JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

Katedra řízení

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management
Studijní obor: Obchodní podnikání

Klastry jako nástroj rozvoje malého a středního podnikání

Vedoucí bakalářské práce
Ing. Dagmar Bednářová, CSc.

Autor
Hana Maňhalová

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra řízení
Akademický rok: **2007/2008**

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana MAŇHALOVÁ**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Klastry jako nástroj rozvoje malého a středního podnikání**

Zásady pro vypracování:

Charakteristika:
Práce podává komplexní pohled na klastry jako nástroj sloužící ke zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků a sleduje další možnosti jejich rozvoje.
Cíl práce:
Analýza MSP v České republice, analýza současné situace v oblasti tvorby klastrů, posouzení možností pro vznik a rozvoj nových klastrů
Metodický postup:
Studium odborné literatury, analýza malého a středního podnikání v ČR, současná situace v oblasti tvorby klastrů, charakteristika existujících klastrů, posouzení možností vzniku a rozvoje nových klastrů
Rámcová osnova:
1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Metodika, 4. Analýza MSP v ČR, 5. Analýza současné situace v oblasti tvorby klastrů, 6. Posouzení možností vzniku a rozvoje nových klastrů, 7. Závěr, 8. Přehled použité literatury, 9. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle možností**

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 40 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

KUPKA, V. Zpráva o MSP [online], 2007 [cit. 2007-06-06], Praha: útvar makroanalýz ČSÚ, 2007. Dostupný z WWW [www.czso.cz]

NEUŽILOVÁ, I. Národní klastrová strategie 2005 - 2008 [online], 2007 [cit. 2007-05-23]. Dostupný z WWW [www.mpo.cz]

SKOKAN, K. Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji. 1. vyd. Ostrava: Repronis Ostrava, 2004. 160 s. ISBN 80-7329-059-6

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU Průvodce podnikatele Operačním programem Podnikání a inovace [online]. Praha, 2007 [cit. 2007-04-03], 98 s., Dostupný na WWW [www.mpo.cz]

SÖLVELL,Ö., LINDQVIST,G., KETELS,CH. Zelená kniha klastrových iniciativ [online]. 2007 [cit. 2007-05-23], český překlad 2006, 92 s., ISBN 91-974783-3-4, Dostupný z WWW [www.Czechinvest.cz]

Odborné časopisy: Ekonom, Moderní řízení

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Dagmar Bednářová, CSc.**
Katedra řízení

Datum zadání bakalářské práce: **21. února 2008**

Termín odevzdání bakalářské práce: **15. dubna 2009**

prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 669, DIČ CZ60076658

L.S.

doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 21. února 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Klastry jako nástroj rozvoje malého a středního podnikání vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

Dále prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě, ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 15. dubna 2009

Hana Maňhalová

Poděkování

Děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Dagmar Bednářové, CSc. za odborné vedení, konzultace a cenné připomínky, které pomohly k vypracování této bakalářské práce.

1. ÚVOD 2
2. LITERÁRNÍ REŠERŠE 4
2.1. Definice malého a středního podnikání (MSP) 4
2.1.1. Výhody a nevýhody MSP 4
2.1.2. MSP a počet zaměstnaných osob 5
2.2. Klastry 8
2.2.1. Vymezení pojmu klastr 8
2.2.2. Historie klastrů 8
2.2.3. Definice klastru 8
2.2.4. Typy klastrů 9
2.2.5. Založení a rozvoj klastru 11
2.2.6. EU o klastrech 15
2.2.7. Klastrová iniciativa 15
2.2.8. Přínosy klastrů 17
2.2.9. Instituce zabývající se rozvojem klastru 19
3. METODIKA 20
3.1. Cíl bakalářské práce 20
3.2. Použité metody 20
3.3. Zdroje dat 21
3.4. Struktura bakalářské práce 21
4. ANALÝZA MSP V ČR 22
4. 1. Podnikatelské prostředí České republiky 22
4. 2. Vývoj malého a středního podnikání v České republice 24
4. 2. 1. Vývoj počtu MSP 25
4. 2. 2. Vývoj zaměstnanosti 26
4. 2. 3. Vývoj ekonomických ukazatelů MSP 26
4. 2. 4. Vývoj malých a středních podniků podle odvětví 29
4.2.5. Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR (rok 2007) 31
5. ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE V OBLASTI TVORBY KLASTRŮ 33
5.1. Klastry v České republice. 33
5.2. Výsledky strukturovaných rozhovorů 35
5.3. Příklad vzniku klastru 43
6. POSOUZENÍ MOŽNOSTÍ VZNIKU A ROZVOJE NOVÝCH KLASTRŮ 45
6.1. Klíčové faktory ovlivňující úspěšný rozvoj klastrů 46
7. ZÁVĚR 48
8. SUMMARY 50
9. PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY 52
SEZNAM TABULEK
SEZNAM GRAFŮ
SEZNAM OBRÁZKŮ
SEZNAM PŘÍLOH
PŘÍLOHY

1. ÚVOD

Soukromé podnikání patří již od nepaměti k hlavním pilířům hospodaření ve státě, a to jak v Českém království, rakouském císařství, tak i v období 1. Československé republiky. V 50. letech 19. století bylo násilně přerušeno, navrátilo se k nám po čtyřiceti letech, tedy až na počátku 90. let 20. století, v období transformace centrálně plánované ekonomiky na tržní. To bylo poznamenáno radikálními změnami jak na poli politickém, tak i hospodářském.

Zejména období po vstupu České republiky do Evropské unie je spojeno s rostoucí potřebou posilovat kvalitu sektoru malých a středních podnikatelů. Tato kvalita je vyjádřena především v pružnosti malých a středních podniků a v jejich schopnosti obstát v konkurenci na lokálním, národním i mezinárodním trhu.

Evropská unie považuje tento sektor za páteř evropské ekonomiky a hybnou sílu inovací, zaměstnanosti a sociální integrace malých a středních podniků, které zde tvoří průměrně kolem 99, 7 % všech podniků v zemích Evropské unie. Proto podpora malého a středního podnikání patří mezi její hlavní priority.

Česká republika se stala rovněž zemí, ve které má další charakter vývoje sektoru malého a středního podnikání, vzhledem k jeho významu v ekonomice, podstatný dopad na celkový ekonomický, a tím i sociální vývoj země a jejích jednotlivých regionů, menších měst a obcí. Malí a střední podnikatelé hrají totiž významnou roli při vytváření nových pracovních příležitostí a všeobecně působí jako faktor sociální stability ekonomického rozvoje.

Vstupem České republiky do Evropské unie se malým a středním podnikatelům otevřely nové příležitosti v podobě jednotného trhu bez vnitřních hranic s téměř 400 milióny spotřebitelů. Přes jejich význam se však tyto podniky (zvláště malé) potýkají s problémy, jako jsou například potřebný kapitál, malá konkurenceschopnost atd. Jednou z možností jak čelit těmto problémům je spolupráce těchto podniků,

např. formou klastrů. Členství v klastrech pomáhá nejen ke zvýšení jejich konkurenceschopnosti, ale podporuje i inovační aktivity, což přispívá k rozvoji podniků. Další výhody klastru jsou lepší přístup ke vzdělání, účast na výzkumu a vývoji, společný marketing apod.

K podpoře malého a středního podnikání slouží dále i programy podpory těchto podniků ať již z fondů Evropské unie, národní nebo regionální. Jako příklad lze uvést Operační program Podnikání a inovace, z něhož v rámci programu Spolupráce je financován i rozvoj klastrů.

2. LITERÁRNÍ REŠERŠE

2.1. Definice malého a středního podnikání (MSP)

Definování podniků dle Evropské komise:

Středním podnikem

- je podnik zaměstnávající méně než 250 zaměstnanců;
- s majetkem nepřesahujícím hodnotu 43 mil. EUR;
- nebo obratem menším než 50 mil. EUR.

Za **malého** podnikatele se považuje podnikatel, pokud

- zaměstnává méně než 50 zaměstnanců;
- a jeho majetek nebo obrat nepřesahují 10 mil. EUR.

Podnik, který nazýváme drobným nebo-li **mikropodnikem** je podnik který:

- zaměstnává méně než 10 zaměstnanců;
- a jeho majetek nebo obrat nepřesahují 2 mil. EUR.

Dále musí malé a střední podniky splňovat kritérium nezávislosti, to znamená, že subjekt, který definici malého a středního podnikání nesplňuje, nesmí být vlastníkem tohoto podniku z více jak 25 %.

Malé a střední podniky jsou důležitým sektorem pro tržní ekonomiku, představují stabilizující prvek ekonomiky v regionech z pohledu zaměstnanosti.

2.1.1. Výhody a nevýhody MSP

Výhody malých a středních podniků oproti velkým podnikům jsou:

- pružnost, flexibilita, rychlá přizpůsobivost ke změnám;
- schopnost rychle přijímat pracovní síly díky vysoké pružnosti podniku;
- snadno vyplní mezery na trhu (pozice subdodavatele);

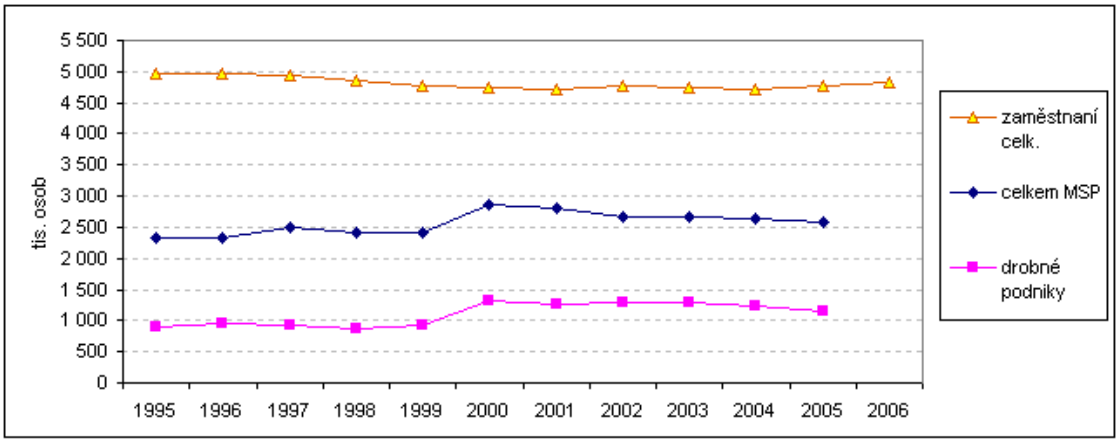
- vytváří vhodné prostředí pro vývoj a nové technologie;
- mají schopnost být inovativní ke změnám chování zákazníků.

Problémy, s kterými se potýká většina malých a středních podnikatelů:

- obtížný přístup ke kapitálu;
- nedostatečný výzkum a vývoj;
- neefektivnost při využívání marketingu;
- nedostatečné profesní vzdělání a podnikatelské zkušenosti;
- problémy s administrativou.

2.1.2. MSP a počet zaměstnaných osob

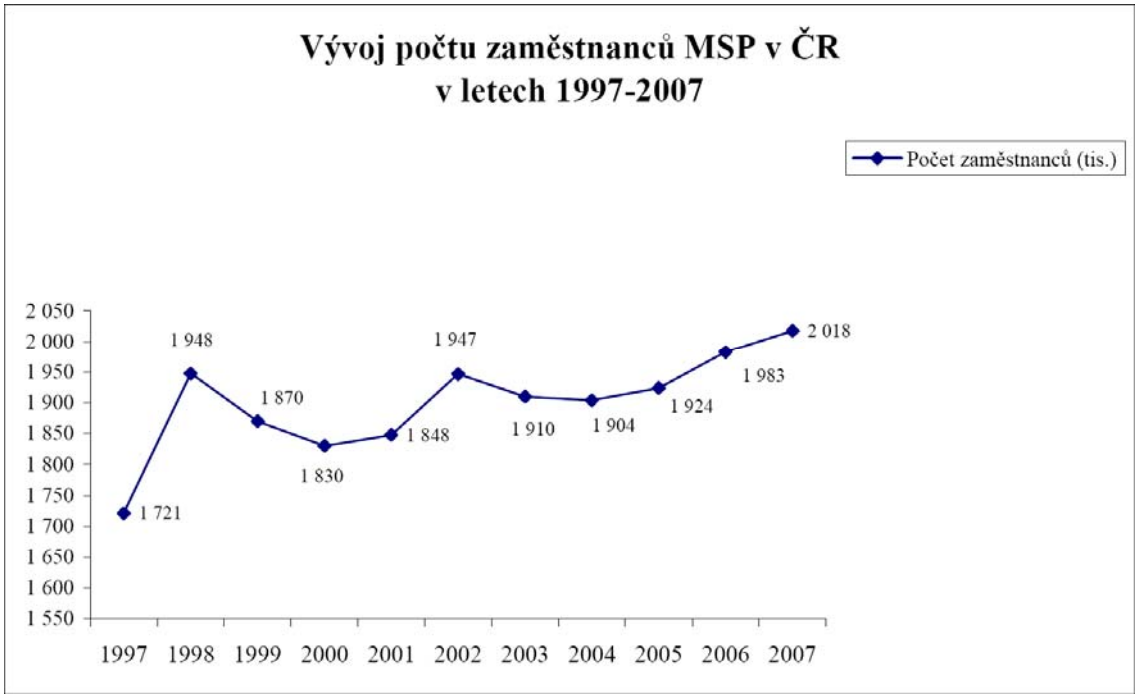
Graf 1: MSP a počet zaměstnaných osob



Zdroj: Kupka, V., ČSÚ (2008)

V druhé polovině devadesátých let klesala celková zaměstnanost, rychle rostla nezaměstnanost, ale zaměstnanost v sektoru MSP se zvyšovala. Není pochyb o tom, že nebýt aktivity sektoru MSP, pokles zaměstnanosti by byl rychlejší. Přesvědčivější důkaz o roli MSP na trhu práce nelze předložit (KUPKA, 2007).

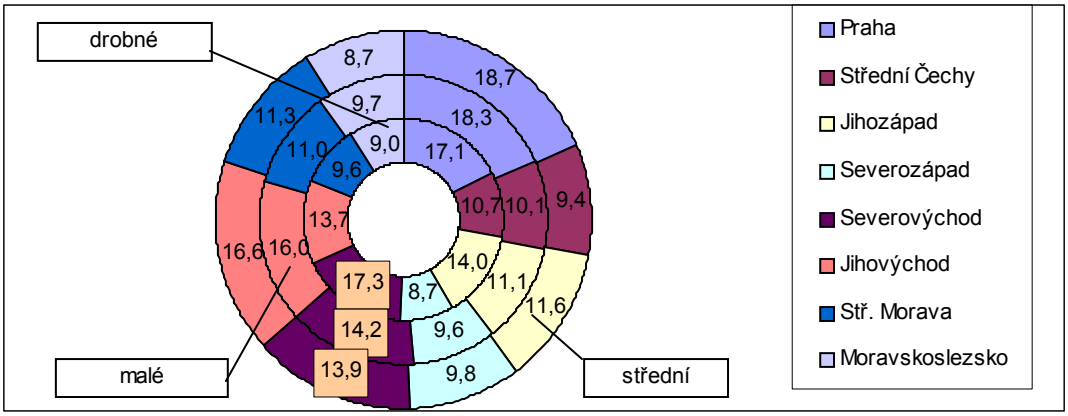
Graf 2: Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 1997 – 2007



Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Celkový počet zaměstnanců MSP se v roce 2007 zvýšil proti roku 2006 o 35 tis. (1,77 %) na celkových 2 018 tis. zaměstnanců. K absolutnímu poklesu počtu zaměstnanců došlo v roce 2007 ve stavebnictví. K absolutnímu nárůstu zaměstnanosti došlo především v průmyslu, obchodu, dopravě a ve službách (MPO, 2007).

Graf 3: Regionální struktura MSP (2005)



Zdroj: Kupka, V., ČSÚ (2008)

Struktura podle tzv. regionů soudržnosti (tedy nikoliv krajů) má mj. význam v tom, že srovnává území s přibližně stejným počtem obyvatel. Z údajů je patrný odstup Prahy,

která má nejvyšší počet MSP (18 % na celku), zatímco regiony Severozápad (Ústecký a Karlovarský kraj) a Moravskoslezsko (Ostravský kraj) mají počet MSP nejnižší (oba po 9 %). Částečné vysvětlení lze zřejmě hledat v tom, že poslední dva regiony mají odlišnou velikostní strukturu průmyslu (vyšší podíl velkých podniků). Vezmeme-li zároveň v úvahu vyšší míru nezaměstnanosti v obou regionech, je zřejmé, že rychlejší rozvoj sektoru MSP by byl jednou z cest k jejímu snížení.

