

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Podpora podnikání pro malé a střední podniky

Business Support for Small and Medium-sized Companies

Petr Běžel

Plzeň 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Podpora podnikání pro malé a střední podniky“

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

Plzeň dne 10. 5. 2021

.....

podpis autora

Poděkování

Děkuji tímto Ing. Mgr. Petře Skálové, Ph.D., vedoucí mé bakalářské práce, za vstřícný přístup, podnětné konzultace a čas, který mé práci věnovala.

Obsah

ÚVOD	7
1 PODNIKÁNÍ	8
1.1 Důvody podnikání	8
1.2 Význam podnikání	9
1.3 Podstata podnikání	10
2 MOŽNOSTI PODPORY PODNIKÁNÍ PRO MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY	12
2.1 Poskytování prostředků z veřejných zdrojů	14
2.2 Dotace a návratné finanční výpomoci získané ze státního rozpočtu.....	16
2.2.1 Poskytování dotací a návratných finančních výpomocí ze státního rozpočtu.....	16
2.2.2 Prostředky poskytnuté ze státního rozpočtu v souladu se zvláštními právními předpisy	17
2.2.3 Prostředky poskytnuté dle zákona o zaměstnanosti	18
2.3 Strukturální fondy	19
2.3.1 Programy z programového období 2014 – 2020 spolufinancované z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF)	19
2.3.2 Podpora mimo operační programy	22
2.3.3 Agentury zabývající se podporou podniků.....	23
3 CHARAKTERISTIKA PODNIKU PROEXPO REKLAMA S. R. O.	24
3.1 Realizace výstavních expozic.....	25
3.2 Reklamní dílna	26
4 DRUHY PODPORY VYHOVUJÍCÍ PRO DANÝ PODNIK, ZHODNOCENÍ Kladů A ZÁPORŮ	28
4.1 Dotace z rozpočtů měst a krajů	28
4.2 Dotace z rozpočtu EU	29
4.2.1 <i>Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK)</i>	29
4.2.2 <i>Operační program zaměstnanost (OPZ)</i>	32
4.3 Portály shromažďující informace o podnikání.....	33
4.4 Agentury podporující malé a střední podniky.....	34
4.4.1 CzechTrade.....	34
4.4.2 CzechInvest	35
5 NÁVRH ŽÁDOSTI O DOTAČNÍ PODPORU	37

5.1 Projekt	37
5.2 Schválení dotace.....	48
ZÁVĚR.....	49
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	50
SEZNAM TABULEK	52
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	53
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	54
ABSTRAKT	
ABSTRACT	

ÚVOD

Tato práce je zpracována na téma „Podpora podnikání pro malé a střední podniky“. Malé a střední podniky jsou důležitou součástí národního hospodářství. Díky nim mají občané možnost zahájit svou podnikatelskou činnost a seberealizovat se. Tyto podniky jsou velmi významně propojeny s regionem, ve kterém mají svou působnost a ovlivňují větší firmy. Důležité jsou také z toho důvodu, že se podílí na snížení nezaměstnanosti v daném regionu. Malé a střední podniky mají vliv na společnost a ekonomiku. Důležitým přínosem pro společnost je reprezentování regionu. Jednotlivci mají díky malým a středním podnikům možnost svého vlastního rozvoje, což je podstatný faktor pro sebevědomí jedince.

Cílem této práce je na základě nastudování odborné literatury a internetových zdrojů popsat obecnou podstatu a význam podnikání. Zjistit možnosti podpory podnikání a dotační příležitosti pro malé a střední podniky. Charakterizovat vybraný podnik a určit druhy podpor, které by podnik mohl čerpat. V poslední části práce vytvořit návrh žádosti o dotační podporu založenou na konkrétním záměru, kterým je modernizace nemovitosti.

Úvod této práce je věnován podnikání jako takovému. Za pomoci literární rešerše odborné literatury je teoreticky zhodnocen význam a podstata podnikání. Charakterizovány důvody podnikání a osobnostní předpoklady úspěšného podnikatele. V další části jsou uvedeny možnosti podpory podnikání pro malé a střední podniky. Popsáno poskytnutí prostředků z veřejných zdrojů a dotací a návratné finanční výpomoci získané ze státního rozpočtu a strukturální fondy. V další kapitole je charakterizován vybraný podnik, kterým je firma Proexpo reklama s. r. o., což je menší rodinná firma se sídlem v Třemošné, která se zabývá výrobou reklamy, stavbou výstavních expozic na veletrzích a pronájem skladovacích prostor. Pro tento podnik jsou vybrány vyhovující možnosti podpory a stručně vyhodnoceny jejich klady, případně zápory. V závěru práce je následně zpracován návrh žádosti o dotační podporu pro firmu Proexpo reklama s. r. o.

1 Podnikání

Podnikání má celou řadu interpretací. Z hlediska ekonomického se jedná o zapojení ekonomických zdrojů a jiných činností takovým způsobem, aby došlo k růstu jejich původní hodnoty. Jedná se o dynamický proces tvorby přidané hodnoty. Psychologické pojetí uvádí, že je to činnost, která je motivována potřebou něčeho dosáhnout, něco získat nebo si něco zkusit či splnit. Je to prostředek k seberealizaci. Sociologické pojetí charakterizuje podnikání jako proces tvorby blahobytu pro všechny účastníky, a to prostřednictvím hledání cesty k lepšímu využití zdrojů, tvorbou pracovních míst nebo příležitostí. Z hlediska právního je to soustavná a samostatná výdělečná činnost, která je realizována za účelem dosažení zisku, na vlastní zodpovědnost a pod vlastním jménem podnikatele. (Veber, Srpová, & kol., 2012, str. 14)

Pro úspěch v podnikání je důležité mít určité osobnostní předpoklady. Úspěch je založen především na kombinaci různých vlastností, zdrojů a vnějších faktorech, jelikož vybudovat úspěšný podnik určitou dobu trvá. K podstatným charakterovým rysům podnikatelů se řadí trpělivost, cílevědomost, ale také schopnost umět se rozhodnout v konkrétní situaci. Rozhodování musí být rychlé, i když bývá mnohdy ve stresu, s nedostatkem informací a obrovskou zodpovědností za konečný výsledek. Vždy je podstatné, aby se podnikatel dokázal smířit s tím, že všechna rozhodnutí nemusí být nutně správná. Podnikatel by se neměl nechat odradit neúspěchem, měl by se poučit a umět přicházet s novými nápady. Podnikání s sebou nese schopnost vidět příležitosti a umět je využít, řešit systematicky vzniklé problémy, být aktivní, kreativní a aplikovat nové postupy do praxe. (Šafrová, 2019, stránky 16 - 18)

1.1 Důvody podnikání

Každý, kdo má zájem podnikat, by měl pečlivě zvážit, zda tuto činnost zahájí či nikoliv. Status podnikatele s sebou však nese celou řadu pozitivních, ale i negativních důsledků. Právě tyto důsledky by měl každý pečlivě zvážit, promyslet a zhodnotit. V rámci podnikání je důležité vynaložit určité náklady, jež mohou být nenávratně pryč, pokud se podnikání nezdaří. Kromě toho může také nastat situace, kdy dojde k psychické újmě, poškození prestiže, atd. (Veber, Srpová, & kol., 2012, str. 46)

Důvody pro zahájení podnikání mohou být různé, a to například: (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 48 - 49)

- pocit, že podnikání je poslední naděje sebezáchovy,
- originální myšlenky,
- touha zkusit něco nového,
- vstup na trh s jedinečným produktem.

