

**JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA**

Studijní obor: Provozně podnikatelský obor

Katedra: Katedra řízení

**ROZVOJ DROBNÉHO PODNIKÁNÍ
V PLZEŇSKÉM REGIONU**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Dagmar Bednářová, CSs.

Autor:

Miluše Urbanová

2007

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zemědělská fakulta
Katedra řízení
Akademický rok: 2004/2005

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Miluše URBANOVÁ**
Studijní program: **M4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Provozně podnikatelský obor**

Název tématu: **Rozvoj drobného podnikání v plzeňském regionu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Charakteristika:

Charakteristika drobného podnikání v plzeňském regionu, podmínky dalšího rozvoje, včetně využití programů podpory MSP

Cíl práce:

Analýza drobného podnikání v plzeňském regionu, charakteristika podmínek dalšího rozvoje, návrh vhodných programů podpory pro drobné podnikatele

Metodický postup:

Studium odborné literatury, analýza drobného podnikání v plzeňském regionu, návrh dalšího rozvoje drobných podniků včetně využití programů podpory MSP

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Metodika, 4. Charakteristika plzeňského regionu, 5. Analýza drobného podnikání v regionu, 6. Návrh rozvoje drobných podniků, 8. Závěr, 9. Přehled použité literatury, 10. Přílohy

Rozsah práce: 50 - 70 stran
Rozsah příloh: dle možností
Forma zpracování diplomové práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

BEDNÁŘOVÁ,D., PARMOVÁ,D.: Malé a střední podnikání, JU Zemědělská fakulta, 2003, s.96

KONEČNÁ, M.: Bariery rozvoje drobného podnikání, VŠE Praha, 1992, s.166

Odborné časopisy: Ekonom, Hospodářské noviny, Moderní řízení
Zákon č.47/2002Sb. O podpoře malého a středního podnikání

Vedoucí diplomové práce: Ing. Dagmar Bednářová, CSc.
Katedra řízení


Datum zadání diplomové práce: 15. března 2005

Termín odevzdání diplomové práce: 30. dubna 2007

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA
studijní oddělení
Studentská 13
370 05 České Budějovice


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

L.S.


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. března 2005

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „Rozvoj drobného podnikání v Plzeňském regionu“ vypracovala samostatně. Použitou literaturu a podkladové materiály uvádím v příloženém seznamu literatury.

V Českých Budějovicích 20. 4. 2007

.....

Poděkování:

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

Obsah

1. Úvod	9
2. Literární přehled	11
2.1 Definice malého a středního podnikání	11
2.2 Charakteristika a význam MSP	12
2.2.1 Výhody a nevýhody malého a středního podnikání.....	12
2.2.2 Ekonomický a sociální přínos malých a středních podnik	13
2.3 Bariéry rozvoje MSP v ČR	14
2.3.1 Legislativa a právo	14
2.3.2 Státní regulace.....	15
2.3.3 Získávání kapitálu.....	15
2.3.4 Daňový systém.....	15
2.4 Aktuální stav malého a středního podnikání v ČR	16
2.5 Daně v podnikání	17
2.5.1 Daň z příjmů	18
2.5.1.1 Daň z příjmů fyzických osob	18
2.5.1.2 Daň z příjmů právnických osob	20
2.6. Podpora malého a středního podnikání.....	21
2.6.1 Organizace poskytující služby podnikatelům	21
2.6.1.1 Vládní organizace	21
2.6.1.2 Nevládní organizace	25
2.6.1.3 Privátní organizace	27
2.6.2 Finanční programy podpory podnikání.....	27
2.6.2.1 Vládní podpora podnikání	27
2.6.2.2 Vládní podpora exportu	28
2.6.2.3 Privátní služby	29
2.7 Podpora malého a středního podnikání z úrovně EU	30
2.8 Marketingový výzkum.....	32
2.8.1 Proces marketingového výzkumu.....	33
2.8.2 Definování problémů, určení cílů a přínosu výzkumu	34
2.8.3 Zdroje dat.....	34
2.8.4 Technika sběru dat.....	34
2.8.5 Sestavení výběrových souborů	35

2.8.6	Sběr dat	36
2.8.6.1	Tvorba dotazníku	36
2.8.7	Zpracování a analýza dat	36
2.8.8.	Zpracování a prezentace závěrečné zprávy	37
3.	Metodika	38
1.1	Cíl diplomové práce.....	38
1.2	Použité metody	38
1.3	Zdroje dat.....	39
1.4	Struktura diplomové práce.....	39
4.	Charakteristika regionu – Plzeňský kraj.....	41
4.1	Administrativní vymezení kraje jako vyššího územně samosprávného celku	42
4.2	Administrativní vymezení kraje pro potřeby hospodářské a sociální politiky	42
4.3	Obecná charakteristika Plzeňského kraje.....	42
4.4	Hospodářská charakteristika kraje	43
4.5	Infrastruktura	46
4.6	Cestovní ruch	46
5.	Využití OP průmysl a podnikání v Plzeňském kraji.....	47
5.1	Obecný popis	47
5.2	Porovnání využití OP v Plzeňském kraji s ostatními kraji v ČR	49
5.3	Financování MSP z Operačních programů	52
6.	Analýza podmínek rozvoje MSP.....	54
6.1	Charakteristika respondentů	54
6.2	Výsledky dotazníkového šetření.....	56
6.3	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	68
7.	Návrhy a doporučení	70
8.	Závěr	72
9.	Summary.....	75
10.	Seznam použité literatury.....	76
11.	Rejstřík tabulek, grafů a obrázků	79
12.	Seznam zkratk	81
13.	Seznam příloh.....	83

1. ÚVOD

Malé a střední podnikání je důležitou součástí hospodářského prostředí v každé ekonomice. Je důležité uvědomit si, že právě toto podnikání příznivě ovlivňuje sociální a ekonomický rozvoj společnosti.

Evropská unie považuje tento sektor za páteř evropské ekonomiky a hybnou sílu inovací, zaměstnanosti a sociální integrace. Česká republika se již stala 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 jednotlivých regionů.

Úloha malých a středních podniků je nezastupitelná pro jejich schopnost absorbovat rozhodující část pracovní síly, zmírňovat negativní důsledky strukturálních změn, vytvářet podmínky pro zavádění nových inovací, technologických postupů a příznivě ovlivňovat strukturu trhu. Malé a střední podnikání může poskytnout spotřebiteli možnost volby a prosadit se v segmentu, který je pro velké podniky nevhodný a neatraktivní. V této souvislosti se zdůrazňuje zejména jejich rychlé přizpůsobení a flexibilita, která je motorem k inovacím a změnám.

Na druhé straně se ale MSP potýká s celou řadou bariér, ke kterým především patří komplikovaná legislativa, administrativní problémy, nedostatečná orientace na zahraničních trzích, nedostatek právních, ekonomických, technických a manažerských kapacit. Slabou stránkou je také obtížný přístup k finančním zdrojům. Zejména malé podniky mají omezený a ztížený přístup ke zdrojům financování. Narážejí na váhavost a nezkušenost bankovního sektoru při poskytování kapitálu k financování MSP.

Jejich nezastupitelnost v ekonomice na jedné straně a jejich malá ekonomická síla na straně druhé si vyžaduje, aby byla věnována jejich podpoře velká pozornost. Aktuální podpory můžeme rozdělit na 2 části. První část tvoří podpory poskytované malým a středním podnikům ze státního rozpočtu ČR, jejichž rozdělování probíhá především prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu. Druhou částí je podpora spolufinancování z fondů EU.

Klíčovou roli pro dostatečné využívání podpor podnikateli hraje dostupnost přesných a aktuálních informací o možnostech získání podpory. Ta předpokládá na jedné straně aktivní přístup podnikatelů a na straně druhé maximální otevřenost, vstřícnost a podporu ze strany státu a institucí pověřených zprostředkováním podpory a poskytnutých informací.

Programy na podporu malých a středních podniků vznikly již v roce 1992, od té doby došlo k mnohým změnám, počet podporovaných oblastí se významně rozšířil, objem poskytovaných prostředků se zvýšil. Tento vývoj dokazuje, že si vláda důležitou úlohu malých a středních podnikatelů v ekonomice uvědomuje.

V sektoru malých a středních podniků lze ve střednědobém časovém horizontu tj. plánovací období EU (2007-2013) očekávat projevy důležitých vývojových tendencí. Mezi tyto tendence bude patřit sílení konkurence, především na trhu průmyslových a zemědělských výrobků, bude se zvyšovat význam malých a středních podniků pro podporu atraktivnosti života na venkově a v menších městech, průměrná velikost podniků ze segmentu MSP se bude zvyšovat. Ale na druhou stranu se budeme potýkat s celou řadou bariér jako je nedostatek kvalifikovaných pracovníků především v oblasti výroby, obchodu, výzkumu a vývoje. Výrazně se budou zvyšovat náklady na ochranu majetku.

2. LITERÁRNÍ PŘEHLED

2.1 Definice malého a středního podnikání

Malé a střední podnikání (MSP) bylo do 31.12.2004 definováno v legislativě ČR za účelem jeho podpory vládou ČR Zákonem o podpoře MSP č. 47/2002. Od 1.1. 2005 je účinná nová definice v Příloze I nařízení Komise ES č. 364/2004, kterým se mění nařízení Komise ES č. 70/2001.

Česká republika se tak přiklonila k doporučení Evropské komise a přiklání se k aktuální definici MSP platné v EU. Rámcově lze říci, že změna je ve zrušení platnosti údajů v Kč a jejich nahrazení hodnotami udávanými pouze v EUR, uvádí internetový portál BUSINESSINFO (<http://businessinfo.cz>).

U nové definice zůstává zachováno rozdělení podniků podle počtu zaměstnanců i kritérium nezávislosti, mění se hranice aktiv a obratu jak je naznačeno níže:

Typy podniků

Střední podnik

- hranice obratu = 50mil. EUR (dříve 40mil. EUR což bylo přibližně 1.450mil. Kč);
- hranice aktiv = 43mil. EUR (dříve 27mil. EUR což bylo přibližně 980mil.Kč);
- méně než 250 zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek ;
- kritérium nezávislosti = 25% nebo více kapitálu nebo hlasovacích práv nesmí vlastnit jeden podnik nebo více podniků, které nesplňují kritéria MSP.

Malý podnik

- hranice obratu = 10mil. EUR (dříve 7mil. EUR což bylo přibližně 250mil. Kč);
- hranice aktiv = 10mil. EUR (dřív 5mil. EUR což bylo přibližně 180mil. Kč);
- méně než 50 zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek;
- kritérium nezávislosti = 25% nebo více kapitálu nebo hlasovacích práv nesmí vlastnit jeden podnik nebo více podniků, které nesplňují kritéria MSP.

Drobný podnikatel (mikropodnik)

- hranice obratu = 2mil. EUR (nebylo - nyní nové);
- hranice aktiv = 2mil. EUR (nebylo - nyní nové);
- méně než 10 zaměstnanců v přepočtu na plný pracovní úvazek;
- kritérium nezávislosti = 25% nebo více kapitálu nebo hlasovacích práv nesmí vlastnit jeden podnik nebo více podniků, které nesplňují kritéria MSP.

2.2 Charakteristika a význam MSP

Úloha malých a středních podniků je v každé tržní ekonomice nezastupitelná. Jsou významným protipólem k monopolním tržním subjektům a tendencím. Malý podnik působí jako konkurent, neboť je většinou rychlejší a pohotovější v reakci na změny poptávky. Škála nabídky je rozmanitější a lépe reaguje na subjektivní přání při uspokojování konkrétních potřeb. Malé a střední podniky svojí přizpůsobivostí podněcují k inovacím a rychlejším změnám výrobních i obchodních struktur. Tato přizpůsobivost společně s určitou flexibilitou vedou ve svém celkovém souhrnu k odolnosti ekonomiky proti konjunkturálním vlivům a zajišťují vysoký podíl zaměstnanosti, což je důležité i z pohledu regionálního. Jejich rychlejší i snadnější vznik dokáže pružněji řešit napětí na trhu práce. Zároveň představují velký přínos do příjmové stránky veřejných rozpočtů, zejména měst a obcí.

VEBER, SRPOVÁ (2005) uvádějí: Význam MSP pro národní hospodářství spočívá především v oblasti vytváření nových pracovních příležitostí a také v jejich nezastupitelné funkci při zvětšování různorodosti nabídky zboží a služeb, kterou nemohou zajistit jen velké společnosti.

2.2.1 Výhody a nevýhody malého a středního podnikání

MALACH (2005) uvádí: Malé a střední podniky disponují na domácím trhu i na zahraničních trzích řadou výhod oproti velkým podnikům. Na druhou stranu, z některých hledisek je jejich postavení nevýhodné. Mezi hlavní výhody malých a středních podniků patří:

- pružné reagování za změny;
- inovační kreativita;
- vytváření nových pracovních příležitostí;

- odolnost proti hospodářské recesi;
- rychlost přijímání podnikatelských rozhodnutí.

Vedle uvedených předností, provázejí existenci malých a středních podniků i některé nevýhody vůči velkým podnikům. Lze uvést především:

- omezené možnosti zaměstnávání odborníků ve správě;
- menší finanční síla;
- vyšší intenzita práce a méně příznivé pracovní podmínky;
- omezené možnosti získávání výhod z rozsahu produkce;
- omezené možnosti na propagaci a reklamu;
- obtížnější přístup k poskytovaným úvěrům (méně výhodné podmínky).

2.2.2 Ekonomický a sociální přínos malých a středních podniků

Podle MALACHA (2005) vlastníci malých a středních podniků tvoří součást vrstvy obyvatelstva označované jako střední stav, který je považován za pilíř stability tržního hospodářství. S ohledem na tuto skutečnost můžeme odvozovat další pozitivita pro ekonomiku a společnost vyplývající z existence MSP.

Ekonomický a sociální přínos MSP je možno charakterizovat následujícími schopnostmi:

- zmírňovat negativní důsledky strukturálních změn;
- působit jako subdodavatelé velkých podniků;
- vytvářejí podmínky pro vývoj a zavádění nových technologií;
- vytvářejí pracovní příležitosti za nízkých kapitálových nákladů;
- rychleji se adaptují na požadavky a výkyvy trhu, jsou zdrojem inovace a technologického pokroku;
- zaměstnávají téměř 60 % aktivních pracovníků;
- podílejí se více než na polovině HDP;
- vyplňují okrajové oblasti trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé;
- decentralizují podnikatelské aktivity a napomáhají tak rychlejšímu rozvoji regionů, menších měst a obcí.

VEBER, SRPOVÁ (2005) uvádějí: Je nespornou skutečností, že ve struktuře všech podniků tvoří malé a střední podniky drtivou většinu. V Evropě operuje 19 miliónů malých a středních podniků, které představují 99,8 % všech podniků v EU a zaměstnávají více než 74 milionů lidí.

2.3 Bariéry rozvoje MSP v ČR

Administrativní a byrokratická zátěž podnikatelů je tématem, které je často diskutováno v komerční sféře, na vládní úrovni i v samosprávných orgánech. Všichni se shodují, že pro rozvoj ekonomiky je naprosto klíčové, aby podnikatelé měli pro své aktivity “vlídné” prostředí, které jim umožní věnovat se skutečně vlastnímu předmětu činnosti a nikoliv ztrácet čas z jejich pohledu neproduktivními úkony a procedurami. Tato situace je nejsvízelnější zejména pro malé a střední podniky, které si nemohou dovolit zaměstnávat příslušné režijní pracovníky nebo platit externí služby. Pro odstranění byrokratické zátěže podnikatelů se již vykonalo mnohé – některé konkrétní podněty podala Hospodářská komora a podnikatelské svazy, řada opatření se zrodila i ve vládní Radě pro rozvoj podnikatelského prostředí (zejména projekt ZAP – Zjednodušení administrativních postupů při zahájení a v průběhu podnikání a vznik CRM – Centrálních registračních míst), do řešení se zapojila různá ministerstva. Musíme si ale uvědomit, že teprve přijetím příslušných zákonů je možno dosáhnout skutečné systémové změny administrativních postupů. Žádný, byť zcela logický a sebejednodušší úkon, nemůže úředník provést, pokud pro něj nemá oporu v zákoně (<http://www.mesec.cz>).

2.3.1 Legislativa a právo

BEDNÁŘOVÁ, PARMOVÁ (2003) uvádějí: Za velmi citlivou oblast je považována oblast legislativní a právní. Absence právního prostředí negativně ovlivňuje další vývoj malých a středních podniků. Jde hlavně o nedostatek právních jistot a nedostatečnou vymahatelnost práva. Zvláště banky mají obavu, zda dostanou peníze, poskytnuté k financování malých a středních podniků zpět. Právní předpoklady byly zajišťovány zákony, které můžeme členit do dvou skupin:

- zákony, které mají restituční charakter a zákony vztahující se k malé a velké privatizaci, jakož i transformační zákon o družstvech;

- zákony zabezpečující obnovu a fungování tržního systému (obchodní zákoník, živnostenský zákon aj.).

2.3.2 Státní regulace

Nadměrná regulace se podle MALACHA (2005) může stát překážkou např. u způsobu registrace a testování nového výrobku, normy na ochranu spotřebitelů, nařízení o ochraně životního prostředí. Nepromyšlené a neprovázané normy, nekonzultované s podnikatelskými organizacemi pak zbytečně omezují potenciál MSP.

2.3.3 Získávání kapitálu

MALACH (2005) uvádí: Nejzávažnější problém, se kterým se české MSP setkávají, je nedostatek a slabá dostupnost finančních zdrojů. Z hlediska malých a středních podniků se situace na úvěrovém trhu od prvních let transformace ekonomiky změnila. Po počátečním liberálnějším přístupu k úvěrům se velké komerční banky vzdalují začínajícím podnikatelům, kteří stále ještě preferují především krátkodobé a vysoké úvěry. Částečným řešením otázky nízkého přístupu ke kapitálu jsou programy pro malé a střední podniky garantované státem.

2.3.4 Daňový systém

Na malé a střední podnikání působí nejen výše daní, ale také byrokratičnost, transparentnost a složitost systému. V současné době existuje trend snižování všeobecné daně ze zisku společnosti, která postupně klesala ze 45 % v roce 1993 na 24 % v roce 2006. Na druhé straně nepřímé daně zůstávají vysoké. Neustálá novelizace daňových zákonů má i svou stinnou stránku zejména u malých podnikatelů. Při jejich aplikaci dochází ke zvyšování časové a administrativní náročnosti a ve svém důsledku i k růstu nákladů (<http://www.finance.cz>).

2.4 Aktuální stav malého a středního podnikání v ČR

Z tabulky 1 můžeme vyvodit, že charakteristickým rysem malého a středního podnikání je veliká rozmanitost předmětu podnikání, tzn. působení v široké škále odvětví. Nejvíce se MSP podílí v oblasti obchodu, služeb a průmyslu, nejméně v peněžnictvím. Je důležité zdůraznit, že podíl MSP na celkovém počtu podniků v ČR

překračuje 99 %, a to všech odvětvích. Nejvýznamnějším je tato převaha v obchodu, pohostinství a službách.

Tabulka 1 - Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků v roce 2005

2005	Počet aktivních subjektů			podíl počtu MSP na celkovém počtu podniků v ČR (%)
	právnícké osoby 0 - 249 zam.	fyzické osoby 0 - 249 zam.	celkem MSP	
Průmysl	25 959	133 884	159 843	99,42
Stavebnictví	6 581	96 869	103 450	99,93
Obchod	43 280	190 048	233 328	99,94
Pohostinství	5 067	43 631	48 698	99,96
Doprava	5 880	40 556	46 436	99,79
Peněžnictví	1 019	14 684	15 703	99,82
Služby	52 957	289 761	342 718	99,95
Zemědělství	2 492	41 044	43 536	99,92
Celkem	143 235	850 477	993 712	99,85

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ, 2006

Dalším vhodným ukazatelem vlivu MSP na národní hospodářství je počet zaměstnaných osob v MSP viz tabulka 2. Malé a střední podniky s počtem méně než 250 zaměstnanců ve všech odvětvích národního hospodářství ČR zaměstnávaly v roce 2005 61,79 % z celkového počtu zaměstnanců těchto odvětví. V tabulce 2 jsou patrné výrazné rozdíly mezi jednotlivými odvětvími. Na jedné straně v obchodě, pohostinství a zemědělství překračuje tento poměr 80 %, ovšem na druhé straně v peněžnictví a v dopravě se pak toto číslo pohybuje pod úrovní 40 %.

Tabulka 2 - Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v roce 2005

2005	Počet zaměstnanců (tis.)			Podíl zaměstnanců v MSP na celkovém počtu v ČR (%)
	právnícké osoby 0 - 249 zam.	fyzické osoby 0 - 249 zam.	celkem MSP	
Průmysl	553	108	661	49,96
Stavebnictví	126	50	176	78,92
Obchod	281	112	393	77,06
Pohostinství	48	56	104	88,89
Doprava	71	30	101	34,95
Peněžnictví	12	1	13	20,00
Služby	284	79	363	78,74
Zemědělství	107	16	123	86,62
Celkem	1 482	452	1 934	61,79

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ, 2006

Zřejmě nejdůležitějším ukazatelem významu MSP v ekonomice je podíl na výkonu, který v roce 2005 dosáhl 52,27 % (viz tab.3). Mezi obory s největším podílem patří opět obchod, pohostinství, služby a zemědělství. Nejmenší přínos k výkonu ekonomiky mají MSP v oblasti peněžnictví.