Za pozornost stojí fakt, že přínos tzv. drobných podniků (do deseti zaměstnanců) je významný a rostoucí, dokonce významnější než v jiných zemích. Pro tzv. malé podniky (do 50 zaměstnanců) však platí opak - jejich počet klesá. Vysvětlit toto specifikum je obtížné; nabízí se ovšem hypotéza z oblasti demografie podniků. Existují zřejmě překážky ideálnímu životnímu cyklu MSP, totiž přechodu do fáze expanze po počáteční fázi startu, čili přechodu z kategorie drobných podniků mezi malé. Malé podniky obtížně odolávají konkurenci středních (zřejmé je to např. v odvětví obchodu). Jednou z překážek je nepochybně nedostatek vlastního kapitálu. MSP zaznamenávají v poslední době zvýšenou veřejnou podporu a rostoucí zájem komerčních bank (KUPKA, 2007).

Jak vyplývá z výše uvedených grafů a poznámek, malé a střední podniky jsou velice důležité z hlediska zaměstnanosti, proto by měl stát tyto podniky podporovat. O rozvoj malých a středních podniků by se měli snažit i samotní podnikatelé.

Stát by měl více podporovat informovanost malých a středních podnikatelů, zvyšovat kvalitu služeb a přístup státních úředníků k podnikatelům, naučit je využívat dotací z fondů Evropské unie, co nejefektivněji (tato možnost končí pro naši republiku v roce 2013). Dále by měl stát zlepšovat podnikatelské prostředí těchto podniků zakládáním vědeckotechnických **parků** a **klastrů**.

Vědeckotechnické parky

Toto označení je využíváno převážně v zahraničí pro průmyslové zóny, v nichž jsou po určitou dobu umístěny malé začínající firmy, které jsou tak chráněny před zničením konkurencí. Když se firma osamostatní a stane se konkurenceschopnější, vystoupí

z parku. V parku se nachází firmy, které si navzájem vypomáhají, ale zároveň i konkurují.

2.2. Klastry

2.2.1. Vymezení pojmu klastr

Klastr je významným nástrojem pro rozvoj konkurenceschopnosti v ekonomikách. Pojem znamená „seskupení vzájemně provázaných podniků“ - překladů slova klastr do češtiny je několik (seskupení, shluky, hrozny, sítě apod.). Jelikož překlad není ustálen, v české ekonomice se dále používá anglické slovo cluster, popř. klastr.

2.2.2. Historie klastrů

Pojem klastr není v regionální ekonomii nový. Již v roce 1890 se vlivný britský ekonom Alfred Marshall zabýval ve svých Principles of Economics problematikou seskupování firem určitých odvětví. Všiml si, že průmyslové obory jsou často geograficky koncentrovány a propojovány. Důvodem byly lokalizační úspory, které se projevovaly např. jako přitažlivost pro firmy dodávající vstupy nebo specializované služby pro tato odvětví. V těchto geografických oblastech navíc existovala zvláštní atmosféra daného odvětví odvozená od formálních i neformálních kontaktů a zvyků, pracovních postupů a tradic, sociálních hodnot a specializovaných institucí, které umožňují danému průmyslu, aby se inovoval a efektivně fungoval. Lokalizační úspory tak zvyšovaly konkurenceschopnost odvětví v oblasti a v samém důsledku přinášely výhody ve výrobě i obchodu (SKOKAN, 2004).

2.2.3. Definice klastru

Americký ekonom M. Porter (1998) definuje klastry jako místní koncentraci vzájemně propojených podniků a institucí v konkrétním oboru. Klastry zahrnují skupinu provázaných průmyslových odvětví a jiných subjektů důležitých z hlediska konkurence, například dodavatele specializovaných vstupů (jako jsou součásti, stroje, zařízení, služby a poskytovatele specializované infrastruktury). Klastry se často rozšiřují směrem dolů k odbytovým kanálům a zákazníkům a o výrobce komplementárních produktů a podniky poskytující znalosti a technologie. V mnoha klastrech jsou zapojeny státní

a další instituce, jako např. univerzity, úřady pro standardy, normotvorné agentury, poskytovatelé odborných školení, výzkumné týmy či obchodní asociace, které poskytují specializovaná školení, vzdělávání, informace, výzkum a technickou podporu.

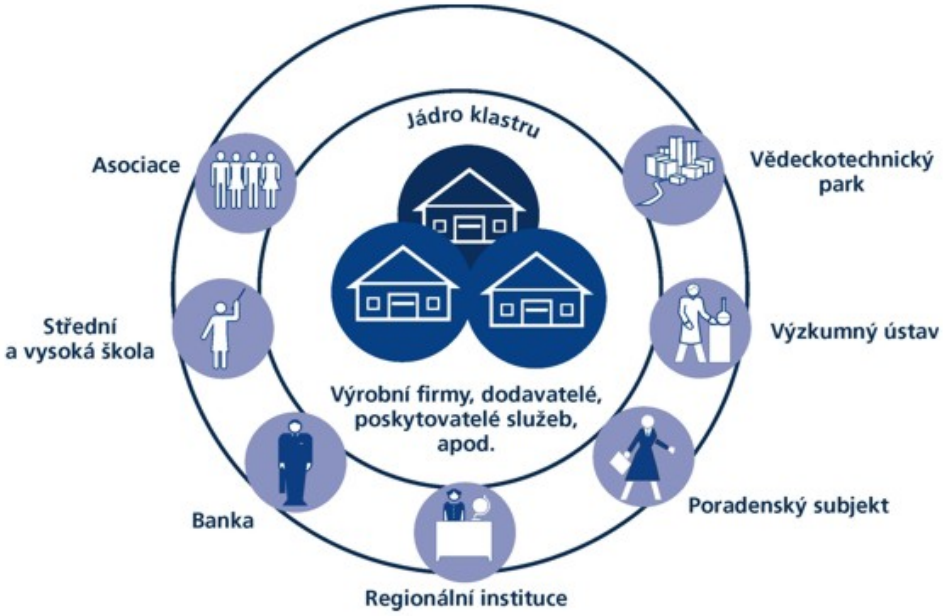
Ve své publikaci SKOKAN (2004) uvádí, že klastry jsou geograficky blízké skupiny provázaných firem a navazujících institucí v určitém oboru. Prosperují tam, kde existuje vysoce kvalitní mikroekonomické podnikatelské prostředí. Vytvářejí specifické prostředí kombinací aktiv, institucí a znalostí, které produkují mimořádně vysoký stupeň inovací. Pro firmy je totiž mnohem snadnější vnímat příležitosti, rozvíjet a zavádět nové myšlenky, když jsou umístěny uprostřed podobných firem a v blízkosti dodavatelů. Dochází ke zvyšování konkurenční výhody firem v klastru prostřednictvím externalit a vazeb mezi firmami, odvětvími a navazujícími institucemi v rámci klastru. Klastry podporují vznik základních podmínek pro vytváření inovací. Stimulují růst sofistikované (výkonné a vzdělané) pracovní síly a rozvoj znalostí a technologií v odpovídajícím oboru. Výsledkem vývoje klastru je tendence exportovat nejen výrobky a služby, ale také intelektuální kapitál a technologie.

2.2.4. Typy klastrů

Odborná literatura definuje dva základní typy klastrů. Oba existují také na území České republiky.

Struktura klastru může být velmi různorodá a závisí na zaměření, počtu členů a okolních podmínkách. Zjednodušeně lze v českých podmínkách klastr znázornit takto:

Obrázek 1: Znázornění klastru



Zdroj: Czechinvest (2008)

Základními typy klastrů jsou (NEUŽILOVÁ, 2006):

1. klastry založené na hodnotovém řetězci
2. klastry založené na kompetencích

Klastry založené na hodnotovém řetězci

Klastry založené na hodnotovém řetězci jsou obecně definovány sítí dodavatelských vazeb, mezi nimiž existuje lineární propojení od surovin po finální výrobek.

Například automobilový klastr je obvykle vybudován kolem páteře hodnotového řetězce spojujícího výrobce automobilů s jeho dodavateli, kteří mohou být dále spojeni s výrobci specializovaných průmyslových zařízení, elektroniky, plastů, gumy a textilu. Podpora tohoto druhu klastrů se zaměřuje na odvětví a jeho nižší úrovně podél celého hodnotového řetězce v závislosti na jejich konkrétních potřebách. V České republice jsou to například projekty dřevařského klastru v Moravskoslezském kraji a projekty klastru obalových systémů v Pardubickém a Královehradeckém.

Klastry založené na kompetencích

Klastr založený na kompetencích se soustředí na konkrétní oblast technické expertízy nebo kompetence v regionu, jako jsou například výzkumné nebo vzdělávací dovednosti.

V tomto typu klastru se nejedná o klíčové dodavatelské vazby v rámci daného odvětví, ale o aplikaci samotných znalostí a expertízy často napříč velmi rozdílnými hospodářskými aktivitami. Příkladem takového klastru by mohly být informační technologie a software v Moravskoslezském kraji nebo projekt biotechnologie v Jihomoravském kraji, jejichž geografická koncentrace může být zřejmá, avšak aplikace a klienti pro tyto dovednosti jsou velmi různorodé. Často se vyskytuje otázka ideální velikosti klastru. Na jedné straně velmi malý počet účastníků ztrácí výhody kritického množství na druhé straně příliš velký počet podniků může vést ke složité a nesnadné koordinaci a networkingu. Ideální velikost tedy závisí na dynamice regionu, úrovni důvěry mezi zainteresovanými podniky a na zaměření klastru. Ministerstvo průmyslu a obchodu stanovilo na základě zkušeností ze zahraničí jako minimální velikost klastru 15 účastníků v rámci podmínek žádosti o financování. Předpokládá se však, že velikost klastrů bude značně větší (NEUŽILOVÁ, 2006).

Klastr pomáhá:

- zlepšit výsledky společností, které jsou do nich zapojeny;
- zvýšit počet inovací;
- iniciovat vznik nových firem;
- zvýšit export;
- přilákat atraktivní investice;
- podpořit výzkumnou základnu;
- podpořit rozvoj kraje (CZECHINVEST, 2008).

2.2.5. Založení a rozvoj klastru

Neexistuje jediný a zároveň nejlepší způsob, jak by měl probíhat proces založení a rozvoje klastru. Ze schématu je však zřejmé, že proces začíná etapou mapování klastru, která je nutná nejen pro shromáždění údajů o klastru, ale také pro identifikaci jeho klíčových účastníků a jejich získání pro myšlenku účasti v klastru (CZECHINVEST, 2008).

Úspěšná mapovací studie by měla poskytnout především tyto informace:

- zda má klastr potenciál pro vznik;
- identifikace cíle klastru;
- identifikace členů klastru a vazeb mezi nimi - tzv. mapa klastru;
- identifikace přínosů klastru pro členy;
- navržení struktury klastru, navržení plánu činností na nejméně 3 roky s důrazem na společné projekty;
- složení řídící skupiny;
- preferovaná vize budoucnosti klastru;
- tříletá strategie;
- rozpočet klastru (CZECHINVEST, 2008).

Obrázek 2: Proces rozvoje klastru

Zdroj: Czechinvest (2008)

Právní formy klastru:

- sdružení podle § 20 obč. zák. č. 40/64 Sb.
- obchodní společnost (a.s., s.r.o.)
- sdružení podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů
- volné sdružení (konsorcium) podle Občanského zákoníku § 829 (CZECHINVEST, 2008).

Rozvoj klastrů

Pro podporu rozvoje klastrů je v programovacím období 2007-13 připraven program Spolupráce (OPPI). Ten je zaměřený na podporu vzniku a rozvoje kooperačních odvětvových seskupení – Klastrů a Technologických platforem. Obecným cílem programu je vytváření příznivého podnikatelského prostředí, zlepšování podmínek pro podnikání a inovace a rozvoj konkurenční výhody díky zkvalitňování vazeb mezi výzkumem, vysokými školami a podnikatelskou sférou (CZECHINVEST, 2008).

Klastr jako nástroj národního a regionálního rozvoje si klade za cíl:

- identifikovat klíčové podnikatelské klastry a odvětví v každém kraji České republiky, které mají potenciál generovat dobře placená místa a zlepšovat výkonnost podniků podporou konkurenceschopnosti a inovací, **a tím přispět k rozvoji regionů ČR;**
- pomoci skupinám MSP pracovat společně na identifikaci příležitostí ke sdílení nákladů a překonání tradičních bariér růstu, kterými jsou například přístup k financím a informačním technologiím, provádění výzkumu a vývoje a uvádění nových produktů na trh;
- podporovat klastry a sítě založené na spolupráci tak, aby se zaměřily na výzkum a vývoj a inovace, které vedou k novým produktům a procesům;
- zajistit efektivní přípravu národních programů skupinám podniků s růstovým potenciálem, aby bylo docíleno maximálního ekonomického účinku z omezených zdrojů státních podpůrných fondů;
- povzbudit konstruktivní a věcně zaměřený dialog mezi vládou, krajskými samosprávami a relevantními agenturami;

- společně s místními podniky, institucemi terciárního vzdělávání a výzkumnými ústavy zajistit konkrétní přípravu podpůrných aktivit do oblastí, kde budou mít jejich dopady největší efektivitu (NEUŽILOVÁ, 2006).

Klastrový přístup je chápán jako celostní pohled na stěžejní ekonomické kategorie ovlivňující konkurenceschopnost, kterými je vzdělávání, výzkum, vývoj a inovace, podpora podnikání, investice, průmyslové nemovitosti, rozvoj dodavatelských řetězců, včetně sociálního začlenění a udržitelného rozvoje. Tyto systémové schopnosti funkčního klastrového prostředí předurčují klastry k tomu, aby se staly strategickým nástrojem zvyšování konkurenceschopnosti ČR. Smyslem klastrové strategie je, aby pomohla krajským samosprávám s identifikací vlastních prioritních odvětví s co největší konkurenceschopností a inovací.

Aplikace klastrů může být nasměrována na zlepšení výkonnosti konkrétního odvětví, vědecké základny a inovační úrovně daného regionu. Je třeba se naučit využívat tento nový trend spolupráce i v našich podmínkách. Vzděláváním pomoci ke změně českého myšlení a po staletí naučeného chování (SKOKAN, 2004).

Pragmatický přístup k rozvoji klastrů

Klastry fungují v rozmanitých podmínkách, které je obklopují (regionální či sektorová úroveň) a jsou ovlivňovány řadou faktorů, které jimi prostupují (podnikatelské prostředí, stupeň zralosti a organizovanosti klastrů apod.), což je nutno zohledňovat při jejich podpoře.

Klastry svou různorodostí vyžadují flexibilní přístup. Podpůrné mechanismy veřejného sektoru musí zajistit, aby nebyly podniky nebo klastrové strategie deformovány kvůli dostupným grantům. Podpůrné fondy pro rozvoj klastrů se musí soustředit na skutečné potřeby, priority a příležitosti (NEUŽILOVÁ, 2006).

2.2.6. EU o klastrech

Evropská komise definovala klastry v Evropě jako skupiny nezávislých podniků a přidružených institucí, které jsou:

- spolupracující a soutěžící;
- geograficky koncentrované v jednom nebo několika regionech, i když tyto klastry mají globální rozsah. Faktor geografické blízkosti je podmínkou vytvoření neformálních vazeb, které jsou pro existenci a fungování klastru esenciální. Pouze díky těmto vazbám mohou mezi členy klastru vznikat společné rozvojové projekty a tím je plně využít růstový potenciál oboru v daném regionu;
- specializované v konkrétní oblasti provázané společnými technologiemi a dovednostmi;
- založeny buď na vědeckých poznatcích, nebo tradičních odvětvích.

Evropské komise uvádějí, že klastrování má pozitivní vliv na inovace a konkurenceschopnost, formování dovedností a informací a na růst podniků a jejich dlouhodobou dynamiku.