Důvody podnikání v zahraničí

Důvody, které směřují k rozšíření podnikatelských činností do ciziny, je možné vidět v umístění produktů či služeb na nové trhy s cílem, že tyto trhy navýší odbytové možnosti firmy. Jestliže dojde k znesnadnění přímých exportů (například z důvodu celních bariér), tak může nastat situace, že budou vybudovány místní montážní závody či místní provozy. Tvorbu místních provozních jednotek mohou motivovat i výhodné provozní náklady (např. levnější suroviny, pracovní síla, nižší logistické náklady, atd.). Důvodem expanze na zahraniční trhy může být také rozšíření know-how, se kterým disponuje mateřská firma a jeho poskytnutí z důvodu rozběhnutí či zavedení výroby v zahraničí.

Důležitou otázku, kterou si musí podnikatel položit, je výběr teritoria, na něž chce s ohledem na zahraniční expanzi firma vstoupit. V této souvislosti se musí zvážit stabilita politického či ekonomického prostředí, dále logistická dostupnost trhů, podnikatelské prostředí, velikost potenciálního trhu, prostor pro předmět činností, se kterými bude expandující firma na trh vstupovat, dále úroveň národního patriotismu, konkurence na trhu, předpoklady pro rozvoj podnikatelských činností, zdroje a dispozice pro expanzi, překážky či přednosti konkrétního teritoria (např. jazykové bariéry, etnická specifika, specifické klimatické podmínky, atd.). (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 63 - 64)

1.2 Význam podnikání

Podnikání nemusí znamenat jen založení nové firmy. Může se jednat i o identifikaci, ocenění či uchopení příležitosti. Podnikání je velmi důležité pro všechny firmy, a to bez ohledu na velikost, formu podnikání, atd. Podnikat se začíná především z toho důvodu, že vidí podnikatel příležitost na trhu. Podnikat může člověk sám nebo se svými spolupracovníky. Pokud je daná příležitost správně uchopena, tak začíná firma růst. (Veber, Srpová, & kol., 2012, str. 16)

Podnikání je v České republice velmi oblíbené. Zejména mladí lidé považují podnikání nejen za cestu k získání finančních prostředků, ale také za způsob, jakým je možné využít svůj potenciál a žít spokojený život. Podnikání má obrovský význam pro společnost, a to protože přispívá k hospodářskému růstu a tvorbě pracovních míst. Především nově vzniklé firmy se z velké části podílí na hospodářském růstu a vytváření nových pracovních příležitostí. Nutno však podotknout, že i živnostenské podnikání má podíl na snížení nezaměstnanosti a udržení zdravých pracovních návyků. (Srpková & kol., Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů, Praha, stránky 16 - 17)

Podnikání je také velmi důležité pro konkurenceschopnost. Tvoří se díky němu inovace a různé technologické změny. Právě proto mají vliv nové podnikatelské iniciativy na vyšší produktivitu, snaží se zvýšit konkurenční tlak a donutit další firmy k tomu, aby zareagovaly vylepšením účinnosti či zaváděním inovací. Podnikání dává zákazníkům možnost volby ve spotřebě, ovlivňuje optimalizaci cen a snaží se zabránit sklonům k monopolu. (Srpková & kol., Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů, Praha, stránky 16 - 17)

Podnikání napomáhá k tvorbě a využití lidského a intelektuálního kapitálu. Činnost lidí, přijímání rizik a odpovědnosti, učení se poznatkům, různým způsobům myšlení a jednání, se podílí na rozvoji těch, kdo se rozhodnou podnikat. Podnikání má také význam v tom, že se podílí na uspokojení nenaplněných potřeb lidí. Je to proces, díky kterému se vyrovnává nabídka a poptávka. Poptávka po výrobcích a službách, jež by byla jinak nerozpoznána, dostává díky podnikání své naplnění. (Mantovani, The Financial Value of Entrepreneurship, New York, str. 125)

1.3 Podstata podnikání

Za základní motiv podnikání se rozumí snaha dosáhnout zisku a mít vyšší výnosy než náklady. Zisku se dá docílit díky uspokojování potřeb zákazníků. Ve středu pozornosti podnikatele by měl stát zákazník, který má zájmy, požadavky, potřeby, preference, aj. Potřeby svých zákazníků uspokojuje podnikatel díky svým produktům a službám prostřednictvím trhu, což směřuje k tomu, že se musí vždy potýkat s určitým rizikem. Snahou každého podnikatele je sledovat strategii a politiku, jež by dokázala eliminovat riziko a zhodnotit vynaložený kapitál. Právě zhodnocením kapitálu se zvyšuje hodnota firmy. Hodnota firmy, ale může růst i jiným způsobem, a to například vylepšujícím se postavením podniku na trhu. (Ondřej & kol., 2019, stránky 10 - 11)

Podnikatelé jsou pro ekonomiku velmi důležití, a to především z toho důvodu, že dokážou poskytnout potřebné produkty zákazníkům, ale také pracovní příležitosti, mají podíl na rozvoji obcí nebo regionů, atd. Kromě toho jejich blahobyť je prospěšný pro společnost. (Jakubíková, 2013, str. 14) (Ondřej & kol., 2019, stránky 10 - 11)

4 kroky nutné pro zahájení podnikání: (Jakubíková, 2013, str. 15)

- Rozhodnutí o tom, v čem se bude podnikat – nezbytné je stanovit si osobní a podnikatelské cíle, dále sebehodnocení začínajícího podnikatele, definice podnikání, volba způsobu zahájení podnikatelské činnosti.
- Shromažďování informací a plánování podnikání – týká se oblastí, jako je marketing, výroba, finance, legislativa, organizační struktura.
- Založení podniku – registrace názvu, získání důležitých dokumentů, otevření účtu, vklad kapitálu, uzavření smluv s dodavateli, vymezení priorit, volba a nástup pracovníků, doručení zboží od dodavatelů, spuštění reklamní kampaně před začátkem provozu.
- Začátek svého podnikání – výroba produktů nebo nabídka služeb, prvotní kontakt se zákazníky, první prodeje a zakázky.

2 Možnosti podpory podnikání pro malé a střední podniky

Z pohledu malých a středních firem byl vstup naší země do Evropské unie důležitým mezníkem. Těmto firmám dal mnoho příležitostí, ale na druhé straně se strhl i konkurenční boj mezi podniky. (Straková, 2020, stránky 16 - 20)

Malé a střední podniky hrají u nás i v Evropské unii důležitou roli. Podle nové definice, jejímž úkolem bylo zkvalitnění podnikatelského prostředí v Evropské unii, se vymezují malé a střední podniky dle obratu, bilanční sumy, počtu pracovníků a autonomnosti podniku. Malé a střední podniky hrají podstatnou roli v ekonomice EU a řadí se do zdrojů volných pracovních míst, podporují podnikatelskou vizi a považují se za příznivé stimulatory konkurence i zaměstnanosti v evropských zemích. (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

Z hlediska podnikatelského prostředí a jeho zlepšení, je podstatné zaměřit pozornost především na problémy v uvedené oblasti: (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

- finanční podpora daného podnikání,
- hospodářské koncepce země,
- legislativní úprava podnikání,
- trh práce,
- vzdělávání.