Tabulka 3 - Výkony malých a středních podniků v roce 2005

2005	Výkony (mil. Kč)			podíl výkonů v MSP na celku v ČR (%)
	právnícké osoby 0 - 249 zam.	fyzické osoby 0 - 249 zam.	celkem MSP	
Průmysl	1 016 931	150 039	1 166 970	36,45
Stavebnictví	251 028	66 033	317 061	63,47
Obchod	414 237	107 273	521 510	82,54
Pohostinství	42 550	43 980	86 530	88,49
Doprava	176 417	69 751	246 168	48,07
Peněžnictví	36 715	5 875	42 590	21,61
Služby	476 224	153 495	629 719	88,03
Zemědělství	100 246	26 174	126 420	86,68
Celkem	2 514 348	622 620	3 136 968	52,27

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ, 2006

Z uvedených údajů vyplývá, jak důležité místo malé a střední podniky v ekonomice a společnosti zastávají.

2.5 Daně v podnikání

Celý daňový systém v ČR je upraven soustavou zákonů. Jedná se o tyto zákony ve znění pozdějších novelizací:

- Zákon č.586/1992 Sb., o daních z příjmů;
- Zákon č.593/1992 Sb., o rezervách pro zajištění základu daně z příjmů;
- Zákon č.235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty;
- Zákon č.338/1992 Sb., o dani z nemovitostí;
- Zákon č.357/1992 Sb., o dani dědické, dani darovací a dani z převodu nemovitostí;
- Zákon č.16/1993 Sb., o dani silniční.

Daňový systém obsahuje tyto daně viz tabulka 4.

Tabulka 4 - Soustava daní v ČR - 2006

Přímé daně	Nepřímé daně
daň z příjmů fyzických osob	daň z přidané hodnoty
daň z příjmů právnických osob	daň spotřební
daň z nemovitostí	
daň silniční	
daň darovací	
daň dědická	
daň z převodu nemovitostí	

Zdroj: [http:// www.mesec.cz](http://www.mesec.cz), 2006

V další části je specifikována pouze daň z příjmů fyzických a právnických osob.

2.5.1 Daň z příjmů (<http://www.finance.cz>)

Daň z příjmu je jednou z hlavních příjmových položek státního rozpočtu. Upravuje ji Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu, který ji rozlišuje na dvě základní kategorie:

- daň z příjmů fyzických osob;
- daň z příjmů právnických osob.

2.5.1.1 Daň z příjmů fyzických osob

Daň z příjmů fyzický osob vymezuje část I. (§2 – 16) zákona č.586/1992 Sb., o daních z příjmů.

Poplatníci (§2) (<http://www.finance.cz>)

Poplatníky daně z příjmů fyzických osob jsou fyzické osoby, které mají na území České republiky bydliště nebo se zde obvykle zdržují (pobývají zde alespoň 183 dnů v příslušném kalendářním roce). Daňová povinnost se vztahuje jak na příjmy plynoucí ze zdrojů na území České republiky, tak i na příjmy plynoucí ze zdrojů v zahraničí. V případě, že osoby nesplňují výše uvedenou podmínku, mají daňovou povinnost pouze z příjmů plynoucí ze zdrojů na území České republiky.

Předmětem daně z příjmů fyzických osob jsou:

- příjmy ze závislé činnosti a funkční požitky (§ 6);
- příjmy z podnikání a z jiné samostatné výdělečné činnosti (§ 7);
- příjmy z kapitálového majetku (§ 8);
- příjmy z pronájmu (§ 9);

- ostatní příjmy (§ 10).

Osvobození od daně

Od daně z příjmů je řada příjmů na které se nevztahuje daňová povinnost. V § 4 zákona je výčet všech příjmů osvobozených od daně.

Nezdanitelné části základu daně

Od základu daně lze odečíst některé položky, které jsou ze zákona nezdanitelné. Podrobný popis všech těchto částek je v § 15 zákona o daních z příjmů. Nejpoužívanější položky:

1. dary jejíž hodnota musí přesáhnout **2 % ze základu daně** nebo činit **1 000 Kč**, v úhrnu lze odečíst **nejvýše 10 %** ze základu daně;
2. úroky zaplacené ve zdaňovacím období z úvěru ze stavebního spoření nebo hypotečního úvěru poskytnutého na bytové potřeby, max. ve **výši 300 000 Kč**;
3. příspěvky zaplacené poplatníkem na penzijní připojištění se státním příspěvkem, částka, kterou lze odečíst se rovná celkově zaplaceným příspěvkům sníženým o **6 000 Kč**. Max. výše činí **12 000 Kč**;
4. pojistné zaplacené poplatníkem v kalendářním roce na jeho soukromé životní pojištění. max. lze odečíst **12 000 Kč**.

Odečitatelné položky

Položky odečitatelné od základu daně jsou uvedeny v § 34 zákona o daních z příjmů.

Sazba daně

Daňová povinnost se vypočítá ze základu daně sníženého o nezdanitelnou část základu daně a odečitatelné položky. Daň zaokrouhluje na celé sto koruny dolů.

Sazby daně z příjmů fyzických osob vymezuje tabulka 5.

Tabulka 5 - Sazby daně z příjmů fyzických osob – 2006

Základ daně od Kč	Základ daně do Kč	Daň	Ze základu přesahující Kč
0	121 200	12%	0
121 200	218 400	14 544 Kč + 19%	121 200
218 400	331 200	33 012 Kč + 25%	218 400
331 200	a více	61 212 Kč + 32%	331 200

Zdroj: <http://www.mesec.cz>, 2006

2.5.1.2 Daň z příjmu právnických osob

Daň z příjmů právnických osob konkrétně vymezuje část II. (§17 – 21) zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu.

Poplatníci (§17) (<http://finance.cz>)

Poplatníky daně z příjmů jsou osoby, které nejsou fyzickými osobami. Od daně je však osvobozena Česká centrální banka. V případě, že poplatníci mají sídlo společnosti v České republice, musí zdanit příjmy plynoucí z tuzemska i zahraničí. Pokud je sídlo společnosti v cizině, zdaní se pouze příjmy z České republiky

Zdaňovacím obdobím je:

- kalendářní rok;
- hospodářský rok;
- období od rozhodného dne fúze nebo převodu jmění na společníka anebo rozdělení obchodní společnosti nebo družstva do konce kalendářního nebo hospodářského roku;
- účetní období, pokud je toto účetní období delší než nepřetržitě po sobě jdoucích dvanáct měsíců.

Předmět daně

Všeobecně lze říct, že předmětem daně jsou příjmy (výnosy) z veškeré činnosti a z nakládání s veškerým majetkem. Existuje však spousta výjimek a zvláštností, na které upozorňuje § 18 **Zákona o daních z příjmů**.

Sazba daně

Sazba daně činí 24 %. Tato sazba se vztahuje na základ daně snížený o položky snižující základ daně (§ 20) a položky odečitatelné od základu daně (§ 34). Základ daně se zaokrouhluje na celé tisícikoruny dolů.

Tabulka 6 udává vývoj sazby daně z DPO. Můžeme vidět, že došlo ke snížení daně o 9 % od roku 1999 do roku 2006.

Tabulka 6 - Vývoj sazby daně z DPO

Rok	Sazba daně
2006	24%
2005	26%
2004	28%
2003	31%
2002	31%
2001	31%
2000	31%
1999	35%

Zdroj: <http://www.ucetnisvet.cz>, 2006

2.6. Podpora malého a středního podnikání

MALACH (2005) uvádí: Prostředí permanentních změn ve vývoji ekonomiky vyžaduje, aby podnikatelé reagovali včas a odpovídajícím způsobem na nové situace, na dynamiku a tendence vývoje. Taková orientace není snadná, a proto je v ČR síť podpůrných organizací.

Z hlediska původu můžeme organizace rozdělit do tří skupin:

- vládní organizace zaměřené na poskytování různých služeb podnikatelům;
- nevládní organizace na bázi neziskových organizací;
- podnikatelské subjekty.

2.6.1 Organizace poskytující služby podnikatelům

2.6.1.1 Vládní organizace

Vládní instituce, zejména Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO), vytvořily řadu institucí, které mají poskytovat zvýhodněné poradenské služby i podnikatelům ze sektoru malého a středního podnikání. Tyto programy mají celostátní působnost.

Vedle toho z úrovně Ministerstva pro místní rozvoj (MMR) jsou iniciovány programy podpory určené příslušným regionům, popř. přeshraniční spolupráci.

CzechInvest (<http://www.euroskop.cz>)

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Vznikla 2. ledna 2004 sloučením s dalšími dvěma agenturami ministerstva – s Agenturou pro rozvoj podnikání (ARP) a Agenturou pro rozvoj průmyslu ČR (CzechIndustry).

Hlavním úkolem původního CzechInvestu, který byl založen v roce 1992, byla propagace České republiky jako ideálního místa pro zahraniční investice a současně podpora přílivu přímých zahraničních investic do České republiky.

Hlavním posláním nového CzechInvestu je podpora konkurenceschopnosti českých podnikatelů. Zejména se jedná o podporu zpracovatelského průmyslu a inovací (inkubátory, vědeckotechnologické parky) prostřednictvím Operačního programu Průmysl a podnikání Ministerstva průmyslu a obchodu ČR.

K rozvoji domácích společností a vzniku nových firem přispívá CzechInvest prostřednictvím svých služeb, rozvojových programů a práce na zlepšování podnikatelského prostředí. Zároveň zůstává výhradním příjemcem žádostí o poskytnutí investičních pobídek a jeho úkolem i nadále zůstává získávání přímých zahraničních investic pro ČR.

V rámci zjednodušení komunikace mezi státem, podnikateli a EU tak vzniklo jedno kontaktní místo, kde domácí i zahraniční podnikatelé dostanou kvalitní informace o veškerých formách podpory podnikání v ČR a kde si mohou o jednotlivé druhy podpor také zažádat.

S cílem maximálně zjednodušit a zpřístupnit poskytování podpory pro malé a střední podnikatele ve zpracovatelském průmyslu otevřel CzechInvest 13 regionálních poboček na úrovni krajů. Pracovníci těchto regionálních kanceláří poskytují informace o strukturálních fondech EU a systému státní podpory, pomáhají při vyplňování žádostí o podporu, tyto žádosti přijímají a dohlédnou také na čerpání finančních prostředků pro jednotlivé projekty.

Regionální poradenská a informační centra (<http://www.euroskop.cz>)

V České republice existuje 26 regionálních poradenských a informačních center pro malé a střední podnikatele (MSP), které poskytují pro MSP cenově zvýhodněné služby podnikatelského poradenství, pomoc při vytváření podnikatelských plánů a realizačních projektů, zprostředkování bankovních úvěrů, vytváření nových pracovních míst. Tyto místa dále poskytují informace o možných programových podporách a podporách regionu, organizují vzdělávací semináře pro podnikatele apod. Poradenské a informační služby pro MSP jsou dotovány ze státního rozpočtu. RPIC poskytují služby zpravidla za snížené sazby.

Kvalitní poradenské a vzdělávací služby jsou zajišťovány sítí externích poradců fungující od roku 1993. Od ledna 2005 působí v síti 26 regionálních poradenských a informačních center (RPIC). RPIC jsou umístěna ve všech krajích ČR. Podnikatelé oceňují zejména dostupnost služeb a jejich kvalitu, která je zajištěna školením poradců.

Podnikatelská a inovační centra (<http://www.ekoinfo.cz>)

Činnost podnikatelských informačních center (BIC) je zaměřena na podnikatelské, technické a technologické poradenství, transfer technologií ze zahraničí a na realizaci výsledků výzkumu a vývoje s využitím možností Evropské sítě podnikatelských a inovačních center. Specifickou činností je podpora firem umístěných v tzv. podnikatelských inkubátorech. Pro začínající inovační firmy je poskytován zvýhodněný pronájem výrobních prostorů a další servis. BIC mají vazbu na vysoké školy nebo na velké průmyslové podniky.

CzechTrade (<http://www.czechtrade.cz>)

Česká agentura na podporu obchodu CzechTrade je příspěvkovou organizací Ministerstva průmyslu a obchodu ČR pověřenou realizací programů proexportní politiky vlády, schválené Parlamentem České republiky. Byla zřízena Rozhodnutím ministra průmyslu a obchodu ČR číslo 97/1997 k 1. květnu 1997. Jejím posláním je poskytování informačních, konzultačních, vzdělávacích a dalších podpůrných služeb zaměřených na zlepšování výsledků zahraničního obchodu České republiky, na podporu exportních aktivit českých podniků a firem v zahraničí a na vytváření příznivého proexportního prostředí.

Design centrum (<http://www.designcentrum.cz>)

Program napomáhá zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podnikatelů tvorbou špičkového designu, který zvyšuje konkurenční schopnost průmyslové produkce, ovlivňuje tvorbu pracovního a životního prostředí, podílí se na zvyšování úrovně hmotné kultury společnosti a ve svých důsledcích spoluvytváří životní styl.

Cílem programu je poskytovat podporu malým a středním podnikatelům při začleňování designu do jejich podnikatelské strategie, napomáhat při výběru vhodného designéra, vytvořit podmínky pro účinnou spolupráci designéra s podnikatelem, přispět na úhradu finančních nákladů na vytvoření autorského díla a propagovat takto vzniklé nové produkty s kvalitním designem.

Národní vzdělávací fond (NVF) (<http://www.nvf.cz>)

Národní vzdělávací fond, o.p.s., (NVF) byl založen v roce 1994 Ministerstvem práce a sociálních věcí České republiky s podporou Evropské komise. Posláním NVF je zejména podpora konkurenceschopnosti českých firem a růst zaměstnanosti prostřednictvím zvyšování kvalifikace lidských zdrojů a rozvojem celoživotního učení.

NVF vyvíjí činnost především ve dvou základních směrech:

- odborná činnost strategická a analytická;
- řízení a implementace programů spolupráce s Evropskou unií.

Centrum pro regionální rozvoj ČR (CRR ČR) (<http://www.ccr.cz>)

Centrum pro regionální rozvoj ČR (CRR ČR) je státní příspěvková organizace, založená Ministerstvem pro místní rozvoj, která již od roku 1997 aktivně podporuje regionální politiku vlády, přeshraniční spolupráci a implementaci programů a projektů Evropské unie v ČR. Centrum koncentruje informace o možnostech podpory regionálního rozvoje zejména ze zdrojů EU a nabízí pomoc při zpracování příslušných žádostí, dokumentace apod. související s tímto typem podpory.

Informační portály

Vedle dílčích informačních zdrojů uvedených na webových stránkách příslušných vládních institucí existují samostatné státní informační portály určené podnikatelské veřejnosti.

- *Integrovaný systém informací pro podnikání a export* –
www.businessinfo.cz – portál má být vstupní branou a jednotným on-line informačním místem na internetu pro podnikatele a exportéry. Portál nabízí následující rubriky: legislativa, finance a daně, oborové informace, export, podpora podnikání, EU, ochrana spotřebitele, různé analýzy a studie.
- *Euro Info Centrum (EIC)* –
www.euroinfocentrum.cz - v současné době je na území ČR celkem 7 Euro Info Center, která jsou od roku 1999 plnoprávními členy evropské sítě EIC. Posláním EIC je podpora malého a středního podnikání prostřednictvím poskytování informačních a poradenských služeb.

2.6.1.2 Nevládní organizace

Hospodářská a agrární komora

Jde o instituce zřízené ze zákona 301/1992 Sb., o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR. Obě komory plní úlohu jakési platformy, která pomáhá podnikatelům z nejrůznějších oblastí prosazovat jejich zájmy před státními orgány, poskytující svým členům informační a vzdělávací servis, pomáhají zprostředkovávat obchodní takty.

Obě komory založily Rozhodčí soud, který je určen k řešení obchodních sporů, jež mohou nastat mezi jejich členy.

Hospodářská komora (<http://www.hker.cz>)

Hospodářská komora České republiky (HK ČR) je subjektem zastupujícím podnikatelskou veřejnost v České republice a neodmyslitelnou součástí hospodářského života v ČR. Chrání zájmy svých členů – malých, středních a velkých podniků, sdružujících se v regionální síti komor a v živnostenských společenstvech. Hlavním posláním komory je prosazovat a podporovat opatření, která přispívají k rozvoji podnikání v ČR a tím i k celkové ekonomické stabilitě státu.

Po politických a ekonomických změnách v České republice se Hospodářská komora ČR transformovala v samostatnou instituci, která se stala respektovanou a nedílnou součástí českého ekonomického systému.

Pro tisíce podnikatelů je vyhledávaným servisním místem. Poskytuje své členské základně i podnikatelské veřejnosti poradenské a konzultační služby v otázkách spojených s podnikatelskou činností, organizuje v rámci své působnosti vzdělávací činnost, spolupracuje s orgány státní správy a místních samospráv, zabezpečuje propagaci a šíření informací o podnikatelské činnosti svých členů, zřizuje v rámci své působnosti zařízení s institucemi na podporu rozvoje podnikání a vzdělanosti.

V současné době má HK ČR celkem 14 regionálních hospodářských komor v působnosti krajů a desítky oblastních komor aktivně působících v jednotlivých oblastech po celé České republice a více než 80 živnostenských společenstev. Díky této regionální a oborové síti je HK ČR schopna poskytnout široké podnikatelské veřejnosti (členům i nečlenům) služby odpovídající standardům hospodářských komor v zemích EU.

Agrární komora (AK) (<http://www.agrocr.cz>)

Agrární komora svými aktivitami slouží podnikatelům v zemědělství, potravinářství a lesnictví. K podpoře podnikání plní obdobné funkce jako hospodářská komora, navíc sleduje a vydává stanoviska k problematice ochrannářských tendencí týkajících se trhu se zemědělskými produkty a potravinami.

Svaz obchodu ČR (<http://www.ospo.cz>)

Svaz obchodu je vrcholové, nezávislé, dobrovolné a otevřené zájmové sdružení, reprezentující svazy, asociace, velké retailingové a distribuční společnosti, spotřební družstva, obchodní aliance a franchisingové sítě, malé a střední firmy obchodu, pohostinství, cestovního ruchu a souvisejících služeb na českém trhu. Je zastáncem podnikatelských zájmů a potřeb a nabízí řadu služeb pro podnikatele z odvětví obchodu, pohostinství a ubytování a cestovního ruchu.

Další významné nevládní instituce jsou:

Svaz průmyslu a dopravy ČR, Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR, Sdružení podnikatelů České republiky (SP ČR), Centrum pro

evropskou integraci (CEBRE), Asociace inovačního podnikání ČR (AIP), Společnost vědeckotechnických parků ČR, České inovační centrum (CIRC – Czech Innovation Relay Centre).

2.6.1.3 Privátní organizace

VEBER, SRPOVÁ (2005) uvádějí: Vedle vládních a neziskových organizací existuje na trhu velké množství podnikatelských subjektů, které nabízejí začínajícím a fungujícím podnikatelským subjektům řadu služeb, jež zasahují do různých sfér podnikání. K početným typům poradenských služeb bezesporu patří vedení účetnictví, daňové poradenství, zabezpečení požadavků bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, právní konzultace apod.

2.6.2 Finanční programy podpory podnikání

2.6.2.1 Vládní podpora podnikání

Podpora podnikání je podle zákona č.47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání poskytnuta pro podnikatelské projekty, které mají charakter průmyslové, stavební nebo řemeslné výroby, služeb (včetně zdravotnických a lékařských) a obchodu. Zároveň se požaduje, aby byly realizovány na území ČR.

Forma podpory:

- záruka za bankovní úvěry, za leasing a návrhy na účast v obchodní veřejné soutěži;
- příspěvky na úhradu úroků z bankovních úvěrů;
- úvěry se sníženou úrokovou sazbou;
- návratné finanční výpomoci;
- příspěvky a dotace.

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. (ČMZRB)

ČMZRB je rozvojovou bankou České republiky. Napomáhá v souladu se záměry hospodářské politiky vlády České republiky a regionů rozvoji malého a středního podnikání, infrastruktury a dalších sektorů ekonomiky vyžadujících veřejnou podporu. Banka poskytuje podpory malým a středním podnikatelům formou záruk

a zvýhodněných úvěrů s využitím prostředků státního rozpočtu, strukturálních fondů a krajů (<http://www.cmrzb.cz>).

2.6.2.2 Vládní podpora exportu

Česká exportní banka, a.s. (ČEB)

Česká exportní banka, a.s. (ČEB) je specializovaná bankovní instituce pro státní podporu vývozu přímo a nepřímo vlastněná státem. Vznikla v roce 1995 a tvoří nedílnou součást systému státní proexportní politiky. Posláním ČEB je poskytovat státní podporu vývozu, a to poskytováním a financováním vývozních úvěrů a dalších služeb s vývozem souvisejících. ČEB tak doplňuje služby nabízené domácí bankovní soustavou o financování vývozních operací vyžadující dlouhodobé zdroje financování za úrokové sazby a v objemech, které jsou pro vývozce na bankovním trhu ve stávajících tuzemských podmínkách jinak nedosažitelné. Umožňuje tím českým vývozcům vstupovat do soutěže na mezinárodním trhu za podmínek srovnatelných s těmi, které využívá jejich hlavní zahraniční konkurence (<http://www.ceb.cz>).

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP)

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP) vznikla v červnu 1992 jako státní úvěrová pojišťovna se zaměřením na pojišťování vývozních úvěrů proti teritoriálním a komerčním rizikům spojeným s vývozem zboží a služeb z České republiky. Společnost EGAP se stala součástí systému státní podpory exportu a poskytuje pojišťovací služby všem vývozcům českého zboží bez rozdílu jejich velikosti, právní formy a objemu pojištěného vývozu.

