

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Podpora podnikání a možnosti jejího využití pro MSP

Entrepreneurship support and its application for SMEs

Lukáš Zíka

Plzeň 2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lukáš ZÍKA**
Osobní číslo: **K11B0558P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Podpora podnikání a možnosti jejího využití pro MSP**
Zadávající katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

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

1. Definujte malé a střední podniky.
2. Charakterizujte možnosti využití podpory podnikání pro MSP v ČR.
3. Popište zvolený podnikatelský subjekt.
4. Zhodnoťte ekonomickou efektivnost zvoleného podniku pomocí vybraných ukazatelů a současný stav využívání podpory podnikání.
5. Analyzujte a navrhnete možnosti využití programů podpory MSP pro vybraný subjekt.

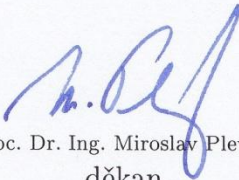


Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 60 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**
Seznam odborné literatury:

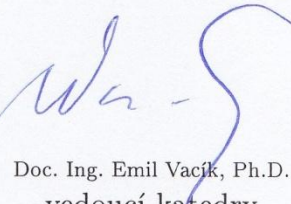
- **MALACH, Antonín.** *Jak podnikat po vstupu do EU.* 1. vydání. Praha: Grada Publishing, 2005, 524 s. ISBN 80-247-0906-6.
- **SRPOVÁ, Jitka.** *Základy podnikání.* 1. vydání. Praha: Grada Publishnig, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- **STAŇKOVÁ, Anna.** *Podnikáme úspěšně s malou firmou.* 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007, 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.
- **VOJÍK, Vladimír.** *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU.* 1. vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 264 s. ISBN 978-80-7357-467-3.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **25. října 2013**
Termín odevzdání bakalářské práce: **25. dubna 2014**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Doc. Ing. Emil Vacík, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 25. října 2013

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma:

„Podpora podnikání a možnosti jejího využití pro MSP“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne

.....

podpis autora

Obsah

ÚVOD	6
1 Pojetí a význam malých a středních podniků	7
1.1 Definice podniků v kategorii mikro, malých a středních podniků	7
1.2 Význam MSP	9
1.2.1 Ekonomické přínosy	10
1.2.2 Sociální přínosy	12
1.3 Výhody a nevýhody MSP	13
2 Podpora podnikání	15
2.1 Druhy podpor podnikání	15
2.2 Subjekty poskytující podporu podnikání	16
2.2.1 Vládní organizace	16
2.2.2 Finanční instituce	18
2.2.3 Nevládní organizace	19
2.2.4 Komerční subjekty	20
2.3 Koncepce podpory MSP	20
2.4 Programové období 2014–2020	21
2.4.1 Programy s možností využití pro podporu MSP	23
3 CHODOVAR spol. s r. o.	25
3.1 Historie společnosti	25
3.2 Předmět podnikání	26
3.2.1 Pivovar	26
3.2.2 Restaurace	29
3.2.3 Hotel	29
3.3 Zařazení v rámci MSP	29
4 Ekonomická situace společnosti	30
4.1 Finanční analýza společnosti Chodovar	30

4. 1. 1 Ukazatelé rentability	31
4. 1. 2 Ukazatelé likvidity	33
4. 1. 3 Ukazatele zadluženosti	35
4. 1. 4 Ukazatele aktivity	37
5 Současný stav využívání podpory	41
6 Možnosti využití programů podpory podnikání ve společnosti Chodovar	43
6. 1 Záměr společnosti	43
6. 2 Nalezení odpovídajícího OP	43
6. 3 Žádost o dotaci	44
6.4 Hodnocení žádosti	47
6. 5 Realizace projektu	52
6. 6 Žádost o platbu	53
7 Přínosy projektu a zhodnocení	54
ZÁVĚR	55
Seznam tabulek	57
Seznam grafů	57
Seznam obrázků	57
Seznam použitých zkratk	58
Seznam literatury	59
Seznam příloh	64

ÚVOD

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou podpory sektoru malého a středního podnikání, který je velmi významnou součástí ekonomiky České republiky. Velkou měrou se podílí především na zaměstnanosti a neméně důležitou roli mají malé a střední podniky i na výkonu ekonomiky. Nejen proto je podpora malých a středních podnikatelů jednou z priorit vlády České republiky. Maximálního využití potenciálu malých a středních podniků lze dosáhnout pomocí podpory jejich vzniku a především rozvoje. Tuto podporu, přímo či nepřímo, poskytuje mnoho organizací s cílem zvýšit především konkurenceschopnost a stabilitu těchto podniků. Problematika malých a středních podniků se dotýká běžného života každého z nás, neboť jsou tyto podniky značně ekonomicky i společensky spjaty s regionem, ve kterém působí. V současné době se téma podpory malého a středního podnikání dostává do popředí především v souvislosti s novým programovým obdobím 2014–2020, které malým a středním podnikatelům přináší možnost získání podpory prostřednictvím prostředků z fondů Evropské unie.

Cílem této práce je poskytnout přehled základních možností podpory podnikání, zhodnotit ekonomickou situaci vybraného podniku a navrhnout možnost využití programů podpory malých a středních podniků pro tento podnikatelský subjekt.

V první části práce je vymezen základní pojem „Malý a střední podnik“ a jsou zde uvedena kritéria pro jejich zařazení do jednotlivých kategorií. Poté jsou charakterizovány přínosy těchto podniků.

Následující část je zaměřena na podporu podnikání. Jsou zde uvedeny vybrané subjekty, které poskytují podporu podnikání a podoba nového programového období.

Další kapitola této práce je zaměřena na vybraný podnikatelský subjekt, kterým je společnost CHODOVAR spol. s r. o. Vybraný podnik je nejprve představen a zařazen do příslušné kategorie malých a středních podniků. Poté je zhodnocena jeho ekonomická situace pomocí vybraných ukazatelů a současný stav využívání podpory podnikání.

Závěrečná část práce je zaměřena na návrh využití programů podpory podnikání ve společnosti CHODOVAR spol. s r. o. a analýzu konkrétního záměru v rámci odpovídajícího programu spolu s přínosy pro podnik.

1 Pojetí a význam malých a středních podniků

1.1 Definice podniků v kategorii mikro, malých a středních podniků

Pro orientaci a správné porozumění textu této práce je důležité definování pojmů malý a střední podnik. Evropská komise na základě doporučení zavedla ve všech členských zemích jednotnou definici sektoru malých a středních podniků (MSP). Cílem tohoto společného vymezení je umožnit vzájemnou srovnatelnost ukazatelů sektoru MSP různých zemí EU [1].

Pro základní charakteristiku podniku jako takového je tedy třeba použít vymezení ve smyslu definice evropského práva. „Podnikem se rozumí každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. K těmto subjektům patří zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají hospodářskou činnost“ [2, str. 1]. Tato definice dále dělí kategorie podniků na mikropodniky, malé a střední podniky. Velkým podnikem je poté podnik, který nespĺňuje kritéria pro zařazení do jedné z těchto tří kategorií.

Kritérii pro členění podniků jsou počet zaměstnanců, velikost ročního obratu, roční bilanční suma aktiv a nezávislost.

Tabulka č. 1: Kritéria pro členění MSP

KATEGORIE PODNIKU	POČET ZAMĚSTNANCŮ	ROČNÍ OBRAT (v mil. EUR)	VELIKOST AKTIV (v mil. EUR)
Mikropodnik	0 - 9	≤ 2	≤ 2
Malý podnik	10 - 49	≤ 10	≤ 10
Střední podnik	50 -249	≤ 50	≤ 50

Zdroj: [3], 2013

Počet zaměstnanců se vyjadřuje v tzv. ročních pracovních jednotkách. Jednu jednotku představuje zaměstnanec, který byl v daném podniku zaměstnán na plný pracovní úvazek po dobu celého sledovaného roku. Jako zlomky jedné jednotky se poté započítávají ostatní osoby, které byly v podniku zaměstnány na částečný pracovní úvazek, sezónní pracovníci a zaměstnanci, kteří v podniku pracovali méně než celý

sledovaný rok. Určení **ročního obratu** vychází z příjmů, které podnik získal během daného roku. Vypočtená částka by však neměla zahrnovat daň z přidané hodnoty a jiné nepřímé daně. Výši **bilanční sumy** představuje hodnota hlavních **aktiv** společnosti [4].

„Podnik dle definice ztrácí statut malého a středního podniku pouze v případě, že se překročení limitů opakuje ve dvou po sobě jdoucích účetních obdobích“ [5, str. 2].

Mikropodnik

- zaměstnává do 10 zaměstnanců,
- roční obrat nebo bilanční suma aktiv nepřesahuje korunový ekvivalent 2 mil. EUR.

Mikropodniky představují nejpočetnější třídu podniků. Charakteristické je pro ně především silné spojení s osobou podnikatele. Nízký počet zaměstnanců podnikateli bezesporu ulehčuje jejich řízení, často však také zároveň znamená jejich nedostatek pro odborné činnosti související například s legislativními změnami či analýzami trhu. Mikropodniky dosahují největšího růstu, jelikož velmi rychle vznikají a snáze se přizpůsobují změnám podmínek na trhu. Z důvodu častého nedostatku odborných znalostí a finančních prostředků se mikropodniky svou činností orientují spíše na lokální úroveň [6].

Malý podnik

- zaměstnává do 50 zaměstnanců,
- roční obrat nebo bilanční suma aktiv nepřesahuje korunový ekvivalent 10 mil. EUR.

Malé podniky působí převážně v okrajových oblastech trhu, které jsou pro velké podniky neatraktivní. Stejně jako pro mikropodniky je i pro ně charakteristická flexibilita a různorodost. Malé podniky napomáhají díky svému místnímu zaměření rozvoji slabších regionů a posilováním konkurence bojují proti monopolizaci [5].

Střední podnik

- zaměstnává do 250 zaměstnanců,

- roční obrát podniku nepřesahuje korunový ekvivalent 50 mil. EUR nebo roční bilanční suma 43 mil. EUR.

Střední podniky již disponují většími finančními prostředky, které jim umožňují působit na širších trzích. V souvislosti s větším počtem zaměstnanců mohou střední podniky vytvářet odborné skupiny a více se tak specializovat na jednotlivé činnosti podniku, provádět analýzy či se lépe orientovat v oblasti nových technologií [5].

Při posuzování statutu podniku je také nutné zohlednit také vztah k jiným podnikům. Díky tomuto opatření je možné vyloučit ty podniky, které skutečnými MSP nejsou. Podle kategorie, do které je podnik v rámci kritéria **nezávislosti** zařazen, může mít při výpočtu svých údajů případnou povinnost připočítat údaje jednoho či více dalších podniků [4].

Definice MSP zavádí v této oblasti tři různé kategorie podniků.

Za **nezávislý podnik** je podnik považován tehdy, nevlastní-li žádný nebo méně než 25% podíl na majetkových či hlasovacích právech v jiných podnicích a zároveň naopak jiné podniky vlastní méně než 25 % základního kapitálu popřípadě hlasovacích práv v sledovaném podniku [4]. Pokud je podnik nezávislý, ke zjištění zda splňuje hranice uvedené v tabulce č. 1, použije pouze vlastní údaje.

Pokud je podnik vlastníkem 25% a vyššího podílu jiného podniku nebo jiný podnik vlastní 25 % a více majetkových či hlasovacích práv v tomto podniku, je považován za **partnerský podnik**. Při zjišťování, do jaké kategorie MSP sledovaný podnik patří, musí ke svým údajům připočítat část počtu zaměstnanců a finančních údajů partnerského podniku rovnající se procentuálnímu podílu, který vlastní [4].

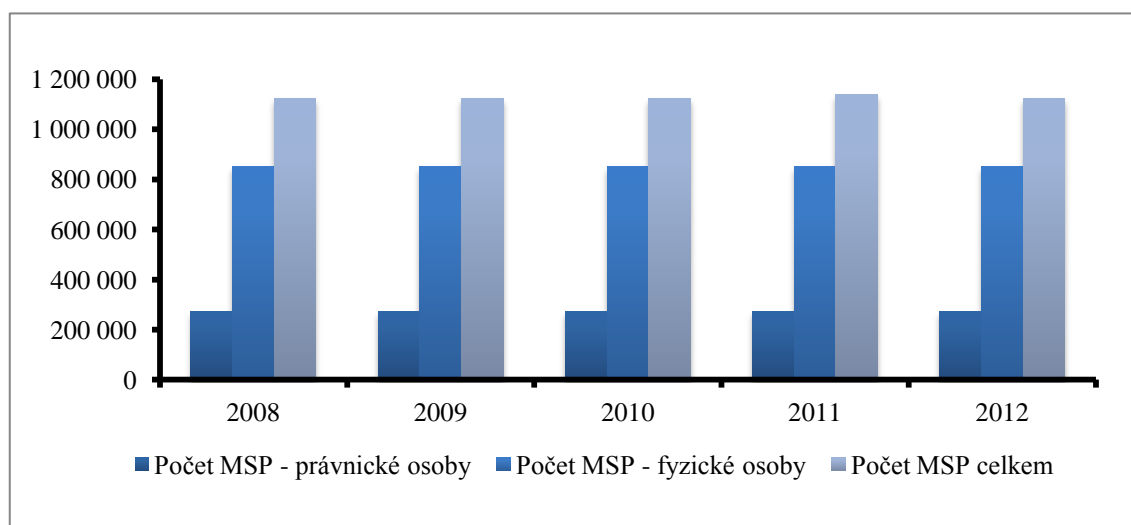
Dva či více podniků jsou považovány za **propojené**, pokud jeden podnik vlastní nadpoloviční většinu hlasovacích práv nebo má smluvně stanovené právo uplatňovat rozhodující vliv v jiném podniku. V tomto případě se přičítají k vlastním údajům podniku údaje za celý propojený podnik, přičemž nezáleží na skutečné výši podílu v podniku [4].

1.2 Význam MSP

Je nespornou skutečností, že jsou MSP významným segmentem národního hospodářství. Ve všech zemích jsou MSP důležitým faktorem ovlivňujícím ekonomické

ale i sociální podmínky. Tohoto významu dosahují MSP především svým počtem, podílem na celkovém počtu zaměstnaných osob či výší celkového obrátu dosahovaného v tomto sektoru. Tyto podniky zaměstnávají v rámci EU přes 80 mil. osob. Řadí se mezi ně přibližně 99 % všech evropských podniků, čímž vytvářejí hlavní páteř evropské ekonomiky [7]. MSP zároveň představují stále se rozvíjející sektor a jsou nositeli mnoha hodnot, jako například podnikavost či tvořivost a inovativnost.

Graf č. 1: Vývoj aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2008–2012



Zdroj: [8], 2013

Podle údajů Českého statistického úřadu (ČSÚ) vykazovalo podnikatelskou činnost v ČR k 31. 12. 2012 celkem 1 122 511 právnických a fyzických osob (splňujících kritéria MSP). Z tohoto počtu bylo právnických osob 271 333 a fyzických osob 851 178. Meziročně však došlo ke snížení počtu MSP o 14 928. „V České republice je největší počet drobných podnikatelských subjektů na počet obyvatel v celé EU. Na každých 1 000 obyvatel připadá 86 malých či středních podniků. Tento sektor zabezpečuje zaměstnanost přibližně z 60 % a podílí se na výkonech a přidané hodnotě přibližně 50 %“ [9, str. 38].

1. 2. 1 Ekonomické přínosy

Jak již bylo zmíněno, MSP nezanedbatelně přispívají k celkovým ekonomickým výkonům a hrají významnou roli v oblasti zaměstnanosti. Přispívají k agregaci úspor a následným investicím, podílejí se na rozvoji mnohých technologií a s jejich existencí

jsou spojeny protikrizové tendence [10]. Přínosy MSP je tedy možné posuzovat z několika hledisek.

Flexibilita

Schopnost pohotového přizpůsobení neustále se měnícím skutečnostem je jedním z charakteristických a vysoce oceňovaných rysů MSP. V porovnání s velkými podniky mohou reagovat na změny podmínek na trhu a potřeby zákazníků mnohem rychleji. Tyto podniky mají často blízko ke koncepci LEAN¹ a v rámci svých činností se zároveň snaží o minimalizaci energetické a surovinové náročnosti výroby [11]. Díky tomu mohou MSP dosahovat konkurenceschopných cen i při menších objemech výroby.

Protipól monopolům

Význam působení MSP proti posilování monopolních sil se v dnešní době zvyšuje především s prohlubující se globalizací a s ní souvisejícím nástupem nadnárodních korporací. Silou těchto monopolů jsou MSP neustále vytěsňovány z trhu. Zároveň však nacházejí stále nové tržní mezery, ve kterých se mohou uplatnit a rozvíjet. MSP se navíc mohou orientovat na okrajové oblasti trhu, které jsou pro větší podniky nezajímavé. Řada malých či středních podniků však s velkými společnostmi často také spolupracuje jako jejich subdodavatelé, což přináší přínosy pro obě skupiny podniků [11].

