

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Programy Evropské unie na podporu podnikání v České republice

Programs to support business in the Czech Republic

Dagmar Muchnová

Cheb 2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Programy Evropské unie na podporu podnikání v České republice“

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

V Chebu, dne 12. prosince 2014

.....

podpis autora

Obsah:

1	Podnikání	6
1.1	Teorie podnikání	6
1.2	Základní pojetí podnikání	6
1.3	Definice podnikatele dle Nového občanského zákoníku	7
1.3.1	Soustavná činnost.....	7
1.3.2	Samostatná činnost.....	7
1.3.3	Vlastní účet.....	7
1.3.4	Vlastní zodpovědnost.....	7
1.3.5	Dosažení zisku	7
1.4	Definice podnikání dle živnostenského zákona	8
1.5	Typy podnikání	8
1.6	Právní formy podnikání.....	9
1.6.1	Typy podnikání	9
1.6.2	Právní formy podnikání.....	10
1.7	Podnikatel.....	11
1.8	Podnikatel podle slovníku pojmů.....	11
2	Podnik	11
2.1	Všeobecné znaky podniku.....	11
2.2	Specifické znaky podniku	12
2.3	Členění podniků	12
2.4	Malé a střední podniky.....	12
2.4.1	Výhody malých a středních podniků.....	12
2.4.2	Hlavní omezení malých a středních podniků	13
2.4.3	Hlavní důvody zániku malých a středních podniků	13
2.5	Velké podniky	13
2.5.1	Výhody velkých podniků	13
2.5.2	Nevýhody velkých podniků	14
3	Evropská unie.....	15
3.1	Politika čerpání zdrojů	15
3.2	Malé a střední podniky v Evropské unii.....	16
3.3	Nástroje regionální politiky.....	17
3.3.1	Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)	18
3.4	Evropský sociální fond.....	18

3.4.1	Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF).....	19
3.4.2	Finanční nástroj na podporu rybolovu (FIFG)	20
3.5	Kohezní fond (CF)	20
3.6	Iniciativy Společenství	21
3.7	Charakteristika finanční pomoci ze strukturálních fondů	23
3.7.1	Znevýhodněné regiony	23
3.7.2	Oblasti se specifickým postižením.....	23
3.7.3	Ohrožené sociální skupiny	24
3.7.4	Místní a regionální úřady	24
4	Programy podpory.....	30
	PRAKTICKÁ ČÁST.....	33
5	Mám na to být dobrým podnikatelem?	33
5.1	Průzkum trhu.....	34
5.2	Konkurence	34
5.3	Jak prozkoumat trh.....	35
6	Jak vytvořit profil zákazníka	36
6.1	Jak oslovit zákazníky	37
6.2	Jak ušít produkt na míru.....	38
6.3	Jaké výhody má podnikatel pojmenovat	38
6.4	Možnosti levné reklamy	39
7	Podnikatelský plán	40
7.1	Co by měl podnikatelský plán obsahovat:.....	40
8	Finance	40
9	Operační program Podnikání a inovace	42
9.1	Sociálně ekonomická analýza a popis sektoru průmyslu a služeb	43
9.1.1	Ekonomický růst	43
9.1.2	Růstové faktory na straně nabídky a poptávky	43
9.1.3	Makroekonomická rovnováha.....	43
9.1.4	Regionální diferenciaci české ekonomiky	43
9.1.5	Ekonomika České republiky v kontextu Evropské unie	43
9.2	Rozvojové cíle pro období 2007 – 2013 strategické zaměření operačního programu Podnikání a inovace	44
9.2.1	Východiska strategie operačního programu	44
9.2.2	Strategická orientace podpory podnikání a inovací v České republice	44

9.2.3	Globální cíl operačního programu.....	44
9.2.4	Koherence	45
9.3	Prioritní osy operačního programu Podnikání a inovace	45
9.4	Očekávané dopady operační programu a jejich kvantifikace.....	45
9.5	Indikativní finanční plán	46
9.6	Implementace operačního programu Podnikání a inovace.....	46
9.7	Ex-ante hodnocení operačního programu Podnikání a inovace	46
9.8	Hodnocení SEA (StrategicEnvironmentalAssessment) operačního programu Podnikání a inovace	47
9.9	Jaké projekty jsou z operačního programu Podnikání a inovace podporovány?.....	47
10	Elmarco, s. r. o.	47
10.1	Historie společnosti Elmarco	48
10.2	Obchodní mise Elmarco.....	49
10.3	Vize Elmarco.....	49
10.4	Vedení společnosti	50
10.5	Struktura společnosti.....	50
10.6	Produkty společnosti	50
10.7	Technologie Nanospider™	51
10.8	Charakteristika nanovláken.....	51
10.8.1	Vlastnosti netkaných nanovláken:.....	51
	Závěr	52
	Příloha A Společnost Elmarco, s.r.o. a její technologie.....	58

Úvod

Pro zpracování bakalářské práce jsem si vybrala Programy Evropské unie na podporu podnikání v České republice. Toto téma jsem si vybrala, protože mě moc zajímalo, jaké možnosti mám jako začínající budoucí podnikatel.

V první části své práce se budu věnovat podnikání jako takovému. Co se podnikáním rozumí, kdo je to podnikatel.

V další části teorie se budu věnovat Evropské unii. Protože moje bakalářská práce vzniká průběžně již tři roky, věnuje se moje práce strategickému období let 2007 – 2013. Z těchto let pochází i můj zvolený program v praktické části, kdy z něj čerpala společnost, o které se zmiňuji v praktické části.

V praktické části se budu zaměřovat na to, jak jako budoucí podnikatel začít. Protože až dodělám školu, budu v pozici začínající podnikatele. Proto se nejprve v praktické části budu zaměřovat na to, co bych si všechno měla zjistit, než začnu podnikat.

Druhá část praxe bude zaměřená na zvolený program Evropské unie a jeho využití. Abych popsala využití tohoto programu, zvolila jsem si společnost, která tento program použila ke svému podnikání.

Cílem bakalářské práce je praktické využití vybraného programu. Budu se věnovat tomu, zda je můj zvolený program Evropské unie prospěšný společnosti a pokud ano, jak to společnosti pomohlo v jejím podnikání.

1 Podnikání

Přestože se lidé věnovali podnikání již v dávné minulosti, a to výrobou hmotných statků a poskytováním služeb, až v 18. století Richard Cantillon (1680 – 1734) určil novou pracovní profesi „entrepreneur“ (podnikatel). (Srpková, 2010)

První formou podnikání bylo podnikání jednotlivých osob. S rozvíjející se dělbu práce a specializací se činnost podnikání začala rozšiřovat. V dnešní době se tedy můžeme již setkat s mnoha formami podnikání. (Srpková, 2010)

1.1 Teorie podnikání

Je potřeba říct, že znát teorii podnikání, nepřináší automaticky podnikateli zaručený úspěch a zisk. Záleží totiž také na samotném podnikateli a na jeho vlastnostech. Teorie podnikateli pouze napomáhá vést ho k úspěchům.

Teorie podnikání se jako ucelený systém poznatků o podnikání vyvíjela pomalu. Jako samostatná vědní disciplína se koncipovala až v 80. letech 20. století.

Deakins a Freel roztřídili výzkum podnikání do tří přístupů: (Srpková, 2010)

1. **Ekonomický přístup** – je zaměřen hlavně na studium role podnikatele v ekonomickém rozvoji. Tento přístup lze přiblížit buď pomocí Josefa Schumpetera, podle kterého je podnikatel inovátor, nebo Israela Kirznera, podle kterého je podnikatel spekulant.
2. **Psychologický přístup** – je zaměřen hlavně na hledání typických vlastností podnikatele. Bohužel jejich existence nebyla identifikována, proto byl tento přístup kritizován.
3. **Sociálně-ekonomický přístup** – je zaměřen hlavně na hledání vlivu sociálně-ekonomického prostředí na úspěch v podnikání. (Srpková, 2010)

1.2 Základní pojetí podnikání

- **Podnikání jako proces (činnost)** – u tohoto pojetí je nejdůležitější vytvořit něco navíc, nějakou hodnotu, která nemusí být nutně finančního charakteru.
- **Podnikání jako přístup (metoda)** – podnikavý přístup, tj. podnikavost, má charakter kompetence. Podnikavost má tyto znaky:
 - zájem a snaha vytvořit něco navíc, tj. přidanou hodnotu
 - samostatné nalézání příležitostí k realizaci tohoto cíle
 - vkládání a účinné využívání vlastních zdrojů, svého času a jména

- dobrovolné přebírání vlastní odpovědnosti, nesení přiměřeného rizika
- sklízení pozitivních výsledků jako poslední v řadě zainteresovaných
- **Podnikání jako hodnotová orientace** – bývá označována jako „podnikatelský duch“, který představuje strukturu hodnot a postojů. Tato struktura má společenský rozměr, což vyjadřuje mj., jak si společnost váží podnikatelů a jejich podnikání. Dalším rozměrem je rozměr individuální, kde důležitou roli hraje tzv. podnikavý životní způsob. (Srpková, 2010)

1.3 Definice podnikatele dle Nového občanského zákoníku

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“

1.3.1 Soustavná činnost

Soustavná činnost neznamená činnost nepřetržitou, ale takovou, která je vykonávaná s vidinou, že bude vykonávaná i nadále. Nesmí to být činnost náhodná, nahodilá nebo příležitostná.

1.3.2 Samostatná činnost

Osoba, která činnost provozuje, může sama rozhodovat o době a místě výkonu činnosti a organizaci práce podle své vlastní svobodné úvahy a volby. Také musí finančně sama zajišťovat chod podnikání a sama čerpat a rozhodovat o použití zisku z činnosti.

1.3.3 Vlastní účet

Podnikatel provádí svoji činnost pod vlastním jménem popřípadě pod názvem firmy.

1.3.4 Vlastní zodpovědnost

To znamená, že podnikatel ručí za svoje závazky celým svým majetkem, tedy i soukromým.

1.3.5 Dosažení zisku

Dosažení zisku je hlavní cíl podnikání. Za podnikání se považuje i to, že hospodaření skončí ztrátou. (Nový občanský zákoník, 2014)

1.4 Definice podnikání dle živnostenského zákona

„Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“
(Živnostenský zákon, 2014)

1.5 Typy podnikání

- **Podnikání jako životní styl.** Jedná se o malé podnikatele, kteří mají záměrně malou firmu, kterou nechtějí rozšiřovat na jiné trhy, nechtějí mnoho zaměstnanců. Tito podnikatelé podnikají hlavně proto, že nechtějí být zaměstnání u jiného zaměstnavatele, tedy nechtějí být podřízení. Jako příklad může být uveden automechanik na volné noze v malé vesnici, který opravuje auta svým sousedům. Když za opravy zinkasuje potřebné peníze na živobytí, je spokojen.
- **Zdrženlivé podnikání.** Tito podnikatelé již mají větší podniky, obsluhují větší část trhu, vydělávají více peněz, nepřekračují však hranice regionu. Jsou různé příčiny, proč podnikatelé vedou zdrženlivé podnikání, např. podnikatel chce mít velký podnik, avšak nemá na to dostatečné schopnosti nebo podnikatel chce mít malý podnik, avšak má velký odběr, je o jeho produkty velký zájem, proto nátlakem zákazníků musí zvětšit svůj podnik.
- **Nadějně podnikání.** Zde mají podnikatelé jasnou vizi, a to stát se nejlepšími podnikateli na lokálním nebo regionálním trhu. Používají různé agresivní nástroje pro získání zákazníků a udržení na trhu, avšak nepouští se do konkurenčních bojů s velkými podniky.
- **Podnikání s potenciálem vysokého růstu.** Do tohoto podnikání se pouští velmi málo podnikatelů. Musejí nejčastěji vyvinout novou technologii nebo produkt. Před samotným podnikáním je potřeba podrobně analyzovat trh. Je zde potřeba profesionální vedení podniku, protože konkurenty jsou již zavedené firmy s profesionálním managementem.
- **Revoluční podnikání.** V revolučním podnikání přicházejí podnikatelé s kompletně novou koncepcí samotného podnikání, ostatní podnikatelé jim nestačí. (Srpová, 2010)