V souladu se zákonem č. 58/1995 Sb., o pojišťování a financování vývozu se státní podporou, ve znění pozdějších předpisů, je EGAP akciovou společností plně vlastněnou státem. Česká republika svá akcionářská práva vykonává prostřednictvím ústředních orgánů státní správy (Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zemědělství ČR a Ministerstvo zahraničních věcí ČR). Rozhodující činností společnosti je pojišťování vývozních úvěrů proti vývozním úvěrovým rizikům, tj. teritoriálním rizikům a kombinaci teritoriálních a tržně nezajistitelných komerčních rizik.

Tento typ pojištění je realizován se státní podporou, která spočívá zejména:

- ručení státu za závazky EGAP vzniklé z pojistných smluv;

- z pojištění vývozních úvěrových rizik.

Druhou oblastí činnosti EGAP je pojišťování tuzemských pohledávek. Jde o pojišťování proti krátkodobým komerčním rizikům nezaplacení v důsledku platební neschopnosti nebo platební nevůle domácího nebo zahraničního kupujícího. Toto pojištění provádí EGAP na vlastní účet na komerční bázi, se zajištěním prostřednictvím zajišťovatelství s předními evropskými zajišťovkami. Tato činnost je vyloučena z jakékoliv podpory státu (<http://www.egap.cz>).

2.6.2.3 Privátní služby

VEBER, SRPOVÁ (2005) uvádějí: Finanční produkty z privátních zdrojů jsou pochopitelně realizovány na komerčním principu a v rozhodující většině je nabízí banky se zaměřením na financování podnikatelských aktivit malým a středním podnikům.

Většina bankovních institucí prakticky všem podnikatelským subjektům nabízí vedení **běžných účtů** (vedených jak v tuzemské, tak zahraniční měně).

Poměrně vstřícně se chová řada bankovních institucí k poskytování **kontokorentního úvěru**, určeného k překlenutí výkyvů cash flow, doplnění zásob, drobných oprav apod. Vyřízení kontokorentu je zpravidla operativní a jejich objem se pohybuje až do výše půl milionu korun. Kladem je, že podnikatelé nejsou výrazněji limitováni v použití finančních prostředků. Po splacení úvěru se tato úvěrová linka obvykle automaticky obnovuje. Nevýhodou je poměrně vysoká úroková sazba.

V současnosti řada bank nabízí různé **podnikatelské úvěry** a jejich snahou je i eliminovat některé nedostatky, které byly v minulosti podnikateli kritizovány – dlouhá doba vyřízení úvěru, náročné administrativní řízení, záruky nemovitostmi, vysoké minimální částky poskytnutých úvěrů. Doba vyřízení úvěru se v současnosti výrazně zkrátila. Některé bankovní domy jsou schopny menší úvěr (do 1 mil. Kč) schválit do tří dnů, větší úvěry do týdne. Některé bankovní domy dokonce nabízí malým a středním podnikatelům při splnění určitých podmínek i jisté zvýhodnění úrokových sazeb (<http://www.finance.cz>).

Velice rozšířeným instrumentem, který nabízí finanční instituce, je **leasing**. Ačkoliv obvykle vychází draž než klasický úvěr, díky jednoduššímu vyřizování, příznivým daňovým podmínkám je podnikateli často upřednostňován před klasickým úvěrem.

2.7 Podpora malého a středního podnikání z úrovně EU

Operační program Podnikání a inovace (OPPI), který je hlavním programovým dokumentem realizace politiky hospodářské a sociální soudržnosti v sektoru průmyslu a významným nástrojem realizace Koncepce rozvoje malého a středního podnikání na období 2007-2013 schválené usnesením vlády České republiky č. 392/2006.

Operační program Podnikání a inovace navazuje na **Operační program Průmysl a podnikání (OPPP)**, který byl vyhlášen po vstupu České republiky do Evropské unie pro zkrácené programovací období let 2004-2006. OPPI byl vytvořen v návaznosti na hlavní strategické dokumenty ČR (Strategie hospodářského růstu ČR, Strategie regionálního rozvoje, Strategie udržitelného rozvoje, Národní inovační politika, apod.). OPPI je v souladu s Obecnými zásadami pro politiku soudržnosti Evropské unie 2007–2013 (Strategické obecné zásady Společenství, 2007–2013) a rozpracovává významnou část strategického cíle Národního rozvojového plánu ČR 2007 – 2013 „Konkurenceschopná česká ekonomika“.

OPPI bude realizován v rámci cíle "Konvergence" a bude se vztahovat na celé území České republiky s výjimkou hlavního města Prahy. Spolufinancován bude z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF).

Globálním cílem OPPI je zvýšit do konce programovacího období konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb úrovni předních průmyslových zemí Evropy

OPPI je zaměřen na zvýšení konkurenceschopnosti sektoru průmyslu a podnikání, udržení přitažlivosti České republiky a jejích regionů a měst pro investory, na podporu inovací, urychlené zavádění výsledků výzkumu a vývoje do výrobní sféry, a to zejména stimulací poptávky po výsledcích výzkumu a vývoje, na komercializaci výsledků výzkumu a vývoje, na podporu podnikatelského ducha a růst hospodářství založeného

na znalostech pomocí kapacit pro zavádění nových technologií a inovovaných výrobků, včetně nových informačních a komunikačních technologií.

Ve shodě s prioritními rozvojovými cíli Národního strategického referenčního rámce ČR na období 2007 – 2013, na základě důkladné analýzy stavu podnikatelského prostředí a se zvláštním zřetelem k problematice podpory inovací bylo v rámci OPPI stanoveno následujících sedm prioritních os, z nichž šest je věcně zaměřených a jedna prioritní osa je zaměřená na technickou pomoc:

- Vznik firem;
- Rozvoj firem;
- Efektivní energie;
- Inovace;
- Prostředí pro podnikání a inovace;
- Služby pro rozvoj podnikání;
- Technická pomoc.

Jednotlivé priority jsou popsány v příloze 1.

MPO ČR uvádí. V rámci OPPI 2007 – 2013 je možno čerpat z programů: **START, PROGRES (+EPC), ROZVOJ, ROZVOJ STRATEGIE A ICT SLUŽEB, VYUŽITÍ ICT V PODNICÍCH, EKO-ENERGIE, INOVACE (+ PATENT), POTENCIÁL, SPOLUPRÁCE, PROSPERITA (+ INKUBÁTOR), ŠKOLÍCÍ STŘEDISKA, NEMOVITOSIT, PORADENSTVÍ (+ TRENDY), MARKETING (SPECIALIZOVANÉ VELETRHY A VÝSTAVY V ZAHRANIČÍ + INTERNACIONALIZACE)**. Programy jsou podrobně popsány v příloze 2.

2.8 Marketingový výzkum

PŘIBOVÁ A KOLEKTIV (1996) uvádějí: Marketingový výzkum je disciplína vycházející z poznatků řady vědních oborů – matematiky, statistiky, ekonometrie, psychologie, sociologie, informatiky a dalších. Postupně si vybudovala svůj specifický systém metod a postupů pro práci s marketingovými informacemi, který se neustále obnovuje a aktualizuje v závislosti na vývoji těchto oborů. Dalším impulsem je technický rozvoj, zejména v oblasti informačních a komunikačních systémů a vývoj potřeb samotného marketingového výzkumu reagujícího na požadavky teorie a praxe.

Podle KOTLERA A ARMSTRONGA (2004) cílem marketingového výzkumu je systematické plánování, shromažďování, analýza a vyhodnocování informací, které jsou potřebné pro účinné řešení konkrétních marketingových problémů.

VANÍČEK A SKOŘEPA (2001) uvádějí: Z hlediska praktického uplatnění je možno marketingový výzkum členit podle celé řady různých kritérií, v nichž jsou uplatňovány jak aspekty časové, metodologické, věcné, tak hledisko získávání informací. Marketingový výzkum lze tedy podle různých hledisek členit:

- **dle časového hlediska**

průzkum trhu – jde o statické pozorování základní struktury trhu k určitému datu a poskytuje momentální obraz o stávajícím stavu trhu;

výzkum trhu – je permanentní činností odhalující změny v požadavcích a tím i změny a kolísání trhu.

- **dle zdroje informací**

primární výzkum – pokrývá potřebu informací jejich zjišťováním přímo na trhu;

sekundární výzkum – předmětem je získávání, shromažďování a vyhodnocování údajů, které jsou již k dispozici.

- **dle systémového hlediska**

deskriptivní (popisný) – zabývá se zkoumáním skutečného jevu či procesu z pohledu četnosti jevů, charakteristik a faktorů, které ho ovlivňují a které jsou důležité pro rozhodování;

diagnostický (příčinný) – shromažďuje důkazy o vztazích, přítomných v marketingovém systému;

prognostický – snaží se o poznání, kam spěje dosavadní vývoj, jaký je jeho průběh. Hledá, sleduje a odhaduje vývojové trendy trhu s přihlédnutím ke všem relevantním faktorům, které tento vývoj mohou ovlivnit;

konceptní – hledá nejvhodnější nástroje marketingové strategie i taktiky v budoucích podmínkách a jeho výsledkem je marketingová koncepce.

- **dle předmětu zkoumání**

výzkum celkové tržní situace – výzkum subjektů trhu (dodavatelé, konkurence, zprostředkovatelé, zákazník), segmentační výzkum (odlišnost očekávání zákazníků z různých segmentů, odlišnost hodnocení výrobků u dvou základních skupin), výzkum velikosti trhu (potenciál, kapacita, podíl) a výzkum potřeb;

výzkum vnímání – vnímání produktu, značky a podniku;

výzkum nástrojů marketingového mixu;

- **dle rozsahu a hloubky zkoumání**

Kvantitativní výzkum se zaměřuje na získávání informací o četnosti výskytu toho, co se událo nebo děje. Účelem je získat číselné údaje analýzou sekundárních údajů nebo dotazováním velkého souboru respondentů, aby bylo možno dospět ke statisticky spolehlivým výsledkům.

Kvalitativní výzkum spočívá ve zjišťování příčin, proč se něco událo nebo děje. Účelem je zjistit motivy, mínění a postoje spotřebitelů, vedoucích k jejich určitému chování. Potřebné informace jsou získávány individuálními hloubkovými rozhovory, skupinovými rozhovory a projektivními technikami.

2.8.1 Proces marketingového výzkumu

Proces marketingového výzkumu tvoří posloupnost kroků, seřazených v logickém sledu:

- definování problému, určení cíle a přínosu výzkumu;
- sestavení plánu výzkumu (výběr zdrojů dat, metod a technik sběru dat, určení velikosti vzorku);
- sběr dat;
- zpracování a analýza dat;
- zpracování a prezentace závěrečné zprávy.

2.8.2 Definování problémů, určení cílů a přínosu výzkumu

HESKOVÁ A KOLEKTIV (2000) uvádějí: V první fázi marketingového výzkumu je třeba přesně stanovit cíl marketingového výzkumu, definovat problém a otázky, které má provádění marketingového výzkumu objasnit a vyjádřit jeho předpokládaný přínos pro zadavatele. Příliš obecná nebo nepřesná definice problému by mohla vést k tomu, že by nebyla zjištěna potřebná data. Přesné definování problému umožňuje osobám, které budou provádět marketingový výzkum, zvolit takové postupy, které v závěrečné fázi přinesou data skutečně využitelná. Součástí kvalitní přípravy výzkumu je i vyslovení hypotéz, předpokladů a o povaze zjišťovaných vztahů, které by měl výzkum buď potvrdit nebo vyvrátit.

2.8.3 Zdroje dat

PŘIBOVÁ A KOLEKTIV (1996) člení získaná data pro marketingový výzkum na:

Sekundární data zahrnují informace, které již existují či byly shromážděny za jiným účelem. Jsou přístupná veřejně buď zdarma, nebo za úplaty. Sekundární data poskytují dobrý začátek pro výzkum a často pomáhají definovat jeho problém a cíle. V mnoha případech je však firma nucena shromáždit také primární data.

Primární data bývají vzhledem k řešenému problému významnější než sekundární a jejich sběr je nákladnější. Zdrojem primárních dat je zkoumaná jednotka, kterou může být jednotlivec, domácnost, firma, maloobchodní prodejna, škola atd. Protože se primární data získávají venku, tj. tam, kde se zkoumané jednotky obvykle pohybují, hovoříme o terénním sběru dat.

2.8.4 Techniky sběru dat

HESKOVÁ A KOLEKTIV (2000) definují základní metody a techniky sběru dat:

Pozorování spočívá v záměrném, cílevědomém a plánovitém sledování smyslově vnímatelných skutečností, aniž by pozorovatel do pozorovaných skutečností nějak zasahoval. V plánu pozorování musí být stanoveno, co má být předmětem pozorování a čas, ve kterém se bude pozorování uskutečňovat, jakým způsobem budou jevy sledovány, do jakých kategorií budou pozorovaná fakta zařazována, jak bude prováděn záznam pozorovaných jevů a skutečností.

Dotazování je pokládání otázek dotazovaným (respondentům). Z jejich odpovědí řešitel projektu získává žádoucí primární údaje. Podle kontaktu s dotazovaným se

rozlišují jednotlivé techniky dotazování a to osobní, telefonické, písemné a elektronické. Dotazování většinou probíhá na základě dotazníku

Experimentální výzkum je založen na stadiu vztahů mezi dvěma nebo více proměnnými za kontrolovaných podmínek.

2.8.5 Sestavení výběrových souborů

KOTLER A ARMSTRONG (2004) uvádějí: Marketingoví pracovníci obvykle sestavují závěry o velkých skupinách zákazníků současně se studiem malého výběrového souboru zákaznické populace, reprezentujícího pro potřeby marketingového výzkumu celkovou populaci. V ideálním případě by výběrový soubor měl být sestaven tak, aby marketingový pracovník mohl stanovit přesná očekávání názorů a chování širší populace.

Sestavení výběrového souboru vyžaduje trojí rozhodování:

1. Kdo má být sledován (jaká skupina)? Pracovník musí sám určit, jakou informaci potřebuje a kdo mu ji může poskytnout.
2. Kolik lidí by se mělo zúčastnit výzkumu (jak početný má být výběrový soubor)?
3. Jak by měli být členové sledované skupiny vybírání (jaký zvolit proces)?

Z různých metod výběrového šetření můžeme uvést následující:

- **Prostý náhodný výběr** – do výběrového souboru může být zařazen kdokoliv, všichni mají stejnou šanci být vybráni.
- **Stratifikovaný výběr** – populace je rozdělena do skupin podle vybraných kritérií (např. podle věku) a výběrový soubor je vybrán z každé skupiny.
- **Vícestupňový výběr** – populace je rozdělena na dílčí soubory, nejprve na primární skupiny a ve druhém stupni se již jen ve vybraných přímých jednotkách vybírají tzv. sekundární jednotky.
- **Záměrný výběr** – tazatel používá svůj úsudek k výběru jednotlivých respondentů, kteří mu podle jeho názoru poskytnou přesné informace.

2.8.6 Sběr dat

HESKOVÁ A KOLEKTIV (2000) uvádějí: Marketingový výzkumníci mohou při sběru primárních informací použít dva základní nástroje a to dotazníky a technická zařízení.

2.9.7 Tvorba dotazníku

PŘIBOVÁ A KOLEKTIV (1996) uvádějí: Celý postup tvorby dotazníku lze pro názornost rozdělit do několika etap, které charakterizují posloupnost prací, které však nejsou od sebe striktně oddělené a navzájem se podmiňují:

- vytvoření seznamu informací, které má dotazování přinést;
- určení způsobu dotazování;
- specifikace cílové skupiny dotazovaných osob a jejich výběr;
- konstrukce otázek ve vazbě na požadované informace;
- konstrukce celého dotazníku;
- pilotáž.

Podle KOTLERA A ARMSTRONGA (2004) jsou dotazníky velmi flexibilní. Existuje mnoho způsobů, jak klást otázky. Uzavřené otázky zahrnují všechny možné odpovědi a dotazovaný subjekt si pouze vybírá jednu z nich. Uzavřené otázky poskytují odpovědi, které lze snáze interpretovat a zahrnout do tabulek. Otevřené otázky umožňují respondentům odpovídat svými slovy. Otevřené otázky často pomohou získat mnohem více informací než otázky uzavřené, neboť respondenti nejsou nijak omezování ve svých odpovědích.

Marketingoví pracovníci by proto měli klást důraz na správnou stylizaci a uspořádání otázek, používat jednoduchou, přímou a nezaújatou stylizaci. Nedbale připravený dotazník obvykle obsahuje řadu chyb. Otázky by měly být kladeny v logickém uspořádání za sebou. Je-li to možné, první otázka by měla vyvolat respondentův zájem a složité nebo osobní otázky by měly být kladeny nakonec, tak, aby respondent nezaujal obranný postoj již na začátku rozhovoru.

2.8.8 Zpracování a analýza dat

HESKOVÁ A KOLEKTIV (2001) uvádějí: Jakmile byly marketingovým výzkumem zjištěny a shromážděny potřebné údaje, je dalším krokem jejich zpracování

a analýza. Výběr metod analýzy zjištěných dat závisí na cíli výzkumu a způsobu získávání údajů.

Klasifikace údajů předpokládá především přesné definování třídících znaků, jednoznačné vymezení tříd, které se musí vzájemně vylučovat, a zároveň takové stanovení tříd, aby dosáhly všechny prvky zkoumaného souboru.

Kódování údajů znamená převedení slovních výrazů nebo kvalifikovaných skupin údajů a symbolů tak, aby mohla být při zpracování dat použita výpočetní technika.

Tabulky a grafy mají za účel podat názorný a srozumitelný, logicky uspořádaný obraz o zkoumaných jevech, o jejich vývoji, struktuře a závislostech.

Analýza údajů obvykle začíná analýzou každé jednotlivé otázky nebo hodnoty znaku zkoumaných jednotek.

Interpretace výsledků navazuje na analýzu údajů, kterým je tímto dáván význam. Interpretace vyúsťuje v závěry, které jsou zobecněním analytických a interpretačních výsledků. Jsou stručným a jasným konstatováním zjištěných skutečností, bez dalších statistických údajů, tabulek a grafů.

2.8.9 Zpracování a prezentace závěrečné zprávy

Podle KOTLERA A ARMSTRONGA (2004) by marketingový pracovníci, zabývající se výzkumem trhu, měli získané údaje zpracovat, formulovat závěry a předložit managementu. Neměli by se pokoušet zahrnout manažery množstvím čísel a statistik. Je třeba, aby předložili důležité údaje, které budou mít zásadní význam při rozhodování managementu. Při interpretaci výsledků analýzy musejí manažeři a marketingoví pracovníci spolupracovat a sdílet stejnou zodpovědnost za zpracování a výsledek výzkumu.

3. METODIKA

3.1 Cíl diplomové práce

Cílem diplomové práce bylo zhodnocení podmínek rozvoje malého a středního podnikání v Plzeňském kraji. Tento cíl byl naplněn analýzou současného systému podpory malého a středního podnikání v ČR, zhodnocením využití podpor z OPMP v Plzeňském kraji a dotazníkovým šetřením, jehož účelem bylo zjistit názor zástupců podnikatelských subjektů z malých a středních podnikatelů na dostupnost kapitálu, na současný stav systému podpory MSP a identifikovat oblasti, které jsou vnímány podnikateli jako problémové. Na základě srovnání teoretických a praktických poznatků, pak byly vyvozeny návrhy a doporučení, u kterých lze předpokládat, že budou maximalizovat využití programů podpory.

3.2 Použité metody

Při vypracování této diplomové práce byly použity metody statistické a srovnávací, a to především při sběru, kódování a zpracování dat výzkumu. Pomocníky při vypracování se staly programy Microsoft Word a Microsoft Excel.

Pro sběr primárních informací byla použita metoda osobního a elektronického dotazování. Dotazování probíhalo v období od 1.11. 2006 do 10.01. 2007. Dotazník byl vypracován do tištěné formy – osobní dotazování (příloha 8) a elektronické formy – elektronické dotazování (příloha 9).

Dotazník

V úvodní části je uvedeno téma diplomové práce a identifikační údaje týkající se zhotovitele dotazníku. Dotazník obsahuje 7 otázek, z nichž 3 jsou dále rozvíjeny prostřednictvím doplňujících otázek. Respondenti při odpovídání vybírali z několika možností nebo dostali prostor pro odpověď vlastní. Odpovědi na otázku 1 a otázku 2a, týkající se dostupnosti úvěrů a informovanosti o podporách MSP, byly požadovány od všech respondentů. Na ostatní otázky odpovídali pouze ti respondenti, kteří byli o podporách malých a středních podniků informováni. V opačném případě bylo bezpředmětné zodpovídání dalších otázek na toto téma.

Osobní dotazování

Osobní dotazování probíhalo na základě terénního šetření v Plzeňském kraji. Respondenti byli telefonicky či osobně požádáni o osobní schůzku. V případě souhlasu byl dohodnut závazný termín. Otázky byly přesně formulovány a kladeny ve stanoveném pořadí. Terénním sběrem dat bylo osloveno celkem 95 podnikatelů, z nichž 73 dotazník vyplnilo. Úspěšnost osobního dotazování byla přibližně 77 %.