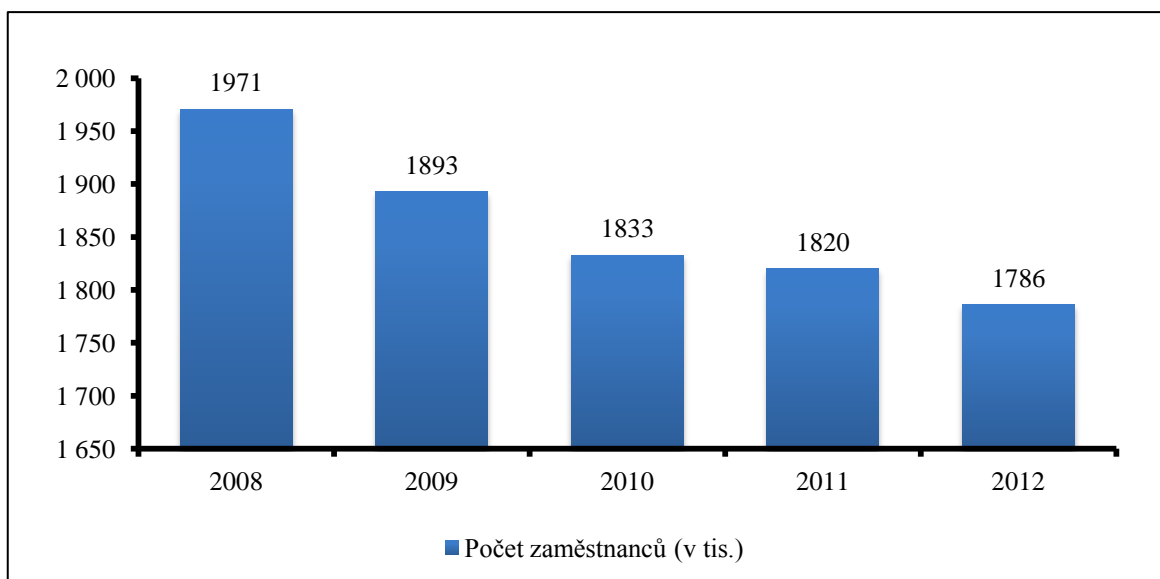
Zaměstnanost

Odhaduje se, že MSP zaštiťují asi 55 % nárůstu nových pracovních míst. MSP často zaměstnávají pracovníky, kteří byly propuštěni z krachujících velkých podniků. Tím přispívají ke snížení nezaměstnanosti a zároveň úspore prostředků státního rozpočtu, které by jinak byly vypláceny na podporu nezaměstnaným [11].

Jak je možné vidět z grafu č. 2, celkový počet zaměstnanců MSP se v roce 2012 snížil oproti roku 2011 o 34 tis. (tj. o 1,9 %) na celkových 1 786 tis. zaměstnanců. Celkový podíl zaměstnanců pracujících v MSP činil v roce 2012 59,43 %.

¹ Anglický výraz „lean“ slouží k označení snah o úsporu cestou zeštíhlení. „Jedná se přístup k výrobě způsobem, kdy se producent snaží uspokojit v maximální míře zákaznickou požadavku tím, že bude vyrábět jen to, co zákazník požaduje. Snaží se vytvářet produkty v co možná nejkratší době a pokud možno s minimálními náklady, bez ztráty kvality nebo na úkor zákazníka“ [48].

Graf č. 2: Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 2008–2012 (údaje v tis.)



Zdroj: [8], 2013

Inovace

Malé podniky patří historicky mezi autory mnoha vynálezů. MSP jsou i dnes stále tvůrci nesčetných inovací. Většinou se jedná o drobné inovace nižšího řádu, které však MSP pomáhají efektivně a rychle reagovat na měnící se potřeby spotřebitelů [10].

1. 2. 2 Sociální přínosy

Garance svobody a stabilizace společnosti

Nezastupitelnou rolí, kterou MSP zastávají, je poskytování šance pro svobodné uplatnění lidí v produktivním procesu. Malí a střední podnikatelé nemají moc, kterou by mohli dosáhnout monopolního postavení. Lze říci, že MSP jsou pravým opakem této moci a to jak ekonomické, tak politické. Pro malé a střední podnikatele představuje závažné riziko každý jejich omyl a jsou tak vedeni k velké zodpovědnosti [9]. „Existence MSP je tedy stabilizátorem společnosti, jelikož významná politická nejistota nebo radikální proudy jsou po tyto podniky zdrojem možných rizik“ [11, str. 20].

Reprezentace místního kapitálu

V sektoru MSP není typická vlastnická účast zahraničních subjektů. Tyto podniky jsou významně propojeny s regionem, ve kterém působí a reprezentují místní kapitál.

Dosažené efekty z činností MSP tak zůstávají v dané oblasti. Podnikatel zaměstnává v daném regionu místní pracovníky a svým podnikáním mu poskytuje ekonomické přínosy. MSP také často podporují charitativních a společenských akce. V mnoha případech sám podnikatel v regionu bydlí, čímž se stává ve vztahu k místnímu prostředí méně anonymní. MSP zároveň dotvářejí urbanizaci měst a vesnic, oživují centra či dokonce napomáhají k obnově historické architektury [9].

1.3 Výhody a nevýhody MSP

Mezi hlavní **výhody** MSP patří:

- flexibilita, tj. schopnost rychle se přizpůsobit přáním zákazníků a citlivě reagovat na změny na trhu,
- jednoduchá organizační struktura s malým počtem úrovní řízení a osobní vztah k zaměstnancům, což umožňuje přijímat okamžitá rozhodnutí,
- schopnost vytvářet nové pracovní příležitosti (díky nižším nákladům na zřízení pracovního místa),
- blízký vztah k zákazníkovi,
- podpora rychlejšího rozvoje menších měst a obcí (především hospodářsky slabších regionů),
- nižší náročnost provozních činností na energii a suroviny [12].

Přes nesporný význam MSP však nelze opomenout **nevýhody**, se kterými se tento segment potýká. Mezi slabé stránky patří:

- horší přístup ke kapitálu; pro MSP je mnohem obtížnější dostat se k úvěrům a finančním prostředkům než pro velké podniky,
- nízký tržní podíl, který se odráží v nižší dosahované rentabilitě,
- omezené inovační kapacity a výdaje na výzkum,
- omezený přístup k veřejným zakázkám; MSP jsou díky svým omezeným zdrojům vyloučeny v oblastech, kde je třeba velkých investic,
- ztížené situace při pronikání na zahraniční trhy,
- ohrožení ze strany velkých, často nadnárodních podniků,

- zvyšující se požadavky na dodržování správních, legislativních a daňových předpisů,
- možné chybějící odborné znalosti a vzdělání v oblasti řízení podniku [6, 12].

2 Podpora podnikání

Přestože jsou MSP rovnocennými účastníky trhu, vzhledem k jejich specifickým nevýhodám však jejich rozvoj doprovází určitá znevýhodnění. Z tohoto důvodu se ve všech vyspělých zemích dostává sektoru MPS vysoké pozornosti. Na jejich podporu jsou ze státního rozpočtu nebo ze zahraniční finanční pomoci poskytovány prostředky, které slouží především k posilování konkurenceschopnosti a rozvoji tohoto sektoru. Stejně tak je v řadě zemí zabezpečována též nefinanční pomoc především ve formě informačních a poradenských služeb [12].

2.1 Druhy podpor podnikání

„Podpory můžeme členit dle různých hledisek, a to podle formy, územního celku, financování, obsahového zaměření či poskytovatele“ [13].

Základní dělení podpor je dle formy poskytování na podporu:

- přímou,
- nepřímou [14].

Přímá forma podpory poskytované MSP vychází ze zákona č. 47/2002 Sb. Zákon o podpoře malých a středních podniků a je poskytována ve formě:

- návratné finanční výpomoci,
- dotace,
- finančního příspěvku,
- záruky,
- úvěru se sníženou úrokovou sazbou.

Tato forma podpor má významný vliv na stabilizaci a rozvoj MSP. Kompenzuje nedostatek vlastních finančních prostředků a obtížný přístup k získávání cizího kapitálu a dostupnosti bankovních úvěrů [11].

Nelze však opomenout ani **nepřímé formy podpory** podnikání, jejichž cílem je vytváření příznivého podnikatelského prostředí pro malé a střední podnikatele. V této oblasti jde především o snižování byrokratické zátěže a zjednodušování administrativy, zlepšování přístupu MSP k informacím a dalším vzdělávacím či poradenským službám [14].

2.2 Subjekty poskytující podporu podnikání

V ČR poskytuje podporu podnikání velké množství subjektů. „V žádném případě proto není na škodu, a to nejen pro začínající, ale i zkušené podnikatele, zajímat se o možnosti, které nabízí různé instituce, ať na bázi komerční či zvýhodněné díky finančním injekcím ze státních prostředků či strukturálních fondů EU“ [11, str. 23].

Z hlediska původu lze tyto subjekty poskytující podporu podnikání rozdělit do následujících skupin:

- vládní organizace,
- finanční instituce,
- nevládní organizace,
- komerční subjekty [9].

2.2.1 Vládní organizace

Orgány státní správy

V ČR dochází k poskytování podpory podnikání MSP prostřednictvím vládou schválených programů, které realizuje zejména Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) a Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR). MPO zároveň založilo řadu institucí poskytujících malým a středním podnikatelům poradenské služby. MMR iniciuje programy zaměřené na podporu regionů, kterou lze realizovat například formu přeshraniční spolupráce. V rámci informací o podporách podnikání a možnostech jejich využití odkazují ministerstva na informační zdroje, poradenská centra či jiné instituce, v jejichž kompetenci je poskytování konkrétního druhu podpory nebo realizace jednotlivých programů [9].

CzechInvest

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest je státní příspěvkovou organizací, která podléhá MPO. Cílem této agentury je zvyšovat konkurenceschopnost české ekonomiky, k čemuž využívá nástrojů pro podporu MSP, zlepšování podnikatelské infrastruktury a získávání zahraničních investic. CzechInvest zaštiťuje oblast podpory podnikání v celém zpracovatelském průmyslu. Tuto podporu poskytuje z prostředků EU a státního rozpočtu [15].

Mezi nejvýznamnější služby poskytované CzechInvestem pro MSP patří:

- poskytování informací o možnostech podpory pro MSP,
- implementace dotačních programů,
- poradenství a pomoc při realizaci projektů,
- zprostředkování státní investiční podpory [15].

CzechTrade

CzechTrade je proexportní agentura zřízená MPO. Jejím cílem je usnadnit exportérům vstup na vybraný zahraniční trh a podporuje aktivity, které vedou k dalšímu rozvoji podniku v zahraničí. CzechTrade je nedílnou součástí exportní strategie ČR, jejímž cílem je zvýšení konkurenceschopnosti českých společností na zahraničních trzích. Mezi poskytované služby, kterých mohou podniky využít, patří například průzkum vybraného trhu v oblasti konkurence, ověřování zájmu o produkt, nabídka exportních příležitostí či zprostředkování účasti na zahraničních veletrzích [16].

Národní asociace pro rozvoj podnikání

Národní asociace pro rozvoj podnikání (NARP) je sdružením Regionálních poradenských a informačních center (RPIC), jejichž činnost koordinuje. Tuto síť tvoří 34 center, které pokrývají celé území ČR. RPIC se soustředí především na podporu sektoru MSP. Ve spolupráci s MPO, CzechInvestem a Evropskou komisí poskytují malým a středním podnikatelům poradenské a vzdělávací služby. Zároveň se RPIC snaží pomoci v přístupu ke startovnímu kapitálu prostřednictvím malých úvěrů či dotací [17].

Enterprise Europe Network

Enterprise Europe Network (EEN) je celosvětová síť zaměřená na poskytování odborných služeb, jejichž cílem je podpora a zvyšování konkurenceschopnosti MSP. Služby, které EEN poskytuje, zahrnují odborné poradenství a informace o jednotném evropském trhu. Velký význam má také podpora vyhledávání obchodních kontaktů či podpora účasti MSP v evropských programech souvisejících s inovacemi. Aktivity české části sítě EEN jsou financovány prostředky EU a MPO [18].

Informační portál Businessinfo

V důsledku značné nejednotnosti informací poskytovaných státní správou zřídilo MPO informační portál Businessinfo, který poskytuje ucelené informace o podnikání a možnostech jeho podpory. Jeho cílem je zvyšovat přístup podnikatelů k informacím. Portál Businessinfo obsahuje několik rubrik, z nichž z hlediska podpory podnikání je tou nejvýznamnější část věnovaná programům podpory včetně aktuálních výzev, v rámci kterých mohou MSP žádat o dotace [9].

Naleznout zde lze:

- databázi evropských a státních dotací,
- přehled poskytovaných podpor,
- kalendář domácích i zahraničních veletrhů a konferencí,
- průvodce založením různých forem podnikání [9].

2. 2. 2 Finanční instituce

Českomoravská záruční a rozvojová banka

Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB) je specializovanou bankovní institucí, která usnadňuje MSP přístup k finančním prostředkům a tím napomáhá jejich rozvoji. Mezi produkty, které ČMZBR poskytuje, patří záruky, úvěry či příspěvky a dotace s využitím prostředků ze státního rozpočtu a strukturálních fondů EU. Podporu realizuje banka skrze jednotlivé programy [19].

Česká exportní banka

Česká exportní banka, a. s. (ČEB) je bankovní instituce zaměřená na podporu vývozu. Mezi její činnosti patří především financování exportních úvěrů a další služby, které souvisejí s vývozem. ČEB se snaží českým vývozcům umožnit vstup na zahraniční trh za podmínek srovnatelných se zahraniční konkurencí pomocí zvýhodněných produktů. Ty tvoří především financování předexportních úvěrů, přímé vývozní úvěry, bankovní záruky či poskytování úvěrů na zahraniční investice [9].

Exportní garanční a pojišťovací společnost

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s. (EGAP) je státní úvěrová pojišťovna, která se zaměřuje na pojištění rizik v souvislosti s financováním vývozu. EGAP spolupracuje s MPO a ČEB a společně tvoří systém státní podpory exportu. EGAP

nabízí pojišťovací služby všem českým exportérům bez rozdílu jejich velikosti, avšak nabízí i produkty zaměřené na MSP. Mezi ty patří například pojištění nákladů souvisejících se vstupem na nový zahraniční trh, pojištění úvěrů na financování výroby pro vývoz či pojištění dodavatelských vývozních úvěrů proti riziku nezaplacení [20].

2. 2. 3 Nevládní organizace

Hospodářská komora ČR

Hospodářská komora ČR (HK ČR) je organizace zastupující podnikatelskou veřejnost. Hájí zájmy svých členů a podporuje jejich podnikatelské aktivity. Prostřednictvím přímé spolupráce s vládou a orgány EU se zasazuje o zlepšování podnikatelského prostředí ovlivňováním jeho legislativního rámce. HK ČR tvoří 60 regionálních a 81 oborových asociací a má téměř 14 000 členů. Skrze tuto hustou síť může HK ČR poskytovat podporu podnikatelům na území celé ČR. Zabývá se především šířením informací o ekonomických podmínkách a legislativních předpisech, které se týkají domácích i zahraničních podnikatelských aktivit. Poskytuje poradenské a vzdělávací služby [21].

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP ČR) sdružuje na dobrovolném principu malé a střední podnikatele a živnostníky v rámci celé ČR. Na základě spolupráce s českými i zahraničními institucemi se podílí na formování legislativy s cílem zlepšovat podnikatelské prostředí. Mezi služby, které AMSP ČR poskytuje svým členům, patří poradenství při zakládání a rozvoji jejich podniků či poskytování konzultací v oblasti projektů [11].

Unie malých a středních podniků ČR

Unie malých a středních podniků ČR (SME Union) je sdružení hájící zájmy českých malých a středních podnikatelů a je jejich oficiálním zástupcem při EU. SME Union spolupracuje s dalšími podnikatelskými sdruženími a umožňuje jim tak propojení na evropské orgány i mezi nimi navzájem. SME Union aktivně usiluje o legislativní změny právního rámce pro MSP [22].

2. 2. 4 Komerční subjekty

Fondy rizikového kapitálu

Jednou z dalších možností, která je zaměřena na financování MSP, je rizikový kapitál. Ten je do podniku vkládán ve formě navýšení základního kapitálu. **Czech Venture Capital Association** je asociace, která sdružuje společnosti investující kapitál a společnosti, které v této oblasti poskytují poradenské služby. S rizikovými kapitálovými investicemi se lze setkat nejčastěji u financování rozvoje podniků. Financování počátečního rozvoje je určeno podnikům existujícím méně než tři roky, které potřebují prostředky k zajištění další činnosti vzhledem k tomu, že prozatím nedosahují zisku. Rozvojové financování se využívá především v situacích jako je například zavedení nového produktu či proniknutí na vzdálenější trh, které si vyžaduje dodatečné finanční zdroje [9].

Business angels

Business angels jsou soukromými investory, kteří vlastním kapitálem financují rozvíjející se perspektivní společnosti. Investují zpravidla v určitém odvětví, které dobře znají a dokážou tak rychle zhodnotit potenciál podnikatelského záměru. Investor vnáší do společnosti mimo kapitálu také odborné znalosti či kontakty na strategické partnery. Primárním cílem je zhodnocení vložené investice. Business angels se však neřídí pouze výnosností investice, ale orientují se na oblast, ve které mohou aktivně uplatnit své zkušenosti [23].

2. 3 Koncepce podpory MSP

Koncepce podpory MSP na období let 2014–2020 je zásadním strategickým dokumentem, který vymezuje rámec pro směřování konkrétních opatření umožňujících efektivní fungování a rozvoj MSP. Cílem této koncepce je kontinuální posilování ekonomické výkonnosti a konkurenceschopnosti MSP [24].