2.2.7. Klastrová iniciativa

Zatímco některé klastry se vytvářejí spontánně, nejlepší praktiky vývoje moderní ekonomiky ukazují, že jak vláda, tak regionální samosprávy mohou sehrávat významnou podpůrnou roli při pomoci klastrům rozvíjet se a expandovat. Tam, kde se taková podpora formalizovala do uceleného programu činností s cílem napomáhat rozvoji klastrů za plného či částečného financování vládou, hovoříme o klastrové iniciativě (NEUŽILOVÁ, 2006).

Vliv prostředí na výkonnost klastrových iniciativ

Na klastrovou iniciativu mají vliv tři dimenze prostředí:

- kvalita podnikatelského prostředí;
- struktura a obsah hospodářské politiky;
- silné stránky klastru.

Mikroekonomické podnikatelské prostředí

Na výkonnost klastrových iniciativ mají mimořádný vliv dva aspekty podnikatelského prostředí, které jsou v tomto případě měřeny úspěšným přilákáním nových firem. Jeden z nich je striktně ekonomický: přítomnost rozvinuté vědecké komunity a mnoha silných klastrů.

Druhý je spíše kulturní: vysoká důvěra mezi společnostmi a mezi soukromým a veřejným sektorem.

Podle NEUŽILOVÉ (2006) **klastry nesnižují konkurenční chování:** Klastry jsou otevřené systémy, které povzbuzují konkurenční chování. Jejich účelem není zpevňovat ceny nebo zneužívat tržní síly omezením konkurence. Spolupráce při sdílení informací, výzkumu a vývoji nebo podpoře exportu jsou realizovány za účelem zlepšení konkurenceschopnosti podniků a ne za účelem omezení konkurence. Pro koho jsou užitečné klastrové strategie?

Klastrové strategie nabízejí celou řadu příležitostí z hlediska **ekonomického rozvoje**:

- Klastrové strategie vytváří podmínky, které umožňují stimulovat inovace včetně efektivnějšího využití výzkumu a vývoje. Tím stoupá návratnost investic veřejného sektoru například do institucí terciárního vzdělávání a výzkumných ústavů.
- Zlepšují výkonnost jednotlivých podniků a vytvářejí podmínky pro vznik nových podniků.
- Přitahují větší množství a vyšší kvalitu vnitřních investic, které mohou obsahovat i výzkum a vývoj. Silné klastry generují prostředí, v němž jsou přítomny specializované dovednosti, znalosti, výzkum a vývoj, know-how a kvalifikovaní dodavatelé, kteří mohou být přitažliví pro investory.
- Představují nové zdroje regionální nebo místní výhody a uvádějí do pohybu proces kumulativního růstu a rozvoje.

To neznamená, že všechno by mělo být řešeno výhradně pomocí klastrových strategií a že je to jediný přístup k ekonomickému rozvoji. Z toho vyplývá, že klastrové strategie jsou jedním z efektivních mechanismů regionálního ekonomického rozvoje.

2.2.8. Přínosy klastrů

Přínosy podnikům

Z pohledu **podniků** znamená účast v silném klastru řadu podstatných výhod.
Mezi ně patří:

- přístup k zákazníkům a větší rozsah podnikatelských příležitostí;
- vyšší moc menších firem;
- prostředí snižující riziko spojené s inovacemi;
- snazší a rychlejší přístup ke znalostem a novým nápadům;
- rychlejší přenos informací a technologií;
- širší rozsah specializovaných služeb a infrastruktury;
- schopnost investovat do odborných dovedností;
- přímý přístup k širokému okruhu dodavatelů s potenciálem nižších nákladů na dopravu, zásoby a transakce;
- snížení omezení menších firem a zvýšení specializací;
- poskytují úspor z rozsahu a snížení nákladů;
- zvýšení místní konkurence;
- podnícení vlády k investicím do specializované infrastruktury.

Klastrová strategie vyžaduje masivní účast zástupců průmyslu a soukromého sektoru. K té dochází v důsledku poznání přínosů, které jim prostředí úspěšného klastru nabízí.

Přínosy pro instituce vzdělávání

Také **Instituce terciárního vzdělávání** získávají podstatné přínosy ze spolupráce v klastrových iniciativách. Úzká provázanost se skupinami podniků ve specializovaných sektorech nabízí institucím terciárního vzdělávání příležitost zvyšovat úroveň svých znalostí o stávající podnikatelské praxi a jejich postupech a potřebách.

Výsledek takové spolupráce se promítne do větší připravenosti absolventů pro konkrétní průmyslová odvětví v propojenosti požadavků podniků do studijních plánů těchto institucí.

Účast v klastru přináší vysokým školám:

- lepší zacílení výzkumu a vývoje (spolupráce na reálných projektech);
- transfer technologií do praxe;
- znalost potřeb průmyslu;
- vzdělávání na míru pro jejich studenty;
- vyšší zájem o jejich absolventy jak z pohledu klastru, tak mimo něj;
- přístup k dalším zdrojům financování (soukromé zdroje, grantové prostředky atd.).

Přínosy z pohledu regionálních samospráv (krajů)

Klastrování je významným a úspěšným nástrojem regionálního rozvoje. Tento přístup má na vybraná odvětví větší dopad a také nabízí účinné nástroje, jak propagovat silné stránky kraje a příležitosti pro investory. Stejně tak pomáhá orientovat ostatní oblasti, jako například vzdělávání a infrastrukturu tak, aby sloužily skutečným potřebám podnikatelské komunity.

Klastry se mohou stát také v České republice základem efektivní koordinované a koncentrované veřejné podpory ekonomického rozvoje regionů. Efektivní regionální klastrové strategie pomohou krajům snadněji se odlišovat od konkurenčních lokalit tím, že identifikují skutečné výhody místních podmínek. Volbu umístění investic s vyšší přidanou hodnotou stále více určují tržní podmínky přidaných hodnot na straně vstupních faktorů (dostupnost, rámcové ekonomické podmínky, organizované dodavatelské báze v klastrech, dostatek specializovaných kvalifikovaných pracovních sil apod.). Specializace demonstrovaná jednotlivými klastry vytváří nenapodobitelnou konkurenční výhodu každého kraje, kraj dostává jasnou profilaci a stává se magnetem pro odpovídající typ investorů (NEUŽILOVÁ, 2006).

2.2.9. Instituce zabývající se rozvojem klastru

Instituce, které mohou napomoci podnikům získat informace o klastrech:

Poskytovatelem informací jsou jak centrála agentury **CzechIvnest** (www.czechinvest.org/klastry) se sídlem v Praze, tak Regionální kancelář CzechInvestu (RKCI), která sídlí ve všech krajských městech České republiky. CzechInvest je také výkonnou jednotkou Ministerstva průmyslu a obchodu (MPO). Je zatím nejaktivněji působícím subjektem na poli podpory inovačního podnikání, neboť poskytuje přímou finanční podporu jak pro jednotlivé investiční projekty v této oblasti, tak i firmám, které se zaměřují na zakládání technologických center, klastrů. Na webových stránkách **Ministerstva průmyslu a obchodu** (www.mpo.cz) jsou k dispozici veškeré informace, které se týkají programů podpory malého a středního podnikání, vývoje a problému malých a středních podniků. **Hospodářská komora** ČR (www.hkcr.cz) se zabývá podporou a rozvojem podnikatelského prostředí. Cílem Hospodářské komory není jen poskytovat informace o programech podpory MSP, ale i o vývoji a vzniku nových klastrů. **Czechtrade** (www.czechtrade.cz) je vládní agentura s unikátními informacemi o světových trzích a širokou sítí zahraničních a světových kanceláří. Poskytuje informace z oblasti exportu, pomáhá podnikatelům vstoupit na nové trhy, vyhledávat nové zákazníky a zajistit marketingovou podporu při vývozu.

3. METODIKA

3.1. Cíl bakalářské práce

Cílem bakalářské práce bylo zanalyzovat malé a střední podniky z hlediska podmínek tvorby klastrů v České republice, analyzovat současnou situaci v oblasti tvorby klastrů, posoudit možnosti pro vznik a rozvoj nových klastrů. V práci byly stanoveny čtyři základní hypotézy:

1. Členství v klastrech má vliv na rozvoj malých a středních podniků.
2. Podniky jsou dostatečně informovány o klastrech.
3. V České republice je vhodné prostředí pro vývoj a vznik nových klastrů.
4. Podniky mají zájem o zapojení se do klastru.

3.2. Použité metody

Vlastní metodika se opírá o klasické statistické metody, pomocí kterých se vyhodnotily získané informace.

Rozhovor

V práci byl využit strukturovaný rozhovor s podnikateli a nestrukturovaný rozhovor. Strukturovaný rozhovor je jedním z nástrojů výzkumu, který je směřován na určité téma. Osloveno bylo 60 malých a středních podnikatelů z celé České republiky. Otázky se týkaly jednak charakteristiky firmy a jednak informovanosti podnikatelů o klastrech. Při zpracování dat zjištěných ve strukturovaných rozhovorech byly použity programy Excel a Word firmy Microsoft.

Za účelem získání informací pro potřeby této práce byl také využit i nestrukturovaný rozhovor s manažery klastru a odpovědnými pracovníky Hospodářských komor a CzechInvestu.

SWOT analýza

K analýze podnikatelského prostředí byla využita SWOT analýza, která charakterizuje slabé a silné stránky tohoto prostředí a dále jeho příležitosti a ohrožení.

3.3. Zdroje dat

Potřebné materiály byly čerpány z odborné literatury uvedené v přehledu použité literatury, dále byly vužity informace uvedené na webových stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu, Statistického úřadu a CzechInvestu. Významným zdrojem informací byla data v elektronické podobě, pro něž je charakteristická rychlá aktualizace oproti tištěným publikacím.

3.4. Struktura bakalářské práce

Bakalářská práce se skládá ze čtyř hlavních částí:

1. Literární rešerše - definuje malé a střední podnikání, informuje o významu a funkci malých a středních podniků v ekonomice, charakterizuje a vysvětluje pojem klastr, seznamuje s typy klastrů, popisuje přínos klastrů malým a středním podnikům, vzdělávacím institucím a regionálním samosprávám.

2. Analýza malého a středního podnikání v České republice a zanalyzování současné situace v oblasti tvorby klastrů. Tato část bakalářské práce se dále zabývá podnikatelskými subjekty v České republice, jejich počtem a výkony.

3. Posouzení možností vzniku a rozvoje nových klastrů na území České republiky. Vychází z analýzy malého a středního podnikání v České republice a analýzy současné situace v oblasti tvorby klastrů.

4. Závěr – popisuje výsledky strukturovaných rozhovorů, shrnuje informace vyplývající z analýzy malého a středního podnikání v České republice a analýzy současné situace v oblasti tvorby klastrů. Zabývá se vyhodnocením stanovených hypotéz.

4. ANALÝZA MSP V ČR

Malé a střední podniky jsou významnou součástí podnikatelské sféry České republiky. V České republice se podílejí 61,41 % na zaměstnanosti a 53,69 % na účetní přidané hodnotě, 35 % na exportu, 50 % na dovozu, 33 % na HDP, MSP podněcují konkurenční dynamiku podnikatelské sféry (MPO, 2008).

Aby mohly být MSP rozvíjeny je pro ně třeba mít příznivé **podnikatelské prostředí**, které tvoří především legislativa. Ze strany státu je nejdůležitější podporou MSP odstraňování administrativních překážek. Za nejlepší pobídku pro podnikatele lze považovat přehledné právní a daňové prostředí (Koncepce rozvoje MSP, 2006).

4. 1. Podnikatelské prostředí České republiky

4.1.1. Silné stránky

- stát přitahuje masivní investice velkých zahraničních podniků;
- tradice průmyslové a řemeslné výroby;
- tradice odborného školství;
- dobrá telekomunikační struktura;
- předpoklady pro rozvoj aktivního cestovního ruchu;
- relativně vysoká kvalifikace pracovní síly;
- existence specializovaných institucí na podporu podnikání (CzechInvest, CzechTrade).

4.1.2. Slabé stránky

- v ČR není dostatečná přirozená motivace k podnikání;
- složitý daňový systém;
- nízká efektivnost vymáhání práva;
- náročná administrativa při zakládání nových podniků, při získání přímých podpor pro podnikatele;
- nedostatečné propojení výzkumu a vývoje s podnikatelskými subjekty;

- neexistence nástrojů podpory inovačně zaměřených projektů malých firem s velmi krátkou historií.

4.1.3. Příležitosti MSP

- vytvořit kvalitní dlouhodobou materiální základnu pro vzdělávací a poradenské služby k rozvoji podnikání;
- zjednodušit postup založení podnikatelských subjektů;
- posílit práva věřitelů;
- zlepšit ochranu intelektuálního vlastnictví, např. vzorků, patentů;
- zjednodušit komunikaci podnikatelů se státní správou a daňový systém;
- cílená propagace podnikatelství.

4.1.4. Ohrožení MSP

- nedostatečná podpora investičních aktivit MSP;
- konkurence velkých firem;
- odchod vysoce kvalifikovaných pracovníků do zahraničí;
- technické a technologické zaostávání podniků;
- nedostatečná pracovní síla vyučená v technických a řemeslných oborech; (Zpracováno dle podkladů MPO).

4. 2. Vývoj malého a středního podnikání v České republice

Na vývoj malého a středního podnikání v České republice ukazují následující tabulky.

Tabulka 1: Údaje o MSP ve vybraných makroekonomických ukazatelích

Ukazatel	Měrná jednotka	Rok					
		1997	1998	1999	2000	2001	2002
Počet podniků	(ks)	657 130	740 622	753 807	744 130	746 127	971 210
Počet zaměstnanců	(tis. osob)	1 721	1 948	1 870	1 830	1 848	1 947
Výkon	(mil. Kč)	1 733 985	1 985 356	1 996 885	2 128 238	2 287 962	2 417 367
Přidaná hodnota	(mil. Kč)	556690	635 498	656 378	682 387	720 493	778 556
Mzdové náklady	(mil. Kč)	x	x	255 136	262 718	283 207	313 215
Investice	(mil. Kč)	x	x	168 627	170 596	169 280	170 289
Vývoz	(mil. Kč)	263 006	308 352	339 524	416 326	453 403	450 231
Dovoz	(mil. Kč)	417 323	454 200	506 032	616 472	653 860	690 527

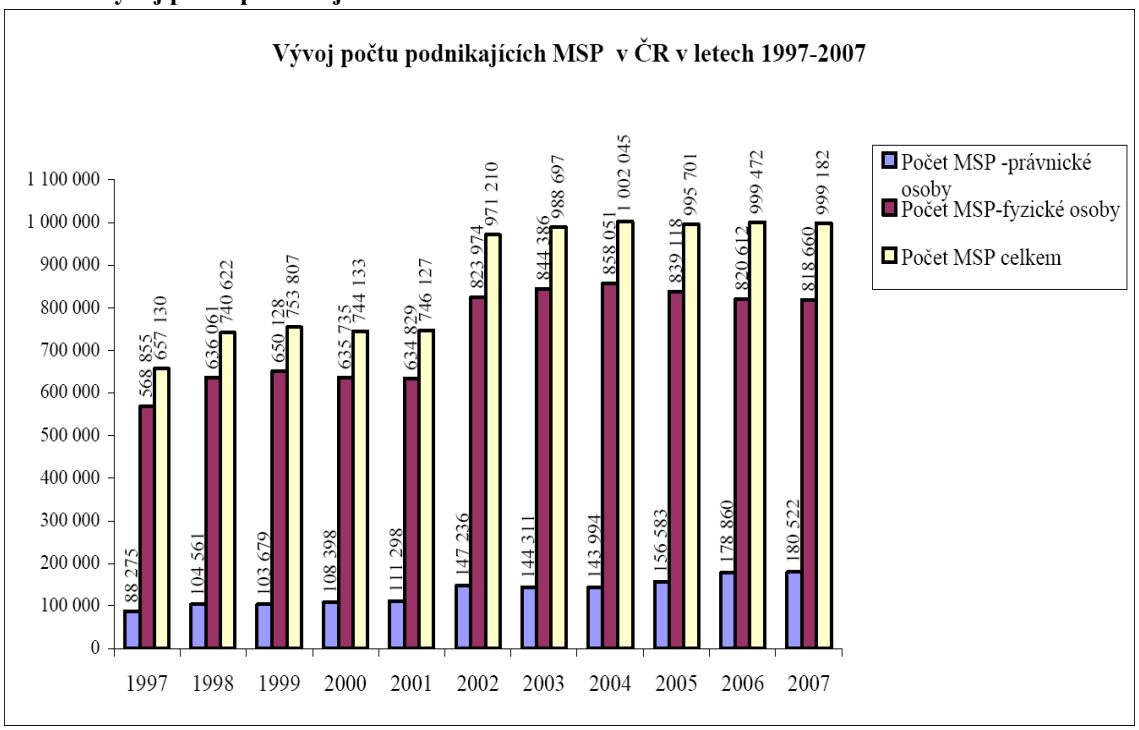
Tabulka 1 - pokračování

Ukazatel	Měrná jednotka	Rok				
		2003	2004	2005	2006	2007
Počet podniků	(ks)	988 697	1 002 045	995 701	999 472	999 182
Počet zaměstnanců	(tis. osob)	1 910	1 904	1 924	1 983	2 018
Výkon	(mil. Kč)	2 654 246	2 945 419	3 154 579	3 680 034	3 879 162
Přidaná hodnota	(mil. Kč)	898 360	964 759	1 027 717	1 185 225	1 262 535
Mzdové náklady	(mil. Kč)	325 689	344 861	368 457	404 486	443 250
Investice	(mil. Kč)	214 718	235 578	265 609	303 627	285 709
Vývoz	(mil. Kč)	467 073	587 211	760 687	968 774	1 108 638
Dovoz	(mil. Kč)	717 887	911 033	1 000 741	1 184 990	1 297 609