Veřejná finanční podpora podnikání souvisí zejména s podnikáním malých a středních firem. Hlavním úkolem politiky je existence malých a středních podniků tak, aby došlo ke zvýšení výkonnosti národního hospodářství, úrovně technologií, konkurenceschopnosti a dospělo se ke snižování nezaměstnanosti. (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

Podporu pro malé a střední podniky je možné poskytovat prostřednictvím dotací na projekty, návratné finanční pomoci, úvěrů, záruky či jako finanční příspěvek. Dotacemi se rozumí nenávratné financování konkrétního záměru, které žadatel dostává po schválení žádosti o dotaci. Projektovým záměrem se rozumí představa o předkládaném projektu. Projektový záměr se sepisuje jasně, stručně a srozumitelně. V případě, že si žadatel sepisuje projektový záměr, tak by to měl být dokument o délce zhruba dvě strany. Projektový záměr by měl obsahovat cíle projektu, rozpočet, dále zdroje financování, možnosti realizace, časový harmonogram projektu a předpokládané výstupy projektu. Projekt je pak ucelený proces obsahující souhrn činností, které mají směřovat k dosažení stanoveného cíle a jehož součástí

tvorí podrobně zpracovaný projektový záměr a další dokumenty, které se předkládají s žádostí o dotaci.

Každý projekt je vždy limitován časem, ale i financemi. Existuje celá řada programů, které vyhláší dotační výzvy. V rámci každé výzvy jsou pak stanoveny konkrétní podmínky programu, které musí žadatel splnit, aby mohl být jeho projekt přijatý k podpoře. Kromě toho je vždy důležité, aby žadatel vždy patřil do vymezeného okruhu žadatelů. O dotace se pak žádá prostřednictvím žádosti o poskytnutí dotace. To bývá formulář, včetně příloh, které obsahují důležité údaje o žadateli projektu. Žádost o dotaci musí vždy vyplnit žadatel a předložit ji v daném termínu s cílem získat od donora finanční podporu na daný projekt. Některé žádosti o dotace se podávají v listinné podobě, jiné prostřednictvím webových aplikací. (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

Podpory se dají rozdělit do různých hledisek, a to například podle územního celku, formy, podle poskytovatele obsahového zaměření, způsobu financování, apod. Možné rozdělení podpor je na obrázku č.1. (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

Obrázek 1 - Rozdělení podpor



(Straková, 2020, str. 18)

Přímým typem podpory jsou zejména tyto nástroje – lepší přístup k finančním prostředkům na uskutečnění investičních záměrů malých či středních podniků a nižší náklady v těch oblastech, které jsou charakterizovány v programech podpory určené pro malé a střední podniky. Nejpreferovanější nástroje jsou cenově výhodné záruky za bankovní úvěry, dotace, finanční příspěvky či úvěry s nižší sazbou. Na tvorbě příznivého podnikatelského prostředí se

podílí také nepřímá forma podpory. Jde především o jednodušší administrativní aktivity malých nebo středních podniků, ale i eliminaci negativních dopadů nové legislativy. Patří sem tvorba průmyslových zón, poradenské služby pro podnikatele, informační služby či podpora vzdělávání podnikatelů. (Straková, 2020, stránky 11 - 20)

2.1 Poskytování prostředků z veřejných zdrojů

Právníckým nebo fyzickým osobám mohou být poskytnuty finanční prostředky prostřednictvím dotací na projekty. Dotace mohou být ze státních zdrojů (tzn. ze státního rozpočtu, státních finančních aktiv, státních fondů, Národního fondu) či z územních zdrojů (tzn. z rozpočtu konkrétního územního samosprávného celku, obce, města). (Strnadová, 2019, str. 9)

Tuto problematiku upravuje zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech a o změně některých souvisejících zákonů (rozpočtová pravidla). Základ právní úpravy týkající se účelově vynaložených prostředků z územních zdrojů tvoří zákon č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. (Strnadová, 2019, str. 9)

U nás jsou poskytnutím finančních prostředků z veřejných zdrojů pověřena ministerstva, dále existující vládní a regionální instituce. Podpory z veřejných prostředků jsou různé a poskytují se podnikatelskému sektoru, tedy i malým a středním firmám. (Strnadová, 2019, stránky 25 - 26)

Přímou finanční podporu poskytují především: (Strnadová, 2019, stránky 25 - 26)

- Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s.,
- CzechInvest,
- Ministerstvo práce a sociálních věcí,
- Ministerstvo pro místní rozvoj,
- Ministerstvo zemědělství,
- hlavní město Praha,
- kraje.

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s.

Českomoravská záruční a rozvojová banka vznikla roku 1992 za účelem podpory malých a středních firem. Tato banka hrála podstatnou roli v oblasti přímé finanční podpory malých a středních podnikatelů ze státního rozpočtu. Zabývá se především dvěma hlavními formami,

a to zárukami za bankovní úvěry a úvěry. Za účelem podpory malých a středních podnikatelů hospodaří tato finanční instituce s těmi finančními prostředky, které jsou vymezeny ze státního rozpočtu a strukturálních fondů EU. Finanční prostředky mohou firmy čerpat s ohledem na aktuálně vyhlášené programy podpory malých a středních podnikatelů. Českomoravská záruční a rozvojová banka spravuje v Operačním programu Podnikání a inovace tyto programy podpory: Start, Záruka a Progres. Program Start se zabývá realizací projektů malých podnikatelů, kteří začínají podnikat. Podnikatele je možné podpořit bezúročným úvěrem či zvýhodněnými zárukami s peněžním příspěvkem k zaručovanému úvěru. Program Záruka pomáhá malým a středním firmám. Nabízí jim zvýhodněné záruky a zvýhodněné záruky s peněžním příspěvkem k zaručovanému úvěru. Úkolem uvedených záruk je ulehčit realizaci projektů menších a středních firem. Předmětem projektu jsou investice. Důraz se klade zejména na podporu konkurenceschopnosti malých a středních podnikatelů. Program Progres by měl za pomoci podřízených úvěrů pomáhat uskutečnění rozvojových projektů menších a středních firem. Podpora se poskytuje formou finančního příspěvku k podřízenému úvěru. Nabídka uvedených programů není permanentní, ale je vždy uskutečňována s ohledem na časově omezené výzvy. (Strnadová, 2019, stránky 25 - 26)

CzechInvest

Jedná se o agenturu na podporu podnikání a investic, která vznikla roku 1992. Je to státní příspěvková organizace, která je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky. Původním posláním agentury bylo získání zejména přímých zahraničních investic. O šest let později se rozšířila činnost této agentury. Jejím úkolem bylo ještě přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti naší ekonomiky skrz podporu menších a středních firem. Agentura podporuje české dodavatele, rozvoj podnikatelských nemovitostí, inovační procesy, atd. Od roku 2004 působí agentura jako agentura pro implementaci podpor, které jsou podporované v rámci strukturálních fondů EU a operačních programů, které podporují rozvoj průmyslu. CzechInvest má na tuto činnost pověření od Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky. (Strnadová, 2019, stránky 25 - 26)

Nepřímou finanční podporu poskytují: (Strnadová, 2019, stránky 25 - 26)

- Česká exportní banka, a. s.,
- Exportní garanční a pojišťovací společnost, a. s.

