplnění

kontaktních údajů případného zájemce, dále pak stručný popis podnikatelského záměru, po kterém přichází na řadu dotazníková část, kde zařízení zajímá, jakou pomoc od konzultantů parku bude chtít zájemce využít a zdali má zájem také o pronájem prostor k podnikání, v případě, že ano, pak přesně o které. S tím jde ruku v ruce i dotaz, který se týká vybavenosti těchto prostor. Opět je po vyplnění nutno odeslat formuláře na e-mail recepce parku a následně dojde ke sjednání schůzky. (Dotazník pro nové klienty VTP UP)

## 5.8 Soutěž Podnikavá hlava

Podnikavá hlava je dalším nástrojem jak pomoci lidem prorazit se svým neotřelým nápadem. Jde o každoroční soutěž s cílem najít ten nejlepší podnikatelský záměr a odměnit jeho tvůrce, kterým se může stát i student střední školy. Do soutěže se může přihlásit prakticky kdokoli, komu to podmínky soutěže dovolí a kdo má nějaký inovativní nápad, který však zatím nebyl převeden do reálné podoby. Existuje i možnost přihlásit do soutěže svůj záměr, který je již v procesu realizace, je zde však stanovena doba, 1 rok, která nesmí být překročena. Soutěžící se také může svobodně rozhodnout, zdali bude chtít svůj záměr uskutečnit či vše zůstane pouze na papíře. Jako každá soutěž, i tato má své podmínky, které se musí bezpodmínečně dodržet, a na které se teď podíváme. Jedna z prvních podmínek se týká složení týmů. Do soutěže se může přihlásit buď jedinec, který se stal plnoletým do uzávěrky soutěže nebo tým složený z více lidí, přičemž alespoň jeden z nich musí být taktéž plnoletý. Musí být také jasně určeno, který člen týmu bude podnikatelský záměr prezentovat v případě postupu do finále. Tato prezentace proběhne během finále a nebude delší než 3 minuty. Dále se do soutěže mohou účastnit obchodní společnosti nebo občanská sdružení. Tato soutěž umožňuje představit svůj záměr nejen občanům České republiky, osoby ze zahraničí mají rovněž šanci uspět. Stejně tak je dovoleno již jednou zúčastněným osobám, zkusit své štěstí znovu, podmínkou v tomto případě je zcela jiný podnikatelský záměr, se kterým se rozhodnou do soutěže přihlásit. Zájemce se nejprve musí zaregistrovat na webových stránkách k tomu určených. Tímto způsobem si založí svůj vlastní účet, díky kterému získá formulář přihlášky, kterou si posléze bude moci sám vytisknout. Zde bude později také požádán nahrát svůj soutěžní příspěvek. Po registraci by měl zájemce obdržet potvrzovací e-mail. Aby byl zájemce řádně přihlášen, je nutné odeslat vyplněnou a podepsanou přihlášku poštou na adresu Vědeckotechnického parku a nesmí také zapomenout nahrát svůj záměr na svůj online účet. V případě výhry musí být výherce

ochoten podělit se se světem o svoje kroky, které vedly až do přihlášení do soutěže a stát se tváří dalšího soutěžního ročníku. Jak už bylo řečeno, vypracování podnikatelského záměru nemusí být pro každého snadným úkolem. Každý, kdo by potřeboval poradit, má možnost využít podané pomocné ruky od konzultanta Podnikatelského inkubátoru VTP UP. Tyto konzultace musí být předem objednány a poslední možný termín je 15 dní před uzavěrkou soutěže. (Podnikavá hlava, Pravidla)

Ceny, které lze v soutěži získat jsou lákavé. Oceněných je prvních deset míst. Soutěžící, který skončí na 4. - 10. místě, obdrží finanční odměnu ve výši 1000 Kč, která bude později zaslána na číslo účtu uvedené v přihlášce do soutěže. Kromě finanční odměny mají také nárok na bezplatné využití virtuální kanceláře po dobu 6 měsíců a na 5 hodin konzultací za měsíc na půl roku zdarma. V neposlední řadě získají věcné ceny, mezi kterými je například v roce 2015 Podnikatelské konto Klasik zdarma po dobu jednoho roku, dalekohled, obchodní a ekonomický software, nebo elektronika v podobě iPadu, iPhoneu či tabletu značky Lenovo. Ceny pro první tři místa jsou, jak bývá zvykem, ještě lákavější. Pro soutěžícího, který skončí na místě třetím je připravena finanční odměna, tentokrát ve výši 5000 Kč, je mu dovoleno využívat virtuální kancelář na celý rok zdarma a může si nárokovat 5 konzultačních hodin po celý rok opět zdarma. I pro tohoto výherce je navíc nachystán věcný dar, který je určen pro první tři místa. Tento výherce bude mít Podnikatelské konto Maxi. Druhé místo je oceněno finanční odměnou 15000 Kč, virtuální kancelář je stejně jako v případě místa třetího k dispozici zdarma po dobu jednoho roku, rozdílem je však počet konzultačních hodin, kterých je 10. Absolutní vítěz se pak může těšit z 50000 Kč a z pronájmu kanceláře na rok zdarma. Počet konzultačních hodin zůstává stejný jako u druhého místa. V soutěži existují ještě dvě kategorie navíc. Jde o kategorii „*Nejlepší středoškolák*“, který v případě výhry obdrží iPad mini, nebo o kategorii „*Podnikatel v sukních*“, kde je cenou finanční odměna 10000 Kč a věcný dar. (Podnikavá hlava, Ceny) Výherce první zmíněné kategorie je vybírán z řad středoškoláků nebo týmu složeného ze středoškoláků, který se soutěže účastní. Do kategorie „*Podnikatel v sukních*“ pak spadají ženy, které přišly se zajímavých nápadem a jednou možná budou podnikat. Vyhrát ale může i podnikatelský záměr, který má ženy jako cílovou skupinu. (Podnikavá hlava, Zvláštní kategorie)

Co se hodnocení soutěžních projektů týče, o tom, kdo se dostane či nedostane mezi deset nejlepších, rozhoduje odborná porota, kterou tvoří zástupce vědeckotechnického parku a zástupci partnerů soutěže. Hodnocení jednoho projektu má na starost dvojice zástupců,

kteřá projekt hodnotí z pohledu několika kritérií a uděluje za ně body. Největší šanci na vysoké bodové ohodnocení, tím pádem na celkový úspěch má tak člověk, který si dá záležet na zpracování svého podnikatelského záměru. Pro získání nejvíce možných bodů v kategorii je možné doložit všechna svá tvrzení zdroji či analýzou. Hodnotitelé se také zaměřují na reálnost uskutečnění podnikatelského záměru. Čím větší reálnost, tím dostává soutěžící více bodů. Hodnotí se ovšem i originalita či inovativnost celého záměru. Dalším kritériem je potenciál rozvoje, který projekt má. Projekt, který řeší otázku velikosti budoucího trhu, bude lépe ohodnocen než projekt, kde tato oblast popsána, popřípadě podložena není. V neposlední řadě se přihlíží k tomu, zdali bude možné projekt navázat na Olomoucký kraj či Univerzitu Palackého v Olomouci. V úplně nejlepším případě je možné získat 43 bodů. V případě, kdy projekt bude v průměru ohodnocen více jak 30 body, přichází na řadu třetí hodnotitel. Mezi deset nejlepších se tak dostanou projekty, které dosáhnou nejvyššího počtu bodů. Těchto deset nejlepších posléze postupuje do finále soutěže, kde na zvolené zástupce soutěžních týmů čeká krátká prezentace projektu před odbornou porotou. I zde jsou soutěžící bodováni podle stanovených kritérií. Pokud chce soutěžící uspět a získat od poroty co nejvíce bodů, musí dodržet délku prezentace, údaje musí být přehledné, musí se umět kvalitně vyjadřovat a jeho prezentace musí být obsahově kvalitní. Hned po tom, co soutěžící odprezentuje svůj projekt, ho porota ohodnotí známkou od 1 do 10. Toto hodnocení se přidá k hodnocení už získanému a vypočte se aritmetický průměr. Opět vyhrává ten záměr, jehož celkové bodové hodnocení je nejvyšší. (Podnikavá hlava, Pravidla)

## **5.9 Cíle Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci**

Vědeckotechnický park se v Olomouci vznikl za účelem podpory podnikání. Jako každá podobná instituce by i tento objekt měl splňovat cíle, které si nejen na začátku stanovil a dokázat, že jeho zřízení nebylo pouze špatně promyšleným rozhodnutím. Proto je tato část práce věnována cílům, jež si zařízení předsevzalo naplnit, a obrazu reality, jak se tyto cíle daří či nedaří plnit. Pro analýzu byly využity výroční zprávy z let 2012, 2013 a 2014. Všechny výroční zprávy jsou volně dostupné k nahlédnutí na oficiálních webových stránkách VTP UP.

Na začátek je vhodné zopakovat, co jsou ty nezákladnější cíle zařízení, které je potřeba naplňovat neustále, a kvůli kterým zařízení vůbec vzniklo. Jeden z důvodů vzniku zařízení byla možnost zvyšovat ekonomickou úroveň Olomouckého kraje tím, že se přihlásily nové, v nejlepším případě, inovativní firmy a nechaly si pomoci se startem, dalším růstem a rozvojem vlastního podnikání. Mezi hlavní cíl zařízení by se dala zařadit podpora transferu vědy a výzkumu do praxe. (Výroční zpráva 2011)

K určení a zhodnocení úspěšnosti zařízení mohou posloužit čísla, která mnohdy prozrazují mnohé. Porovnáme-li čísla poskytnutá v roce 2012 s čísly poskytnutými v následujících dvou letech, vidíme, že čísla nezůstávají stejná a dochází ke změně. V následující části bude porovnáno šest různých faktorů, podle kterých bude posléze možné určit, zdali se park ubírá tím správným směrem či nikoli. Zmíněné faktory jsou následující:

- Poptávka po měření, výzkumu a spolupráci
- Počet firem
- Počet členů UP Business Clubu
- Využití/obsazenost pronajaté plochy (dostupné plochy)
- Soutěž Podnikavá hlava
  - o Počet zaregistrovaných soutěžících
  - o Počet odevzdaných příspěvků

Následující tabulka vytvořená na základě informací získaných z výše zmíněných posledních tří výročních zpráv. Bohužel jednotlivé výroční zprávy neposkytují jednotné informace, co se například počtu konzultačních hodin týče, tím pádem bylo nutné několik dalších faktorů, jejichž výsledky by se daly porovnat, z tabulky vynechat.