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

4. 2. 1. Vývoj počtu MSP

Graf 4: Vývoj počtu podnikajících MSP v ČR v letech 1997 - 2007



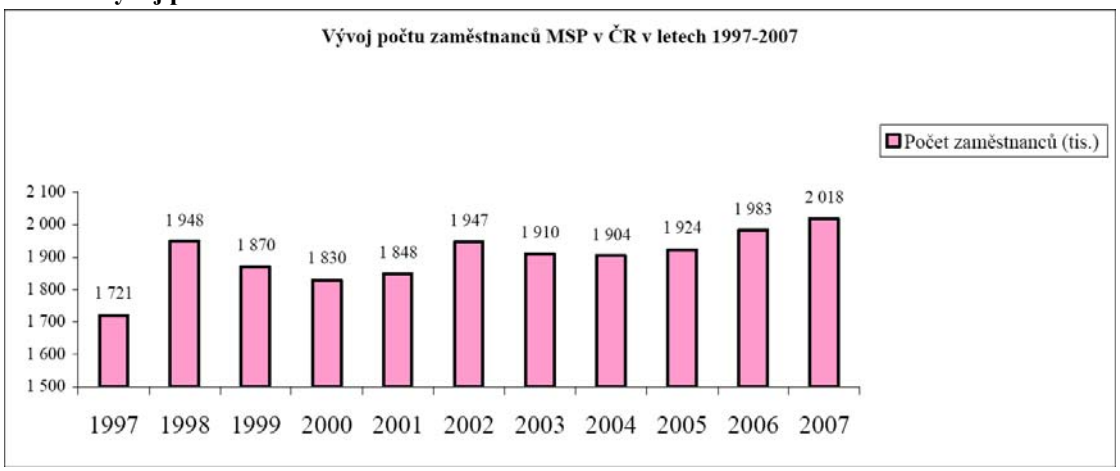
Zdroj: Zpracováno dle údajů ČSÚ

Podle údajů ČSÚ vykazovalo podnikatelskou činnost k 31.12.2007 v ČR 1 000 865 *právnických a fyzických osob celkem*, z toho bylo **999 182 MSP**.

Proti roku 2006 je to však pokles o 290 subjektů. K poklesu došlo u *fyzických osob* o 1 952 osob na celkových **818 660** podnikajících fyzických osob. K největšímu absolutnímu poklesu počtu fyzických osob MSP došlo v pohostinství o 4 734 fyzických osob, a v dopravě o 6 193 fyzických osob. Naopak ve stavebnictví došlo k nárůstu o 6 704 fyzických osob, stejně jako v průmyslu, kde došlo k nárůstu o 2 163 fyzických osob. *U právnických osob* došlo naopak k nárůstu o 1 662 osob, a to především v průmyslu a stavebnictví. K nárůstu celkového počtu MSP došlo proti roku 2006 v průmyslu a ve stavebnictví. Podíl počtu MSP na celkovém počtu podniků byl v roce 2007 celkem 99,83 % (MPO, 2008).

4. 2. 2. Vývoj zaměstnanosti

Graf 5: Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 1997 - 2007



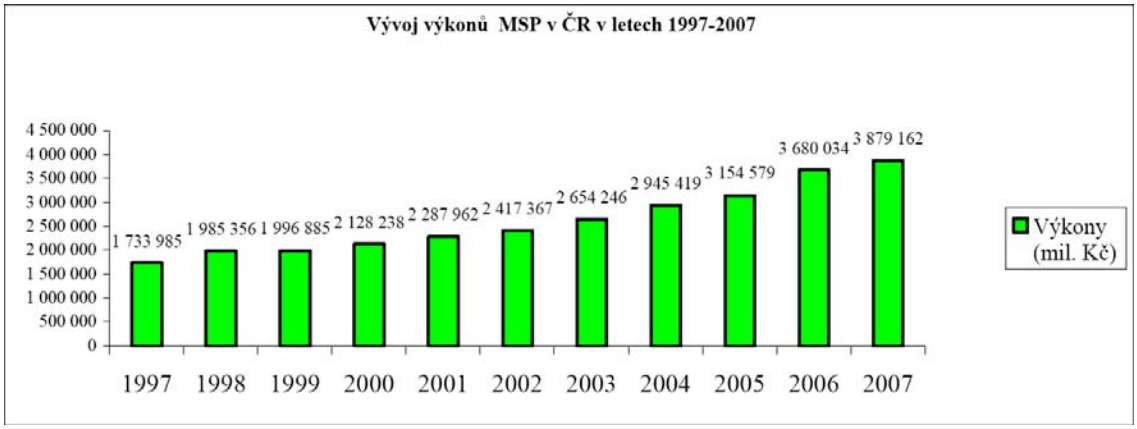
Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Celkový počet zaměstnanců MSP se v roce 2007 zvýšil proti roku 2006 o 35 tis. na celkových 2 018 tis. zaměstnanců. K poklesu počtu zaměstnanců došlo v roce 2007 ve stavebnictví. Naopak k nárůstu zaměstnanosti došlo v průmyslu, obchodu, dopravě a ve službách.

4. 2. 3. Vývoj ekonomických ukazatelů MSP

Výkony

Graf 6: Vývoj výkonů MSP v ČR v letech 1997 - 2007

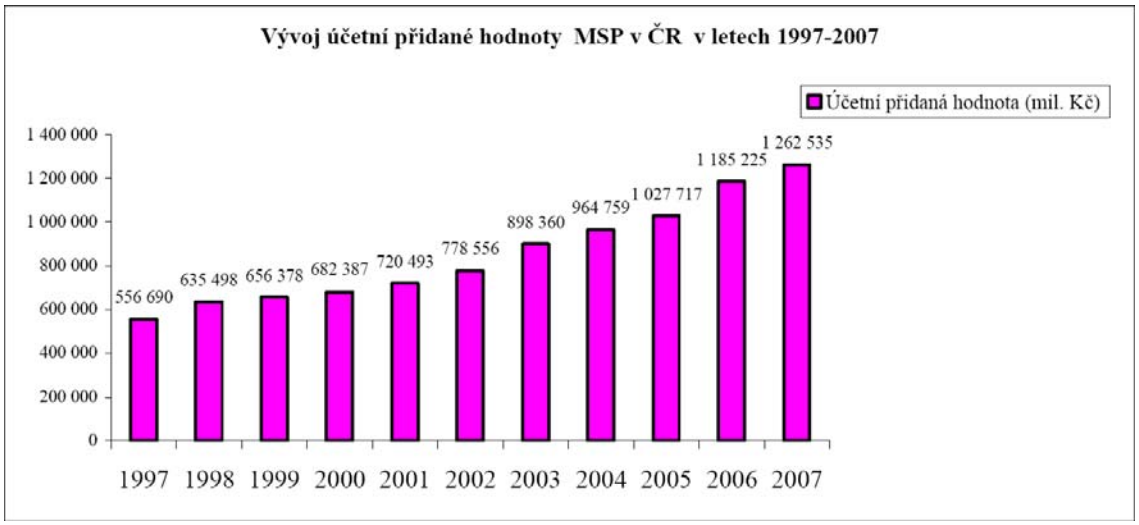


Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

V roce 2007 vytvořily MSP výkony ve výši 3 879 162 mil. Kč, což je proti roku 2006 zvýšení o 199 128 mil. Kč, tj. o 5,14 %. Meziroční nárůst v roce 2007 vykazují výkony v průmyslu, stavebnictví, dopravě a službách.

Účetní přidaná hodnota

Graf 7: Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR v letech 1997 - 2007

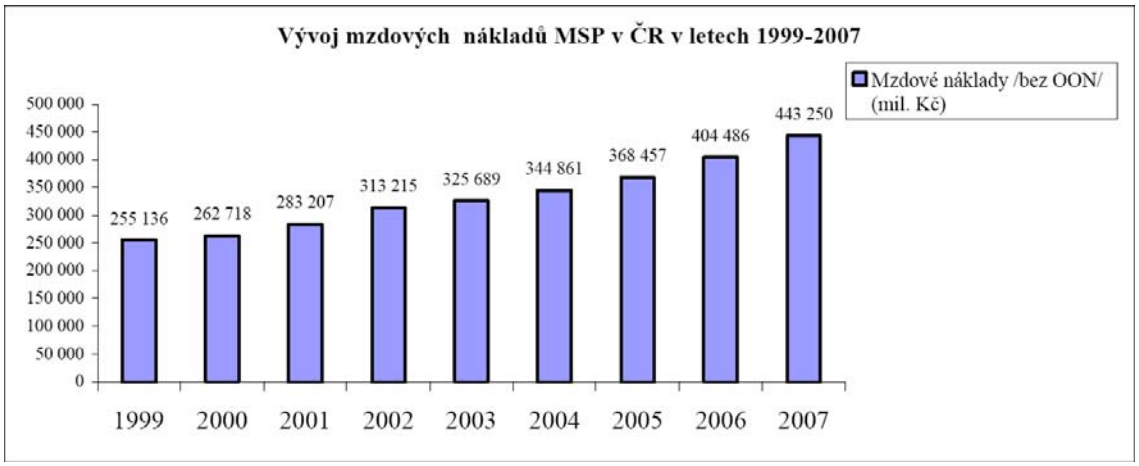


Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

V roce 2007 vytvořily MSP celkem 1 262 535 mil. Kč účetní přidané hodnoty a proti roku 2006 došlo ke zvýšení o 77 310 mil. Kč, tj. o 6,12 %. Vývoj je obdobný jako u ukazatele výkonů, tzn. že rovněž došlo k meziročnímu zvýšení přidané hodnoty v průmyslu, stavebnictví, dopravě a službách.

Mzdy

Graf 8: Vývoj mzdových nákladů MSP v ČR v letech 1999 - 2007



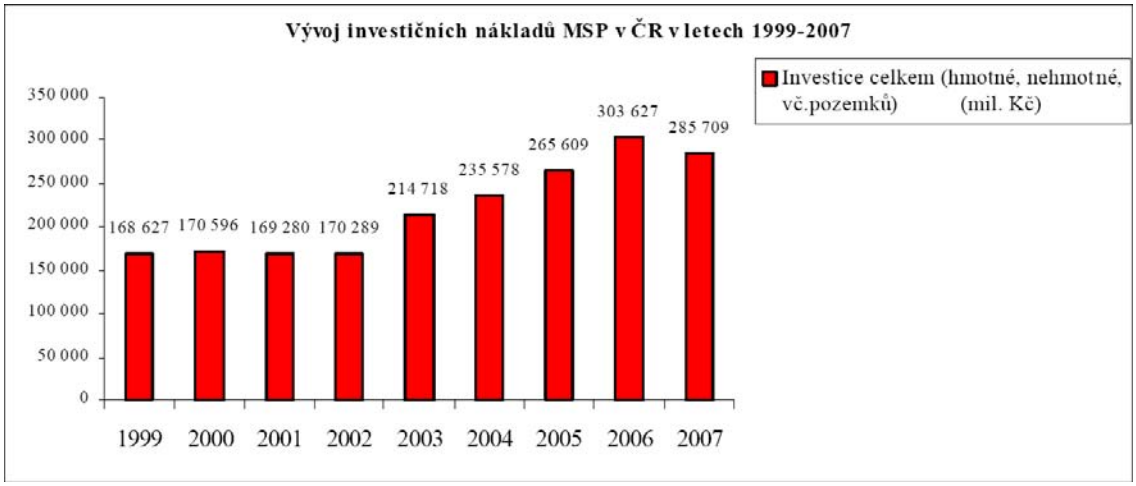
Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

V sektoru MSP dosáhly průměrné měsíční mzdy v roce 2007 výše 18 304 Kč a meziročně došlo k nárůstu průměrných výdělků o 1 306 Kč, což je zvýšení o 7,68 %. Průměrné mzdy v sektoru MSP byly v roce 2007 nižší o 10,77 % než celostátní průměr podnikatelské sféry, který je podle propočtu MPO z údajů ČSÚ vykazován ve výši 20 103 Kč.

Celkové mzdové náklady MSP vzrostly v roce 2007 proti roku 2006 o 38 764 mil. Kč, tj. o 8,75 %.

Investice

Graf 9: Vývoj investičních nákladů MSP v ČR v letech 1999 - 2007

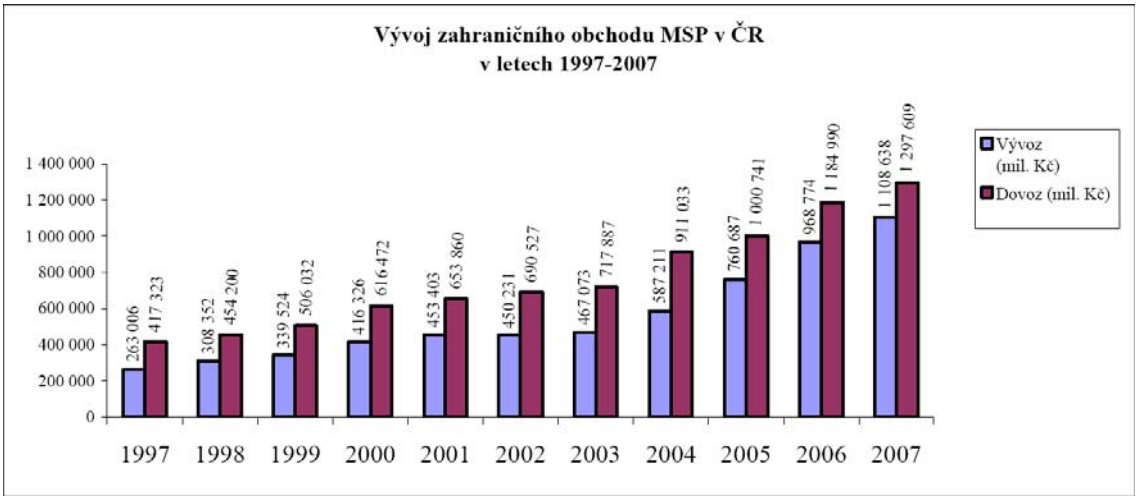


Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Celkové investice malých a středních podniků (hmotné, nehmotné včetně pozemků) se snížily v roce 2007 oproti roku 2006 o 17 918 mil. Kč, tj. o 5,90 %. Ke snížení došlo ve všech rozhodujících odvětvích, naopak k mírnému zvýšení došlo v zemědělství, v peněžnictví a pojišťovnictví.

Zahraniční obchod

Graf 10: Vývoj zahraničního obchodu MSP v ČR v letech 1997 – 2007



Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

V absolutní hodnotě dosahuje vývoz MSP od roku 1997 nepřetržitý nárůst. V roce 2007 došlo k meziročnímu zvýšení vývozu MSP o 139 864 mil. Kč,tj. o 12,62 %. Vyšší podíl MSP v dovozu souvisí se zaměřením obchodních organizací tohoto sektoru zajišťujících dovozy i pro velké podniky.

