

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Podpora podnikání pro malé a střední podniky

Business Support for Small and Medium-sized Enterprises

David Klouček

Cheb 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Podpora podnikání pro malé a střední podniky“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v přiložené bibliografii.

Cheb dne 9.5.2021

Poděkování

Rád bych tímto poděkoval vedoucí mé bakalářské práce, paní Ing. Mgr. Petře Skálové, Ph.D., za její vstřícný přístup a cenné připomínky po celou dobu konzultací bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD.....	7
1 CHARAKTERISTIKA MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A JEJICH VÝZNAM	8
1.1 Podnik, podnikání, podnikatel.....	8
1.2 Malé a střední podniky (MSP)	9
1.2.1 Legislativa podniků a podmínky pro podnikání.....	10
1.2.2 Postavení a přínos malých a středních podniků v ekonomice státu.....	12
1.2.3 Výhody a nevýhody MSP v porovnání s velkými podniky	12
1.2.4 Spolupráce malých a středních podniků.....	14
1.2.5 Partnerství.....	15
1.2.6 Podnikatelské sítě	15
1.2.7 Spojenectví podniků.....	16
2 MOŽNOSTI PODPORY PODNIKÁNÍ PRO MSP	18
2.1 Hlavní zásady a principy podpory MSP.....	18
2.2 Druhy a formy podpory MSP.....	19
2.3 Oblasti podpory	19
2.4 Zabezpečení podpory MSP	20
2.4.1 Podpoření podnikání pomocí podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků.....	21
2.4.2 Nevládní organizace.....	21
2.4.3 Podpora podnikání z veřejných rozpočtů	22
2.5 Operační programy.....	24
2.6 Koncepční a strategické dokumenty	25
2.6.1 Strategie na podporu malých a středních podniků do roku 2027	25
2.6.2 Operační program Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost 2021-2027	25
2.7 Českomoravská záruční a rozvojová banka a její programy (ČMZRB).....	26
2.7.1 Program INOSTART	26
2.7.2 Program ZÁRUKA 2015–2023	26
2.8 Podpora podnikání na úrovni regionů a obcí.....	27
2.8.1 Podpora pro stávající i začínající podnikatele.....	29
3 PŘEDSTAVENÍ A CHARAKTERISTIKA PODNIKU DAKLOS S.R.O.	30
3.1.1 Finanční stránka podniku	31
3.1.2 Problémy firmy.....	33
3.1.3 Strategie firmy	33
3.1.4 Nabídka služeb pro zákazníky	34

3.2	Výběr vhodné podpory	38
3.2.1	Dotace z fondů Evropské Unie	38
3.2.2	Dotace a granty od města Prahy	39
3.3	Vhodná forma podpory pro společnost Daklos s.r.o.	40
3.4	Návrh žádosti o dotační podporu pro Daklos s.r.o.	41
3.4.1	Hlavní záměr a připravenost projektu	42
3.4.2	Schválení dotace	45
3.4.3	Podání žádosti přes aplikaci IS KP14+ má následující kroky:.....	46
	ZÁVĚR.....	48
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	49
	SEZNAM TABULEK	52
	SEZNAM OBRÁZKŮ	53
	SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A ZNAČEK	54
	SEZNAM PŘÍLOH.....	55
	PŘÍLOHA A: INFORMAČNÍ GRAFIKA – RECOVERY AND RESILIENCE FACILITY	56
	PŘÍLOHA B: NĚKTERÉ PRÁCE AGENTURY VICIDIA	59
	PŘÍLOHA C: OBRAT SPOLEČNOSTI DAKLOS S.R.O.	61
	PŘÍLOHA D: UKÁZKY Z APLIKACE IS KP14+	63
	ABSTRAKT	66
	KLÍČOVÁ SLOVA	67

Úvod

Práce pojednává o malých a středních podnicích (MSP) a o možnosti získání podpory. Podnik má možnost vybrat si podporu z **fondů Evropské unie (EU)** nebo ze **státních dotací**. Při nastudování typů, zásad a principů dotací a podpor pro MSP je zřejmé, že pro firmy je velmi těžké se ještě při podnikání orientovat v tak široké nabídce. Důležité je, aby daná dotace vyhovovala přesně danému podniku. Může se tedy stát, že se firma věnuje jen svému podnikání a nesnaží se pracně hledat podporu nebo dotaci, která by jí pomohla. Důvody jsou například nedostatečné finanční prostředky pro zaplacení pracovníka, či firmy, která se zabývá orientací, konzultací a zpracováním podkladů. Dalším důvodem je nutnost vyhledání příslušné dotace a vyplnění všech potřebných podkladů a dokumentů. Samozřejmostí je i finanční částka, kterou musí podnikatel mít k dispozici v jakékoliv formě. Ať už se jedná o zajištění vlastních prostředků nebo zajištění úvěru.

V této bakalářské práci **je popsáno, co je to podnik, podnikání a kdo je podnikatel** Je zmíněno dělení podniků podle velikostí. Práce se zabývá se výhodami a nevýhodami MSP, spoluprací, partnerstvím, podnikatelskými sítěmi a spojenectvím podniků.

Dále je práce věnována podpoře malých a středních podniků. Jsou zde rozebrány varianty možných podpor. Najdeme zde principy a zásady pro získání podpory.

Práce se zaměřuje na konkrétní vybraný **podnik Daklos s.r.o.**, který provozuje internetový obchod pod názvem **Daklos.cz** a marketingovou agenturu **Vicidia**. Hlavním sortimentem firmy Daklos je prodej spotřební elektroniky, vybavení do autoservisů, doplňků pro domácnost a zahradu a mnoho dalšího. Agentura Vicidia se zabývá online a offline marketingem. Jsou zde vybrány vhodné podpory pro zvolený podnik a následné zpracování návrhu žádosti o dotační podporu pro daný podnik.

Cílem práce je výběr vhodné podpory pro daný podnik, analyzovat rizika projektu, vytvořit rozpočet financování a sestavit návrh žádosti o dotační podporu.

1 Charakteristika malých a středních podniků a jejich význam

Tato kapitola je zaměřena na vymezení základních pojmů týkajících se podniku, co jsou to malé a střední podniky (MSP), jejich význam, jak se dělí, jaké mají výhody a nevýhody.

Dle Factora (2021) je potřeba dbát na **udržitelnost rozvoje malých a středních podniků**. Lidé se setkávají a budou se setkávat s novými výzvami jako je například udržitelnost MSP v závislosti na změně klimatu nebo s aktuální pandemií s onemocněním COVID-19. Udržitelnost bude stále větším tématem po zvládnutí pandemie, obzvláště v rozvojových zemích. V současné době jsou vyzívány organizace, aby se více **zaměřili na environmentální problémy** a poučili se z pandemie.

Udržitelnost malých a středních podniků je velmi závislá na podpoře podnikání.

1.1 Podnik, podnikání, podnikatel

Pojem „podnikání“ je v poslední době velmi používané slovo. Velmi často je slyšet slovo „byznys“ z angloamerického výrazu business, kterým můžeme označit svůj podnik a činnost s ním spojenou.

Podnik je subjekt, v němž se **přeměňují zdroje ve statky**. Je to soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit.

Pojmem podnik se rozumí každý subjekt, který **vykonává hospodářskou činnost**, bez ohledu na jeho právní formu. Mezi tyto subjekty počítáme osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky, které vykonávají řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která vykonávají hospodářskou činnost.

Na pojem podnikání je nutné se podívat z několika pohledů. **Z ekonomického pohledu** se jedná o zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. **Z psychologického hlediska** je podnikání činnost, která je motivovaná potřebou něco získat. Je to prostředek k dosažení seberealizace. **Sociologické pojetí** podnikání nám říká, že podnikání je vytváření blahobytu pro všechny zainteresované, vytváření pracovních míst a příležitostí. A **z právního hlediska** podnikáním

rozumíme soustavnou činnost prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a za účelem dosažení zisku.

Každý **podnikatel musí mít určitý cíl**, ke kterému přistupuje s iniciativou. Ví, že podnikání mu může přinést užitek a vznikne mu přidaná hodnota. Musí ovšem počítat s případnými riziky a neúspěchem.

Podnikatel je osoba, která je schopná **rozpoznat konkrétní příležitosti a využívat zdroje** a prostředky k dosažení stanovených cílů. Přitom musí být ochotná podstoupit určitá rizika. Podnikatel investuje do svého podnikání své prostředky, čas, nemalé úsilí, své jméno. Současně přebírá odpovědnost a nese případné riziko.

Podnikatel by si měl umět **stanovovat nové cíle**, neustále **vyhledávat nové příležitosti**, umět zabezpečit finanční prostředky k podnikání, umět zorganizovat podnikatelské aktivity. Podnikatel musí být vytrvalý, musí si věřit, neustále se musí zdokonalovat a umět se poučit z případných chyb a neustále využívat svých zkušeností.

K podnikání určitě patří i rizika. Jsou rizika, která vznikají uvnitř firmy a která je podnikatel schopen zvládnout. Jedná se například o výrobní činnosti, personální záležitosti apod.

Musí se **počítat i s riziky podnikatelského prostředí**, které podnikatel nemá možnost vždy ovlivnit. Jedná se například o ekonomické změny (změny v devizových kurzech, úrokových mírách, daňových povinnostech apod.). Na trhu se neustále mění požadavky zákazníků, mění se obchodní podmínky, objevuje se konkurence. V současné době je velmi důležitá i ekologie, kdy je opravdu nutné sledovat, jestli se podnikáním nepoškozuje životní prostředí. V neposlední řadě mají na podnikání vliv změny situace na trhu práce. Hodně lidí musí v současné době opravdu přehodnotit, do jaké složité situace se dostali ne svojí vinou. (Veber, Srpová a kol., 2012)

1.2 Malé a střední podniky (MSP)

Malé a střední podniky zaujímají v ekonomice významné místo, jsou hnací silou podnikatelské sféry. Zajímají se o oblasti, o které velké podniky nejeví zájem. **MSP se podílejí na tvorbě pracovních míst, jsou faktorem sociální stability.** MSP napomáhají rozvoji regionů, menším městům a obcím. (Vochozka, Mulač a kol., 2012)

1.2.1 Legislativa podniků a podmínky pro podnikání

Podle Komise Evropského společenství č. 800/2008 je definice MSP platná i v ČR. Podle této definice se MSP dělí na drobné, malé a střední. (Vochozka, Mulač a kol.,2012)

- **Drobný, malý a střední podnikatel** zaměstnává méně než **250 zaměstnanců**, jeho aktiva/majetek nepřesahují částku 43 mil. EUR, má **obrat/příjmy do 50 mil. EUR**.

- **Malý podnikatel** zaměstnává méně než **50 zaměstnanců**, jeho aktiva/majetek, nebo **obrat/příjem nepřesahuje 10 mil. EUR**.

- **Drobný podnikatel** (mikropodnik) zaměstnává méně než **10 zaměstnanců** a jeho aktiva/majetek nebo **obrat/příjmy nepřesahují 2 mil. EUR**.

Celkové shrnutí je níže v tabulce 1. Z celkového počtu MSP tvoří mikropodniky 95,5 %, malé podniky 3,7 % a střední podniky 0,8 %. (Vochozka, Mulač a kol.,2012)

Tabulka 1 - Rozdělení MSP

kategorie podniku	počet zaměstnanců	roční obrat	roční bilanční suma
Mikro	< 10	< 2 mil. Eur	< 2 mil. Eur
Malý	< 50	< 10 mil. Eur	< 10 mil. Eur
Střední	< 250	< 50 mil. Eur	< 43 mil. Eur

Zdroj: Veber, Srpová a kol. (2012), zpracováno autorem

Je nespornou skutečností, že malé a střední firmy se podílejí drtivou většinou na celkovém počtu všech firem. V Evropě rovněž **MPS tvoří 99,8 % všech firem**, 19 000 000 podniků zaměstnává více než 74 000 000 lidí. (Vochozka, Mulač a kol., 2012)

Základními právními formami podnikání jsou:

- samostatný podnikatel (fyzická osoba = živnostník)
- obchodní společnosti osobní (veřejné obchodní společnosti a komanditní společnosti)
- obchodní společnosti kapitálové (společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti)
- družstva
- státní podniky
- evropské hospodářské zájmové sdružení
- evropská společnost

- evropská družstevní společnost

- ostatní (Synek a kol., 2011)

Podnikání samostatných podnikatelů se řídí živnostenským zákonem. Obchodní společnosti tvoří jednu ze základních organizačně právních forem provozování podnikatelské činnosti. Vzniká sdružením osob ke společnému podnikání. Obchodní společnosti jsou poměrně uzavřená společenství. (Synek a kol., 2011)

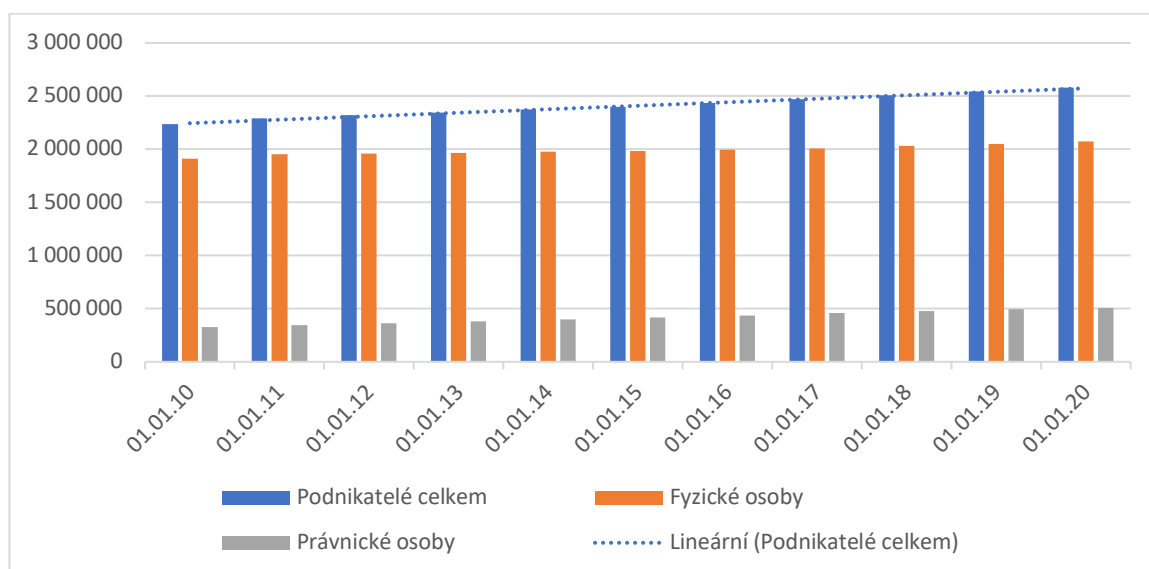
Podle statistického úřadu v České republice bylo k 31.12.2020 celkem 2 581 680 podnikatelů. Číslo obsahuje jak osoby fyzické, tak osoby právnické. Dle následující tabulky a grafu vidíme, že trend je stále stoupající. Mnoho lidí se snaží podnikat, zakládají nové podniky. I když byl rok 2020 již zasažen pandemií, není zde oproti předchozímu roku vidět žádná zásadní změna v růstu. Je možné, že změna bude viditelná až v roce 2021. Pro rok 2021 ještě nejsou data na stránkách českého statistického úřadu k dispozici. (Český statistický úřad, 2021)