1.6 Právní formy podnikání

1. **individuální podnikatel** - fyzická osoba, podnikající na základě živnostenského oprávnění (Živnostník, 2014)

1.6.1 Typy podnikání

- **Podnikání jako životní styl.** Jedná se o malé podnikatele, kteří mají záměrně malou firmu, kterou nechtějí rozšiřovat na jiné trhy, nechtějí mnoho zaměstnanců. Tito podnikatelé podnikají hlavně proto, že nechtějí být zaměstnání u jiného zaměstnavatele, tedy nechtějí být podřízeni. Jako příklad může být uveden automechanik na volné noze v malé vesnici, který opravuje auta svým sousedům. Když za opravy zinkasuje potřebné peníze na živobytí, je spokojen.
- **Zdrženlivé podnikání.** Tito podnikatelé již mají větší podniky, obsluhují větší část trhu, vydělávají více peněz, nepřekračují však hranice regionu. Jsou různé příčiny, proč podnikatelé vedou zdrženlivé podnikání, např. podnikatel chce mít velký podnik, avšak nemá na to dostatečné schopnosti nebo podnikatel chce mít malý podnik, avšak má velký odběr, je o jeho produkty velký zájem, proto nátlakem zákazníků musí zvětšit svůj podnik.
- **Nadějně podnikání.** Zde mají podnikatelé jasnou vizi, a to stát se nejlepšími podnikateli na lokálním nebo regionálním trhu. Používají různé agresivní nástroje pro získání zákazníků a udržení na trhu, avšak nepouští se do konkurenčních bojů s velkými podniky.
- **Podnikání s potenciálem vysokého růstu.** Do tohoto podnikání se pouští velmi málo podnikatelů. Musejí nejčastěji vyvinout novou technologii nebo produkt. Před samotným podnikáním je potřeba podrobně analyzovat trh. Je zde potřeba profesionální vedení podniku, protože konkurenty jsou již zavedené firmy s profesionálním managementem.
- **Revoluční podnikání.** V revolučním podnikání přicházejí podnikatelé s kompletně novou koncepcí samotného podnikání, ostatní podnikatelé jim nestačí. (Srpková, 2010)

1.6.2 Právní formy podnikání

2. **individuální podnikatel** - fyzická osoba, podnikající na základě živnostenského oprávnění (Živnostník, 2014)
3. **obchodní korporace**
 - a. osobní
 - i. veřejná obchodní společnost – společnost alespoň dvou lidí, které se účastní na jejím podnikání nebo správě jejího majetku a ručí za její dluhy společně a nerozdílně
 - ii. komanditní společnost - společnost, v níž alespoň jeden nebo více společníků ručí za její dluhy omezeně (komanditista) a alespoň jeden společník neomezeně (komplementář)
 - b. kapitálové
 - i. společnost s ručením omezeným – společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků a jejíž společníci ručí za závazky společnosti, dokud nebylo zapsáno splacení vkladů do obchodního rejstříku
 - ii. akciová společnost – společnost, jejíž základní kapitál je rozvržen na určitý počet akcií o určité jmenovité hodnotě. Společnost odpovídá za porušení závazků celým svým majetkem. Akcionář neručí za závazky společnosti.
4. **družstva** – je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo má alespoň tři členy. (Zákon o obchodních korporacích, 2012)
5. **státní podniky** – jsou to právnické osoby provozující podnikatelskou činnost s majetkem státu vlastním jménem a na vlastní odpovědnost (Zákon o státním podniku, 1997)
6. **Evropské hospodářské zájmové sdružení** – je právnickou osobou, jež se zakládá smlouvou o sdružení. (Zákon o Evropském hospodářském zájmovém sdružení, 2004)
7. **evropská společnost** – cílem je usnadnit volný pohyb osob, kapitálu a podnikatelských subjektů po celé Evropské unii (Evropská společnost – SE, 2013)

8. **evropská družstevní společnost** – na její založení na území České republiky, se může účastnit i právnická osoba, jejíž skutečné sídlo leží mimo členských států Evropské unie nebo jiných států tvořících Evropský hospodářský prostor, jestliže je založena podle práva některého členského státu, má zapsané sídlo v členském státě a má trvalý a efektivní vztah k ekonomice členského státu (Zákon o evropské družstevní společnosti, 2006)
9. **ostatní** (Synek a kol., 2011)

1.7 Podnikatel

Pojem „podnikatel“ lze vyložit různými způsoby.

1.8 Podnikatel podle slovníku pojmů

- osoba zapsaná v obchodním rejstříku
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů
- fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu (Slovník pojmů, 2014)

2 Podnik

Pojem podnik si lze vyložit různými způsoby:

- **Nejobecněji** – zde je podnik brán jako subjekt, kde dochází k přeměně vstupů na výstupy
- **Obsáhleji** – zde je podnik vymezen jako ekonomicky a právně samostatná jednotka, která existuje za účelem podnikání.
- **Právně** – zde je podnik brán jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. (Srpková, 2010)

2.1 Všeobecné znaky podniku

- **Kombinace výrobních faktorů** – jen kombinací faktorů vzhledem k výstupům je podnik
- **Princip hospodárnosti** – vyjadřuje snahu podniku pracovat co nejhospodárněji, a to:

- maximalizací výstupu
- minimalizací vstupu
- optimalizací vztahu mezi vstupy a výstupy
- **Princip finanční rovnováhy** – je vidět ve schopnosti podniku plnit své platební povinnosti

2.2 Specifické znaky podniku

- **Princip soukromého vlastnictví** – vyjadřuje převažující vlastnickou formu, v jejímž důsledku si podnikatel vyhrazuje právo přímo nebo nepřímo se zúčastňovat na řízení podniku.
- **Princip autonomie** – vyjadřuje svobodu a nezávislost podnikání, která je řízena tržními vztahy bez direktivních zásahů státu.
- **Princip ziskovosti** – určuje, že výsledkem podnikání musí být zisk a podnikatel musí maximalizovat zisk ve vztahu k vloženému kapitálu. (Srpová, 2010)

2.3 Členění podniků

Dle počtu zaměstnanců členíme podniky takto:

- **malý podnik** – do 50 zaměstnanců
- **střední podnik** – do 250 zaměstnanců
- **velký podnik** – nad 250 zaměstnanců. (Srpová, 2010)

2.4 Malé a střední podniky

2.4.1 Výhody malých a středních podniků

- flexibilita, což je schopnost rychle se adaptovat na požadavky a výkyvy trhu
- jednoduchá organizační struktura, osobní vztah k zaměstnancům
- schopnost generovat pracovní příležitosti při nízkých kapitálových nákladech
- blízký vztah k zákazníkovi
- méně rozsáhlá administrativa, případně zabezpečovaná pomocí outsourcingu
- menší náročnost činností na energie a suroviny

2.4.2 Hlavní omezení malých a středních podniků

- **negativní společenské vnímání podnikatelů** – tito podnikatelé mají za viníky hlavně média, která málo ukazují příklady jejich úspěšného podnikání
- **horší přístup ke kapitálu** – u malých a středních podniků je těžší získat úvěr, než u velkých podniků
- **vzdělání v oblasti podnikání** – podnikatelé si myslí, že systém vzdělávání neklade dostatečný důraz na podnikání
- **omezené inovační kapacity a nízké výdaje do vědy a výzkumu** – vysoký počet inovací, avšak nižších řádů
- **administrativní zátěž** – nadměrná byrokracie (Veber, Srpová a kol, 2012)

2.4.3 Hlavní důvody zániku malých a středních podniků

- **podkapitalizace** – podceňování množství kapitálu
- **špatný peněžní tok** – peníze přicházející do podniku musejí krýt výdaje, na chybě jsou většinou odběratelé a jejich špatná platební morálka
- **nedostatečné plánování** – je důležité sestavit realistický podnikatelský plán
- **chybějící konkurenční výhoda** – nezbytnost odlišit se od konkurenčních podniků
- **nedostatečný marketing** – podnikatel si musí určit, kdo bude jeho zákazník a proč
- **snaha vědět o všem a dělat všechno sám** – nutná potřeba specialistů
- **nekontrolovaný růst** – pokud podnik roste příliš rychle, může s tím mít problémy, např. nebude mít dostatek hotových peněz (Srpová, 2010)

2.5 Velké podniky

2.5.1 Výhody velkých podniků

- využití své kapitálové síly, kapacitní možnosti, postavení na trhu, centralizovaný nákup, distribuce, propagace
- vlastní výzkumné a vývojové kapacity, zaměstnanci jsou špičkoví odborníci
- snazší získání cizích zdrojů a za lepších podmínek
- větší možnost diverzifikace produkce
- orientace na národní i mezinárodní trhy

2.5.2 Nevýhody velkých podniků

- menší pružnost
 - vysoká míra byrokracie
 - vysoké náklady na správu podniku
 - horší přizpůsobivost změnám trhu
 - větší přepravní vzdálenosti
 - „vzdalování“ výkonných pracovníků od vrcholového vedení podniku
- (Srpková, 2010)

Další částí moji práce je Evropská unie.

3 Evropská unie

3.1 Politika čerpání zdrojů

Česká republika přistoupila dne 1. května 2004 k Evropské unii. Tímto jsme se zařadili do společenství vyspělých evropských zemí.

Odstranění či alespoň snížení ekonomických rozdílů je úkolem politiky sociální a hospodářské soudržnosti. K dosažení tohoto cíle jsou zejména strukturální fondy Evropské unie a Fond soudržnosti Evropské unie. Vláda České republiky stanovila ze strukturálních fondů tyto **priority**:

- konkurenceschopnost
- zaměstnanost
- reforma veřejných financí
- udržitelný rozvoj

Na tyto priority je směřována hlavní část pomoci ze strukturálních fondů. V souladu se snahou o větší efektivnost vynakládaných prostředků bylo rozhodnuto o naplňování tří **cílů**:

- **Cíl 1 – podpora rozvoje zaostávajících regionů**

Cíl je zaměřen na investice do výroby a na trvale udržitelný rozvoj. Do těchto regionů se investuje 70 % dostupných prostředků.