Tabulka č. 2: Porovnávání kritérií

KRITÉRIUM	2012	2013	2014
Počet firem	27	40	45
Počet členů UP Business Clubu	30	119	103
Poptávka po měření, výzkumu a spolupráci	42	52	119
Obsazenost dostupné plochy (%)	95	82	88
Podnikavá hlava – počet zaregistrovaných soutěžících	56	97	101
Podnikavá hlava – počet odevzdaných příspěvků	43	67	54

(zdroj: vlastní zpracování dle výročních zpráv 2012, 2013, 2014)

Z výše uvedené tabulky je patrné, že první ukazatel, tedy počet firem, které jsou součástí vědeckotechnického parku, je důležitý. Vzrůstající tendence naznačuje, že o služby parku se začíná zajímat stále větší počet podnikatelů a firem a s tím je spojena dobrá reklama a propagace, díky ní se park dostává do povědomí stále většího počtu potenciálních klientů. Reklamě a propagaci bude věnována další část práce, ve které bude zaměřena pozornost zejména na formy propagace, díky které se stávající firmy o vědeckotechnickém parku dozvěděly.

Dalším srovnávacím kritériem je počet členů UP Business Clubu, do kterého, jak už bylo zmíněno, mají přístup pouze firmy s inovativním a originálním nápadem. Na konci roku 2012 bylo pouhých 30 členů. V roce 2013 se počet členů značně zvýšil a to až čtyřnásobně oproti roku minulému. Na konci roku 2014 bylo členů Business Clubu o 16 méně než v roce 2013, jedná se však o rozdíl velmi malý na to, aby bylo možné z údajů vyvodit, že zájem ze strany klientů klesá. K tomu, aby se tato domněnka vyvrátila, případně potvrdila, je však zapotřebí sledovat vývoj v dalších letech.

Třetím kritériem je poptávka po měření, výzkumu a spolupráci. Je zřejmé, že tato poptávka ve sledovaném období stoupala, mezi lety 2012 a 2013 pozvolna. K více jak 100% nárůstu pak došlo v následujícím roce. Podíváme-li se však na počet vzniklých obchodních případů, což v tomto případě znamená, že „*probíhala komunikace mezi Univerzitou a firmou, byla vytvořena nabídka*“ (výroční zpráva VTP UP 2014, str. 10), zjistíme, že rozdíl v počtu mezi lety 2013 a 2014 již není tak dramatický. Ještě menší rozdíl je patrný u obchodních případů, které se v daném časovém období podařilo převést na skutečnou zakázku.



Procentní vyjádření využití nebo obsazenosti pronajaté dostupné plochy se v jednotlivých letech také lišilo. K tomuto kritériu je ale nutné dodat, že VTP UP se během let přetvářel a postupně rozšiřoval, naposledy druhou budovou podnikatelského inkubátoru dostavěnou ke konci roku 2014, tudíž pronajímaná plocha vyjádřená v m<sup>2</sup> podléhala změně taktéž.

Posledním kritériem, které jsem za účelem porovnávání zvolila, je soutěž Podnikavá hlava. V tomto případě mě zajímal počet zaregistrovaných soutěžících a také skutečný počet odevzdaných příspěvků. Ani jeden rok, se tyto dva číselné údaje neshodovaly. Pro zjištění, zda park dostatečně soutěž propaguje a zda je soutěž, potažmo vědeckotechnický park jako takový, v stále větším povědomí široké veřejnosti, slouží především kritérium první - tedy počet zaregistrovaných soutěžících. Podobně jako tomu bylo u kritéria počtu členů UP Business Clubu, i tady lze pozorovat značný nárůst v počtu soutěžících v roce 2013. V roce 2012 se jich přihlásilo o 41 méně než v následujícím roce. Mezi roky 2013 a 2014 je rozdíl v počtu přihlášených soutěžících zanedbatelný, neboť rozdíl činí pouhé 4 osoby. Důvodů, proč se každý rok počet zaregistrovaných soutěžících a skutečný počet odevzdaných příspěvků liší, může existovat mnoho a dopátrat se odpovědi není cílem této práce.

## 6 Zvolená metodika a výsledky

Tato diplomová práce si klade za cíl analyzovat působení vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů v České republice. Poněvadž je na území státu poměrně velký počet těchto zařízení, není v mém zájmu ani možnostech věnovat se detailněji všem parkům a inkubátorům. Z tohoto důvodu se práce zaměří pouze na jeden vědeckotechnický park (a podnikatelský inkubátor), který se nachází ve městě, jež je blízko bydliště autorky, a kde je také Univerzita Palackého, která je s vědeckotechnickým parkem úzce spojena. Cílem práce je nejen analýza činnosti vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů na vybraném příkladu Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci, ale také zhodnocení, jakým způsobem ovlivňuje podnikání malých a středních podnikatelů v olomouckém kraji a podle zjištěných údajů z dotazníkového šetření v kombinaci s polostrukturovaným rozhovorem s ředitelem parku možné vytvoření návrhu na zlepšení efektivnosti práce a spokojenosti nájemců parku či inkubátoru.

### 6.1 Metody srovnávání

První část práce je tvořena teorií týkající se dané problematiky. Jsou použity literární, ale i internetové zdroje, které se daného tématu týkají. V praktické části bylo využito několik metod pro získání dat potřebných k naplnění cílů této práce. Nejprve byla využita metoda komparace. Na oficiálních webových stránkách VTP UP jsou veřejnosti přístupné výroční zprávy z posledních sedmi let, pro potřeby práce a vzhledem k aktuálnosti údajů byly srovnány pouze výroční zprávy od roku 2012 do roku 2014. Bylo nutné zvolit několik kritérií, které se vyskytovaly ve všech třech zprávách, aby je bylo možné porovnat.

#### **Metoda dotazníkového šetření**

Mezi další metodu použitou při psaní této práce patří dotazníkové šetření. Pro získání dat, která byla nezbytná pro zhodnocení spokojenosti stávajících nájemců vědeckotechnického parku a následné vytvoření návrhu pro zlepšení efektivnosti práce, byl sestaven dotazník, který dohromady obsahoval 13 otázek. Tyto otázky měly převážně uzavřený charakter. Pár otázek bylo nepovinných a několik otevřených. Krátký dotazník byl plně anonymní, firmy však byly upozorněny na fakt, že výsledky šetření budou předloženy a později diskutovány s vedením parku. Dotazník byl zdarma vytvořen za pomoci online systému pro tvorbu dotazníku Survio, nebylo tudíž nezbytné rozesílat tištěné verze

dotazníku. Dotazníky byly rozesílány elektronicky firmám, které se ve VTP UP v současné době nacházejí a využívají jeho služeb. Podle webových stránek VTP UP je jich v této chvíli dohromady 46 s tím, že není rozlišen počet firem, které patří do vědeckotechnického parku a které jsou součástí podnikatelského inkubátoru. Podle pana ředitele, se ve VTP UP nerozlišují prostory na vědeckotechnický park a podnikatelský inkubátor. Nájem mají možnost získat pouze vybrané firmy. Firmám, které splní podmínky, poté VTP UP poskytuje službu Business Catapult, jenž je založena na poskytování poradenských služeb a zvýhodněného nájmu. Těchto firem je zhruba 5 nebo 6.

Dotazník byl tedy rozeslán všem firmám zmíněných na webu parku bez ohledu na to, kam patří a otázky koncipovány tak, aby na ně bez problémů mohli odpovědět všichni dotazovaní. Dotazníky bylo nutné rozeslat vícekrát, neboť první kolo rozesílání nepřineslo dostatek odpovědí, tudíž nebyl získán dostatečný použitelný reprezentativní vzorek vhodný k vyvození závěrů. První kolo probíhalo od 26. října do konce 28. října a v tomto období dotazník vyplnil největší počet respondentů. Posléze, v období od 2. listopadu do konce 7. listopadu proběhla ještě dvě další kola, kdy byly firmy znovu kontaktovány a žádány o účast. Ze 46 firem jich nakonec vyjádřilo svůj názor 29. Návratnost tedy činí zhruba 63%, což se vzhledem k vytíženosti firem a krátkému časovému období dá považovat za poměrně úspěšný výsledek. Za další úspěch se dá považovat i to, že všechny dotazníky, které přišly, byly správně vyplněny, a tak se daly všechny použít.

Původně měl být průzkum zaměřen i na firmy, které již vědeckotechnický park opustily. Byl vytvořen speciální dotazník i pro ně a opět všem firmám jmenovaných na oficiálních stránkách jako „bývalí nájemníci“ rozeslán ve třech kolech, stejně jako v případě dotazníku určených pro stávající nájemce. Procento návratnosti bylo však velice malé, proto nemohly být výsledky zařazeny do této práce.

### **Metoda polostrukturovaného rozhovoru**

Jako poslední metodu byl použit polostrukturovaný rozhovor s vedením vědeckotechnického parku. Dotazovanou osobou byl současný ředitel VTP UP, pan Ing. Jiří Herinek. Rozhovor byl složen z následujících 11 otázek:

- 1) Jaký přínos má budování vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů?
- 2) Co považujete za největší úspěch VTP UP?

- 3) Myslíte, že stále ve VTP UP existuje prostor pro zlepšení?
- 4) Vnímáte nějaké nedostatky ve VTP UP? Pokud ano, jaké?
- 5) Myslíte si, že je povědomí o VTP UP dostatečné?
- 6) Víte jaká je úspěšnost či úmrtnost firem, které VTP UP již opustily, v reálném podnikatelském prostředí?
- 7) Jste pyšný na nějakou firmu, která park opustila a daří se jí?
- 8) Připravujete nějaké nové aktivity?
- 9) Jaká je podle Vás budoucnost VTP UP?
- 10) Jak jste spokojený s výsledky dotazníkové šetření?
- 11) Je v reálných možnostech VTP UP vyhovět některým požadavkům (návrhům) v otázce č. 10?