Tabulka 2 - Počet podnikatelů v období 2010 - 2020 v ČR

Počet ke dni	31.12.20	31.12.19	31.12.18	31.12.17	31.12.16	31.12.15	31.12.14	31.12.13	31.12.12	31.12.11	31.12.10
Podnikatelé celkem	2 581 680	2 545 149	2 505 551	2 468 334	2 433 756	2 400 945	2 375 752	2 344 841	2 318 690	2 293 241	2 233 474
Fyzické osoby	2 076 010	2 051 614	2 028 496	2 009 927	1 996 337	1 982 757	1 974 925	1 965 757	1 957 218	1 950 323	1 908 925
Právnické osoby	505 670	493 535	477 055	458 407	437 419	418 188	400 827	379 084	361 472	342 918	324 549

Zdroj: Český statistický úřad 2021, zpracováno autorem

Obrázek 1 - Graf vývoj počtu MSP a podniků celkem v letech 2010 – 2020



Zdroj: Český statistický úřad 2021, zpracováno autorem

1.2.2 Postavení a přínos malých a středních podniků v ekonomice státu

V roce 2008 byl přijatý Evropský akt pro malé podniky, který představuje komplexní rámec pro politiku malých a středních podniků na úrovni EU a jejich členských států. Cílem tohoto dokumentu je výzva členským státům, aby vytvářely příznivé podmínky malým a středním podnikům, aby se zaměřovaly na zlepšování přístupu k financím, snižovaly administrativní zátěž podnikání, prohlubovaly vnitřní trh, zlepšovaly přístup na trh třetích zemí, podporovaly podnikatelské vzdělávání a podporu inovací. (Vochozka, Mulač a kol., 2012).

Malé a střední podniky jsou velmi flexibilní a adaptivní, a to je v dnešním prostředí důležité.

Tyto podniky svým působením stabilizují společnost a představují místní kapitál. Výsledky z podnikání se odrážejí na zaměstnanosti, sponzorství, nebo v ekonomickém přínosu obecně.

Dalším znakem mimo flexibilitu je, že **MSP působí proti monopolu**. Jsou převážně založeny koncepcí LEAN, administrativa je méně náročná, nebo je zajištěna přes externí podniky či samostatné osoby, a celkové provozní náklady jsou nižší. (Vojík, V. 2010; Synek a kol., 2010; Srpová a kol., 2010)

1.2.3 Výhody a nevýhody MSP v porovnání s velkými podniky

Aktuálně se v **ČR sektor malých a středních podniků** podílí na tvorbě **HDP kolem 36 %**, **na přidané hodnotě 54 %** a zabezpečuje **nezaměstnanost z 62 %**. MSP přijímají zaměstnance a obecně pracovní sílu z velkých podniků. (Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, 2021)

Výhody MSP oproti velkým podnikům

- nižší provozní náklady
- menší náklady v administrativě a větší přehled z důvodu větší jednoduchosti
- vyšší flexibilita na trhu
- osobnější vztah mezi zaměstnavatelem a zaměstnanci, jednodušší organizační struktura, přátelštější vztahy mezi zaměstnanci
- zaplnění mezer na trhu, o které nemají zájem velké firmy
- možnost fungovat jako subdodavatel pro velké firmy
- bližší vztah k zákazníkům

- vytváření nových pracovních nabídek, a díky tomu při nízkých nákladech (kapitálových) vznik ekonomického růstu. (Záboj a kol., 2011; Synek a kol., 2010; Srpová a kol., 2010)

Na trhu mají malé a střední podniky mnoho výhod oproti velkým podnikům. Vzhledem k omezeným kapitálovým možnostem si malé a střední podniky všímají mnohem lépe všech změn na trhu. Tato schopnost je dána tím, že malé a střední podniky oproti velkým mají menší zátěž v investovaném majetku, který by snižoval možnosti využití k produkci.

Malé a střední podniky jsou velmi důležitým zaměstnavatelem a mají vyšší odolnost vůči hospodářské recesi. Mohou tak převzít aktivity, kterých se zbavují velké podniky. Oproti velkým podnikům potřebují nižší náklady na zřízení pracovní pozice. Vrcholový manažeři jsou ve firmě blíže u realizací inovací a mohou se více angažovat. Podnikatelská rozhodnutí se přijímají daleko rychleji a lépe reagují na trh. Někteří zaměstnanci velkých podniků po propuštění založí vlastní podnik a podpoří tak vznik nových MSP.

Hlavním vlivem na úspěšnosti podnikání malých a středních podniků je sám podnikatel. Ti, kteří přemýšlejí o inovacích a jsou motivováni snahou o úspěch a výkonnost, mají podle průzkumu mnohem větší úspěšnost než podnikatelé, kteří jsou motivováni vytvořením, nebo rozšířením osobního majetku a dosažení nezávislosti.

Mimo to na úspěch v podnikání působí mikro sociální a makrosociální prostor. **V mikro sociálním prostředí** je úspěšnost malých a středních podniků ovlivněna faktory, jako jsou například rodina (pracovní, finanční a morální), rodinná tradice, síť obchodních kontaktů apod. **V makrosociálním prostředí** je velmi důležitá podpora podnikání a vytváření podmínek pro podnikání, jak nahlíží společnost na podnikatele, jak se vyvíjí hospodářská situace, morální stránka a kulturní stránka společnosti.

Pokud chtějí být malé a střední podniky dlouhodobě úspěšné na trhu a udržet se v tržním prostředí na vrcholu, musí vycházet a dodržovat své přednosti. To je jediný způsob, jak tyto podniky mohou odolávat krizím a přežívat, jelikož ke krizím jsou mnohem náchylnější než velké podniky.

Jednou z hlavních předností by měl podnik považovat schopnost rychle se přizpůsobovat měnícím se podmínkám na trhu. Většinou mají tyto podniky jednoduchou organizační strukturu a nízký počet úrovní řízení, to znamená, že sám majitel provádí rozhodnutí, a to urychluje procesy v podniku a zároveň nedochází k vnitropodnikovým konfliktům a šíření fám. (J. Straková, 2020)

Nevýhody MSP oproti velkým podnikům

- omezené finanční prostředky na reklamu, marketing a na technické vybavení
- rizikovost MSP pro banky -> těžší získání cizího finančního kapitálu, výhoda větších podniků
- omezenější přístup k veřejným zakázkám
- omezené finanční prostředky pro obchodníky a manažery
- omezení inovačních prostředků, chybějící oddělení pro výzkum a vědu
- MSP mohou být tlačeni k nízkým cenám, které nastaví velké podniky -> dumpingové ceny, náročné udržení těchto cen, možné zkrachování
- velmi omezený přístup k veřejným dražbám (Synek a kol., 2010; Srpová a kol., 2010)

Podle Rydvalové (2014) je nevýhoda MSP v dostupnosti kapitálu nebo při rozvoji provozních kapacit. MSP obvykle nemají dostatek finančních prostředků na odborníky, ohrožují je nadnárodní společnosti a nové právní a správní předpisy.

1.2.4 Spolupráce malých a středních podniků

V předchozí kapitole byly rozebrány výhody a nevýhody malých a středních podniků. Pokud jde o nevýhody, malé a střední podniky musí vymyslet způsoby, jak se s nevýhodami vyrovnat. Proto malé a střední podniky spolu navazují navzájem různé formy spolupráce, které budou rozebrány v další podkapitole. Ještě před tím, než se podnik rozhodne pro nějakou formu spolupráce, si musí ujasnit tyto body:

- hlavní důvod k navázání spolupráce
- potřeba si zanalyzovat potencionálního partnera
- výběr správného typu spolupráce (partnerství, spolenectví nebo podnikatelské sítě)
- zvolení vhodné strategie vyjednávání
- příprava vhodné smlouvy ke spolupráci (Veber a kol., 2012)

1.2.5 Partnerství

Partnerství je dohoda mezi podniky, kdy se jednotliví podnikatelé dohodnou na vzájemné spolupráci. Není dáno, že musí být uzavřeno pomocí smlouvy, ale téměř vždy se nějaká smlouva podepisuje, aby při sporu bylo jasné, že vůbec nějaká dohoda existuje. V partnerství se jedná především o princip **win-win**, kdy obě strany něco získají – vyhrají.

Existuje několik forem partnerství:

- dohoda sdílení informací
- společné projekty, rozdělení kompetencí
- dohoda o vybraných dodavatelích a odběratelích (Veber a kol., 2012)

1.2.6 Podnikatelské sítě

Podnikatelské sítě jsou tvořeny sítí podniků, které mezi sebou uzavřou dohodu, a tím se snaží si udržet konkurenční výhodu nad podniky, které do sítě nepatří.

„Zapojení malých a středních podniků do sítě znamená na jedné straně získání určitých výhod, ale na druhé straně předpokládá, že se podnik zřekne některých vlastních aktivit v zájmu společného rozvoje.“ (Veber a kol., 2012, s. 282)

Podle Vebera se dělí podnikatelské sítě následovně:

- horizontální, nebo homogenní sítě
- vertikální, nebo heterogenní sítě
- kombinované sítě (Veber a kol., 2012)

Zvláštní formy sítí:

- klastry
- franchising

Jeden z nejznámějších **klastrů** je Silicon Valley.

„Klastr je soubor regionálně propojených společností (podnikatelů) a přidružených institucí a organizací – zejména institucí terciárního vzdělávání (vysokých škol, vyšších odborných škol) – jejichž vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti. Zúčastněné společnosti si navzájem konkurují, ale současně jsou nuceny řešit řadu obdobných problémů (vzdělávání zaměstnanců, přístup ke stejným dodavatelům, spolupráce s výzkumnými a vývojovými kapacitami, nedostatečné zdroje na výzkum apod.). Díky spolupráci v těchto oblastech mohou řadu svých omezení překonat

a získat konkurenční výhodu, která se těžko napodobuje. Jedná se tedy o všestranně výhodné partnerství firem, vysokých škol a regionálních institucí, které je velmi přínosné pro všechny jeho členské subjekty.“ (Veber, Srpová a kol., 2012)

Pokud tyto společnosti mezi sebou spolupracují, získávají konkurenční výhodu. Z této spolupráce vzniká všestranně výhodné partnerství, které má přínos pro všechny jeho členy.

Franchising spočívá ve spolupráci mezi franchisorem a franchisantem. Franchizant má právo prodávat zboží a užívat značku a know-how franchizora za podíl na zisku. Franchizant musí dodržovat výrobní postupy a další ujednané smluvní podmínky.

1.2.7 Spojenectví podniků

Spojenectví podniků vychází z výsledků strategických rozhodnutí podniků, ve kterém se vzdávají samostatnosti ve prospěch podniků ve spojenectví.

Aliance – strategická spojení

Definice aliance podle Vebera zní takto:

„Aliance jsou jedním z prostředků realizace domácích, ale především zahraničních strategií.“ (Veber a kol., 2012, s. 285)

Tato strategie má charakter delšího trvání a je založena na společném užitku všech zúčastněných podniků. Tato metoda je vhodná při rozšiřování trhů, a to nejen jako rozšiřování do jiných oborů, ale i geograficky do jiných regionů například. V alianci jsou většinou podobně silné podniky. (Veber a kol., 2012)

Pevná spojenectví

„Jedná se o právní formy spojení stávajících podniků či vytvoření nových společných podniků.“ (Veber a kol., 2012, s. 285)

Pevná spojenectví se dále dělí na fúze a akvizice a společný podnik.

Fúze a akvizice

Akvizice nebo také **takeover** znamená doslova převzetí podniků koupí a prodejem. Jedná se jak o přátelské, ale i nepřátelské převzetí. Kupující získává firemní akcie a firemní podíly mimo podnik.

Důležitá je existence samostatných podniků před jejich realizací. Převzetí poté rozdělujeme do následujících podob:

- horizontální (firmy mají konkurenční produkty, případně provozují stejné služby)
- vertikální (firmy spolu spolupracují na dodavatelské úrovni)
- konglomerátní/sdružená (oba podniky operují v oblastech spolu navzájem vůbec nesouvisejících) (Synek, Dvořáček, Dvořák a kol, 2004)

„Hlavní rozdíl mezi fúzí a akvizicí: při akvizici vlastníci přebíraného majetku (nebo minimálně jejich většina) „odcházejí ze hry“ a jako majitelé končí. Získají hotovost, za kterou prodají svoje aktiva ve formě podniku jako celku vyjádřená akciemi, nebo určitá divize podniku, jednotlivý provoz, prodejní síť atd. Při fúzi akcionáři nebo podílníci zůstávají, byť se změni jejich podíly nebo vzájemné vztahy.“ (Smrčka, 2013)

Společný podnik

V tomto případě více subjektů nebo podnikatelů založí podnik, který mají společný a společně ho kontrolují. Zakladatelé si dohodnou pravidla a ta dodržují, aby dosáhli společně určených cílů.