V rámci koncepce podpory MSP pro období 2014–2020 jsou vymezeny čtyři strategické priority.

- Kultivace podnikatelského prostředí, rozvoj poradenských služeb a vzdělávání pro podnikání.
- Rozvoj podnikání založeného na podpoře výzkumu, vývoje a inovací.

- Podpora internacionalizace MSP.
- Udržitelné hospodaření s energií a rozvoj inovací v energetice [24].

Z těchto strategických priorit budou v novém období vycházet oblasti podpory poskytované MSP. Opatření budou tedy zaměřena především na podporu a rozšiřování inovací, zvyšování spolupráce podniků a výzkumných institucí, podporu vstupu MSP na zahraniční trhy či zkvalitňování poradenských služeb. Další opatření se poté soustředí na důležitou oblast energií, v rámci které bude podporováno využívání obnovitelných zdrojů a snižování energetické náročnosti výrobních procesů [23].

Koncepce podpory MSP bude realizována v největší míře prostřednictvím dotačních programů. Oproti minulosti však bude větší pozornost věnována i obrátkovým nástrojům typu zvýhodněných úvěrů, záruk či rizikového kapitálu [25].

2.4 Programové období 2014–2020

Na úrovni ČR i EU existuje systém programů využitelných pro podporu malého a středního podnikání. MSP mohou díky těmto programům těžit při realizaci nejrůznějších projektů a záměrů v podporovaných oblastech. ČR letošním rokem vkročila do již třetího programového období [26]. Fondy určené na podporu politiky soudržnosti představují jednu z nejvýznamnějších částí evropského rozpočtu. V období 2014–2020 se budou tyto fondy nazývat **Evropské strukturální a investiční fondy (ESIF)**. ESIF zahrnují dva strukturální fondy, které tvoří Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF), Evropský sociální fond (ESF) a dále Fond soudržnosti (FS) [27].

- **Evropský fond pro regionální rozvoj** je největším strukturálním fondem a je zaměřen především na podporu sektoru MSP, rozvoj infrastruktur zajišťujících základní služby a investice do zvyšování potenciálu regionů [26].
- **Evropský sociální fond** si klade za cíl zvyšovat zaměstnanost a podporovat vznik pracovních příležitostí, motivovat k vyššímu vzdělávání a celkově podporovat rozvoj trhu práce [26].
- Z **Fondu soudržnosti** jsou poskytovány prostředky členským zemím, jejichž HDP na obyvatele nedosahuje úrovně 90 % průměrné velikosti HDP v zemích EU [9]. Podpora je zaměřena na rozvoj infrastruktury v oblastech ochrany životního prostředí, evropské dopravní sítě a energetické účinnosti [26].

V novém programovém období dochází ke snížení celkové částky, kterou bude mít ČR k dispozici. Namísto 26,7 mld. EUR v období 2007–2013 bude ČR moci v novém období čerpat 20,5 mld. EUR. ČR je však v této oblasti stále jednou ze zemí s největším přidělem evropských prostředků [28].

Nastavení dotací ze strukturálních fondů EU pro nové období přináší několik změn. ČR již nebude zemí s relativně největším počtem operačních programů (OP) a celý systém tak dostal zjednodušení. Hlavní část prostředků z evropských fondů v ČR bude alokována skrze 8 OP namísto 17 v minulém období [29]. Přehled a změny v jejich struktuře v novém období lze vidět v tabulce č. 2.

Se zjednodušením struktury programů by mělo dojít i ke zjednodušení administrativy a zavedení jednotných pravidel při žádání o dotaci. Žádosti v novém období by měly být podávány prostřednictvím jediného společného elektronického systému [29].

V podnikatelském prostředí by mělo dojít kromě dotační formy podpory ke zvýšení využívání tzv. návratných finančních nástrojů, které mají podobu půjček, garancí či přímých kapitálových investic. Na financování podpory prostřednictvím těchto nástrojů se odhaduje využití necelých 10 % z celkové alokace [30].

Tabulka č. 2: Přehled operačních programů

OBDOBÍ 2007-2013	OBDOBÍ 2014-2020
1. Regionální OP Severozápad	1. Integrovaný regionální OP
2. Regionální OP Moravskoslezsko	
3. Regionální OP Jihovýchod	
4. Regionální OP Jihozápad	
5. Regionální OP Střední Morava	
6. Regionální OP Střední Čechy	
7. Regionální OP Severovýchod	
8. Integrovaný operační program	
9. OP Doprava	2. OP Doprava
10. OP Životní prostředí	3. OP Životní prostředí

OBDOBÍ 2007-2013	OBDOBÍ 2014-2020
11. OP Podnikání a inovace	4. OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
12. OP Lidské zdroje a zaměstnanost	5. OP Zaměstnanost
13. OP Výzkum a vývoj pro inovace	6. OP Výzkum, vývoj a vzdělávání
14. OP Vzdělání pro konkurenceschopnost	
15. OP Technická pomoc	7. OP Technická pomoc
16. OP Praha Konkurenceschopnost	8. OP Praha – pól růstu ČR
17. OP Praha Adaptabilita	

Zdroj: [29], 2013

Další OP bude poté tvořit 7 programů pro příhraniční spolupráci, OP Rybářství, Program rozvoje venkova a OP meziregionální spolupráce [29].

Vzhledem ke zpoždění při vyjednávání ČR s EU lze očekávat, že **se nové OP otevřou** potenciálním žadatelům nejdříve **na konci léta 2014**. V meziobdobí do spuštění nových programů tak pro podnikatele představuje příležitost především využití vyhlášených výzev na zbývající prostředky v OP končícího období 2007–2013. Realizace projektů spolufinancovaných z těchto programů bude dobíhat do konce roku 2015. Jedná se však o menší finanční alokace a výzvy vypsane jen v rámci některých prioritních os [30].

2. 4. 1 Programy s možností využití pro podporu MSP

Konečné nastavení programů na období 2014–2020 zatím není známo a čeká na schválení vlády. Při identifikaci programů, které budou moci MSP využít, však lze vycházet z jejich zveřejněných zaměření a také programů minulého období 2007–2013, z kterých nové OP vychází.

Nejvýznamnější program pro MSP, který je na podporu podnikání určen primárně, představuje v novém období **OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost**.

Mezi programy, kterých MSP naopak využít nemohou, patří například OP Technická pomoc. Dalším programem, který s ohledem na svůj záměr nesměruje k využití MSP, je OP Doprava. Primárně využitelný pro podporu MSP není také program Výzkum, vývoj a vzdělávání, v rámci kterého však MSP budou moci vystupovat jako partneři

projektů směřujících k posílení spolupráce mezi podniky a výzkumnými a vzdělávacími institucemi. Na základě zaměření zbývajících OP (Integrovaný regionální OP, OP Životní prostředí, OP Zaměstnanost) lze předpokládat, že MSP budou moci využít některých prioritních os těchto programů [31].

Operační program podnikání a inovace pro konkurenceschopnost

OP podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK) plynule navazuje na OP Podnikání a inovace (OPPI) programového období 2007–2013. Dotace v rámci nového OP budou směřovány zejména do špičkových technologií a budou se také soustředit na větší propojování a podporu spolupráce MSP [30].

Největší příležitost přinese MSP zejména 2. prioritní osa tohoto programu - **Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti MSP**. Opatření vycházející z této priority budou zaměřena především na následující oblasti:

- „ochrana duševního vlastnictví v podnicích,
- rozvoj sítí spolupráce,
- podpora podnikání obecně - finanční nástroje, poradenství pro podnikatele,
- služby pro MSP zaměřené na mezinárodní konkurenceschopnost usnadňující vstup na zahraniční trhy (účast na zahraničních výstavách a veletrzích, semináře na konkrétní problematiku týkající se mezinárodní konkurenceschopnosti),
- podpora využitelnosti stávající podnikatelské infrastruktury (rekonstrukce provozů, linek apod.),
- rozvoj kvalitní infrastruktury pro realizaci, organizaci a řízení odborného vzdělávání a dalších aktivit souvisejících s rozvojem lidských zdrojů v podnicích“ [32].

3 CHODOVAR spol. s r. o.

3.1 Historie společnosti

Společnost CHODOVAR spol. s r. o. (dále jen Chodovar) je rodinným podnikem pokračujícím v historické tradici pivovarnictví v Chodové Plané. Nejstarší dochované doklady o množství vyráběného piva pochází z roku 1634, kdy se ve zdejším pivovaru uvařilo 1 173 hl piva ročně. Pivovar poté v průběhu své historie zvyšoval objem ročního výstupu až do roku 1861, kdy byl pivovar vystavěný nad skalními sklepy zničen požárem. Tehdejší majitel však nechal nad původními sklepy postavit nový pivovar, jehož podoba se dochovala až do dnes [33].

Obrázek č. 1: Logo společnosti Chodovar



Zdroj: [33]

Od roku 1992, po konci období, kdy byl podnik v rámci znárodnění součástí Západočeských pivovarů, působí pivovar v Chodové Plané na trhu zcela samostatně jako rodinný podnik. Chodovar se jako jediný pivovar vyčlenil ze skupiny Plzeňského Prazdroje. Společnost tvoří čtyři společníci, RNDr. Tomáš Zuckermann, Jiří Plevka st., Jiří Plevka ml. a Jan Plevka. Každý ze společníků má 25% podíl a jednatelem jsou Jiří Plevka st. a Jiří Plevka ml. Rodina Plevkova se zároveň věnuje vlastnímu vedení pivovaru. Roční produkce se pohybuje na hranici 50 000 hl piva a stáčené minerální vody. Pivovar má také vlastní sladovnu, která produkuje 1 700 tun sladu ročně včetně speciálních sladů k vaření černého piva. Historický areál pivovaru je zároveň vyhledávaným turistickým místem, což vedlo společnost v průběhu svého rozvoje k zaměření na aktivity cestovního ruchu a pivní turistiky. V okolí areálu pivovaru tak společnost Chodovar nabízí také atraktivní prostředí restaurace v části skalního

labyrintu bývalých pivovarských sklepů, malé pivovarské muzeum, tříhvězdičkový hotel U Sládka a pivní lázně [33].

Společnost i její samotní představitelé jsou ve svém okolí velmi dobře známi a podporují sportovní, společenské a kulturní dění v regionu. Rekonstrukcí areálu podniku také došlo k obnově historického centra Chodové Plané, které se tak stalo vyhledávaným turistickým místem.

3.2 Předmět podnikání

Rozhodujícími činnostmi společnosti Chodovar jsou výroba piva a nealkoholických nápojů, obchodní a hostinská činnost. Ve výpisu z obchodního rejstříku lze poté najít plný výčet činností tvořících předmět podnikání společnosti [34]:

- výroba sirupů a nealkoholických nápojů,
- jímání a stáčení přírodních minerálních vod,
- koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej,
- hostinská činnost,
- pivovarnictví a sladovnictví,
- výroba krmiv a krmných směsí,
- provozování kulturních a kulturně vzdělávacích zařízení,
- technické činnosti v dopravě,
- pronájem a půjčování věcí movitých,
- masérské, rekondiční a regenerační služby,
- provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužících regeneraci.

3.2.1 Pivovar

Rodinný pivovar Chodovar se zaměřuje na výrobu vlastního sladu, piva a stáčení minerální vody Il-sano. Největší důraz klade společnost na kvalitu svých výrobků, a proto není pivo před stáčením chemicky ani tepelně upravováno. Důsledná péče je věnována zachování přírodního charakteru piva a k jeho ošetření se používá nejmodernějších technologií [33].

Současný sortiment pivovaru tvoří následující produkty:

- **Pivo** - nealkoholické pivo, světlé výčepní pivo Pašerák, světlý ležák Zlatá jedenáctka, světlý ležák Prezident prémium, tmavé výčepní Zámecké černé, Zámecký ležák speciál, kvasnicový Skalní ležák, míchaný nápoj z piva Roller
- **Minerální voda Il-sano** - přírodní, speciál, citrón, pomeranč
- **Pivní kosmetika** – Koupelové pivo, Pivní šampon

Tabulka č. 3: Objem prodejů pivovaru (údaje v hl)

NÁZEV VÝROBKU	2008	2009	2010	2011	2012
Černá desítka	2 199	1 873	1 846	1 881	1 743
Pašerák	13 463	10 736	9 957	8 179	6 808
Zlatá jedenáctka	34 738	34 427	33 198	32 287	30 166
Prezident prémium	3 153	3 017	3 246	3 084	3 863
Zámecký ležák speciál	2 182	1 856	1 516	1 462	1 547
Skalní ležák	634	484	464	423	286
Koupelové pivo	980	1 020	947	1 028	1 010
Nealkoholické pivo	145	156	171	174	236
Roller	0	0	0	0	175
PRODEJ CELKEM	57 498	53 569	51 345	48 518	45 835
- LAHVE	23 125	19 947	18 242	15 886	14 495
- SUDY	34 373	33 622	33 103	32 632	31 340

Zdroj: Výroční zpráva společnosti za rok 2012

Z tabulky č. 3 lze vyčíst klesající tendenci celkových objemů prodeje pivovaru v posledních letech. V roce 2012 bylo toto snížení o 5,5 % oproti roku 2011. Tento negativní trend vývoje celkových prodejů pivovaru je zapříčiněn především vysokou konkurencí v oboru ze strany velkých pivovarů. Více než polovinu své produkce dodává pivovar v sudech do přibližně 300 restaurací a hostinských zařízení. V západních Čechách, kde figuruje nejvíce gigant postavení Plzeňského Prazdroje, má malý pivovar nelehkou pozici.

Kromě piva je Chodovar proslulý stáčením minerální vody Il-sano, která je unikátní svým vysokým obsahem vzácného dvojmocného železa. Prodeje této minerální vody se

na rozdíl od piva v posledních letech každoročně zvyšují přibližně o 3 % a v roce 2012 bylo prodáno celkem 2 551 hl.

Pivovar dodává své výrobky na domácím trhu do okresů Tachovského, Chebského, Sokolovského, Karlovarského, dále do oblasti Plzeňska a Domažlicka, výjimečně též do Severočeského kraje a okolí Prahy. Malou část své produkce, v roce 2012 konkrétně 2,5 %, společnost také vyváží. V roce 2012 činil objem prodejů do zahraničí 1 139 hl, což však pro společnost znamenalo výrazný nárůst o 64 % oproti předešlému roku. Mezi země, do kterých pivovar exportuje, patří Německo, Rusko, Slovensko a Švýcarsko. Specifickým je trh Litvy, na který společnost Chodovar vstoupila v roce 2009 ve spolupráci s místním pivovarem ZAO Ponoras investicí do technologie s úmyslem licenčně vařit tradiční české pivo za použití výlučně českých základních surovin [35].

V oboru jsou kladeny vysoké požadavky na systém řízení kvality. Chodovar má pro výrobu sladu a piva, stáčení minerální vody, expedici a prodej zaveden systém managementu bezpečnosti potravin ve shodě s normou ISO 22000:2006 a systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů HACCP, který je vyžadován povinně u všech výrobců potravin na základě nařízení Evropského parlamentu [36].

Rodinný pivovar Chodovar je členem několika sdružení především v rámci příhraniční spolupráce. Mezi ně patří:

- Evropský svaz malých nezávislých pivovarů
- Svaz minerálních vod
- Bier IG
- Česko – Bavorský geopark

Za dobu své existence získal pivovar několik ocenění. V roce 2008 uspěl Chodovar již potřetí v největší odborné degustační soutěži pořádané na evropském kontinentě a získal titul Evropská pivní hvězda. O rok později získal pivovar titul Pivo České republiky. Stejně ocenění si pivo z Chodové Plané odvezlo i v roce 2011, kdy ve své kategorii zvítězilo v konkurenci více než 200 pivních značek z ČR a Slovenska. Pivovar se dále věnuje organizování nejrůznějších společenských akcí. Mezi ně patří například každoroční pivní slavnosti s bohatým programem pořádané v areálu pivovaru a mistrovství Evropy v koulení dřevěných pivních sudů. Této soutěže se pravidelně účastní družstva z pivovarů, sladoven, vinařských a dodavatelských podniků

či restaurací z celé České republiky, Německa a Velké Británie. Zástupci malých pivovarů tak připomínají místní tradici pivovarnictví [33]. Tyto akce mají i svůj propagační význam, jelikož slouží k prezentaci malých regionálních pivovarů.

3. 2. 2 Restaurace

Od 1. května 2000 zpřístupnil Chodovar prostory skalních sklepů investicí do zřízení vlastní restaurace a muzea za účelem propagace místního piva. Pivovarská restaurace a muzeum Ve Skále v areálu pivovaru byla první restaurací se znakem Chodovaru. Restaurace dnes nabízí kapacitu 260 míst a je tak 2. největší restaurací v Plzeňském kraji [37].

3. 2. 3 Hotel

Velká návštěvnost pivovarské restaurace a muzea přivedla vedení společnosti k myšlence zřídit v areálu pivovaru ubytovací zařízení. V polovině roku 2003 zakoupil pivovar bývalý pozemek s budovou státních statků s cílem postavit zde hotel. Celá nemovitost však vyžadovala generální rekonstrukci a rodinný pivovar Chodovar tak otevřel dnes tříhvězdičkový hotel U Sládka o dva roky později. Pro nalákání většího počtu turistů došlo v roce 2006 po rekonstrukci sklepních prostor hotelu k otevření prvních pivních lázní na území ČR, které si za dobu od svého otevření svou netradičností získaly silnou klientelu. V současné době má hotel kapacitu 116 lůžek a největší podíl návštěvníků mimo ČR zaujímají především zahraniční turisté z Německa a Ruska [37].