Obě uvedené finanční instituce vlastní stát a navzájem spolupracují. Jejich úkolem je poskytnutí zvýhodněného financování (úvěry, pojištění, ručení) exportu produktů, služeb či investic z České republiky. (Strnadová, 2019, stránky 25 - 30)

2.2 Dotace a návratné finanční výpomoci získané ze státního rozpočtu

Většina prostředků ze státního rozpočtu je poskytována na základě rozpočtových pravidel, konkrétně se řídí ustanovením § 14 a § 14g až §14q. V režimu zákona a ustanovení jsou ze státního rozpočtu vymezeny finanční prostředky, které jsou poskytnuty dotacemi či formou návratné finanční výpomoci. Dotace jsou, v souladu s ustanovením § 3 a) rozpočtových pravidel, finanční prostředky získané ze státního rozpočtu a poskytnuté fyzickým či právnickým osobám na konkrétní účel. Návratná finanční výpomoc jsou dle ustanovení § 3 a) rozpočtových pravidel, finanční prostředky poskytnuté ze státního rozpočtu bezúročně fyzickým či právnickým osobám na konkrétní účel, pokud to není stanoveno zákonem jinak. Finanční prostředky musí příjemce výpomoci vrátit zpět do státního rozpočtu. (Strnadová, 2019, stránky 9 - 15)

Pro dotace i návratné finanční výpomoci je typická účelovost. Dotace je oproti návratné finanční výpomoci nevratným způsobem podpory, pokud dojde ke splnění všech požadavků stanovených na využití dotace. Návratná finanční výpomoc se musí vždy navrátit zpět, a to i v případě, že dojde ke splnění všech stanovených podmínek. (Strnadová, 2019, stránky 9 - 15)

Za součást finančních prostředků dotace či návratné finanční výpomoci, která byla poskytnuta ze státního rozpočtu, se považují také finanční prostředky, které jsou kryté z rozpočtu Evropské unie či Národního fondu. (Strnadová, 2019, stránky 9 - 15)

2.2.1 Poskytování dotací a návratných finančních výpomocí ze státního rozpočtu

Od roku 2018 je problematika poskytování dotací a návratné finanční výpomoci ze státního rozpočtu upravena zákonem č. 367/2017 Sb. Konkrétně se tím zabývá § 14g až § 14q rozpočtových pravidel. Povinné náležitosti žádosti o poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci jsou uvedeny v § 14. Jestliže některé otázky týkající se poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci uvedený zákon neupravuje, tak se poskytovatel musí řídit správním řádem. (Strnadová, 2019, stránky 9 - 15)

Řízení týkající se poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci ze státního rozpočtu má za úkol vést poskytovatel. Dotaci či návratnou finanční výpomoc ze státního rozpočtu může podle rozpočtových pravidel poskytovat jen ústřední orgán státní správy, Úřad práce,

Akademie věd, Grantová agentura České republiky, Technologická agentura České republiky či jiná organizační složka státu, již vymezí speciální zákon (např. Česká rozvojová agentura). Řízení týkající se poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci ze státního rozpočtu vede poskytovatel, ale rozpočtová pravidla říkají, že může některé své činnosti týkající se poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci, delegovat na někoho jiného (jinou právnickou osobu či organizační složku státu). Tento jiný subjekt však nesmí vyhlásit výzvu k podání žádosti či vydat vlastní rozhodnutí. Výzvu k podání žádosti musí vyhlásit, stejně jako poskytnutí či neposkytnutí dotace či návratné finanční výpomoci, pouze poskytovatel. Účastníkem řízení o poskytnutí dotace či návratné finanční výpomoci je na základě rozpočtových pravidel jen žadatel o dotaci. (Strnadová, 2019, stránky 9 - 15)

2.2.2 Prostředky poskytnuté ze státního rozpočtu v souladu se zvláštními právními předpisy

Účelově určené finanční prostředky mohou získat subjekty ze státního rozpočtu buď v souladu s rozpočtovými pravidly, nebo mimo režim tohoto zákona, a tedy na základě zvláštních právních předpisů. Úprava uvedená v rozpočtových pravidlech, je obecnou úpravou a podle ní mohou být poskytnuté dotace či návratné finanční výpomoci ze státního rozpočtu poskytnuty s jakýmkoliv zaměřením. V případě úpravy podle zvláštních právních předpisů se poskytnuté finanční prostředky zaměřují na jednotlivé specifické oblasti, do nichž mohou finanční prostředky ze státního rozpočtu směřovat. Finanční prostředky mohou být v tomto případě poskytnuty například dle zákona o zaměstnanosti či dle zákona č. 130/2002 Sb., o podpoře výzkumu, experimentálního vývoje a inovací z veřejných finančních prostředků. (Strnadová, 2019, stránky 81 - 82)

Jestliže jsou finanční prostředky poskytnuty ze státního rozpočtu dle zvláštního právního předpisu, tak jsou pak podmínky pro poskytnutí těchto prostředků, proces poskytnutí prostředků, náležitosti či forma právního aktu nebo charakter těchto prostředků, upraveny zvláštním právním předpisem. Právní předpis však může odkazovat na využití některých ustanovení, která jsou zakotvena v rozpočtových pravidlech. (Strnadová, 2019, stránky 81 - 82)

Prostředky poskytnuté ze státního rozpočtu na základě zvláštních právních předpisů se nemusí poskytovat jen formou dotace či návratné finanční výpomoci, ale i jinou formou (příspěvky, podpory, bezúročné úvěry, atd.). U všech poskytnutých příspěvků ze státního rozpočtu je důležitá účelovost určení a dodržování stanovených podmínek a povinností, které určuje

právní akt. Porušení těchto podmínek nebo jejich nedodržení, se považuje za porušení rozpočtové kázně a následuje sankce. (Strnadová, 2019, stránky 81 - 82)

2.2.3 Prostředky poskytnuté dle zákona o zaměstnanosti

Zvláštním právním předpisem, na jehož základě se poskytují účelově vymezené prostředky ze státního rozpočtu, je zákon č. 435/2004 Sb., což je zákon o zaměstnanosti. Podle zákona o zaměstnanosti se poskytují účelově určené prostředky i například jako příspěvek aktivní politiky zaměstnanosti. Jako součást poskytnutých příspěvků mohou být také prostředky od Evropských strukturálních fondů, na něž se nahlíží jako na prostředky, které byly poskytnuty ze státního rozpočtu. Poskytovatelem příspěvků v rámci aktivní politiky zaměstnanosti je Krajská pobočka Úřadu práce. Tyto finanční prostředky se neposkytují v režimu rozpočtových pravidel a nemají charakter dotací, které se těmito pravidly musí řídit. Zákon o zaměstnanosti upravuje postup úřadu práce vůči příjemcům příspěvků. Zákon přesně charakterizuje, jaké příspěvky, a na co je může úřad práce poskytovat, dále uvádí podmínky pro poskytnutí příspěvků, charakterizuje jejich příjemce a uvádí povinné náležitosti žádosti o poskytnutí příspěvku, formu právního aktu, atd. (Strnadová, 2019, stránky 82 - 83)

Podle zákona o zaměstnanosti má úřad práce právo poskytnout zaměstnavateli příspěvek na tvorbu pracovního místa v rámci veřejně prospěšných prací. Výše tohoto příspěvku je, až do výše reálně vynaložených finančních prostředků na mzdy či platy zaměstnance, který se má věnovat této práci, a to včetně pojistného na sociální zabezpečení či veřejné zdravotní pojištění, jež musí zaměstnavatel odvádět z vyměřovacího základu daného pracovníka. Podle zákona o zaměstnanosti může úřad práce poskytnout příspěvek za účelem zřízení či vyhrazení společensky účelného pracovního místa. Tento příspěvek může být poskytnutý také zaměstnavateli, jež zřizuje společensky účelné místo či tomu uchazeči o zaměstnání, který chce vykonávat samostatnou výdělečnou činnost. Příspěvek se poskytuje buď jako návratný příspěvek, příspěvek na úhradu úroků z úvěrů či jako jiný účelově stanovený příspěvek. Výše tohoto příspěvku může být, až do reálně vynaložených prostředků na mzdy či platy pracovníka, který je na tento typ prací umístěn. Příspěvek může sloužit také na pojistné na sociální zabezpečení či veřejné zdravotní pojištění hrazené zaměstnavatelem odváděním z vyměřovacího základu zaměstnance. (Strnadová, 2019, stránky 82 - 83)