2 Možnosti podpory podnikání pro MSP

V každé společnosti se vyskytuje velké množství živnostníků a podnikatelů. Ve velkém množství případů končí pokusy o podnikání špatně, většinou z důvodu nedostatku financí. Proto je potřeba se jako **podnikatel zajímat o možnosti podpory**, které jsou v daném státě a oblasti možné. To se netýká jen nových začínajících podnikatelů, ale i stávajících. Existují zde různé instituce, kde je možné o podporu požádat. Může se jednat o komerční instituce nebo různé pomocné nástroje ze státních prostředků a strukturálních fondů. Obecně můžeme tuto podporu rozdělit na finanční podporu (nevratnou, vratnou zvýhodněnou) například v České republice od Českomoravské záruční a rozvojové banky a nefinanční podporu, která je zřizována úředními institucemi, které poskytují jak informační, tak i poradenskou službu. Ještě dalším způsobem je možná **ochrana MSP proti konkurenčním podnikům**. Podpora tak může odvrátit krach podnikatele a pomoci nejen jemu, ale i dalším zaměstnaným pracovníkům udržet si práci a podílet se dále na růstu ekonomiky. (Veber, Srpová a kol., 2012)

2.1 Hlavní zásady a principy podpory MSP

Pro podporu podnikatelských subjektů je **klíčová celoevropská regulace**, aby se zabránilo narušení hospodářské soutěže. Zásady celoevropské regulace spočívají v zakazování podpory podnikatelských subjektů ze strany vlády, výskytu kategorie podpory, která je slučitelná se společným trhem, vynaložení kompenzace, která se poskytuje na služby týkající se obecného zájmu a podpory v malém rozsahu (do 200 000 EUR na tři roky pro jeden podnik / subjekt – tzv. pravidlo **de minimis**), poskytnutí podpory je přezkoumáváno, regulováno a případně povoleno nezávislým orgánem nebo Komisí EU. (Ochrana, Pavel a Vítek, 2010)

Níže je uvedeno **několik osvědčených principů v programech na podporu rozvoje podnikání:**

Efektivnost – podnikatel prezentuje dostačující podnikatelské záměry

Zaměření na konkrétní podnik – program podpory je určen pro konkrétní podnik nebo pro podnikatele, ne instituci či skupinu

Věcná orientace – dotace je určena na nějakou určitou aktivitu, nebo odstranění bariér konkrétního podnikání

Komplementarita a komplexnost – nesmí chybět podstatné části a souvislosti, vzájemně se doplňující se programy (Malach, 2005)

2.2 Druhy a formy podpory MSP

Malach (2005, s. 183) dělí podporu z pohledu formy poskytnutí nebo z hlediska prostoru následovně:

Podpora podle formy poskytování:

- přímá – dotace nebo půjčka
- nepřímá – výstavba infrastruktury

Podpora podle prostoru:

- unijní
- národní
- krajská a regionální
- obecní

Dvořáček (2003, s. 131) popisuje poskytování podpory takto:

- finanční výpomoc, která se vrací
- dotace
- finanční příspěvek
- záruka
- úvěr, který má sníženou úrokovou sazbu

2.3 Oblasti podpory

Zákon č. 47/2002 Sb. o podpoře MSP podporuje:

- investiční projekty
- vzdělávací programy na středních školách (SŠ), které se ukončují výučním listem
- zvyšování odbornosti a vzdělání dospělých jedinců
- poradenství v oblasti techniky a hospodářství

- projekty pro rozvoj MSP a k zvýšení postavení těchto podnikatelů v tržním hospodářství
- rozšiřování znalostí o podnikatelských aktivitách
- projekty na výzkum a vývoj, kde následné výsledky výzkumů malé a střední podniky využijí
- regionální projekty s podporou státu, která je velmi důležitá
- vytvoření nových pracovních míst
- vytvoření a navázání kontaktů
- spolupráci se zahraničními podnikateli
- vystavování svých produktů a služeb na výstavištích nejen v České republice ale i v zahraničí
- zajištění vyšší kvality produkce a řízení podniků, využití služeb, které zvýší konkurenceschopnost
- projekty se zaměřením na investování do ochrany životního prostředí, poskytnutí technického zázemí a veškeré náklady, které vyplynou ve spojení s prevencí znečišťování přírody (zakonyprolidi.cz, 2021)

2.4 Zabezpečení podpory MSP

Podnikatel má možnost se obrátit na konkrétní specializované instituce poskytující služby, které dají podnikateli informace o tom, jak má založit živnost, informace o možnostech podpory, které může získat, pomoc při zpracování podnikatelského záměru, pomoc při vyřizování úvěru, získat účetní, daňové, právní, exportní informace a další. (Malach, 2005)

Nejen v České republice, ale i v celé Evropské unii je důležitá podpora podnikání, která má vliv na růst ekonomiky. V ČR byl vydán zákon č.47/2002 Sb., podpora malého a středního podnikání. (Veber a Srpová, 2012)

Veber a Srpová (2012) dělí subjekty, kteří poskytují podporu podnikatelům, do následujících čtyř skupin:

- podnikatelské inkubátory a vědeckotechnologické parky
- nevládní organizace na základě neziskových organizací
- vládní instituce poskytující podporu z veřejných rozpočtů
- subjekty komerčního typu, které poskytují podpory pro MSP

2.4.1 Podpoření podnikání pomocí podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků

Podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky slouží k podpoře inovačních aktivit.

Inkubátory poskytují začínajícím podnikatelům pomoc ve formě reprezentativních prostorů, kanceláří, zajištění nezbytných služeb pro podnikání, poskytnutí poradenství, zpracování účetnictví atd. Když se podniku nebo podnikateli začne dařit a inkubátor je již nedostačující, odebere se do vlastních prostorů, které budou vhodné pro další rozvoj podnikatele/podniku. Nebo je ještě možnost podnik koupit, nebo se s ní spojí investor. (Veber a Srpová, 2012)

Vědeckotechnické parky zapadají do inovace v podnikání a technického vzdělávání. Spolupracují úzce s vysokými školami. Inkubační funkce vědeckotechnologických parků je založena na podpoře a pomoci začínajícímu podnikateli při vzniku a zahájení jeho podnikání. Inovační funkce je založena na vytvoření prostředí pro podnikatele, kteří se mohou věnovat rozvoji moderních technologií. Jsou jim nabídnuty prostory, například typu laboratoří a dílen. Funkce transfer technologií je založena na přenosu zázemí technických poznatků k praxi. (Veber a Srpová, 2012)

2.4.2 Nevládní organizace

Jsou to nezávislé organizace, které nabízejí různé služby různým podnikatelským subjektům a zároveň malým a středním podnikům. Mezi ty nejvýznamnější se řadí:

- Mezinárodní obchodní komora.
- Hospodářská komora ČR.
- Agrární komora ČR.
- Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.
- Národní asociace pro rozvoj podnikání.

Mezinárodní obchodní komora (ICC)

Tato organizace byla založena již v roce 1919 v Paříži. Je to světová obchodní organizace, jejímž cílem je podpora obchodu a investic a pomoc podnikatelským subjektům naplnit jejich cíle. (Veber a Srpová, 2012)

Hospodářská komora ČR (HK)

Instituce je zřízena ze zákona. Cílem je vytvořit příležitost pro podnikání, podporovat a prosazovat opatření, které přispívá k rozvoji podnikání. Konkrétně podporuje malé a střední podniky **poskytnutím informací podnikatelům** skrze kontaktní místa a prosazováním podnikatelských cílů ve státní zprávě a EU. V zahraničí navazuje a rozvíjí styky s podobnými institucemi. Spolupracuje s různými svazy (zaměstnavatelskými, podnikatelskými,...) a dalšími asociacemi. (Veber a Srpová, 2012)

Agrární komora ČR (AK)

Má podobnou funkci jako Hospodářská komora ČR. Zaměřuje se na oblast zemědělství, potravinářství a lesnictví. (Veber a Srpová, 2012)

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP)

Pod touto organizací jsou sdružováni všichni malí a střední podnikatelé z celé České republiky. ASMP spolupracuje s ministerstvy a s vládou. Poskytuje podnikatelům a živnostníkům poradenství, odpovídající informace, nabízí jim odborné akce a prosazuje jejich zájmy. (Veber a Srpová, 2012)

Národní asociace pro rozvoj podnikání (NARP)

Jedná se o profesní sdružení poradenských a informačních center, které mají za účel podporovat MSP v ČR, jedná se o soukromé vzdělávací a poradenské společnosti pro MSP (Národní asociace pro rozvoj podnikání, 2021)

2.4.3 Podpora podnikání z veřejných rozpočtů

Jestliže není podpora celoplošného charakteru, je zakázána z důvodu vytváření nevyrovnaných soutěžních podmínek na trhu. Je zde jedna výjimka, kterou stanovila Komise č 800/2008, která připustila podporu pro malé a střední podniky, výzkum, vývoj a inovace, ochranu životního prostředí, zaměstnanost a vzdělávání. Zdrojem mohou být například finanční injekce ze strukturálních fondů EU, fondu soudružnosti EU a ze státního rozpočtu.

Finanční podporu z veřejných rozpočtů poskytují především:

- Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s..
- Czech Invest.
- Ministerstvo práce a sociálních věcí.

- Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Ministerstvo zemědělství.
- Hlavní město Praha.
- Kraje.
- Česká exportní banka, a.s..
- Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.. (Veber a Srpová, 2012)

Instituce, které poskytují hlavně podporu z veřejných rozpočtů jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu, Zastupitelské úřady a CzechTrade (Veber a Srpová, 2012)

Českomoravská záruční a rozvojová banka

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. (ČMZRB) byla založena roku 1992 a její účel je podporovat malé a střední podniky. Stát v této společnosti vlastní více než 70 % a zbylých 30 % je rozděleno mezi Českou spořitelnu, ČSOB a Komerční banku. Hlavní role je ze státního rozpočtu ČR a strukturálních fondů EU poskytovat přímou finanční podporu pro MSP. Podporuje ale také i obce a bydlení. Podnikatelé mohou žádat o několik programů, které nejsou permanentní. Je nutné si pohlídat časově omezené výzvy. (Veber a Srpová, 2012)

Například v programu Záruka platného od 2015 do 2023 se usnadňuje MSP přístup k bankovním úvěrům, podnikatelé mohou snáze realizovat své podnikatelské závěry v investicích a v provozu. (Českomoravská záruční a rozvojová banka, 2021)

CzechInvest

CzechInvest podporuje podnikání již od roku 1992, je to státní organizace, která je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR, propojuje regionální, centrální a mezinárodní služby. Hraje důležitou úlohu v oblasti podpory podnikání a investic. Pomáhá například českým firmám při vstupu na zahraniční trhy, propaguje českou ekonomiku v zahraničí, spojuje podnikatelské partnery. (CzechInvest, 2021)

Czech Trade

Czech Trade pomáhá získávat nové obchodní příležitosti v zahraničí, mapuje situaci na trzích. Nabízí možnost získat finanční podporu prostřednictvím Evropské unie, konkrétně Evropské komise. Je možnost čerpat ze stávajících projektů až do roku 2022. Nabízí další projekty z OP PIK na podporu MSP. Tato organizace je založena Ministerstvem průmyslu a obchodu. Czech Trade se stará o rozmach obchodu se zahraničím. Důležitá je

podpora kooperace zahraničních podnikatelských subjektů s jejich protějšky v tuzemsku. Exportérům jsou nabízeny služby ve formě informací a asistenčních služeb v kancelářích v České republice a v zahraničí. (CzechTrade, 2021)

Enterprise Europe Network

Enterprise Europe Network je síť působící na internacionální úrovni, která se zabývá poskytováním informací a poradenských služeb malým a středním podnikatelům. Jejím cílem je zvýšit konkurenceschopnost v Evropě na trhu. Nabízí účast na Mezinárodních kooperačních setkáních a veletrzích. Jejich náplní jsou i Mezinárodní podnikatelské mise, kde se mohou najít obchodní partneři nejen v evropských zemích, ale i na Taiwanu, v Japonsku v Koreji nebo v Číně. Mimo poradenské činnosti nabízí nahlédnutí do databáze mezinárodních nabídek a poptávek z více jak 60 zemí světa. (Centrum pro regionální rozvoj České republiky, 2021)

2.5 Operační programy

Jedním ze základních nástrojů pro podporu malých a středních podniků v České republice z fondů Evropské Unie v období 2014-2020 byl operační program **podnikání a inovací pro konkurenceschopnost**. Byl prodloužen a je možné z něj čerpat i v roce 2021.

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost má následující záměry:

- Rozvoj výzkumu a vyvíjení pro inovace
- Podporování podnikání malých a středních podniků
- Dotovat obnovitelné zdroje energie a energetickou infrastrukturu. Podporovat nové technologie v oblastech spojených s energií a druhotných surovin, a obecně efektivnější nakládání energií
- Rozvoj sítě s přístupem k vysokorychlostnímu internetu a různým informačně komunikačním technologiím
- Technická pomoc

Další velkou prioritou je podpora podnikání a konkurenceschopnosti MPS jsou čtyři specifické cíle:

- Zvýšení internacionalizace malých a středních podniků
- Zvýšení konkurenceschopnosti začínajících MSP

- Zvýšení využitelnosti infrastruktury pro podnikání
- Zvýšení kapacity pro odborné vzdělání v malých a středních podnicích (Evropská unie, 2021)

2.6 Koncepční a strategické dokumenty

Tyto dokumenty vydává Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, reaguje tímto na důležité národní a evropské strategické otázky.

2.6.1 Strategie na podporu malých a středních podniků do roku 2027

Tato strategie, kterou schválila vláda, má za úkol zvýšit produktivitu a konkurenceschopnost MSP v ČR, aby došlo k posílení mezinárodní pozice. Jedná se o oblast výzkumu a inovací, využití nových technologií a dovedností. Tento dokument vznikl ve spolupráci s jednotlivými ministerstvy, zástupci Světové banky a Evropské komise. Ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček dodává: *„Mezi klíčové oblasti, kterými se dokumentuje, patří podnikatelské prostředí, přístup k finančním, přístupy na trhy, pracovní síla, dovednosti a vzdělávání, výzkum, vývoj a inovace, digitalizace, reakce ekonomie a efektivní nakládání se zdroji.“*

Tato strategie MSP navazuje na Koncepti podpory malých a středních podnikatelů z období 2014-2020. Světová banka ve spolupráci s MPO a EK zpracovala analýzu současného prostředí MSP v ČR, která by měla za úkol posílit produktivitu českých MSP. (Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, 2021)

2.6.2 Operační program Technologie a aplikace pro konkurenceschopnost 2021-2027

Účel operačního programu je zvyšování přidané hodnoty a produktivity českých podniků, aby se Česká republika posunula co nejbližší vospělé evropské ekonomice.