3. 3 Zařazení v rámci MSP

Společnost Chodovar zaměstnává v současné době 130 zaměstnanců. Roční bilanční suma aktiv společnosti v roce 2012 činila 69.275 tis. Kč a roční obrat byl ve stejném období ve výši 136.191 tis. Kč. Na základě těchto tří údajů lze společnost Chodovar zařadit v rámci vymezení MSP dle kritérií uvedených v první kapitole do kategorie **středních podniků**.

4 Ekonomická situace společnosti

Hlavním cílem většiny podnikatelů je zisk, který tak vstupuje do celé řady ukazatelů, jejichž pomocí lze charakterizovat **ekonomickou efektivnost** podniku. Ekonomická efektivnost je však pouze jedním z dílčích ukazatelů, neboť na podnik je nahlíženo komplexněji. Nástrojem, který umožňuje podnik zkoumat z širšího pohledu je finanční analýza [38].

4.1 Finanční analýza společnosti Chodovar

„Finanční analýza slouží ke komplexnímu zhodnocení finanční situace podniku. Pomáhá odhalit, zda je podnik dostatečně ziskový, zda má vhodnou kapitálovou strukturu, zda využívá efektivně svých aktiv či zda je schopen včas splácet své závazky a celou řadu dalších skutečností“ [39, str. 16].

Kvalita výsledků finanční analýzy je značně závislá na použitých vstupních datech, jejichž zdrojem jsou nejčastěji účetní výkazy podniku. Průběžná znalost finanční situace podniku umožňuje jeho vedení správně se rozhodovat. Uživatele finanční analýzy však nepředstavuje jen management podniku, ale i externí subjekty, kterými mohou být investoři, věřitelé či státní orgány, neboť vybrané ukazatele velmi často tvoří součást hodnocení podniku při získávání bankovních úvěrů a jiných finančních zdrojů [39].

Důležitost finanční situace podniku v oblasti podpory podnikání se odráží v jejím hodnocení u žadatelů o dotace z fondů EU. Dobré finanční zdraví podniku je totiž jednou z podmínek většiny dotačních programů. Při žádosti o dotaci jsou hodnoceny finanční výkazy žadatele ukazateli finanční analýzy. Na základě výsledků je poté žadateli přidělen rating, který rozhoduje o tom, zda je společnost pro přijetí dotace dostatečně finančně zdravá [40].

Nejčastěji sledované a hodnocené **ukazatele** v této oblasti představují:

- rentabilita,
- likvidita,
- zadluženost,
- aktivita [40].

Všechny výše uvedené ukazatele se řadí mezi tzv. poměrové ukazatele.

4. 1. 1 Ukazatelé rentability

Ukazatelé rentability informují o tom, jakého efektu bylo dosaženo vloženým kapitálem. Jinými slovy hodnotí ziskovost a přináší tak informace o **efektivitě podnikání**. Čím vyšší hodnoty dosahují, tím lépe [39].

Rentabilita aktiv (ROA)

Ukazatel ROA dává do poměru zisk a celková aktiva. Nerozlišuje tedy, zda jsou aktiva financována z vlastních či cizích zdrojů. Lze jej interpretovat jako výši zisku připadající na jednu korunu majetku podnikatele. [39]

Vzorec:
$$ROA = \frac{\text{zisk}}{\text{celková aktiva}}$$

Rentabilita vlastního kapitálu (ROE)

Ukazatel ROE poměruje zisk a celkový vlastní kapitál. Jeho vypočtená velikost ukazuje, kolik korun zisku podnikatel získá z jedné koruny vlastního kapitálu [39].

Vzorec:
$$ROE = \frac{\text{zisk}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Rentabilita tržeb (ROS)

Ukazatel ROS poměruje zisk a celkové tržby. ROS udává, kolik korun zisku připadne na jednu korunu tržeb. [39]

Vzorec:
$$ROS = \frac{\text{zisk}}{\text{tržby}}$$

Všechny ukazatele se počítají v procentuálních hodnotách, proto je třeba podíly nakonec vynásobit hodnotou 100.

Při dosazování čitatele a jmenovatele ukazatele je nutné brát v úvahu, zda mezi veličinami existuje konsistentní vztah. Celková aktiva ve jmenovateli ukazatele ROA zahrnují vlastní i cizí kapitál, proto je vhodné do čitatele zahrnout hospodářský výsledek před zdaněním a úroky (EBIT). Pokud by se v čitateli použil čistý zisk, ukazatel by silně ovlivňovala struktura financování podniku vzhledem k výši úroků a nebylo by možné tento ukazatel použít k vzájemnému srovnání různých. Naopak při výpočtu ukazatele ROE a ROS je nutné v čitateli dosadit čistý zisk (EAT) [41].

Tabulka č. 4: Ukazatele rentability (údaje v %)

UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
ROA	10,95	10,25	2,58	2,30	-0,60
ROE	17,35	15,42	2,69	2,13	-4,04
ROS	2,92	3,14	0,59	0,47	-0,89

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních výkazů společnosti (Příloha A), 2014

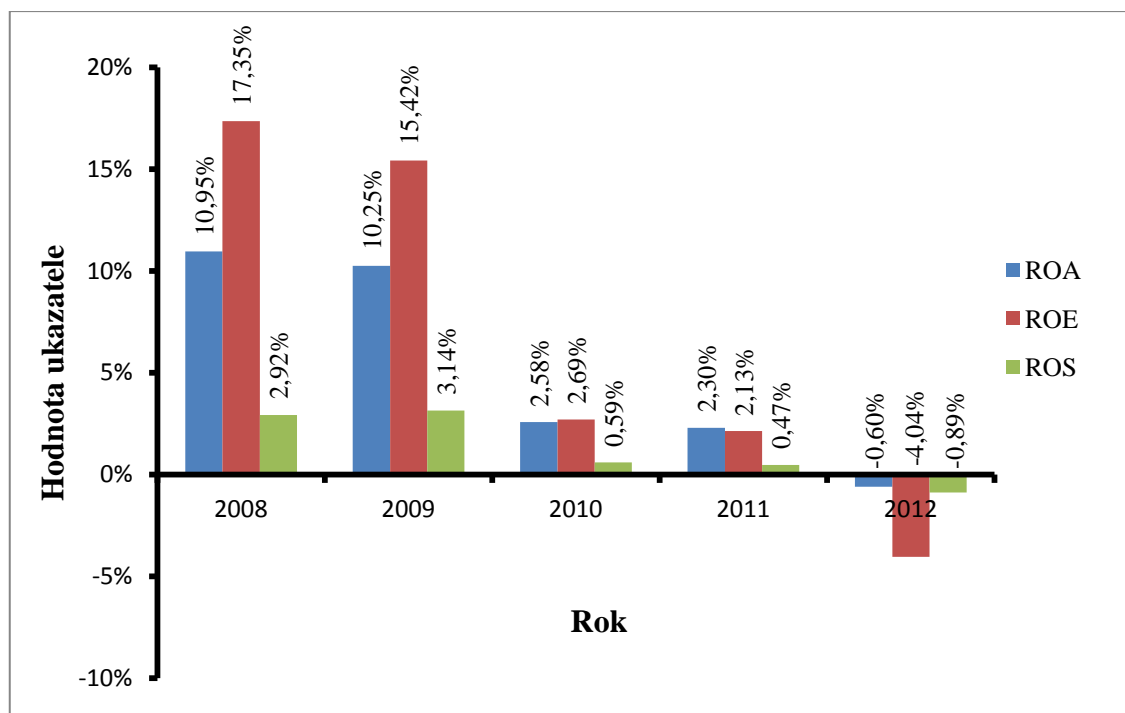
Tabulka č. 5: Odvětvové ukazatele rentability (údaje v %)

UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
ROA	8,81	5,77	7,23	7,20	7,98
ROE	10,85	6,45	11,33	11,52	12,12

Zdroj: vlastní zpracování dle údajů MPO, 2014

Z tabulky č. 4 lze vidět negativní tendenci poklesu všech uvedených ukazatelů. Za rok 2012 dokonce dosahují záporných hodnot, což bylo způsobeno ztrátou, které v tomto roce společnost dosáhla. Výrazného propadu si lze všimnout v roce 2010. Do tohoto roku společnost dosahovala velmi příznivých a v rámci odvětví nadprůměrných hodnot ukazatelů. Srovnatelných hodnot s rokem 2010 dosáhl Chodovar i rok dále. Propad v tomto období byl způsoben především klesajícími prodeji pivovaru a mírným poklesem tržeb hotelu, ale také investicemi, které podnik v těchto letech uskutečnil do obnovy vozového parku, zateplení výrobní budovy či rekonstrukce dalších částí hotelu U Sládka. V roce 2011 však podnik stále vykazoval zisk a to ve výši 898 tis. Kč. Ztráta ve výši 1.097 tis. Kč, které podnik dosáhl v roce 2012, byla zapříčiněna pokračujícím poklesem v tržbách za vlastní výrobky a služby, které meziročně poklesly o 6.844 tis. Kč.

Graf č. 3: Vývoj ukazatelů rentability v období 2008–2012



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

4. 1. 2 Ukazatelé likvidity

Likvidita vyjadřuje schopnost podniku přeměnit aktiva na hotovost nebo její ekvivalent. Likvidita souvisí s dlouhodobou existencí podniku, jelikož musí být schopen hradit své potřeby. Její výše a řízení je však otázkou konkrétní strategie společnosti [41].

Běžná likvidita

Běžná likvidita měří, kolikrát pokrývají oběžná aktiva krátkodobé závazky podniku. Otázka optimální velikosti tohoto ukazatele není snadná. Lze však vycházet z doporučených strategií. Dle průměrné strategie se má hodnota tohoto ukazatele pohybovat v rozmezí 1,6–2,5. Konzervativní strategie udává hodnotu vyšší než 2,5 a podle agresivní nižší než 1,6 avšak ne nižší než 1 [41].

Vzorec:
$$\text{Běžná likvidita} = \frac{\text{oběžná aktiva}}{\text{krátkodobé závazky}}$$

Pohotová likvidita

Změnou ve výpočtu pohotové likvidity je vyloučení nejméně likvidní část oběžných aktiv ve formě zásob. V tomto smyslu je také vhodné upravit pohledávky o jejich nedobytnou část. I v případě tohoto ukazatele přichází v úvahu otázka optimální

velikosti a doporučených hodnot. Doporučovaná hodnota je 0,7–1, u konzervativní strategie 1,1–1,5 a u agresivní strategie se doporučují hodnoty 0,4–0,7. [41]

Vzorec:
$$\text{Pohotov\u00e1 likvidita} = \frac{(\text{ob\u011b\u017en\u00e1 aktiva} - \text{z\u00e1soby})}{\text{kr\u00e1tkodob\u011b z\u00e1vazky}}$$

Okam\u017dit\u00e1 likvidita

Okam\u017dit\u00e1 likvidita představuje nejp\u0159\u00edsn\u011bj\u0161\u00ed ukazatel likvidity podniku. \u010c\u00edtel zahrnuje pouze sumu pen\u011bn\u00edch prost\u0159edk\u00fa na b\u011b\u017en\u00e9m nebo jin\u00e9m \u00fa\u010tu, pen\u00edze v pokladn\u011b, ale i voln\u011b obchodovateln\u00e9 kr\u00e1tkodob\u011b cenn\u00e9 pap\u00edry \u010d\u00ed \u0161e\u010d\u00ed. Doporu\u010den\u00e1 hodnota tohoto ukazatele je 0,2–0,5 [41].

Vzorec:
$$\text{Okam\u017dit\u00e1 likvidita} = \frac{\text{kr\u00e1tkodob\u00fd fina\u010dn\u00ed majetek}}{\text{kr\u00e1tkodob\u011b z\u00e1vazky}}$$

Tabulka \u010d. 6: Ukazatele likvidity (\u00fadaje v \u010d\u00edseln\u00fdch jednotk\u00e1ch)

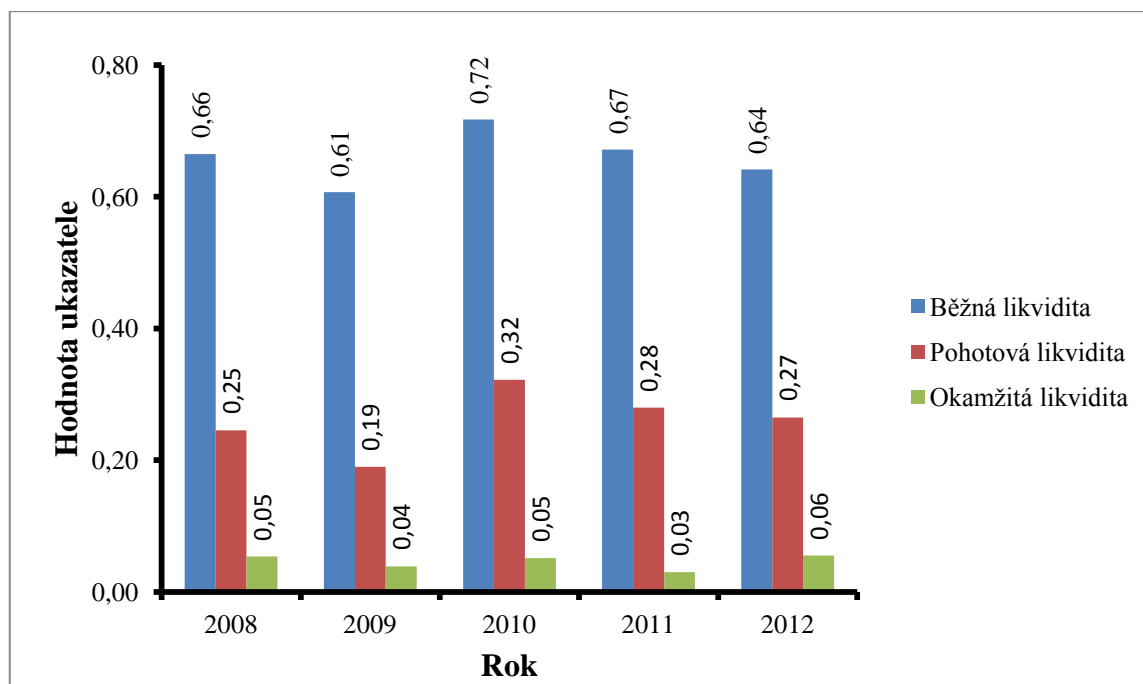
UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
B\u011b\u017en\u00e1 likvidita	0,66	0,61	0,72	0,67	0,64
Pohotov\u00e1 likvidita	0,25	0,19	0,32	0,28	0,27
Okam\u017dit\u00e1 likvidita	0,05	0,04	0,05	0,03	0,06

Zdroj: vlastní zpracov\u00e1n\u00ed dle \u00fa\u010detn\u00edch v\u00fdkaz\u00fa (P\u0159\u00edloha A), 2014

Z tabulky vypo\u010ten\u00fdch ukazatel\u00fa likvidity lze vid\u011bt, \u017ee spole\u010dnost Chodovar vol\u00ed ve sledovan\u00fdch letech velmi agresivn\u00ed p\u0159\u00edstup k \u0159\u00edzen\u00ed likvidity. B\u011b\u017en\u00e1 likvidita nedosahuje v \u017e\u00e1dn\u00e9m roce doporu\u010den\u00e9 hodnoty, jej\u00ed\u017d spodn\u00ed hranice je i pro agresivn\u00ed strategii ud\u00e1v\u00e1na jako minim\u00e1ln\u00ed velikost 1 a sv\u00fdm v\u00fdvojem se t\u00e9to hodnot\u011b ukazatel ani nebl\u00ed\u017d\u00ed. Takto n\u00edzk\u00e9 hodnoty jsou pro spole\u010dnost Chodovar rizikem, jeliko\u017d by v tomto p\u0159\u00edpad\u011b nem\u011bla ani po zpen\u011b\u017een\u00ed v\u0161ech sv\u00fdch ob\u011b\u017en\u00fdch aktiv prost\u0159edky na uhrazen\u00ed sv\u00fdch kr\u00e1tkodob\u00fdch z\u00e1vazk\u00fa. Podnik by se tak mohl dostat do finan\u010dn\u00edch probl\u00e9m\u00fa. N\u00edzk\u00fdch a pod hranici doporu\u010dovan\u00fdch hodnot dosahuj\u00ed ve sledovan\u00fdch letech i ukazatele pohotov\u00e9 a okam\u017dit\u00e9 likvidity. Z anal\u00fdzy rozvahy spole\u010dnosti v\u0161ak vych\u00e1z\u00ed n\u011bkolik d\u00fal\u011bn\u00fdch skute\u010dnost\u00ed. N\u00edzk\u00e9 hodnoty ukazatel\u00fa likvidity spole\u010dnosti Chodovar neznamenaj\u00ed, \u017ee by podnik nebyl schopn\u00fd spl\u00e1cet sv\u00e9 kr\u00e1tkodob\u011b z\u00e1vazky. Ve sledovan\u00e9m období nevykazoval Chodovar \u017e\u00e1dn\u00e9 nevypo\u0159\u00e1dan\u00e9 z\u00e1vazky po lh\u00fat\u011b splatnosti a platebn\u00ed mor\u00e1lka v r\u00e1mci vztah\u00fa s dodavateli je pro spole\u010dnost velmi d\u00fal\u011bn\u00fdm. Chodovar tak\u011b vyu\u017e\u00edv\u00e1 revolvingov\u00e9ho \u00fa\u010d\u00e9ru k profinancov\u00e1n\u00ed z\u00e1sob

a pohledávek do lhůty splatnosti. Výše vypočítané ukazatele také mohou být zkresleny skutečností, že jsou odvozovány z údajů z rozvahy sestavované ke konci roku. Činnosti společnosti jsou do jisté míry ovlivněny sezónností, kdy v zimních měsících dochází ke snížení příjmů a Chodovar v tomto období využívá krátkodobého úvěru k profinancování provozních potřeb.