Elektronické dotazování

Dotazník byl rozeslán pomocí emailové schránky miluseu@seznam.cz. Emailové adresy podnikatelů jsem získala z databáze Hospodářské komory a z mediálního serveru <http://www.firmy.centrum.cz>. Důvodem použití této metody byla úspora času a rychlost zpracování získaných dat. Bohužel překážkou elektronického dotazování se stala nedůvěra a neochota respondentů poskytnout požadované informace. Z celkového počtu odeslaných dotazníků (180) se jich vrátilo pouze 25. Úspěšnost této formy dotazování byla pouze 13,8 %.

3.3 Zdroje dat

Potřebné informace byly čerpány z odborné literatury, časopisů, z publikací Ministerstva průmyslu a obchodu a agentury CzechInvest. Dalším důležitým zdrojem byly právní předpisy.

Významným zdrojem se stala data v elektronické podobě, pro jejich schopnost rychlé aktualizace oproti tištěným publikacím. Také byly použity informace získané v průběhu vysokoškolského studia.

Důležitým zdrojem bylo několik osobních setkání s pracovníky podnikatelských subjektů a institucí, které se zabývají podporou MSP.

3.4 Struktura diplomové práce

Diplomová práce se skládá ze 6 hlavních kapitol.

Literární přehled definuje malé a střední podnikání, stručně charakterizuje jejich výhody a nevýhody, ekonomický a sociální přínos pro ekonomiku ČR.

Dále charakterizuje bariéry rozvoje a stručně vymezuje legislativu a právo vztahující se ke vzniku a vývoji MSP.

Podstatnou část literárního přehledu tvoří přehled organizací, které poskytují informace o podporách MSP.

V závěru je popsán operační program podnikání a inovace a dále jsou zde uvedeny teoretické podklady výzkumu, které jsou potřebné pro zpracování dat z dotazníkového šetření.

Charakteristika Plzeňského kraje informuje o základních vlastnostech regionu. Úvodem tato část popisuje vznik kraje a jeho administrativní vymezení. Dále pak navazuje obecná charakteristika kraje. Tyto dvě části se staly podkladem pro charakteristiku hospodářství kraje.

V kapitole **využití OPMP v Plzeňském kraji** je charakterizován úvodem operační program průmyslu a podnikání. Dále je zde porovnání využití tohoto programu v Plzeňském kraji a ostatních krajích ČR.

Analýza podmínek rozvoje MSP byla zpracována ze zdrojů, které byly získány výzkumem MSP v Plzeňském kraji. Jsou zde zpracovány výsledky jednotlivých otázek dotazníku pomocí tabulek a grafů. U každé otázky a podotázky je uvedeno zhodnocení výsledků.

Kapitola **návrhy a opatření** shrnuje oblasti, které jsou na systému podpory MSP podle respondentů problémové. Jsou zde uvedeny možné návrhy a opatření k odstranění těchto problémů.

Závěr je určen pro porovnání cílů a výsledků diplomové práce. Je zde uvedeno celkové zhodnocení podmínek rozvoje malého a středního podnikání.

4. Charakteristika regionu – Plzeňský kraj

4.1 Administrativní vymezení kraje jako vyššího územně samosprávného celku

Od 1.1. 2003 byla na základě zákona č. 314/2002 Sb., o stanovení obcí s pověřeným obecním úřadem a stanovení obcí s rozšířenou působností Česká republika nově administrativně rozdělena do 205 správních obvodů obcí s rozšířenou působností. Vyhláškou Ministerstva vnitra č. 388/2002 Sb. byly stanoveny správní obvody obcí s pověřeným obecním úřadem a správní obvody obcí s rozšířenou působností. Po ukončení činnosti okresních úřadů (k 31.12.2002) tak byla významná část jejich kompetencí přenesena na obce s rozšířenou působností. Plzeňský kraj byl rozdělen do 15 správních obvodů obcí s rozšířenou působností (ORP) a do nich spadajících 35 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem (POU). Mezi obce s rozšířenou působností patří: Blovice, Domažlice, Horažďovice, Horšovský Týn, Klatovy, Kralovice, Nepomuk, Nýřany, Plzeň, Přeštice, Rokycany, Stod, Stříbro, Sušice a Tachov.

Obr 1 - Zobrazení polohy jednotlivých okresů Plzeňského kraje



Zdroj: <http://www.kr-plzensky.cz>, 2006

4.2 Administrativní vymezení kraje pro potřeby hospodářské a sociální politiky

Pro účely Strukturální politiky se v EU používá dělení na územní statistické jednotky, tzv. NUTS. Jednotku NUTS I tvoří území celé ČR. Z hlediska přísunu financí je určující rozdělení do tzv. regionů (NUTS II), z jejich vzájemného porovnání vyplyne výše celkové finanční dotace proudící přímo do konkrétních regionů. Územním statistickým jednotkám NUTS III odpovídají jednotlivé kraje České republiky.

Z přílohy 3 vyplývá, že Plzeňský kraj je definován jako územně statistická jednotka NUTS III a region Jihozápad jako územně statistická jednotka NUTS II.

Obr 2 - Zobrazení polohy jednotlivých krajů České republiky

Oblasti (NUTS 2) a kraje (NUTS 3) České republiky



Zdroj: <http://www.czso.cz>, 2006

4.3 Obecná charakteristika Plzeňského kraje

Plzeňský kraj leží na jihozápadě České republiky. Z obrázku 2 je zřejmé, že hranici kraje na západě tvoří státní hranice se SRN (Bavorskem). Severozápadně leží kraj Karlovarský, severovýchodně kraj Středočeský a na jihovýchodě kraj Jihočeský.

Plzeňský kraj má značný rozvojový potenciál z hlediska své polohy, přírodních i lidských zdrojů a vazeb k ostatním regionům. Velmi výhodná je poloha regionu mezi hlavním městem ČR Prahou a zeměmi západní Evropy.

Jak uvádí tabulka 7 v kraji žije 549,6 tisíc obyvatel a jeho rozloha je 7561 km². Z těchto údajů můžeme odvodit, že je třetím největším krajem v republice, avšak počtem obyvatel se řadí na deváté místo v ČR. Plzeňský kraj je v ČR druhým nejméně zalidněným krajem. Hustota obyvatel v kraji je 73 obyvatel na km². Na území kraje se nachází 501 obcí, z nichž 46 má statut města a největším městem je Plzeň s přibližně 162 627 obyvateli. Krajský úřad sídlí v Plzni.

Tabulka 7 - Porovnání základních statistických údajů mezi ČR a Plzeňským krajem k 31.12.2005

Porovnání základních statistických údajů mezi ČR a Plzeňským krajem k 31.12.2004		
Ukazatel	Plzeňský kraj	ČR
Rozloha (km ²)	7 561	78 868
Počet obyvatel	549 618	10 220 577
Hustota obyvatelstva (osoby na km ²)	73	130
Počet obcí	501	6 249
se statutem města	46	527
Nezaměstnanost (%)	6,74	9,47
Zaměstnanost v zemědělství (%)	6,5	4,0
Zaměstnanost ve službách (%)	41,1	55
Zaměstnanost v průmyslu a stavebnictví(%)	52,3	40,8
Počet průmyslových podniků*	512	8 184
HDP na obyvatele k průměru ČR (%)	92,6	100,0

*průmyslové podniky s více jak 20 zaměstnanci

Zdroj: [http:// www.czso.cz](http://www.czso.cz), 2006

4.4 Hospodářská charakteristika kraje

Plzeňský kraj patří mezi průměrně ekonomicky rozvinuté kraje v ČR. Na tvorbě HDP České republiky se podílí cca 5,5 %. Podle tvorby HDP na obyvatele zaujímá Plzeňský kraj druhé místo v rámci ČR, a to především díky vysoké ekonomické výkonnosti města Plzně. Podle odhadů se v Plzni vytváří téměř dvě třetiny celkového HDP Plzeňského kraje. Příhraniční okres Tachov patří mezi deset okresů v ČR vymezených zásadami regionální politiky ČR jako hospodářsky slabé.

Z tabulky 8 je zřejmé, že téměř 36 % podnikatelských subjektů v Plzeňském kraji má sídlo v okrese Plzeň – město. Více než polovina podniků s více než 250 zaměstnanci je také registrována v největším městě kraje. Počet subjektů v jednotlivých okresech dle počtu zaměstnanců charakterizuje příloha 5.

Tabulka 8 – Počet subjektů zapsaných v RES dle počtu zaměstnanců

Počet zaměstnanců	Kraj celkem	Plzeň - město	% podíl*
Neuvedeno	73 528	26 325	35,80
OSVČ	40 786	13 837	33,93
Méně než 10	11 142	4 389	39,39
Méně než 50	2 420	898	37,11
Méně než 250	662	253	38,22
250 a více	119	62	52,10
Celkem	128 657	45 764	35,57

* %podíl subjektů v Plzni k celkovému počtu v Plzeňském kraji

Zdroj: [http:// www.czso.cz](http://www.czso.cz), 2006

Tabulka 9 - Počet subjektů zapsaných v RES dle OKEČ

Činnost	Kraj celkem	Plzeň-město	% podíl*
Zemědělství, myslivost, lesnictví	9 218	690	7,49
Rybolov a chov ryb	67	12	17,91
Průmysl	16 576	4 835	29,17
Stavebnictví	14 774	4 977	33,69
Obchod, opravy motor. vozidel a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	36 571	14 158	38,71
Ubytování a stravování	7 657	2 228	29,10
Doprava, skladování a spoje	4 071	1 282	31,49
Finanční zprostředkování	4 199	1 572	37,44
Činnosti v oblasti nemovitostí a pronájmu; podnikatelské činnosti	20 666	10 703	51,79
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1 329	39	2,93
Vzdělání	1 621	734	45,28
Zdravotnictví a sociální péče; veterinární činnosti	1 760	690	39,20
Ostatní veřejné, sociální a osobní služby	10 148	3 844	37,88
Celkem	128 657	45 764	35,57

* %podíl subjektů v Plzni k celkovému počtu v Plzeňském kraji

Zdroj: <http://www.czso.cz>, 2006

Tabulka uvádí přehled registrovaných subjektů dle OKEČ v Plzeňském kraji a v okrese Plzeň – město. Počet subjektů v jednotlivých okresech Plzeňského kraje uvádí příloha 6.

Průmysl

Z tabulky 7 je zřejmé, že v Plzeňském kraji je nadprůměrně zastoupena průmyslová výroba. Důkazem je počet průmyslových podniků v regionu, který činil 512 podniků k 31. 12. 2004.

Mezi nejvýznamnější průmyslová odvětví zastoupená v Plzeňském kraji patří strojírenství, potravinářství, průmysl stavebních hmot a keramiky, výroba a distribuce energií, hutnictví. Průmysl nabízí v kraji zhruba 70 tisíc pracovních příležitostí. Téměř 2/3 objemu průmyslové výroby kraje je realizováno v Plzni. Mezi nosné průmyslové podniky kraje, které mají významný vliv na ekonomiku kraje, patří Škoda Plzeň, Plzeňský Prazdroj, Chlumčanské keramické závody, Keramika Horní Bříza, DIOSS Nýřany, Železárny Hrádek, Siemens – automobilová technika.

Plzeňský kraj je díky své poloze přitažlivý pro zahraniční investory. Zahraničním investicím dominuje japonský závod Panasonic AVC Networks Czech s.r.o. na výrobu televizorů. K významným zahraničním firmám se řadí YAZAKI Wiring Technologies Czech s.r.o. na výrobu komponentů pro automobilový průmysl, německý Siemens s výrobou kabelových svazků pro automobilky (BMW), firma Vishay Electronic s.r.o., zabývající se výrobou elektronických součástek, Alcoa Fujikura Czech s.r.o. s výrobou elektrických zařízení a Borgers CS s.r.o. s výrobou plastových výrobků.

K významným potravinářským podnikům Plzeňského kraje patří: Plzeňský Prazdroj a.s., založený v roce 1843, největší český exportér piva do téměř 50 zemí světa, který je součástí mezinárodní skupiny SABMiller plc, druhé největší pivovarnické společnosti, Stock Plzeň a.s., tradiční výrobce lihovin, v současné době největší výrobce lihovin v České republice, Bohemia Sekt Českomoravská vinařská a.s. ve Starém Plzenci významný producent vín, který disponuje kolekcí téměř šedesáti produktů.

Zemědělství

Pro zemědělství jsou v kraji celkem příznivé podmínky. Zemědělská půda pokrývá cca 50,7% celkové rozlohy kraje (z toho podíl orné půdy 68,9%). Nejlepší podmínky pro zemědělství jsou v Plzeňské kotlině, tam se pěstují převážně obilniny. Plzeňský kraj také patří k významným producentům řepky. Pro Plzeňský kraj je charakteristický i větší procentuální podíl na zemědělství na zaměstnanosti (6,5 %) oproti průměru ČR (4%).

Služby

Zaměstnanost ve službách v plzeňském regionu (44,1%) je pod průměrem ČR. Je však třeba podotknout, že republikový průměr je značně deformovaný údaji z hlavního města Prahy. Pokud jej o údaje z tohoto regionu očistíme, pak odvětvová struktura kraje víceméně odpovídá struktuře v ostatních krajích viz příloha 4.

4.5 Infrastruktura

Plzeňský kraj zaujímá strategickou polohu ve spojení východu a západu Evropy. Město Plzeň je významným dopravním uzlem a na jejím území se koncentrují dopravní problémy dotýkající se širšího okolí. Zásadním nedostatkem silniční sítě je nedokončená trasa dálnice D5 v úseku kolem Plzně.

Silniční síť v Plzeňském kraji je tvořena 5 122 km silnic, z toho 411 km pokrývají silnice I. třídy, 1 510 km silnice II. třídy a 3 095 km silnice III. třídy. V porovnání s ostatními kraji v ČR má Plzeňský kraj nejnižší krajský podíl silnic I. třídy a to 8,0%, v podílu silnic II. třídy zaujímá 4. místo v ČR. Dálnice se v Plzeňském kraji rozkládají v délce 106 km, z toho nejvíce v okrese Tachov (45 km), dále pak v okresech Rokycany (26 km) a Plzeň-sever (19 km). Délka železnic činila k 31.12. 2004 v Plzeňském kraji 836 km, z toho je 236,8 km elektrizovaných.

4.6 Cestovní ruch

Cestovní ruch představuje rozvojovou příležitost kraje. K hlavním cílovým skupinám klientů cestovního ruchu patří občané SRN a v rámci domácího cestovního ruchu pravidelně se vracející obyvatelé větších měst ČR. Kromě oblasti Šumavy má turistický ruch v kraji dosud charakter zejména krátkodobých pobytů. Průměrná doba pobytu se pohybuje od tří do pěti dnů, ale u zahraničních návštěvníků převažují jednodenní pobyty. Největší počet zahraničních turistů přichází do Plzeňského kraje ze SRN přes hraniční přechody Rozvadov – okres Tachov, Folmava – okres Domažlice a Železná Ruda – okres Klatovy.

5. VYUŽITÍ OP PRŮMYSL A PODNIKÁNÍ V PLZEŇSKÉM KRAJI

5.1 Obecný popis

Operační program průmysl a podnikání rozpracovával příslušnou část **Národního rozvojového plánu (NRP) na léta 2004 až 2006**, zaměřenou na oblast hospodářského rozvoje.

Cílem podpory v rámci OP PP bylo zachovat a dále rozvíjet konkurenceschopný a efektivně vyrábějící průmyslový potenciál, účinně přispívat ke zvyšování hospodářské výkonnosti výrobní základny a podpořit potřebné strukturální změny průmyslu. Pro zajištění vytyčených cílů se pomoc soustředila na rozvoj malých a středních podniků, podporu inovačních aktivit v průmyslu a výrobní technickou, ekonomickou a organizační restrukturalizaci podniků, oborů a odvětví.

OP průmyslu a podnikání byl zaměřen na prioritní oblast, charakterizovanou 1. prioritní osou Národního rozvojového plánu: **„Posílení konkurenceschopnosti průmyslu a podnikatelských služeb“**.

Program Průmysl a podnikání se dělil na dvě věcné priority a prioritu třetí – Technickou pomoc. Souhrnný stav priorit a opatření ukazuje následující přehled:

Priorita I – Rozvoj podnikatelského prostředí

- 1.1 Infrastruktura pro průmyslový výzkum, vývoj a inovace
- 1.2 Rozvoj podnikatelské infrastruktury
- 1.3 Infrastruktura pro rozvoj lidských zdrojů v průmyslu a podnikání
- 1.4 Rozvoj informačních a poradenských služeb

Priorita II – Rozvoj konkurenceschopnosti podniků

- 2.1 Zakládání a rozvoj malých a středních podniků
- 2.2 Podpora inovací výrobků, technologií a služeb
- 2.3 Snižování energetické náročnosti a vyšší využití obnovitelných zdrojů energie

Priorita III – Technická pomoc

3.1 Technická pomoc při řízení a implementaci programu

3.2 Ostatní technická pomoc

Pro období 2004 – 2006 bylo v rámci OPMP vyhlášeno 11 programů.

Pro Prioritu 1 Rozvoj podnikatelského prostředí to jsou:

- PROSPERITA
- REALITY
- ŠKOLÍCÍ STŘEDISKA
- KLASTRY

Pro Prioritu 2 Rozvoj konkurenceschopnosti podniků to jsou:

- START
- KREDIT
- ROZVOJ
- MARKETING
- INOVACE
- ÚSPORY ENERGIE
- OBNOVITELNÉ ZDROJE ENERGIE

U většiny programů se jednalo o nevratné dotace. U programů Start a Kredit bylo možné získat zvýhodněné úvěry. Program Inovace umožňuje kombinaci obou těchto forem.

5.2. Porovnání využití OPMP v Plzeňském kraji s ostatními kraji v ČR

Tabulka 10– Přehled přijatých žádostí do OPMP za kraje k 20.2.2007

Kraj	Počet přijatých žádostí	Počet vyřazených žádostí	Počet schválených žádostí
Moravskoslezský	707	225	459
Jihomoravský	674	228	410
Středočeský	455	186	256
Zlínský	373	135	230
Pardubický	375	136	225
Královéhradecký	336	108	221
Plzeňský	326	106	201
Olomoucký	323	110	198
Jihočeský	278	102	170
Vysočina	289	99	179
Ústecký	261	94	148
Liberecký	160	51	101
Karlovarský	106	35	69
CELKEM	4663	1615	2867

Zdroj: <http://www.czechinvest.cz>, 2007

Dosavadní čerpání finančních prostředků z jednotlivých programů OPMP vychází z databáze, která je volně přístupná na internetových stránkách zprostředkujícího subjektu OPMP vládní agentury CzechInvest. Data jsou platná ke dni 20.02.2007.

Z tabulky 10 je zřejmé, že v mezikrajovém srovnání Plzeňský kraj zaujímá 7. místo v počtu podaných žádostí o dotace z programu OPMP. Nejvíce žádostí podal kraj Moravskoslezský.

Do důvodů, ze kterých byly žádosti z programu OPMP vyřazeny patří:

- v projektu nebyly doloženy všechny povinné přílohy v požadovaném obsahu a formě;
- projekty nebyly v souladu s pravidly programu OPMP;
- žadatel nebyl způsobilým žadatelem (není malým a středním podnikatelem dle Nařízení Komise (ES) č. 70/2001 a č. 364/2004);
- projekty nebyly v souladu s definovaným předmětem podpory.

V Plzeňském kraji bylo z celkového počtu přijatých žádostí (326) bylo vyřazeno 106 žádostí, což je 32,5 %.

Přehled čerpání za jednotlivé programy

Priorita 1 – Rozvoj podnikatelského prostředí

Tato priorita obsahuje 4 programy, které jsou zaměřeny na rozvoj podnikatelského prostředí – Prosperita, Reality, Školící střediska a Klastry. Přehled podaných žádostí je uveden v tabulce 11.

**Tabulka 11 - Přehled přijatých žádostí do programů OPPP
k 20. 02.2007 – Priorita 1**

Kraj	Prosperita	Reality	Škol. střediska	Klastry
Jihočeský	4	6	6	12
Jihomoravský	20	21	15	13
Karlovarský	0	4	1	5
Královéhradecký	1	16	2	5
Liberecký	0	8	3	3
Moravskoslezský	9	33	20	17
Olomoucký	4	18	9	5
Pardubický	4	16	14	8
Plzeňský	1	56	2	1
Středočeský	11	12	11	5
Ústecký	2	8	7	4
Vysočina	3	9	6	3
Zlínský	11	21	10	4
CELKEM	70	228	106	85

Zdroj: <http://www.czechinvest.cz>, 2007

Jak je z tabulky 11 patrné, v programu Prosperita má Plzeňský kraj pouze jednu podanou žádost, a to přesto, že v Plzni je vysoká škola technického směru. Když porovnáme s Plzeňským krajem ostatní univerzitní regiony jsou mnohem aktivnější. Nejvíce žádostí bylo podáno v Jihomoravském kraji (20), dále ve Středočeském a Zlínském kraji (11). Z tabulky 11 je také zřejmé, že v Libereckém kraji, kde je také vysoká škola technického směru nebyla podána ani jedna žádost.

V programu Reality byl Plzeňský kraj nejaktivnějším krajem, bylo podáno 56 žádostí, což je 25 % ze všech podaných žádostí.

Plzeňský kraj neprojevil skoro žádný zájem o program Školící střediska. S Královéhradeckým krajem podal pouze 2 žádosti. Za nimi byl pouze už jenom kraj Karlovarský, kde byla podána pouze jedna žádost.

V programu Klastry je Plzeňský kraj nejméně aktivní ze všech krajů. Byla podána pouze jedna žádost. Naopak neaktivnějším krajem je Moravskoslezský kraj, kde bylo podáno 17 žádostí.