Pan ředitel byl ochotný a odpověděl na všechny zmíněné otázky. Analýza výsledků z tohoto rozhovoru bude k přečtení dále v práci po analýze výsledků dotazníkového šetření.

### **Analýza dat**

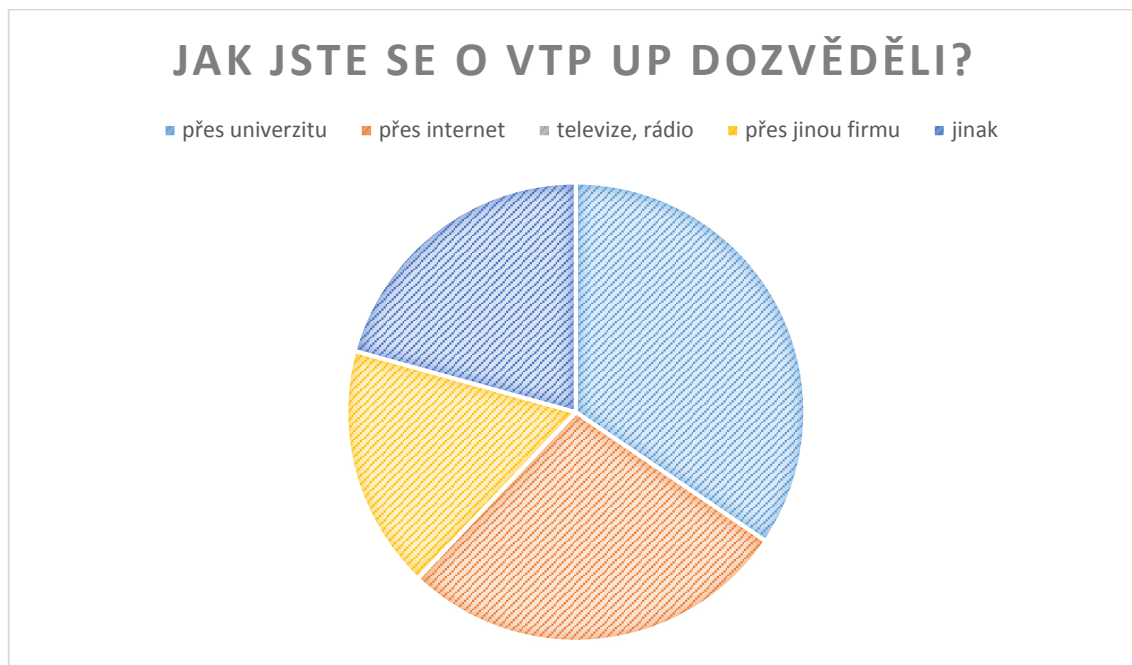
Jak již bylo zmíněno, dotazníky byly zdarma vytvořeny za pomoci online systému Survio. Tento systém sám z dostupných výsledků dotazníku vytváří grafy, které bylo možné jednoduše stáhnout a vložit do této práce. I přes tento fakt, jsem se rozhodla této možnosti nevyužít a zpracovat veškerá grafická zázornění sama. V samotné práci nebudou rozebrané všechny otázky, které se v dotazníku objevily, zaměřím se na ty, z mého pohledu, nejdůležitější, či nejzajímavější. Ke každému grafu, který se v práci objeví, patří i doplňující komentář. Informacím získaných během polostrukturovaného rozhovoru bude věnována další část práce.

## **6.3 Výsledky dotazníkového šetření**

V první řadě se zaměřím na část otázek, které se věnují problematice propagace a reklamy vědeckotechnického parku. Pro získání dostatečného množství zákazníků, v tomto případě zájemců o nabízené služby, je propagace parku důležitá. Jak bylo zmíněno v minulé kapitole, počet firem, které využívají některou z nabízených služeb, rok od roku roste, i když rozdíl mezi posledními dvěma lety nebyl nijak ohromující. Pokud bychom se zaměřili pouze na tato fakta, vyplývalo by, že o parku ví čím dál více firem. Jakým způsobem se o existenci

parku firmy dozvěděly, však nevíme. Proto se jedna z otázek, která se v dotazníku objevila, dotýká právě této oblasti.

Graf 1: způsob zjištění o existenci vědeckotechnického parku v Olomouci



(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

Z prvního grafu je zřejmé, že největší počet respondentů se o existenci vědeckotechnického parku v Olomouci dozvěděl přes tamní univerzitu Palackého. Celkový počet respondentů, kteří dotazník vyplnili, bylo 29, z toho 10 vybralo možnost „přes univerzitu“. V procentním vyjádření to pak činí 34,5%. Osm, tedy 27,6% respondentů uvedlo, že se o vědeckotechnickém parku dozvědělo za pomoci Internetu. Pět, tedy 17,2% respondentů vybralo možnost „přes jinou firmu“. Šest, tedy 20,7% respondentů nevyhovovala ani jedna z nabízených možností, proto zvolili odpověď „jinak“. Tito respondenti se o vědeckotechnickém parku dozvěděli jinými cestami. Respondenti se tak podle svých odpovědí dozvěděli o existenci parku prostřednictvím přátel, či kolegů, kteří ve VTP UP momentálně vykonávají nějakou funkci. Někteří ve VTP UP přímo pracovali. Objevila se i odpověď „přes inzerát“, dotýčný respondent bohužel nevedl, kde tento inzerát našel. Jeden z dotázaných uvedl, že se o vědeckotechnickém parku dozvěděl během

*Obchodní snídane – setkání podnikatelů.*<sup>1</sup> Z grafu je však opět zřejmé, že ani jeden respondent se o existenci parku nedozvěděl při sledování televize či poslechu rozhlasu.

Dále jsem se ve svém dotazníku zaměřila na otázky týkající se dostupnosti informací, které by případně zájemce mohly zajímat. Nejdříve respondenti museli odpovědět na otázku, zdali jsou informace dobře dostupné a zda jsou s tímto stavem spokojeni či nikoli. Nepovažuji za důležité tuto otázku převést do grafické podoby, neboť drtivá většina, tedy 26 což činí 89,7% zvolilo odpověď ano, jinými slovy, informace jsou podle nich dobře dostupné. Pouze 3, tedy 10,3% respondenti nebyli s dostupností informací spokojeni.

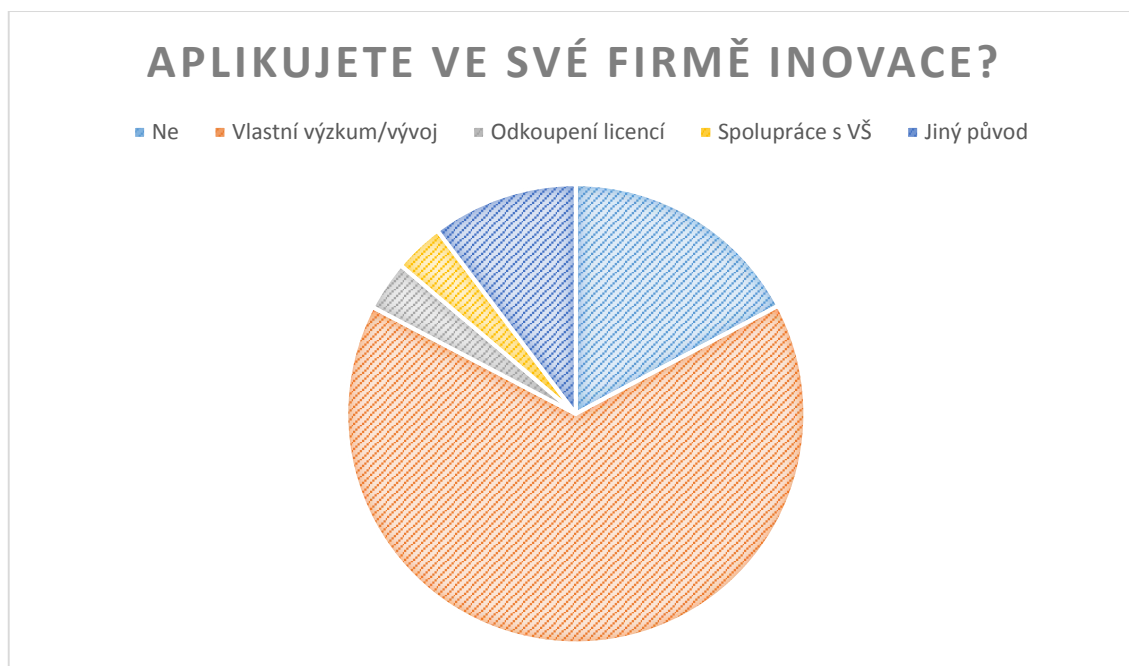
Internet hraje v dnešní době velkou roli, z tohoto důvodu jsem se rozhodla v této sekci dotazníku položit otázku týkající se spokojenosti se škálou informací, které se objevují na oficiálních stránkách VTP UP. Otázka zněla „*chyběly vám na webových stránkách VTP UP nějaké informace?*“ Odpověď „*ne*“ vybrala opět drtivá většina respondentů. Bylo jich 27, tedy 93,1%. Pouze dva dotazovaní nebyli s dostupnými informacemi spokojeni. Na tuto otázku nepřímo navazovala otázka čtvrtá, ve které jsem se snažila zjistit, jaké informace respondenti na webových stránkách postrádali. Někteří respondenti měli pocit, že na stránkách nejsou dostatečně popsána jasně daná pravidla, například jak funguje výběr firem, dále se pak mezi odpověďmi objevilo i to, že by bylo vhodné podrobněji popsat, čím se vědeckotechnický park konkrétněji zabývá a jak může zájemci případně přesně pomoci. Poslední zmíněnou chybějící informací byla specifikace podmínek. Přestože tato otázka nebyla označena jako povinná, odpověděli na ní i ti, kteří v předchozí otázce vybrali odpověď „*ne*“, tedy neměli pocit, že na webových stránkách je nedostatek informací. Tento respondent tvrdil, že na webu je naopak informací víc než dost.