Graf č. 4: Vývoj ukazatelů likvidity v období 2008–2012



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

4. 1. 3 Ukazatele zadluženosti

Ukazatelé zadluženosti posuzují úvěrové zatížení podniku. Udávají vztah mezi cizími a vlastními zdroji financování podniku a slouží jako indikátor výše rizika, které podnik podstupuje [39].

Celková zadluženost

Tento ukazatel lze nazvat mírou věřitelského rizika, jelikož poměruje cizí zdroje k celkové hodnotě aktiv. Doporučená hodnota se pohybuje mezi 30–50 % [41].

Vzorec:

$$\text{Celková zadluženost} = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{aktiva}}$$

Zadluženost vlastního kapitálu

Ukazatel zadluženosti vlastního kapitálu charakterizuje poměr cizích zdrojů a vlastního kapitálu a je používán k měření finančního rizika. Za přijatelné lze považovat hodnoty ukazatele menší než 150 % [41].

$$\text{Vzorec:} \quad \text{Zadluženost vlastního kapitálu} = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Úrokové krytí

Z ukazatele úrokového krytí vyplývá, kolikrát celkový zisk pokryje úrokové platby. Čím vyšší hodnoty nabývá, tím vyšší je schopnost podniku platit náklady spojené s využíváním cizího kapitálu. Všeobecně se uvádí, že hodnota ukazatele by neměla klesnout pod hodnotu 3 [41].

$$\text{Vzorec:} \quad \text{Úrokové krytí} = \frac{\text{EBIT}}{\text{nákladové úroky}}$$

Tabulka č. 7: Ukazatele zadluženosti (údaje v %, vyjma ukazatele úrokového krytí)

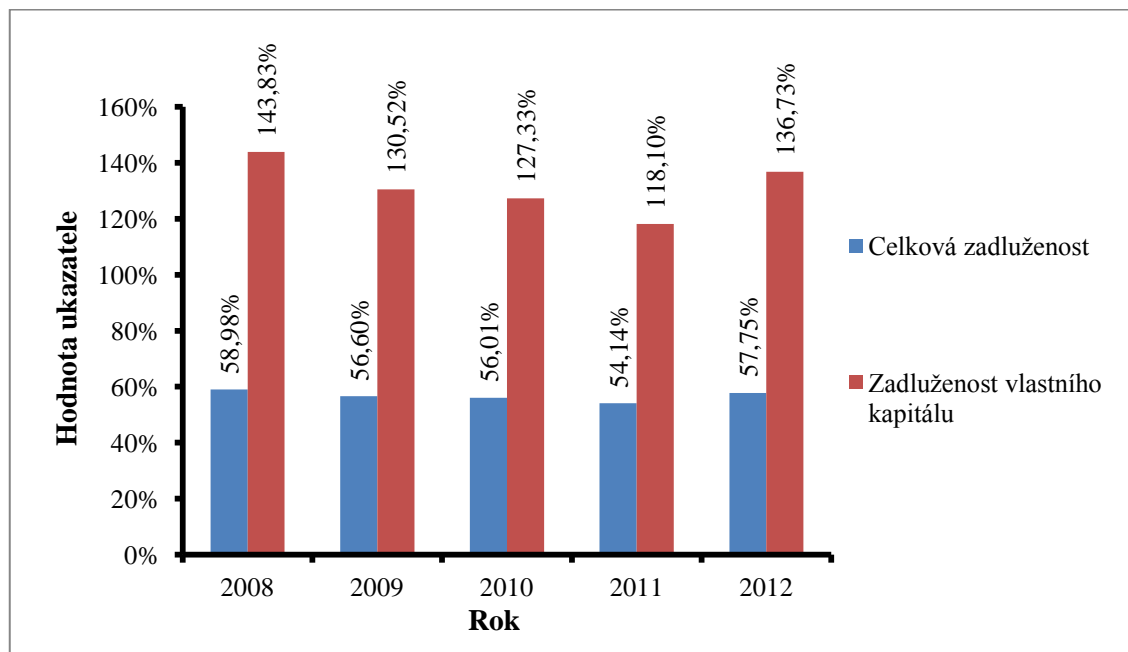
UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
Celková zadluženost	58,59	56,60	56,01	54,14	57,75
Zadluženost vlastního kapitálu	143,83	130,52	127,33	118,10	136,73
Úrokové krytí	6,74	9,06	3,45	2,41	- 0,62

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních výkazů (Příloha A), 2014

Ukazatel celkové zadluženosti se ve všech sledovaných letech pohybovaly okolo hodnot horní poloviny intervalu 50–60 %. Od roku 2008 docházelo k postupnému snižování tohoto ukazatele směrem k hodnotě 50 %, která je považována za hraniční. V roce 2012 se však ukazatel opět zvýšil na hodnotu 57,75 %, což bylo způsobeno nárůstem objemu krátkodobých bankovních úvěrů. Zadluženost vlastního kapitálu dosahovala ve sledovaném období hodnot pod doporučenou hranici 150 %. Změnou byl opět rok 2012, kdy došlo k nárůstu tohoto ukazatele, zvýšením čitatele o zmíněný nárůst bankovních úvěrů a snížením vlastního kapitálu ve jmenovateli v souvislosti se ztrátou, které společnost v tomto roce dosáhla. Ukazatel úrokového krytí dosahoval v prvních letech sledovaného období uspokojivých hodnot. Jeho pokles lze sledovat od roku 2010, kdy společnost zaznamenala pokles zisku, ale hodnota ukazatele byla stále nad minimální doporučenou hranici. Pokles zisku v dalších letech dále snižoval hodnotu

ukazatele až do roku 2012, kdy společnost vykázala ztrátu a ukazatel tak nabyl záporné hodnoty.

Graf č. 5: Vývoj ukazatelů celkové zadluženosti a zadluženosti vlastního kapitálu



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

4. 1. 4 Ukazatele aktivity

Aktivita a její ukazatele poskytují informace o tom, jak **efektivně podnik hospodaří se svými aktivy**, respektive, jak dlouho v nich má vázané prostředky. Ukazatele aktivity se zabývají především oběžnými aktivy a krátkodobými závazky. V rámci těchto ukazatelů lze pracovat s dvěma typy vyjádřenými obrátkovostí (rychlost obratu) nebo dobou obratu. Rychlost obratu vyjadřuje počet obrátek aktiv za období (nejčastěji rok), během kterého bylo dosaženo tržeb použitých v ukazateli. Doba obratu představuje počet dní, které trvá jedna obrátka. Počet obrátek by měl být co nejvyšší a doba obratu naopak co nejnižší. Pro objektivizaci výsledků jednotlivých ukazatelů je vhodné především odvětvové srovnání [41].

Obrat aktiv

Obrat aktiv je komplexní ukazatel, který měří efektivnost využívání celkových aktiv [41].

Vzorec:

$$\text{Obrat aktiv} = \frac{\text{tržby}}{\text{celková aktiva}}$$

Obrat a zásob

Tento ukazatel udává, kolikrát se v průběhu jednoho roku obrátí zásoby na skladě. Zkreslujícím může být skutečnost, že se při výpočtu počítá se stavem zásob k určitému okamžiku [41].

Vzorec:
$$\text{Obrat zásob} = \frac{\text{tržby}}{\text{zásoby}}$$

Doba obratu zásob

Tento ukazatel udává, jak dlouho jsou oběžná aktiva vázána ve formě zásob [41].

Vzorec:
$$\text{Doba obratu zásob} = \frac{\text{zásoby}}{\text{tržby}/365}$$

Doba obratu (splatnosti) pohledávek

Ukazatel doby obratu pohledávek slouží ke zjištění, kolik dní v průměru čeká podnik na inkaso svých pohledávek. Pro účely srovnání s dalším ukazatelem doby obratu závazků představují veličinu čitatele pohledávky z obchodních vztahů [41].

Vzorec:
$$\text{Doba obratu pohledávek} = \frac{\text{pohledávky}}{\text{tržby}/365}$$

Doba (úhrady) obratu závazků

Doba obratu závazků udává, za kolik dní v průměru podnik uhradí své závazky. Pro účely srovnání se počítá s krátkodobými závazky z obchodních vztahů. Je důležité, aby hodnota tohoto ukazatele byla vyšší než hodnota doby obratu pohledávek. V opačném případě hrozilo podniku riziko druhotné platební neschopnosti [41].

Vzorec:
$$\text{Doba obratu závazků} = \frac{\text{krátkodobé závazky}}{\text{tržby}/365}$$

Tabulka č. 8: Ukazatele obrátkovosti (údaje v počtu obrátek/rok)

UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
Obrat aktiv	2,43	2,13	2,03	2,08	1,93
Obrat zásob	10,78	10,48	10,14	10,65	9,94

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních výkazů (Příloha A), 2014

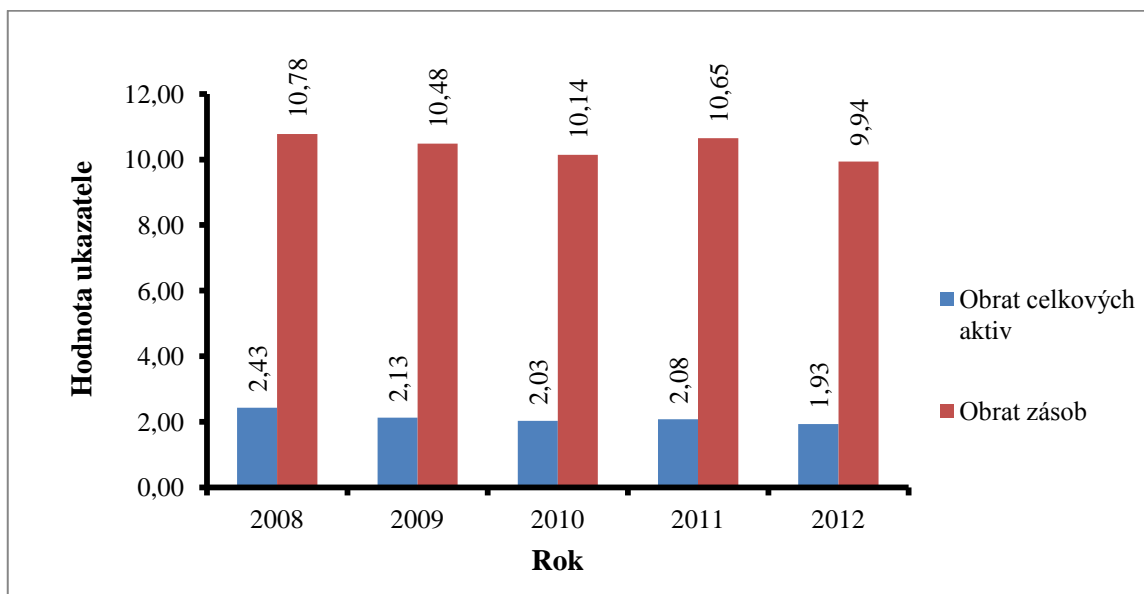
Tabulka č. 9: Odvětvové průměry ukazatelů obrátkovosti (údaje v počtu obrátek/rok)

UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
Obrat aktiv	0,67	0,65	1,44	1,41	1,35
Obrat zásob	8,81	9,11	9,47	9,04	9,36

Zdroj: vlastní zpracování dle údajů MPO, 2014

Prvním ukazatelem je obrat aktiv. Z porovnání vypočtených hodnot, kterých dosáhla společnost Chodovar (tabulka č. 8) a odvětvového průměru (tabulka č. 9) lze vidět, že hodnoty tohoto ukazatele dosahují nadprůměrných hodnot. V průběhu let sledovaného období došlo k mírnému poklesu obratu aktiv společnosti, který se ale stále pohybuje okolo hodnoty 2. Nejvyšší hodnoty dosahoval ukazatel v roce 2008, což bylo zapříčiněno nejvyššími tržbami v rámci sledovaných let. Nejnižších hodnot dosahoval odvětvový ukazatel obratu aktiv v letech 2008 a 2009 v důsledku světové hospodářské krize. Společnost Chodovar však v tomto období, i přes mírný pokles v roce 2009, dosahovala naopak nejvyšších hodnot tohoto ukazatele. Hodnot nad úroveň odvětvového průměru dosahuje podnik i v rámci ukazatelů obratu zásob.

Graf č. 6: Vývoj ukazatelů obrátkovosti v období 2008–2012



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

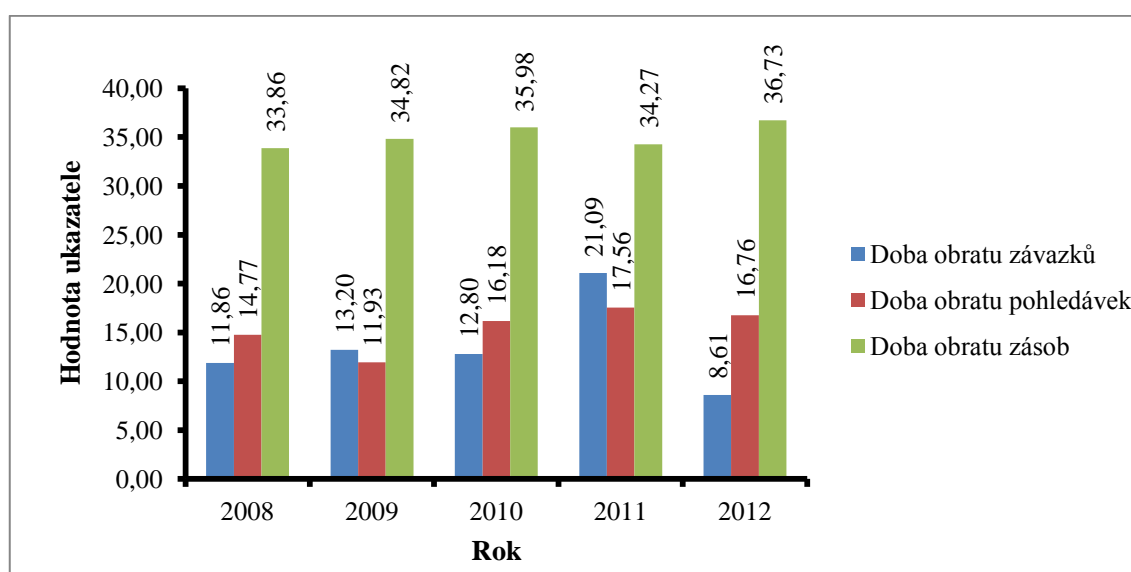
Tabulka č. 10: Ukazatele doby obratu (údaje v počtech dnů)

UKAZATEL	2008	2009	2010	2011	2012
Doba obratu zásob	33,86	34,82	35,98	34,27	36,73
Doba obratu pohledávek	14,77	11,93	16,18	17,56	16,76
Doba obratu závazků	11,86	13,20	12,80	21,09	8,61

Zdroj: vlastní zpracování dle účetních výkazů (Příloha A), 2014

Společnost Chodovar vykazuje ve všech sledovaných letech stabilní hodnoty doby obratu zásob, které se pohybují v rozmezí 33–37 dnů. Z údajů o době obratu pohledávek a závazků lze odvodit tzv. **obchodní deficit**, který představuje rozdíl mezi dobou splatnosti pohledávek a dobou úhrady závazků. De facto udává počet dnů, které je třeba profinancovat. Při pohledu na vývoj těchto ukazatelů je charakteristická jeho nestálost. Doba obratu závazků se v jednotlivých letech vůči době obratu pohledávek střídavě mění. Největšího rozdílu, 8,15 dne, dosáhl ukazatel v roce 2012. Tento údaj lze interpretovat tak, že společnost uhradila své závazky průměrně za 8,61 dne, avšak inkaso svých pohledávek obdržela v průměru až za 16,76 dne. Nízká doba obratu závazků je zapříčiněna především dobrou platební morálkou společnosti Chodovar. Na druhé straně vysoká hodnota průměrné doby přijetí inkasa pohledávek v roce 2012 je způsobena problémy s některými odběrateli, které se odrážejí v každoročním nárůstu objemu evidovaných pohledávek po lhůtě splatnosti.

Graf č. 7: Vývoj ukazatelů doby obratu v období 2008–2012



Zdroj: vlastní zpracování, 2014

5 Současný stav využívání podpory

Chodovar má s využíváním podpory za dobu své existence velmi dobré zkušenosti v oblasti dotací z fondů EU. Podnik se aktivně účastnil několika výzev OP v programovém období 2007–2013 s projekty, které se týkaly převážně podpory nových výrobních technologií přispívajících ke zvýšení konkurenceschopnosti [42]. V pivovaru se pivo stále vyrábí tradičními způsoby, aby byla zachována jeho jedinečná kvalita, kterou považuje podnik za svou hlavní konkurenční výhodu. Pivovar se tedy soustředí na technologie, které umožňují kvalitu piva stále zvyšovat při současném snižování energetické náročnosti výroby.