Náměstek ministra průmyslu a obchodu ČR pro EU fondy doporučuje snížení administrativy, kombinaci finančních zdrojů s dotacemi přes Českomoravskou rozvojovou a záruční banku, používání zjednodušené žádosti, při poskytnutí úvěru odpuštění jistiny. Cílem nového období je hlavně zjednodušení procesu pro žadatele. (Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, 2021)

2.7 Českomoravská záruční a rozvojová banka a její programy (ČMZRB)

Českomoravská záruční a rozvojová banka je instituce, která se zabývá činností ve veřejném zájmu. Přispívá a podílí se na podpoře hospodářského a sociálního rozvoje České republiky. Poskytuje zvýhodněné finanční produkty pro MSP. Jedná se o národní rozvojovou banku, která pomáhá soukromému sektoru. (Českomoravská záruční a rozvojová banka, 2021)

2.7.1 Program INOSTART

Program Inostart se zaměřuje na pomoc MSP. Umožní začínajícím podnikatelům získat úvěr. Za jejich úvěry je jim poskytnuta záruka s finančních prostředků Programu švýcarsko-české spolupráce. Součástí je i poradenství (maximálně 150 000 Kč) a „předporadenství“ při uskutečňování podnikatelského záměru. Úvěry zajistí Česká spořitelna (ČS), poradenství poskytne dceřiná společnost Erste Grantika Advisory a.s. a záruky poskytuje Českomoravská záruční a rozvojová banka. Podnikatelé mohou podat žádost o úvěr v rozmezí 0,5 – 15 miliónů a žádost o záruku. Obě žádosti se prověří a podnikatel může podepsat s ČS úvěrovou smlouvu a smlouvu o záruce s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou. (Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, 2021)

2.7.2 Program ZÁRUKA 2015–2023

Projekt podporuje prostřednictvím záruk přístup podnikatelů k úvěrům, pomocí kterých budou realizovat své podnikatelské projekty. Program pokračuje již čtvrtou výzvou. Tato výzva poskytuje MSP získat záruku za úvěr v bance až do výše 4 000 000 korun na dobu trvání až 6 let. Záruka činí až 70 % jistiny zaručovaného úvěru. Pokud se jedná o sociálního podnikatele může být záruka až do výše 20 000 000 po dobu 8 let. Výše záruky pak dosahuje až 80 % jistiny úvěru. A finanční příspěvek k úvěru je až do výše 500 000 korun. Informace poskytuje ministerstvo průmyslu a obchodu nebo přímo ČMZRB. (Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, 2021)

2.8 Podpora podnikání na úrovni regionů a obcí

Hlavními vládními institucemi na podporu podnikání je Ministerstvo obchodu a průmyslu. To nabízí především plošné rezortní programy podpory. Dále také Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, které většinou poskytuje program pro regionální rozvoj.

Regionální programy pozitivně ovlivňují dané regiony. Vláda doporučuje projekty na rozvoj konkrétních regionů v roce 2021. Ministerstvo pro místní rozvoj vyhláší program Podpora rozvoje regionů 2019+ na rok 2021 v podprogramech Podpora obnovy a rozvoje venkova, Podpora obcí (podle počtu obyvatel). Je důležité podpořit obnovu a rozvoj obcí, dbát na kvalitu života jejich obyvatel. Jde o rovnoměrný rozvoj obcí v České republice. Jde o zapojení místních obyvatel, sdružení a občanských spolků. Dotace je poskytována až do výše 80 % vynaložených nákladů od 500 000 do 10 000 000 na jednu akci.

Podnikatelské subjekty mohou **využívat granty**, tak i různé **dotační programy**, které jsou financované ze státního rozpočtu a z evropských fondů. Dále i finanční prostředky, které jsou poskytovány na regionální úrovni. Poskytnutí finanční podpory je vázáno sídlem společnosti.

Hlavním smyslem **regionální podpory** je vytvořit lepší podmínky pro podnikatelské subjekty tam, kde jsou o mnohem horší než ve zbytku České republiky. Takle podpora je převážně v regionech hospodářsky slabých nebo strukturálně postižených, které vymezuje vláda. (Binek, 2011)

Podle Binka je interakce podnikatelské sféry při zpracování Programů rozvoje kraje velmi důležitá. Jedná se o přínos cestovnímu ruchu, zlepšení kvality života a udržitelný rozvoj. Kraje jsou také organizátory zahraničních misí na výstavách a veletrzích a mezinárodních akcí s vybranými regiony, které podporují podnikání.

Obce by se měly snažit zdokonalovat podmínky pro podnikání v obci. Podnikatelé hodnotící podnikatelské prostředí v obci nejvíce uvádějí faktory jako je například jasnost, předvídatelnost, přímota a jednoduchost.

Formy podpory ze stran obce a regionu:

- Je důležité nastavit v obcích pro podnikatele stejné podmínky => musí vytvářet rovné podmínky při podnikání malých a středních podniků jak s konkurencí velkých podniků, tak i na mezinárodním trhu se zahraničními podniky.

- Oblast materiálně technických, lidských a finančních zdrojů => snaha vytvářet správné podmínky pro pružnost pracovní síly na úrovni obce a usnadňovat podnikatelům přístup k finančním zdrojům. (Portál na podporu rozvoje obcí ČR, 2018)

Podporování podnikání od obce je spojena s konkrétně danou lokalitou nebo přesně určenými podnikateli. Hlavním cílem je využití potenciálu místních podmínek a obstarat rozmach nezbytných služeb.

Možná podpora podnikatelských subjektů ze strany obce:

- vybudovat technickou strukturu, nemovitosti, ať už se jedná o pozemky nebo budovy tak snadněji najdou uplatnění
- v územním plánu vymezit příhodné plochy
- poskytovat prostory pro podnikání v majetku obce, i když budou podmínky znevýhodněné
- zařídit specifické typy podnikatelské infrastruktury, speciální zóny pro podnikatelské využití a inkubátory
- obstarat kontakty
- zorganizovat v obci různé akce pro podnikatele
- propagace podnikatelů prostřednictvím obce (Binek, 2011)

Výhody podporování podnikatelských subjektů:

- využívání nevyužívaných nemovitostí (například skladovací areály, bývalé výrobní podniky nebo zemědělské objekty, úkolem samosprávy obce je vylepšení vzhledu těchto míst a podpořit jejich využití, mohou pomoci s jednáním s vlastníky nebo vylepší přístup stavbou infrastruktury
- vytváření pracovních příležitostí v obci
- rozvíjení podnikatelů
- přiliv nových investorů
- rozvoj obce
- investování do zlepšení prostředí v okolí provozoven
- pomoc při řešení mimořádných situací (Portál na podporu rozvoje obcí ČR, 2018)

2.8.1 Podpora pro stávající i začínající podnikatele

Pokud někdo založí podnik, je zde několik možností, jak region nebo obec může pomoci:

- **výkonnou a bezchybnou veřejnou správou** – vytvoří například kodex chování zaměstnanců státních institucí, vylepší informovanost všech obyvatelů obcí a podnikatelských subjektů o stávajících volných prostorách, veřejných zakázkách, o provozu obecního úřadu nebo o vytvoření elektronické komunikace s úřadem
- **jednoduchými a srozumitelnými podmínkami pro podnikání** – vytvoření podmínek zjednodušujících administrativních postupy, snadnější přístup k objektům, které mohou sloužit k podnikání, informovat podnikatele a podporovat je ve vzdělání (Portál na podporu rozvoje obcí ČR, 2018)
- Obce a regiony podporují MSP ve všech stádiích podnikání **rovnými podmínkami pro všechny**, pro MSP, ale i pro velké a zahraniční podniky. Pomáhají podnikatelům k získání nových zaměstnanců a finančních prostředků. (Portál na podporu rozvoje obcí ČR, 2018)

3 Představení a charakteristika podniku Daklos s.r.o.

Firma Daklos s.r.o. se zabývá provozováním internetového obchodu **Daklos.cz** a **marketingové agentury Vicia**. Jedná se o malou rodinnou firmu, která má 3 stálé zaměstnance a několik externích spolupracovníků, kteří spolupracují s firmou na základě jednotlivých projektů a zakázek.

Základní informace:

Název společnosti: Daklos s.r.o.

IČO: 06301916

Základní kapitál: 50000 Kč

Sídlo: Křižovnická 86/6, 110 00 Praha

Statutární orgán: David Klouček

Datum vzniku: 27.7.2017

Internetová nákupní galerie pod názvem Daklos.cz funguje v **České republice** již od roku 2014. V roce 2016 se obchod rozšířil i **na Slovensko** pod názvem Daklos.sk.

V nabídce je možné najít tisíce různých produktů, které zahrnují zejména **spotřební elektroniku, příslušenství pro počítače a telefony, doplňky do domu a do zahrady, sportovní vybavení a vybavení pro autoservisy**. Konkrétně kategorie Dílna, Garáž, Nářadí již dnes obsahuje téměř třetinu sortimentu a pomáhá vybavovat profesionální autoservisy, dílny a garáže pro kutily.

Některé produkty, které společnost Daklos s.r.o. nabízí, je možné upravit a potisknout dle potřeb zákazníka pro použití jako propagační materiály. O to a mnohem více se postará druhá část společnosti reklamní agentura Vicia, která působí v ČR od roku 2017 a pomáhá rozšiřovat marketingové služby nejedné firmě.

Vicia se věnuje především **online marketingu**, vytváří webové stránky odpovídajících eshopů na klíč, zajistí PPC (price per click), SEO (search engine optimization), stará se o sociální sítě, copywriting, zbožové srovnávače, emailing apod.

Dále se firma zabývá **službami offline**, např. výstavními expozicemi, které kompletně realizuje tzv. na klíč nejen v České republice, ale i v zahraničí. Konkrétní projekt se staví z modulových systémů, není problém vytvořit i atypické vícepatrové expozice. Firma Vicia se zabývá i reklamou, kterou vyrobí na konkrétní zakázku včetně grafického návrhu. Jedná se o různé propagační letáčky, polepy firemních aut,

potisky propagačních materiálů, světelnou reklamu, ale i o více rozměrové plachty. Některé práce agentury Vicidia jsou vloženy v příloze B.

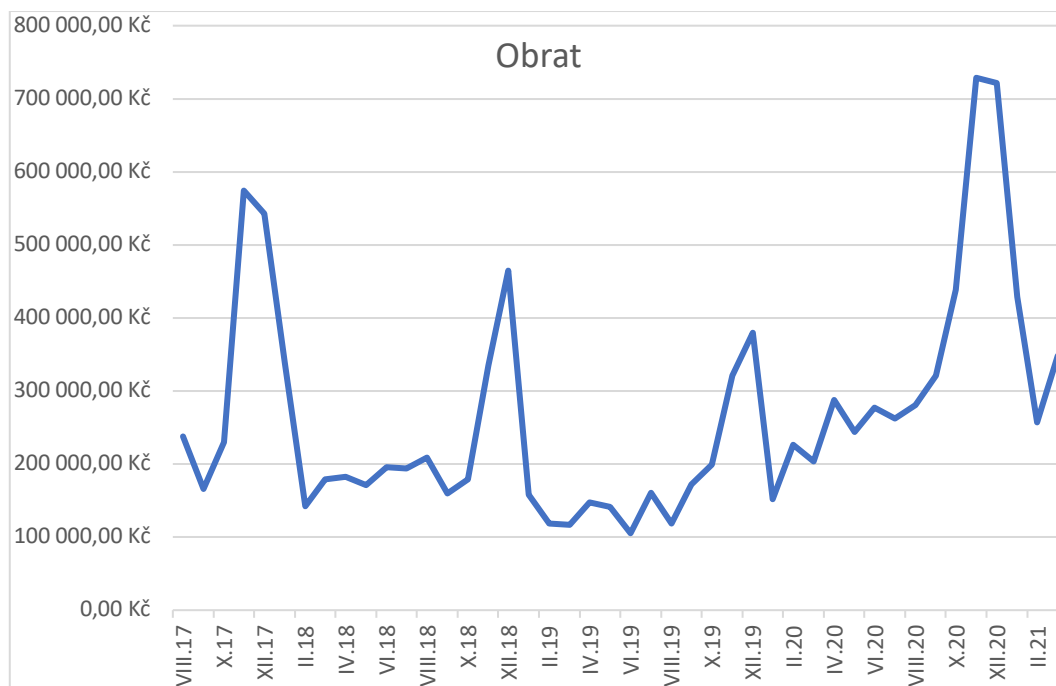
3.1.1 Finanční stránka podniku

Firma Daklos s.r.o. je v současné době finančně soběstačná. Naprostou většinu zisků znovu investuje do rozvoje společnosti, aby si udržela konkurenceschopnost. **Nemá žádné úvěry a nikdy je neměla a nutně nepotřebovala. Nečerpala nikdy žádné dotace či jinou finanční nebo nefinanční podporu.** Nicméně **pro stabilní růst a konkurenceschopnost firma hledá nové finanční prostředky**, protože je trh je ale v tomto odvětví velmi konkurenční a velcí hráči na trhu rostou téměř exponenciální rychlostí. Jak z pohledu internetových obchodů, kterých je v České republice nejvíce na jednoho člověka na světě, tak zde najdeme i nespočet marketingových agentur. (Interní data společnosti Daklos s.r.o., 2021)

Na nadcházející stránce je graf s obratem firmy za několik posledních let. Z grafu můžeme vyčíst výši obratu v jednotlivých měsících, který má ve vánočních měsících značný nárůst. Dále jsou zde další dva grafy, jeden s počtem objednávek. Co se týká hodnoty objednávky, nachází se tato hodnota po celý rok na přibližně stejné úrovni, to ukazuje třetí graf. Podrobná tabulka se nachází na konci bakalářské práce v příloze C. V roce 2019 je zde oproti předchozímu roku 2018 drobný pokles obratu. V roce 2020 se ve firmě reorganizovaly důležité procesy a podnik dosáhl meziročního růstu v obratu téměř 94 % oproti předešlému roku. Celosvětová **pandemie také pomohla k růstu této firmy.** (Interní data společnosti Daklos s.r.o., 2021)

Firma doposud nežádala o žádnou dotaci. ale určitě by potřebovala více stálých kvalitních zaměstnanců, aby měla neustále vzrůstající tendenci. Firma se stále dobře drží na trhu, musí však mít na důležitých pozicích konkrétní specialisty, což není v současné době jednoduché. Firma proto zvažuje určitou možnost podpory.