4. 2. 4. Vývoj malých a středních podniků podle odvětví

Průmysl

Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků v průmyslu v roce 2007 vzrostl proti roku 2006 o 4 506 podniků, tj. o 3,01 %. Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v průmyslu vzrostl v roce 2007 proti roku 2006 o 6 tis., tj. o 0,92 %. Výkony malých a středních podniků v průmyslu se v roce 2007 proti roku 2006 zvýšily o 107 854 mil. Kč, tj. o 7,59 %. Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů malých a středních podniků v průmyslu vzrostly v roce 2007 proti roku 2006

o 10 916 mil. Kč, tj. o 8,41 %. Investice celkem (hmotné, nehmotné včetně pozemků) malých a středních podniků v průmyslu vzrostly v roce 2007 proti roku 2006 o 3 602 mil. Kč, tj. o 4,53 %.

Stavebnictví

Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků ve stavebnictví v roce 2007 poklesl proti roku 2006 o 7 676 podniků, tj. o 6,17 %. Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích ve stavebnictví v roce 2007 proti roku 2006 poklesl o 2 tis., tj. o 0,90 %. Výkony malých a středních podniků ve stavebnictví se v roce 2007 zvýšily proti roku 2006 o 41 603 mil. Kč, tj. o 8,67 %. Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů malých a středních podniků ve stavebnictví vzrostly v roce 2007 proti roku 2006 o 2 661 mil. Kč, tj. o 6,46 %. Investice celkem (hmotné, nehmotné včetně pozemků) malých a středních podniků ve stavebnictví klesly v roce 2007 proti roku 2006 o 2 441 mil. Kč, tj. o 14,88 %.

Obchod

Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků v obchodu v roce 2007 vzrostl proti roku 2006 o 2 072 podniků, tj. o 0,98 %. Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v obchodu vzrostl v roce 2007 proti roku 2006 o 17 tis., tj. o 4,38 %. Výkony malých a středních podniků v obchodu v roce 2007 klesly proti roku 2006 o 6 189 mil. Kč, tj. o 1,16 %. Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů malých a středních podniků v obchodu vzrostly v roce 2007 proti roku 2006 o 10 902 mil. Kč, tj. o 12,92 %. Investice celkem (hmotné, nehmotné včetně pozemků) malých a středních podniků v obchodu klesly v roce 2007 proti roku 2006 o 9 553 mil. Kč, tj. o 19,90 %.

Služby

Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků ve službách v roce 2007 vzrostl proti roku 2006 o 154 podniků, tj. o 0,04 %. Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích ve službách v roce 2007 proti roku 2006 vzrostl o 15 tis., tj. o 3,88 %. Výkony malých a středních podniků ve službách se v roce 2007 zvýšily proti roku 2006 o 33 097 mil. Kč, tj. o 4,75 %. Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů malých a středních podniků ve službách vzrostly v roce 2007 proti roku 2006

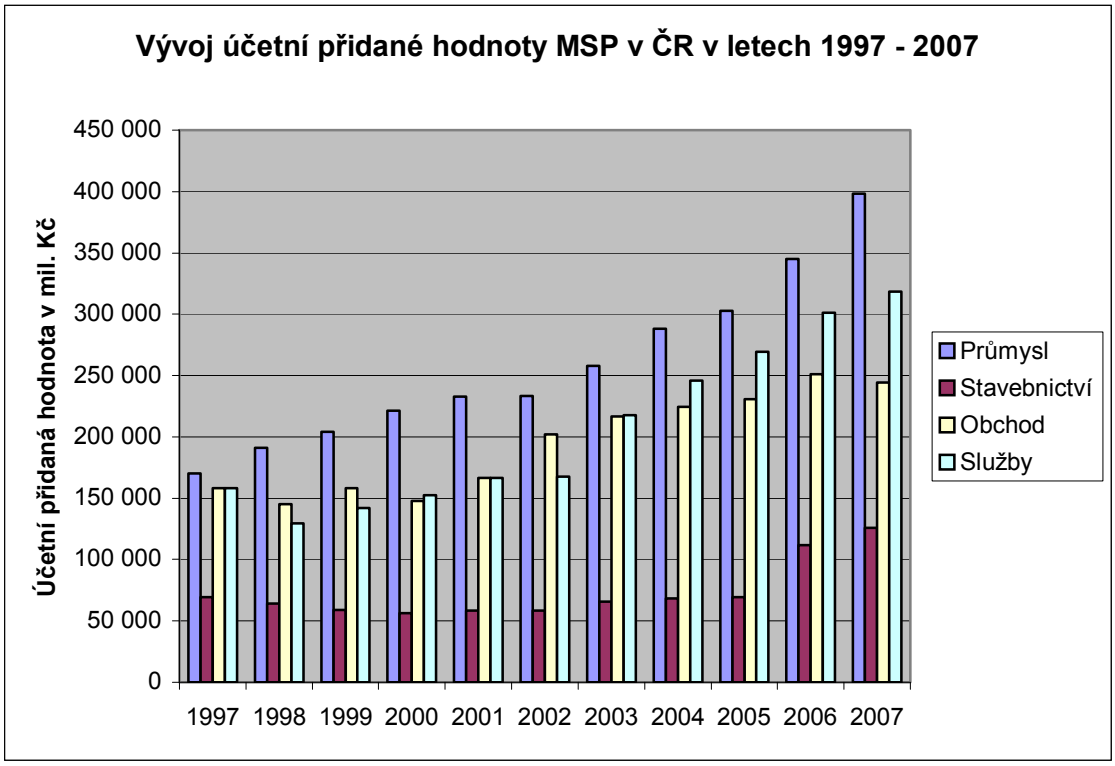
o 9 333 mil. Kč, tj. o 10,35 %. Investice celkem (hmotné, nehmotné včetně pozemků) malých a středních podniků ve službách klesly v roce 2007 proti roku 2006 o 4 584 mil. Kč, tj. o 4,34 %.

4.2.5. Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR (rok 2007)

Účetní přidaná hodnota vytvořená v malých a středních podnicích se:

- v **průmyslu** v roce 2007 zvýšila proti roku 2006 o 53 345 mil. Kč, tj. o 15,5 %;
- ve **stavebnictví** v roce 2007 zvýšila proti roku 2006 o 14 485 mil. Kč, tj. o 13 %;
- v **obchodu** v roce 2007 klesla proti roku 2006 o 6 672 mil. Kč, tj. o 2,66 %;
- ve **službách** v roce2007 zvýšila proti roku 2006 o 17 669 mil. Kč, tj. o 5,87 %.

Graf 11: Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR v letech 1997 - 2007



Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Výkony jsou vypočteny jako součet tržeb (příjmů) za prodej vlastních výrobků, tržeb za prodej služeb, tržeb za prodej zboží, změny stavu vnitropodnikových zásob vlastní výroby a aktivace, snížený o náklady (výdaje) vynaložené na prodané zboží.

Výkonová spotřeba je součtem nákladů vynaložených na spotřebované nákupy materiálu, energie a ostatních neskladovatelných dodávek.

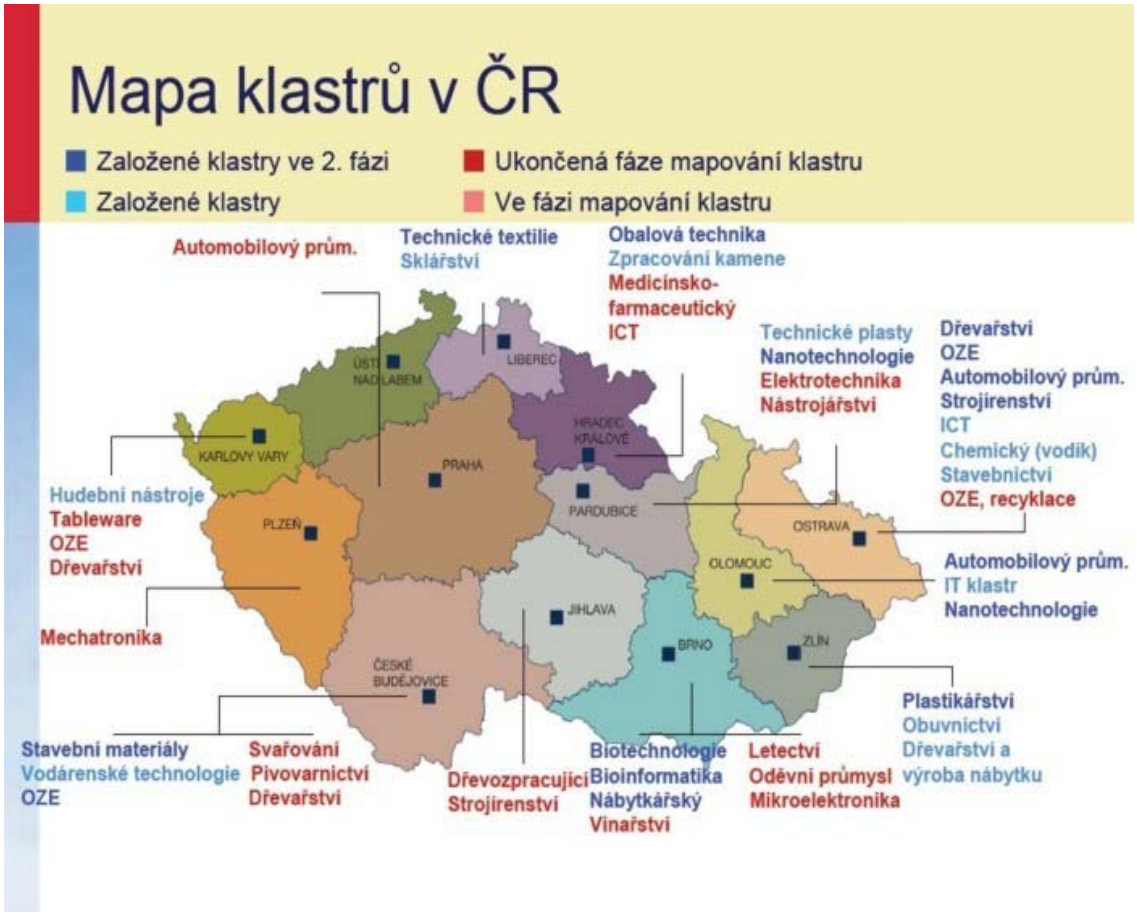
Účetní přidaná hodnota je vypočtena jako rozdíl mezi výkony a výkonovou spotřebou (MPO, 2008).

5. ANALÝZA SOUČASNÉ SITUACE V OBLASTI TVORBY KLASTRŮ

Klastry se v České republice se rozvíjejí až v posledních letech, zatímco například v Rakousku fungují již více než 10 let. Rozvoj klastrů u nás komplikuje nedůvěra podnikatelů a nezájem pochopit výhody členství v něm. Současnou situaci v oblasti klastrů ukazuje mapa klastrů v České republice.

5.1. Klastry v České republice

Obrázek 3: Mapa klastrů v České republice



Zdroj: CzechInvest (2009)

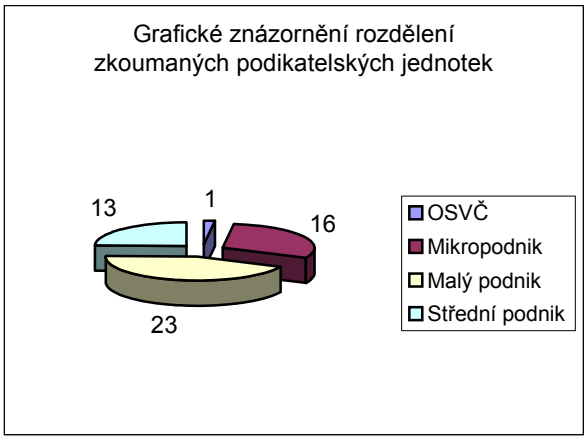
Názvy klastů a jejich zaměření:

- Klastr Omnipack (klastr zaměřený na obaly a obalovou techniku);
- Moravskoslezský dřevařský klastr;
- Water Treatment Alliance (klastr působící v oblasti čištění a úpravy vod);
- Český klastr přípojných vozidel a nástaveb (klastr výrobců přívěsů, návěsů, nástaveb a dalšího příslušenství zejména pro nákladní automobily);
- Envicrack (klastr působící v oblasti obnovitelných a druhotných zdrojů energie);
- Clutex (klastr technických textilií);
- Plastikářský klastr;
- Klastr českých nábytkářů;
- Český nanotechnologický klastr;
- Ekogen (klastr zabývající se zpracováním jemných anorganických odpadních materiálů ve stavebnictví v Jihočeském kraji);
- Moravskoslezský strojírenský klastr;
- Nanomedic (Medicínsko – farmaceutický klastr);
- Moravskoslezský automobilový klastr;
- Dřevozpracující klastr Vysočina;
- ABC WOOD (dřevařsko nábytkářský klastr);
- IT Cluster (zaměřený na oblast informačních technologií);
- CEVTECH (centrum vodárenských a ekologických technologií);
- PLASTICOR;
- CZECH SHOES (obuvnických klastr ve Zlíně);
- Stavební klastr Ostrava (zaměřen na oblast renovace domů postavených panelovou technologií);
- Klastr přesného strojírenství Vysočina;
- Automobilový klastr;
- Klastr ENWIWA (klastr zabývající se environmentálním přístupem k odpadům);
- Informačně-technologický klastr Olomouc (klastr orientovaný do oblasti informačních technologií);
- Královéhradecký lesnicko-dřevařský klastr.

5.2. Výsledky strukturovaných rozhovorů

Strukturovaný rozhovor byl rozdělen na dvě části. První část otázek se týkala přímo vlastní firmy (název, sídlo, předmět podnikání, počet zaměstnanců) a druhá byla směřována na klastry. Rozhovor neposkytlo 7 z 60 náhodně vybraných podnikatelů. Ti uvedli, že se s pojmem „klastr“ ještě nesetkali a rozhovor byl ukončen.

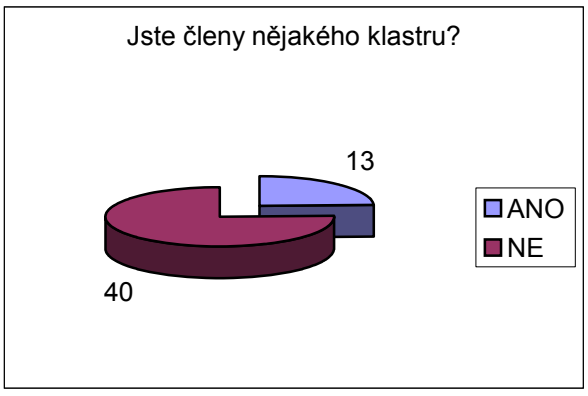
Graf 12: Grafické znázornění rozdělení zkoumaných podnikatelských jednotek



Zdroj: Vlastní výzkum

Z 53 dotazovaných subjektů je 1 osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) (tj. 2%), 16 podniků je mikropodnikem (tj. 30 %), 23 malým podnikem (tj. 43 %) a 13 tvoří střední podnik (tj. 25 %).

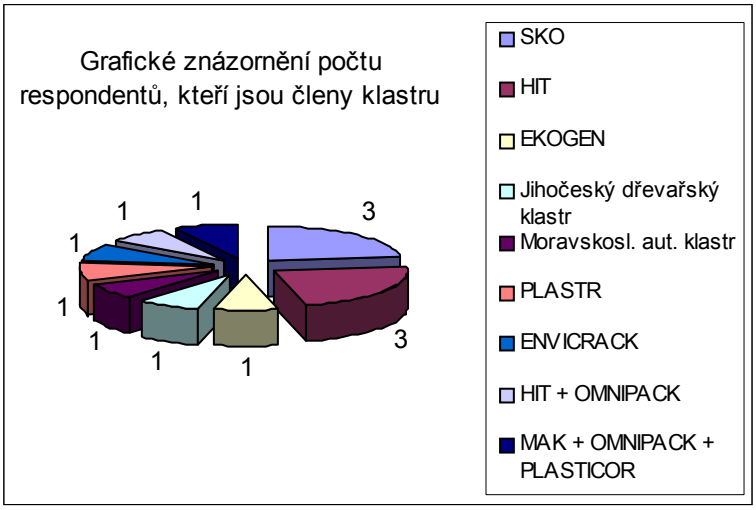
Graf 13: Grafické znázornění členů a nečlenů klastru



Zdroj: Vlastní výzkum

Z 53 respondentů je 13 členem klastru (tj. 24,5 %) a 40 podniků není členem klastru (tj. 75,5 %).