Ta osoba samostatně výdělečně činná, jež není uchazečem o zaměstnání a získala příspěvek dle zákona o zaměstnanosti, má možnost požádat Úřad práce o překlenovací příspěvek na

uhrazení provozních nákladů, jež vznikly či byly uhrazeny v době, na niž byl překlenovací příspěvek poskytnutý. (Strnadová, 2019, stránky 82 - 83)

2.3 Strukturální fondy

Strukturální fondy jsou nástrojem politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Hlavním úkolem je za pomoci rozvojových programů a projektů eliminovat rozdíly vzniklé na úrovni regionů a snížit zaostalost těch oblastí, které jsou nejvíce znevýhodněné. Strukturální politika Evropské unie funguje na základě solidarity států s vysokým ekonomickým potenciálem vůči těm státům a regionům, které jsou ekonomicky zaostalé. V dnešní době existují dva hlavní strukturální fondy, a to Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF) a Evropský sociální fond (ESF). (Tauer & Zemánková, 2009, stránky 17 - 18)

Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)

Vznikl roku 1974 a jeho úkolem bylo financování strukturální pomoci za pomoci regionálních rozvojových programů, které se zaměřují na nejvíce zasažené regiony a eliminaci rozdílů mezi regiony. ERDF se zabývá investicemi do infrastruktury, dále podporou malého a středního podnikání v problematických regionech a podporou zaměstnanosti. (Tauer & Zemánková, 2009, stránky 17 - 18)

Evropský sociální fond (ESF)

Za hlavní poslání ESF se považují investice určené na rozvoj lidských zdrojů, dále na boj s nezaměstnaností a rozvoj trhu práce z hlediska zvyšování konkurenceschopnosti firem a zajištění rovných příležitostí pro všechny, kdo vstupují na trh práce. (Tauer & Zemánková, 2009, stránky 18 - 19)

2.3.1 Programy z programového období 2014 – 2020 spolufinancované z Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF)

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky je považováno za hlavního koordinátora veřejné podpory malých a středních podniků u nás. Zmíněné ministerstvo zřizuje organizace, kam patří například Agentura pro podnikání a inovace (API), Agentura pro podporu podnikání a investic (CzechInvest) a česká agentura na podporu podnikání a obchodu (Czech Trade). Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR má za úkol připravovat operační programy, které jsou financovány z veřejného rozpočtu a z ESIF, jejichž primárním úkolem je zvýšení konkurenceschopnosti našich firem a podílet se na zvýšení inovační kapacity těchto firem. (Srpková & kol., Začínáme podnikat, 2020)

Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK)

Tento operační program se zabývá, jak zvyšováním inovačních kapacit našich firem a jejich konkurenceschopností, tak i environmentálně udržitelnými aspekty celého hospodářského rozvoje. Žádosti o finanční podporu hodnotí zejména Agentura pro podnikání a inovace. Aby podnik podporu získal, tak je potřeba zpracovat kvalitní projekt, který je v souladu s danou výzvou. Každý projekt musí splnit formální požadavky. Podstatné je především ověřit, jestli je podporována výzvou kategorie velikosti podniku i obor podnikání. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

Prostřednictvím tohoto programu se poskytuje podpora ze zdrojů státního rozpočtu a prostředků strukturálních fondů EU. Operační program nabízí různé druhy podpor, které nejsou k dispozici permanentně, ale vyhlašují se vždy dle výzev, do nichž mohou firmy podat své žádosti o podporu. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

Oblasti podpory: (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

- Potenciál – Jedná se o podporu podnikatelů v oblasti zavádění a rozšiřování kapacit pro uskutečnění vývojových, výzkumných a inovačních činností.
- Inovace – Podporovanými činnostmi jsou inovační projekty, ale i projekty zabývající se ochranou práv průmyslového vlastnictví.
- ICT v podnicích – Projekty se týkají podpory získání či rozšíření ICT v malých či středních firmách (hardware či software).
- ICT a strategické služby – Podpora týkající se vývoje software a center sdílených služeb.
- Prosperita – Podpora kooperace mezi vědecko-výzkumnými institucemi a praxe ve formě podnikatelských inkubátorů, vědecko-technických parků či center pro transfer technologií.
- Rozvoj – Podpora, která se zabývá zejména vybranými regiony na podporu zřízení nových moderních technologií.
- Školící střediska – Podniková vzdělávací zařízení určená zejména pro vlastní zaměstnance.
- Marketing – Získání marketingových informací s ohledem na možnost vstupu na zahraniční trh, tvorba studií o vstupu na trhy, prezentace firem na veletrzích či výstavách a propagační materiály.

- Nemovitosti – Podpora projektů zaměřujících se na investiční výstavbu a regeneraci nemovitostí, a to včetně brownfieldů pro zpracovatelský průmysl.
- Poradenství – Podpora poradenských, dále informačních a vzdělávacích služeb určených pro malé a střední podniky.
- Eko-energie – Podpora projektů zaměřujících se na úsporu energie, obnovitelné zdroje, výrobu pelet a výrobu briket.
- Spolupráce – Program se zaměřuje na klastry, což znamená vznik a rozvoj kooperačních odvětvových seskupení subjektů, a dále se zabývá technologickými platformami.

Operační program zaměstnanost (OPZ)

Operační program Zaměstnanost se zabývá projekty, které se zaměřují na sociální začleňování osob a boj s chudobou. Je to problematika, která velmi úzce souvisí i s dostupností pracovní síly, a také se zvyšováním kvality vzdělávání a školství. Důraz se klade i na dostupnost určitých druhů zdravotní péče, a to zejména dlouhodobé a psychiatrické. Dostupnost služeb by měla být ve všech regionech rovnoměrná, a to i z hlediska kvality. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

Prioritní osy programu OPZ: (Prioritní osy, 2021)

- Prioritní osa 1: Aktivní politika zaměstnanosti

Aktivní politika zaměstnanosti se zabývá podporou zvyšování zaměstnatelnosti lidí a klade důraz na využití aktivních preventivních opatření před poskytnutím sociálních dávek, jež zaměstnatelnost pracovní síly zpravidla udržují v pasivitě. Za nejlepší způsob prevence nezaměstnanosti je podporování rozvoje schopností jedince, jeho znalostí a pracovní motivace či motivace k tomu se dále vzdělávat.

- Prioritní osa 2: Sociální integrace a rovnost příležitostí

Projekty zaměřené na podporu zaměstnanosti, sociálních služeb a politiku rovných příležitostí. Oblast zaměstnanosti se týká především zvýšením zaměstnatelnosti lidí sociálně znevýhodněných kvůli dlouhodobé nezaměstnanosti, v oblasti sociálních služeb je nezbytné podpořit sociální začleňování znevýhodněných skupin lidí a v oblasti politiky rovných příležitostí se jedná především o podpoření principu rovných příležitostí pro muže a ženy.

- Prioritní osa 3: Rozvoj celoživotního učení

Tato prioritní osa se týká celé oblasti vzdělávání a zabývá se především těmito důležitými úkoly – tvorba důležité základny pro celoživotní učení, tvorba a posílení vazeb mezi učním a prací, dále tvorba uceleného systému dalšího vzdělávání, kde se klade důraz především na rozvoj dalšího profesního vzdělávání.

- Prioritní osa 4: Adaptabilita a podnikání

Důležitou měrou přispěje naplnění této osy k naplnění cílů uvedených v Akčním programu pro posílení konkurenceschopnosti průmyslu ČR. V této prioritní ose dochází také k podpoře specifického odborného vzdělávání.