Priorita 2 – Rozvoj konkurenceschopnosti podniků

Priorita obsahuje 7 programů, které se zaměřují na rozvoj konkurenceschopnosti českých podniků – Rozvoj, Marketing, Inovace, Úspory energie, Obnovitelné zdroje energie, Start a Kredit. Přehled podaných žádostí je uveden v tabulce 12.

Tabulka 12 - Přehled přijatých žádostí do programů OPPT k 20. 02.2007
Priorita 2

Kraj	Rozvoj	Marketing	Inovace	Úspory energie	Obnovitelné zdroje energie	Start	Kredit
Jihočeský	65	18	18	4	17	66	71
Jihomoravský	104	120	55	3	14	156	153
Karlovarský	18	5	10	3	5	16	39
Královéhradecký	47	47	26	6	10	68	108
Liberecký	31	34	10	1	7	29	34
Moravskoslezský	67	59	29	4	9	292	168
Olomoucký	60	46	24	2	16	67	72
Pardubický	61	76	23	7	10	30	126
Plzeňský	33	20	13	2	19	39	140
Středočeský	93	84	61	4	22	45	107
Ústecký	37	25	16	2	21	78	61
Vysočina	60	41	19	5	7	65	71
Zlínský	71	86	27	4	8	47	84
CELKEM	747	661	331	47	165	998	1234

Zdroj: <http://www.czechinvest.cz>, 2007

Z tabulky 12 je zřejmé, že největší zájem ve všech krajích je o zvýhodněné úvěry v programech Start a Kredit a o nevratné dotace v programu Rozvoj. Tyto programy nejlépe vyhovují potřebám malých a středních podniků.

V Plzeňském kraji byl malý zájem v porovnání s ostatními kraji o program Marketing.

5.3. Financování MSP z Operačních programů

Jak vyplývá z tabulky 13, podnikatelé mohli získat v letech 2004 -2006 ze strukturálních fondů EU až 260,8 milionu €. Ministerstvo průmyslu a obchodu se podílelo na financování OPMP dalším 87 miliony €.

Tabulka 13 – EU a národní spolufinancování celkem (mil. €)

Finanční částky přidělené na operační programy v letech 2004 - 2006	Celkem	EU	ČR
Operační program průmysl a podnikání	347,8	260,8	87

Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz>, 2007

Ve střednědobém období 2007 -2013 navazuje na OPMP operační program průmysl a inovace. Období let 2007 – 2013 nabídne České republice příležitost, která se v podobném rozsahu zřejmě nebude opakovat. Podnikatelé budou moci získat přibližně 3041,3 milionu € ze strukturálních fondů. Financování ze státního rozpočtu do OPPI není ještě k 1.3.2007 schváleno.

Z Operačního programu podnikání a inovace jsou vyhlášeny k 1.3.2007 první výzvy ke dvěma programům – ROZVOJ a MARKETING. K dalším 13 programům budou výzvy vyhlášeny v polovině roku 2007, konkrétní daty však ještě nejsou známy.

PROGRAM ROZVOJ

Program Rozvoj napomáhá dotacemi do technologického vybavení urychlit rozvoj malých a středních podniků. Pomocí investic do moderních technologií program podněcuje rozvoj firem ve vybraných regionech a odvětvích české ekonomiky. Projekty mohou tedy žadatelé realizovat pouze v regionech se soustředěnou podporou státu na léta 2007- 2013. Seznam podporovaných regionů je v příloze 7. Plánovaná alokace pro tuto výzvu je **30 milionů €**.

PROGRAM MARKETING

Programu Marketing je zaměřený na rozvoj aktivit českých exportérů na zahraničních trzích a zvýšení využití exportních příležitostí, které na světovém trhu existují. V rámci programu je podporováno např. získávání marketingových informací v souvislosti se vstupem na zahraniční trhy, tvorba studií vstupu na tyto trhy, prezentace podniku na veletrzích a výstavách v zahraničí a s tím související tvorba propagačních

materiálů. Přijímání registračních žádostí do programu Marketing je od 1. března do 31. prosince 2007. Plánovaná alokace pro tuto výzvu je **7,5 milionů €**.

Výzvy programů jsou podrobně popsány v příloze 8.

6. ANALÝZA PODMÍNEK ROZVOJE MSP

Následující kapitola vytváří analytickou částí diplomové práce. Hlavní důraz je zde zaměřen na analýzu podmínek rozvoje malého a středního podnikání v Plzeňském kraji.

Šetření se konalo formou dotazování. Byl použit dotazník pro osobní (příloha 9) a elektronické (příloha 10) dotazování.

Cílovou skupinou výzkumu se stali malí a střední podnikatelé v Plzeňském kraji.

V dotazníku byly použity otázky otevřené a uzavřené.

Účelem dotazníkové šetření bylo zjistit názor podnikatelů ze segmentu MSP na dostupnost kapitálu a na současný stav systému podpory MSP včetně identifikace oblastí, které jsou podnikateli vnímány jako problémové.

6.1. Charakteristika respondentů

Struktura respondentů byla evidována dle dvou základních kritérií: oboru činnosti a počtu zaměstnanců.

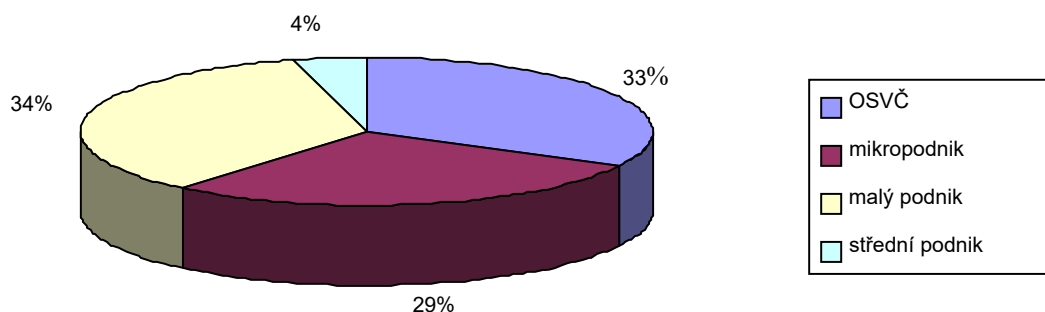
Tabulka 14 - Vymezení podnikatelských subjektů podle počtu zaměstnanců

Podnikatelský subjekt	Počet zaměstnanců méně než
Střední podnik	250
Malý podnik	50
Mikropodnik	10

Zdroj: Zákon č.42/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání

Z grafu 1 vyplývá, že z celkového počtu 98 vyplněných dotazníků bylo přijato 32 od OSVČ, což je 33 % z celkového počtu respondentů. 28 od mikropodniků (29 %), 34 od malých firem (34 %) a 4 od středních firem (4 %).

Graf 1 – Rozdělení respondentů podle počtu zaměstnanců v (%)



Zdroj: Vlastní výzkum

Charakter podnikatelské činnosti:

Při vyhodnocení tohoto kritéria bylo čerpáno z internetové stránky ČSÚ (<http://www.czco.cz>), zde byly použity informace z odvětvové klasifikace ekonomických činností – OKEČ, s platností od 1. ledna 2003.

Tabulka 15 - Rozdělení respondentů dle OKEČ

Vymezení předmětu podnikání dle OKEČ	Počet respondentů
Lesnictví, myslivost, zemědělství; Rybolov a chov ryb	20
Těžba nerostných surovin; Zpracovatelský průmysl	5
Stavebnictví	18
Obchod; opravy motorových vozidel a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	27
Ubytování a stravování	8
Doprava, skladování a spoje	5
Finanční zprostředkování; Činnost v oblasti pronájmu a nemovitostí, podnikatelské činnosti	3
Zdravotní a sociální péče, veterinární činnosti	2
Ostatní veřejné, sociální a osobní služby	4
Nezodpovězeno	6
Celkem	98

Zdroj: Vlastní výzkum

Z tabulky 15 je zřejmé, že se nejvýznamnějším zdrojem informací staly podniky obchodu s 27 vyplněnými formuláři. Dalším významným zdrojem se staly subjekty lesnictví, myslivosti, zemědělství, rybolovu a chovu ryb, a to s počtem 20 vyplněných dotazníků a sektor stavebnictví s 18 dotazníky. Ostatní kategorie OKEČ zaznamenaly nízkou účast při výzkumu, jejich počet je uveden v tabulce 13. Charakter podnikatelské činnosti neuvedlo 6 subjektů z 98 dotazovaných.

6.2. Výsledky dotazníkového šetření

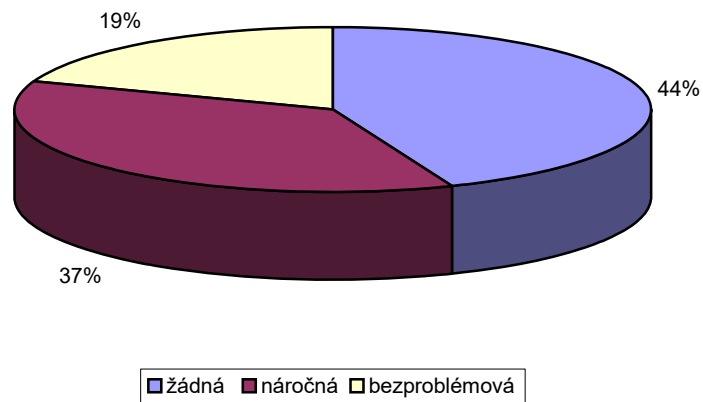
Otázka 1 – Jaká je podle Vás dostupnost komerčních úvěrů pro podnikatele ze segmentu malého a středního podnikání?

Z grafu 2 je zřejmé, že 44 % dotázaných si myslí, že banky nemají o poskytování úvěrů pro malé a střední podnikatele zájem. Z grafu 3 vyplývá, že 50 % samostatně výdělečných osob se domnívá, že dostupnost komerčních úvěrů není žádná. Za náročnou považuje dostupnost komerčních úvěrů téměř 37 % všech dotázaných. Dostupnost úvěrů za náročnou označily 3 ze 4 středních podniků. Shodně 8 dotazovaných samostatně podnikatelských osob a malých podniků označilo dostupnost komerčních úvěrů za bezproblémovou. Z grafu je zřejmé, že názory na dostupnost komerčních úvěrů vykazují rozdíly dle velikosti kategorií.

Na tuto otázku odpověděli respondenti takto:

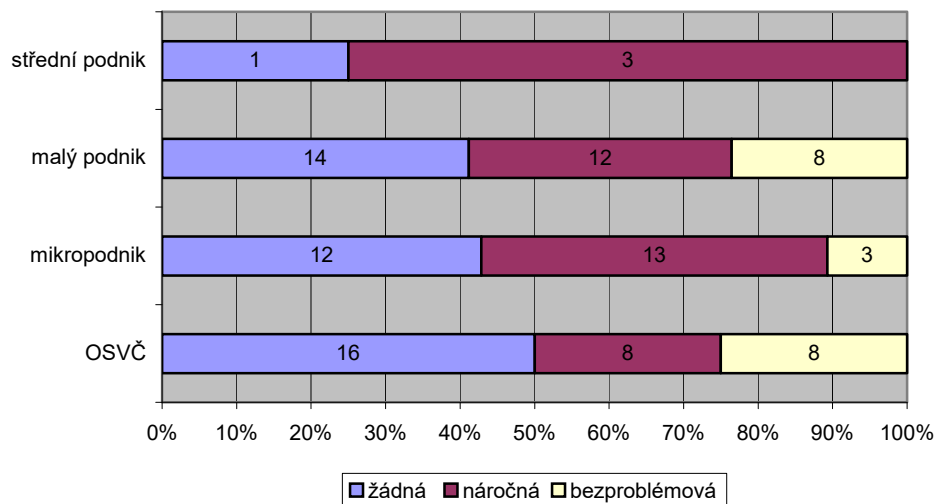
- žádná..... 44 %
- náročná 37 %
- bezproblémová..... 19 %

Graf 2 – Grafické znázornění dostupnosti komerčních úvěrů pro podnikatelské subjekty MSP v (%)



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 3 – Grafické znázornění dostupnosti komerčních úvěrů pro podnikatelské subjekty dle jednotlivých kategorií



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 2a – Jste informováni o existenci podpor pro malé a střední podnikání?

Na tuto otázku odpověděli respondenti takto:

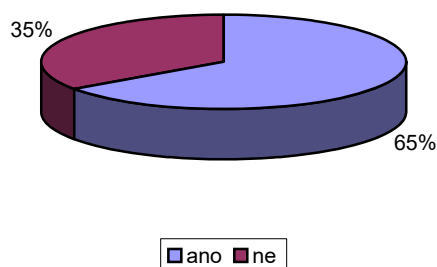
- Ano..... 65 %
- Ne 35 %

Z celkového počtu dotázaných je pouze 64 respondentů informováno o existenci podpor malého a středního podnikání, což je 65 % z celkového počtu podnikatelských subjektů.

Z grafu 5 vyplývá, že o existenci podpor jsou nejméně informovány osoby samostatně výdělečně činné. Z 32 dotazových odpovědělo pouze 10 podnikatelů, že jsou informováni o existenci podpor MSP.

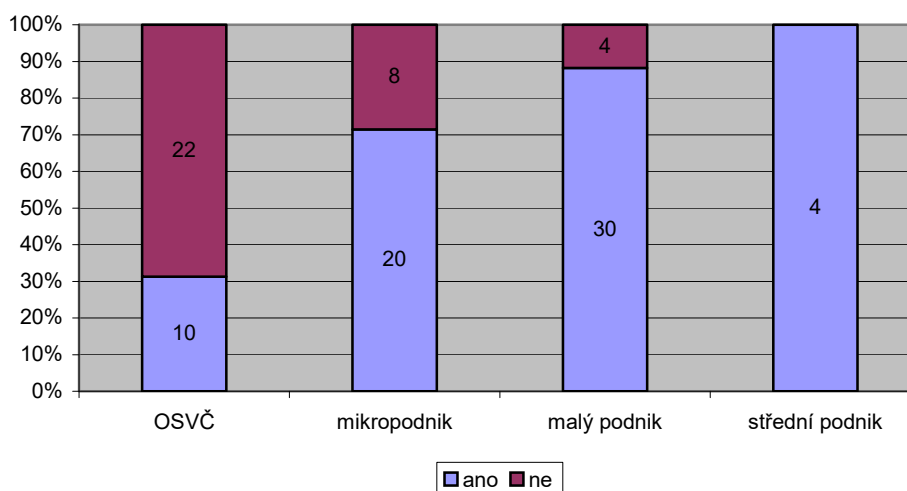
Míru informovanosti o existenci podpor MSP dle jednotlivých kategorií vyjadřuje graf 5.

Graf 4 – Grafické znázornění o informovanosti podpor MSP v (%)



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 5 – Grafické znázornění o informovanosti podpor MSP dle jednotlivých kategorií



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 2b – Uveďte, jaké konkrétní podpory znáte?

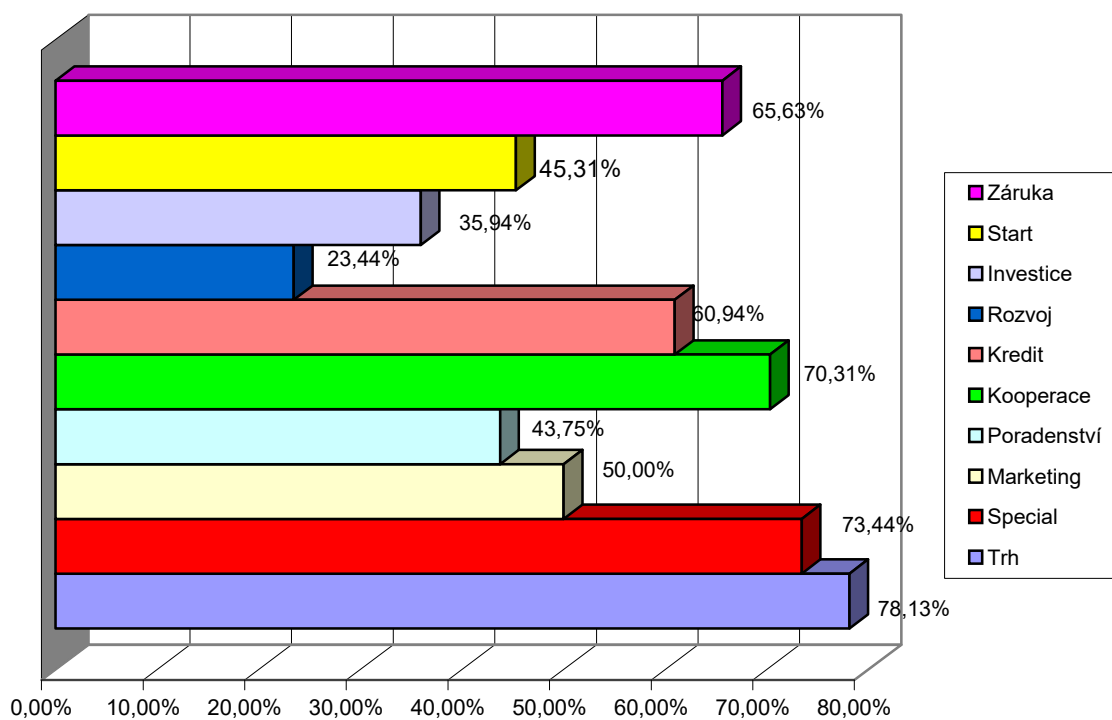
Odpověď na tuto otázku a otázky, které budou následovat, byla požadována pouze od respondentů, kteří jsou o existenci podpor MSP informováni, což je pouze 65 % z celkového sledovaného souboru.

Odpovědi na tuto otázku přibližuje graf 6.

Podstatnou této otázky bylo zjistit obecnou znalost podpor. Je zajímavé, že dotazovaní znali jména konkrétních programů podpory z operačních programů, ale většinou o nich měli jen mlhavou představu. Z podrobnější analýzy je patrná tendence rostoucích znalostí s rostoucí velikostí podniku.

Z grafu 6 vyplývá, že dotazovaní nejčastěji uváděli konkrétní programy podpory MSP, jejichž garantem je ČMZR. Nejznámějším programem mezi respondenty je program TRH, a to dokonce 78 % z celkového počtu respondentů. Další často zmiňovaný program je SPECIAL (73 %). Dalšími jmenovanými programy byly KOOPERACE, ZÁRUKA, KREDIT atd.

Graf 6 – Grafické znázornění znalosti konkrétních podpor MSP



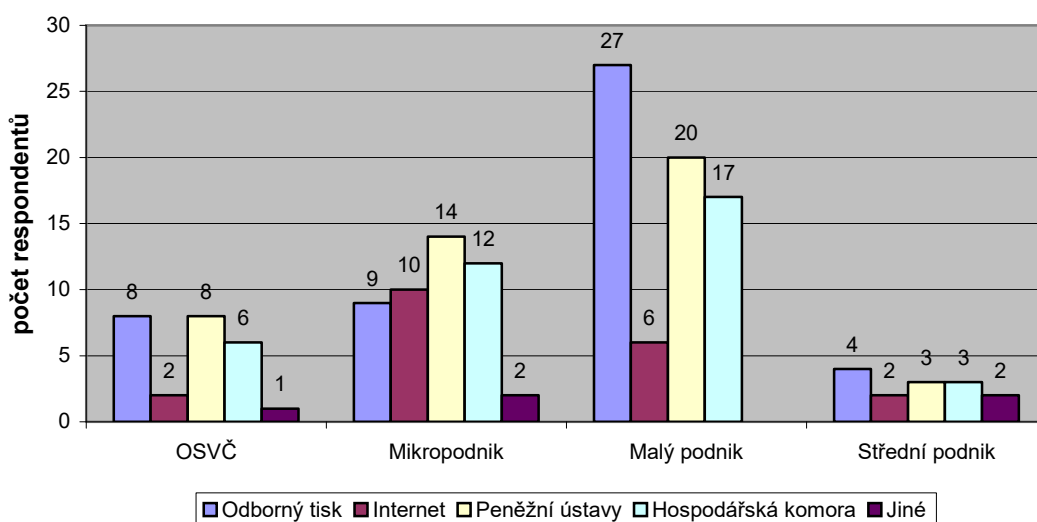
Zdroj: Vlastní výzkum

Podnikatelé znají názvy konkrétních programů, ale většina z nich nezná podrobnosti těchto podpor. To se shoduje s odpověďmi na další otázky, kde byla zjištěna malá informovanost o znalostech specializovaných institucí.

Otázka 3 – Z jakých zdrojů jste čerpali informace o podporách malého a středního podnikání?

Odpovědi respondentů na tuto otázku přibližuje graf 7 a 8.