- **Cíl 2 – podpora hospodářské a společenské přeměny oblastí, jež čelí strukturálním problémům**

Jde o podporu oblastí potýkajících se s restrukturalizací, patří sem všechny městské i venkovské, průmyslové oblasti, které nespádají pod Cíl 1. Oblasti musejí vykazovat narůstající kriminalitu, špatnou úroveň školství, nezaměstnanost nebo zhoršené životní prostředí. (Vilamová, 2005)

- **Cíl 3 – modernizace systémů vzdělávání a podpora zaměstnanosti**

Do financování podle tohoto cíle, zaměřeného na lidské zdroje, jsou začleněny ty regiony, které se potýkají s problémy na trhu práce a s nezaměstnaností. Na

realizaci tohoto cíle se vynakládá 12,3 % celkových prostředků. (Vilamová, 2005)

3.2 Malé a střední podniky v Evropské unii

Od 1. ledna 2005 je v platnosti nová definice MSP (malé a střední podniky) v EU. Jedním z hlavních důvodů byla snaha o sjednocení pohledu MSP z hlediska jejich finančních přepojení na jiné podniky. Snahou je zabezpečit poskytování podpory pro podniky, které ji skutečně potřebují. (Vilamová, 2005)

Klíčovým aspektem průmyslové politiky je potřeba zvýšit počet nově vzniklých malých a středních podniků a podpořit zavedení malé a střední podniky při rozšiřování jejich činností. Je navrhována řada strategicky významných intervencí, které mají umožnit malým a středním podnikům uskutečnit rozvojové plány. (Vilamová, 2005)

Priority a opatření Operačního programu Průmyslu a podnikání (OPPP)

- **Priorita 1 – rozvoj podnikatelského prostředí**

Cílem je zajištění konkurenceschopnosti českých podniků na světových trzích. Dobře fungující podnikatelská infrastruktura by měla usnadnit a urychlit rozvoj podnikatelské sféry a podpořit a povzbudit vznik nových podniků. Dalším cílem této priority je zajištění hmotné a nehmotné podpory rozvoje podnikatelských a průmyslových činností. Zaměřuje se na vytváření podmínek k zvyšování konkurenceschopnosti a posílení exportní výkonnosti České republiky. Hlavním cílem této priority je zlepšení podnikatelského prostředí. Je navrhována podpora investic, jež povede k vytvoření podmínek k zajištění úspěšného působení českých podniků na tržích. (Vilamová, 2005)

Konkrétně jde o:

- podporu investic do infrastruktury pro výzkum a vývoj
 - zajištění hmotné infrastruktury včetně průmyslových lokalit a parků
 - zajištění podpory rozvoje školicích zařízení pro rozvoj lidských zdrojů
 - naplnění potřeb v oblasti poradenství a informace
- **Priorita 2 – rozvoj konkurenceschopnosti podniků**

Tato priorita se zejména zaměřuje na konkurenceschopnost malých a středních podniků a na rozšiřování výzkumně – vývojových průmyslových aktivit. Priorita je spojena s aktivitami Společného regionálního operačního programu (SROP).

SROP se zaměřuje na vytvoření nových a na zajištění stávajících pracovních míst ve vybraných problémových regionech, ovšem priorita 2 se orientuje na podporu podnikání ve všech regionech a na zvyšování konkurenceschopnosti podniků. Tato priorita zahrnuje investice vedoucí k naplnění těchto cílů:

- rozvoj malých a středních podniků
- podpora inovací
- snižování energetické náročnosti a vyšší využití obnovitelných zdrojů energie

- **Priorita 3 – technická pomoc**

Zahrnuje všechny podpůrné aktivity prováděné subjekty implementační struktury OPPP a řídicím orgánem s cílem podpořit účinnost prováděné podpory. Kvalita a efektivnost investovaných prostředků se bude zvyšovat, tím bude větší dopad operačního programu. (Vilamová, 2005)

3.3 Nástroje regionální politiky

Základními finančními nástroji pro realizaci regionální politiky jsou:

1. společný rozpočet EU
2. strukturální fondy

Tyto nástroje soustřeďují finanční prostředky Evropské unie určené na zmenšování rozdílů mezi regiony a sociálními skupinami států. Kandidátské země jsou podporovány prostřednictvím předvstupní pomoci pro svou realizaci regionální politiky. (Vilamová, 2004)

1. Rozpočet EU

Rozpočet Evropské unie slouží k financování společných aktivit, liší se od národních rozpočtů jednotlivých členských států. Jedná se především o tyto rozdíly:

- velikost podílu rozpočtu EU na hrubý národní produkt EU nesměl přesáhnout v letech 2000 – 2006 hranici 1,27 %

- výdaje rozpočtu se směřují na strukturální operace a na společnou zemědělskou politiku
- rozpočet musí být vyrovnaný, není možné, aby byl deficitní
- má přesně vymezené a limitované zdroje příjmu (Vilamová, 2004)

2. Strukturální fondy Členské státy přispívají danou finanční částkou do společného rozpočtu Společenství, aby pomohly méně prosperujícím regionům a sociálním skupinám. Tato finanční solidarita je vlastně evropská regionální politika. Ve smyslu nařízení Rady ES se strukturálními fondy rozumí:

- a) Evropský fond regionálního rozvoje
- b) Evropský sociální fond
- c) Evropský zemědělský podpůrný a záruční (garanční) fond
- d) Finanční nástroj na podporu rybolovu (Vilamová, 2004)

3.3.1 Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)

Jeho posláním je vyrovnat regionální rozdílnosti ve Společenství a podporovat udržitelný a stabilní rozvoj. Tento fond, který byl založen v roce 1975, je dodnes objemem finančních prostředků největším strukturálním fondem. Poskytuje finanční podporu programům regionálního rozvoje zaměřeným na nejvíc znevýhodněné regiony. Hlavním cílem je prosazovat sociální a hospodářskou soudržnost v EU snižováním rozdílů mezi sociálními skupinami nebo regiony. Finanční pomoc z ERDF je zaměřena na:

- podporu malých a středních podniků
- zlepšování infrastruktury
- prosazování produktivních investic
- pokračování místního rozvoje
- investice do vzdělání, zdraví a rozvoje místního potenciálu
- investice zaměřené na životní prostředí (Vilamová, 2004)

3.4 Evropský sociální fond

Prostředky fondu mají především napomoci integraci nezaměstnaných a osob dlouhodobě nezaměstnatelných, rychlejšímu zapojení mladých lidí do pracovního procesu, uplatňování stejných příležitostí na trhu práce, adaptaci pracovníků na

průmyslové změny, stabilizaci a dalšímu růstu zaměstnanosti, podpoře lidských zdrojů ve výzkumu a vývoji a dalšímu zkvalitnění vzdělávání a kvalifikace. Tento fond, který byl založen v roce 1960, je hlavním nástrojem sociální politiky a zaměstnanosti EU. Pomoc je zaměřena především na nezaměstnanou mládež, dlouhodobě nezaměstnané a sociálně znevýhodněné skupiny a ženy. Fond je nejstarším strukturálním fondem, který investuje v partnerství s členskými státy do programů na rozvoj lidských dovedností a pracovního potenciálu. (Vilamová, 2004)

ESF poskytuje finanční prostředky EU ve velkém pro programy, které rozvíjejí nebo obnovují zaměstnanost lidí. Tento úkol je zaměřen na poskytování občanům vhodnou pracovní dovednost, ale i rozvíjet jejich schopnosti společenské interakce, čímž se zvyšuje jejich sebedůvěra a schopnost přizpůsobit se trhu práce. ESF směřuje svou podporu do strategických dlouhodobých programů. Tyto programy pomáhají regionům po celé Evropě, zvláště těm zaostávajícím, aktualizovat a modernizovat dovednosti pracovní síly a pěstovat podnikatelské iniciativy. Do těchto regionů to poté láká domácí i zahraniční investice, a tím jim pomáhá dosáhnout větší ekonomické konkurenceschopnosti a prosperity. Členské státy plánují programy spolu s Evropskou komisí. Poté se tyto programy realizují prostřednictvím široké škály zajišťujících organizací jak ve veřejném, tak v soukromém sektoru. Mezi tyto organizace patří národní, regionální a místní úřady, vzdělávací a školící ústavy, dobrovolné organizace a sociální partneři, tj. odbory a závodní výbory, průmyslové a profesní asociace a jednotlivé společnosti. (Vilamová, 2004)

3.4.1 Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond (EAGGF)

Tento fond se dělí na část záruční, kterou tvoří okolo 95 % všech výdajů fondu. Slouží ve většině případů pro financování Společné zemědělské politiky. Další část fondu je podpůrná, která disponuje pouze zhruba dvacetinou celkových financí fondu. Tato část se podílí na financování operací, které jsou zaměřeny na:

- podporu zemědělství v horských a podhorských oblastech
- napomáhání mladým farmářům
- ustavení producentůvých asociací
- optimalizaci struktury a kvality zemědělské produkce
- konverzi, diverzifikaci, reorientaci a podporu kvality zemědělské produkce

- rozvoj venkovské infrastruktury
- ostatní opatření jako jsou prevence přírodních pohrom, obnova vesnic, ochrana venkovského (kulturního) dědictví, rozvoj a využití lesů, ochrana prostředí a krajiny a finanční řízení. (Vilamová, 2004)

Záruční část fondu se stará o různá finanční opatření – stabilizace cen, vývozní kompenzace, atd. a orientační část má za úkol podporovat modernizaci a racionalizaci zemědělské výroby. (Vilamová, 2004)

3.4.2 Finanční nástroj na podporu rybolovu (FIFG)

Fond přispívá k vyváženému čerpání zdrojů v oblasti rybolovu nebo k revitalizaci oblastí závislých na rybolovu. Z prostředků jsou spolufinancovány:

- změny v rybářském sektoru
- modernizace loďstva
- rozvoj chovu ryb
- ochrana některých přímořských oblastí
- vybavení rybářských přístavů
- výroba a obchod s rybími výrobky
- podpora výroby

Cílem finančního nástroje je podpora přímořských a restrukturalizace rybářského odvětví.

3.5 Kohezní fond (CF)

Vedle strukturálních fondů existuje od roku 1993 Kohezní fond (Fond soudružnosti). Fond poskytuje prostředky těm členským zemím, které nedosahují 90 % průměrné úrovně HDP na obyvatele EU a zároveň usilují o splnění maastrichtských kritérií vstupu do Hospodářské a měnové unie. Tato kritéria jsou přesná zejména v oblasti deficitu státních financí a velikosti státního dluhu. EU proto pomáhá prostřednictvím tohoto fondu financovat zemím investice s dlouhým obdobím návratnosti, tj. výstavbu infrastruktury a ekologická opatření. Kohezní fond podporuje tyto typy projektů:

- environmentální projekty přispívající k politice ochrany životního prostředí

- projekty společného zájmu v oblasti dopravní infrastruktury (TEN – transevropské sítě)
- studie a opatření technické pomoci, které podporují environmentální a infrastrukturní projekty (přípravné studie, komparativní studie...)

Fond soudržnosti EU – Kohezní fond je doplňkovým fondem, nikoli strukturálním. Jeho cílem je posílit hospodářskou a sociální soudržnost. (Vilamová, 2004)

3.6 Iniciativy Společenství

Iniciativy se zaměřují na hledání společných řešení problémů, jež se projevují v celé Unii. Na tyto iniciativy se vynakládá 5,35 % rozpočtu strukturálních fondů. Každou z Inicativ Společenství financuje pouze jeden fond. Koordinací aktivit je pověřeno Generální ředitelství DGXVII Evropské komise – Regionální politika a soudržnost. (Vilamová, 2004)

Jedná se o čtyři iniciativy:

1. **Interreg III** – iniciativa zaměřená na podporu příhraniční, nadnárodní a meziregionální spolupráce (tj. na vytváření příhraničních partnerství za účelem vyváženého rozvoje oblastí tvořených více regiony). Tuto iniciativu financuje Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF).
2. **Urban II** – iniciativa na podporu inovačních strategií pro regeneraci měst a zaostávajících městských částí. Cílem je podporovat ekonomickou a sociální revitalizaci měst a předměstí, které jsou v krizové situaci. Tuto iniciativu financuje ERDF.
3. **Leader +** - iniciativa, jejímž cílem je podněcovat spolupráci aktivních činitelů působících ve venkovských společnostech a ekonomikách. Hlavní cíl je podpora rozvoje venkova prostřednictvím iniciativy lokálními aktivisty. Tato iniciativa je financována z prostředků podpůrné části EAGGF.
4. **EQUAL** – iniciativa zaměřená na odstranění nerovných podmínek a diskriminace na trhu práce. Cílem je podporovat rozvoj nových metod v boji proti diskriminaci a nerovnosti na všech úrovních přístupu na trhu práce. Tuto iniciativu financuje ESF

Takto definované programy (iniciativy) působí na hospodářské a sociální struktury s těmito cíli:

- rozvíjet infrastrukturu (především dopravní a energetickou)
- rozšiřovat telekomunikační služby
- pomáhat firmám a zajišťovat školení pracovníků
- šířit know-how a nástroje informační společnosti