Jedna část dotazníku byla zaměřená na otázku inovací. Respondenti byli požádáni o odpověď na otázku, zda ve své firmě aplikují inovace či nikoli.

---

<sup>1</sup> Obchodní snídane jsou akce určené pro malé a střední podnikatele a jsou konané za účelem navázání nových obchodních vztahů, získání nových kontaktů a zkušeností, popřípadě referencí ve zvoleném kraji. Akce se pořádají na několika místech České republiky. Zájemci mají také několik možností takovou akci, která má opravdu charakter snídane, navštívit ve vybraných městech olomouckého kraje, včetně statutárního města Olomouce.

Graf 2: Původ inovací, které firmy ve VTP UP aplikují



(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

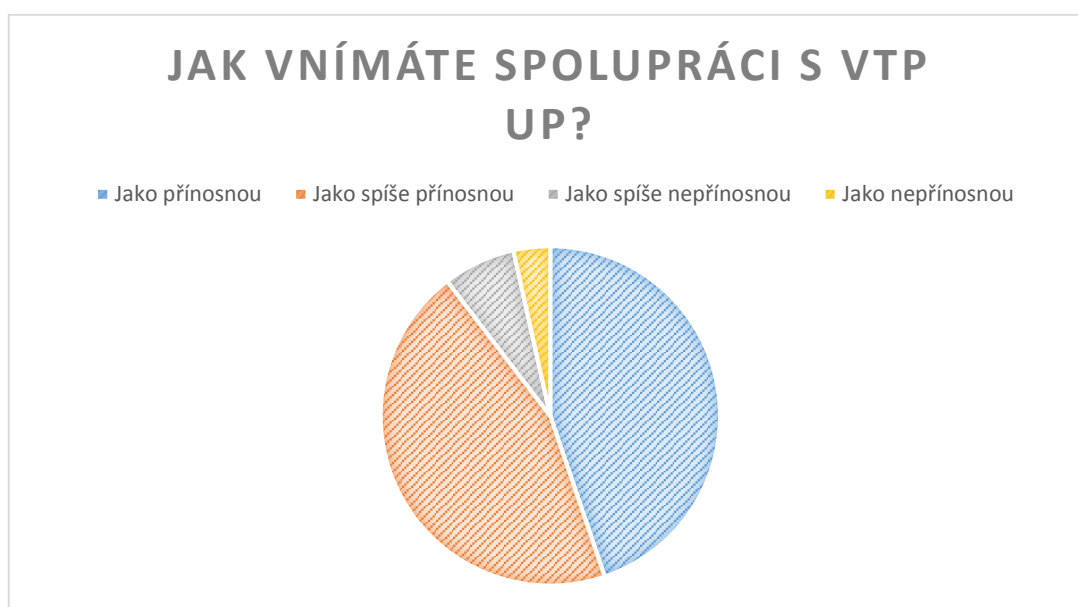
Z výše uvedeného grafu vyplývá, že většina respondentů ve svých firmách inovace aplikuje. Opět je důležité připomenout, že na dotazník neodpověděly všechny firmy a hlavně, že firmy nejsou rozděleny podle toho, jestli jsou součástí vědeckotechnického parku nebo podnikatelského inkubátoru. Inovace na základě vlastního výzkumu či vývoje aplikuje ve svých firmách největší část respondentů. Je jich 19, tedy 65,5%. Naopak 5 firem z 29 inovace vůbec neaplikuje. Důvodem může být to, že odpověď „ne“ mohly zvolit firmy, které podnikají v oblasti, kde zavádění inovací není tak snadné nebo nezbytně potřebné. Těchto 5 firem činí 17,2% z celkového počtu dotázaných firem. Druhý největší počet respondentů označil jako původ inovací, které během svého podnikání zavádí a využívají, původ jiný, tedy ani jeden z těch, které byly v nabídce. Jednalo se pouze o 3 firmy, tedy 10,3%. Pokud se podíváme blíže na původ inovací, které tyto 3 firmy uvedly, jedná se o převzetí know-how ze zahraničí. Jedna odpověď se týkala vývoje optoelektronických zařízení dle přání zákazníka. Poslední respondent, který zvolil odpověď „jiný původ“ uvedl, že zastupuje německou společnost, která se pohybuje na špičce ve vývoji medicínské techniky.

Poslední část dotazníku byla zaměřena na získání informací o spokojenosti stávajících nájemců s nabízenými službami, podmínkami pro přijetí či komunikací se samotným vědeckotechnickým parkem. Jedna otázka z této části byla položena za účelem zjištění, které služby nájemci parku momentálně využívají a které naopak nejsou tolik žádané.

Z provedeného průzkumu vyplývá, že největší zájem je o pronájem kancelářských prostor. Pronajmout kancelář v parku si zvolilo 22 firem. Virtuální sídlo v současné době využívají 3 firmy. Z 29 respondentů je 8 členy UP Business Clubu. Laboratorní nebo výrobní prostory využívá 7 firem. Tato otázka byla koncipována tak, že si respondenti mohli vybrat hned několik možností, tudíž některé firmy mohly vybrat odpovědi hned několik, kdežto některé mohly zvolit odpověď pouze jednu.

Další otázka dotazníku byla věnována užitečnosti nebo přínosu firmám spoluprací s VTP UP.

Graf 3: Přínosnost spolupráce s VTP UP



(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

Tato otázka je zvláště důležitá, protože firmy se na VTP UP obracejí v případě, že se svým podnikáním začínají nebo hledají určitou formu pomoci. Z grafu je zřejmé, že zhruba polovina dotázaných považuje spolupráci s vědeckotechnickým parkem jako velmi přínosnou. Přesné číslo je 13, což je 44,8%. Stejný počet respondentů, tedy 13, považuje spolupráci za spíše přínosnou. Objevily se i 3 negativní reakce, z toho 2 firmy, tedy 6,9%, označilo spolupráci za spíše nepřínosnou a 1 firma za nepřínosnou.

Další otázka byla položena za účelem zjištění toho, zda firmám v současné době nechybí nějaká forma pomoci, kterou by v parku uvítaly. 24 firem, tedy 82,8% uvedlo, že momentálně žádnou službu nepostrádají. 5 firem, tedy 17,2% ovšem návrhy mělo. Jeden respondent postrádal větší podporu podnikání v humanitních a sociálně vědních oborech a také větší podporu marketingu služeb. Další respondent by uvítal komplexnější služby pro



podnikatele, které by zahrnovaly mimo jiné například i vedení účetnictví. Objevil se i názor, že by byl vhodný „větší tah na branku“ a aktivnější přístup ke spolupráci. Odborná podpora transferu technologií byla jedním z posledních návrhů, které se v dotazníku objevily, stejně jako možnost pořízení vysokozdvizného vozíku.

V páté kapitole byly podrobněji popsány podmínky, které je nutno splnit, aby se zájemce mohl stát součástí vědeckotechnického parku či podnikatelského inkubátoru a využít služeb, které jsou nabízeny. Proto byla do dotazníku pro firmy zařazena otázka týkající se spokojenosti s popsány podmínkami. Celkově se poslední část dotazníku věnuje problematice spokojenosti stávajících firem s různými oblastmi.

Graf 4: Spokojenost firem s podmínkami pro přijetí

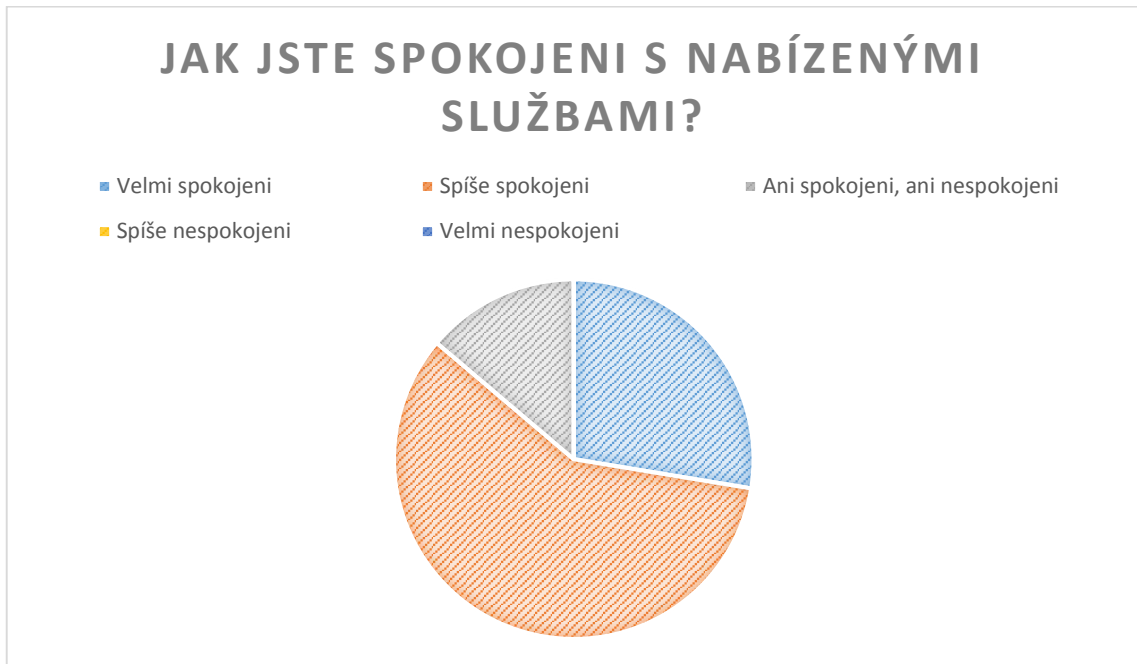


(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

Z výše uvedeného grafu jasně vyplývá, že s podmínkami pro přijetí není ani jedna z firem, které na dotazník odpověděly, nespokojena. Největší procento respondentů, 44,8%, tedy 13 z celkových 29, uvedlo, že jsou spíše spokojeni. 13 respondentů, tedy 41,4%, dále uvedlo, že s podmínkami pro přijetí jsou velmi spokojeni. Pouhé čtyři firmy, 13,8% zvolily odpověď „ani spokojeni, ani nespokojeni“.