Graf 7 – Grafické znázornění zdrojů informací o podporách malého a středního podnikání dle jednotlivých kategorií



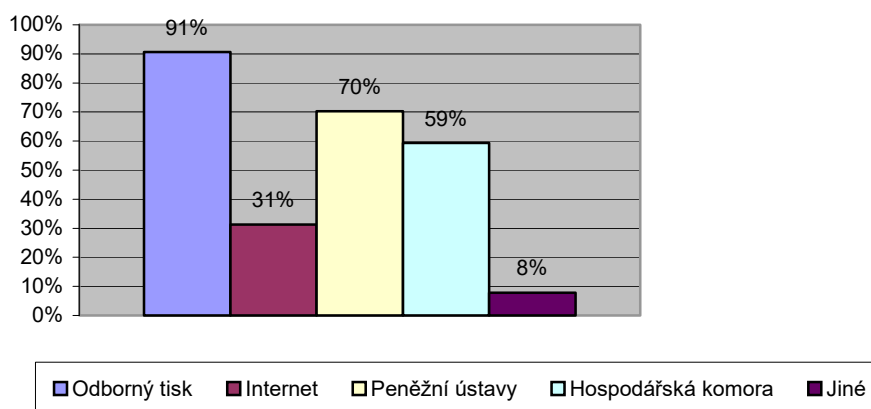
Zdroj: Vlastní výzkum

V této otázce respondenti využili více variant odpovědí. Dotazovaní nejvíce uváděli jako zdroj informací o podporách malého a středního podnikání odborný tisk (uvedeno v 58 případech), což je 91 % všech dotazovaných. Poměrně velká část dotazovaných uvádí jako zdroj informací peněžní ústavy (70 %). Vysoká četnost této odpovědi může být také vysvětlena tím, že pracovníci bank upozorňují na možnosti těchto podpor v případech, kdy sami nemohou úvěr žadateli nabídnout. Dalšími už méně

jmenovanými zdroji informací a prvních rad je Hospodářská komora a Internet. Dotazovaní dále jmenovali v 5 případech jako zdroj informací také ČMRZB.

Z grafu 7 je zřejmé, že se zdroje informací příliš neliší ani dle velikosti podniku.

Graf 8 - Z jakých zdrojů jste získali informace o podporách malého a středního podnikání

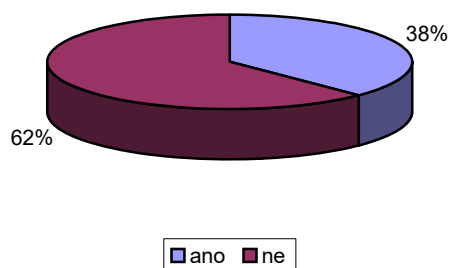


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 4 – Znáte specializované instituce poskytující informace o podporách MSP? Pokud ano, tak které?

Při zodpovídání této otázky vyšlo najevo, že povědomí dotazovaných o existenci těchto institucí není příliš vysoké. Z grafu 9 vyplývá, že pouze 38 % respondentů zná některou instituci poskytující informace o podpoře malého a středního podnikání.

Graf 9 – Znáte specializované instituce poskytující informace o podporách MSP

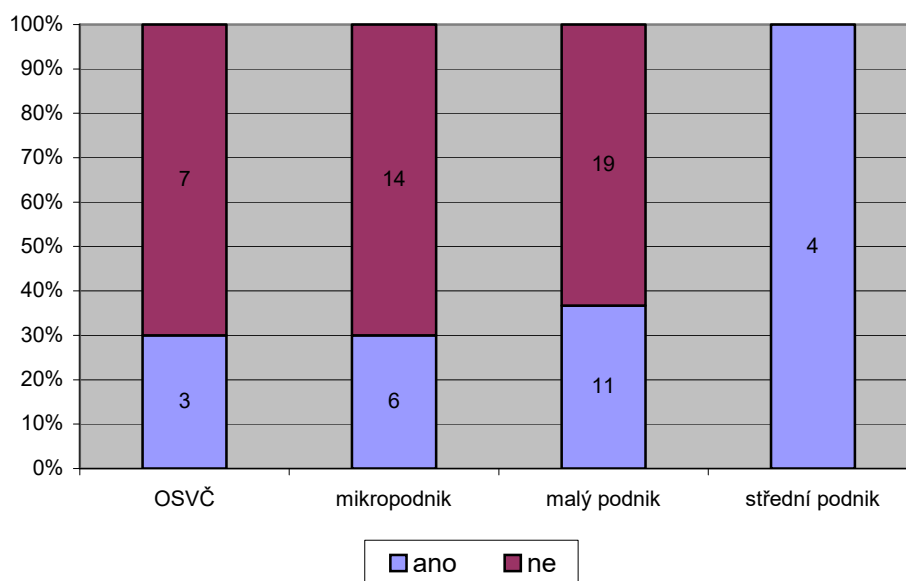


Zdroj: Vlastní výzkum

Z grafu 10 vyplývá, že se ukázaly poměrně velké rozdíly při srovnání odpovědí podle jednotlivých kategorií podnikatelů. S velikostí podniku stoupá i informovanost. Nejlépe jsou informovány střední podniky, a to dokonce celých 100 %. Naproti tomu nejhorší znalosti o existenci institucí mají osoby samostatně výdělečně činné a mikropodniky. Pouze 30 % dotazovaných znalo instituce poskytující informace. Nejvíce informovaných respondentů zmínilo jako instituce podporující MSP CzechInvest (uvedeno 19 v případech), další jmenovanou institucí byla CzechTrade (uvedeno v 15 případech). K dalším jmenovaným institucím patří Hospodářské komory, BIC a RPIC.

Kontaktní údaje na instituce poskytující informace o podporách MSP v Plzeňském kraji uvádí příloha 11.

Graf 10 – Grafické znázornění znalosti specializovaných institucí poskytující informace o podporách MSP dle jednotlivých kategorií

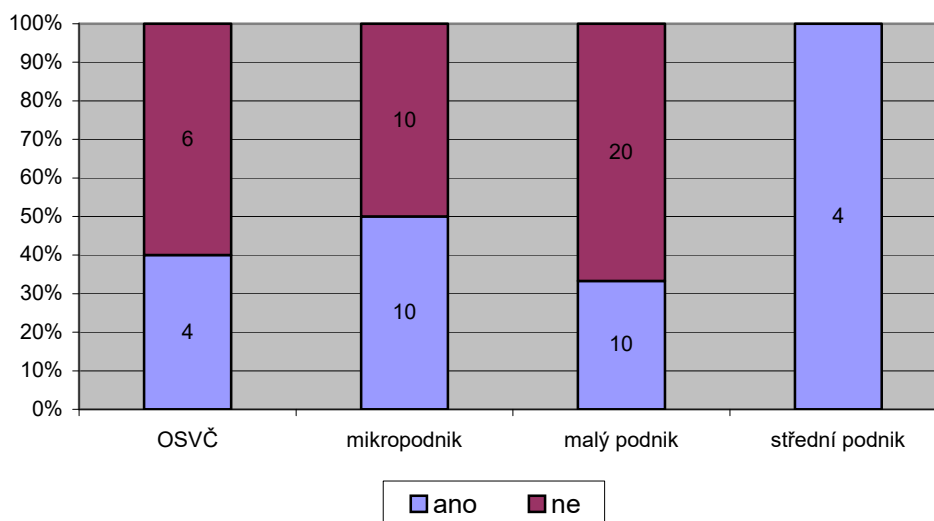


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 5a – Jsou podle Vás informace o podporách pro malé a střední podnikání dostatečně přístupné?

Odpovědi na tuto otázku přibližuje graf 11.

Graf 11 – Jsou informace o podporách MSP dostatečně přístupné



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka se zabývá problémem přístupnosti informací o podporách pro segment malých a středních podniků. Důležité je zdůraznit, že na tuto otázku odpovídali pouze ti respondenti, kteří jsou informováni o existenci podpor pro malé a střední podnikání. Více než polovina respondentů (56 %) poukázala na problém dostupnosti informací. Míra informovanosti jednotlivých kategorií je vyjádřena grafem 11. Nejvíce spokojeni s dostupností informací o podporách MSP jsou střední podniky. Naopak malé podniky považují informace za obtížně dostupné, a to 20 respondentů z 30.

Otázka 5b – Co by podle Vás pomohlo zvýšit přístupnost těchto informací?

Respondenti , kteří si myslí, že informace o podporách MSP jsou obtížně dostupné, měli možnost při zodpovídání této otázky navrhnout nějaké opatření. Z 36 respondentů, kteří nejsou spokojeni z dostupností informací o podpoře MSP využilo možnost odpovědět na tuto otázku jen 16 respondentů.

Je zajímavé, že všichni uvedli, jako hlavní problém absenci informačního místa, které by komplexně sdružovalo všechny důležité informace o podporách MSP. Z této odpovědi lze vyvodit, že respondenti nevyužívají agenturu CzechInvest, která slouží jako kontaktní místo pro podnikatele. S největší pravděpodobností postrádají také znalost o internetovém portálu businessinfo, kde se podnikatelé mohou dočíst o podporách MSP 24 hodin denně.

Otázka 6a – Využili jste někdy některou z poskytovaných podpor pro segment MSP?

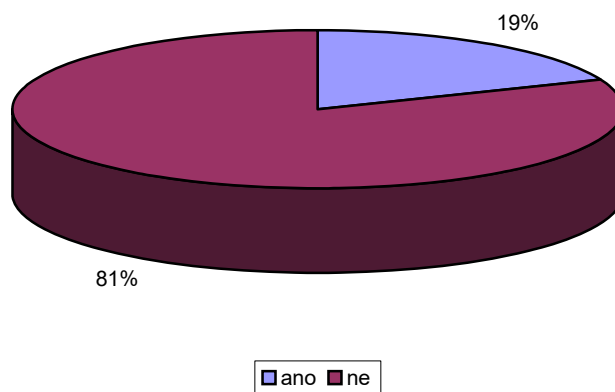
Na tuto otázku odpověděli respondenti takto:

- Ano..... 19 %
- Ne 81 %

Využití podpor MSP je znázorněno v grafu 12 .

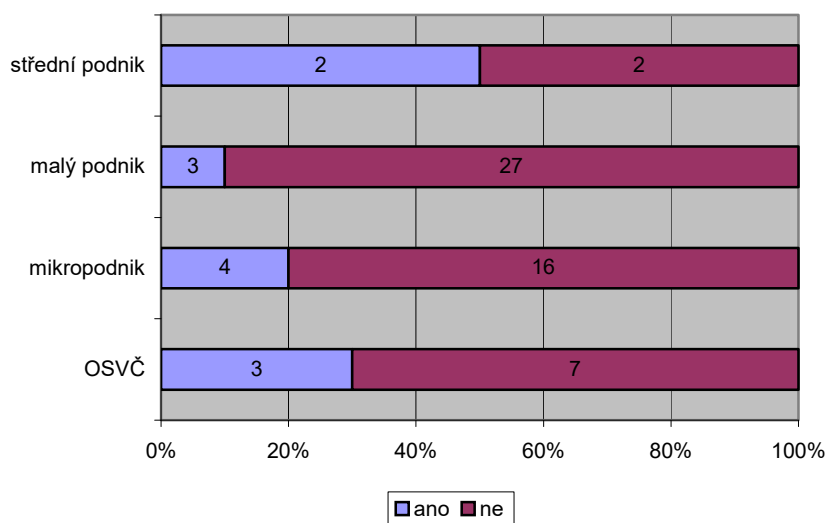
Z průzkumu vyplývá, že pouze 19 % respondentů, kteří jsou informováni o podporách MPS využilo některou z poskytovaných podpor. Naprostá většina respondentů (81 %) doposud nevyužila žádnou dotaci. Z grafu 13 vyplývá, že podporu využil 1 střední podnik, dále 4 malé podniky z 30 dotazovaných, 5 mikropodniků z 20 dotazovaných a 2 OSVČ z 10.

Graf 12 – Využili jste někdy některou z poskytovaných podpor pro segment MSP



Zdroj: Vlastní výzkum

Graf 13 – Grafické znázornění využití podpor dle jednotlivých kategorií

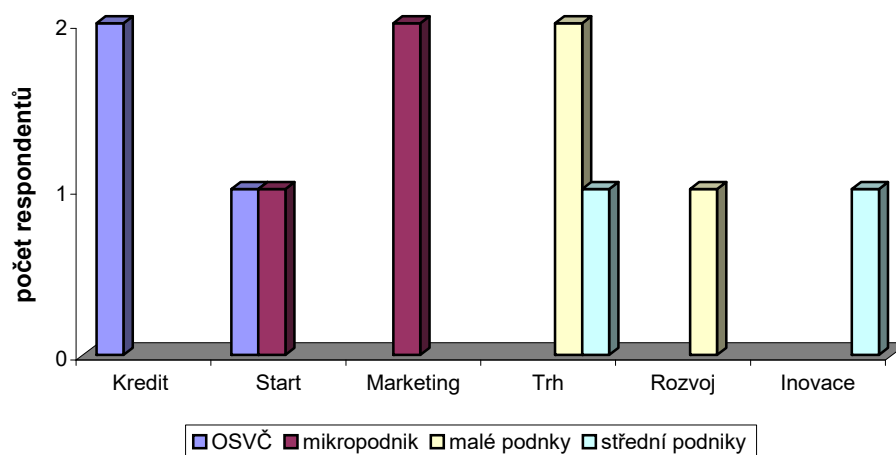


Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka č.6b - Uveďte, o jakou podporu se jednalo?

Odpovědi respondentů na tuto otázku přibližuje graf 14.

Graf 14 - Uveďte, o jakou podporu se jednalo



Zdroj: Vlastní výzkum

Ze všech dotazovaných využilo podpor malého a středního podnikání pouze 12 respondentů. Z grafu 14 vyplývá, že Program KREDIT využilo 5 respondentů, a to, 3 mikropodniky a 2 malé podniky. Program START využili 4 respondenti, a to 2 osoby samostatně podnikající a 2 mikropodniky. Program Marketing využil 1 malý podnik. Program ROZVOJ využili 2 respondenti, a to 1 malý podnik a 1 střední podnik.

Je zajímavé, že všichni dotazovaní využili dotace z operačního programu průmysl a podnikání.

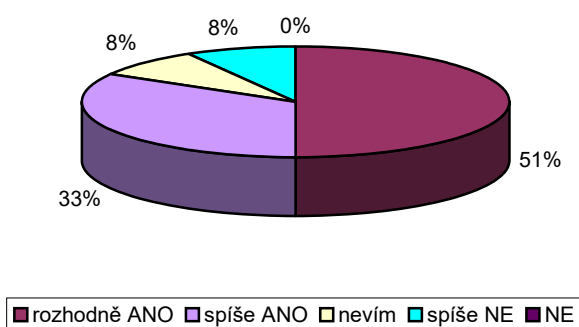
Otázka 6c – Umožnila Vám tato podpora vstup do podnikání nebo pozitivně ovlivnila další rozvoj Vašich podnikatelských aktivit?

Na tuto otázku odpověděli respondenti takto:

- Rozhodně Ano..... 51 %
- Spíše Ano33 %
- Nevím..... 8 %
- Spíše ne..... 8 %
- Ne..... 0 %

Tato otázka se týkala pouze podnikatelských subjektů, které skutečně získaly podporu. Z celkového souboru dotazovaných (98) získalo podporu jen 12 dotazovaných, což je 19 % z počtu respondentů, kteří jsou informováni o existenci podpor malých a středních podniků. Z grafu 15 vyplývá, že polovina respondentů byla rozhodně spokojena a domnívá se, že jim poskytnutí podpory ovlivnilo budoucí podnikání pozitivně. 33 % respondentů se domnívá, že podpora jejich podnikání spíše prospěla. Stejný počet respondentů (8 %) odpověděl, že nevědí, zda jim podpora pomohla nebo spíše nepomohla v budoucím rozvoji jejich podniku. Ani jeden respondent neodpověděl, že by mu poskytnutí podpory vůbec nepomohlo.

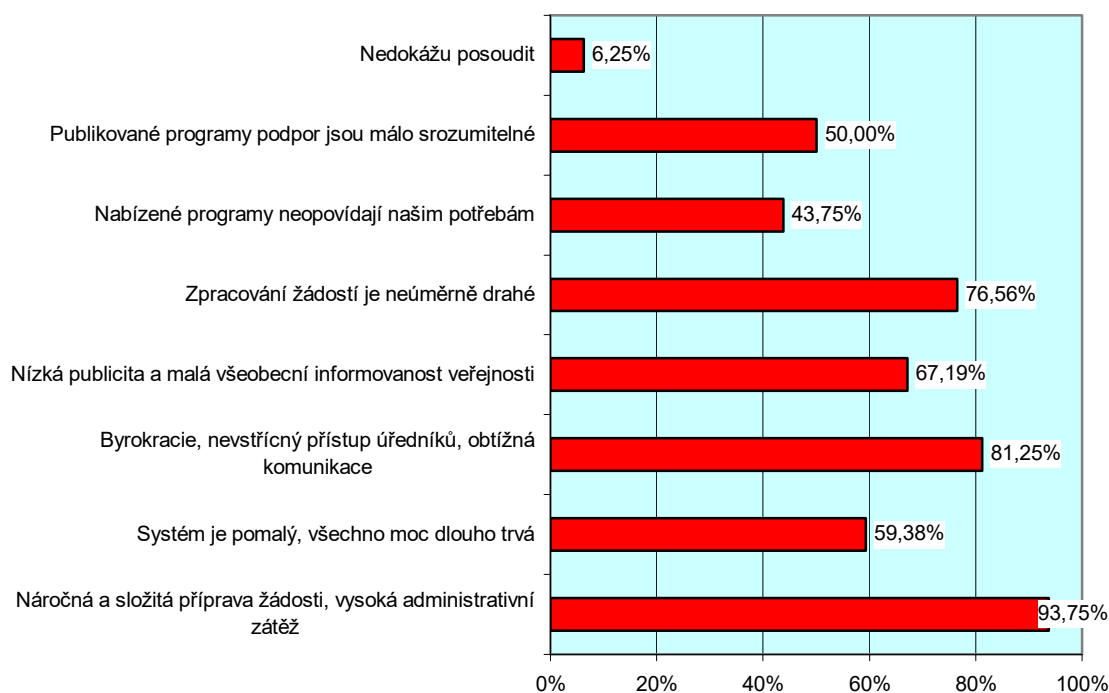
Graf 15 - Umožnila Vám tato podpora vstup do podnikání nebo pozitivně ovlivnila další rozvoj Vašich podnikatelských aktivit



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 7 – Jaké jsou podle Vás problémové oblasti na současném systému podpory malého a středního podnikání

Graf 16 – Grafické znázornění problémových oblastí na současném systému podpory MSP v (%)



Zdroj: Vlastní výzkum

Cílem této otevřené otázky bylo vytipování oblastí, které jsou na současném systému podpory MSP podle respondentů problémové či nevyhovující. Většina respondentů v této otázce uváděla vždy více odpovědí.

Z grafu č. 16 vyplývá, že největším problémem je pro ně náročná a složitá příprava žádosti a vysoká administrativní zátěž, tento problém označilo dokonce téměř 94 % respondentů. Dalším velmi častým problémem (81 %) shledávají respondenti byrokracii, nevstřícný přístup úředníků a obtížnou komunikaci s nimi. Dále respondenti upozorňují, že je zpracování žádostí neúměrně drahé, na systém, který je pomalý (59 %). Také jako problém vidí, to že se často nevyznají v publikovaných programech podpor. K této otázce se nevyjádřili 4 respondenti, což je (6 %).

Z podrobnější analýzy vyplývá, že zástupci OSVČ a mikropodniků uvádějí za nejvýznamnější problém nízkou publicitu a všeobecnou informovanost. Pro malé a střední podniky je nejvýznamnější bariérou odborná a administrativní náročnost.

6.3. Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Z provedeného šetření vyplývá, že dostupnost komerčních úvěrů pro podnikatelské subjekty ze segmentu malých a středních podniků je obtížná. Pouze 19 % dotazovaných označilo dostupnost úvěrů za bezproblémovou. Pro všechny ostatní respondenty je náročná, popřípadě žádná. Z těchto odpovědí lze vyvodit, že existence ČMZRB, která pomáhá podnikatelům usnadnit přístup ke kapitálu, je velice důležitá.

Informovanost podnikatelů o existenci podpor MSP, jak vyplývá z dotazníkového šetření není příliš vysoká. O existenci podpor je informováno pouze 65 % z dotazovaných. Podnikatelé, kteří jsou informováni o existenci podpor nejčastěji uvádějí programy podpor, jejichž garantem je ČMZRB. Podnikatelé sice znají názvy programů, ale z dalšího pozorování bylo zjištěno, že většinou neví o programech žádné podrobnosti. Jako zdroje informací uváděli respondenti především odborný tisk a peněžní ústavy. Mezi další jmenované zdroje patřily Hospodářská komora a Internet. Pouze 38 % respondentů, kteří jsou informováni o existenci podpor MSP, zná některou z institucí, které poskytují informace o podporách. Nejčastěji jmenovanými agenturami byly CzechInvest a CzechTrade. Z dotazníkového šetření vyplývá, že 56 % podnikatelů poukázalo na problém s dostupností informací o podporách. Všichni respondenti označili za problém informovanosti absenci informačních míst, která by komplexně sdružovala všechny důležité informace.

Pouze 12 respondentů ze sledovaného souboru skutečně využilo některou z podpor. Konkrétně se jednalo o podpory z operačního programu průmysl a podnikání. Více než polovina podnikatelů, kteří využili některou z podpor uvedla, že jim podpora pomohla ke vstupu do podnikání nebo jim pozitivně ovlivnila další podnikatelský rozvoj.

Mezi problémové či nevyhovující oblasti na současném systému podpory malých a středních podniků respondenti nejvíce uváděli nízkou informovanost, náročnou administrativu a nevstřícný přístup úředníků. Dotazovaní také často upozorňovali na to, že programy neodpovídají jejich potřebám.

7. Návrhy a doporučení

V této kapitole jsou navrženy kroky, které by mohly přispět ke zvýšení důvěřivosti podnikatelů, a tím zvýšit zájem o programy podpory MSP v plánovacím období 2007 -2013.