Rozvojové iniciativy financované ze strukturálních fondů musí splňovat konkrétní potřeby zjištěné v podmínkách jednotlivých regionů a členských států. Realizace je decentralizována, což znamená, že ji mají na starosti národní a regionální úřady. (Vilamová, 2004)

3.7 Charakteristika finanční pomoci ze strukturálních fondů

Pomoc je určena těmto skupinám:

- 1) Znevýhodněné regiony
- 2) Oblasti se specifickým postižením
- 3) Ohrožené sociální skupiny
- 4) Místní a regionální úřady

3.7.1 Znevýhodněné regiony

➤ **regiony zaostávají v rozvoji (Cíl 1)**

Jedná se o regiony, kde HDP na jednoho obyvatele nepřesahuje 75 % průměru ve Společenství. Je zde nízká úroveň investování, nadprůměrná míra nezaměstnanosti, nedostatek služeb pro obyvatelstvo i pro firmy a nerozvinutá základní infrastruktura. Další regiony, které potřebují pomoc, jsou řídké osídlené, nejvzdálenější, např. Severní Irsko, pobřežní oblasti Švédska. (Ježková, Ježek, 2011)

➤ **regiony procházející konverzí (Cíl 2)**

Jde o regiony, které mají obtíže typu restrukturalizace probíhající v průmyslu nebo v sektoru služeb, úpadek tradičních činností ve venkovských oblastech, upadající městské oblasti, v odvětví rybolovu a produkci ryb. (Ježková, Ježek, 2011)

3.7.2 Oblasti se specifickým postižením

➤ **příhraniční oblasti (Interreg III A)**

Všechny příhraniční oblasti EU mají nárok na podporu zaměřenou na zlepšení spolupráce se sousedy na druhé straně hranice (Ježková, Ježek, 2011)

➤ **upadající městské oblasti (Urban II)**

Tato pomoc je poskytována přibližně padesáti městským okrskům. Jedná se o pomoc při zavádění nově pojatých strategií hospodářské a sociální obnovy. (Ježková, Ježek, 2011)

➤ **venkovské oblasti (záruční část EAGGF + Leader +)**

Tato opatření na rozvoj venkova v EU mimo venkovské oblasti spadající pod Cíle 1 a 2 jsou financována na základě Společné zemědělské politiky EU. Jde o investice do životního prostředí, do zemědělského podnikání a na podporu místních produktů. (Ježková, Ježek, 2011)

➤ **oblasti s rybolovem (FIFG)**

Společná politika je zaměřena na usměrňování a urychlování restrukturalizace tohoto odvětví. Pomoc ze strany Společenství je určena na racionalizaci a modernizaci rybářství v příslušných oblastech EU. (Ježková, Ježek, 2011)

3.7.3 Ohrožené sociální skupiny

➤ **lidé obtížně umístitelní na trhu práce (Cíl 3)**

Hlavní sociální skupiny tvoří mladí lidé, dlouhodobě nezaměstnaní, lidé zasažení sociální okluzí a nekvalifikovaní pracovníci (Ježková, Ježek, 2011)

➤ **lidé vystavení diskriminaci a nerovnosti příležitostí na trhu práce (Equal)**

Některé sociální skupiny mají na trhu práce zvlášť slabé postavení. Především v důsledku diskriminace, která může souviset s jejich pohlavím, rasou či etnickým původem, náboženstvím, věkem, tělesným nebo duševním postižením, sexuální orientací. (Ježková, Ježek, 2011)

3.7.4 Místní a regionální úřady

➤ **nadnárodní spolupráce, spolupráce mezi regiony (Interreg III B a C)**

Na opatřeních v rámci nadnárodní a meziregionální spolupráce se mohou podílet všechny místní úřady v unii.

Větev B – zdokonalování územního plánování ve velkých prostorových celcích

Větev C – podpora spolupráce a výměny zkušeností mezi subjekty zúčastněnými na rozvojových projektech regionálního a místního významu. (Ježková, Ježek, 2011)

Sektory podporované strukturálními fondy

1. Podnikání
2. Doprava
3. Životní prostředí
4. Výzkum a inovace
5. Informační společnost
6. Zaměstnanost
7. Rybolov
8. Cestovní ruch a kultura
9. Soutěž
10. Regionální plánování
11. Rozšíření
12. Mírové iniciativy

Příprava ČR na využití pomoci ze strukturálních fondů

A. Postup programování

Realizace politiky hospodářské a sociální soudržnosti se provádí prostřednictvím tzv. programování. Je založeno na rozdělování finančních prostředků Společenství na základě víceletých rozvojových programů. (Ježková, Ježek, 2011)

Strukturální fondy nepřispívají k financování jednotlivých akcí, ale k podpoře rozvojových programů, které mají svůj vlastní rozpočet členěný podle priorit a jednotlivých opatření.

Rozvojové programy se dále rozpadají na priority, subprogramy a opatření s jednotlivými vlastními rozpočty. (Ježková, Ježek, 2011)

První fází přípravy k využití finanční pomoci ze strukturálních fondů je fáze vytvoření základních programových dokumentů. O detailech programů rozhoduje členský stát nebo jeho řídicí orgán a schvaluje monitorovací výbor. Po schválení dokumentů se může začít s realizací projektu. (Ježková, Ježek, 2011)

Druhy programovacích dokumentů:

a) vícestupňový systém:

- Národní rozvojový plán
- Rámec podpory Společenství
- Operační programy

b) zjednodušený systém:

- Jednotný programový dokument

B. Národní rozvojový plán (NRP)

Mezi programovými dokumenty zaujímá výjimečné místo. Představuje základní strategický dokument pro získání podpory ze strukturálních fondů a z Fondu soudržnosti EU. Struktura a obsah dokumentu vychází z legislativy EU. Dokument je připravený členským státem a založený na příslušných prioritách států a regionů, které musí být v souladu s legislativou Společenství. Je podkladem pro vyjednávání o finanční pomoci s Evropskou komisí. (Ježková, Ježek, 2011)

Obsah:

- kvantifikovaný popis současné situace v daném území
- strategie pro dosažení cílů (priority o opatření)
- návrh financování (národní zdroje a finanční zdroje EU)
- předběžné hodnocení
- partnerství
- předběžné ověření adicionality
- prováděcí ustanovení

Národní rozvojový plán představuje zevrubné zdůvodnění potřeby popor a definuje cíle, jichž má být dosaženo. Detailní cíle a podmínky čerpání podpory na jejich dosažení v jednotlivých oblastech jsou pak specifikovány v operačních programech (sektorově nebo regionálně zaměřených) a jejich dodatcích. (Ježková, Ježek, 2011)

Základní oblasti rozvoje, jejichž realizací budou naplňovány specifické cíle, jsou definovány jako tzv. prioritní osy. NRP definuje celkem šest os:

1. Posílení konkurenceschopnosti průmyslu a podnikatelských služeb
2. Rozvoj dopravní infrastruktury
3. Rozvoj lidských zdrojů
4. Ochrana a zkvalitňování životního prostředí
5. Rozvoj venkov a multifunkčního zemědělství
6. Rozvoj cestovního ruchu

C. Rámec podpory Společenství

Tento dokument schválila Evropská komise po dohodě s příslušným státem na základě předloženého rozvojového plánu. Zajišťuje koordinaci veškeré pomoci EU, je rozčleněný podle priorit a realizuje se prostřednictvím jednoho nebo více operačních programů.

Obsah:

- stanovení strategií a priorit
- povaha a doba trvání operačních programů
- finanční plán
- opatření pro realizaci
- předběžné ověření adicionality
- informace o transparentnosti finančních toků

Strategie programového dokumentu Rámec podpory Společenství má pět operačních programů:

- OP Průmysl a podnikání
- OP Infrastruktura
- OP Rozvoj lidských zdrojů
- OP Rozvoj venkova multifunkčního zemědělství
- Společný regionální operační program

Řídícím orgánem pro RPS je Ministerstvo pro místní rozvoj. Tento orgán je odpovědný za věcnou koordinaci pomoci v rámci strukturální politiky EU a rovněž za komunikaci s Evropskou komisí. (Ježková, Ježek, 2011)

D. Operační programy

Operační program je dokument, který je schválený Evropskou komisí a určený pro realizaci Rámce podpory Společenství. Obsahuje komplexní soubor priorit, zahrnujících víceletá opatření. Program může být financován z jednoho nebo více fondů, z jednoho nebo více různých stávajících finančních nástrojů a Evropské investiční banky. (Ježková, Ježek, 2011)

Obsah OP:

- priority (shoda s Rámcem podpory, kvantifikace cílů a hodnocení očekávaného vlivu)
- popis opatření pro provádění priorit
- víceletý finanční plán (předp. přiděl finančních prostředků pro každou prioritu)
- opatření pro realizaci (řídící orgány, mechanismy, monitorovací a hodnotící systémy, kontrola)

Operační program je doplněn tzv. programovým dodatkem, který slouží k implementaci programových dokumentů. Obsahuje detailní prvky na úrovni opatření. Vypracovává ho členský stát nebo řídící orgán a posílá se pro informaci Evropské komisí. (Ježková, Ježek, 2011)

E. Jednotný programový dokument

Je to dokument, který je schválený Evropskou komisí a je obsahovým kompilátem Rámce podpory Společenství a operačního programu. (Ježková, Ježek, 2011)

Tento dokument obsahuje i programový dodatek.

Obsah:

- stanovení strategií a priorit
- souhrnný popis plánovaných opatření k realizaci priorit
- orientační finanční plán
- opatření pro realizaci
- předběžné ověřené adicionality (odsouhlasené členským státem a Komisí)

- informace o transparentnosti finančních toků (zejména mezi státem a přijímacím regionem) (Ježková, Ježek, 2011)

4 Programy podpory

- a) Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
 - b) Podnikání a inovace
 - c) Lidské zdroje a zaměstnanost
 - d) Komunitární programy
 - e) Investiční pobídky
 - f) Rámcový Program – Žádání o dotace
 - g) Program GESHER / MOST
 - h) Projekt Czech Eko Systém
 - i) Program podpory mezinárodní technologické spolupráce (Programy podpory 2014)
- a) Program (OP PIK) pro programové období 2014 – 2020 intenzivně připravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR ve spolupráci s Agenturou na podporu podnikání Czech Invest. OP PIK bude čerpat z Evropského fondu pro regionální rozvoj a bude podporovat aktivity formou jak dotací, tak i formou finančních nástrojů (především zvýhodněné úvěry a záruky), nebo popř. kombinací těchto podpor. OP PIK sestává z 5 prioritních os. Tyto osy pokrývají celkem 12 investičních priorit v rámci 5 tematických cílů. (Programy podpory 2014)

PO 1 – Rozvoj výzkumu a vývoje pro inovace

PO 2 – Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků

PO 3 – Účinné nakládání energií, rozvoj energetické infrastruktury a obnovitelných zdrojů energie, podpora zavádění nových technologií v oblasti nakládání energií a druhotných surovin

PO 4 – Rozvoj vysokorychlostních přístupových sítí k internetu a informačních a komunikačních technologií

PO 5 – Technická pomoc

Podpora je určena přednostně malým a středním podnikům, nicméně specifické aktivity jsou mj. vhodné taktéž pro velké podniky, podnikatelská seskupení,

výzkumné organizace, provozovatele inovační infrastruktury, obecně prospěšné společnosti, neziskové organizace či orgány státní správy a samosprávy. (Programy podpory 2014)