Graf 14: Grafické znázornění počtu respondentů, kteří jsou členy klastru



Zdroj: Vlastní výzkum

Z 13 respondentů jsou 3 podnikatelé členy klastru: SKO – Stavebního klastru Ostrava, o. s. (tj. 22 %) a 3 podnikatelé členy klastru HIT – Hradeckého IT klastru.

Dalších 6 podnikatelů (tj. 8 %) je členem následujících klastrů:

EKOGEN o.s. (1)

Jihočeský dřevařský klastr (1)

Moravskoslezský automobilový klastr (1)

Klastr PLASTR (1)

Klastr ENVICRACK (1)

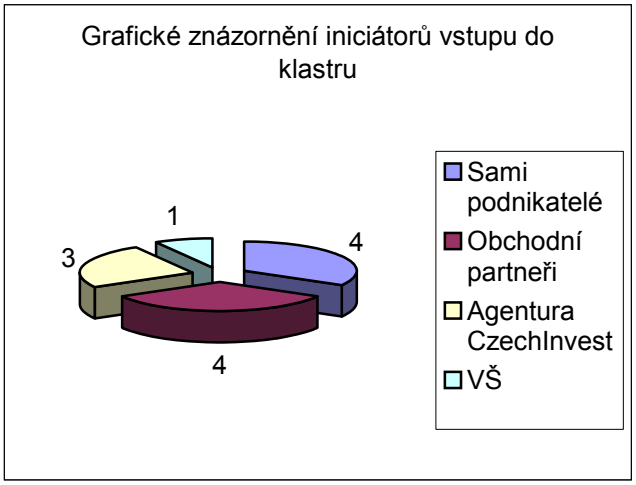
Jeden podnik je zároveň členem HIT klastru a OMNIPACK, jeden je členem dokonce 3 klastrů: MAK, OMNIPACK a PLASTICOR.

Graf 15: Grafické znázornění délky členství v klastru

Zdroj: Vlastní výzkum

4 podnikatelé jsou členy klastru od jeho založení (tj. 31 %), 2 podnikatelé jsou členy klastru méně než 1 rok (tj. 15 %), 5 podnikatelů je členem klastru 2 roky (tj. 39 %), 2 podnikatelé jsou členem klastru 3 roky (tj. 15%).

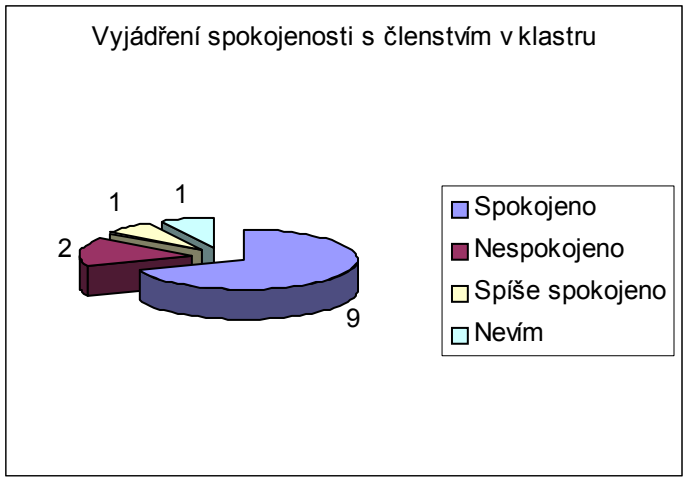
Graf 16: Grafické znázornění iniciátorů vstupu do klastru



Zdroj: Vlastní výzkum

Zajímavé je zjištění, jak se o možnostech vstupu do klastru dotazovaní dozvěděli: Z dotazovaných 4 podnikatelé sami iniciovali založení klastru (tj. 34 %), 4 se o klastrech dozvěděli od obchodních partnerů (tj. 33 %), 3 podniky od agentury CzechInvest (tj. 25 %) a 1 podnik získal informaci na vysoké škole (tj. 8%).

Graf 17: Vyjádření spokojenosti s členstvím v klastru



Zdroj: Vlastní výzkum

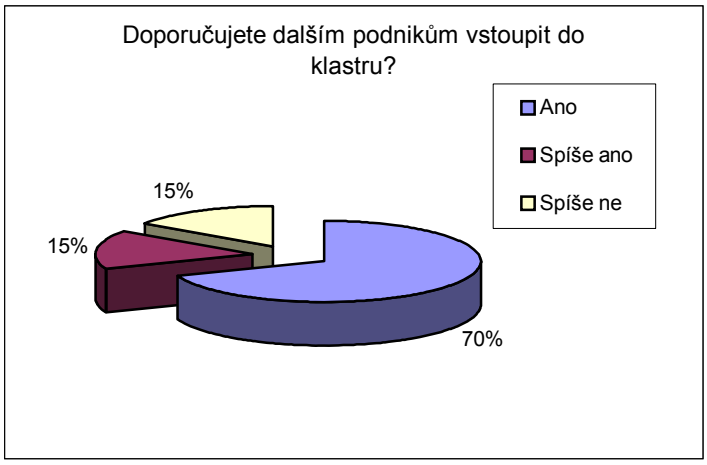
S členstvím v klastru je spokojeno 9 podnikatelů (tj. 70 %), 2 podnikatelé nejsou spokojeni (tj. 15 %), 1 z podnikatelů si myslí, že to nelze zhodnotit (tj. 8 %) a pro 1 podnik se členství v klastru vyplatilo, ale dlouhodobě je pro něj nezajímavé (tj. 8 %).

Na otázku „Jaké výhody Vám přináší členství v klastru?“ odpověděli někteří podnikatelé, že členství v klastru jim zatím žádné výhody nepřináší. Ostatním podnikům členství v klastru přináší výhody:

- příležitost projektového řízení;
- potenciální klienty;
- vyšší konkurenceschopnost;
- rychlejší přístup k informacím;
- větší propagaci firmy;
- nové možnosti spolupráce a financování;
- sdílené služby;
- nové kontakty;
- synergický efekt spolupráce;
- setkávání se se zástupci konkurence;
- informovanost o konkurenčních firmách;
- výměna zkušeností;

- navázání bližších partnerských vztahů s členy klastru;
- lepší přístup k dotacím z EU;
- možnost účasti na výzkumu, vývoji a realizaci zakázek apod.

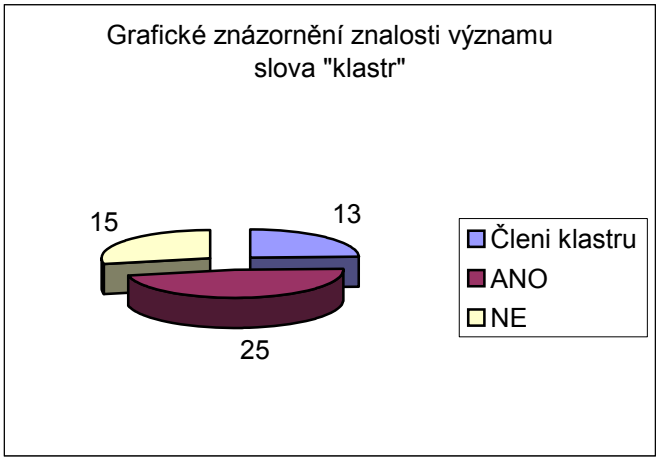
Graf 18: Grafické znázornění podnikatelů (v %), kteří doporučují vstup do klastru



Zdroj: Vlastní výzkum

Vstup do klastru doporučuje 9 dotazovaných podnikatelů (tj. 70%), další 2 spíše ano (tj. 15 %) a 2 spíše ne (tj. 15 %).

Graf 19: Grafické znázornění znalosti významu slova „klastr“



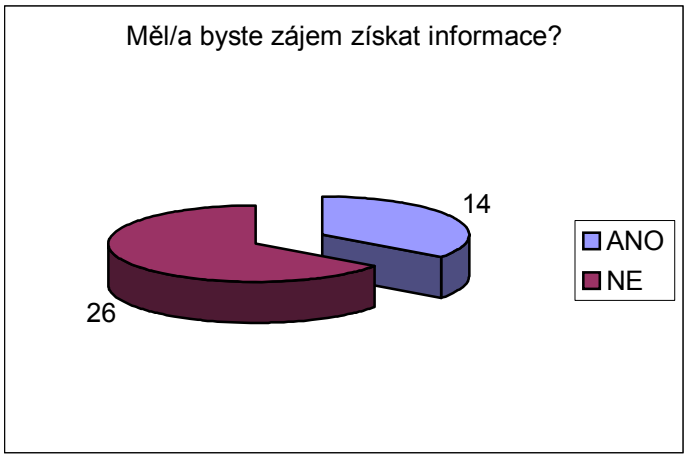
Zdroj: Vlastní výzkum

Z celkového počtu 53 respondentů 13 podnikatelů (tj. 25 %), kteří jsou členy klastru, ví, co je klastr. Ze zbývajících 40 respondentů, kteří nejsou členy klastru odpovědělo 25 (tj. 47 %) kladně a zbývajících 15 podnikatelů záporně (tj. 28 %).

40 respondentů není členem klastru z těchto důvodů:

- podnikateli vyhovuje současný stav;
- v oboru daného podniku nebyl dosud žádný klastr vytvořen;
- podnikatel je na počátku podnikání;
- podnikatelé nemají o členství v klastru zájem;
- nemají bližší informace;
- nebyli nikým osloveni;
- nevyhledávají další podniky.

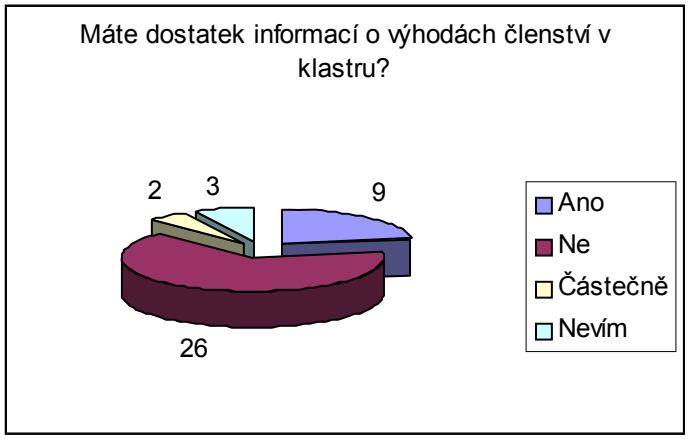
Graf 20: Grafické znázornění zájmu o informace ke klastrům



Zdroj: Vlastní výzkum

O informace ke klastrům má zájem 14 ze 40 oslovených podnikatelů (tj. 35 %) 1 z nich odpověděl, že informace nepotřebuje, ale ví kde je získat, zbývajících 26 podnikatelů o ně nemá zájem (tj. 65 %).

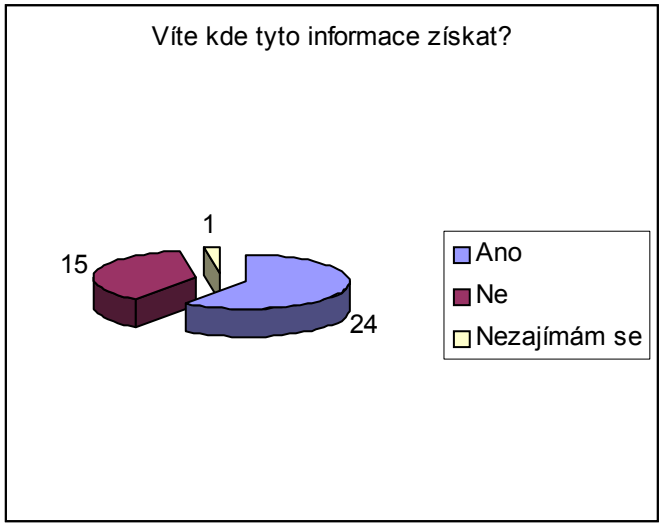
Graf 21: Máte dostatek informací o výhodách členství v klastru?



Zdroj: Vlastní výzkum

9 podnikatelů si myslí, že má dostatek informací o výhodách členství v klastru (tj. 23 %), 3 podnikatelé na tuto otázku neodpověděli (tj. 8 %) , 2 si myslí, že mají jen částečné informace (tj. 5 %) a 26 podnikatelů nemá dostatek informací (tj. 64 %).

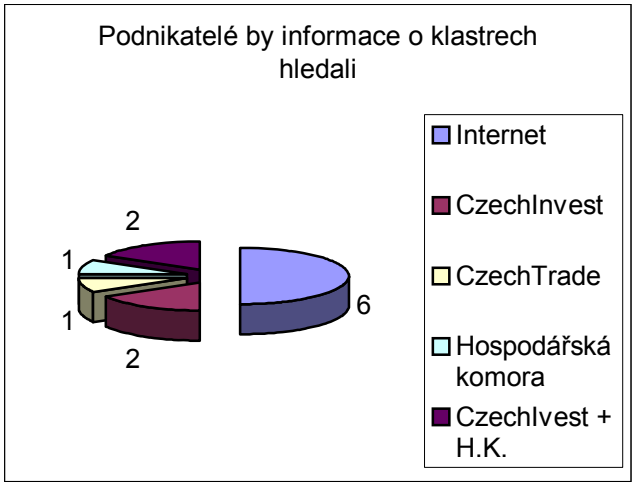
Graf 22: Grafické znázornění, zda podnikatelé ví, kde získat informace o výhodách klastrů



Zdroj: Vlastní výzkum

24 podnikatelů ví, kde získat informace o výhodách členství v klastru (tj. 59 %), 15 podnikatelů neví, kde tyto informace získat (tj. 38 %) a 1 podnikatel se o to nezajímá (tj. 3 %).

Graf 23: Grafické znázornění zdrojů informací známých podnikatelům



Zdroj: Vlastní výzkum

Ze 24 podnikatelů, kteří odpověděli kladně na otázku, kde hledat informace o klastru, by tyto informace hledali:

- na internetu (6) podnikatelů;
- CzechIvest (2);
- u CzechIvestu a zároveň u Hospodářské komory (2);
- pouze u Hospodářské komory (1);
- u Czechtradu (1);
- 12 respondentů neuvedlo, kde by tyto informace hledali.

Shrnutí

Z výzkumu vyplynulo, že v ČR žádný z výše uvedených klastrů nepůsobí dlouhou dobu. Strukturované rozhovory naznačují, že klastry jsou pro ČR téměř novou záležitostí, nemají v ČR tradici, ne všichni čeští podnikatelé jim důvěřují, nejsou osvědčené a zažité.

Podnikatelé, kteří jsou členy klastru si vstup do klastru sami ziniciovali, nebo do klastru vstoupili na podnět svých obchodních partnerů. Téměř 70 % dotazovaných MSP je se členstvím v klastru spokojeno. Jako hlavní výhody členství klastru podnikatelé uvedli rychlejší přístup k informacím, větší konkurenceschopnost, nové kontakty a možnosti spolupráce a podobně.

70 % členů klastu doporučuje vstup do klastru. 47 % z 53 respondentů ví, co si představit pod pojmem klastr, avšak 28 % z nich to neví, zbývajících 25 % tj. 13 respondentů jsou členy klastu.
14 ze 40 dotazovaných podnikatelů nemá zájem získat informace. 26 podnikatelů nemá dostatek informací o výhodách klastru. Z toho je zřejmá nedostatečná informovanost podnikatelů, a proto by se měl zlepšit přístup k informacím. 15 podnikatelů vůbec neví, kde informace o klastrech hledat. Nejčastěji by informace hledali na internetu - vzhledem k časové vytíženosti podnikatelů je to pochopitelné.