Investice do zvýšení kvality výroby piva

V roce 2008 bylo zahájeno řízení o poskytnutí dotace z Operačního programu OPPI. Investice do zvýšení kvality výroby piva se týkala pořízení analyzátoru, sloužícího k analytickým rozborům piva a nové myčky lahví. Z tabulky č. 11 lze vyčíst celkový rozpočet projektu, který činil 11.200.000 Kč. Dotace byla přiznána ve výši 51 %.

Tabulka č. 11: Financování projektu pořízení analyzátoru a myčky lahví (údaje v Kč)

Rozpočet celkem		11.200.000
z toho:	Příspěvek z fondů EU	4.855.200
	Národní veřejné prostředky	856.800
	Soukromé prostředky	5.488.000

Zdroj: [43], 2013

Rozvoj cestovního ruchu

V roce 2010 byla ve společnosti Chodovar zpracována a podána žádost o dotaci v rámci Regionálního operačního programu jihozápad zaměřeného na rozvoj cestovního ruchu. Podnik chtěl využít možnosti spolufinancování svých investic do volnočasových aktivit wellness v hotelu U Sládka. Žádost o dotaci v tomto programu však nebyla úspěšná.

Zkvalitnění výroby piva pořízením nerezových kádí

Dalším úspěšným projektem, na který dostala společnost Chodovar dotaci, bylo v roce 2011, v rámci stejného programu, pořízení 15 kusů nových nerezových kvasných kádí. V rámci realizace tohoto projektu došlo k nákupu nové technologie, která přispěla

k odstranění havarijního stavu stávajících betonových kvasných kádí. Celkové způsobilé výdaje této investice, jak lze vidět v tabulce č. 12, byly ve výši 5.500.000 Kč a společnosti dostala dotaci v celkové výši 40 %.

Tabulka č. 12: Financování projektu pořízení nerezových kvasných kádí (údaje v Kč)

Rozpočet celkem		5.500.000
z toho:	Příspěvek z fondů EU	1.870.000
	Národní veřejné prostředky	330.000
	Soukromé prostředky	3.300.000

Zdroj: [43], 2013

Zkvalitnění závěrečné fáze výroby piva

V roce 2013 využila společnost další výzvy v rámci OPPI a pořídila 9 kusů přetlačných tanků, které nahradily předchozí staré dosluhující. Přetlačné tanky slouží jako zásobníky již hotového piva. Touto investicí došlo k zlepšení hygienických podmínek v provozu a zvýšení kvality piva. Této výzvy se zúčastnil velký počet podniků, v důsledku čehož došlo ke snížení dotace oproti předchozím výzvám na 30 % z celkových 5.374.000 Kč.

Tabulka č. 13: Financování projektu pořízení přetlačných tanků (údaje v Kč)

Rozpočet celkem		5.374.000
z toho:	Příspěvek z fondů EU	912.050
	Národní veřejné prostředky	160.950
	Soukromé prostředky	4.301.000

Zdroj: [43], 2013

V rámci jednotlivých projektů využívala společnost Chodovar poradenských služeb, které v oblasti dotací poskytuje Podnikatelské a inovační centrum Plzeň. Úspěšnost v jednotlivých výzvách napovídá, že Chodovar nepodceňuje přípravu svých projektů a možnosti využití podpory podnikání důkladně sleduje. Skutečnost, že je podnik úspěšným realizátorem projektů spolufinancovaných prostředky ze strukturálních fondů EU, je také jedním z velmi kladně hodnocených kritérií při dalších žádostech o poskytnutí dotace.

6 Možnosti využití programů podpory podnikání ve společnosti Chodovar

6.1 Záměr společnosti

Záměrem společnosti Chodovar je nadále modernizovat technologie ve výrobním procesu při zachování tradičního postupu výroby piva a zvyšovat tak jeho kvalitu, která je pro malý pivovar nezbytnou pro udržení konkurenceschopnosti. Společnost se také soustředí na snižování energetické náročnosti, snižování odpadů a s nimi souvisejících dopadů na životní prostředí.

V návaznosti na tyto cíle plánuje společnost v horizontu následujících dvou let realizovat dva projekty, v rámci kterých by mohla využít programů podpory. Prvním z nich se týká opatření snížení environmentálních rizik v pivovaru. V rámci tohoto záměru se jedná o modernizaci chlazení, s nímž souvisí používání čpavku a likvidace stávajícího teplotnosného média – solanky, která má nepříznivý dopad na životní prostředí. Cílem společnosti je eliminace těchto rizik, které s sebou za stávajícího stavu přinášejí také vysoké ekologické poplatky. K realizaci tohoto projektu se společnost rozhodla využít možnost získání dotace prostřednictvím operačního programu Životní prostředí.

Dalším záměrem společnosti, na který se dále zaměřím a který navazuje na cíl zvyšovat kvalitu piva, je pořízení nové filtrační stanice, která má zásadní podíl na závěrečné úpravě jakosti piva. Cílem filtrace je zamezit změně čirosti piva v obalu po dobu několika měsíců. Mezi základní kvalitativní znaky piva patří především jeho chuť, trvanlivost a čirost. Velmi významně lze všechny tyto tři vlastnosti ovlivnit účinnou moderní křemelinovou filtrací.

6.2 Nalezení odpovídajícího OP

Jelikož společnost v minulosti na projekty zaměřené na nové technologie do výroby dostala dotaci, nabízí se otázka možnosti získání prostředků z fondů EU na realizaci projektu i v tomto případě.

Jak již bylo zmíněno v podkapitole věnující se novému programovému období 2014–2020, konečná podoba operačních programů ještě není známá. Pro žadatele se tak velkou příležitostí stala možnost využít prodloužených výzev programů končícího období 2007–2013. Jedním z těchto programů, v rámci kterého byla prodloužená výzva

na zbývající prostředky vyhlášena, je i **OPPI**, konkrétně program **Rozvoj** realizující prioritní osu Rozvoj firem. Tento program napomáhá rozvoji MSP prostřednictvím dotací na pořízení nových technologií a právě tomuto zaměření odpovídá zamýšlený projekt pořízení nové filtrační stanice ve společnosti Chodovar. Soulad projektu s cíli programu je jednou z podmínek účasti v tomto programu.

Projekty tohoto programu však mohou být realizovány pouze v oblastech, které jsou vymezeny jako regiony se soustředěnou podporou státu. Společnost Chodovar se nachází v okrese Tachov, který je definovaný jako hospodářsky slabý region a podnik tak splňuje i tuto podmínku pro účast v programu.

Další podmínkou jsou podporované oblasti dle klasifikace CZ-NACE. Tento projekt spadá v rámci zaměření společnosti do sekce C Zpracovatelský průmysl, 11 – Výroba nápojů. Tato oblast patří mezi programem podporované.

Plánovaná finanční alokace v této poslední výzvě programu byla stanovena na 2,5 mld. Kč a v jejím rámci lze získat dotaci v rozmezí 1–20 mil. Kč. Výše podpory poté činí 50 % pro malé a 40 % pro střední podniky [44].

Podporované aktivity zahrnují pořízení strojů a zařízení s vyššími technickými parametry a realizaci projektů zvyšujících efektivnost procesů [44]. Tyto aktivity představuje například snížení nákladů výroby či materiálové náročnosti produkce nebo výrobu technicky kvalitnějších výrobků.

6.3 Žádost o dotaci

K podávání žádostí a jejich příloh v rámci tohoto programu se využívá internetové aplikace eAccount. Žádost o poskytnutí podpory podává žadatel ve dvou krocích.

Prvním krokem je odeslání **registrační žádosti**. Agenturou CzechInvest je poté provedena kontrola přijatelnosti registrační žádosti. V případě schválení je žadateli zaslána informace o předběžné přijatelnosti projektu [45].

Registrační žádost obsahuje několik částí, které musí žadatel vyplnit.

Základní údaje, které zahrnují název projektu a program, v jehož rámci je o dotaci žádáno.

Název projektu: Pořízení nové filtrační stanice

Název programu: Rozvoj

Údaje o žadateli

Obchodní firma:	CHODOVAR spol. s r. o.
Právní forma:	společnost s ručením omezeným
IČ:	18252125
Sídlo:	Chodová Planá, Pivovarská 107, Tachov, PSČ 348 13
Statutární orgán:	jednatel: Jiří Plevka st. jednatel: Jiří Plevka ml.
Způsob jednání:	Společnost zastupuje kterýkoliv z jednatelů.

Základní údaje o projektu

Tento bod obsahuje základní popis projektu. Je nutné konkrétně popsat, co chce společnost v rámci projektu pořídit, aby mohla být žádost správně posouzena.

Záměrem společnosti je pořízení filtrační sestavy křemelinového naplavovacího filtru pro filtraci piva, která obsahuje:

- Křemelinový filtr s dávkovacím čerpadlem a nádrží na křemelinu
- Stabilizátor
- Pufr tank na nefiltrované pivo (před filtrem)
- Vyrovnávací tank za filtrem
- Trap filtr
- Trubní propojení
- Kontrolní automatizaci

Součástí celé plánované dodávky je dále:

- Automatické přepojení do okruhu při překročení nastavené hodnoty zákalu piva
- Oběhové čerpadlo s frekvenčním měničem
- Dvou-úhlový zákaloměr pro měření zákalu zfiltrovaného piva
- Měření stupňovitosti

- Nové potrubní propojení nefiltrovaného piva a napojení na stávající potrubí do přetlačného sklepa
- Počítač s programem a síťovým připojením, který bude řídit celý filtrační a sanitační proces s možností automatického režimu a sledováním průběhu operací
- Montáž
- Uvedení do provozu
- Garanční zkoušky

Další důležité informace se týkají odhadované výše nákladů v rámci daného projektu a na ní závislé výše dotace. Předpokládané náklady na dodávku filtrační stanice jsou 5.000.000 Kč bez DPH (tabulka č. 14). Podnik byl zařazen na základě kritérií MSP do kategorie středních podniků, pro které je výše podpory v této výzvě stanovena 40 %. Pro podnik to znamená nutnost financovat v případě realizace projektu z vlastních prostředků část ve výši 3.000.000 Kč. Společnost by mohla k financování takto vysokých investičních výdajů využít bankovního úvěru. Posledním požadovaným údajem je termín ukončení realizace projektu. Projekty schválené v této výzvě je možné realizovat do 30. 6. 2015.

Tabulka č. 14: Odhadovaná výše nákladů a podpory projektu (údaje v Kč)

Odhadované náklady projektu:	5.000.000
Výše podpory:	2.000.000
Vlastní prostředky:	3.000.000

Zdroj: vlastní zpracování dle [42], 2014

Předpokládané datum ukončení realizace projektu: 30. 4. 2015

Místo realizace

Místem předpokládané realizace projektu jsou výrobní prostory společnosti Chodovar v Chodové Plané.

Vyplnění finančního výkazu

Finanční výkazy žadatele slouží jako podklad pro vypracování hodnocení finančního zdraví žadatele. Toto hodnocení je prováděno formou tzv. ratingu, který odráží

schopnost podniku daný projekt realizovat a udržet. Jedná se tak o jedno z kritérií přijatelnosti žádosti [45].

Dalším krokem je elektronické podání **plné žádosti**. Její zpřístupnění je možné až po úspěšném předběžném posouzení žádosti. Základní údaje plné žádosti vycházejí z registrační žádosti. Plná žádost poté obsahuje především celkový podnikatelský záměr zamýšleného projektu [45].

V rámci plné žádosti také dochází ke specifikaci požadované výše dotace, která může být v plné žádosti snížena. Snížení je možné například v případě, kdy žadatel na základě výběrového řízení na dodavatele zjistí, že projekt lze realizovat za výhodnější cenu, než bylo předpokládáno. V rámci OPPI, pod který spadá program Rozvoj, jsou totiž pro příjemce dotace stanovena pravidla pro výběr dodavatelů a není možné, aby se společnost například předběžně s některým z nich domluvila. Výběr dodavatelů musí probíhat formou výběrového řízení a jeho průběh musí být písemně zaznamenán.

Společnost Chodovar vypsala v současné době na kompletní dodávku filtrační stanice výběrové řízení. Dílčí kritéria, dle kterých budou nabídky hodnoceny, jsou konečná cena, záruční doba a platební podmínky. Hodnocení každého dílčího kritéria bude probíhat formou bodového ohodnocení na stupnici 0–100, které bude odrážet výhodnost konkrétní nabídky v rámci daného kritéria. Jednotlivým kritériím jsou současně přiděleny následující váhy:

- Konečná cena nabídky 45 %
- Záruční doba 30 %
- Platební podmínky 25%

Výběrové řízení na dodavatele bude ukončeno přidělením zakázky dodavateli, jehož nabídka obdrží při vyhodnocování komisí nejvyšší počet bodů. Společnost Chodovar s tímto zájemcem zamýšlí podepsat smlouvu o dodání filtrační stanice nejpozději do 31. 12. 2014.

6.4 Hodnocení žádosti

Žádosti o poskytnutí dotace jsou vyhodnocovány v pořadí data příjmu registračních žádostí na základě bodového ohodnocení [45].

Ekonomické hodnocení

V rámci ekonomického hodnocení je kladen důraz především na finanční a nefinanční zdraví podniku na základě jeho minimálně dvouleté historie. K hodnocení žadatele dochází pomocí zmíněného ratingu, který vyjadřuje úroveň věřitelského rizika. Výsledkem hodnocení je jeden z následujících stupňů:

Tabulka č. 15: Stupně ratingu hodnocení žadatele

RATING	MÍRA RIZIKA
A	velmi nízké riziko
B +	nízké riziko
B	střední riziko
B -	mírně zvýšené riziko
C +	zvýšené riziko
C	vysoké riziko
C -	velmi vysoké riziko

Zdroj: (46), 2013

Podmínkou programu Rozvoj je dosažení minimálního hodnocení na úrovni C +. V kapitole 4. 1 byla zpracována finanční analýza společnosti Chodovar pomocí vybraných poměrových ukazatelů. Ty byly vybrány v návaznosti na ukazatele, prostřednictvím kterých je v této části hodnoceno finanční zdraví podniku. Na základě zhodnocení výsledků této finanční analýzy lze konstatovat, že finanční zdraví podniku, přestože v posledním sledovaném roce společnost dosáhla ztráty, která negativně ovlivnila velkou část těchto ukazatelů, dosahuje vyšší úrovně než ratingu C – vysoká rizikovitost, jehož přidělení by vyřadilo projekt z dalšího hodnocení.

Nefinanční zdraví podniku se hodnotí například pomocí počtu zaměstnanců. Společnost Chodovar zaměstnává v průběhu posledních let stabilní počet zaměstnanců bez větších výkyvů, který se průměrně pohybuje okolo 130 zaměstnanců.

V rámci tohoto hodnocení dochází také ke kontrole vazeb na další ekonomicky spjaté subjekty. Jsou zde hodnoceny především vazby na problémové subjekty, které mohou být například v konkurzu či vedeni jako dlužníci. Společnost Chodovar není ekonomicky propojena s žádným podobným podnikatelským subjektem, a proto v tomto kritériu vyhovuje.

Po zohlednění všech těchto skutečností lze předpokládat, že společnost kritérium celkového ratingu ekonomického hodnocení splňuje.

Soulad se strategickými cíly

Cílem programu Rozvoj je podpořit růst výkonů a konkurenceschopnosti MSP v hospodářsky slabších regionech, které povedou ke zlepšení jejich pozice na trhu. Tento projekt je v souladu s cílem programu zaměřen na podporu konkurenceschopnosti pivovaru. V souvislosti s tímto kritériem je také hodnoceno, zda dojde k udržení či růstu počtu pracovních míst. V návaznosti na realizaci projektu pořízení nové filtrační stanice v podniku nevznikne žádné nové pracovní místo. Pořízením této nové technologie však žádné stávající místo ani nezanikne.

Zkušenosti a odborné předpoklady žadatele

Jedním z kritérií, které je v této části hodnoceno je i zkušenost v oboru, ve kterém podnik o dotaci na realizaci projektu žádá. Body jsou přidělovány za každý rok aktivní existence v daném odvětví. Pivovar je známý svou historickou tradicí a společnost Chodovar je v dnešní podobě na trhu od roku 1992. Společnost má tedy v rámci svého oboru mnohaletou zkušenost, což se pozitivně odrazí v případě jeho hodnocení.

Dalším hodnoceným kritériem v rámci zkušeností a odborných předpokladů žadatele je vlastnictví certifikátů QMS ISO 9001, EMS ISO 14001 či HACCP a zkušenosti s realizací podobných projektů. V rámci výše zmíněných certifikací má společnost Chodovar zaveden systém analýzy rizika a stanovení kritických bodů HACCP. V návaznosti na kapitulu 5, ve které byl zhodnocen stav využívání podpory podnikání, byly popsány projekty, které společnost realizovala v průběhu předchozích let. Tyto projekty byly zaměřeny na výrobní technologie a Chodovar tak má s realizací podobných projektů velké zkušenosti. V rámci těchto kritérií tedy dosahuje také velmi pozitivních výsledků.