Obrázek 2 - Graf obratu jednotlivých měsíců od založení firmy 27.7.2017



Zdroj: Interní data společnosti Daklos s.r.o. 2021, zpracováno autorem

Obrázek 3 - Graf počtu jednotlivých objednávek a zakázek od založení firmy



Zdroj: Interní data společnosti Daklos s.r.o. 2021, zpracováno autorem

Obrázek 4 - Graf průměrné hodnoty jedné objednávky od založení firmy 27.7.2017



Zdroj: Interní data společnosti Daklos s.r.o. 2021, zpracováno autorem

3.1.2 Problémy firmy

Jedním z problémů firmy je **obrovská šíře sortimentu**, která zahrnuje nutné **velké skladové zásoby** a zároveň je tato pozice složitá pro cílený marketing, protože **zákazníci nejsou z jedné demografické skupiny**. Nicméně díky vlastní marketingové agentuře se i tato situace dá zvládnout.

Dalším problémem je **nízké procento vracejících se zákazníků**. Toto není způsobeno tím, že by měli zákazníci špatnou zkušenost, ale obecně **velkou konkurencí**. Zákazníci v České republice si mohou zvolit velké množství obchodů a zaměřují se ve velké míře na nízkou cenu. Tomu také pomáhá velké **množství zbožíových srovnávačů**, které nedělají nic jiného, než porovnávají cenu.

3.1.3 Strategie firmy

Strategie firmy se nyní ubírá směrem zmenšování šíře sortimentu a zaměření se na vylepšení stávajících produktů z pohledu designu, kvality a uživatelského zážitku z používání produktu. Důležitý aspekt je také zkvalitňování služeb zákazníkům. To se týká například **zkrácení reklamačního řízení**, které je ze zákona 30 dnů. Většina požadavků se vyřizuje velmi rychle a blíží se k cíli, který je maximálně jeden týden.

Firma se nyní bude více zaměřovat na **vlastní produkty**, které je již dnes možné najít i u jiných firem v jejich portfoliu. Společnost bude posilovat svoji velkoobchodní pozici. Produkty společnosti Daklos prodává například jeden z největších internetových obchodů v České republice Mall.cz. Cílem je navýšení jednotlivých hodnot objednávek. Dlouhodobá strategie počítá se vstupem na polský a rumunský trh, který je z pohledu potřeb zákazníků podobný jako trh český a slovenský.

3.1.4 Nabídka služeb pro zákazníky

Na **propagaci** produktů a služeb dané firmy se využívá internet. Může se tak oslovit množství nových i stálých zákazníků za relativně nízké náklady. Vyžaduje to ale mnoho práce, trpělivost a čas. Výsledky online marketingu jsou snadno měřitelné. Různými metodami se zobrazí relevantní a kvalitní reklama zákazníkům, o kterých předem tušíme, že jsou v naší cílové skupině. Využívají se k tomu různé webové portály, sociální sítě a e-mailing. Různé zacílení na jednotlivé skupiny způsobí, že se každému uživateli internetu zobrazí individuální reklama na jiný produkt nebo jinou službu na stejném místě.

Dále se jedná o reklamu v novinách, v časopisech, o účast na výstavách a veletrzích. Zahrnuje se sem i outdoorová reklama, což jsou polepy aut, billboardy, propagační materiály na společenských akcích. To zvyšuje popularitu značky a prodej výrobků.

PPC (Price per click)

Ke konkrétnímu projektu se vytvoří kampaň, která podpoří prodej, zviditelní podnik a posune ho na trhu do popředí, jedná se o úvodní nastavení kampaně, následnou správu a optimalizaci.

SEO (Search engine optimization)

Cílem je analýza vyhledávanosti na webu, dále se provedou úkony pro lepší indexaci. Celkově se firma postará o to, aby se zákazník orientoval v nabídce podniku co nejrychleji a došel k tomu pokud možno velmi jednoduchým způsobem. Je nutné dosáhnout nejvyšších příček na stránkách výsledků, které jsou zobrazené internetovým vyhledávačem při hledání určitého klíčového slova. Tím se maximalizuje návštěvnost a následný prodej. Je to proces dlouhodobý a náročný, kdy se výsledky objevují postupně. Celou dobu se sleduje, jak se uživatelé ve vyhledávači orientují a nalézají konkrétní obsah.

Propagace na sociálních sítích

Daný podnik se propaguje na sociálních sítích např. Facebook, Instagram, LinkedIn. Jsou to velmi důležité kanály, kde se dá komunikovat se zákazníky. Podnik Viciadia dokáže získat maximum zájmu daného zákazníka právě přes tyto sociální sítě.

Webová analytika

Zde se napojí zákazníkův web na analytické nástroje např. Google Analytics, Google Search Console. Následně se sdělí klientovi, co je v jeho podniku dobré a co se naopak nějakým způsobem musí podpořit a zlepšit.

Plánování a strategie marketingových kampaní

Musí se shrnout dosavadní situace, stanovit hlavní cíle, čeho chce daný podnik propagací dosáhnout. Rychle se zorientovat v dané strategii. Stanoví se hrubý rozpočet a způsob kontroly plnění daných cílů. Všechny cíle propagace dané firmy musí být správně nastavené, aby se klient dostal tam, kde je jeho přání. Nejdříve se musí udělat analýza trhu, jaké jsou možnosti růstu v daném sortimentu zákazníka. Následně se spustí kampaně (Emailing, PPC inzeráty, SEO optimalizace,...), které by měly daných cílů dosáhnout. Řeší se, jakou zvolit cenu za výrobek, jestli je ochoten zákazník takovou cenu dát.

Foto a video

Vytvoří se profesionální fotografie, natočí se video pro webovou prezentaci. Nejdříve se video sestříhá, poté upraví a následně se použije k jeho účelům. Protože požadavky zákazníka mohou být různé, je firma plně flexibilní.

Zbožové srovnávače

Zde se napojí internetový obchod na zboží srovnávače, včetně hlídání konverzí a nastavení kampaně a následné spravování. Díky tomu se zjistí, co bude nejlépe vyhovovat.

E-mail marketing

Jedná se o nezbytnou a poměrně levnou součást marketingu. Poradí se klientovi, jak by mohl maximalizovat účinek emailů a neposílat spamy. Díky kvalitnímu obsahu a pravidelnosti zasílání je e-mailing nejefektivnější forma online marketingu.

Obsahový marketing

Zde jde o vytvoření prodejních textů k jednotlivým produktům, článků a kompletních textů pro webové stránky, dále se jedná o překlady do a z cizích jazyků, např. angličtiny, němčiny nebo francouzštiny. Dále zde jde o vytvoření blogu, který může i nemusí být součástí hlavní webové stránky.

Webové stránky

Firma vytvoří web, popřípadě navrhne změny. I malé změny mohou hrát obrovskou roli při získávání nových zákazníků, proto je velmi důležité dbát na detail. (vicidia.cz, 2021)

Gravírování

Podle požadavku zákazníka je firma schopna vygravírovat logo dané firmy na jakýkoliv výrobek (ze dřeva, z plastu, kovu nebo umělé hmoty).

Razítka

Firma graficky zpracuje vzhled razítka a zajistí jeho výrobu. Je možné si zvolit různý tvar, velikost a barvu.

Výstavní expozice

Agentura Vicidia nabízí základní modulový systém a vytvoření netypických expozic. Není ani problém vytvořit expozice patrové.

Polepy aut a moto

Jedná se o reklamní polep osobních aut, motocyklů, dodávkových vozů a kamionů. Vytvoří se návrh polepu, vyrobí se a polepí na danou plochu. Je možné i zatmavení autoskel. Vše je zařízeno kompletně na klíč.

Magnetické tabulky

Mimo klasického polepení aut je možné grafiku vytisknout na magnetickou tabulku, která může být umístěna na automobil. Výhodou je, že je možné tabulku sundat a opětovně připevnit přesně podle potřeby.

Reklamní cedule

Vicidia vyrábí reklamní cedule různých velikostí a z různých materiálů. Zákazník si může vybrat reklamní ceduli vyrobenou z materiálů od PVC, přes plech, sendvičové desky (skládají se ze dvou či více materiálů, jako celek získávají vlastnosti použitých materiálů) až po lehčené desky a další. Skvělým produktem je také rollup. Jedná se o snadno přenosnou reklamu s vlastní konstrukcí vhodnou na jednorázové akce.

Velkoformátový tisk

Klient si může také zažádat o výrobu různých formátů dle individuální potřeby (plachty, billboardy) včetně grafického návrhu dle domluvy.

Výlohy

Výlohy se polepují řezanou či tištěnou grafikou děrovanými foliemi (One way vision), bezpečnostními, zrcadlovými a zatmavovacími foliemi a jejich kombinacemi.

Samolepky

Podnik Vicidia nabízí výrobu klasických formátů včetně tvarových výseků z různých druhů materiálu, výrobu výrobních a bezpečnostních štítků.

Plastická písmena

Písmena se vyrábí z různých materiálů z PVC, z plexiskla, ze sendvičových materiálů, ze železa, z nerezů a další.

Orientační systémy

Orientační systémy označují budovy nebo kanceláře. Zahrnuje cedule a štítky, jsou ve formě různých směrovek a piktogramů. Řeší se v exteriéru a interiéru individuálně, zajistí se grafické a konstrukční provedení.

Potisk textilu

Na textil se tisknou vlastní plnobarevné fotografie digitální technologií nebo jednoduchá firemní loga a text řezanou grafikou. Dále je možné zajistit výšivku, která je vhodná jak na trička, tak i na košile a čepice.

Podlahová grafika

Zde se jedná o klasické formáty, tvarové výseky, protiskluzovou laminaci, test nehořlavosti a snadnou odstranitelnost.

Fotoobraz na plátně

Firma zajistí tisk fotografie s vysokým rozlišením na kvalitní plátno, které je natažené na dřevěném rámu.

Tiskoviny

Zákazník má možnost si prostřednictvím této firmy zajistit vizitky, Pf osobní i firemní, pohlednice, pozvánky, vstupenky, letáky různých formátů a gramáží, plakáty, papírové bloky s firemním logem, katalogy, brožury, hlavičkové papíry a jiné. (vicidia.cz, 2021)

3.2 Výběr vhodné podpory

Po prozkoumání možných podpor je možné vybírat z následujících dotací. Aktuálně se nacházíme v období, kdy je stále možné čerpat z programu, který již měl skončit. Zároveň nový, který jej měl nahradit se zatím nespustil. Dotace EU jsou vždy součástí jednotlivých Operačních programů.

3.2.1 Dotace z fondů Evropské Unie

Operační program podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK) na léta 2014-2020.

Podporu z tohoto programu **je možné ještě v roce 2021 čerpat**, protože zde zbyly finanční prostředky. Dokonce program Inovační vouchery je otevřen do 21.12.2022.

OP PIK je základním dokumentem resortu průmyslu a obchodu pro čerpání finančních prostředků z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESI fondů) EU v letech 2014-2020. Jeho cílem je zvýšit konkurenceschopnost české ekonomiky. Ve všech krajských městech České republiky mají sídlo regionální kanceláře Agentury pro podnikání a inovace (RK API), na které se mohou zájemci obracet buď písemně, nebo telefonicky.

Adresy a kontakty regionálních kanceláří jsou k dispozici na internetové adrese www.agentura-api.org/kontakty.

Podnikání a technologie pro konkurenceschopnost (OP TAK) na léta 2021-2027

Mezi české podniky se rozdělí téměř 80 mld. Kč. První dotační programy by se měly **otevírat na začátku roku 2022**. Dle aktuálních informací není známo přesné datum pro zahájení podání přihlášek. Přesné názvy jednotlivých programů budou včas upřesněny.

Dotační podpora bude zaměřena například na podnikový výzkum, na nákup moderního ICT řešení a digitalizaci podniku, na energetické úspory, na získávání energie z obnovitelných zdrojů, na elektro mobilitu, na vybudování sítí pro vysokorychlostní internet, na vybudování zelené infrastruktury a snižování znečištění, na automatizaci

výroby (průmysl 4.0), na pořízení technologií pro optimalizaci spotřeby vody, na minimalizaci odpadů a využití druhotných surovin ve výrobě.

Připravované programy budou pro malé a střední podniky. Velké podniky budou moci **zažádat na výzkum** a inovaci, na projekty využívající obnovitelné zdroje a energeticky úsporné projekty. Očekávají se speciální programy i pro začínající podniky a start-upy. (dotace-optak.cz, 2021)

V dotačním programu OP TAK se očekávají dotace na zavedení inovací do výroby, mzdy pracovníků ve výzkumu a vědě, rekonstrukci podnikových nemovitostí, podporu zahraniční expanze, vysokorychlostní internet a úspory ve firmách (dotace-optak.cz)

Výhody dotačních programů z EU

- podpora růstu MSP
- podpora inovací
- podpora konkurenceschopnosti

Nevýhody dotačních programů z EU

- administrativní náročnost zpracování projektu
- dotace z EU jsou větších rozsahů a více se hodí pro malé a střední podniky

3.2.2 Dotace a granty od města Prahy

Hlavní město Praha nabízí několik městských grantů, které je možné za určitých podmínek čerpat. Je to oblast Integrace cizinců, Národnostní menšiny, Rozvoj měst a územně plánovací dokumentace, Doprava a odstraňování bariér, Cestovní ruch, Kultura, Památková péče, Prevence kriminality, Protidrogová prevence, Primární prevence rizikového chování dětí a mládeže, Sociální oblast, Sport a tělovýchova, Volný čas dětí a mládeže, Školství, Zdravotnictví Životní prostředí a energetika. (Praha, 2021)

Podávat žádosti je možné přes aplikaci na oficiálním webu města Prahy <https://granty.praha.eu/>. Kde je možné najít i praktický návod. (Praha, 2021)

Výhody

- menší administrativní náročnost
- přímá podpora v místě podnikání

Nevýhody

- zaměření na spíše menší projekty

3.3 Vhodná forma podpory pro společnost Daklos s.r.o.

V současné době jsou vhodné pro firmu Daklos s.r.o. a s ní související agenturu Vicidia níže uvedené programy.