Informovanost

Téměř 68 % dotazovaných respondentů uvedla všeobecnou informovanost jako výraznou překážku k podání žádosti. Podnikatelé nemají informace o podporách, jelikož je sami nevyhledávají, nemají čas pro vyhledávání komplexních informací.

Proto velký efekt na podnikatele by mohl mít zasláný email s konkrétními informacemi o podporách. Email by měl obsahovat:

- datum vyhlášení programu;
- zaměření programu;
- kde jsou informační místa a poradenská pomoc;
- přehledné tabulky s dostupnými programy a jejich základní podmínky.

Zaslání pozvánek na semináře poštou je další možností, jak informovat podnikatele, kteří nevládní počítač, a tím pádem nemají přístup k elektronické poště. Je důležité vzít na vědomí, že pozvánky, které neobsahují alespoň základní údaje o semináři se většinou minou účinkem.

Největším efektem by byly osobní návštěvy podnikatelů pracovníky specializovaných institucí. Vysvětlení možností podpor tváří tvář by většina dotazovaných podnikatelů určitě uvítala.

Administrativní překážka

Každá složitá administrativa podnikatele odrazuje. Nejsilnější je tento efekt u OSVČ a mikropodniků. Proto by se měl požadovaný objem administrativních úkonů snížit na minimum a s ním i okamžik, ve kterém jsou administrativní úkony požadovány. Důležitým krokem by bylo, aby se vyžadovaly některé dokumenty až před konečným podepsáním smlouvy, a tím by se snížily zbytečné nároky na neúspěšné žadatele.

Financování

Mezi největší bariéry MSP patří nedostatek finančních prostředků, s touto bariérou se potýká většina podnikatelských subjektů. Zejména menší firmy mají problém se získáním investičního úvěrů. Proto by zálohová platba či určitá forma průběžného financování mohla usnadnit podnikání menších firem. Projekty, které z důvodů nedostatku financí nebyly zrealizované, by se mohly uskutečnit.

Sladit potřeby MSP v kraji s nastavením programů

Je důležité provádět patřičné informační a poradenské aktivity, tak aby podnikatelské subjekty či potenciaální podnikatelé zaměřovaly svoje podnikatelské a rozvojové plány do oblastí a činností, které budou podporovány.

A naopak zjistit potřeby podnikatelů a zaměřit podpory do těchto činností. Téměř 44 % z dotazovaných respondentů upozornilo na to, že programy neodpovídají jejich potřebám.

8. ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo zhodnocení podmínek rozvoje malého a středního podnikání v Plzeňském kraji. Tento cíl byl naplněn výzkumem MSP v tomto regionu.

Malé a střední podniky (MSP) jsou specifickými subjekty ve všech rozvinutých státech. Jejich hlavními výhodami jsou jednodušší řídicí struktury a větší flexibilita oproti velkým podnikům. V České republice mají malé a střední podniky nezastupitelnou roli, z 52 % se podílejí na výkonech české ekonomiky a zaměstnávají 62 % aktivních osob. Vývoj sektoru MSP má podstatný dopad na celkový ekonomický a tím i sociální vývoj země a jednotlivých jejích regionů.

Podpora podnikání malých a středních podniků v České republice je zabezpečována pomocí velkého počtu různých institucí, agentur a odborných organizací, které za zvýhodněných podmínek nabízejí své služby malým a středním podnikatelům. Podpora zahrnuje celý soubor nástrojů, který pro podnikatele představuje možnost zlepšit či usnadnit podnikání.

V letech 2007-2013 se nabídne České republice příležitost, která se v podobném rozsahu nemusí již opakovat. Hlavními nástroji podpory rozvoje malých a středních podniků budou cenově zvýhodněné záruky za bankovní úvěry, úvěry se sníženou úrokovou sazbou a podřízené úvěry, dotace a kapitálové vstupy. Zvláštní důraz bude kladen na podpory vstupu do podnikání a na podpory posilující kapitál malých a středních podnikatelů včetně zajištění dostatečných zdrojů na jejich podporu pro vstup na zahraniční trhy. Programy budou financovány s využitím zejména prostředků strukturálních fondů a státního rozpočtu. Aby mohl každý podnik těchto příležitostí využít, musí informace o programech podpory podnikání proniknout hlouběji do povědomí podnikatelů.

Na základě charakteristik Plzeňského kraje lze konstatovat, že má kraj značný rozvojový potenciál z hlediska své polohy, přírodních i lidských zdrojů a vazeb k ostatním regionům. Výhodná poloha regionu mezi hlavním městem České republiky Prahou a západní Evropou je přitažlivá pro investory, a to nejen z České republiky, ale i ze zahraničí. V regionu je nadprůměrně zastoupena průmyslová výroba s velkým počtem silných firem, které se nacházejí hlavně v oblasti strojírenského a potravinářského průmyslu. Tyto silné firmy mají významný vliv na ekonomiku kraje a zajišťují životaschopnou půdu pro mnoho malých a středních podniků. Jeho atraktivní

poloha také zvyšuje zájem o cestovní ruch, a tím představuje rozvojovou příležitost kraje.

Z databáze agentury na podporu podnikání CzechInvest vychází, že Plzeňský kraj zaujímá 7 místo v počtu podaných žádostí o dotace z programu OPMP. V Plzeňském kraji byl malý zájem v porovnání s ostatními kraji o programy Start, Rozvoj a Marketing.

Ačkoliv mají podnikatelé ze segmentu MSP řadu možností získat podporu pro své podnikání, dotazníkovým šetřením bylo zjištěno, že o její existenci nejsou dostatečně informováni. Provedený výzkum zjistil, že celých 35 % dotazovaných podnikatelských subjektů postrádá jakékoliv informace o podporách malého a středního podnikání. Podnikatelé ze segmentu MSP, kteří jsou informováni o podporách MSP, znají podpory, jejichž poskytovatelem je Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB). Respondenti mají velice malou znalost o institucích, které poskytují informace o podporách malého a středního podnikání. Informace o podporách podnikatelé získali především z odborného tisku, peněžních ústavů či z internetu. Více než polovina dotazovaných poukázala na problém z dostupností informací. Hlavní příčinu spatřují respondenti v roztržitosti informací do celé řady kontaktních míst a v absenci informačního centra, které by komplexně sdružovalo důležité informace. K problémovým oblastem z pohledu respondentů patří zejména vysoká náročnost přípravy žádostí a také vysoké administrativní požadavky. Dále se objevily požadavky na zlepšení přístupu úředníků a zlevnění zpracování žádostí. Respondenty kritizovaná roztržitost informací a absence informačního místa, které by komplexně sdružovalo informace o podporách, svědčí bezesporu o tom, že respondenti neznají a nevyužívají agenturu pro podporu podnikání CzechInvest. Na základě výsledků z šetření lze vyvodit, že neznalost komplexní přehlednosti o poskytovaných podporách pro segment malých a středních podniků může také být příčinou jejich malého využívání podnikateli.

Ke zvýšení využívání podpor podnikateli v letech 2007-2013 by mohly přispět tyto návrhy:

- zasílání emailů s konkrétními informacemi;
- zasílání pozvánek na semináře;
- osobní návštěvy podnikatelů pracovníky specializovaných institucí;
- snížení administrativních úkonů na minimum;

- průběžné financování;
- zaměření podpory na potřeby podnikatelů či krajů.

Závěrem lze konstatovat, že vlastní podnikání může přinést nezávislou obživu, skvělý pocit svobody a samostatnosti. Na druhou stranu ale vyžaduje vytrvalost, odvahu, ekonomické myšlení, dobré nápady a finance do začátku.

9. SUMMARY

My thesis is aimed to assess the development of small and medium size businesses in the Pilsen Region. This aim was being achieved with my research of the small and medium size business activity in the Pilsen Region.

In the introduction small and medium size enterprises are characterized. Enclosed are references to law and regulations relating to the recent development of this segment. Besides a portrayal of small and medium size businesses, their role in the economy is interpreted and conditions of their development are specified. Sizeable parts of this chapter illustrate possible barriers and difficulties in their business. A major part of the introduction deals with organizations which offer support to small and medium size businesses.

The second chapter of the thesis depicts basic attributes and qualities of the Pilsen Region. Further, the creation of the Pilsen region as a self-governing unit and the NUTS II project are described. Subsequently a basic characterization of the economy and infrastructure are presented.

The third chapter contains a classification of the developing conditions of small and medium size businesses which were elaborated through research of small and medium size businesses in the Pilsen Region. Several questions are interpreted in charts and diagrams.

The conclusion encompasses the aims and the results of the thesis. In this chapter a final interpretation of the small and medium size businesses development conditions is given and there are various concepts and references as well.

Keywords: small and medium size businesses, Pilsen Region, research

10. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

LITERÁRNÍ ZDROJE

1. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. a KOLEKTIV: Podnikání malé a střední firmy, Grada Publishing, a.s., Praha 2005
ISBN 80-247-1069-2
2. MALACH, A.: Jak podnikat po vstupu do EU, Grada Publishing, a.s., Praha 2005
ISBN 80-247-0906-6
3. BEDNÁŘOVÁ, D.; PARMOVÁ, D.: Malé a střední podnikání, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, České Budějovice 2003
ISBN 80-7040-625-9
4. PŘIBOVÁ, M. a KOLEKTIV: Marketingový výzkum v praxi, Grada Publishing, a.s, Praha 1996
ISBN 80-7169-299-9
5. KOTLER, P.; ARMSTRONG, G.: Marketing, Grada Publishnig, a.s., Praha 2004
ISBN 80-247-0513-3
6. VANÍČEK, J.; SKOŘEPA, L.: Marketingový výzkum, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, České Budějovice 2001
7. HESKOVÁ, M. a KOLEKTIV: Základy Marketingu, Přednášky, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, České Budějovice 2000
ISBN 80-7040-455-8

ZÁKONY A SMĚRNICE

8. ZÁKON č. 47/2002 Sb. ze dne 11.ledna 2002 o podpoře malého a středního podnikání a o změně zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů. Změna: 1/2004 Sb., 690/2004 Sb.
9. ZÁKON č. 568/1992 Sb., Zákon o daních z příjmů. Poslední změna: dle zákona č. 29/2007 Sb. účinné od 1.1.2007
10. ZÁKON č.301/1992 Sb. ze dne 5. května 1992 o Hospodářské komoře České Republiky a Agrární komoře České Republiky. Změna: 223/94 Sb.

11. ZÁKON č. 58/1995 Sb. ze dne 14. března 1995 o pojišťování a finančním vývozu se státní podporou a o doplnění zákona č.166/1993 Sb., o Nejvyšším kontrolním úřadu, ve znění pozdějších předpisů. Změna: 23/2006

ZDROJE V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ

12. [HTTP://WWW.BUSINESSINFO.CZ](http://www.businessinfo.cz) [online] – Oficiální portál pro podnikání a export
13. [HTTP://WWW.MESEC.CZ](http://www.mesec.cz) [online] – Internetový server o osobních financích
14. [HTTP://WWW.FINANCE.CZ](http://www.finance.cz) [online] – Internetové stránky Informačního portálu v oblasti financí
15. [HTTP://WWW.MPO.CZ](http://www.mpo.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Ministerstva průmyslu a obchodu
16. [HTTP://WWW.UCETNISVET.CZ](http://www.ucetnisvet.cz) [online] – Internetový server o účetnictví
17. [HTTP://WWW.EUROSKOP.CZ](http://www.euroskop.cz) [online] - Oficiální internetový server Ministerstva zahraničních věcí informující o členství ČR v EU
18. [HTTP://WWW.EKOINFO.CZ](http://www.ekoinfo.cz) [online] - Informační a pracovní server pro malé a střední podniky
19. [HTTP://WWW.CZECHTRADE.CZ](http://www.czechtrade.cz) [online] - Oficiální internetové stránky Agentury na podporu obchodu
20. [HTTP://WWW.CZECHTRADE.CZ](http://www.czechtrade.cz) [online] - Oficiální internetové stránky Centra pro design ČR
21. [HTTP://WWW.NVF.CZ](http://www.nvf.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Národního vzdělávacího fondu
22. [HTTP://WWW.CCR.CZ](http://www.ccr.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Centra pro regionální rozvoj České republiky
23. [HTTP://WWW.EUROINFOCENTRUM.CZ](http://www.euroinfocentrum.cz) [online] – Informační a poradenský server pro malé a střední podniky
24. [HTTP://WWW.HKCR.CZ](http://www.hkcr.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Hospodářské komory ČR
25. [HTTP://WWW.AGROCR.CZ](http://www.agrocr.cz) [online] – Oficiální internetová stránka Agrární komory ČR

26. [HTTP://WWW.OSPO.CZ](http://www.ospo.cz) [online] – Oficiální internetová stránka Svazu obchodu ČR
27. [HTTP://WWW.CMRZB.CZ](http://www.cmrzb.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Českomoravské záruční a rozvojové banky
28. [HTTP://WWW.CEB.CZ](http://www.ceb.cz) [online] – Oficiální internetové stránky České exportní banky
29. [HTTP://WWW.EGAP.CZ](http://www.egap.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Exportní garanční a pojišťovací společnosti
30. [HTTP://WWW.KR-PLZENSKY.CZ](http://www.kr-plzensky.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Plzeňského kraje
31. [HTTP://WWW.KHKPKCZ](http://www.khkpkcz.cz) [online] – Oficiální internetové stránky Hospodářské komory Plzeňského kraje
32. [HTTP://WWW.CZSO.CZ](http://www.czso.cz) [online] – Oficiální stránky Českého statistického úřadu
33. [HTTP://WWW.FIRMY.CENTRUM.CZ](http://www.firmy.centrum.cz) [online] – Rejstřík firem internetového serveru CENTRUM.CZ
34. [HTTP://WWW.STRUKTURALNI-FONDY.CZ](http://www.strukturalni-fondy.cz) [online] – Oficiální internetové stránky o evropských fondech

11. REJSTŘÍK TABULEK, GRAFŮ A SCHÉMAT

11.1. Rejstřík tabulek

Tabulka 1 - Počet ekonomicky aktivních malých a středních podniků v roce 2005	16
Tabulka 2 - Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v roce 2005.	16
Tabulka 3 - Výkony malých a středních podniků v roce 2005.....	17
Tabulka 4 - Soustava daní v ČR - 2006.....	18
Tabulka 5 - Sazby daně z příjmů fyzických osob - 2006.....	20
Tabulka 6 - Vývoj sazby daně z DPO.....	21
Tabulka 7 - Porovnání základních statistických údajů mezi ČR a Plzeňským krajem k 31. 12. 2005	43
Tabulka 8 - Počet subjektů zapsaných v RES dle počtu zaměstnanců	44
Tabulka 9 – Počet subjektů zapsaných v RES dle OKEČ	44
Tabulka 10 – Přehled přijatých žádostí do OPMP za kraje k 20. 2. 2007	49
Tabulka 11 – Přehled přijatých žádostí do programů OPMP k 20. 2.2007 – Priorita 1	50
Tabulka 12 – Přehled přijatých žádostí do programů OPMP k 20.2.2007 – Priorita 2	51
Tabulka 13 - EU a národní spolufinancování celkem (mil. €).....	52
Tabulka 14 – Vymezení podnikatelů dle počtu zaměstnanců.....	54
Tabulka 15 – Rozdělení respondentů dle OKEČ.....	55

11.2. Rejstřík obrázků

Obr. 1 – Zobrazení polohy jednotlivých okresů v Plzeňském kraji.....	41
Obr. 2 – Zobrazení polohy jednotlivých krajů České republiky.....	72

11.3. Rejstřík grafů

Graf 1 – Rozdělení respondentů podle počtu zaměstnanců v (%).....	55
Graf 2 – Grafické znázornění dostupnosti komerčních úvěrů pro podnikatelské subjekty MSP v (%)	57
Graf 3 - Grafické znázornění dostupnosti komerčních úvěrů pro podnikatelské subjekty dle jednotlivých kategorií	57
Graf 4 – Grafické znázornění o informovanosti podpor MSP v (%).....	58

Graf 5 - Grafické znázornění o informovanosti podpor MSP dle jednotlivých kategorií	58
Graf 6 – Grafické znázornění znalosti konkrétních podpor.....	59
Graf 7 – Grafické znázornění zdrojů informací o podporách malého a středního podnikání dle jednotlivých kategorií	60
Graf 8 – Z jakých zdrojů jste získali informace o podporách malého a středního podnikání	61
Graf 9 – Znáte specializované instituce poskytující informace o podporách MSP	61
Graf 10 - Grafické znázornění znalostí institucí poskytující informace o podporách MSP dle jednotlivých kategorií	62
Graf 11- Jsou informace o podporách dostatečně přístupné.....	63
Graf 12 – Využili jste někdy některou z poskytovaných podpor pro segment MSP	64
Graf 13 – Grafické znázornění využití podpor dle jednotlivých kategorií.....	65
Graf 14 – Uveďte, o jakou podporu jednalo	66
Graf 15 – Umožnila Vám tato podpora vstup do podnikání nebo pozitivně ovlivnila další rozvoj Vašich podnikatelských aktivit	67
Graf 16 -Grafické znázornění problémových oblastí na současném systému podpory MSP v (%).....	67

12. SEZNAM ZKRATEK

AIP	Asociace inovačního podnikání České republiky
AK	Agrární komora
ARP	Agentura pro rozvoj podnikání
BIC	Podnikatelské a inovační centrum
CEBRE	Centrum pro evropskou integraci
CI	CzechInvest
CIRC	České inovační centrum
CRM	Centrální registrační místa
CRR	Centrum pro regionální rozvoj
ČEB	Česká exportní banka
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DC	DesignCentrum
DPH	Daň z přidané hodnoty
DPO	Daň z příjmu právnických osob
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
EIC	Euro Info Centrum
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
ES	Evropská společenství
EU	Evropská unie
EUR	Euro
HDP	Hrubý domácí produkt
HK ČR	Hospodářská komora České republiky
InMp	Informační místa pro podnikatele
MF	Ministerstvo financí
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malí a střední podnikatelé
NRP	Národní rozvojový plán
NUTS	Statistická jednotka užívaná v zemích EU
OKEČ	Odvětвовá klasifikace ekonomických činností
OP	Operační program
OPPI	Operační program průmysl a inovace
OPPP	Operační program průmysl a podnikání

RPIC	Regionální poradenské a informační centrum
SP ČR	Sdružení podnikatelů
ZAP	Zjednodušená administrativa

13. SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1** – Specifické cíle a priority operačního programu podnikání a inovace
- Příloha 2** – Přehled programů podpory OPPI na období 2007 – 2013
- Příloha 3** – Klasifikace NUTS
- Příloha 4** – Porovnání základních statistických údajů mezi ČR a Plzeňským krajem
- Příloha 5** – Počet subjektů zapsaných v RES v Plzeňském kraji a jeho okresech k 31.12.2006 dle počtu zaměstnanců
- Příloha 6** - Počet subjektů zapsaných v RES v Plzeňském kraji a jeho okresech k 31.12.2006 dle převažující činnosti
- Příloha 7** – Seznam podporovaných regionů v programech ROZVOJ – 1. výzva
- Příloha 8** - Charakteristika programů podpory MSP – MARKETING a ROZVOJ
- Příloha 9** – Dotazník pro osobní dotazování
- Příloha 10** – Dotazník pro elektronické dotazování
- Příloha 11** – Kontaktní údaje na poradenská a informační místa v Plzni

Příloha 1 - Specifické cíle operačního programu podnikání a inovace

Globální cíl OPPI	Specifický cíl prioritní osy	Prioritní osa	Oblast podpory
Zvýšit do konce programovacího období konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb úrovni předních průmyslových zemí Evropy.	Zvyšovat motivaci k zahájení podnikání, zintenzivnit aktivitu malých a středních podniků a vytvářet podmínky pro využití nových finančních nástrojů pro zahájení podnikání	1. Vznik firem	1.1. Podpora začínajícím podnikatelům
			1.2. Využití nových finančních nástrojů
	Zvýšit konkurenceschopnost podniků zaváděním nových výrobních technologií, zintenzivnit rozvoj informačních a komunikačních technologií a služeb pro podnikání	2. Rozvoj firem	2.1 Bankovní nástroje podpory MSP
			2.2. Podpora nových výrobních technologií, ICT a vybraných strategických služeb
	Zvýšit účinnost užití energií v průmyslu a využití obnovitelných, případně i druhotných zdrojů energie (vyjma podpory spaloven)	3. Efektivní energie	3.1 Úspory energie a obnovitelné zdroje energie
	Posílit inovační aktivity podniků (zavádění inovací technologií, výrobků a služeb)	4. Inovace	4.1 Zvyšování inovační výkonnosti podniků
			4.2 Kapacity pro průmyslový výzkum a vývoj
	Povzbudit spolupráci sektoru průmyslu se subjekty z oblasti výzkumu a vývoje, zkvalitnit infrastrukturu pro průmyslový výzkum, technologický vývoj a inovace, zefektivnit využití lidského potenciálu v průmyslu a zkvalitnit podnikatelskou infrastrukturu	5. Prostředí pro podnikání a inovace	5.1 Platformy spolupráce
			5.2 Infrastruktura pro rozvoj lidských zdrojů
			5.3 Infrastruktura pro podnikání
	Zintenzivnit rozvoj poradenských a informačních služeb pro podnikání	6. Služby pro rozvoj podnikání	6.1 Podpora poradenských služeb
			6.2 Podpora marketingových služeb
Vytvořit institucionální, technické a administrativní podmínky pro realizaci operačního programu	7. Technická pomoc	7.1 TP při řízení a implementaci OPPI	
		7.2 Ostatní TP	