- Priorita 5: Technická pomoc

Tato priorita se zabývá technickou pomocí Řídicímu orgánu a implementačním orgánům pro řízení a administraci programu, který se zabývá činnostmi, jež jsou spojeny s procesem výběru a hodnocení zaměstnanců, poradenství, monitoring realizace a podpora koordinace při implementaci programu. V této prioritě jsou také podpořeny činnosti zabývající se hodnocením výsledků a dopadů programu a podpořen bude i provoz a rozvoj monitorovacího a informačního systému.

2.3.2 Podpora mimo operační programy

CzechAccelerator

Tento program se zabývá rozvojem našich technologických firem na zahraničních trzích, a to malých nebo středních. Úkolem tohoto projektu je rozvoj manažerských zkušeností a činností v rámci komercializace vlastního produktu firmy, praktického uplatnění podnikatelského plánu a podpora marketingových či manažerských schopností. Součástí poradenství je také nabídka podpory během procesu získávání financování způsobem Business Angels nebo rizikového kapitálu. Západní či východní pobřeží USA, dále Singapur, Izrael či Švýcarsko jsou ty státy, jež dávají možnosti malým a středním technologickým podnikům z ČR. Různé destinace se zabývají různými podporami podnikání. Díky zapojení se do projektu může podnikatel získat po nějakou dobu bezplatný pronájem kancelářských prostor v konkrétní destinaci, jednoduchý přístup k možným strategickým partnerům, účast na pravidelně se konaných networkingových akcích či seminářích pro investory, atd. (Jakubíková, 2013, stránky 25 - 32)

Ministerstvo pro místní rozvoj

Jedná se o podporu malých a středních podniků v rámci programu podpory cestovního ruchu. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

Ministerstvo zemědělství

Toto ministerstvo podporuje malé a střední podniky v rámci programu rozvoje venkova. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 20 - 30)

2.3.3 Agentury zabývající se podporou podniků

CzechTrade

Agentura se zabývá podporou obchodu za využití poskytnutí informací či poradenství, což se po celém světě vnímá jako běžný nástroj hospodářské politiky, který je v souladu s pravidly, která jsou přijata v rámci Světové obchodní organizace (WTO). (Malach, 2004, stránky 169 - 170)

České firmy mají možnost využívat zahraniční kanceláře CzechTrade a regionální centra. Zahraniční kanceláře CzechTrade mají za úkol zajistit praktickou pomoc našim exportérům v zahraničí. Našim firmám nabízí především poskytnutí potřebné pomoci při vyhledávání obchodních kontaktů, dále ověření bonity zahraničního podniku, vypracování průzkumu trhu, zjištění zájmu o daný produkt, atd. (Malach, 2004, stránky 169 - 170)

CzechInvest

CzechInvest je implementační agentura rozvojových podnikatelů, jejímž úkolem je zajistit pro naše podnikatele přístup k programům, které jsou financovány ze strukturálních fondů Evropské unie. Dává informace týkající se systému státní podpory malého a středního podnikání u nás, cenově výhodné služby podnikatelského poradenství, školení, workshopy, semináře, informace týkající se možností a potřeb regionu, atd. To se uskutečňuje skrz síť regionálních kanceláří a regionálních poradenských a informačních center (tzv. RPIC). Tyto regionální kanceláře mají za úkol zjednodušit vstup do podnikání, dát informace týkající se strukturálních fondů EU a systému státní podpory. Kromě toho pomáhat s vyplněním žádosti o podporu z fondu Evropské unie, přijímat žádosti k vyhodnocení výběrovou komisí a dělat dohled nad čerpáním peněžních prostředků pro projekty, které se realizují. (Veber, Srpová, & kol., 2012, stránky 24 - 25)

3 Charakteristika podniku Proexpo reklama s. r. o.

V této části je charakterizován vybraný podnik, kterým je Proexpo reklama s. r. o. Společnost PROEXPO vznikla v roce 1993 pod názvem PROEXPO sdružení jako sdružení dvou živnostníků. Takto firma působila do roku 2018. Poté byla založena společnost PROEXPO reklama s.r.o. Vznikla 7.11.2018 zápisem do obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Plzni. Společnost založili dva společníci s počátečním vkladem 20 000 Kč.

Základní informace: (PROEXPO reklama s.r.o. , 2020)

- Název: PROEXPO reklama s. r. o.
- IČO: 07621949
- Základní kapitál: 20 000 Kč
- Sídlo: Plzeňská 1034, 330 11 Třemošná
- Statutární orgán: Ing. Petr Běžel a Petr Běžel
- Datum vzniku: 7.11.2018

Firma začala v roce 1993 podnikat ve výstavnictví. Zabývala se stavbou výstavních expozic z výstavního systému Meroform jak v ČR tak v zahraničí. Reklamní polepy expozic si nechala vyrábět. Realizace expozic je velice komplexní záležitost, proto firma postupně rozšiřovala portfolio nabídky, aby byla schopna komplexně obsáhnout celou realizaci. K tomu bylo potřeba nakoupit mnoho nových strojů. S novými stroji začala postupně nabízet i výrobu reklamy mimo veletrhy, aby vykryla pokles poptávky mimo sezonu. Později začala realizovat i náročnější atypické expozice.

V současné době je firma schopna zrealizovat celou zakázku vlastními prostředky. Hlavním předmětem podnikání je stále realizace výstavních expozic na klíč. Největší poptávka je na jaře a na podzim, kdy se koná nejvíce veletrhů. V tomto období firma potřebuje 10-15 zaměstnanců. Naopak přes léto a v zimě kdy je malá poptávka a nekonají se téměř žádné veletrhy by firma své zaměstnance neuživila. Stačili by jí 1-2 zaměstnanci. Na každou zakázku je potřeba jiný počet pracovníků dle velikosti a náročnosti expozice. Také se nezdá stává, že se více veletrhů koná ve stejný termín a místa konání jsou po celé Evropě, proto je potřeba operativně řešit přesný počet pracovníků na každou akci. Z toho důvodu se společnosti vyplatí nezaměstnávat stále zaměstnance a každou konkrétní zakázku realizovat pomocí externích živnostníků nebo brigádníků. Firma v průběhu roku realizuje průměrně 20-25 výstavních stánků na nejrůznějších veletrzích po celé Evropě.

Do budoucna je v plánu se více zaměřit na polepy vozidel, firemní textil a tiskoviny. V letošním roce má firma v plánu zvětšit svoji budovu. Nyní se v budově nachází v přední části dvě menší kanceláře, zbytek budovy tvoří skladovací prostory výstavních materiálů a dílna. V dílně se nacházejí stroje pro tisk reklamy a probíhají zde všechny přípravné práce. Jelikož kapacita kanceláří i skladů je nedostačující, je v plánu zrušit současné kanceláře a použít tyto prostory jako sklad. Zvětšit budovu ze současných 732 m² na 832 m². V nové části se plánuje vytvořit jedna velká kancelář, která bude nabízet místo pro osobní jednání s klienty a bude působit více profesionálně. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

3.1 Realizace výstavních expozic

Firma kompletně zajišťuje výstavní expozice na klíč, od grafického návrhu přes zajištění administrativních a organizačních záležitostí, stavbu stánku, nákup, zajištění občerstvení, až po předání stánku přímo do rukou zákazníka. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

V rámci této činnosti pomáhá firma s výběrem toho nejlepšího řešení pro maximálně efektivní prezentaci dané firmy na domácím nebo zahraničním veletrhu. Proexpo má v této oblasti praxi 25 let, má za sebou stovky úspěšných veletrhů a několik desítek spokojených zákazníků. Nejprve se musí vytvořit studie (situační zakreslení stánku, poté grafické zpracování reklamních ploch a rozpočet), následně se již zajistí veškeré náležitosti s pořadatelem, řeší se pojištění, apod. Před tím, než veletrh začne, postaví se stánek, vybaví se mobiliářem a zaveze se předem vyjednané občerstvení. Během výstavy je pak zajištěný kompletní servis a po ukončení akce zajistí Proexpo reklama s.r.o. demontáž a uklidí pronajatou plochu. Výstavní stánky se dělí dle typu na tři níže uvedené kategorie. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Meroform