- **Program ICT v podnicích – Digitální podnik**
Jedná se o dotaci na pořízení ICT produktů a služeb (například investice do SW, HW a ostatních strojů a zařízení s ICT, které spolu přímo souvisejí. Dotace je určena i na služby expertního poradenství, kde navrhnu implementaci a řízení ICT v organizaci včetně provázaných procesů). Cílem programu by měla být podpora podniků v souladu s Průmyslem 4.0 (digitální transformace), tj. například podpora urychlení inovačních cyklů v podniku, zvýšení efektivní propojenosti „chytrých“ digitálních technologií a podpora zvýšení úrovně počítačové bezpečnosti firemních sítí. Nutné je pořízení nebo rozšíření celopodnikového informačního systému. Může se počítat s podporou pro malý podnik s 45 % ze způsobilých výdajů a s minimální výší dotací 500 000 Kč. Vyhlášení výzvy se očekává v květnu. Příjem žádostí poté v červnu 2021. Celková alokace bude ve výši 300 mil. Kč.
- **Národní plán obnovy (Program Recovery and Resilience Facility - RRF)**
Plán zahrnuje prostředky na oživení a podpoření ekonomiky a na zelenou a digitální transformaci jednotlivých členských států Evropské unie po zasažení pandemií Covid-19. **Cílem je rychlá a efektivní pomoc, ale i další nastartování hospodářského sektoru.** Celková částka pro Českou republiku činí 181,9 mld. Kč formou dotací a 405 mld. Kč formou půjček (celkem tedy 586,9 mld. Kč). Částka bude rozdělena do konce roku 2023. Projekty bude možné realizovat i po tomto termínu. 70 % rozpočtu bude rozděleno v letech 2021 až 2022 a 30 % v roce 2023. Měla by se zvýšit intenzita digitalizace a prosazování inovací ve firmách, zejména MSP, a to v souladu s definovanými standardy Průmyslu 4.0, digitalizací a klíčovými trendy perspektivních odvětví. **K hlavním oblastem podpory patří** digitální ekonomika a společnost, inovativní start-up, nové technologie, digitální transformace podniků, snižování spotřeby energie, transformace průmyslu a přechod na čistší zdroje energie, rozvoj čisté mobility, renovace budov a ochrana

ovzduší, rozvoj cirkulárních ekonomik (recyklace, bioplynové stanice, úspora vody v průmyslu), podpora výzkumu a vývoje, zavádění inovace do podnikové praxe, zvýšení odolnosti systému zdravotnické péče. **Z tohoto dotačního fondu EU** mohou čerpat státní instituce, ale i soukromí podnikatelé. Tyto finanční prostředky pomohou členským státům s úspěšností na mezinárodním trhu. V příloze A je zahrnuta grafika v anglickém jazyce.

3.4 Návrh žádosti o dotační podporu pro Daklos s.r.o.

Pro podnik Daklos s.r.o. bude zpracována žádost o dotaci z programu **ICT v podnicích – Digitální podnik**, který je vyhlášen v **Operačním programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost**. Důležitý cíl společnosti Daklos s.r.o. je co možná nejvyšší míra digitalizace procesů, z tohoto důvodu je druh této podpory vhodný. Celková investice do vybavení by byla **1 121 454 Kč**. Žádalo by se o maximální možnou **podporu 45 %, tedy o 504 654,3 Kč**. Podrobný rozpis investice projektu a jeho financování je níže v tabulce č.3. Firma Daklos s.r.o. by žádala o **úvěr 600 000 Kč**, zbylou část investice **521 454 Kč je schopna firma financovat z vlastních prostředků**.

Tabulka 3 - Rozpočet investice, jednotlivé financování, podíl dotace

	Cena	Vlastní zdroje	Úvěr	Dotace
software Product Design & Manufacturing Collection (licence na 3 roky)	273 727 Kč	273 727 Kč	0 Kč	123177,15 Kč
software Adobe Creative Cloud	41 990 Kč	41 990 Kč	0 Kč	18 895,5 Kč
3D tiskárna, model: Epsilon W50 Fused Filament Fabrication (FFF) BCN3D	294 956 Kč	205 737 Kč	89 219 Kč	132 730,2 Kč
2x server Dell PowerEdge T40	120 980 Kč	0 Kč	120 980 Kč	54 441 Kč
termální tiskárna štítků Zebra ZT620, 203DPI,	118 245 Kč	0 Kč	118 245 Kč	53 210,25 Kč

ZT62062-T0EC100Z				
iMac 27" International Retina 5K 2020 s Nanotexturou	136 390 Kč	0 Kč	136 390 Kč	61 375,5 Kč
programátorské a IT práce, expertní poradenství	135 166 Kč	0 Kč	203 958 Kč	60 802,2 Kč
Celkem	1 121 454 Kč	521 454 Kč	600 000 Kč	504 654,3 Kč

Zdroj: Individuální nabídky dodavatelů společnosti Daklos s.r.o., zpracováno autorem

Celkové výdaje: 1 121 454 Kč

Vlastní zdroje (Vlastní kapitál): 521 454 Kč

Úvěr (Cizí kapitál): 600 000 Kč

Dotace: 504 654,3 Kč

3.4.1 Hlavní záměr a připravenost projektu

Zásadní přínos dotace pro společnost by byl v rozšíření, zkvalitnění a zrychlení služeb. Je potřeba pořídit vlastní servery pro provoz internetového obchodu, které si zatím firma pronajímá u externích poskytovatelů. Výhodou bude zvýšení bezpečnosti a rychlosti internetového obchodu Daklos.cz. Dále se počítá, že na servery firmy by se přemístily i internetové obchody a webové stránky zákazníků, které firma spravuje prostřednictvím agentury Vicidia. Z toho plyne budoucí navýšení zisků.

Dále firma potřebuje **investovat do nových technologií pro výrobu vlastních produktů na 3D tiskárně, kterou je potřeba také pořídit**. Nedílnou součástí je **pořízení softwaru pro navrhování 3D produktů pro tisk na 3D tiskárně** a grafický software. Tím by firma mohla ale také rozšířit služby reklamní agentury i o 3D vizualizace reklamních ploch a výstavních expozic. To by značně pomohlo k urychlení a zkvalitnění poskytovaných služeb společnosti. Zákazníci by si tak mohli lépe představit výslednou práci a došlo by k většímu počtu uzavřených obchodních dohod.

Modely produktů, které budou vytvořené v 3D prostředí budou také využity pro **lepší komunikaci s externími výrobci**. Firma tak může do výroby poslat přesné údaje nebo výrobcům ukázat, kde a co přesně na produktu upravit. V současné době je komunikace

s výrobcí velmi zdlouhavá a pokud není Daklos s.r.o. schopna výrobcům přesně dodat kvalitní 3D model, tak mohou nastat zbytečné komplikace a chyby při výrobě.

V souvislosti se softwarem je nutné pořídit nový počítač, který bude takto náročné softwarové programy zvládat.

Dále je nutná **investice do termální tiskárny štítků**, která značně zrychlí proces expedice objednávek.

Tabulka 4 - SWOT analýza projektu

Silné stránky	Slabé stránky
zvýšení bezpečnosti zkvalitnění služeb společnosti zrychlení procesů firemní síť	náročnost zpracování dokumentace
Příležitosti	Hrozby
dotace navýšení zisků noví zákazníci	nezískání dotace nezískání úvěru

Zdroj: zpracováno autorem

Zpracovatelem žádosti bude externí firma, která se již mnoho let zabývá problematikou dodací. Zpracovatelská firma bude mít odpovědnost za dodržování legislativních požadavků. Veškeré potřebné materiály, součinnost a informace poskytne jednatel společnosti Daklos s.r.o. **Délka podnikání společnosti s ručením omezeným je 4 roky.** Internetový obchod **Daklos.cz funguje již od roku 2014** a má již potřebné zkušenosti v oblasti jejího podnikání. Budou probíhat jednání mezi jednatelem společnosti a zástupcem firmy pro zpracování projektu.

Společnost Daklos s.r.o. aktuálně také **vyhodnocuje** úvěrové podmínky jednotlivých bank a jedná o co možná nejlepší nabídku. V podmínkách poskytnutí dotace je, aby provozovna byla mimo území hlavního města Prahy, a proto je firma ve spojení s realitními kancelářemi pro vyhledání vhodného prostoru pro realizaci projektu. Vlastní prostředky má firma připraveny.

Předpoklad pro začátek realizace projektu je 1.10.2021

Horizontální principy

Firma Daklos s.r.o. klade důraz při zaměstnávání pracovníků a spolupracovníků na spolehlivost a jejich kvalitu odvedené práce. Projekt dává stejné příležitosti všem etnickým skupinám, dává rovnost pracovních možností mužům a ženám, odstraňuje diskriminaci na základě pohlaví, rase, sexuální orientaci, věku, náboženského vyznání, zdravotního stavu, světového názoru. Žádné projekty nemají vliv na životní prostředí a zdraví. Všechny odpady jsou ekologicky zpracovány nebo zlikvidovány.

Způsob financování projektu

- dotace z Evropské unie
- úvěr
- vlastní zdroje firmy

Zajištění udržitelnosti projektu

Po dobu minimálně 5 let je nutné dle podmínek operačního programu podávat zprávy o udržitelnosti projektu poskytovateli dotace. Je nutné uchovávat veškerou dokumentaci týkající se projektu. Je nutné, aby jednatel společnosti jednal s péčí řádného hospodáře.

Na pořízené vybavení je poskytnuta záruka 12 nebo 24 měsíců (záleží na konkrétním dodavateli) Pokud se naskytne závada na některém zařízení, bude tato záležitost řešena s dodavatelem bez zbytečného odkladu.

Místo realizace projektu

Místo realizace projektu bude v nových prostorách v Plzeňském kraji, kde bude pracoviště s počítači s 3D softwarem a 3D tiskárnou. Dále zde bude umístěn sklad s produkty. Firma Daklos s.r.o. aktivně hledá vhodné prostory, ale v současné době nemá žádné konkrétní připravené.

Parametry a technický popis

- **Nový server Dell PowerEdge T40** poskytuje v základu 1 TB volného prostoru. Internetový obchod zabírá kolem 20 GB. Zároveň je server připraven pro osazení dalšími dvěma podobnými pevnými disky. V budoucnu firma plánuje rozšíření podle aktuálních potřeb.
- **Termální tiskárna štítků Zebra ZT620** společně s úpravou softwaru vyřizování objednávek zrychlí proces vyřízení expedice zásilek až pětinasobně oproti klasické tiskárně.

- **Nové softwarové vybavení zvýší soběstačnost** v oblasti návrhu produktů ve 3D, model se buď použije pro tisk na vlastní 3D tiskárně nebo k vyrobení externím výrobcům.
- Firma počítá, že **realizace projektu** včetně naprogramování systému a spuštění důležitých částí bude maximálně **do měsíce**.

Hlavní přínosy a výstupy projektu

- zrychlení internetového obchodu – součástí projektu je nákup serverů
- zabezpečení firemní sítě – postavení nové firemní sítě, která zajistí stabilní bezpečný provoz a rychlou komunikaci mezi hlavní kanceláří v Praze a novou provozovnou
- rozšíření kvality služeb zákazníkům – nákup nových 3D počítačových programů
- nárůst portfolia originálních produktů – nová 3D tiskárna zajistí rychlou výrobu
- zvýšení zisku – pronájem serverů

Výstup projektu:

- pořízení nových technologií pro vzrůstající konkurenceschopnost

3.4.2 Schválení dotace

Důležité pro získání dotace je také splnění několika povinností. Je **nutné mít uzavřená dvě po sobě jdoucí účetní období** v daném oboru podnikání. Je povinností mít **nulové nedoplatky vůči státním institucím**, to samé platí **vůči poskytovatelům podpory z Evropské Unie**. Třetí důležitou podmínkou je mít **dostatek finančních prostředků**. Je možné použít **vlastní zdroje** nebo i **bankovní úvěr**. Projekt nesmí být zahájen před datem podání žádosti o podporu a dotace je vyplácena zpětně až po zainvestování projektu. Dále musí být projekt realizován v provozovně mimo Prahu a na území České republiky. Poslední podmínkou je, že výběrové řízení na dodavatele musí být provedeno v režimu zákona č.134 / 2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek. (Přehled dotací, 2021)

Společnost bude otevírat pobočku v Plzeňském kraji, aby byla blíže svým zákazníkům v západních Čechách. Aktuálně nemá společnost vybranou konkrétní nemovitost.

Většinu podmínek společnost **Daklos s.r.o. aktuálně splňuje, případně některé do zahájení projektu splní.**

Základním předpokladem **pro získání dotace je hodnotný podnikatelský záměr**, který je realizovatelný, odpovídá ekonomické situaci a možnostem žadatele. Musí být efektivní

a dlouhodobě udržitelný. Dále si žadatel zjistí důležité informace o programech podpory na internetových stránkách MPO: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/oppik-2014-2020/> (Ministerstvo průmyslu a obchodu) a **konzultuje svůj záměr s Regionální kanceláří Agentury pro podnikání a inovace (RK API)** (www.agentura-api.org). **Předběžná žádost je od roku 2016 ve většině programů OP PIK zrušena.** Podnikatelé tak podávají **celkovou žádost**, kterou může připravit žadatel samostatně nebo s pomocí poradenských firem. Důležitá je **cílová hodnota a termín jejího dosažení**. Při předložení projektu je důležité seznámit se s **požadavky dané Výzvy**. Konečnou jistotu o poskytnutí dotace má žadatel až po **vydání Rozhodnutí o poskytnutí dotace. (RoPD)**

Žádost o podporu musí žadatel podat elektronicky přes web API (Agentura pro podnikání a inovace) www.agentura-api.org. Podrobný návod na podání žádosti lze najít na stránkách Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky (MPO ČR – sekce fondů EU), platnost od 21.9.2020. Zde se nacházejí **pravidla pro žadatele a příjemce** z Operačního programu podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Pravidla jsou vydávána pouze v elektronické podobě a jsou průběžně aktualizována.