Výhled společnosti do budoucna

Hodnocení tohoto kritéria vychází především z definované SWOT analýzy podniku. Jedná se o metodu, která slouží k identifikování silných a slabých stránek podniku ve vztahu k příležitostem a hrozbám. Původcem silných a slabých stránek je vnitřní prostředí podniku a původ příležitostí a hrozeb je ve vnějším prostředí. Díky SWOT analýze lze identifikovat problémové oblasti či nové možnosti [47].

Tabulka č. 16: SWOT analýza společnosti Chodovar

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> • Tradice • Dobré vnímání značky • Diverzifikace činností • Produktové portfolio • Cena • Vlastní slad 	<ul style="list-style-type: none"> • Malá konkurenceschopnost • Sezónnost • Nedostatečné finanční prostředky
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> • Růst exportních aktivit • Získání velkého odběratele • Činnosti cestovního ruchu • Účast na soutěžích • Využívání dotací • Růst spotřeby piva 	<ul style="list-style-type: none"> • Zvyšování daňového zatížení • Vstup nových konkurentů

Zdroj: vlastní zpracování, 2014

Mezi **silné stránky** společnosti Chodovar patří tradice, která je s místním pivovar spojována. Tradiční však není pouze existence pivovaru, ale i postup výroby piva, díky kterému dosahuje velmi vysoké kvality. Vysoká kvalita je také jeden z faktorů, díky kterým je Chodovar ve svém regionu velmi dobře vnímán a to nejen konzumenty piva či návštěvníky hotelu a restaurace. Společnost v regionu podporuje mnoho akcí a zájmových sdružení a snaží se do dění v regionu aktivně zasahovat a podporovat jej. Diverzifikace činností, především rostoucí orientací společnosti na aktivity cestovního ruchu, dopomáhá stabilizovat ekonomickou situaci podniku, která by v případě samostatného fungování pivovaru byla výrazně horší. Silnou stránkou společnosti je také její široké produktové portfolio zahrnující velký počet druhů piva včetně piv

nealkoholických a ochucených. Chodovar také nabízí jedinečnou minerální vodu Il-sano. Jednou z velkých výhod, prostřednictvím které se podnik snaží konkurovat velkým pivovarům, je cena. Díky vlastnímu sladu a rozvoji technologií, které šetří energie, si společnost může dovolit prodávat své výrobky za nižší cenu než konkurence.

I přes nízkou cenu svých produktů je stále jednou z **nejslabších stránek** společnosti nedostatečná konkurenceschopnost na trhu, kterému dominují velké pivovary. Převažující část prodeje pivovaru představuje prodej sudového piva do restauračních zařízení a právě v této oblasti nedokáže společnost Chodovar konkurovat politice velkých pivovarů. Ty mohou díky svým finančním prostředkům nabízet těmto odběratelům daleko výhodnější smluvní podmínky a slevy za to, že se bude v restauraci prodávat jen sortiment daného výrobce. Prodeje pivovaru i návštěvnost hotelu a restaurací, které společnost provozuje, patří bohužel mezi obory, které jsou známé sezónními výkyvy způsobující snížení příjmů společnosti a v krajním případě nutnost využití provozního úvěru. Společnost veškeré volné prostředky opět investuje do rozvoje podniku. Tyto prostředky však nemusí dosahovat potřebné výše v závislosti na záměry podniku. Ztížený přístup k cizímu kapitálu je jednou z charakteristických nevýhod MSP.

Jako jedna z velkých **příležitostí** podniku byla identifikována možnost růstu exportních aktivit. Společnost již v současné době dodává své výrobky do několika zahraničních zemí a celkový objem exportu se meziročně zvyšuje. Největší potenciál představují trhy Německa a Ruska. Společnost Chodovar dodává většinu produkce pivovaru do velkého počtu restauračních zařízení. Příležitostí by tak pro podnik bylo získání většího odběratele například v podobě obchodního řetězce. Z vývoje posledních let vyplývá, že stále významnějšími se stávají činnosti cestovního ruchu, na které se podnik zaměřil. Tyto činnosti zároveň slouží jako propagace celého podniku včetně pivovaru. Další příležitostí, která může částečně nahradit nedostatek vlastních prostředků, je možnost získání podpory pro další rozvoj podniku. Na základě údajů ČSÚ lze v neposlední řadě také zmínit růst spotřeby piva.

Hrozbu pro společnost Chodovar představuje možné zvyšování daňového zatížení. Například výše spotřební daně se ve společnosti pohybuje měsíčně na úrovni přibližně 1 mil. Kč. Další hrozbou je také vstup nových konkurentů na trh, který by mohl znamenat snížení objemů prodeje pivovaru.

Technické řešení projektu

V rámci tohoto kritéria je hodnocen význam nové technologie. Hodnotí se, zda se jedná o špičkovou technologii v daném oboru a její přiměřenost předloženému projektu. Společnost Chodovar chce v rámci pořízení nové filtrační stanice modernizovat výrobní technologii umožňující snížení spotřeby energie. Zároveň se jedná o technologii, díky níž bude snížen objem odpadů negativně ovlivňujících životní prostředí.

Udržitelnost

Kritérium udržitelnosti se zabývá hodnocením zajištění odbytu produkce. V návaznosti na zvýšení kvalitativních vlastností piva realizací projektu se odhaduje zvýšení odbytu o 5 %. Tato hodnota spadá do nejnižší hodnocené kategorie, avšak zvýšení prodeje je důležité především pro podnik samotný. Posledním hodnoceným je vliv projektu na konkurenceschopnost podniku. Zde se hodnotí přínos projektu, který může dosahovat regionální, celostátní či mezinárodní úrovně. V případě společnosti Chodovar lze uvažovat o možnosti nárůstu exportu, avšak objem vyvážené produkce představoval v roce 2012 pouze 2,5 % celkového objemu prodeje. Největší význam lze spatřit především na úrovni regionálních trhů, na které společnost své produkty dodává.

Zhodnocení

Na základě výše zmíněných skutečností lze předpokládat, že i přes některá kritéria, ve kterých společnost Chodovar nesplňuje požadavky pro dosažení nejvyšších bodových ohodnocení, má žádost na přijetí dotace na pořízení filtrační stanice vysokou šanci na **úspěšné schválení**.

6.5 Realizace projektu

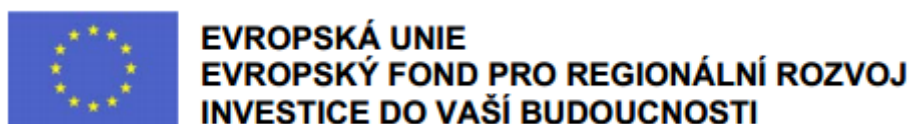
Projekt je možné realizovat od data konečného schválení projektu, o kterém bude rozhodnuto do 30. června 2014. Termín ukončení realizace projektů je přesně o rok déle do 30. června 2015. Za předpokladu, že bude projekt pořízení filtrační stanice schválen, podepíše společnost Chodovar nejpozději do konce roku 2014 smlouvu s dodavatelem, který vyhrál výběrové řízení a zahájí věcnou realizaci projektu, jejíž konec je naplánován do 30. 4. 2015.

Pravidla publicity

V souladu s nařízením Komise je příjemce povinen informovat veřejnost o obdržené podpoře ze strukturálních fondů EU po celou dobu realizace projektu. Součástí tohoto

opatření musí být vlajka EU a tzv. standardní text, které lze zobrazovat pouze společně v následujícím formátu [45]:

Obrázek č. 2: Vlajka EU se standardním textem



Zdroj: [45], 2013

Způsob zajištění publicity se odvíjí od předmětu realizovaného projektu. Záměr pořízení filtrační stanice spadá pod pořízení dlouhodobého hmotného movitého majetku. U tohoto druhu projektu je v průběhu jeho realizace nutné použít plakátu minimálního rozměru A4, štítku či samolepky obsahujících informaci o spolufinancování projektu EU. Společnost Chodovar může podmínku publicity zajistit umístěním plakátu na toto výrobní zařízení. Zároveň o přijetí dotací v předchozích případech informovala na svých webových stránkách a jeden informační plakát je také umístěn na vrátnici u vstupu do podniku.

6.6 Žádost o platbu

Podpora je žadateli vyplácena zpětně na základě předložení žádosti o platbu, která se podává elektronicky prostřednictvím systému eAccount po skončení celého projektu. V agentuře CzechInvest dojde k formální kontrole této žádosti, a pokud nejsou zjištěny žádné nedostatky, je předána ke schválení a finálnímu proplacení MPO. Poslední žádost o platbu v rámci této výzvy je nutné předložit nejpozději do 31. 7. 2015 [45].

6.7 Monitorování

Ke kontrole plnění povinností vyplývajících ze smlouvy o poskytnutí dotace dochází v průběhu celé realizace projektu a především pak jeho ukončení. Každý příjemce dotace musí agentuře CzechInvest po skončení projektu podávat informace prostřednictvím monitorovacích zpráv po dobu tří nebo pěti let. V průběhu této doby nesmí být projekt změněn či dokonce zrušen. Tyto skutečnosti by následně vedly k vrácení přijaté dotace [45].

7 Přínosy projektu a zhodnocení

Jedním z přínosů pořízení nové technologie pro společnost Chodovar je snížení energetické náročnosti procesu výroby piva. V souvislosti se zvýšením efektivity procesu filtrace také dojde ke snížení spotřeby filtrační křemeliny a tím ke zmírnění ekologické zátěže odpadového materiálu. V oblasti úspor společnosti přinese realizace projektu snížení nákladů na již zmíněné energie, filtrační materiál a také minimalizaci ztrát, ke kterým v průběhu filtrace dochází. Uvedením nové filtrační stanice do provozu dojde především k dalšímu zvýšení kvality piva pro tuzemské a zahraniční zákazníky. Jednou ze zlepšených vlastností piva bude také zvýšení jeho trvanlivosti, které se odrazí ve snížení počtu reklamací. Schválením projektu by podnik získal dotaci ve výši 2.000.000 Kč a ze svých prostředků by tak hradil pouze zbývající část ve výši 3.000.000 Kč. V návaznosti na zvýšení kvality a trvanlivosti piva se po realizaci projektu očekává zvýšení prodejů o 5 %, které odpovídá současnému meziročnímu poklesu objemu prodejů pivovaru. Právě tento negativní vývoj se společnost snaží zvrátit. Pro Chodovar toto zvýšení současné produkce při dosažených výnosech 70.476 tis. Kč ročně představuje nárůst přibližně o 3.523 tis. Kč. Zvýšení prodejů lze očekávat jak na tuzemském tak zahraničním trhu.

Nové programy období 2014–2020 přinesou společnosti další příležitosti. Mimo dotací do nových výrobních technologií by se společnost mohla soustředit na rostoucí potenciál zahraničních trhů. Mimo instituce, které se na podporu exportních aktivit zaměřují, jsou služby pro MSP zaměřené na tuto oblast i jednou z priorit OPPIK. Další potenciál představují aktivity společnosti v oblasti cestovního ruchu. S rozvojem těchto služeb může společnost přilákat velké množství turistů a pomoci tak celkovému rozvoji regionu. Důležité pro společnost Chodovar bude především sledovat nastavení a zaměření nových programů po jejich spuštění a pokračovat ve stávajícím aktivním přístupu k možnostem využívání podpory podnikání.

ZÁVĚR

Podpora malých a středních podniků představuje velmi širokou oblast nástrojů, prostřednictvím kterých se různé organizace snaží napomáhat rozvoji tohoto sektoru. Mezi nejvýznamnější patří především finanční podpory ve formě dotací, které jsou v ČR alokovány prostřednictvím vládou schválených operačních programů z prostředků státního rozpočtu a fondů EU. Letošním rokem ČR vstoupila no nového programového období, jehož cílem je mimo jiné celý systém zjednodušit. Nejasnosti v zaměření některých programů či velká administrativní náročnost žádostí a jejich rozdílnost byly totiž jedněmi z nejvíce kritizovaných překážek během období minulého. Pomoc podnikatelům při orientaci v oblasti podpory podnikání zároveň poskytuje velké množství informačních a poradenských institucí.

V bakalářské práci jsou nejdříve vymezeny teoretické základy sektoru malých a středních podniků a možnosti jejich podpory.

Cílem bakalářské práce bylo navrhnout možnost využití programů podpory podnikání ve vybraném podniku, kterým je společnost CHODOVAR spol. s r. o. V návaznosti na záměr společnosti byl vybrán odpovídající program podpory podnikání, do jehož zaměření spadá záměr pořízení nové technologie do výroby - filtrační stanice. Jedná se o program Rozvoj, v rámci kterého byla na konci minulého roku vypsána prodloužená výzva na zbývající část prostředků končícího programového období 2007–2013. Realizace projektů přihlášených v této výzvě bude probíhat až do roku 2015. Nejprve bylo zkontrolováno splnění podmínek pro účast podniku v tomto programu a poté popsán konkrétní postup získání dotace a zhodnocena možnost jejího úspěšného schválení. Na závěr byly uvedeny přínosy pro podnik plynoucí z případné realizace tohoto projektu. V tomto bodě bylo vyhodnoceno, že společnost má velkou šanci s žádostí o dotaci uspět.

Během zpracování této části bylo identifikováno několik nevýhod, které plynou ze současného nastavení těchto programů. Tu největší představuje způsob přijetí dotace, které následuje až po skončení projektu na základě žádosti o platbu. Společnost tak musí nejdříve veškeré finanční prostředky na realizaci projektu zajistit sama, často pomocí půjčky na konkrétní investiční záměr.

Společnost CHODOVAR spol. s r. o. má s využíváním dotací velmi dobré zkušenosti a snaží se těchto příležitostí využívat. Společnost by měla ve stejně aktivním přístupu

pokračovat i s příchodem nových programů pro podporu podnikání, které jí mohou přinést nové potenciální možnosti využití pro rozvoj podniku.

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Kritéria pro členění MSP	7
Tabulka č. 2: Přehled operačních programů	22
Tabulka č. 3: Objem prodeje pivovaru	27
Tabulka č. 4: Ukazatele rentability	32
Tabulka č. 5: Odvětvové ukazatele rentability	32
Tabulka č. 6: Ukazatele likvidity	34
Tabulka č. 7: Ukazatele zadluženosti	36
Tabulka č. 8: Ukazatele obrátkovosti	38
Tabulka č. 9: Odvětvové průměry ukazatelů obrátkovosti	39
Tabulka č. 10: Ukazatele doby obratu	40
Tabulka č. 11: Financování projektu pořízení analyzátoru a myčky lahví	41
Tabulka č. 12: Financování projektu pořízení nerezových kvasných kádí	42
Tabulka č. 13: Financování projektu pořízení přetlačných tanků	42
Tabulka č. 14: Odhadovaná výše nákladů a podpory projektu	46
Tabulka č. 15: Stupně ratingu hodnocení žadatele	48
Tabulka č. 16: SWOT analýza společnosti Chodovar	50

Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2008–2012	10
Graf č. 2: Vývoj počtu zaměstnanců MSP v ČR v letech 2008–2012	12
Graf č. 3: Vývoj ukazatelů rentability v období 2008–2012	33
Graf č. 4: Vývoj ukazatelů likvidity v období 2008–2012	35
Graf č. 5: Vývoj ukazatelů celkové zadluženosti a zadluženosti vlastního kapitálu	37
Graf č. 8: Vývoj ukazatelů obrátkovosti v období 2008–2012	39
Graf č. 9: Vývoj ukazatelů doby obratu v období 2008–2012	40

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Logo společnosti Chodovar	25
Obrázek č. 2: Vlajka EU se standardním textem	53

Seznam použitých zkratk

AMSP ČR	Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR
ČEB	Česká exportní banka
ČMZBR	Českomoravská záruční a rozvojová banka
ČSÚ	Český statistický úřad
EEN	Enterprise Europe Network
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
ERDF	Evropský fond regionálního rozvoje
ESF	Evropský sociální fond
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
FS	Fond soudržnosti
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podniky
NARP	Národní asociace pro rozvoj podnikání
OP	Operační program
OPPI	Operační program Podnikání a inovace
OPPIK	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
ROA	Rentabilita aktiv
ROE	Rentabilita vlastního kapitálu
ROS	Rentabilita tržeb
RPIC	Regionální poradenské a informační centrum
SME UNION	Unie malých a středních podniků ČR

Seznam literatury

1. STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2007, 199 s., ISBN 978-80-7179-926-9
2. Technologická agentura ČR. *Definice podniku* [Online]. [cit. 12. 10. 2013]. Dostupné z: http://www.tacr.cz/sites/default/files/shared/definice_podniku.pdf
3. CzechInvest. *Aplikační výklad pro vymezení pojmů drobný, malý a středná podnikatel a postupů pro zařazování podnikatelů do jednotlivých kategorií* [Online]. ©2012 [cit. 12. 10. 2013]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/05-01-m-definice-msp-296-cz.pdf>
4. EVROPSKÁ KOMISE. *Nová definice malých a středních podniků* [Online]. Europa. ©2006. [cit. 12. 10. 2013]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_cs.pdf
5. KOTLÁROVÁ, Radomíra. *Kdo je SME/MSP* [Online]. SME UNION. ©2011 [cit. 14. 10. 2013]. Dostupné z: <http://www.sme-union.cz/kdo-je-smemsp/>
6. KISLINGEROVÁ, Eva. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2005, 422 s., ISBN 978-80-717-9847-7
7. GATTIKER, Urs E. *European Commission: Defining the term SME* [Online]. ©2012 [cit. 14. 10. 2013]. Dostupné z: <http://commetrics.com/articles/european-commission-defining-the-term-sme/>
8. ČSÚ. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání v roce 2012* [Online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu. ©2013 [cit. 14. 10. 2013]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/pro-podnikani/legislativa-a-normy/pripominkovani-legislativy/nove-materialy-k-pripominkam/83-13-zprava-o-vyvoji-maleho-a-stredniho-podnikani-a-jeho-podpore-v-roce-2012-t-31-5-2013.aspx>
9. SRPOVÁ, Jitka. *Základy podnikání*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2010, 432 s., ISBN 978-80-247-3339-5
10. VOJÍK, Vladimír. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. 1. vydání, Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009, 264 s., ISBN 978-80-7357-467-3