- b) Operační program je hlavním dokumentem Ministerstva průmyslu a obchodu, na jehož základě je ČR poskytována finanční podpora podnikatelům, a to jak ze zdrojů státního rozpočtu, tak z prostředků Evropské unie. Operační program navazuje na Operační program Průmysl a podnikání. Globálním cílem je zvýšení konkurenceschopnosti sektoru průmyslu a služeb a rozvoj podnikání.
- c) Podnikání není jen pořízování nemovitostí a strojů, jsou to především lidé, kteří pracují. Důležitou součástí podpory podnikání z evropských fondů je podpora rozvoje lidských zdrojů. Jedná se o dotace na školení zaměstnanců nebo zavádění standardů jejich rozvoje.
- d) Tato specificky zaměřená skupina slouží k prohlubování spolupráce a řešení společných problémů členských i kandidátských zemí EU v oblastech, které přímo souvisejí s politikami EU. Jsou financovány z rozpočtu EU, a to formou grantů. Komunitární programy spravuje Evropská komise nebo specializované agentury, které Komise zřídila. Projekt může podat členský i nečlenský stát EU. Jedná se například o programy: Erasmus, Leonardo da Vinci, 7. rámcový program pro vědu a výzkum v rámci Programu celoživotního učení, program Galileo. Pro rok 2014 je již schválen program COSME, který se zaměřen na konkurenceschopnost malých a středních podniků.
- e) V ČR mohou čerpat investiční pobídky nejen investoři zavádějící výrobu nebo rozšiřující produkci, ale také technologická centra a centra strategických služeb. Investor může získat slevu na dani z příjmů po dobu 10 let místo stávajících 5 let. Úplnou novinkou je zavedení institutu strategické investiční akce. To znamená, že kromě standardních investičních pobídek mohou takto označené projekty získat hmotnou podporu na kapitálovou investici až do výše 5 % nákladů. Podpora se týká zpracovatelského průmyslu a technologických center.
- f) Žádosti o dotace dle uzavřených rámcových programů se předkládají do 30. června 2014.
- g) Program mezinárodní spolupráce mezi ČR a státem Izrael v aplikovaném výzkumu a experimentálním vývoji. Je určen na podporu účasti českých podniků

všech velikostí ve spolupráci s izraelským partnerem. Účast veřejné výzkumné instituce je možná pouze ve spolupráci se soukromou firmou.

- h) Cílem projektu Czech Eko Systém je zlepšení kvality a dostupnosti specifických poradenských služeb zaměřených na přípravu projektů inovačních malých a středních podniků jako potenciálních příjemců rizikového kapitálu pro zvýšení jejich konkurenceschopnosti. Projekt je zaměřen na efektivní rozvoj aktivit žadatelů z prostředí malého a středního podnikání. Žadateli účast v projektu umožní získání praktických zkušeností při komercializaci vlastního produktu. Projekt je realizován agenturou CzechInvest.
- i) Program je zaměřený na podporu a posílení spolupráce českých technologických podniků všech velikostí se zahraničními partnery ze zemí mimo EU. Jejich společné projekty by měly vést k zavedení či rozšíření technologicky vyspělých výrobků nebo procesů, včetně vývoje softwaru a aplikací. (Programy podpory 2014)

PRAKTICKÁ ČÁST

V praktické části se budu zabývat tím, jaké možnosti má budoucí mladý podnikatel. Protože jsem studentka fakulty ekonomické a chtěla bych se po škole věnovat svému oboru, zajímalo mě, jaké možnosti po ukončení vysoké školy mám. Chtěla jsem vědět, jaké otázky si musím položit, když chci začít podnikat. Dále mě zajímalo, jestli mě např. finančně nepodpoří stát nebo Evropská unie.

5 Mám na to být dobrým podnikatelem?

Aby se člověk mohl stát dobrým podnikatelem, měl by mít těchto pár základních předpokladů:

- být vůdčí osobnost
- být sebevědomý
- dělat rád svoje vlastní rozhodnutí
- mít rád zodpovědnost
- plánovat vlastní projekty od začátku do konce
- být nezávislý
- mít disciplínu
- být flexibilní
- číst publikace o podnikání
- umět pracovat s počítačem
- být schopen investovat do podnikání z vlastních úspor
- uvědomit si, jestli ví něco o oboru, ve kterém chce podnikat
- mít školení v podnikání nebo ekonomické vzdělání
- být připraven pracovat přesčas
- být připraven, že na začátku podnikání budou příjmy nižší
- umět zvládat stres
- připravenost rodiny podporovat
- znalost marketingu

Žádný podnikatel na začátku všechno neuměl, ale postupem času se dá všechno naučit. Existuje hodně příruček, školení, kurzů apod. (Zemánek, Lacina, 2011)

V oblasti podnikání hraje významnou roli dobrý nápad. Jak se pozná dobrý nápad? Jde o něco ojedinělého, co na trhu ještě není nebo skoro není. Jistě se nedá vymyslet hned nebo třeba za týden, ale rozhodně čas nehraje roli, pokud podnikatel přijde na nějaký opravdu dobrý. (Zemánek, Lacina, 2011)

5.1 Průzkum trhu

Pro podnikání je důležitý nápad, od kterého se vyvíjí podnikatelský plán. Pro sepsání tohoto plánu je potřeba získat určité informace o trhu. Čím více informací podnikatel sesbírá, tím lépe se mu bude podnikat. Bude připraven řešit kritické situace, omezit rizika a lépe si naplánovat rozjezd podnikání. (Zemánek, Lacina, 2011)

Pokud podnikatel nemá dostatek financí na odborný průzkum trhu, může si průzkum jednoduše udělat sám. Pokud si chce na nějakém místě otevřít pobočku, může se ptát kolemjdoucích, udělat si dotazníky, které mu přinesou odpovědi na jeho otázky. Stačí pouze pozorovat, kolik lidí vůbec projde za den okolo onoho místa. (Zemánek, Lacina, 2011)

Pokud chce podnikatel prorazit s nějakým výrobkem, stačí vyrobit několik prototypů a dát je lidem. Poté se zeptat lidí, jak se jim výrobek líbí, co se jim na něm líbí konkrétně, co se jim nelíbí, jaké mají typy na jeho zlepšení apod. (Zemánek, Lacina, 2011)

Tento průzkum však nelze praktikovat, pokud chceme zasáhnout větší trh – mezinárodní.

V průzkumu se musíme zaměřit na tři hlavní části, tj. konkurenci, trh samotný a zákazníky. (Zemánek, Lacina, 2011)

5.2 Konkurence

Ať se chce podnikatel věnovat jakékoli službě nebo produktu, vždy se potká s konkurencí. Je skoro nemožné, že se s konkurencí nebude muset potýkat. (Zemánek, Lacina, 2011)

Než sám podnikatel začne podnikat, měl by si udělat průzkum u konkurence. Při tomto průzkumu by se měl zaměřit na tyto body:

- jaké produkty konkurence nabízí
- jaké ceny má
- zda nabízí slevy
- jak vypadají prostory, ve kterých podniká
- jak se konkurence chová ke svým zákazníkům nebo klientům
- reakce na otázku: „Jak se vám zde daří v podnikání?“
- co jim chybí
- návštěvnost lidí jejich prostor
- jaké mají zásoby
- na jaké zákazníky se zaměřují

Při zodpovězení těchto otázek lze zjistit, jaké má konkurence chyby a jak se chová. Je dobré se nad jejich chybami zamyslet a vyvodit z toho závěry, jak tyto chyby využít ve svůj prospěch. Nejsnadnější je, jak tyto chyby využít ve svůj prospěch, že je nebude začínající podnikatel opakovat jako jeho chybující konkurence. (Zemánek, Lacina, 2011)

Pokud budoucí podnikatel žádnou chybu u své konkurence nenajde, měl by začít hledat, v čem je lepší. Nemusí to být o moc větší rozdíl, stačí drobnost, na které lze vytěžit lepší výsledky. (Zemánek, Lacina, 2011)

5.3 Jak prozkoumat trh

Dalším, co je nutné znát, je trh. Budoucí podnikatel musí znát, jak se trh chová a co se všeobecně na tomto trhu děje. (Zemánek, Lacina, 2011)

Budoucí podnikatel by se měl zamyslet nad těmito body:

- zda existuje trh pro svůj produkt
- jak je trh velký
- kolik je potenciálních klientů pro danou oblast
- v jaké sezóně se produkt nejlépe prodává
- jak se to na trhu bude vyvíjet v příštím půlroce, roce a dále
- zda se trh rozvíjí

- zda není trh hodně nasycen a nenabízí podobné služby nebo zboží

U trhu je dále nezbytné rozdělit si ho na menší segmenty. Nelze prozkoumávat více segmentů, pokud se chceme věnovat jen jednomu, je to zbytečná práce navíc. Také je možné, že když podnikatel bude nabízet produkt nebo službu více segmentům, může se stát, že se nebude líbit nikomu.

Lepší je nabídnout produkt nebo službu jednomu nebo dvěma specifickým segmentům, tím se nabídne atraktivní produkt a podnikatel se může stát vůdčí firmou na trhu. (Zemánek, Lacina, 2011)

6 Jak vytvořit profil zákazníka

Zákazníci tvoří velmi podstatnou část. Je samozřejmě důležité prozkoumat trh a konkurenci, ale nebýt zákazníků, nic by podnikatel neprodal. Nelze znát každý detail o každém svém zákazníkovi, protože každý je jiný, ale s každým zákazníkem lze vybudovat vztah. Je potřeba jednoduchý, rychlý a efektivní způsob, jak zjistit, zda od podnikatele daný zákazník nakoupí nebo nenakoupí. (Zemánek, Lacina, 2011)

Každý zákazník je jiný, má různé chutě a záliby, ale přesto je možné zákazníky rozdělit na skupiny, které jsou si něčím podobné. Například mají podobné zvyky, baví je dělat podobné věci, mají podobné přátele nebo podobné zkušenosti. (Zemánek, Lacina, 2011)

Pokud podnikatel dobře popíše svého zákazníka, lépe se mu bude dělat propagace a bude schopen dobře prodat svému zákazníkovi produkt nebo službu. (Zemánek, Lacina, 2011)

K vytvoření profilu zákazníků by si měl podnikatel sepsat odpovědi na následující body:

- kdo jsou zákazníci
- jakého jsou zákazníci pohlaví
- jaký mají zákazníci věk
- jaké mají zákazníci zaměstnání

- zda jsou svobodní
- zda jsou zadaní
- jaké jsou jejich příjmy

Pokud podnikatel prodává společnosti:

- kde společnost sídlí
- jaký má společnost obrat
- jaké jsou její klíčové produkty
- kolik peněz společnost utrácí

Další body, které je nutné znát o svých zákaznících:

- co nakupují
- v jakém množství nakupují
- proč budou nakupovat právě u budoucího podnikatele a ne u konkurence
- kdo dělá „nákupní rozhodnutí“
- kdo ovlivňuje jejich výběr
- kde zákazníci nakupují
- zda zákazníci nakupují od dodavatele nebo zprostředkovatele
- zda zákazníci platí hotově nebo kartou
- zda platí předem nebo při převzetí zboží
- zda platí na splátky
- zda chtějí slevu
- zda budou trvat na slevě při objednání většího množství
- kdy nakupují
- jak dlouho se rozhodují pro koupi produktu
- jak často toto zboží nakupují

Po zamyšlení se nad těmito body podnikateli bude jasné, kdo jsou jeho zákazníci, co je pro ně důležité a proč bude nakupovat u něj. To vše bude důležité při propagaci. (Zemánek, Lacina, 2011)

6.1 Jak oslovit zákazníky

Pokud již podnikatel ví, co chce vyrábět a udělal průzkum trhu, může nyní upravit svůj produkt zákazníkům tak, aby se jim hodil ke koupi. Je lepší produkt upravit,

než aby podnikatel nutil zákazníky, aby si koupili něco, co nepotřebují. (Zemánek, Lacina, 2011)

Pro oslovení zákazníka může podnikatel použít následující kroky:

1. jak ušít produkt na míru, tedy správnému člověku
2. jaké výhody má podnikatel pojmenovat, tedy správnou informaci
3. jaké jsou možnosti levné propagace, tedy správnou reklamu (Zemánek, Lacina, 2011)

6.2 Jak ušít produkt na míru

Po průzkumu trhu podnikatel zjistil, jak se chová jeho konkurence, co se děje na jeho trhu, rozhodl se také zaměřit na určitý typ zákazníka. Cílový profil zákazníka pro něj bude velmi užitečný. Velkou výhodou oproti konkurenci bude to, že podnikatel nabídne zákazníkovi takový produkt, který se pro něj hodí. Je špatné, pokud chce produkt nabízet všem lidem a ne pouze vybraným zákazníkům. Tím by se mohlo stát, že se nakonec produkt nebo služba nebude líbit nikomu. (Zemánek, Lacina, 2011)

6.3 Jaké výhody má podnikatel pojmenovat

Při poskytování informací zákazníkovi, musí být podnikatel obezřetný. Podnikatel by měl vybírat zásadní informace, které zákazníkovi předá. Dobré je také, říkat mu ty informace, které jej zásadně liší od konkurence a jsou výhodnější. (Zemánek, Lacina, 2011)

Podnikatel necht' se zamyslí nad těmito body:

- jaké výhody má jeho produkt nebo služba oproti konkurenčním
- jaké vlastnosti má jeho produkt
- kolik ušetří času
- kolik ušetří peněz
- co přinese svému zákazníkovi
- v čem bude život svého zákazníka jednodušší, když si daný produkt koupí
- jak stoupne jeho prestiž

Po sestavení tohoto seznamu by se měl podnikatel zamyslet, zda jsou informace uvedené v seznamu pro zákazníky skutečnými výhodami. Jestli informace, které zákazníkovi podnikatel předá, zákazníka přimějí, aby si produkt nebo službu koupil. (Zemánek, Lacina, 2011)

6.4 Možnosti levné reklamy

Třetím krokem je propagace. Reklama je všude kolem nás, ale pro začínajícího podnikatele je důležité vybrat takovou, která ho až tak finančně nezatíží. Existuje mnoho forem reklamy, např. televize, rádio, internet, billboardy, tisk, plakáty, ale začínající podnikatel by si měl vybírat levnější formy. (Zemánek, Lacina, 2011)

Hodně podnikatelů dělá reklamu nahodile, ta mu většinou nepřinese takový výsledek, jako když si vytvoří reklamní kampaň. (Zemánek, Lacina, 2011)

Každý začínající podnikatel by měl investovat do vizitek. Pokaždé, když někam jde, měl by brát vizitky s sebou a všem je rozdávat. Vizitek je potřeba dostatek, pokud se např. někomu jeho produkt zalíbí, zákazník bude možná vyžadovat více vizitek, aby je mohl rozdat mezi své obchodní partnery. (Zemánek, Lacina, 2011)

Další levnou formou propagace je chodit mezi lidi např. na výstavy, veletrhy a podobné akce, kde se lze seznámit s potenciálními obchodními partnery. Lze zde navázat spolupráci, dostat tipy, jak se v této oblasti propagovat a jak nejlépe získat klienty. S jinými podnikateli se lze např. dohodnout, že si budou posílat klienty. (Zemánek, Lacina, 2011)

V dnešní době je důležité mít internetové stránky. Pokud má podnikatel dostatek finančních prostředků, neměl by na internetových stránkách šetřit. Lze však si vytvořit internetové stránky sám, jsou levnější. (Zemánek, Lacina, 2011)

Dalším typem levné reklamy jsou slevové kupony. Klient rád při nákupu ušetří, proto jistě kupon využije nebo ho poskytne někomu jinému a tím se o podnikateli dozvědí další lidé.

Je však důležité reklamu přizpůsobit svému podnikání. Např. pro mladé lidi je nezbytné vytvořit reklamu na internetu. Staří lidé zase ocení spíše letáky a vizitky apod. (Zemánek, Lacina, 2011)

7 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument, který obsahuje informace o tom, kde a v jaké fázi se podnikání nachází, jakým směrem se ubírá, kolik je v plánu vydělat. (Zemánek, Lacina, 2011)

Je to nezbytnost, pokud podnikatel žádá v bance o půjčku nebo pokud chce najít investora.

Podnikatelský plán je hlavně průvodcem a rádcem v tom, kam se chce podnikatel se svým podnikáním dostat. Pokud si neví rady, může vždy do podnikatelského plánu nahlédnout. (Zemánek, Lacina, 2011)

7.1 Co by měl podnikatelský plán obsahovat:

- **shrnutí** – shrnutí by mělo zabrat maximálně jednu stranu podnikatelského plánu
- **základní informace** – popis firmy, osoby podnikatele a toho, jaký má podnikatel zkušenosti, ať už z oboru nebo z vlastního podnikání
- **produkt** – detailní popis výrobku nebo služby
- **výrobní proces** – popis, jak bude služba poskytována nebo jak bude výrobek vyráběn
- **trh** – analýza trhu a konkurence, také čím se podnikatel odlišuje od konkurence, tedy čím se jeho výrobek nebo služba odlišuje, čím je atraktivnější, než konkurenční produkt nebo služba
- **prodej a marketing** – prodejní a marketingová strategie
- **analýza rizik** – analýza SWOT, tedy analýza silných a slabých stránek
- **finance** – zahajovací rozpočet, rozpočet „přežití“, plánovaný rozpočet a výkaz cash-flow na první rok podnikání
- **dodatky** – dodatky se např. rozumí certifikáty o specializovaných školeních, životopis, přehled praxe apod. (Zemánek, Lacina, 2011)

8 Finance

Při vstupu do podnikání potřebuje každý podnikatel vstupní kapitál. Výše finančních prostředků se však u každého podnikatele liší. Je potřeba, aby si podnikatel sepsal

vše, co bude potřebovat k provozu podnikání. Tyto položky dále finančně ohodnotí. Tím se podnikatel dostane k částce peněz, které budou jeho celkovými náklady. (Zemánek, Lacina, 2011)

Při sestavování soupisu všeho potřebného k podnikání by měl podnikatel vycházet z následujících dvou částí:

- náklady do začátku podnikání – náklady vzniklé se začátkem podnikání, např. náklady na založení společnosti, vybavení prostor...
- náklady spojené s běžným provozem podnikání – náklady, které souvisí s provozem podnikání, např. náklady na elektřinu, teplo, vodu, připojení k internetu, nájem prostor, kancelářské potřeby...

Je nutné odhadnout nejen náklady, ale i výnosy v začátcích podnikání. I když podnikatelovy výnosy na začátku nebudou příliš vysoké, je nutné s nimi počítat, protože mu sníží počáteční množství peněz vložené do podnikání. (Zemánek, Lacina, 2011)

Odhad výnosů a nákladů pro začátek podnikání bude podnikateli vycházet z plánovaného rozpočtu, který si podnikatel sestaví v prvním roce na každý měsíc podnikání.

Na začátku podnikání bude mít podnikatel jistě vyšší náklady, než v dalších měsících a letech podnikání, protože tyto náklady budou povýšené o náklady potřebné do začátku podnikání. (Zemánek, Lacina, 2011)

Na druhé straně rozpočtu jsou výnosy. Ty bohužel nejdou stanovit tak přesně jako stranu nákladů. Podnikatel musí co nejpřesněji odhadnout, kolik očekává, že bude mít zákazníků v jednotlivých měsících nebo i týdnech či dnech. Dále musí podnikatel odhadnout, kolik produktů prodá v jednotlivých měsících. A také musí podnikatel odhadnout výnosy v jednotlivých měsících. Při odhadu zákazníků vychází podnikatel z průzkumu trhu.

Pokud podnikatel odečte náklady od výnosů, zjistí svůj hrubý zisk. (Zemánek, Lacina, 2011)

Další částí mé praktické části bakalářské práce je zhodnocení vybraného programu na podporu podnikání. Moje bakalářská práce vznikala již před třemi roky, a proto jsem použila program z období 2007 – 2013.

Jak jsem již psala, jsem studentka posledního ročníku bakalářského studia a zajímá mě, jakou finanční podporu bych mohla dostat od státu, respektive od Evropské unie. Zaujal mě operační program Podnikání a inovace. (Zemánek, Lacina, 2011)

9 Operační program Podnikání a inovace

Pro stanovení podmínek poskytování finanční podpory ze strukturálních fondů a Fond soudržnosti EU jsou členské státy povinny vypracovat předložit Evropské komisi ke schválení tzv. operační programy. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky vypracovalo pro období let 2007 – 2013 Operační program Podnikání a inovace (OPPI), který je hlavním programovým dokumentem realizace politiky hospodářské a sociální soudružnosti v sektoru průmyslu a významným nástrojem realizace Koncepce rozvoje malého a středního podnikání na období 2007 – 2013 schválené usnesením vlády České republiky č. 392/2006. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

Operační program Podnikání a inovace byl vytvořen v návaznosti na hlavní strategické dokumenty České republiky (Strategie hospodářského růstu České republiky, Strategie regionálního rozvoje, Strategie udržitelného rozvoje, Národní inovační politika). (Operační program podnikání a inovace, 2013)

České podnikatelské subjekty i nadále zaostávají z hlediska své kvality, efektivity, vybavenosti či inovativnosti za zeměmi Evropské unie. Předpokládaný Operační program Podnikání a inovace na období let 2007 – 2013 je proto orientován právě na odstranění či eliminaci naznačených problémů a nedostatků. Jeho cílem je proto zvýšení konkurenceschopnosti sektoru průmyslu a služeb a rozvoj podnikání, udržení přitažlivosti České republiky, regionů a měst pro investory, podpora inovací, podpora podnikatelského ducha a růstu hospodářství. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.1 Sociálně ekonomická analýza a popis sektoru průmyslu a služeb

9.1.1 Ekonomický růst

Období 2000 – 2005 je charakteristické překonáním stagnace české ekonomiky ve druhé polovině 90. let. Růst hrubého domácího produktu (HDP) se zrychlil v tomto období v průměru na 3,65 % a úroveň ukazatele HDP na obyvatele v paritě kupního standardu, která ve vztahu k průměrné úrovni EU-25 dosahovala v roce 2000 zhruba 64 %, se v roce 2004 zvýšila na 70 %, v roce 2005 dosáhla cca 73 %. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.1.2 Růstové faktory na straně nabídky a poptávky

Hlavním zdrojem růstu HDP České republiky v roce 2005 byl zahraniční obchod. Společně s růstem produktivity práce byly indikovány pozitivní strukturální změny a technický pokrok posilující konkurenceschopnost a výraznější uplatnění kvalitativních růstových faktorů. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.1.3 Makroekonomická rovnováha

Klíčovou roli v hodnocení makroekonomické stability má rovnováha na trhu zboží a služeb. Stabilita přispěla i k pozitivnímu vývoji inflace a z dlouhodobého hlediska patřila nízká míra inflace ke stabilizujícím faktorům ekonomického rozvoje. K hlavním činitelům nízké míry inflace patří posilující kurs koruny, který snižuje ceny dováženého zboží a ovlivňuje tak i ceny domácích výrobců, dále nízké ceny potravin a umírněný růst mezd.