3.4.3 Podání žádosti přes aplikaci IS KP14+ má následující kroky:

1. Založení Profilu uživatele pro přístup k internetové aplikaci **IS KP14+**. V příloze D jsou ukázky z aplikace. Tato internetová aplikace se nachází na adrese **<https://mseu.mssf.cz/>**.
2. Pro vyřizování je nutné mít elektronický podpis, opět lze na těchto internetových stránkách najít přesný návod na zřízení tohoto podpisu.
3. Vytvoření registrace. Po vyplnění registračních údajů se tento formulář odešle.
4. Vyplnění oprávněných osob k projektu a jejich role
5. Vyplnění kontaktních údajů pro notifikace v posunu žádosti
6. Vyplnění žádosti o dotační podporu
7. Vyplnění on-line záložek žádosti o podporu, vyplnit je potřeba pouze obrazovky a pole, které jsou dostupné, aktivní a relevantní projektu
8. Prohlášení k žádosti o podporu včetně / bez minimis
9. Vložení odpovídajících dokumentů do IS KP14+ (podnikatelský záměr, výkaz zisků a ztrát, výkaz finanční analýzy)

10. Ověření dat a odeslání celé žádosti o podporu (t. zn. formulář Žádosti o podporu včetně všech příloh) po předchozím elektronickém podpisu celé žádosti prostřednictvím aplikace IS KP14+
11. Nyní se čeká na schválení. Stav žádosti je vidět v aplikaci.
12. Nyní je Žádost o podporu posuzována z věcného hlediska odbornými hodnotiteli na MPO.
13. V případě neúspěchu je možné žádat o přezkoumání nebo pokládat námitky proti rozhodnutí také přímo z aplikace.
14. Pokud je vše v pořádku, bude systém o této skutečnosti informovat.
15. Nyní se přechází k realizaci projektu.
16. Musí se vést evidence a dle projektu předkládat povinné dokumenty. Vše se nahrává elektronicky prostřednictvím aplikace. (Agentura API, 2021)

Závěr

Tato bakalářská práce se zabývá tématem „**Podpora podnikání malých a středních podniků**“. Malé a střední podniky jsou důležité na současném trhu a spolupracují s velkými firmami. Malé a střední podniky jsou velmi důležité pro celou českou ekonomiku. Poskytují pracovní příležitosti, jsou flexibilní a dokáží se přizpůsobovat současným podmínkám na trhu. Práce byla zaměřena na jejich dělení, přínos a postavení v České republice, možnosti podpory podnikání, využití podpory a postup při podání žádosti o dotační podporu.

Práce měla za cíl objasnit podporu podnikání a jeho význam. Při zpracování byla použita odborná literatura a internetové zdroje. Bylo zjišťováno, z jakých zdrojů je možné podnikatelům poskytnout prostředky. Jedná se státní rozpočty a strukturální fondy.

Cílem dotací by mělo být zjednodušení podmínek pro podnikatele. Díky této pomoci by se MSP lépe udržely na trhu, dále se rozvíjely a expandovaly na zahraniční trhy, Česká republika by se tak přeměnila v inovačního lídra Evropy.

Následně byl představen podnikatelský subjekt Daklos s.r.o.. Zvolená podpora se vztahuje na pořízení IT technologie, na hardware a software. Byl sestaven rozpočet pro realizaci projektu. Přínos bakalářské práce byl ve výběru vhodné podpory pro firmu Daklos s.r.o., byly vyhodnoceny odpovídající kladné a záporné stránky projektu. Byl vybrán program **ICT v podnicích – Digitální podnik**. Následně byl zpracován postup pro podání žádosti o dotační podporu.

Seznam použitých zdrojů

- Agentura pro podnikání a inovace. (2020, 21. září). *Pravidla pro žadatele a příjemce obecná část*. <https://www.agentura-api.org/wp-content/uploads/2020/09/pravidla-pro-zadatele-a-prijemce-obecna-cast-platnost-21.-9.-2020.pdf>
- Binek, J. (2011). *Obce a regiony pro podnikatele ; Podnikatelé pro obce a regiony*. GaREP.
- Centrum pro regionální rozvoj České republiky. (2021, 2. března). *Centrum pro regionální rozvoj České republiky*. <http://www.crr.cz/>
- Český statistický úřad. (n.d.). <https://www.czso.cz/>
- Čižinská, R. (2018). *Základy finančního řízení podniku*. Grada Publishing.
- Czechinvest. (n.d.). *Definice malého A středního podnikatele*. <http://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Radce/Definice-maleho-a-stredniho-podnikatele>
- CzechTrade. (n.d.). *CzechTrade*. <http://www.czechtrade.cz/>
- Daklos s.r.o.. (n.d.). *Online marketing, tvorba webů a eshopů, realizace výstavních expozic na klíč a výroba reklamy*. <http://viciadia.cz/>
- Daklos s.r.o.. (n.d.). *Kontakt*. <https://www.daklos.cz/cs/content/4-kontakt>
- Dvořáček Jiří. (2003). *Podpora podnikání: (průmyslová politika)*. Oeconomica.
- Enterprise Europe Network. (2018, 21. června). *Partnerství*. <https://www.enterprise-europe-network.cz/partnerstvi>
- Evropská rada. (2021, 19. dubna). *Recovery and resilience facility*. <https://www.consilium.europa.eu/cs/infographics/20201006-recovery-resilience-rrf/>
- Factor, A., & Ulhøi, J. P. (2021). *Sustainability and Small and Medium-sized Enterprises*. Routledge.
- Havlíček Karel, & Kašík Milan. (2005). *Marketingové řízení malých a středních podniků*. Management Press.

- Vochozka, M., & Mulač Petr. (2012). *Podniková ekonomika*. Grada.
- Malach Antonín. (2005). *Jak podnikat po vstupu do Eu*. Grada Publishing.
- Magistrát hlavního města Prahy. (n.d.). <https://www.praha.eu/jnp/cz/index.html>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu. (n.d.). *Poslechněte SI podcast k Novým možnostem Podpory nejen PRO Podnikatele. OP TAK Představí náměstek MPO pro EU fondy marian piecha*. <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/oppik-2014-2020/aktualni-informace/poslechnete-si-podcast-k-novym-moznostem-podpory-nejen-pro-podnikatele--op-tak-predstavi-namestek-mpo-pro-eu-fondy-marian-piecha--260040/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu. (n.d.). *Vláda Schválila strategii na podporu MALÝCH a středních podniků do roku 2027*. <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/vlada-schvalila-strategii-na-podporu-malych-a-strednich-podniku-do-roku-2027--260062/>
- Ministerstvo průmyslu a obchodu. (n.d.). OP PIK (2014 – 2020). <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/oppik-2014-2020/>
- Soukupová, M. (2020, 12. října). Velká novela ZÁKONA O OBCHODNÍCH korporacích od 1.1.2021. <https://www.sedlakovalegal.cz/velka-novela-zakona-o-obchodnich-korporacich/>
- Oficiální PORTÁL pro Podnikání a export. (2021, 1. února). *Business info*. <http://www.businessinfo.cz/>
- Ochrana František, Pavel, J., & Vitek Leoš. (2010). *Veřejný sektor a veřejné finance: financování nepodnikatelských a podnikatelských aktivit*. Grada.
- Portál Na Podporu Rozvoje obcí ČR. (n.d.). <http://www.rozvojobci.cz/>
- Enovation s.r.o., (n.d.). ICT a SS - Digitální podnik. <https://www.prehleddotaci.cz/operacni-program/oppik/ict-ss-digitalni-podnik/>
- Rydvalová Petra. (2011). *Malé a střední podnikání v podmínkách České republiky*. VÚTS.

- Sbírka zákonů ČR V aktuálním Konsolidovaném znění. (n.d.).
<https://www.zakonyprolidi.cz/>
- Sbírka zákonů ČR V aktuálním Konsolidovaném znění. (2016, 1. června).
47/2002 sb. zákon o podpoře malého a středního podnikání.
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-47/zneni-20160601>
- Smrčka, L. (2013). *Ovládnutí a převzetí firem.* V Praze: C.H. Beck.
- Synek, M. (2011). *Manažerská ekonomika.* Praha: Grada.
- Straková, J. (2020). *Malé a střední podniky v ČR – současnost a vize.* Praha: Grada.
- Strnadová, Z. (2019). *Co by měl vědět příjemce dotace.* Praha: Grada Publishing.
- Svoboda, J., Malach, A. (2021, 4. ledna). *Novela Zákona O OBCHODNÍCH KORPORACÍCH.* <https://portal.pohoda.cz/zakon-a-pravo/legislativa-pro-podnikatele/novela-zakona-o-obchodnich-korporacich/>
- Veber, J., & Srpová, J. (2012). *Podnikání malé a střední firmy.* Praha: Grada.
- Vochozka, M., & Mulač, P. (2012). *Podniková ekonomika.* Praha: Grada.
- Vojík, V. (2010). *Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí.* Praha: Wolters Kluwer Česká republika.

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Rozdělení MSP	10
Tabulka 2 - Počet podnikatelů v období 2010 - 2020 v ČR.....	11
Tabulka 3 - Rozpočet investice, jednotlivé financování, podíl dotace	41
Tabulka 4 - SWOT analýza projektu	43

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Graf vývoj počtu MSP a podniků celkem v letech 2010 – 2020.....	11
Obrázek 2 - Graf obratu jednotlivých měsíců od založení firmy 27.7.2017.....	32
Obrázek 3 - Graf počtu jednotlivých objednávek a zakázek od založení firmy.....	32
Obrázek 4 - Graf průměrné hodnoty jedné objednávky od založení firmy 27.7.2017 ...	33

Seznam použitých zkratk a značek

API	Agentura pro podnikání a inovace
ČMZRB	Českomoravská záruční a rozvojová banka
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EK	Evropská komise
EU	Evropská unie
GB	Gigabyte
HDP	Hrubý domácí produkt
ICT	Information and Communication Technologies (Informační a komunikační technologie)
IT	Information Technology (Informační Technologie)
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podniky
OP	Operační program
SBA	Small Business Act
SŠ	Střední škola
TB	Terabyte
ZOK	Zákon o obchodních korporacích

Seznam příloh

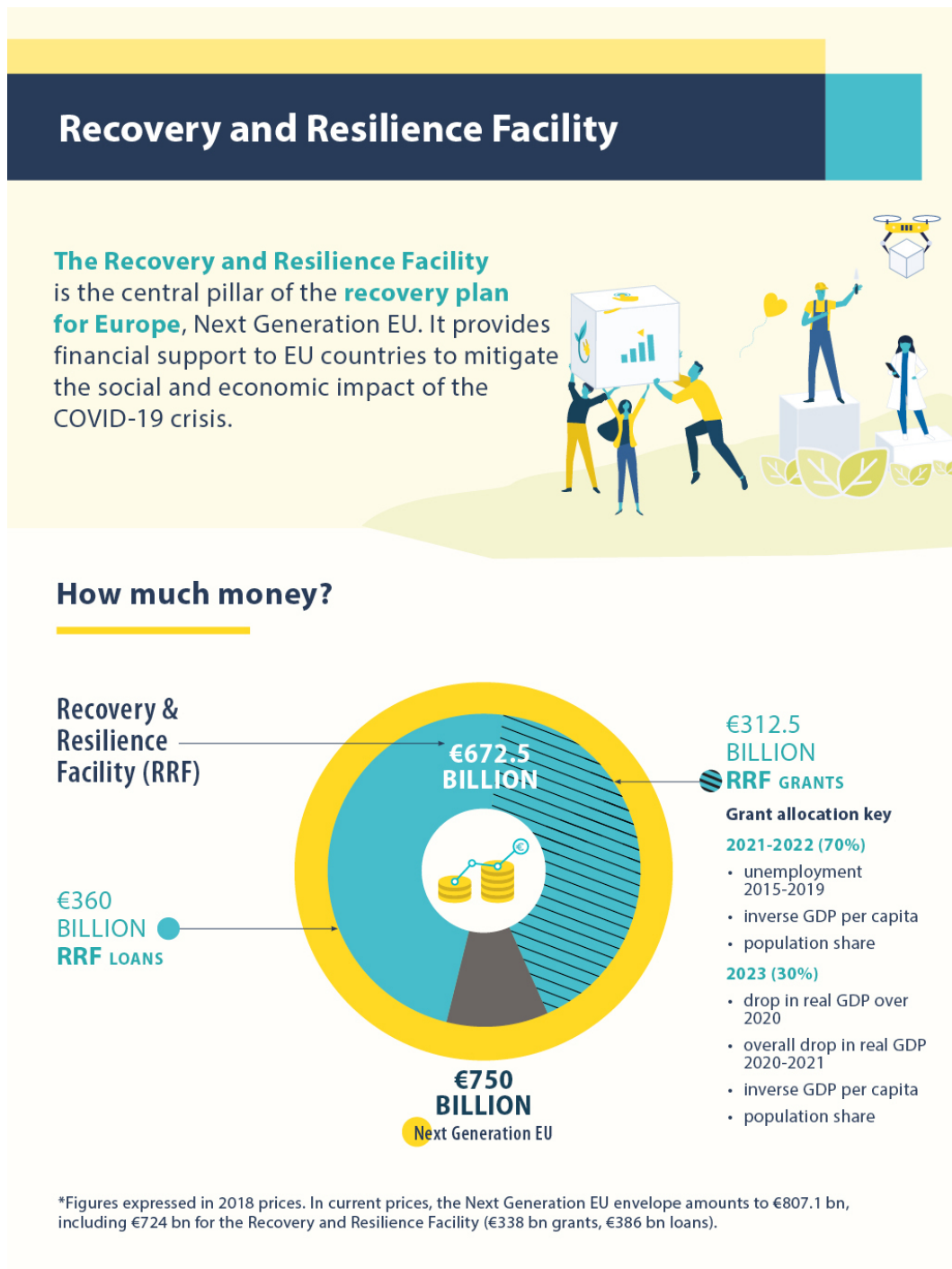
Příloha A: Informační grafika – Recovery and Resilience Facility

Příloha B: Ukázkové práce agentury VICIDIA

Příloha C: Obrat společnosti Daklos s.r.o.