5.3. Příklad vzniku klastru

Klastr může vzniknout naprosto přirozeným rozvojem firmy, například:
Absolvent stavební průmyslové školy založí svoji stavební firmu, kde má pro začátek dva pracovníky. Firma se specializuje na opravy rodinných domů. Je **solidní**, lidé jsou s firmou spokojeni a o svou zkušenost s touto firmou se podělí i se svými známými, a tak přicházejí noví zákazníci. Na další zakázky stávající pracovníci nestačí, musí si přizvat ke spolupráci např.: obkladače, pokrývače, topenáře, instalatéry, elektrikáře, malíře, atd. Během svého fungování firma postupně mění své spolupracovníky než si najde ty správné partnery. Firma roste a potřebuje opět nové řemeslníky (truhláře, další stavební firmu, architekta, statika, požárního technika, apod.). Podnikatel úzce spolupracuje se spolehlivým velkoobchodem stavebnin, později si dokonce koupí nákladní automobil. Následně je nutná rada odborníků – právníka a dalších, podnikatel začíná spolupracovat s průmyslovou školou. Zájem zákazníků o služby firmy se i nadále zvyšuje. Ve firmě původní velikosti si majitel zpracovával účetnictví sám, nyní si na veškerou činnost najímá specializované zaměstnance (účetní, ekonoma). Tato firma se spojuje i s ostatními podnikateli – tyto subjekty však zůstávají nezávislé. Důvěřují si. Z dobrovolného seskupení vzniká klastr. Tento subjekt už není firmou s počtem méně než 10 zaměstnanců, ale středním podnikem. Spolupracují s ním další podniky, odborníci a připojují se i další instituce (vysoká škola, výzkumný ústav). Stavební firma nedělá jen opravy domů, ale staví nové a vypomáhá velkým stavebním firmám. Ředitel podniku začíná přemýšlet o zahraničních zakázkách. To je výchozí situace pro vznik řetězců malých a středních podniků.

Obrázek 4: Znázornění vzniku klastru

Zdroj: Zpracováno dle www. imp-plzen. cz

6. POSOUZENÍ MOŽNOSTÍ VZNIKU A ROZVOJE NOVÝCH KLASTRŮ

Podle údajů Českého statistického úřadu vykazovalo činnost k 31.12.2007 v České republice 999 182 malých a středních podniků, a to 818 660 podnikajících fyzických osob a 180 522 právnických osob. Tyto údaje ukazují, že v České republice je velký počet malých a středních podniků, které by mohly být potencionálními zájemci o vstup do klastrů. V České republice tedy nechybí podnikatelské subjekty, které by mohly vytvářet nové klastry. Jsou zde i instituce, které mohou pomoci těmto podnikům získat informace o klastrech (například Hospodářská komora, agentura CzechInvest, MPO apod.). Tyto instituce poskytují nejen informace o klastrech, ale i napomáhají vzniku a rozvoji nových klastrů v České republice. Podnikatelské prostředí vhodné pro vznik a rozvoj nových klastrů v České republice existuje. Proč tedy u nás nevznikají nové klastry rychleji a více? Ze strukturovaných rozhovorů s náhodně vybranými podnikateli vyplynulo, že podnikatelé nejsou členy klastru, protože jim členství nebylo nikým nabídnuto, protože si myslí, že nějaký již existující klastr pro ně není vhodný, popř. to jejich podnikání nevyžaduje. 65 % z oslovených podnikatelů dokonce nemá zájem získat informace o klastrech. Více jak polovina dotazovaných podnikatelů nemá dostatek informací o výhodách členství v klastru. 28 % respondentů ani nezná význam slova „klastr“. To vypovídá o chybějících znalostech podnikatelů v oblasti klastrů a o nezájmu získat informace. Snad až čeští podnikatelé překonají nechuť sdílet údaje o svém podnikání a začnou mít zájem získávat více informací o nových možnostech spolupráce, bude i v České republice vznikat více nových klastrů. Pomoci jim mohou výše zmiňované instituce (např. Hospodářská komora, agentura CzechInvest, MPO apod.), které snad naučí podnikatele vnímat nové skutečnosti. Stát by mohl být nápomocen například zjednodušením daňového systému nebo usnadněním legislativy při vzniku nových podniků. Časem se třeba rozšíří povědomí podnikatelů o klastrech díky již vzniklým klastrovým iniciativách, které na sebe upozorní svým rozvojem a vynikající prosperitou. Ale i vzniklé klastry je třeba rozvíjet a vzít si příklad ze zahraničí. Dobrým příkladem může být Rakousko, kde jsou klastry rozvinutější než v České republice a působí tam už déle než deset let.

6.1. Klíčové faktory ovlivňující úspěšný rozvoj klastrů

U úspěšných klastrů je možné definovat některé společné charakteristiky a odhalit klíčové faktory ovlivňující jejich rozvoj.

Tabulka 2: Klíčové faktory pro rozvoj klastru podle významnosti

	Česká republika	Zahraničí
1.	Vzájemná důvěra mezi členy klastru	Networking - vytváření sítě spolupráce
2.	Vzájemná komunikace mezi členy kl.	Profesionalita managementu klastru
3.	Společný výzkum /spolupráce s výzk. inst.	Vzájemná důvěra mezi členy klastru
4.	Networking - vytváření sítě spolupráce	Silný podnikatelský duch ve firmách
5.	Profesionalita managementu klastru	Vzájemná komunikace mezi členy kl.
6.	Přístup k finančním zdrojům	Přístup firem k informacím
7.	Podpora formou dotací v době rozvoje kl.	Vzdělávání lidského kapitálu
8.	Silný podnikatelský duch ve firmách	Inovativní technologie
9.	Vzdělávání lidského kapitálu	Spolupráce se vzdělávacími institucemi
10.	Spolupráce se vzdělávacími institucemi	Podpora formou dotací v době rozvoje kl.
11.	Inovativní technologie	Přístup k finančním zdrojům
12.	Podpora formou dotací v době mapování a rozvoje klastru	Podpora formou dotací v době mapování a rozvoje klastru
13.	Přístup firem k informacím	Společný výzkum /spolupráce s výzk. inst.
14.	Lobbování ve prospěch infrastruktury, legislativy, dotací apod.	Přístup k podpůrným službám
15.	Využití ICT/virtuálního prostředí pro komunikaci	Lobbování ve prospěch infrastruktury, legislativy, dotací apod.
16.	Přítomnost velké, dominantní firmy v kl.	Vybudovaná infrastruktura
17.	Monitorování výkonnosti firem v klastru	Klastr pokrývá celý hodnotový řetězec nebo jeho většinu
18.	Vybudovaná infrastruktura	Benchmarking
19.	Klastr pokrývá celý hodnotový řetězec nebo jeho většinu	Monitorování výkonnosti firem v klastru
20.	Konkurence mezi firmami	Využití ICT/virtuálního prostředí pro komunikaci
21.	Benchmarking	Přítomnost velké, dominantní firmy v kl.
22.	Přístup k podpůrným službám	Konkurence mezi firmami
23.	Přítomnost multinacionální firmy v kl.	Přítomnost multinacionální firmy v kl.

Zdroj: Pavelková, D. a kol. (2009)

Jak uvádí Pavelková (2009) přikládají čeští manažeři klastrů velký důraz na vzájemnou důvěru, lepší přístup k informacím a financím. Obdobně se vyjádřili i dotazovaní podnikatelé. Manažeři českých klastrů častěji než zahraničních uvádějí, že významným faktorem pro rozvoj klastrů je přístup k finančním zdrojům a podpora vlády či regionů formou dotací jak v době mapování a vzniku klastru, tak i ve fázi jeho rozvoje. V českých podmínkách je kritickým faktorem úspěchu klastru také lobbování. Na druhé straně jsou faktory, které nejsou obecně považovány za kritické pro úspěšnost klastrů nebo mají malý význam. Je to přítomnost multinacionálních firem či firem se zahraničním vlastníkem v klastru. České klastry dále zlepšují přístup firem k podpůrným službám. Zahraniční klastry uvedly jako nevýznamný faktor konkurenci mezi firmami a přítomnost velké dominantní firmy v klastru. Tyto firmy však hrají důležitou úlohu při rozvoji některých českých klastrů, proto se v tomto bodě názory rozcházejí.

Pro české klastry, které se v současné době nacházejí v počátečních fázích svého rozvoje, je typické, že pozitivně hodnotí především první výsledky spojené se založením klastru, jeho formalizací a nastavením principů jeho fungování. Dále si cení zájmu dalších podniků o členství v klastru. České klastry také dosahují prvních úspěchů při realizaci společných projektů, např. ve formě společného nákupu, společné výroby, aktivit v oblasti rozvoje lidských zdrojů či marketingových aktivit.

7. ZÁVĚR

Z uvedených údajů je zřejmá důležitost malých a středních podniků v ekonomice a společnosti. S ohledem na jejich významnost je žádoucí vytvářet takové podmínky, aby byl malým a středním podnikům usnadněn vznik a rozvoj a bylo jim umožněno prosperovat na domácím i zahraničním trhu. V tom jim může být nápomocen klastr jako nástroj zvýšení konkurenceschopnosti a tím i jejich rozvoje. Na základě strukturovaných rozhovorů, ve který podnikatelé uvedli, že členství v klastru jim přináší výhody jako jsou lepší přístup k dotacím z fondů EU, navázání bližších partnerských vztahů s členy klastru, možnost účasti na výzkumu, vývoji a realizaci zakázek lze potvrdit hypotézu 1 *Členství v klastru má vliv na rozvoj malých a středních podniků*. Problematice klastrů je věnována velká pozornost a podpora ze strany Evropské unie a nyní i české vlády. U nás poměrně nový pojem klastr je v zahraničí již známý.

V dnešní době globalizace ztrácejí význam samostatné podniky. Právě globalizace je podnětem pro rozvoj síťového podnikání, sdružování podniků a rozvoj klastrů. Klastr je sdružení malých a středních podniků, které spolu současně spolupracují, ale i si vzájemně konkurují v oblastech společného zájmu. Tyto subjekty mají mezi sebou ekonomické vazby, řeší společné problémy rozvoje a inovace, sdílejí společně informace. Tato spolupráce přináší zúčastněným firmám velkou konkurenční výhodu, které by jednotlivě jen těžko dosáhly. Firmy mají příležitost velkého ekonomického růstu v rámci daného sektoru. Dalšími výhodami, které klastr přináší, jsou úspora nákladů, marketing, vyhledávání nových podnikatelských příležitostí, sledování novinek, možnosti pronikat i na zahraniční trhy, vzdělávání zaměstnanců, nové možnosti financování apod.

Přes výše uvedené výhody členství v klastru však ze strukturovaných rozhovorů vyplývá, že 64 % dotazovaných podnikatelů nemá dostatek informací o klastrech a většina podnikatelů pojem klastr vůbec nezná, tudíž o něj nemůže jevit zájem. Z tohoto důvodu lze hypotézu 2 *Podniky jsou dostatečně informovány o klastrech* vyvrátit. To se však snaží vláda ve spolupráci s CzechInvestem, Hospodářskou komorou

a dalšími institucemi změnit. Díky existenci těchto specializovaných institucí na podporu podnikání a dostatku podnikatelských subjektů lze hypotézu 3 *V České republice je vhodné prostřední pro vývoj a vznik nových klastrů* potvrdit.

Z rozhovorů dále vyplynulo, že hypotézu 4 *Podniky mají zájem o zapojení se do klastru* nelze v současné době plně potvrdit, protože většina podnikatelů neprojevila zájem o členství v klastru a to z těchto důvodů: podnikateli vyhovuje současný stav, v oboru daného podniku nebyl dosud žádný klastr vytvořen, podnikatel nemá o členství v klastru zájem.

8. SUMMARY

Small and medium businesses in the Czech Republic are an important sector in the market economy. From the employment point of view, they represent a stationary element of the economy in regions, as they employ more than 60 % of the economic active inhabitants. Thanks to their flexibility and the smaller number of emloyees, small and medium businesses could have a bigger chance not to succumb to the contemporary financial crisis.

A cluster is a meaningful implement for the rise of the competition ability in businesses. The title "clucter" means "a group of businesses connected each other". These clusters cooperate together, but at the same time, they compete with each other. The membership in the cluster brings following advantages: the higher competition ability, the better access grants from the European Union´s funds, the quicker approach to information, the bigger propagation of the firm, new possibilities of cooperation and contactes, the bigger chance of further financing, possibilities of participation in the research and development, and savings of costs from the common shopping.

It follows from the analysis of small and medium enterprise that there is a suitable environment for the rise and development of the new clusters in the Czech Republic because of the abundance of subjects suitable for the membership in the cluster and other institutions that could help other interested persons to get information about the membership in the cluster.

The unawareness and lack of interest of businesspersons about this issue prevent from the rise of clusters in Czech Republic. It is obvious from the reconstructed talks that 28 % of the respondents do not know what to imagine under the expression of cluster. Moreover, 65 % of the addressed businesspersons do not have much interest in gaining some information about the clusters. More than a half of the addressed businesspersons have a lack of information about the advantages of the membership in the cluster.

It also follows the realized talks that the businesspersons addressed either byt the CzechInvestiment or by their business partners are the members of the clucter. 70 % of the addressed businesspersons are satisfied with the membership in the cluster and they would recommend other businesspersons to the enter the cluster.

In the bachelor work were determined 4 hypothesis: 2 hypothesis were refused and 2 ones were positive.

9. PŘEHLED POUŽITÉ LITERATURY

1. CZECHINVEST *Průvodce klastrem* [online]. 2005 [cit. 2007-05-05]. Dostupný z WWW <www.czechinvest.cz>
2. KUPKA, V. *Zpráva o MSP* [online]. 2007 [cit. 2007-06-06], Praha: útvar makroanalýz ČSÚ, 2007. Dostupný z WWW <www.czso.cz>
3. LEDNICKÝ, V., VANĚK, J. *Kooperační struktury malých a středních podniků*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2004. 1991 s. ISBN 80-7248-259-9
4. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU *Koncepce rozvoje malého a středního podnikání na období 2007-2013* [online]. 2006 [cit. 2006-04-03]. Dostupný z WWW <www.mpo.cz>
5. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU *Průvodce podnikatele Operačním programem Podnikání a inovace* [online]. Praha, 2007 [cit. 2007-04-03], 98 s., Dostupný na WWW <www.mpo.cz>
6. MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2007* [online]. 2008 [cit. 2008-06-06]. Dostupný z WWW <www.mpo.cz>
7. NEUŽILOVÁ, I. *Národní klastrová strategie 2005 – 2008* [online]. 2007 [cit. 2007-05-23]. Dostupný z WWW <www.mpo.cz>
8. PAVELKOVÁ, D. *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem.* 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2009. 272 s. ISBN 978-80-247-2689-2
9. SKOKAN, K. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji.* 1. vyd. Ostrava: Repronis Ostrava, 2004. 160 s. ISBN 80-7329-059-6
10. SÖLVELL, Ö., LINDQVIST, G., KETELS, CH. *Zelená kniha klastrových iniciativ* [online]. 2007 [cit. 2007-05-23], český překlad 2006, 92 s., ISBN 91-974783-3-4. Dostupný z WWW <www.czechinvest.cz>

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1	Údaje o MSP ve vybraných makroekonomických ukazatelích	str. 24
Tabulka 2	Klíčové faktory pro rozvoj klastru podle významnosti	str. 46

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1	MSP a počet zaměstnaných osob	str. 5
Graf 2	Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 6
Graf 3	Regionální struktura MSP (2005)	str. 6
Graf 4	Vývoj počtu podnikajících MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 25
Graf 5	Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 26
Graf 6	Vývoj výkonů MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 26
Graf 7	Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 27
Graf 8	Vývoj mzdových nákladů MSP v ČR v letech 1999 - 2007	str. 28
Graf 9	Vývoj investičních nákladů MSP v ČR v letech 1999 – 2007	str. 28
Graf 10	Vývoj zahraničního obchodu MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 29
Graf 11	Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR v letech 1997 – 2007	str. 31
Graf 12	Grafické znázornění rozdělení zkoumaných podnikatel. jednotek	str. 35
Graf 13	Grafické znázornění členů a nečlenů klastru	str. 35
Graf 14	Grafické znázornění počtu respondentů, kteří jsou členy klastru	str. 36
Graf 15	Grafické znázornění délky členství v klastru	str. 37
Graf 16	Grafické znázornění iniciátorů vstupu do klastru	str. 37
Graf 17	Vyjádření spokojenosti s členstvím v klastru	str. 38
Graf 18	Graf. znázornění podnikatelů (v %), kt. doporučují vstup do klastru	str. 39
Graf 19	Grafické znázornění znalosti významu slova „klastr“	str. 39
Graf 20	Grafické znázornění zájmu o informace	str. 40
Graf 21	Máte dostatek informací o výhodách členství v klastru?	str. 41
Graf 22	Grafické znázornění, zda podnikatelé ví, kde získat informace o výhodách klastrů	str. 41
Graf 23	Grafické znázornění zdrojů informací známých podnikatelům	str. 42

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1	Znázornění klastru	str. 10
Obrázek 2	Proces rozvoje klastru	str. 12
Obrázek 3	Mapa klastrů v České republice	str. 33
Obrázek 4	Znázornění vzniku klastru	str. 44