9.1.4 Regionální diferenciaci české ekonomiky

Pro regionální diferenciaci makroekonomických indikátorů v České republice jsou charakteristické relativně malé meziregionální rozdíly v ekonomické úrovni – měřené ukazatelem HDP na obyvatele – a poměrně značná diferenciaci základních indikátorů trhu práce. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.1.5 Ekonomika České republiky v kontextu Evropské unie

Dosažená úroveň produktivity práce je z části dána specifikami transformačního procesu v České republice, který byl poznamenán snahou zachovat zděděné produkční kapacity, a to i v těch oborech, které mají obecně nižší rozvojový

konkurenční potenciál nebo nemají dostatečnou kapitálovou sílu. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.2 Rozvojové cíle pro období 2007 – 2013 strategické zaměření operačního programu Podnikání a inovace

9.2.1 Východiska strategie operačního programu

Strategie nového operačního programu, který je navržen v působnosti Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky na období 2007 – 2013, je založeno na zvýšení konkurenční schopnosti průmyslu a na rozvoji služeb pro podnikání při zachování podmínek udržitelného rozvoje. Průmysl je rozhodujícím hospodářským odvětvím České republiky a základem její ekonomiky se stěžejní úlohou v tvorbě HDP a významným zdrojem zaměstnanosti a odběratelem produktů, zůstává jedním ze základních pilířů úspěšného dosažení vytčených cílů postupné konvergence životní úrovně obyvatel České republiky k životní úrovni Evropské unie. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.2.2 Strategická orientace podpory podnikání a inovací v České republice

Za účelem podpory podnikání a rozvoje inovací byla v rámci operačního programu nadefinována strategická orientace, která odpovídá potřebám české ekonomiky. Lze očekávat, že v horizontu roku 2015 bude mít Česká republika konkurenceschopný podnikatelský sektor, dosahující vysoké přidané hodnoty a produktivity práce. Podnikatelský sektor by měl voji konkurenceschopnost opírat především o aplikaci nových vědeckovýzkumných poznatků, realizaci inovačních opatření. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.2.3 Globální cíl operačního programu

Globálním cílem je zvýšit do konce programovacího období konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb úrovni předních průmyslových zemí Evropy. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.2.4 Koherence

Obecné zásady:

1. přitažlivější Evropa a regiony Evropy pro investory a pracující
2. zlepšení znalostí a inovace pro růst
3. vytváření více a lepších pracovních míst

9.3 Prioritní osy operačního programu Podnikání a inovace

Ve shodě s prioritními rozvojovými cíli Národního strategického referenčního rámce České republiky na období 2007 – 2013 bylo v operačním programu Podnikání a inovace stanoveno následujících sedm prioritních os, z nichž šest je věcně zaměřených a jedna prioritní osa je zaměřená na technickou pomoc:

1. Vznik firem
2. Rozvoj firem
3. Efektivní energie
4. Inovace
5. Prostředí pro podnikání a inovace
6. Služby pro rozvoj podnikání
7. Technická pomoc

Podpora vytváření vhodného prostředí pro podnikání, pro inovace a pro jejich zavádění do výroby bude motivovat jak ke vzniku nových, tak k rozvoji již existujících firem. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.4 Očekávané dopady operačního programu a jejich kvantifikace

Věcný rámec pro systém měření a kvantifikace programových cílů je určen charakterem předpokládaných výstupů z realizovaných aktivit a zahrnuje v souladu s metodikou Evropské komise tři úrovně ukazatelů. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

- ukazatele výstupů
- ukazatele výsledků
- ukazatele dopadu

Pro úroveň programu jsou dále stanoveny kontextové ukazatele, které charakterizují hlavní determinanty utvářející prostředí, ve kterém jsou programové aktivity realizovány. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.5 Indikativní finanční plán

Finanční alokace ze strukturálních fondů Evropské unie pro Operační program Podnikání a inovace vycházejí z Národního strategického referenčního rámce České republiky 2007 – 2013 a z usnesení vlády ze dne 10. května 2006 č. 494, kde byla pro tento operační program stanovena dotace ve výši 11,75 % z celkových alokací určených pro Českou republiku na programovací období 2007 – 2013 na cíl „Konvergence“. V hodnotovém vyjádření se jedná o částku 3 041 312 546 eur. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.6 Implementace operačního programu Podnikání a inovace

Implementace operačního programu probíhá v několika rovinách. Za správné řízení operačního programu Podnikání a inovace je odpovědný Řídící organ pod dohledem Monitorovacího výboru. Výbor vykonává dohled nad realizací programu a monitoruje využívání všech prostředků v rámci programu. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

Auditním orgánem, který má odpovědnost za ověřování účinného fungování řídicího a kontrolního systému, je Centrální harmonizační jednotka Ministerstva financí.

9.7 Ex-ante hodnocení operačního programu Podnikání a inovace

Toto hodnocení bylo odborem strukturálních fondů Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky v lednu 2006 v souladu s čl. 48 odst. 22 obecného nařízení ke strukturálním fondům a Fondu soudržnosti. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

Cílem ex-ante hodnocení bylo posoudit systém přidělování a využití rozpočtových zdrojů v rámci operačního programu Podnikání a inovace za účelem jeho optimálního nastavení a posouzení kvality programování. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.8 Hodnocení SEA (Strategic Environmental Assessment) operačního programu Podnikání a inovace

Cílem hodnocení SEA bylo posoudit v souladu s právním řádem České republiky a s právem Evropského společenství vlivy provádění operačního programu Podnikání a inovace na životní prostředí a veřejné zdraví, včetně vyhodnocení vlivů na lokality soustavy Natura 2000, s důrazem na posouzení vlivů jeho provádění na udržitelný rozvoj ve smyslu Lisabonské strategie a cílů kohezní politiky Evropské unie. (Operační program podnikání a inovace, 2013)

9.9 Jaké projekty jsou z operačního programu Podnikání a inovace podporovány?

Z operačního programu Podnikání a inovace byla podporována např. liberecká firma Elmarco, s. r. o.

10 Elmarco, s. r. o.

Společnost Elmarco je první firmou na světě, která vyrábí a prodává zařízení na výrobu nanovláknenného materiálu v průmyslovém měřítku. Základem úspěchu firmy je spolupráce s předními světovými univerzitami a průmyslovými společnostmi působícími na globálním trhu. (O společnosti, 2014)

Ve společnosti Elmarco se snaží o neustálý vývoj a poskytování unikátní technologie a zařízení na výrobu nanovláken v průmyslovém měřítku, a tím přispět ke zlepšení kvality života lidí.

Sídlo společnosti se nachází v Liberci, v České republice, kde také vzniklo v roce 2008 výzkumné a vývojové centrum o rozloze 3 000 m². Evropský trh je zajištěn z českého sídla společnosti, asijský trh má na starosti asijská pobočka v Tokiu a americký trh zajišťuje americká pobočka Elmarco v Severní Karolíně. (O společnosti, 2014)

10.1 Historie společnosti Elmarco

Chtěla bych zde popsat i historii společnosti Elmarco, protože chci ukázat, jak společnost začínala obyčejnou výrobou a postupně se zdokonalila, že se svým zařízením expandovala na světový trh. Tohle vše díky financím z operačního programu Podnikání a inovace.

Firma Elmarco byla založena v roce 2000. Její specializace byla výroba plastových zařízení pro polovodičový průmysl.

V roce 2001 firma zahájila spolupráci s rakouskou nadnárodní společností SEZ AG dodávající své produkty do celého světa předním světovým výrobcům mikročipů.

V roce 2002 se stala firma významným dodavatelem SEZ AG v oblasti jednotek pro dávkování chemikálií (tzv. CDS skříní – ChemicalDistribution Systems). (Historie, 2014)

V roce 2003 společnost získala certifikát kvality ISO 9001:2000 vydávaný společností RW TUV Systems GmbH.

V roce 2004 Elmarco navázalo exkluzivní spolupráci s Technickou univerzitou v Liberci (TUL). Elmarco a TUL představilo první prototyp zařízení NanospiderTM navržený pro využití vodou rozpustných polymerů a výrobu nanovláken v šíři 1,6 metrů.

V roce 2005 firma odhalila první linku NanospiderTM pro využití polymerů ředitelných rozpouštědly. Firmy Elmarco a TUL poprvé představily technologii NanospiderTM na světové výstavě netkaných textilií Index v Ženevě a následně na výstavě technických textilií Techtextil ve Frankfurtu.

V roce 2006 Elmarco prodalo svou první průmyslovou linku NanospiderTM, dále své první laboratorní zařízení NS Lab na americký trh. Dále s firmou Alltracel založily společný podnik Nanopeutics, který se zaměřuje na výrobu zdravotnického materiálu a užití nanovláken v péči o rány.

V roce 2007 Elmarco zorganizovalo v Praze svou první konferenci.

V roce 2008 Elmarco zahájila výstavbu nové výrobní haly v Liberci, také otevřela pobočky ve Spojených státech amerických a Japonsku.

V roce 2009 firma vypustila na trh nové výrobní linky a také zorganizovala v Praze již svou druhou konferenci.

V roce 2010 představila firma výrobní linky s novou konstrukcí zvláknovacích elektrod. Jde o zařízení optimalizovaná pro vodou nerozpustné polymery. Firma zorganizovala třetí ročník konference ve spolupráci s americkým institutem Nonwovens Institute v Severní Karolíně.

V roce 2011 se stala součástí expozice na výstavách INDEX a ITMA i produkční linka firmy.

V roce 2012 instalovala firma první produkční linku založenou na technologii Nanospider™ druhé generace. Také firma úspěšně prodala svůj stý stroj. (Historie, 2014)

10.2 Obchodní mise Elmarco

Elmarco se věnuje vývoji jedinečné technologie a zařízení, jenž slouží k průmyslové výrobě nanovláknenných materiálů, a přispívá tak ke zlepšení životní úrovně nás všech. (Mise a vize, 2014)

10.3 Vize Elmarco

Poskytnout svým zákazníkům technologii a produkty s vysokou přidanou hodnotou v oblasti nanovláknenných řešení. (Mise a vize, 2014)

Zaměřit se na zvýšení a garanci růstu společnosti a na její prosperitu.

Udržovat nejvyšší možný stupeň znalostí, výkonnosti a spolupráce.

Udržovat si vedoucí pozici na trhu s nanovláknennými materiály.

10.4 Vedení společnosti

CEO – Elmarco EU	Miloslav Masopust
CEO – Elmarco US	Fred Lybrand
CEO – ElmarcoAsia	Kaz Nomoto
CTO	AlesGardian

(Vedení společnosti, 2014)

10.5 Struktura společnosti

Obchod a servis pro Evropu, R&D, produkce, management – Liberec, Česká republika

Obchod a servis pro Ameriku – Severní Karolína, Spojené státy americké

Obchod a servis pro Asii – Tokio, Japonsko (Vedení společnosti, 2014)

10.6 Produkty společnosti

- Zařízení Nanospider™ – je konstruováno k výrobě všech druhů organických a anorganických nanovláken, tyto výrobky splňují následující kritéria: snadnou manipulaci, flexibilitu, modularitu, rozšiřitelnost
- NS LAB – jedná se o laboratorní zařízení pro efektivní výzkum a vývoj nanovláknenných materiálů, zařízení je vybaveno stejným typem elektrod, jaké používají průmyslové linky Nanospider™
- NS Production Lines 500 – Produkční linka představuje nejmenší produkční zařízení, které poskytuje dostatečnou kapacitu pro maloobjemovou výrobu.
- NS Production Lines 1000 – tato produkční linka umožňuje efektivní výrobu nanovláknenného materiálu v poloprůmyslovém měřítku a nabízí řadu využití, je navržena jako samostatná zvláknovací jednotka a je ideální pro zavádění nových produktů a rozjezd průmyslové výroby
- NS Production Lines 1600 - je to základní modul firmy pro velkokapacitní výrobu organických nanovláken, je zkonstruován tak, aby splňoval všechna

daná kritéria firmy, jako je snadná manipulace, rozšiřitelnost, modularita a flexibilita při výrobě těch nejkvalitnějších nanovláken

- NS klimatizační jednotky – je to produktová řada jednotek přesné klimatizace, navržených pro precizní výrobu nanovláken a jiné procesy extrémně citlivé na změny pracovní atmosféry (NS klimatizační jednotky, 2014)

10.7 Technologie Nanospider™

Tato technologie je unikátní patentovaná technologie zvláknování z volné hladiny roztoku polymeru v silném elektrostatickém poli bez použití trysek. (Technologie Nanospider™, 2014)

10.8 Charakteristika nanovláken

Nanovlákná jsou speciálně vyráběná vlákna o průměru menším než 500 nm.