Příloha D: Ukázky z aplikace IS KP14+

Příloha A: Informační grafika – Recovery and Resilience Facility



(Evropská unie, 2021)

How will the money be used?

Funds disbursed to member states are based on **national recovery and resilience plans**, which include reforms and public investment projects. Plans must:



align with EU priorities

boost **growth, job creation** and economic & social **resilience**



support the green transition

at least **37%** of resources contribute climate action and environmental sustainability



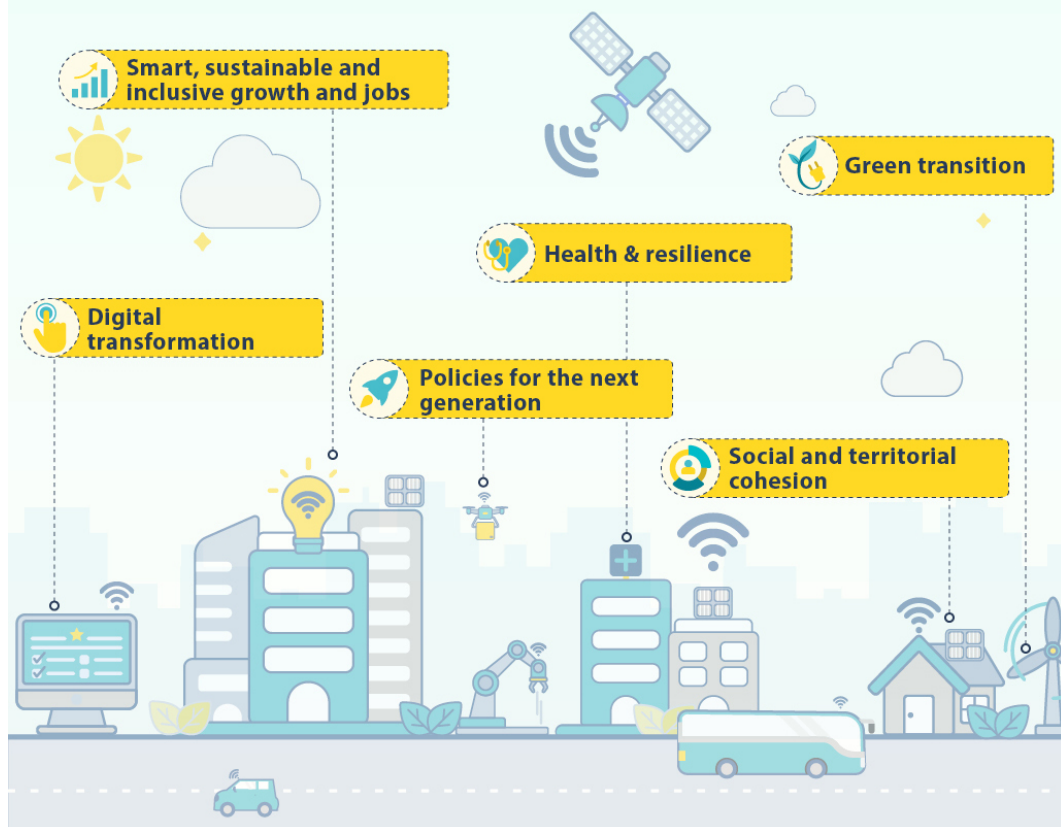
reflect country-specific challenges

in line with **European Semester** country-specific recommendations



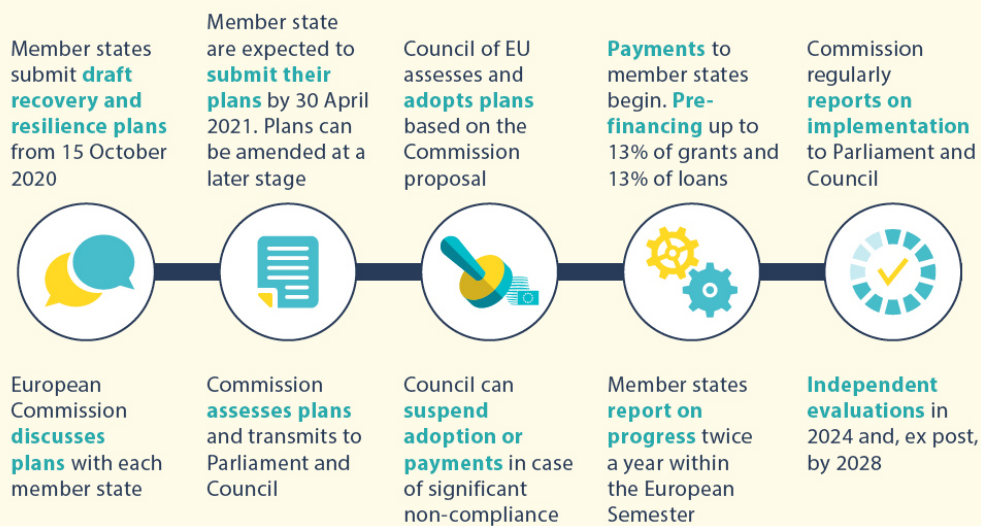
foster digital transformation

at least **20%** of resources contribute to the EU's digital transition



(Evropská unie, 2021)

How does it work?



2020 Plans can include measures initiated from February 2020

2023 Recovery and Resilience resources for member states can be committed until end 2023

2026 Reforms and investments must be carried out by 2026

Příloha B: Některé práce agentury Vicidia



(Daklos s.r.o., 2021)



(Daklos s.r.o., 2021)

Příloha C: Obrat společnosti Daklos s.r.o.

	Měsíční obrat	Počet objednávek	Průměrná hodnota objednávky
srpen 2017	238 136,00 Kč	223	1 067,87 Kč
září 2017	166 172,00 Kč	202	822,63 Kč
říjen 2017	229 476,00 Kč	247	929,05 Kč
listopad 2017	574 521,00 Kč	463	1 240,87 Kč
prosinec 2017	542 559,00 Kč	500	1 085,12 Kč
leden 2018	338 861,00 Kč	270	1 255,04 Kč
únor 2018	142 222,00 Kč	152	935,67 Kč
březen 2018	178 999,00 Kč	178	1 005,61 Kč
duben 2018	182 876,00 Kč	150	1 219,17 Kč
květen 2018	170 758,00 Kč	148	1 153,77 Kč
červen 2018	195 851,00 Kč	180	1 088,06 Kč
červenec 2018	193 777,00 Kč	183	1 058,89 Kč
srpen 2018	208 763,00 Kč	195	1 070,58 Kč
září 2018	159 591,00 Kč	169	944,33 Kč
říjen 2018	178 812,00 Kč	197	907,68 Kč
listopad 2018	335 343,00 Kč	297	1 129,10 Kč
prosinec 2018	464 752,00 Kč	482	964,22 Kč
leden 2019	158 030,00 Kč	176	897,90 Kč
únor 2019	118 239,00 Kč	137	863,06 Kč
březen 2019	117 226,00 Kč	137	855,66 Kč
duben 2019	147 312,00 Kč	169	871,67 Kč
květen 2019	141 561,00 Kč	173	818,27 Kč
červen 2019	105 297,00 Kč	139	757,53 Kč
červenec 2019	160 549,00 Kč	178	901,96 Kč
srpen 2019	119 000,00 Kč	143	832,17 Kč
září 2019	171 853,00 Kč	174	987,66 Kč
říjen 2019	199 459,00 Kč	205	972,97 Kč
listopad 2019	320 693,00 Kč	328	977,72 Kč
prosinec 2019	379 290,00 Kč	442	858,12 Kč
leden 2020	151 791,00 Kč	192	790,58 Kč
únor 2020	226 547,00 Kč	207	1 094,43 Kč
březen 2020	203 934,00 Kč	206	989,97 Kč
duben 2020	288 140,00 Kč	226	1 274,96 Kč
květen 2020	243 929,00 Kč	240	1 016,37 Kč
červen 2020	277 267,00 Kč	251	1 104,65 Kč
červenec 2020	261 941,00 Kč	299	876,06 Kč
srpen 2020	280 412,00 Kč	357	785,47 Kč
září 2020	321 024,00 Kč	441	727,95 Kč

říjen 2020	438 749,00 Kč	441	994,90 Kč
listopad 2020	728 691,00 Kč	914	797,25 Kč
prosinec 2020	721 346,00 Kč	796	906,21 Kč
leden 2021	428 651,00 Kč	455	942,09 Kč
únor 2021	256 956,00 Kč	317	810,59 Kč
březen 2021	348 233,00 Kč	343	1 015,26 Kč

Zdroj: Interní data společnosti Daklos s.r.o., zpracováno autorem

Příloha D: Ukázky z aplikace IS KP14+

MS2014+

Navrhávejte se: Úvod

Portál MS2014+ je online portál pro registraci a podávání elektronické žádosti o podporu projektu ze strukturálních fondů Evropské unie a Národních zdrojů v programovém období 2014 až 2020. Vícejte dostupné informace a doporučení z fondů Evropské unie a seznam kontaktů na jednotlivé vyhlášené výzvy najdete na stránkách www.strukturalfondy.cz.

Seznam programů a výzev
Informace ŘÍZ
Kontakty
Odkazy
FAQ

Úvod

Tento portál je testovací, jeho prostřednictvím nelze podávat Žádosti o podporu na projekt.

REGISTRACE »

PROHLÁŠENÍ

OSOBNÍ ÚDAJE
Začáteční:
HEJBL:
VÝHLID:
MS2014

PŘIHLÁSIT SE »

Zapomenuté heslo?

Česko
Slovensko

Novo poskytnuté číslo Úř. státního rejstříku: 6, 139 10 Praha 1

Registrační údaje

Heslo: Zadejte heslo, které bude využíváno pro přihlášení. Heslo musí být minimálně 8 znaků dlouhé a musí obsahovat alespoň jedno velké písmeno, malé písmeno a číslo.

Kontrola hesla: Zadejte heslo znovu.

Jméno: Zadejte titulováčkový předjmenem.

Titul: Zadejte jméno.

Průmysl: Zadejte příjmení.

Titul za jménem: Zadejte titulováčkový za jménem.

Datum narození: Vyberte datum narození.

E-mail: Zadejte e-mailovou adresu.

Mobilní telefon: Zadejte číslo mobilního telefonu, který jste uvedli v registrační starší.

PLZUH
Vysvětlivka: není kód

Kontrolní kód: Opětke kontrolní kód z obrázku.

Odeslat registrační údaje

Máte problém s registrací?

Vaše e-mailová adresa: Popis problému:

Upřímně sdělte a my Vám pomůžeme.

Odeslat

Zdroj: agentura-api.cz

PLNÉ MOCI							
Typ/typ odvolání plné moci	Zmocnitel	Zmocnitel neregistrovaný v IS KP14+	Zmocněnec	Platnost	Platnost od	Platí do	Zaniká
Elektronická				<input type="checkbox"/>	7. 2. 2017	31. 12. 2099	
Papírová				<input checked="" type="checkbox"/>	7. 2. 2017	31. 12. 2099	

Zdroj: agentura-api.cz

Nacházíte se: **Nástěnka** **Zadatel** **Aplikace 1.0** **Právní akt**

Hodnocení operace **Informování o realizaci** **Kontroly** **Profil objektu** **Datová oblast žádosti** **Identifikace projektu** **Umístění** **Cílová skupina** **Subjekty** **Etapy projektu** **Indikátory** **Horizontální principy** **Financování** **Kategorie intervencí** **Klíčové aktivity** **Veřejné zakázky** **Čestná prohlášení** **Dokumenty** **Podpis žádosti** **Zdůvodnění akce** **Právní akt**

PRÁVNÍ AKT

PŘÍSTUP K PROJEKTU **PLNÉ MOCI** **KOPIROVAT** **ODVOLAT ŽÁDOST** **TISK**

Číslo **Datum uzavření**

MPO001

Políček na stránku 25 Stránka 1 z 1, položky 1 až 1 z 1

Nový záznam **Kopírovat záznam** **Smazat záznam**

Políček: 1 Číslo: MPO001 DATUM UZAVŘENÍ: DATUM NABÝTÍ ÚČINNOSTI:

NÁZEV: právní akt

Název příslušného právního aktu

Název dokumentu **Čas poslední změny**

právní akt podepsaný žadatelem 29. 4. 2016 11:29

Políček na stránku 25 Stránka 1 z 1, položky 1 až 3 z 3

NÁZEV DOKUMENTU
právní akt podepsaný žadatelem

PŘELOŽENÝ DOKUMENT PRÁVNÍHO AKTU
00-1.doc **Připravit** **Otevřít**

Zdroj: agentura-api.cz

Abstrakt

Klouček, D. (2021). *Podpora podnikání pro malé a střední podniky* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická.

Tato bakalářská práce se zabývá podporou malých a středních podniků. Práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První dvě kapitoly jsou teoretického zaměření a třetí kapitola se zabývá konkrétním vybraným podnikem, ke kterému je vybrána vhodná podpora a zpracován návod, jak takovou žádost o podporu podat. Přístup k řešení problému spočívá v zorientování se v různých, většinou státních, internetových portálech, v odborné literatuře a v komunikaci s odborníky, kteří mají s takovou problematikou zkušenosti. Hlavním výstupem je návod, jak získat podporu v podnikání. Tento výstup urychlí proces při podání konkrétní žádosti k získání podpory pro daný podnik v co nejkratší době.

Klouček, D. (2021). *Business Support for Small and Medium-sized Enterprises* (Bachelor Thesis), University of West Bohemia, Faculty of Economics.

This bachelor's thesis deals with the support of small and medium-sized enterprises. The thesis is divided into three main chapters. The first two chapters explain the theory behind subsidies for SME's in Czech Republic. The third chapter deals with a specific company, for which the appropriate support is selected and instructions are prepared on how to submit such an application for subsidiary support. The approach for solving the problem consists of research in various online sources, in professional literature and of consultation with experts who have experience with such issues. The main output is a guideline for attaining subsidies for small and medium businesses. This output will speed up the process of submitting a specific application for subsidies for a given company.

Klíčová slova

MSP, malé a střední podniky, dotace, podpora, podnik, podnikatel, podnikání

Keywords

SMEs, small and medium enterprises, subsidies, support, enterprise, entrepreneur, business