Další otázka dotazníku byla zvolena tak, aby bylo možné odpovědět na otázku, zda jsou stávající firmy ve VTP UP spokojeny s nabízenými službami.

Graf 5: Spokojenost firem s nabízenými službami

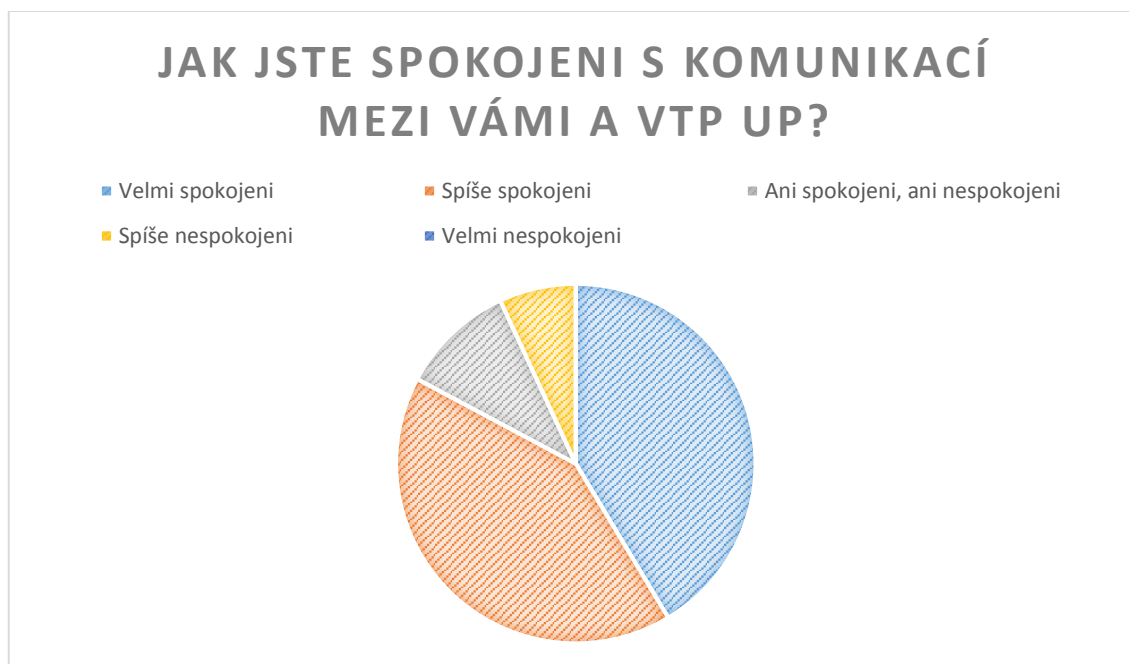


(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

Podobně jako tomu bylo u minulé otázky, i z tohoto grafického znázornění jasně vyplývá, že negativní hodnocení nevybrala ani jedna z firem, které na dotazník odpověděly. V tomto případě bylo s nabízenými službami spokojeno pouze 8 firem, což činí 27,6%, větší část respondentů zvolila odpověď „spíše spokojeni“. Bylo jich 17 z 29, což je 58,6%. Ani spokojeni, ani nespokojeni byly opět pouhé čtyři firmy, tedy 13,8%.

Poslední otázka dotazníku byla zaměřena na zjištění spokojenosti s komunikací mezi firmami a vědeckotechnickým parkem.

Graf 6: Spokojenost s komunikací mezi firmami a VTP UP



(Zdroj: vlastní průzkum a zpracování)

Opět je z výše uvedeného grafu zřejmé, že velmi nespokojená nebyla ani jedna firma. Odpověď „*spíše nespokojeni*“ však vybrali dva respondenti, což činí 6,9%. Ani spokojených, ani nespokojených byly 3, tedy 10,3%. Variantu „*spíše spokojeni*“ zvolilo 12 respondentů, tedy 41,4%. Stejný počet respondentů zvolil odpověď „*velmi spokojeni*.“

Podíváme-li se podrobněji na výsledky dotazníkového šetření, zjistíme, že podle respondentů je ve VTP UP stále prostor pro zlepšení. Zajímavým zjištěním bylo například to, že o existenci VTP UP se za pomoci internetu z 29 firem, které na dotazník reagovalo, dozvědělo pouze 8 firem. Z rozhlasu či televize se o VTP UP nedoslechla ani jedna z firem. Televizní či rozhlasová reklama bývá zpravidla nákladná, tudíž se musí brát v potaz to, jestli se pro takovou formu propagace vědeckotechnického parku rozhodnout či nikoli. V tomto případě je také potřebné spolupracovat s externími partnery, s jejichž účastí může být reklama realizována. Samotný reklamní spot nemusí být jedinou cestou, jak se o existenci parku může široká, především, podnikatelská veřejnost, dozvědět. V páté kapitole této práce byla zmíněna soutěž Podnikavá hlava. Soutěž Podnikavá hlava může být také brána jako forma reklamy, za pomoci které se o existenci vědeckotechnického parku dozvídá veřejnost. Navíc se jedná o další způsob podpory začínajících podnikatelů, kteří by se jinak k začátku podnikání nemuseli uchýlit, či by bez odborné pomoci a zhodnocení podnikatelského záměru nemuseli v reálném prostředí uspět. Je zřejmé, že kontakty s jinými firmami také

pomáhají šířit povědomí o existenci VTP UP. Jak jeden respondent zmínil, o vědeckotechnickém parku se dozvěděl během tzv. obchodní snídaně, přičemž, firma *Business for Breakfast, s.r.o.*, je v současné době součástí VTP UP. Největší zásluhu na šíření povědomí o VTP UP má však samotná Univerzita Palackého v Olomouci.

Pokud je první část úspěšně ukončena, tedy potenciální zájemce se o existenci vědeckotechnického parku dozví, je důležité, aby nebylo obtížné zjistit informace, které zájemce zajímají. Na otázku dostupnosti veškerých potřebných informací, reagovala většina respondentů kladně. Pouhým třem firmám nepřipadla dostupnost informací dostatečná. Výtky k informacím na oficiálních webových stránkách VTP UP se týkaly především přesnějšího popisu výběru firem, které mají šanci stát se součástí parku a specifitější popis podmínek obecně nebo konkrétnější popis toho, co pro firmy může park udělat. Právě zmíněné výtky, či doporučení a reakce pana ředitele VTP UP na ně, budou zmíněny v další části práce. I přesto, že malé procento současných nájemců nebylo plně spokojeno s rozsahem a dostupností informací na internetu, webové stránky VTP UP jsou přehledné a nabízejí spoustu informací k přečtení. Základní informace jsou zde obsaženy a nechybí ani kontakt pro další otázky a vysvětlení nesrozumitelností. Porovnáme-li například webové stránky VTP UP a Vědeckotechnického parku při UTB ve Zlíně ([www.utb.cz/uni](http://www.utb.cz/uni)), je již na první pohled zřejmé, že propracovanost a přehlednost je u webových stránek VTP UP na mnohem vyšší úrovni.

Zajímavým zjištěním z oblasti inovací bylo to, že více jak polovina respondentů ve svých firmách aplikuje inovace a to na základě vlastního výzkumu a vývoje.

K tomu, aby firma mohla úspěšně své podnikání začít, případně ho zlepšit, využívají nájemci pronájem prostor. Největší zájem je o pronájem kancelářských prostor. Z nabízených služeb pomoci, 16 firem využívá pouze jednu, ať už jde o pronájem, poradenství nebo členství klubu. Kombinaci dvou služeb z nabídky využívá 8 firem. Nejčastější kombinací služeb je pronájem kancelářských prostor s členstvím v UP Business Clubu. Tuto kombinaci zvolily 4 firmy z 8. Druhou nejčastější kombinací je pronájem kancelářských prostor a pronájem laboratorních či výrobních prostor. Tuto kombinaci zvolily 3 firmy z 8. Pouze jedna firma zvolila kombinaci pronájem kancelářských prostor a poradenské služby. 3 respondenti uvedli, že využívají služby hned 3. Z těchto firem 2 zvolili kombinaci pronájmu kancelářských prostor, poradenské služby a členství v UP Business Clubu. Jedna firma měla kombinaci obdobnou s tím rozdílem, že místo poradenství zvolila pronájem laboratorních či výrobních prostor. Dvě firmy používají pouze virtuální sídlo.

Během svého podnikání musí firma sama zhodnotit, zda se její očekávání naplňuje a jestli bylo využití služeb a spolupráce s VTP UP správným rozhodnutím. V této oblasti spokojenosti firem vědeckotechnický park nezklamal, neboť získal kladné hodnocení od 89,6% všech respondentů. Pouhých 10,4% nebylo spokojeno.

Během průzkumu spokojenosti firem s dalšími oblastmi, jako jsou podmínky pro přijetí, nabízené služby a komunikace s VTP UP se ukázalo, že výsledky byly velice podobné. V prvním zmíněném případě podmínky kladně ohodnotilo 86,2% respondentů a neutrální odpověď zvolil zbytek firem. Ani jedna firma nebrala podmínky jako špatné či nepřijatelné. Obdobně tomu bylo o nabízených služeb, které úplně stejné procento firem jako v bodě předchozím, ohodnotilo kladně. Jediný rozdíl byl v množství respondentů, kteří zvolili odpověď „*velmi spokojen*“ a „*spíše spokojen*“. Poslední otázka byla zaměřená na zjištění spokojenosti s komunikací mezi VTP UP a firmami. Výsledky u této otázky byly opět podobné dvou předchozím výsledkům s tím rozdílem, že se zde objevily dvě negativní odpovědi. 82,8% firem však bylo s komunikací spokojeno. Vzhledem k tomu, že z dotazníku není zřejmý důvod negativního hodnocení a většina firem je s komunikací spokojena, domnívám se, že není prioritou zlepšení v této oblasti.