Společnost Elmarco je první firmou, která nabízí zařízení k průmyslové výrobě nanovláknenných materiálů ke komerčnímu využití.

Jsou to speciálně vyráběná vlákna, která jsou zhruba 200krát menší než lidský vlas.

10.8.1 Vlastnosti netkaných nanovláken:

- nízká hustota
- velký specifický měrný povrch
- malá velikost pórů – dobrá prodyšnost
- vysoký objem pórů
- vysoká porozita
- výborné mechanické vlastnosti v poměru ke hmotnosti
- možnost aktivovat nanovláknenný materiál (Charakteristika nanovláken, 2014)

Závěr

Společnost Elmarco je velmi úspěšnou společností. Během čtyř let podnikání vyprodukovala něco, co ještě nikdo nikdy nevymyslel. Podařilo se jí vymyslet stroj pro výrobu nanovláken. Díky tomuto stroji mohla společnost Elmarco začít spolupracovat i s jinými zeměmi v Evropě, dokonce i na jiných kontinentech. Své pobočky má společnost i ve Spojených státech amerických a v Asii.

Toto všechno by se společnosti nemuselo povést, kdyby nedostala finance z operačního programu Podnikání a inovace.

Myslím, že na tomto příkladu, kdy se začínající podnikatel dostal až na světový trh, lze vidět, jak jim pomohl již zmiňovaný operační program. Díky financím z tohoto operačního programu se podnikateli možná splnilo to, co ani nečekal.

Seznam použitých zkratek

CF – Kohezní fond

EAGGF – Evropský zemědělský podpůrný a záruční fond

ERDF – Evropský fond regionálního rozvoje

ESF – Evropský sociální fond

EU – Evropská unie

FIFG – Finanční nástroj na podporu rybolovu

HDP – Hrubý domácí produkt

MSP – Malé a střední podniky

NRP – Národní rozvojový plán

OP – Operační program

OPPI – Operační program Podnikání a inovace

OPPP – Operační program Průmysl a podnikání

PO – Programové období

SEA – Strategické posuzování vlivů na životní prostředí

SROP – Společný regionální operační program

TEN – Transevropské sítě

Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

JEŽKOVÁ, Renáta a Jiří JEŽEK. *Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora: praktický průvodce*. 1. vyd. Bratislava: Paneurópska vysoká škola, 2011, 248 s. Finance (Grada). ISBN 978-80-89447-47-3.

SRPOVÁ, Jitka. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, Miloslav. *Manažerská ekonomika*. 5., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 471 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3494-1.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VILAMOVIČ, Šárka. *Čerpáme finanční zdroje Evropské unie: praktický průvodce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 200 s. ISBN 80-247-1194-X.

VILAMOVIČ, Šárka. *Jak získat finanční zdroje Evropské unie: praktický průvodce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 196 s. Finance (Grada). ISBN 80-247-0828-0.

ZEMÁNEK, Josef a Jiří LACINA. *Příručka pro začínající podnikatele*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011, 96 s. ISBN 978-80-7402-109-1.

Elektronické zdroje

Evropská společnost - SE. *Profispolečnosti.cz* [online]. © 2013 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.profispolecnosti.cz/rady-zkusenosti/319-evropska-spolecnost-se>

Historie. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/spolecnost/historie/>

Charakteristika nanovláken. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/technologie/nanovlakna/>

Investiční pobídky. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.czechinvest.org/investicni-pobidky-nove>

Jak Nový občanský zákoník definuje podnikání. *Ipodnikatel* [online]. © 2011 - 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/jak-novy-obcansky-zakonik-definuje-podnikani.html>

Komunitární programy. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.czechinvest.org/komunitarni-programy>

Lidské zdroje a zaměstnanost. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/lidske-zdroje-a-zamestnanost>

Mise a vize. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/spolecnost/mise-vize/>

NS klimatizační jednotky. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/produkty/ns-presna-klimatizace/>

NS LAB. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/produkty/laboratorni-zarizeni-ns-lab/>

NS Production Lines 1000. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/produkty/ns-produkcni-linka-1000/>

NS Production Lines 1600. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/produkty/ns-produkcni-linka-1600/>

NS Production Lines 500. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z:<http://www.elmarco.cz/produkty/ns-produkcni-linka-500/>

Operační program podnikání a inovace [online]. prosinec 2013 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/operacni-program-podnikani-a-inovace-aktualni-znuni-2164-cz.pdf>

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/operacni-program-podnikani-a-inovace-pro-konkurenceschopnost>

O společnosti. *Elmarco* [online]. © 2004– 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.elmarco.cz/spolecnost/spolecnost/>

Podnikání a inovace. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/podnikani-a-inovace>

Program GESHER/MOST. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/1program-geshermost>

Program podpory mezinárodní technologické spolupráce. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/program-podpory-mezinarodni-technologicke-spoluprace>

Projekt CzechEkoSystem. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/projekt-czechekosystem>

Rámcový program - Žádání o dotace. *CzechInvest* [online]. © 1994–2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/ramcovy-program-zadani-o-dotace>

Slovník pojmů: Podnikatel. *Businesscenter.cz* [online]. © 1998 - 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pojmy/p220-podnikatel.aspx>

Slovník pojmů: Živnostník. *Businesscenter.cz* [online]. © 1998 - 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pojmy/p479-zivnostnik.aspx>

Technologie NanospiderTM. *Elmarco* [online]. © 2004– 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.elmarco.cz/technologie/technologie/>

Vedení společnosti. *Elmarco* [online]. © 2004– 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.elmarco.cz/spolecnost/vedeni/>

Zákon o evropské družstevní společnosti. *Zákony pro lidi* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-307>

Zákon o Evropském hospodářském zájmovém sdružení. *Zákony pro lidi* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-360>

Zákon o státním podniku. *Zákony pro lidi* [online]. © 2010-2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-77>

Zákon ze dne 25. ledna 2012 o obchodních společnostech a družstvech (Zákon o obchodních korporacích). *Epravo.cz* [online]. © 1999-2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.epravo.cz/top/zakony/sbirka-zakonu/zakon-ze-dne-25-ledna-2012-o-obchodnich-spolecnostech-a-druzstvech-zakon-o-obchodnich-korporacich-18841.html>

Zařízení Nanospider™. *Elmarco* [online]. © 2004- 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://www.elmarco.cz/produkty/produkty/>

Živnostenský zákon. *Businesscenter.cz* [online]. © 1998 - 2014 [cit. 2014-12-11]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>

Příloha A Společnost Elmarco, s.r.o. a její technologie

Společnost Elmarco, s.r.o.



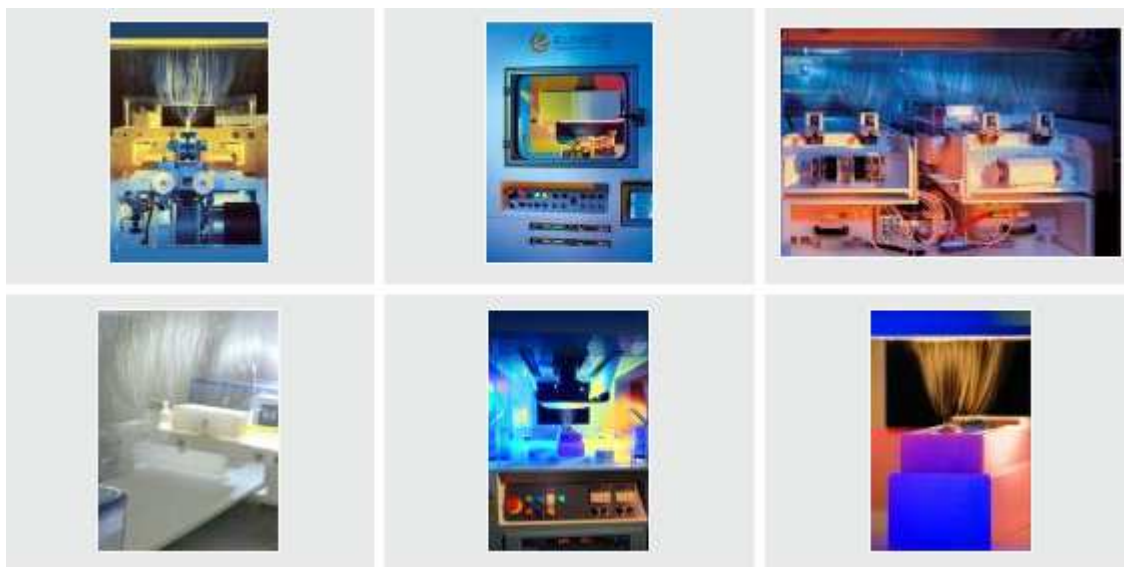
Zdroj: Elmarco cz, 2014

Zařízení Nanospider



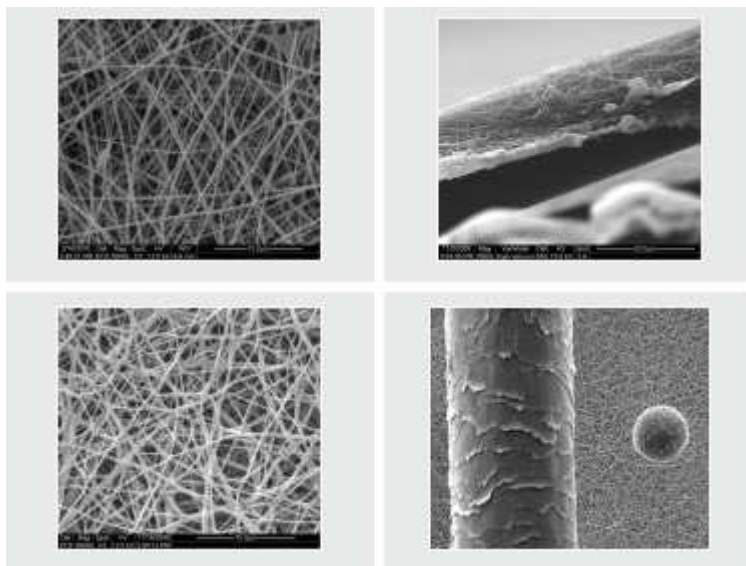
Zdroj: Elmarco cz, 2014

Technologie Nanospider



Zdroj: Elmarco cz, 2014

Nanovlákna



Zdroj: Elmarco cz, 2014

Abstrakt

MUCHNOVÁ, Dagmar. *Programy Evropské unie na podporu podnikání v České republice*. Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 64 s., 2014.

Klíčová slova: podnikání, podnik, Evropské fondy

Tato práce je založená na podporu podnikání v České republice. Cílem bylo zhodnotit operační program, který si autorka zvolila.

Autorka v práci popsala pojem podnikání. Věnovala se tomu, jak by měl být připravený začínající podnikatel na budoucí podnikání.

Pro zhodnocení programu si autorka vybrala společnost, která daný program využila.

Na základě prosperity podniku usoudila, jestli je vybraný program prospěšný.

Abstract

MUCHNOVÁ, Dagmar. *Programs to support business in the Czech Republic*. Bachelor thesis. Cheb: Faculty of Economics, University of West Bohemia, 64 pp., 2014.

Key words: business, company, European funds

This Bachelor Thesis is based on business support in the Czech Republic. The aim was to assess, which the author was chosen.

The author of the work described the concept of business. She paid attention as the emerging entrepreneur should be ready for start-up entrepreneur future business.

To assess the program, the author has chosen the company, which is the program utilized.

Based on the prosperity of the company decided if the chosen program is beneficial.