11. SRPOVÁ, Jitka a VEBER, Jaromír a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualizované a doplněné vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2012, 336 s., ISBN 978-80-7117-9847-7
12. DVOŘÁČEK, Jiří a SLUNČÍK, Peter. *Podnik a jeho okolí*. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2012, 173 s., ISBN 978-80-7400-224-3
13. VOCHOZKA, Marek a MULAČ, Petr. *Podniková ekonomika*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2012, 576 s., ISBN 978-80-247-4372-1
14. MALACH, Antonín. *Jak podnikat po vstupu do EU*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2004, 528 s., ISBN 80-247-0906-6
15. CzechInvest. *O CzechInvestu*[Online]. ©2012 [cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>
16. CzechTrade. *Naše služby* [Online]. ©2014 [cit. 4. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/sluzby-2014/>
17. Národní asociace pro rozvoj podnikání. *O asociaci NARP* [Online]. Ministerstvo průmyslu a obchodu. ©2009 [cit. 4. 1. 2014]. Dostupné z: <http://narp.cz/index.php/o-asociaci-narp.html>
18. Enterprise Europe Network. *Sít' v ČR* [Online]. [cit. 4. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.enterprise-europe-network.cz/cs/o-nas/sit-v-cr>
19. Českomoravská záruční a rozvojová banka. *Podpora malého a středního podnikání* [Online]. ©2013 [cit. 6. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.cmzrb.cz/podpora-maleho-a-stredniho-podnikani>
20. EGAP. *Produkty pro MSP* [Online]. [cit. 10. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/egap-pro-msp/pojistne-produkty-pro-msp/index.php>
21. HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR. *Pro podnikání* [Online]. [cit. 12. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/hospodarska-komora-ceske-republiky.aspx>
22. SME UNION. *O nás* [Online]. ©2011 [cit. 12. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.sme-union.cz/o-nas/>.
23. REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2012, 144 s., ISBN 978-80-247-1835-4

24. Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Koncepce podpory MSP 2014-2020* [Online]. ©2013. [cit. 20. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/koncepce-politiky-msp-2014-2020-27913.html>
25. BusinessInfo. *Koncepce podpory MSP na období let 2014-2020* [Online]. ©2013 [cit. 2. 3. 2014]. Dostupné z: https://www.businessinfo.cz/files/archiv/dokumenty/Navrh_koncepcni_casti_Koncepce_MSP_14.pdf
26. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Příprava období 2014-2020* [Online]. ©2013 [cit. 10. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Koheznipolitika-EU>
27. European Commission. *Cohesion policy 2014–2020* [Online]. ©2013 [cit. 10. 3. 2014]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/regional_policy/what/future/index_en.cfm#3
28. KONTRŮNKOVÁ, Barbora. *Struktura nových operačních programů* [Online]. ©2013 [cit. 12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.dotacni.info/struktura-novych-operacnich-programu-na-roky-2014-2020-v-ceske-republice/>
29. Euro Finance Consulting. *Dotační období 2014-2020* [Online]. ©2013 [cit. 12. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.eufc.cz/dotacni-obdobi-2014-2020.html>
30. MEJZR, Drahomír. *Nové dotace z EU na roky 2014 až 2020: Jaké příležitosti firmám přinesou?* [Online]. Businessinfo. ©2014 [cit. 24. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/nove-dotace-z-eu-na-roky-2014-az-2020-jak-prilezitosti-firmam-prinesou-48030.html>
31. HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR . *Příručka Evropské a národní programy podpor pro MSP* [Online]. ©2007 [cit. 12. 3. 2014]. Dostupné z: http://www.ahrcr.cz/en/component/docman/doc_details/180-prirucka-evropske-a-narodni-programy-podpor-pro-msp
32. HERTIN. *Kam bude mířit podpora v dalších letech - OPPIK* [Online]. ©2013 [cit. 20. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.hertin.cz/aktuality/kam-bude-mirit-podpora-v-dalsich-letech-oppik-50>
33. CHODOVAR spol. s r. o. *Historie pivovaru* [Online]. [cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.chodovar.cz/id117cz-historie-a-soucasnost.htm>

34. Ministerstvo spravedlnosti, Obchodní rejstřík a sbírka listin. *CHODOVAR spol. s r. o.* [Online]. ©2013 [cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a220390&typ=full&klic=a7bdbt>
35. CHODOVAR spol. s r. o. *Výroční zpráva společnosti za rok 2012*, Chodová Planá, 2012.
36. CHODOVAR spol. s r. o. *Certifikáty* [Online]. [cit. 27. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.chodovar.cz/id388cz-certifikaty.htm>
37. CHODOVAR spol. s r. o. *O restauraci Ve Skále* [Online]. [cit. 27. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.chodovar.cz/id157cz-o-restauraci-ve-skale.htm>
38. SYNEK, Miloslav a KISLINGREOVÁ, Eva. *Podniková ekonomika*. 5. přepracované a doplněné vydání, Praha: C. H. Beck, 2010, 498 s., ISBN 978-80-7400-336-3
39. KNÁPKOVÁ, Adriana. *Finanční analýza*. 2. rozšířené vydání, Praha: Grada Publishing, a. s., 2013, 240 s., ISBN 978-80-247-4456-8
40. eDotace. *Finanční zdraví žadatele* [Online]. [cit. 20. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.edotace.cz/financni-zdravi-zadatele-2/>
41. KISLINGEROVÁ, Eva. *Finanční analýza: krok za krokem*. 2. vydání, Praha: C. H. Beck, 2008, 135 s., ISBN 978-80-7179-713-5
42. HENCLOVÁ, Hana, ekonomická ředitelka společnosti CHODOVAR spol. s r. o. Rozhovor: *Využívání podpory podnikání ve společnosti Chodovar*. Chodová Planá, 3. 3. 2014
43. Regionální informační servis. *Projekty EU* [Online]. ©2013 [cit. 10. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/projekty-eu/detail?id=116515>
44. Sekce fondů EU, výzkumu a vývoje MPO. *Výzva k předkládání projektů v rámci OPPI* [Online]. ©2013 [cit. 30. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.mpo-oppi.cz/document.file.php?idDocument=1742>
45. Sekce fondů EU, výzkumu a vývoje MPO. *Pokyny pro žadatele a příjemce dotace z programu rozvoj* [Online]. ©2013 [cit. 30. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.mpo-oppi.cz/document.file.php?idDocument=1747>

46. S Sekce fondů EU, výzkumu a vývoje MPO . *Výběrová kritéria - Program rozvoj* [Online]. ©2013 [cit 10. 1. 2014]. Dostupné z: <http://www.mpo-oppi.cz/document.file.php?idDocument=1746>
47. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing - Strategie a trendy*. 1. vydání, Praha: Grada publishing, a. s., 2008, 272 s., ISBN 978-80-247-2690-8
48. Wikipedie. *Štíhlá výroba* [Online]. [cit. 12. 10. 2013]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0t%C3%ADhl%C3%A1_v%C3%BDroba

Seznam příloh

Příloha A: Údaje z účetních výkazů společnosti Chodovar

Příloha A: Údaje z účetních výkazů společnosti Chodovar

ROZVAHA (údaje v celých tis. Kč)

	POLOŽKA	2008	2009	2010	2011	2012
	AKTIVA CELKEM	61 183	67 975	68 516	66 833	69 275
B	Dlouhodobý majetek	37 182	46 292	42 220	42 618	44 103
B. I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	437	316	207	122	63
3.	Software	106	67	37	6	0
4.	Ocenitelná práva	277	223	170	116	63
6.	Jiný dlouhodobý nehmotný majetek	54	26	0	0	0
B. II.	Dlouhodobý hmotný majetek	36 466	45 697	41 734	42 217	43 761
1.	Pozemky	1 445	1 445	1 656	1 656	1 656
2.	Stavby	30 141	29 804	31 669	30 274	35 393
3.	Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	4 818	14 407	8 204	7 467	6 563
7.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	62	41	205	2 820	149
B. III.	Dlouhodobý finanční majetek	279	279	279	279	279
3.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry	279	279	279	279	279
C	Oběžná aktiva	21 898	20 086	24 841	22 375	22 917
C. I.	Zásoby	13 813	13 789	13 683	13 046	13 443
1.	Materiál	6 442	6 469	7 258	6 632	7 757
2.	Nedokončená výroba a polotovary	5 128	5 496	4 835	4 824	4 406
3.	Výrobky	1 240	1 088	800	835	614
5.	Zboží	1 003	736	790	755	666
C. III.	Krátkodobé pohledávky	6 313	5 002	9 374	8 322	7 495
1.	Pohledávky z obchodních vztahů	6 024	4 725	6 151	6 684	6 135
6.	Stát - daňové pohledávky	0	263	1 397	466	0
7.	Krátkodobé poskytnuté zálohy	284	14	1 437	329	1 060
9.	Jiné pohledávky	5	1 295	389	843	300
C. IV.	Krátkodobý finanční majetek	1 772	946	1 784	1 007	1 979
1.	Peníze	884	349	667	678	1 496
2.	Účty v bankách	888	1 597	1 117	329	483

D. I.	Časové rozlišení	2 103	1 597	1 455	1 840	2 255
1.	Náklady příštích období	1 917	1 486	1 268	1 727	2 129
3.	Příjmy příštích období	186	111	187	113	126
	PASIVA CELKEM	61 183	67 975	68 516	66 833	69 275
A.	Vlastní kapitál	25 089	29 475	30 138	30 637	29 261
A. I.	Základní kapitál	100	100	100	100	100
A. III.	Rezervní fondy, nedělitelný zisk a ostatní fondy ze zisku	4 740	4 780	4 781	4 829	4 836
1.	Zákonný rezervní fond	4 700	4 700	4 700	4 700	4 700
2.	Statutární a ostatní fondy	40	80	81	129	136
A. IV.	Výsledek hospodaření minulých let	15 895	20 050	24 445	25 056	25 508
1.	Nerozdělený zisk minulých let	17 538	21 693	26 088	25 056	25 508
2.	Neuhrazená ztráta minulých let	-1 643	-1 643	-1 643	0	0
A. V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	4 354	4 545	812	652	-1 183
B.	Cizí zdroje	36 085	38 471	38 374	36 183	40 008
B. II.	Dlouhodobé závazky	1 082	1 255	1 555	1 440	1 198
10.	Odložený daňový závazek	1 082	1 255	1 555	1 440	1 198
B. III.	Krátkodobé závazky	20 085	18 656	18 975	17 626	17 272
1.	Závazky z obchodních vztahů	4 839	5 228	4 869	8 029	3 152
4.	Závazky ke společníkům, členům družstva a k účastníkům sdružení	365	357	176	280	2 803
5.	Závazky k zaměstnancům	2 079	2 029	2 105	2 039	2 100
6.	Závazky ze sociálního zab. a zdravotního poj.	1 937	1 900	2 218	2 243	2 153
7.	Stát - daňové závazky a dotace	3 577	2 873	3 036	717	2 774
8.	Krátkodobé přijaté zálohy	7 205	6 100	6 460	4 182	4 172
10.	Dohadné účty pasivní	183	169	111	136	118
B. IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	14 918	18 560	17 844	17 117	21 538
1.	Bankovní úvěry dlouhodobé	2 063	4 117	2 185	1 417	3 073
2.	Krátkodobé bankovní úvěry	12 855	14 443	15 659	15 700	18 465
C. I.	Časové rozlišení	9	29	4	13	6
1.	Výdaje příštích období	9	29	4	13	6

VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY (údaje v celých tis. Kč)

	POLOŽKA	2008	2009	2010	2011	2012
I.	Tržby za prodej zboží	38 045	35 086	34 213	36 037	36 867
A.	Náklady vynaložené na prodané zboží	15 755	14 579	15 003	15 978	17 098
+	Obchodní marže	22 290	20 507	19 210	20 059	19 769
II.	Výkony	112 372	109 669	103 849	102 919	96 075
1.	Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb	110 836	109 454	104 587	102 895	96 714
2.	Změna stavu zásob vlastní činnosti	1 215	215	-949	24	-639
3.	Aktivace	321	0	211	0	0
B.	Výkonová spotřeba	71 363	62 206	62 266	59 817	55 663
1.	Spotřeba materiálu a energie	39 684	33 892	34 591	34 163	32 993
2.	Služby	31 679	28 314	27 675	25 654	22 670
+	Přidaná hodnota	63 299	67 970	60 793	63 161	60 181
C.	Osobní náklady	48 529	52 320	52 691	53 509	53 681
1.	Mzdové náklady	36 219	39 498	39 463	40 112	40 299
3.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	12 235	12 728	13 184	13 378	13 283
4.	Sociální náklady	75	94	44	19	99
D.	Daně a poplatky	543	752	798	691	985
E.	Odpisy DM	6 149	4 503	5 630	5 719	5 282
III.	Tržby z prodeje DM a materiálu	1 574	1 917	2 338	1 899	2 610
1.	Tržby z prodeje DM	76	30	136	20	8
2.	Tržby z prodeje materiálu	1 498	1 887	2 202	1 879	2 602
F.	Zůstatková cena prodaného DM a materiálu	1 484	1 751	1 617	1 876	1 882
2.	Prodaný materiál	1 484	1 751	1 617	1 876	1 882
G.	Změna stavu rezerv a opravných položek	0	4	0	51	249
IV.	Ostatní provozní výnosy	752	888	1 242	430	1 094
H.	Ostatní provozní náklady	595	559	527	597	612
*	Provozní výsledek hospodaření	8 325	10 886	3 110	3 047	1 194
X.	Výnosové úroky	17	10	43	0	54
N.	Nákladové úroky	994	769	512	636	678

XI.	Ostatní finanční výnosy	101	81	66	43	32
O.	Ostatní finanční náklady	1 776	1 746	1 678	1 628	1 478
*	Finanční výsledek hospodaření	-2 652	-2 424	-2 081	-2 221	-2 070
Q.	Daň z příjmu za běžnou činnost	1 351	1 654	441	246	86
1.	splatná	1 508	1 481	142	360	328
2.	odložená	-157	173	299	-114	-242
**	Výsledek hospodaření za běžnou činnost	4 322	6 808	588	580	-962
XII I.	Mimořádné výnosy	96	61	340	344	0
R.	Mimořádné náklady	64	2 324	116	272	221
*	Mimořádný výsledek hospodaření	32	-2 263	224	72	-221
***	Výsledek hospodaření za účetní období	4 354	4 545	812	652	-1 183
***	Výsledek hospodaření před zdaněním	5 705	6 199	1 253	898	-1 097

Abstrakt

ZÍKA, Lukáš, *Podpora podnikání a možnosti jejího využití pro MSP*. Bakalářská práce. Plzeň: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 64 s., 2014

Klíčová slova: malý a střední podnik, podpora podnikání, operační program, dotace

Bakalářská práce se zabývá problematikou MSP a možnostmi jejich podpory. V první části práce jsou MSP definovány, je zde charakterizován význam tohoto sektoru a výhody i nevýhody těchto podniků. Práce obsahuje přehled možností podpory podnikání a subjekty, které ji poskytují. Přibližuje podobu programového období 2014–2020 a koncepci podpory MSP, která udává, do jakých oblastí bude podpora soustředěna. Další část je zaměřena na společnost CHODOVAR spol. s r. o. Je zde zhodnocena ekonomická situace podniku a současný stav využívání podpory podnikání. Následuje návrh možnosti využití programů podpory podnikání v návaznosti na záměry podniku. Vybraný záměr je zařazen do odpovídající programu a je zhodnocena možnost jeho úspěšného schválení v rámci žádosti o dotaci. V závěru práce jsou zhodnoceny přínosy, které by realizace záměru podniku přinesla.

Abstract

ZÍKA. Lukáš, *Entrepreneurship support and its application for SMEs*. Bachelor thesis. Pilsen: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 64 p., 2014

Key words: small and medium-sized enterprise, entrepreneurship support, operational programme, subsidy

This bachelor thesis deals with SMEs and their support options. The first part contains the definition of SMEs and advantages and disadvantages of these enterprises. The thesis includes overview of entrepreneurship support and institutions that provide it. It introduces the scheme of the programming period 2014–2020 and the concept of the SMEs support which indicates what areas will be focused. The next part contains information about the company CHODOVAR spol. s r. o. There is evaluated the economic situation of the company and experiences with entrepreneurship support. The following part is focused on possibilities of using entrepreneurship support in relation to the intention of the company. The chosen intention is included into the relevant programme and there is evaluated the chance of a successful approval within the subsidy application. In the end of this thesis there are the benefits that the realization of the intention may bring to the company.