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 **Malé a střední podniky v roce 2007**

Graf 1 Počet ekonomicky aktivních MSP dle odvětví v roce 2007

Graf 2 Počet ekonomicky aktivních MSP v % dle odvětví v roce 2007

Graf 3 Počet zaměstnanců v MSP dle odvětví v roce 2007

Graf 4 Počet zaměstnanců v MSP v % dle odvětví v roce 2007

Příloha 2 **Statistika malých a středních podniků**

Tabulka 1 Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků

Tabulka 2 Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích

Tabulka 3 Výkony malých a středních podniků

Tabulka 4 Účetní přidaná hodnota vytvořená v MSP

Tabulka 5 Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů MSP

Tabulka 6 Investice (hmotné, nehmotné vč. pozemků) MSP

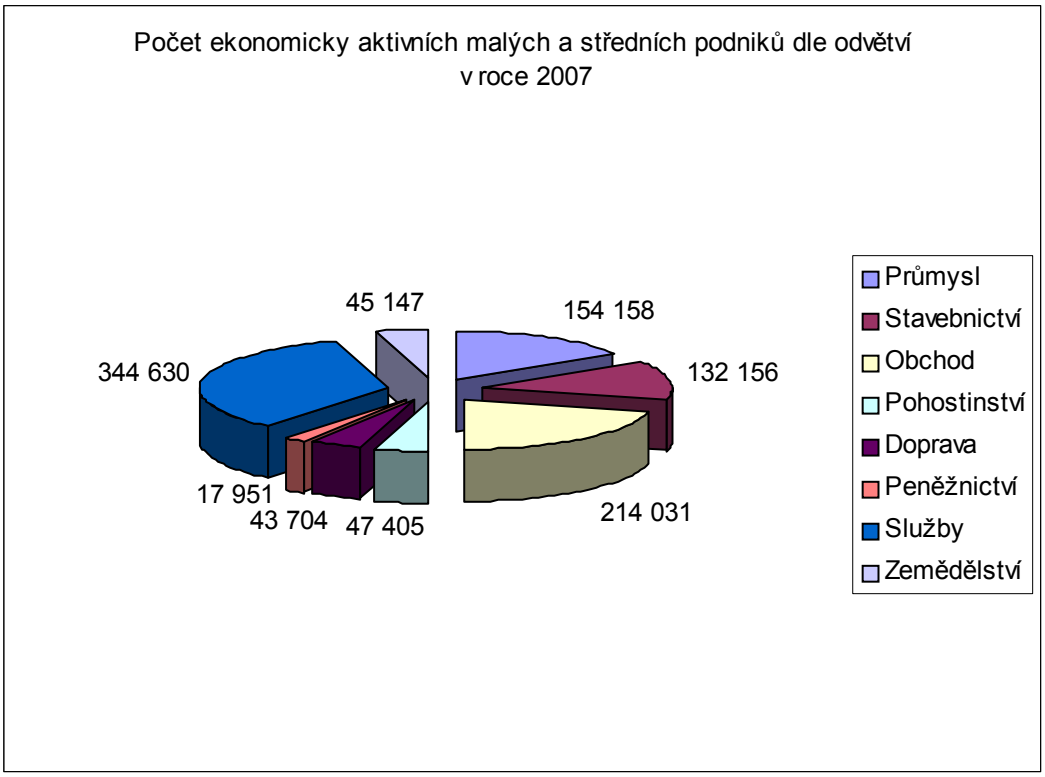
Příloha 3 **Struktura otázek**

PŘÍLOHY

Příloha 1

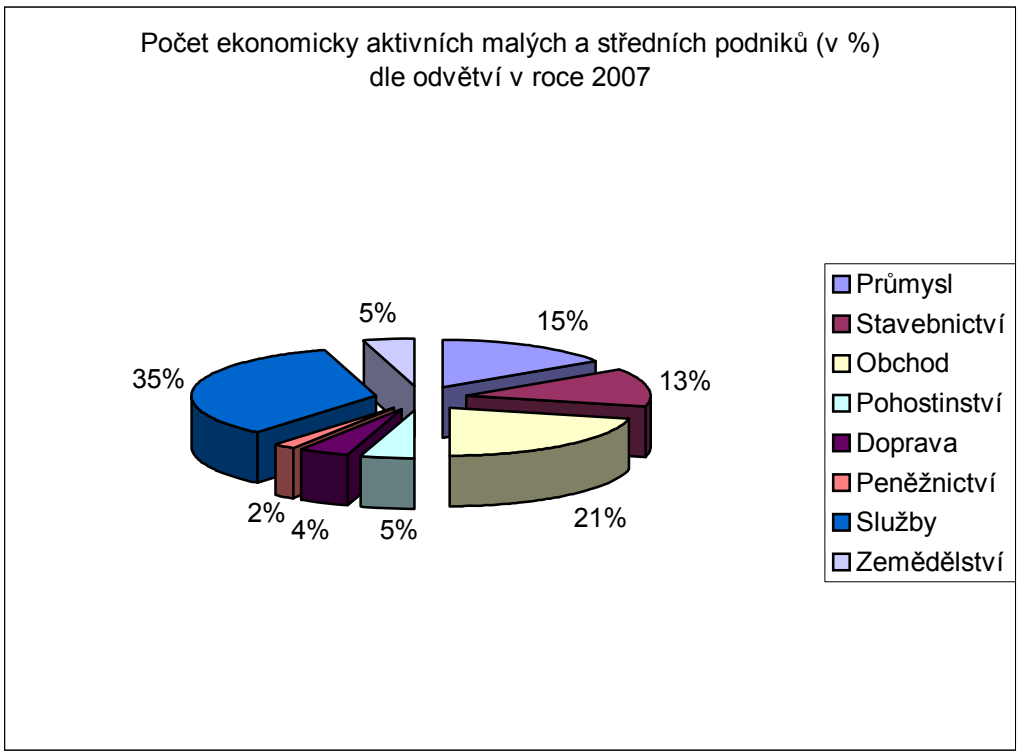
MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY V ROCE 2007

Graf 1: Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků dle odvětví v roce 2007



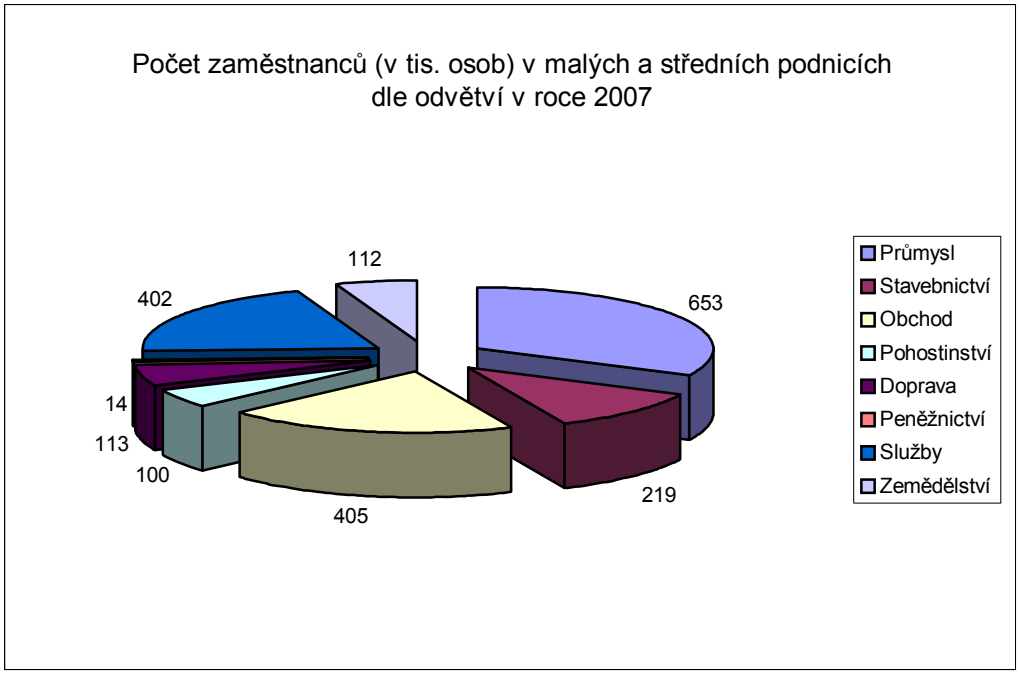
Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Graf 2: Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků v % dle odvětví v roce 2007



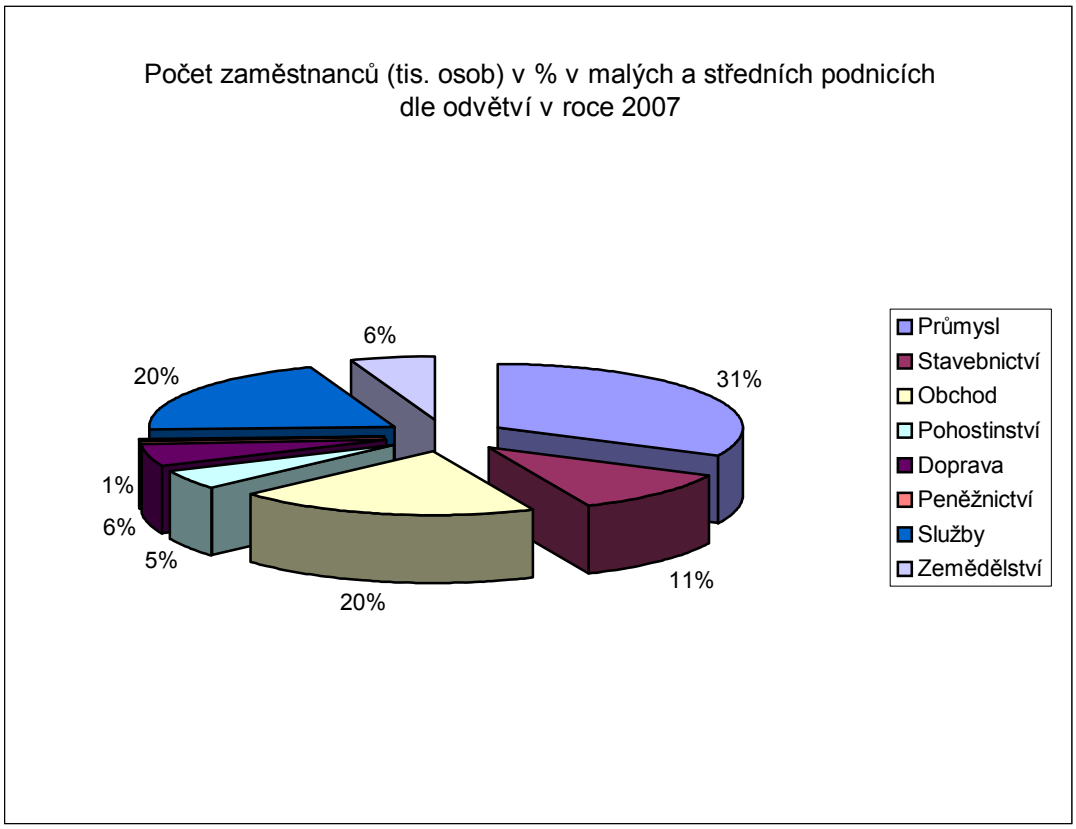
Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Graf 3: Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích dle odvětví v roce 2007



Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Graf 4: Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v % dle odvětví v roce 2007



Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Příloha 2

STATISTIKA MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ

(data jsou uvedena za podnikatelskou sféru ČR)

Tabulka 1: Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků

2007	Počet aktivních subjektů			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl počtu MSP na celkovém počtu podniků v ČR
				%
Průmysl	29 455	124 703	154 158	99,37
Stavebnictví	20 019	112 137	132 156	99,94
Obchod	45 043	168 988	214 031	99,93
Pohostinství	5 669	41 736	47 405	99,95
Doprava	6 283	37 421	43 704	99,76
Peněžnictví	968	16 983	17 951	99,83
Služby	68 599	276 031	344 630	99,92
Zemědělství	4 486	40 661	45 147	99,91
Celkem	**180 522**	**818 660**	**999 182**	**99,83**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Tabulka 2: Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích

2007	Počet zaměstnanců (tis.)			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl zaměstnanců v MSP na celkovém počtu v ČR
				%
Průmysl	580	73	653	49,25
Stavebnictví	177	42	219	82,02
Obchod	322	83	405	75,42
Pohostinství	58	42	100	86,96
Doprava	85	28	113	38,57
Peněžnictví	13	1	14	20,59
Služby	329	73	402	73,22
Zemědělství	97	15	112	88,50
Celkem	**1661**	**357**	**2018**	**61,41**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Tabulka 3: Výkony malých a středních podniků

2007	Výkony (mil. Kč)			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl výkonů v MSP na celku v ČR
				%
Průmysl	1 384 678	144 121	1 528 799	37,34
Stavebnictví	392 013	129 642	521 655	69,93
Obchod	429 979	97 694	527 673	76,61
Pohostinství	43 072	43 512	86 584	85,32
Doprava	215 721	70 867	286 588	48,62
Peněžnictví	51 630	9 469	61 099	24,38
Služby	570 187	159 657	729 844	84,44
Zemědělství	110 281	26 639	136 920	81,68
Celkem	**3 197 561**	**681 601**	**3 879 162**	**51,70**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Tabulka 4: Účetní přidaná hodnota vytvořená v malých a středních podnicích

2007	Účetní přidaná hodnota (mil. Kč)			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl úč. př. hodnoty v MSP na celku v ČR
				%
Průmysl	347 226	51 095	398 321	39,27
Stavebnictví	83 726	42 216	125 942	77,46
Obchod	189 463	54 924	244 387	76,83
Pohostinství	14 582	13 853	28 435	81,60
Doprava	48 022	26 527	74 549	35,19
Peněžnictví	25 077	6 754	31 831	18,09
Služby	219 147	99 541	318 688	82,74
Zemědělství	31 205	9 177	40 382	82,59
Celkem	**958 448**	**307 087**	**1 262 535**	**53,69**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Tabulka 5: Mzdové náklady bez ostatních osobních nákladů malých a středních podniků

2007	Mzd. náklady bez OON (mil. Kč)			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl mzd. nákladů v MSP na celku v ČR
				%
Průmysl	130 007	10 704	140 711	43,61
Stavebnictví	37 617	6 223	43 840	72,76
Obchod	83 915	11 378	95 293	76,36
Pohostinství	8 561	4 174	12 735	81,33
Doprava	18 938	4 265	23 003	30,34
Peněžnictví	7 074	101	7 175	21,46
Služby	88 786	10 734	99 520	73,59
Zemědělství	18 419	2 354	20 773	83,65
Celkem	**393 317**	**49 933**	**443 250**	**55,92**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Tabulka 6: Investice (hmotné, nehmotné, vč. pozemků) malých a středních podniků

2007	Investice (hmotné, nehmotné, vč. pozemků) (mil. Kč)			
	právnické osoby 0-249 zam.	fyzické osoby 0-249 zam.	celkem MSP	podíl investic v MSP na celku v ČR
				%
Průmysl	73 895	9 260	83 155	36,72
Stavebnictví	10 413	3 552	13 965	76,22
Obchod	30 502	7 949	38 451	67,29
Pohostinství	2 413	2 368	4 781	87,09
Doprava	12 253	2 519	14 772	24,05
Peněžnictví	5 418	301	5 719	32,65
Služby	90 930	9 994	100 924	91,34
Zemědělství	19 867	4 075	23 942	88,72
Celkem	**245 691**	**40 018**	**285 709**	**54,54**

Zdroj: Propočty MPO z údajů ČSÚ (2008)

Příloha 3

STRUKTURA OTÁZEK

Při rozhovorech s podnikateli jsem se držela struktury těchto otázek:

1. Název firmy
2. Sídlo firmy
3. Předmět podnikání
4. Počet zaměstnanců
5. Víte, co je klastr?
6. Jste členy nějakého klastru?

ANO

7. Jakého klastru?
8. Jak dlouho jste členy klastru?
9. Jak jste se dozvěděli o možnostech vstupu do tohoto klastru?
10. Jste spokojeni s členstvím v klastru?
11. Jaké výhody Vám přináší toto členství?
12. Doporučujete dalším podnikům vstoupit do klastru?

NE

7. Proč ne?
8. Měl/a byste zájem získat informace?
9. Máte dostatek informací o výhodách členství v klastru?
10. Víte, kde tyto informace získat?