## 6.4 Výsledky polostrukturovaného rozhovoru

První otázka rozhovoru měla obecný charakter, nebyla tedy zaměřená přímo na VTP UP. Odpověď potvrdila učebnicovou definici vědeckotechnických parků či podnikatelských inkubátorů. Podle něj mají tyto instituce převážně za úkol „*díky svým aktivitám zvyšovat růst ekonomiky v území, ve kterém působí, a to zejména podporou začínajících podnikatelů a podporou transferu technologií.*“ K této otázce byla dodatečně vytvořena i otázka týkající se přínosu samotného VTP UP. Vyplývalo z ní, že se o podporu zejména začínajících podnikatelů a podporu transferu technologií snaží i VTP UP.

VTP UP letos také může být spokojený s několika skutečnostmi. V letošním roce byla dostavěna a zprovozněna 3. budova, čímž došlo k rozšíření prostor, jež mohou být poskytnuty dalším firmám, které by se jinak předtím do VTP UP nemusely dostat kvůli nedostatku místa. Podle pana ředitele se v současnosti ve VTP UP nachází kolem 60 firem, které musely splnit dříve zmíněná kritéria. Dále se buduje a rozšiřuje komunita prostřednictvím UP Business Clubu. Spokojenost pan ředitel vyjádřil i s letošním ročníkem soutěže Podnikavá hlava. Soutěžní příspěvky, které se v soutěži objevily, považoval za

možná nejvíce zajímavé ve srovnání s ostatními ročníky soutěže. Zmíněny byly také tzv. proof-of-concept<sup>2</sup> projekty a v neposlední řadě bude v nejbližší době spuštěn provoz největšího 3D tiskového centra na území Moravy.

Z rozhovoru dále vyplynulo, že VTP UP si je vědom několika nedostatků, které by bylo vhodné napravit. Jedná se především o počet mentorů, kteří by s VTP UP začali spolupracovat. Mělo by jich být více. VTP UP by si přál i více studentů, kteří by se více zapojovali do aktivit pořádaných VTP UP. Povědomí o existenci vědeckotechnického parku není dostatečné, i přes veškerou snahu VTP UP o něm neví dostatek studentů.

Dále jsem se zaměřila na zjištění toho, zda jsou firmy, které po určité době opustí VTP UP, úspěšné, nebo jestli v reálném podnikatelském prostředí nepřežijí. Nebyla zmíněna přesná čísla, nicméně některé firmy se dokázaly udržet a úspěšně pokračovat ve svém podnikání, některé firmy případně opustily produkt nebo službu, s kterou do VTP UP přišly a snažily se své podnikání rozvinout. Některé se ovšem na trhu prosadit nedokázaly a své podnikání ukončily. Co se týče samotné úspěšnosti firem, ve VTP UP se zatím neobjevila žádná firma, která by se dala považovat za celosvětově úspěšnou. Byl uveden příklad brněnské firmy *Y SOFT Corporation*<sup>3</sup>, která je součástí Českého technologického parku v Brně. I přes fakt, že ve VTP UP se zatím podobně úspěšná firma neobjevila, existují zde firmy, které je možné uvést jako úspěšné firmy. Do této kategorie se například může zařadit litovelská firma *DSL Food*, která už součástí VTP UP není. Jedná se o firmu, která vyvíjí a vyrábí potravinové, farmaceutické a kosmetické přípravky. Zákazníci, kteří jsou většinou ze zahraničí, si mohou klást speciální požadavky na výrobu výrobku, který požadují. (DSL Food)

VTP UP má v plánu několik nových projektů či aktivit. Jak již bylo zmíněno, do provozu se postupně během listopadu a prosince 2015 dostane centrum 3D tisku. Od roku 2016 pak přejde ze zkušebního provozu do plného provozu. Dále je pak v plánu spuštění tří nových kompetenčních center.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Proof-of-concept projekt je projekt, který má za úkol dokázat, že potenciální produkt nebo služba může mít komerční využití a být na trhu úspěšný/á.

<sup>3</sup> „*Y SOFT je mezinárodní společnost nabízející unikátní tiskové řešení (software i hardware), které umožňuje společností a organizacím efektivně kontrolovat náklady, snížit plýtvání, zvýšit komfort uživatelů a pozitivně působit na životní prostředí. Její hlavní produkt YSoft SafeQ je využíván 8000 organizacemi ve více než 100 zemích po celém světě.*“ (Český technologický park)

<sup>4</sup> Kompetenční centra jsou zřizována za účelem poskytnout studentům možnost podílet se na projektech vědeckovýzkumného či obchodního charakteru během jejich studia

Z rozhovoru dále vyplynulo, že výsledky dotazníkového šetření jsou dobré. Co se spokojenosti firem z různými oblastmi týče, výsledky průzkumu ukázaly, že většina firem je spokojena. Během průzkumu vyjádřilo 5 firem návrhy na zlepšení, které by ve VTP UP uvítaly. Jednalo se o větší podporu podnikání v humanitních a sociálně-vědních oborech, komplexnější služby pro podnikatele, odbornou podporu transferu technologií či zakoupení vysokozdvizného vozíku. Cílem rozhovoru bylo zjistit, jestli je v možnostech VTP UP alespoň některé z těchto návrhů zrealizovat. Výsledky rozhovoru ukázaly, že většinu z výše zmíněných návrhů není potřebné realizovat, neboť svým způsobem už fungují anebo jsou zajištěni. Vysokozdvizný vozík sice není majetkem VTP UP, nicméně zájemce o jeho využití může zažádat o zapůjčení z vedlejší firmy *Comet Obaly*. Paletový vozík již byl zakoupen a je k dispozici v samotném vědeckotechnickém parku. Odborná podpora transferu technologií je zajištěna specialisty Petrem Kubečkou a Filipem Auingerem, kteří poskytují odbornou konzultaci, je-li o ni zájem.

Přestože z důvodu nedostatku plnohodnotných odpovědí bývalých nájemců nemohly být výsledky dotazníkového šetření do této práce zařazeny, do otázek rozhovoru se dostal i návrh podaný firmou, která již ve VTP UP není. V době kdy byla tato firma nájemcem, postrádala tzv. serverovnu na umístění serveru. Bylo zjištěno, že tento nedostatek byl už také vyřešen a VTP UP již serverovnu má. Nedostatečná podpora humanitních a sociálně-vědních oborů však byla za strany vedení potvrzena. Jedním z hlavních důvodů byl uveden fakt, že není v možnostech vědeckotechnického parku zajistit odborného mentora nebo konzultanta pro všechny typy projektů, vzhledem k tomu, že se VTP UP zaměřuje především na inovativní záměry s mezinárodním přesahem. Bylo ovšem také dodáno, že těchto záměrů nepřichází mnoho.

## 6.5 Doporučení

Na základě vyhodnocení dotazníkového šetření a polostrukturovaného rozhovoru bylo vyvozeno několik závěrů. Tato část práce se důkladněji zaměří na to, co by se dalo Vědeckotechnickému parku Univerzity Palackého v Olomouci doporučit k tomu, aby byli jeho nájemci a samotný VTP UP ještě více spokojeni.

- Větší pozornost by měla být věnována tomu, aby se VTP UP dostalo do většího povědomí široké veřejnosti. Nejen studentů univerzity. Větší počet zájemců neznamena kvalitnější podnikatelské záměry, pravděpodobnost toho, že se mezi nimi

objeví i ty zajímavé a kvalitní však vzroste. Jak z průzkumu vyplynulo, z televize či rozhlasu se o parku nedozvěděla ani jedna firma. To ovšem neznamená, že by tuto formu propagace bylo nutné zavést. Přestože je podle pana ředitele povědomí nedostatečné, počet firem, které se staly nájemci, se neustále zvyšuje. Vzhledem k tomu, že část firem se o VTP UP dozvěděla přes jiný komunikační kanál, je důležité, aby se park i nadále snažil svým nájemcům poskytovat takové služby a podmínky, díky kterým se firmy budou cítit spokojeně a nebude pro ně problém VTP UP svým známým, přátelům či rodinným příslušníkům, doporučit

- Přestože 3 respondenti nebyli plně spokojeni s dostupností informací, byla jich pouhá menšina. Většina sdílela názor opačný, tudíž není nezbytně nutné oficiální webové stránky měnit jakýmkoli způsobem. Respondenty bylo zmíněno i několik návrhů na potřebu zvýšení informovanosti případných zájemců, po prozkoumání těchto návrhů však nedošlo ke shledání nutnosti nápravy, neboť při podrobnějším prozkoumání webových stránek je možné většinu požadovaných informací najít. Na stránkách nechybí ani kontaktní údaje, tudíž není problém v případě nutnosti VTP UP kontaktovat a zjistit si potřebné informace.

- Většině nápadům, které byly navrženy některými respondenty, není nezbytně nutné věnovat pozornost, neboť nejsou příliš aktuální. Přestože však má VTP UP domluvené, že si jejich nájemce smí vypůjčit vysokozdvizný vozík z vedlejší firmy, s rostoucím počtem nájemců a případných zájemců o vysokozdvizné vozíky, by měl vědeckotechnický park uvažovat o pořízení vozíku vlastního a zbavit se tak závislosti na jiném subjektu.

- Jak již bylo dříve zmíněno, komunikace s VTP UP se jevila převážně jako bezproblémová. Podle dvou respondentů však nebyla komunikace mezi nimi a parkem ideální. 3 respondenti pak uvedli, že s komunikací nebyli ani spokojeni ani nespokojeni, tudíž se jednalo o reakci neutrální. Součástí dotazníku však nebyla otázka týkající se důvodů této nespokojenosti. Může být však brána jako odrazový můstek pro další výzkum.

- VTP UP zjišťuje spokojenost firem pouze prostřednictvím rozhovoru osobně či přes telefon. Nejedná se tedy o anonymní zjišťování. Doporučuji tedy přehodnotit toto rozhodnutí, poněvadž je možné, že by park dostal více vyjádření a podnětů ze strany firem.



## Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala podporou malých a středních podnikatelů v Olomouckém kraji, kteří si jako nástroj podpory vybrali vědeckotechnologický park nebo podnikatelský inkubátor. Tematicky byla práce rozdělena na dvě části. První část byla teoretická, ve které jsem se zaměřila na to, abych osvětlila veškeré pojmy, které se během práce vyskytly, a které byly důležité pro část praktickou. Zabývala jsem se hlavně definicemi, které se týkaly podnikání, inovací celkově a pak i inovačnímu podnikání na území České republiky, posléze i na území Olomouckého kraje, malých a středních firem a podpor, které je možné na území státu získat. Velkou část práce jsem poté věnovala samotným vědeckotechnickým parkům a podnikatelským inkubátorům. Popsala jsem, jak fungují a jaká je jejich historie. Nechybí ani popis situace vědeckotechnických parků v České republice. Následně jsem se podrobněji zaměřila na Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci. Popsala jsem jeho strukturu, historii, nabízené služby, podmínky, které je nutno splnit, aby byla firma přijata a neopomněla jsem se zmínit o soutěži Podnikavá hlava, kterou považuji za jednu z vhodných forem propagace parku.

Aby bylo možné dosáhnout cíle práce, který jsem si předem stanovila, tedy analyzování působení vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů v České republice na příkladu VTP UP, bylo nutné získat potřebná data a informace. Nejprve jsem se však zaměřila na porovnání údajů výročních zpráv VTP UP z let 2012, 2013 a 2014. Provedla jsem analýzu a porovnání údajů, které se shodně vyskytovaly ve všech třech výročních zprávách, z nichž například vyplynulo, že počet nájemců parku stále stoupá stejně tak jako počet přihlášených účastníků do soutěže Podnikavá hlava.

K samotnému získání dat bylo zapotřebí sestavit dotazník, jež byl následně rozeslán stávajícím nájemcům VTP UP, kteří byli požádáni o jeho vyplnění. Výsledky dotazníkového šetření pak byly konzultovány s vedením VTP UP, přesněji řečeno s panem ředitelem VTP UP. Nejen na názor k předloženým výsledkům jsem se ho ptala během rozhovoru. Padly i otázky týkající se budoucnosti a nedostatků VTP UP, úspěšnosti firem na trhu či možnosti vyhovět požadavkům, které vyplynuly z šetření. Dotazník ukázal, že firmy se o existenci parku dozvěděly převážně z Internetu a přes univerzitu. Převážná většina z firem, které aplikují inovace, uvedlo jako jejich zdroj vlastní výzkum a vývoj. Jedním z nejdůležitějších zjištění bylo však to, že zhruba 90% současných nájemců svého rozhodnutí nelituje a vnímá spolupráci s VTP UP jako užitečnou. Co se spokojenosti se službami, podmínkami a

komunikací mezi parkem a firmami týče, kromě 2 vysloveně negativních reakcí v oblasti komunikace bylo z výsledků zřejmé, že i v tomto případě byly firmy spokojené.

Na základě provedené analýzy bych působení VTP UP hodnotila kladně. Jeho zřízení před 15 lety se jeví jako správná volba. Malí a střední podnikatelé s inovačním potenciálem v začátcích často nemívají dostatek prostředků potřebných pro zajištění běžného fungování firmy, někteří nemají teoretické znalosti k tomu, aby se stali na trhu úspěšnými. Vytvořením podmínek pro rozvoj inovativních nápadů a poskytnutím zázemí, služeb, odborných rad a materiálů a prostor k realizaci podnikání s výhodnými nájemními cenami, usnadňuje VTP UP firmám vstup do podnikatelského světa, dopomáhá tak k jejich růstu a zvyšuje šance firem na vývoj inovačních produktů. V tom spočívá jeho největší přínos pro rozvoj malého a středního podnikání v Olomouckém kraji. Srovnání výročních zpráv totiž ukázalo, že počet firem, které o služby vědeckotechnického parku žádají a poté se úspěšně stanou jeho součástí, stále roste. Vyšší poptávka se odrazila i v potřebě rozšíření pronajímaných prostor parku. Některé firmy, které park opustily, již neexistují nebo se vydaly jiným směrem, nicméně, mnoho zajímavých firem své uplatnění na trhu našlo a přispívají tak k hospodářskému rozvoji Olomouckého kraje.

## Summary

In my diploma thesis I dealt with support of Small and Medium sized Businesses that had chosen a Science and Technology Park or Business Incubator as a support tool in the Olomouc region. The diploma thesis is divided into 2 parts. In the first part I focused mainly on describing all the definitions that were important for understanding the practical part of the thesis. The definitions explained business in general, innovations, innovations in the Czech Republic and also innovations in the Olomouc region, small and medium sized businesses, types of assistance provided by different institutions in the Czech Republic. Then I focused on Science and Technology Parks and Business Incubators. I described how they work and what their history is. However, my focus my mainly on the Science and Technology Park in Olomouc. Its structure, history, services, conditions that have to be meet in order for a company to become a part of the Science and Technology Park had been mentioned. I did not forget to mention the contest call Podnikavá hlava, which can be seen as one of the advertising tools.

To achieve the goal of the thesis, which was analysing the assistance Small and Medium sized Businesses in using a Science and Technology Park and Business Incubator with an example utilizing VTP UP, it was necessary to gain data and information. At first I started with comparing Annual Reports VTP UP from the years 2012, 2013 and 2014. The analysis showed that the number of companies within the Science and Technology Park increased as well as the number of contestants in Podnikavá hlava.

It was important to create a questionnaire to gain all the necessary data. The questionnaire then was sent to all the companies mentioned on the official websites of VTP UP and the companies were asked to fill in their answers. The results were discussed with the head of the Science and Technology Park. An interview with him was conducted and he was asked to tell his opinions on the results of the questionnaires. He was also asked about the future of VTP UP, about things that could be make better, successful rate of the companies there and if it was possible to meet the requirements of the companies. According to the results, the internet and university were biggest sources that helped companies to find out about the existence of the VTP UP. Most of the companies also claimed that they apply innovation, mostly innovation based on their own research and development. One of the most important discoveries was that approximately 90% of the companies is satisfied with the cooperation with the park. With the services, conditions, and communication between

the park and the companies, except for 2 negative reactions in communication, it was clear that the rest of the companies were satisfied as well.

In terms of this analysis I would evaluate the Science and Technology Park as positive. Small and Medium sized Businesses with Innovation Potential often struggle to survive especially in the beginning of their existence. The Science and Technology Park has created a place where such companies can develop and grow. It provides facilities for favourable rental prices, services and expert advice. Thus it makes it easier for the companies to enter the business world and helps them to develop and increases the chance to realize their innovative products. Therein lies the biggest contribution to the development of Small and Medium sized Businesses in the Olomouc region. Comparison of annual reports revealed that the number of interested companies increases. Higher demand is also reflected in the need for expansion of the leased premises. Several companies that left the park, no longer exist, however, many interesting companies found its place in the market and thus contribute to the economic development of the Olomouc region.

## Seznam pramenů a použité literatury

### Bibliografie

BREM, Alexander a Kai-Ingo VOIGT. *The Boundaries of Innovation and Entrepreneurship*. Wiesbaden: Gabler-Verlag, 2008. ISBN 978-3-8349-0833-9.

CLARKE, Gordon. *Business Start-up and Future Planning*. Brighton: Straightforward Publishing, 2010. ISBN 978-18147162922.

CHVÁTAL, Ladislav a Tomáš JELÍNEK. *Rozvoj a potřeby malých a středních podniků v Olomouckém kraji. Závěrečná zpráva z průzkumu*, MVŠO – DBM: Olomouc 2013

KISLINGEROVÁ, Eva a Ivan NOVÝ. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. Praha: C. H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-847-9.

MIKOLÁŠ, Zdeněk, Jindra PETERKOVÁ a Milena TVRDÍKOVÁ. *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2011. ISBN 978-80-7400-379-0.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4780-4.

SHAVININA, Larise V. (ed.). *The International Handbook on Innovation*. Oxford: Elsevier Scieny Ltd, 2003. ISBN 0-08-044198-X.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání*. Praha: Grada Publishing a.s., 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání: malé a střední firmy*. 2., aktualizované. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

### Zákony

Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník

## Online zdroje

*Agrární komora České republiky* [online]. 2011 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.agrocr.cz/>

*Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.amsp.cz/o-asociaci>

*BusinessInfo.cz: Koncepce podpory MSP 2014-2020* [online]. 2013, 2015 [cit. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/koncepce-politiky-msp-2014-2020-27913.html>

*Ceník služeb Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. 2015, 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: [http://www.vtpup.cz/cs/download/vstupni\\_dokumenty/cenik-sluzeb-vtp-up.pdf](http://www.vtpup.cz/cs/download/vstupni_dokumenty/cenik-sluzeb-vtp-up.pdf)

*Ceny. Podnikavá hlava.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://podnikavahlava.cz/ceny/>

*CzechInvest. O CzechInvestu* [online]. 2015 [cit. 2015-11-13]. Dostupné z: CzechInvest: O CzechInvestu [online]. 2015 [cit. 2015-11-13]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>

*Dotazník pro nové klienty VTP UP* [online]. 2013, 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/cs/download/2013-dotaznik-pro-nove-klienty.doc>.