Zdroj: <http://www.mpo.cz>

Příloha 2 – Přehled programů podpory OPPI na období 2007 – 2013

Programy podpory MSP na období 2007 - 2013		
Program	Cíl programu	Garant
START	Financování podnikatelských záměrů pro začínající podnikatele (osoby vstupující do podnikání poprvé nebo po delším časovém odstupu).	ČMRZB
PROGRES	Podpora dynamicky se rozvíjejících malých a středních podnikatelů formou podřízených úvěrů. Podpora projektů v oblasti energetických služeb, které přispívají ke snížení spotřeby energie a ke zvýšení efektivity výroby energie.	ČMZRB
ZÁRUKA	Usnadnění realizace podnikatelských projektů malých a středních podnikatelů pomocí zvýhodněných bankovních záruk.	ČMRZB
ROZVOJ	Podpora pořízení nových technologických zařízení s vyššími technickými a užitnými parametry v malých a středních podnicích.	CZECHINVEST
ICT A STRATEGICKÉ SLUŽBY	Podpora ICT služeb v ČR, rozvoj informační, znalostní společnosti a zvyšování dostupnosti informací o produktech ICT, podpora vybraných strategických služeb s úzkou návazností na ICT a významným mezinárodním zaměřením.	CZECHINVEST
ICT V PODNICÍCH	Dotace na zavádění a rozšiřování informačních a komunikačních technologií v podnicích a využití souvisejících služeb.	CZECHINVEST
EKO-ENERGIE	Snižování energetické náročnosti výroby a vyšší využití obnovitelných a druhotných zdrojů energie.	ČEA
INOVACE	Podpora aktivit směřujících k realizaci inovačního projektu v podnicích. Podpora aktivit směřujících k ochraně práv průmyslového vlastnictví v ČR i v zahraničí.	CZECHINVEST

POTENCIÁL	Podpora zřízení a rozšíření infrastruktury pro vývojové a inovační aktivity společností.	CZECHINVEST
SPOLUPRÁCE	Podpora vzniku a rozvoje kooperačních odvětvových seskupení - klastrů, pólů excelence, technologických platforem a kooperačních projektů na regionální, nadregionální i mezinárodní úrovni.	CZECHINVEST
PROSPERITA	Podpora zakládání a dalšího rozvoje subjektů infrastruktury pro výzkum a vývoj (vědeckotechnické parky, podnikatelské inkubátory, centra pro transfer technologií) a podpora sítí Business Angels.	CZECHINVEST
ŠKOLICÍ STŘEDISKA	Podpora vzniku a rozvoje infrastruktury určené pro vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů podnikatelských subjektů.	CZECHINVEST
NEMOVITOSTI	Podpora vzniku a rozvoje podnikatelských nemovitostí včetně související infrastruktury, podnikatelských zón a regenerace brownfields.	CZECHINVEST
PORADENSTVÍ	Rozvoj Národního registru poradců, dotované informační, poradenské a vzdělávací služby pro malé a střední podnikatele. Vytvoření systému pro analýzy světových i českých rozvojových trendů majících vliv na inovační aktivitu ekonomiky ČR (příjemcem podpory je CzechInvest).	CZECHINVEST
MARKETING	Zvyšování marketingových aktivit malých a středních podniků na zahraničních trzích. Podpora účastí výrobních podniků a poskytovatelů služeb na zahraničních veletrzích a výstavách specializovaného charakteru a na podnikatelských misích pořádaných za účelem prezentace ČR. Rozvoj infrastruktury pro zvýšení objemu a kvality informačních a poradenských služeb pro mezinárodní obchod (příjemcem podpory je CzechTrade).	CZECHTRADE

Zdroj: <http://www.mpo.cz>

Příloha 3 – Klasifikace NUTS

NUTS 1	NUTS 2	NUTS 3	
území	oblast	kraj	
Česká republika	Praha	Hlavní město Praha	
	Střední Čechy	Středočeský	
	Jihozápad		Jihočeský
			Plzeňský
	Severozápad		Karlovarský
			Ústecký
	Severovýchod		Liberecký
			Královéhradecký
			Pardubický
	Jihovýchod		Vysočina
			Jihomoravské
	Střední Morava		Olomoucký
		Zlínský	
Moravskoslezsko		Moravskoslezský	

Zdroj: <http://www.czso.cz>

Příloha 4 - Porovnání základních statistických údajů mezi ČR a Plzeňským krajem

Ukazatel	Kraj						
	Hl. m. Praha	Středočeský	Jihočeský	Plzeňský	Karlovarský	Ústecký	Liberecký
Rozloha (km ²)	496	11 015	10 057	7 561	3 315	5 335	3 163
Počet obyvatel	1 170 571	1 144 071	625 712	549 618	304 588	822 133	427 563
Hustota obyvatelstva (osoby na km ²)	2 360	104	62	73	92	154	135
Počet obcí	1	1 146	623	501	132	354	216
se statutem města	1	74	45	46	28	46	36
Nezaměstnanost (%)	3,58	6,85	6,59	6,74	10,75	15,85	8,22
Zaměstnanost v zemědělství (%)	0,4	5,7	9,0	6,5	2,2	2,6	1,8
Zaměstnanost ve službách (%)	84,1	44,6	42,4	41,1	44,5	46,9	37,0
Zaměstnanost v průmyslu a stavebnictví (%)	15,5	49,7	48,7	52,3	53,3	50,5	61,1
Počet průmyslových podniků*	741	838	547	512	268	538	428
HDP na obyvatele k průměru ČR (%)	201,8	93,6	89,0	92,6	79,9	84,5	81,5

*průmyslové podniky s více jak 20 zaměstnanci

Zdroj: <http://www.czso.cz>

	Kraj						
	Králové-Hradecký	Pardubický	Vysočina	Jihomoravský	Olomoucký	Zlínský	Moravskoslezský
	4 758	4 519	6 926	7 067	5 159	3 964	5 535
	547 296	505 285	517 153	1 123 201	635 126	590 706	1 257 554
	115	112	75	159	123	149	227
	448	452	729	647	394	304	302
	43	32	33	47	26	30	40
	7,67	8,94	8,85	10,69	11,73	9,53	15,66
	8,6	6,7	11,6	4,8	6,3	5,2	2,3
	39,6	38,3	35,4	53,0	41,3	41,0	46,3
	51,8	55,0	53,0	42,2	52,4	53,7	51,4
	505	485	467	964	518	656	717
	90,2	85,1	86,5	93,9	78,0	82,2	82,1

Příloha 5 - Počet subjektů zapsaných v RES v Plzeňském kraji a jeho okresech k 31.12.2006 dle počtu zaměstnanců

Počet zaměstnanců	Kraj celkem	v tom okresy:						
		Domažlice	Klatovy	Plzeň-město	Plzeň-jih	Plzeň-sever	Rokycany	Tachov
celkem	128 657	11 937	19 347	45 764	14 275	15 422	10 145	11 767
neuvedeno	73 528	6 959	10 965	26 325	8 108	8 478	5 796	6 897
OSVČ	40 786	3 547	6 265	13 837	4 808	5 362	3 361	3 606
méně než 10	11 142	1 099	1 634	4 389	1 064	1 224	770	962
méně než 50	2420	244	379	898	219	281	174	225
méně než 250	662	79	94	253	67	69	38	62
250 a více	119	9	10	62	9	8	6	15

Zdroj: <http://www.cszo.cz>

Příloha 6 - Počet subjektů zapsaných v RES v Plzeňském kraji a jeho okresech k 31.12.2006 dle převažující činnosti

Činnost	Kraj celkem	v tom okresy:						
		Domažlice	Klatovy	Plzeň-město	Plzeň-jih	Plzeň-sever	Rokycany	Tachov
Celkem	128 657	11 937	19 347	45 764	14 275	15 422	10 145	11 767
Zemědělství, myslivost, lesnictví	9 218	1 051	2 792	690	1 637	1 319	688	1 041
Rybolov a chov ryb	67	-	19	12	13	11	3	9
Průmysl	16 576	1 745	2 468	4 835	2 234	2 345	1 583	1 366
Stavebnictví	14 774	1 251	1 948	4 977	1 883	2 192	1 462	1 061
Obchod, opravy motor. vozidel a výrobků pro osobní potřebu a převážně pro domácnost	36 571	3 261	4 926	14 158	3 590	4 153	2 782	3 701
Ubytování a stravování	7 657	958	1 524	2 228	685	819	562	881
Doprava, skladování a spoje	4 071	396	534	1 282	524	520	394	421
Finanční zprostředkování	4 199	389	624	1 572	407	457	261	489
Činnosti v oblasti nemovitostí a pronájmu; podnikatelské činnosti	20 666	1 301	2 219	10 703	1 724	1 966	1 252	1 501
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1 329	221	335	39	253	232	143	106
Vzdělání	1 621	153	220	734	140	152	106	116
Zdravotnictví a sociální péče; veterinární činnosti	1 760	159	271	690	158	179	133	170
Ostatní veřejné, sociální a osobní služby	10 148	1 052	1 467	3 844	1 027	1 077	776	905

Zdroj: <http://www.czso.cz>

Příloha 7 – Seznam podporovaných regionů v programu ROZVOJ - 1. výzva

Projekty podporované v rámci programu Rozvoj musí být realizované v regionech:

1. se soustředěnou podporou státu na období let 2007 – 2013 (dle Usnesení č. 560/2006)

a) strukturálně postižené regiony – okresy:

Most, Karviná, Chomutov, Teplice, Ostrava-město, Frýdek-Místek, Nový Jičín, Sokolov

b) hospodářsky slabé regiony – okresy:

Hodonín, Znojmo, Třebíč, Bruntál, Opava, Jeseník, Přerov, Šumperk, Svitavy, Louny, území bývalých vojenských újezdů Ralsko a Mladá

c) regiony s vysoce nadprůměrnou nezaměstnaností

okresy: Děčín, Ústí nad Labem, Litoměřice

obce s rozšířenou působností: Ostrov, Frýdlant, Králíky, Bystřice n. Pernštejnem, Bučovice, Mikulov, Šternberk, Uničiv, Kroměříž, Rožnov pod Radhoštěm, Valašské Klobouky

2. přechodně podpořené hospodářsky slabé regiony do roku 2008 (dle Usnesení č. 829/2006)

Český Krumlov, Tachov, Rakovník, Vyškov

Příloha 8 – Charakteristika programů podpory MSP – MARKETING a ROZVOJ

PROGRAM MARKETING

Správce programu (poskytovatelem dotace) je **Ministerstvo průmyslu a obchodu**

Zprostředkujícím subjektem pro tento program je **CzechTrade**

Vyhlášení programu: **1. 3. 2007**

Příjem registrační žádosti: **od 1. 3. 2007 do 31.12. 2007**

Plánovaná alokace pro tuto výzvu: **7,5 mil. EUR**

Cíl výzvy

Tato výzva do programu MARKETING naplňuje cíl posílení mezinárodní konkurenceschopnosti malých a středních podniků (MSP) se sídlem v ČR prostřednictvím individuálních účastí a jejich seskupení (min. 3 MSP) na zahraničních veletrzích a výstavách.

Podporované aktivity

Individuální projekty MSP a projekty seskupení MSP podporující vstup MSP na zahraniční trhy.

Příjemcem podpory může být

- malý a střední podnik, který má uzavřena 2 po sobě jdoucí zdaňovací období
- seskupení malých a středních podniků

Specifika a omezení

- žadatel musí mít sídlo mimo Prahu s výjimkou případů, kdy je vývozní činnost spojena s výrobou a službami realizovanými mimo region Praha;
- doba realizace projektu může být maximálně 1 rok;
- program je určen subjektům průmyslové výroby, stavební výroby, řemeslné výroby, služeb, včetně zdravotnických, obchodních činností.

Způsobilými výdaji jsou:

- získávání a tvorba marketingových informací;

- tvorba propagačních materiálů a cizojazyčných internetových stránek;
- pronájem, zřízení a provoz stánku na výstavách a veletrzích v zahraničí;
- výdaje na publicitu spojené s realizací projektu

Forma a výše podpory

dotace ve výši 0,1 – 2 mil. Kč, maximálně 50 % způsobilých výdajů

limity platné pro **1. výzvu**:

- získání marketingových informací o zahraničním trhu – dotace maximálně do výše 100 tisíc Kč;
- tvorba propagačních materiálů (např. letáky, brožurky, inzeráty, pozvánky v cizích jazycích) – dotace maximálně do výše 400 tisíc Kč;
- tvorba cizojazyčných internetových stránek včetně výtvarného návrhu prezentace podniku nebo výrobku, včetně SW pro funkčnost stránek – dotace maximálně do výše 200 tisíc Kč;
- účast podnikatelů na výstavách a veletrzích v zahraničí – dotace maximálně do výše 300 tisíc Kč na jednotlivou výstavu.

PROGRAM ROZVOJ

Správce programu (poskytovatel dotace): **Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR**

Vyhlášení programu: **1. 3. 2007**

Příjem registrační žádostí: **od 1.3.2007 do 31.5.2007**

Plánovaná alokace pro tuto výzvu: **30 mil. EUR**

Cíl výzvy

Tato výzva do programu ROZVOJ naplňuje cíl podpořit růst výkonů a konkurenceschopnosti malých a středních podniků (dále jen MSP) v regionech s vyšší mírou nezaměstnanosti vedoucí ke zlepšení jejich pozice na trhu a v souvislosti s tím i k udržení, případně růstu počtu pracovních míst.

Podporované aktivity

Pořízení nových technologických zařízení s vyššími technickými a užitnými parametry a realizace projektů zvyšující efektivnost procesů.

Příjemce podpory může být

- malý a střední podnik, který má uzavřena 3 po sobě jdoucí zdaňovací období
- aktivity (projekt) podniku se projevují ve zpracovatelském průmyslu - OKEČ 15-37 (vyjma 16, 23) nebo obchodě - OKEČ 50.2-52.7)
- **projekt žadatele musí být realizován v regionech se soustředěnou podporou státu na léta 2007-2013 vymezených usnesením vlády č. 560 a č. 829 z roku 2006**

Specifika a omezení

- projekt žadatele musí být realizován v regionech se soustředěnou podporou státu na léta 2007-2013 vymezených usnesením vlády č. 560 a č. 829 z roku 2006
- nebude podpořena technologie, která je financovaná pomocí leasingu

Způsobilými výdaji jsou:

- náklady na nákup strojů a zařízení včetně řídicích software, u nichž je žadatel prvním uživatelem
- stavební náklady přímo související s realizací projektu (max. 20 % z celkových způsobilých výdajů na nákup strojů a zařízení včetně řídicích softwarů)

- náklady na pořízení patentů, patentových licencí na know-how a nepatentovaných know-how
- náklady na publicitu spojenou s projektem

Forma a výše podpory

dotace 1 - 20 mil. Kč

procentuální výše podpory ze způsobilých výdajů:

- 51 % - okres Tachov a Český Krumlov
- 52 % - zbylé oblasti se soustředěnou podporou státu

Příloha 9 – Dotazník pro osobní dotazování

PODPORA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V PLZEŇSKÉM REGIONU

Jmenuji se Miluše Urbanová a jsem studentkou Jihočeské univerzity, Zemědělské fakulty, studijní obor – provozně podnikatelský. V rámci své diplomové práce provádím výzkum malého a středního podnikání, podnikání živnostenského. Ráda bych Vás poprosila o pravdivé vyplnění otázek. Svě odpovědi zaškrtněte, případně doplňte. Předem děkuji za Vaši ochotu, trpělivost a čas při vyplňování dotazníku.

Základní údaje o respondentovi:

Zařazení podnikatelské jednotky dle počtu zaměstnanců:

- OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)
- mikropodnik (méně než 10 zaměstnanců)
- malý podnik (méně než 50 zaměstnanců)
- střední podnik (méně než 250 zaměstnanců)

Uveďte charakter podnikatelské činnosti

.....

1. Jaká je podle Vás dostupnost komerčních úvěrů pro podnikatele ze segmentu malého a středního podnikání?

- žádná – banky nemají o úvěrování tohoto segmentu zájem
- náročná – banky mají velké nároky na bonitu žadatele
- bezproblémová- kdo má dobrý podnikatelský plán, úvěr dostane

2a, Jste informováni o existenci podpor pro malé a střední podnikání?

- ANO
- NE

V případě, že odpovíte NE, prosím dále již v dotazníku nepokračujte.

V případě, že odpovíte ANO, prosím pokračujete v zodpovězení následující otázky.

2b, Uved'te, jaké konkrétní podpory znáte?

.....

.....

.....

3. Z jakých zdrojů jste čerpali informace o podporách malého a středního podnikání?

- Odborný tisk
- Internet
- Peněžní ústavy
- Hospodářská komora
- Jiné

.....

.....

**5. Znáte specializované instituce poskytující informace o podporách MSP?
Pokud ano, tak které?**

.....

.....

.....

5a, Jsou podle Vás informace o podporách pro malé a střední podnikání dostatečně přístupné?

- ANO
- NE

Pokud odpovíte NE, prosím odpovězte na následující otázku.

5b, Co by podle Vás pomohlo zvýšit přístupnost těchto informací?

.....

.....

.....

6a, Využili jste někdy některou z poskytovaných podpor pro segment MSP?

ANO

NE

Pokud jste odpověděli ANO, prosím pokračujte následujícími 2 otázky.

6b, Uveďte, o jakou podporu se jednalo?

.....

.....

.....

6c, Umožnila Vám tato podpora vstup do podnikání nebo pozitivně ovlivnila další rozvoj Vašich podnikatelských aktivit?

rozhodně ANO

spíše ANO

nevím

spíše ne

ne

7. Jaké jsou podle Vás problémové oblasti na současném systému podpory MSP?

.....

.....

.....

Příloha 10 – Dotazník pro elektronické dotazování

PODPORA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V PLZEŇSKÉM REGIONU

Jmenuji se Miluše Urbanová a jsem studentkou Jihočeské univerzity, Zemědělské fakulty, studijní obor – provozně podnikatelský. V rámci své diplomové práce provádím výzkum malého a středního podnikání, podnikání živnostenského. Ráda bych Vás poprosila o pravdivé vyplnění otázek. Své odpovědi zaškrtněte, případně doplňte. Předem děkuji za Vaši ochotu, trpělivost a čas při vyplňování dotazníku.

Základní údaje o respondentovi:

Zařazení podnikatelské jednotky dle počtu zaměstnanců:

- OSVČ (osoba samostatně výdělečně činná)
- mikropodnik (méně než 10 zaměstnanců)
- malý podnik (méně než 50 zaměstnanců)
- střední podnik (méně než 250 zaměstnanců)

Uveďte charakter podnikatelské činnosti:

1. Jaká je podle Vás dostupnost komerčních úvěrů pro podnikatele ze segmentu malého a středního podnikání?

- žádná – banky nemají o úvěrování tohoto segmentu zájem
- náročná – banky mají velké nároky na bonitu žadatele
- bezproblémová- kdo má dobrý podnikatelský plán, úvěr dostane

2a, Jste informováni o existenci podpor pro malé a střední podnikání?

ANO

NE

V případě, že odpovíte NE, prosím dále již v dotazníku nepokračujte.

V případě, že odpovíte ANO, prosím pokračujete v zodpovězení následující otázky.

2b, Uved'te, jaké konkrétní podpory znáte?

3. Z jakých zdrojů jste čerpali informace o podporách malého a středního podnikání?

Odborný tisk

Internet

Peněžní ústavy

Hospodářská komora

Jiné

4. Znáte specializované instituce poskytující informace o podporách MSP? Pokud ano, tak které?

5a, Jsou podle Vás informace o podporách pro malé a střední podnikání dostatečně přístupné?

ANO

NE

Pokud odpovíte NE, prosím odpovězte na následující otázku.

5b, Co by podle Vás pomohlo zvýšit přístupnost těchto informací?

6a, Využili jste někdy některou z poskytovaných podpor pro segment MSP?

ANO

NE

Pokud jste odpověděli ANO, prosím pokračujte následujícími 2 otázkami.

6b, Uveďte, o jakou podporu se jednalo?

6c, Umožnila Vám tato podpora vstup do podnikání nebo pozitivně ovlivnila další rozvoj Vašich podnikatelských aktivit?

rozhodně ANO

spíše ANO

nevím

spíše ne

ne

7. Jaké jsou podle Vás problémové oblasti na současném systému podpory MSP?

Příloha 11 - Zdroje informací o programech podpory MSP v Plzeňském kraji

Subjekt	Adresa	Telefon	Fax	E-mail	Internetové stránky
CzechInvest	Anglické nábřeží 1, Plzeň	378 226 630	378 226 632	plzen@czechinvest.org	http://www.czechinvest.cz
CzechTrade	Anglické nábřeží 1, Plzeň	378 226 957	378 226 950	plzen-czechtrade@komora.cz	http://www.czechtrade.cz
ČMRZB	Bezručova 147/8, Plzeň	378 775 111	378 775 110	infoPM@CMZRB.cz	http://www.cmzrb.cz
Krajská hospodářská komora	Anglické nábřeží 1, Plzeň	378 226 955	378 226 950	janovska@khkpk.cz	http://www.khkpk.cz
Informační místa pro podnikatele	Anglické nábřeží 1, Plzeň	378 226 955	378 226 950	JanovskaM@inmp.cz	http://www.khkpk.cz
BIC	Riegrova 1, Plzeň	377 235 379	377 235 320	bic@bic.cz	http://www.bic.cz

Zdroj: Vlastní návrh