Jedná se o modulový výstavní systém, který používají vystavovatelé na celém světě. Tento systém je velmi jednoduchým řešením k prezentování produktů nebo služeb nabízených firmou. Tyto stánky mají kovovou kostru, která má výplň laminovanými dřevotřískovými deskami. Toto řešení umožňuje neomezenou variabilitu jak velikosti, tak tvaru stánku. Jediným omezením jsou základní rozměry desek, které je třeba vždy dodržet. Většina firem volí stánky právě z meroformu, protože představují nejlepší poměr ceny a kvality prezentace dané firmy. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Atypické expozice

Atypické expozice jsou vytvořeny přesně na míru zákazníkům, a to z různých materiálů. Nejčastěji však z dřevotřískových desek. Desky se šroubují k sobě, tmelí se spáry mezi deskami a následně se natírají barvou. Tímto postupem je vytvořena celistvá plocha. Plochy se nakonec polepují reklamou. Na rozdíl od meroformu jsou tyto stánky časově i finančně náročnější, ale výsledný dojem zákazníků ze stánku velice převyšuje právě modulový výstavní systém. Tyto stánky dávají firmám na veletrhu vyniknout oproti ostatním. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Patrové expozice

Firma nabízí i patrové expozice. Mohou být postaveny z meroformu i jako atypické expozice. Patrové expozice nejčastěji využívají firmy, které očekávají velký počet zákazníků. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

3.2 Reklamní dílna

Společnost nabízí zákazníkům možnost prezentovat svou firmu, služby nebo produkty pomocí různých nástrojů popsaných níže. Společnost nabízí kompletní řešení od grafického návrhu až po instalaci finálního produktu.

Reklama v pohybu

Nabídka reklamy na produkty nebo služby. Jedná se o polepy osobních či nákladních automobilů, autobusů, hromadných dopravních prostředků, motorek a přívěsů. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Společnost nabízí polepy karoserie, což znamená polepy s logem firmy, až po celopolepy na osobních automobilech, dodávkách, přívěsech či motorkách. Dále nabízí firma polepy, nátěry nebo potisk na autoplachty. V nabídce jsou i one-way vision, což je jednostranně průhledný polep, který se hodí pro umístění reklamy na zadní okna v osobních automobilech, okna prostředků hromadné dopravy, klubové autobusy, apod. Firma dále nabízí speciální polepy, což jsou například polepy závodních automobilů, motocyklů, kol, apod. Mohou to také být celopolepy karoserií osobních automobilů, polepy pro ochranu laku karoserií i světel. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Reklamní cedule, velkoformátový tisk

Plastové, plechové či skleněné podklady, dále kovové nebo dřevěné rámečky, cedule na pověšení. Vše se tvoří na přání zákazníka. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Světelná reklama

Nabídka podsvícených reklamních cedulí, dále světelné rámečky nebo poutače na různé akční nabídky. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Polepy výloh, fasády, plachty

Proexpo reklama nabízí polepy výloh průhledné jen z jedné strany, dále velkoformátové plochy umístované na štíty budov, a také reklamní malby na fasády. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Tiskoviny, plakáty, vizitky

Jedná se o reklamní letáky, plakáty či vizitky. Firma nabízí jejich návrh, ale také tisk, oříznutí a kompletaci. (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

Další nabídka: (Proexpo reklama s. r. o., 2020)

- potisk textilu,
- cedule (směrové a orientační cedule, označení únikových cest, dopravní značky),
- reklamní předměty,
- čepice, brýle, klíčenky,
- samolepky, jmenovky,
- další polepy (např. přilby, nábytek, pracovní oděvy, apod.).

4 Druhy podpory vyhovující pro daný podnik, zhodnocení kladů a záporů

4.1 Dotace z rozpočtů měst a krajů

Dotace města Plzeň

Do kategorie granty a dotace spadají granty a dotace, které vyhlašuje město Plzeň nebo jeho organizace. K žádostem o dotaci se musí přikládat ty podklady, které jsou uvedeny v Zásadách poskytování dotací z rozpočtu města Plzně, které vydal Magistrát města Plzně. Poskytnutí dotace se řídí zákonem č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů. Tato společnost by mohla využít grant či dotaci, které budou vyhlášeny v rámci oblasti podnikání a inovace. (Plzeň, 2021)

Podpora inovačních firem je možná přes program podnikatelské vouchery. Tento program je založen na podpoře spolupráce podniků a výzkumných organizací. Program podporuje inovační činnosti firem, a tím přispívá na zvýšení konkurenceschopnosti. Žadatelé mohou získat dotaci na nákup služeb, které podpoří inovační činnosti. (Plzeň, 2021)

Výhody:

- administrativní nenáročnost
- podpora místních firem.

Nevýhody:

- pro malé a střední podnikání je nezbytné podat individuální žádost, aktuálně není vypsaná žádná dotační výzva v této oblasti

Dotace Plzeňského kraje

Plzeňský kraj poskytuje dotace na veřejně prospěšné projekty. Dotační tituly vždy vyhlašuje Rada Plzeňského kraje, jež také sleduje plnění vydaných Pravidel pro žadatele a příjemce. Žádost je možné podat buď v rámci vypsaných dotačních programů, nebo prostřednictvím individuálních žádostí. V tomto případě by se musela využít individuální žádost o dotaci. (Plzeňský kraj - dotace, 2020)

Výhody:

- podpora místních organizací a firem
- nenáročnost administrace těchto dotací

Nevýhody:

- aktuálně se podávají individuální žádosti, které se individuálně posuzují dle potřeby projektu pro kraj

4.2 Dotace z rozpočtu EU

4.2.1 Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK)

Tento operační program nabízí získání finančních prostředků na projekty ze strukturálních fondů EU. Sestaven je na podporu investičních projektů podnikatelů, ale také subjektů státní správy, měst či obcí. Primární jsou však především projekty malých a středních podnikatelů. Program se zaměřuje na podporu projektů v oblasti výzkumu a vývoje, úspor energie a ICT.

Úkol programu: (Programový dokument OP PIK, 2018)

- Zvýšit množství podniků, které mají potenciál posunout technologickou hranici v oboru a důraz se zaměřuje na rozvoj podnikových výzkumných, vývojových a inovačních kapacit, dále na jejich propojení s okolím.
- Rozvoj podnikání za účelem podpory projektů inovací nižších řádů, tedy modernizačních a rozvojových projektů, které se zabývají především podporou realizace nových projektových záměrů, a to včetně rozvoje služeb, které směřují k vyšší konkurenční výhodě jednotlivých firem, a to v mezinárodním prostředí.
- Využívat energeticky účinné a nízkouhlíkové hospodářství, které se zakládá zejména na zvýšení energetické účinnosti firemního sektoru, využití obnovitelných zdrojů energie, modernizace energetické infrastruktury a využívání nových technologií ze sféry nakládání energií a druhotných surovin.
- Zjednodušení rozvoje podnikání, služeb, a také přístupu ke službám státu za využití vysokorychlostního přístupu k internetu a využití služeb informačních a komunikačních technologií, protože konkurenceschopnost informační společnosti funguje zejména na efektivním využití moderních služeb ICT.