*Faktory omezující provádění inovačních aktivit* [online]. In: 2015-11-13 [cit. 2015-11-13]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20542669/21300314a14.pdf/1e99cdf0-6a80-4116-9bde-c0b05b828e2c?version=1.0>

*Hospodářská komora České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/>

*Klienti. Český technologický park* [online]. 2008 [cit. 2015-11-15]. Dostupné z: <http://www.technologypark.cz/cz/klienti/>

*Knihovnička VTP UP pro nájemce. Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/sluzby/pronajem-prostor/knihovnicka-vtp-up-pro-najemce.html>

Komory v regionech. *Hospodářská komora České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/komory-v-regionech/komory-v-regionech.aspx>

O nás. *Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/o-nas.html>

O portálu. *BusinessInfo.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/specialni-stranky/o-portalu.html>

O společnosti. *DSL Food* [online]. 2013 [cit. 2015-11-15]. Dostupné z: <http://www.dslfood.cz/index.php/ct-menu-item-3>

Podmínky pro získání podnájmu ve VTP UP. *Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/sluzby/pronajem-prostor/sluzby---pronajem-prostor---podminky-pro-ziskani-najmu-ve-vtp-up.html>

*Podnikání v Olomouci* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.podnikanivolomouci.cz/>

Podniky s inovačními aktivitami. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20542669/21300314a02.pdf/b620adf3-bc38-4294-a875-049e5abc0db2?version=1.0>

Pravidla. *Podnikavá hlava.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://podnikavahlava.cz/o-soutezi/pravidla/>

Pronájem kanceláří a laboratoří. *Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/sluzby/pronajem-prostor/blok-c---nove-prostory.html>

Pronájem školící místnosti. *Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/sluzby/pronajem-skolici-mistnosti.html>

*Stanovy: Společnost vědeckotechnických parků ČR* [online]. 2015, 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.svtp.cz/wp-content/uploads/SVTP-stanovy2015.pdf>

*Statut Vědecko-technického parku Univerzity Palackého v Olomouci* [online]. 2014, 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: [http://www.upol.cz/fileadmin/user\\_upload/dokumenty/2014/HNB1-14-8.pdf](http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/dokumenty/2014/HNB1-14-8.pdf)

UP Business Club. *Vědeckotechnický park* [online]. 2012 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/sluzby/up-business-catapult.html>

*Výroční zpráva 2011* [online]. 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: [http://www.vtpup.cz/cs/download/zajimave\\_dokumenty/vyrocní-zprava-vtp-up-2011.pdf](http://www.vtpup.cz/cs/download/zajimave_dokumenty/vyrocní-zprava-vtp-up-2011.pdf)

*Vzorová osnova podnikatelského záměru* [online]. 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/ke-stazeni.html>

Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje Olomouckého kraje - 2014: Organizační statistika. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2015-11-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/33670700/330135153.pdf/7a1a6b80-f8ae-47d5-b47a-17c2c24e4ace?version=1.1>

Zvláštní kategorie. *Podnikavá hlava.cz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://podnikavahlava.cz/o-soutezi/zvlastni-kategorie/>

*Žádost o přijetí do VTP UP* [online]. 2015-11-18 [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/ke-stazeni.html>

## Seznam tabulek

**Tabulka č. 1:** Služby VTP UP

**Tabulka č. 2:** Porovnání kritérií

## Seznam grafů

**Graf č. 1:** způsob zjištění o existenci vědeckotechnického parku v Olomouci

**Graf č. 2:** Původ inovací, které firmy ve VTP UP aplikují

**Graf č. 3:** Přínosnost spolupráce s VTP UP

**Graf č. 4:** Spokojenost firem s podmínkami pro přijetí

**Graf č. 5:** Spokojenost firem s nabízenými službami



**Graf č. 6:** Spokojenost s komunikací mezi firmami a VTP UP

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Dotazník

## Analýza možnosti využití vědeckotechnického parku/podnikatelského inkubátoru jako nástroje podpory pro malé a střední podnikatele na příkladu VTP UP

**1**

**Jste součástí Vědeckotechnického parku nebo Podnikatelského inkubátoru?**

Vědeckotechnický park

Podnikatelský inkubátor

---

**2**

**Jak jste se o VTP UP dozvěděli?**

přes univerzitu

přes internet

v televizi, rádiu

přes jinou firmu

jinak

Zbyvá 100 otázek

---

**3**

**Jsou informace dobře dostupné?**

*Veškeré informace, které Vás o VTP UP zajímají*

ano

ne

---

**4**

**Chyběly vám na webových stránkách VTP UP nějaké informace? (Pokud ano, vyplňte prosím otázku č.4)**

ano

ne

---

**5**

**Jaké informace vám na webových stránkách VTP UP chyběly?**

6

## Aplikujete ve své firmě inovace?

- ne
- ano, inovace na základě vlastního výzkumu/vývoje
- ano, inovace na základě odkoupení licencí
- ano, inovace na základě spolupráce s VŠ
- ano, jiný původ
- Napište vlastní odpověď

Zbytek 100 bodů

7

## Jaké služby VTP UP využíváte?

- pronájem kancelářských prostor
- pronájem laboratorních či výrobních prostor
- poradenské služby
- UP Business Club
- jiné
- Napište vlastní odpověď

Zbytek 100 bodů

8

## Jak vnímáte spolupráci s VTP UP?

- jako plňnosnou
- jako spíše plňnosnou
- jako spíše nepřinosnou
- jako nepřinosnou


9

## Postrádáte nějakou další formu pomoci? (Pokud ano, vyplňte prosím otázku č.9)

- ano
- ne

**10**

**Jakou formu pomoci postrádáte?**

 Napište větu

Zbývá 250 znaků

---

**11**

**Jak jste spokojeni s podmínkami pro přijetí?**

velmi spokojeni

spíše spokojeni

ani spokojeni, ani nespokojeni

spíše nespokojeni

velmi nespokojeni

---

**12**

**Jak jste spokojeni s nabízenými službami?**

velmi spokojeni

spíše spokojeni

ani spokojeni, ani nespokojeni

spíše nespokojeni

velmi nespokojeni

---

**13**

**Jak jste spokojeni s komunikací mezi vámi a VTP UP?**

velmi spokojeni

spíše spokojeni

ani spokojeni, ani nespokojeni

spíše nespokojeni

velmi nespokojeni

**ODESLAT DOTAZNÍK**

**Příloha č. 2: Rozhovor s vedením VTP UP**

- 1) Jaký přínos má budování vědeckotechnických parků a podnikatelských inkubátorů?
  - a) Jaký přínos má VTP UP?

*„VTP mají díky svým aktivitám zvyšovat růst ekonomiky v území, kde působí, a to zejména podporou začínajících podnikatelů a podporou transferu technologií. Snažíme se o to i my v Olomouci.“*

2) Co považujete za největší úspěch? (Letos/celkově)

*„Myslím, že se daří. Dostavěli jsme třetí budovu VTP UP, v nájmu máme téměř 60 zajímavých firem, daří se tvořit komunita (UP Business Club), letošní ročník soutěže Podnikavá hlava měl asi nejzajímavější soutěžní příspěvky, na Univerzitě se nám rozjely Proof-of-concept projekty a v těchto dnech spouštíme největší 3D tiskové centrum na Moravě.“*

3) Myslíte si, že je zde stále prostor pro zlepšení?

*„To určitě, vždy je co zlepšovat.“*

4) Vnímáte nějaké nedostatky? Jaké?

*„Potřebovali bychom více spolupracujících mentorů a více do našich aktivit natáhnout studenty UPOL.“*

5) Myslíte si, že povědomí o VTP UP je dostačující? (reklama?)

*„Tak toto je asi závažný nedostatek. I když se hodně snažíme, tak ne všichni o VTP UP ví. Chtěl bych dosáhnout toho, abychom se do povědomí studentů dostali stejně jako Menza“*

6) Vedete evidenci úspěšnosti firem, které VTP UP opustily? Víte, jaká je úspěšnost či úmrtnost těchto firem v reálném podnikatelském prostředí?

*„Některé firmy se na trhu neuchytily, případně opustily produkt/službu, kterou se snažili ve VTP UP rozjet. Některé naopak jedou pěkně. Zatím ale bohužel nemáme žádnou hvězdu typu YSOFT, kterou se pyšní kolegové z Brna.“*

7) Jste „pyšný“ na nějakou (úspěšnou) firmu, která park opustila a daří se jí?

*„Tak třeba DSL Food je velmi zajímavá firma. Dělají funkční potraviny a potravinové doplňky pro světové výrobce.“*

8) Připravujete nějaké nové aktivity?

*„Spustíme nová kompetenční centra. Jak už jsem zmínil, aktuálně rozjíždíme centrum 3D tisku. V listopadu a v prosinci ještě ve zkušebním provozu, od příštího roku to rozjedeme naplno. Připraveno máme spuštění dalších 3 kompetenčních center.“*

9) Jaká je podle Vás budoucnost VTP UP?

*„No já myslím, že růžová“*

10) Na webových stránkách jsou firmy psané dohromady. Kolik je přesně tedy firem ve vědeckotechnickém parku a kolik v podnikatelském inkubátoru?

*„My nerozlišujeme prostory na vědeckotechnický park a na podnikatelský inkubátor. Nájem u nás mohou získat pouze vybrané firmy. Další výhody pak mají začínající firmy. Firmám, které splní podmínky, poskytujeme službu Business Catapult, která v sobě zahrnuje kromě čerpání poradenských služeb i zvýhodněný nájem. Těchto firem máme tuším 5 nebo 6.“*

11) Jak jste spokojený s výsledky (viz grafy)? + případný komentář

*„Koukal jsem se, že v oblasti komunikace máme nějakého nespokojeného, chtělo by to zjistit, v čem to vězí.“*

*Jinak jsou výsledky dobré.“*

12) Je v možnostech VTP UP vyhovět některým požadavkům (návrhům) z otázky č 10?

Dalo by se reálně něco z toho uskutečnit?

*"Paletový vozík jsme koupili, vysokozdvizný je k dispozici ve vedlejší firmě Comet Obaly a nájemcům zprostředkováváme jeho použití. Odborné konzultace z oblasti transferu technologií u nás získat jde – kolegové Petr Kubečka a Filip Auinger jsou poměrně dobří specialisté. Serverovnu už taky máme.“*

*„Konzultovat se snažíme spíše inovativní projekty s možným mezinárodním přesahem (kterých ale moc není), ale věnujeme se každému studentovi, který za námi přijde. Nemůžu ale zajistit odbornost (vhodného mentora nebo konzultanta) pro všechny typy projektů. To je možná důvod pro postesknutí menší podpory humanitních projektů.“*