Priority programu: (Programový dokument OP PIK, 2018)

1. Inovace v Unii – Založen na zlepšení rámcových podmínek a přístupu k financování výzkumu a inovací.
2. Průmyslová politika pro éru globalizace – Zabývá se zlepšením podnikatelského prostředí, především malého a středního podnikání.

3. Evropa méně náročná na zdroje – Podpora přechodu na nízkouhlíkovou ekonomiku.
4. Digitální agenda pro Evropu – Zabývá se urychlením rozvoje vysokorychlostního internetu a použití jednotného digitálního trhu firmami a domácnostmi.

Výhody:

- podpora malého a středního podnikání,
- podpora budování konkurenční výhody,
- nové příležitosti pro uplatnění technických kompetencí firem,
- podpora růstu a rozvoje inovací.

Nevýhody:

- nedostatečně rozvinutý trh podnikatelských služeb, jež brání v rozvoji domácího podnikatelského sektoru.

Inovace

Hlavním úkolem programu je podpora inovační výkonnosti místních firem a zvýšení konkurenceschopnosti těchto firem za pomoci využití speciálních know-how z větších nebo menších částí, které vznikají v kooperaci s akademickým nebo výzkumným sektorem, rozšíření know-how podniků pro své inovace, zvýšení efektivnosti některých interních procesů v řízení inovací a zvýšené ochrany duševního vlastnictví, aby se zvýšil počet místních firem v tvorbě technologických lídrů, tvorbě a zavedení nových konkurenceschopných produktů na globální trh. Podporují se také inovace vyšších řádů a podporuje se schopnost podniků ve sféře high-tech výroby. Podporuje se oblast zefektivnění procesů výroby a poskytování služeb, zavedení nových metod firem do interních firemních procesů, dále zvýšení prodejů výrobků či služeb, zavádění nových metod do firemních procesů a zlepšení adresování potřeb zákazníka, atd. (Brožurka MSP, 2020)

Výhoda:

- podpora inovací,
- zvýšení efektivnosti interních procesů,
- podpora místních firem a konkurenceschopnosti,

Nevýhody:

- administrativně náročné,
- nutná spoluúčast na projekty.

Potenciál

Hlavním úkolem programu je podpora zavedení či zvyšování kapacit firem pro uskutečnění inovačních, vývojových nebo výzkumných aktivit, a také zvýšení počtu firem, jež se podílí na tvorbě vlastního výzkumu, vývoje a inovací. Cílem programu je prohloubení spolupráce firmy s výzkumnými a vývojovými organizacemi, vytváření kvalifikovaných pracovních míst, s čímž souvisí rozvoj ekonomiky, zlepšení podmínek pro zapojení se do programů výzkumu a vývoje, a také zvýšení konkurenceschopnosti naší ekonomiky. (Brožurka MSP, 2020)

Výhody:

- podpora zvýšení kapacit firem.

Nevýhody:

- administrativní náročnost,
- spoluúčast.

Spolupráce

Program má za cíl rozvoj inovačních sítí jakožto nástrojů pro vyšší intenzitu společných výzkumných, vývojových, a také inovačních činností mezi firmami a výzkumnou sférou. Podporuje se kolektivní výzkum, sdílená infrastruktura, a také rozvoj klastrové organizace a koordinační činnost. (Brožurka MSP, 2020)

Služby infrastruktury

Úkolem je za pomoci dotací zkvalitnit služby podpůrné infrastruktury, jež bude směřovat ke zintenzivnění výzkumných, vývojových a inovačních činností mezi firmami a mezi veřejným a firemním sektorem se zaměřením především na uskutečnění nových technologií a konkurenceschopných produktů a služeb. Do podpořených činností se řadí strategické řízení a management inovací, strategické poradenství během vstupu na nové trhy, ochrana a použití práv duševního vlastnictví, navázání a rozvoj výzkumné spolupráce, atd. (Brožurka MSP, 2020)

Inovační vouchery

Cílem tohoto programu je rozvoj komunikace, sdílení poznatků a know-how mezi firmou a výzkumnými institucemi, jež mohou firmy využít k zahájení nebo zintenzivnění svých inovačních činností. Do podporovaných činností patří nákup poradenských, expertních a podpůrných služeb ve sféře inovací, aj. (Brožurka MSP, 2020)

Technologie

Úkolem programu je za pomoci dotací podporovat zvýšení množství uskutečněných podnikatelských záměrů drobných podnikatelů, malých a středních podniků. Projekty mají za úkol zvýšit zaměstnanost a podílet se na rozvoji některých regionů. (Brožurka MSP, 2020)

Poradenství

Úkolem programu je poskytnutí poradenských služeb a služeb malých a středních podnikatelů. Tento program má pomoci k rozvoji poradenských činností a zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních podniků. (Brožurka MSP, 2020)

Marketing

Úkolem programu je podpora růstových motivací malých a středních podniků, jejich schopností a marketingové připravenosti. Najít nové trhy mimo území našeho státu, vstupovat na tyto trhy a umět se na nich udržet. To má souvislost se zvýšením schopností mezinárodní expanze, rozšířením exportní působnosti, výrobních a prodejních činností. (Brožurka MSP, 2020)

4.2.2 Operační program zaměstnanost (OPZ)

Operační program se zabývá různými oblastmi, především oblastí adaptability pracovníků a zaměstnavatelů, a také dalším profesním vzděláváním, podporou zaměstnanosti, rovných příležitostí mužů a žen na trhu práce, atd. (Brožurka MSP, 2020)

Za pomoci Evropského sociálního fondu se dají financovat projekty prostřednictvím místního úřadu práce. Tyto projekty se primárně zaměřují na podporu mladých lidí, kteří nemají praxi. Žadatel může získat finanční příspěvek na nového pracovníka do pracovního poměru a začlení tak mladé lidi do 30 let, kteří nemají praxi, na trh práce. Výhodou tohoto projektu je, že může firma získat levnou pracovní sílu, která by mohla pomoci externím zaměstnancům, které si najímá. Tito lidé by mohli firmě pomoci získat nový úhel pohledu na konkrétní situaci, která je ve firmě a pomoci jí ve zvýšení konkurenceschopnosti. Nevýhodou je, že bude zaměstnán mladý člověk, který nemá žádnou práci a bude ho muset někdo zaučit.

4.3 Portály shromažďující informace o podnikání

BusinessInfo.cz (portál pro podnikatele)

Jedná se o oficiální portál určený pro podnikání a export. Tento web je důležitým online průvodcem podnikatelů a exportérů. Uživatelé zde mohou vidět aktuální informace týkající se podnikání a obchodních příležitostí u nás i v zahraničí. Portál obsahuje důležité informace týkající se státních, ale i komerčních institucí, neziskových organizací, příspěvkových a dalších organizací, jež spoluplořují a charakterizují firemní prostředí. Tento projekt realizuje agentura CzechTrade, gestor je Ministerstvo průmyslu a obchodu. (Brožurka MSP, 2020)

Výhody:

- podpora podnikání,
- online nástroj,
- personalizované informace,
- dostatek informací na webu.

Nevýhody:

- příliš textu, vhodné by bylo využívat také videa.

Elektronická licenční správa (ELIS)

Zavádění elektronické licenční správy znamená modernizaci služeb ministerstva, jež důležitým způsobem urychluje a usnadňuje komunikaci zejména s firemní veřejností. Do hlavních novinek, které souvisí s vedením ELIS, a jež se podílí na snížení administrativní zátěže žadatelů, se řadí: (Brožurka MSP, 2020)

- elektronické podávání žádostí do předem nachystaného eFormuláře a automatická kontrola správnosti vyplnění formuláře,
- komunikace mezi ministerstvem a žadatelem díky datovým schránkám,
- vedení správního spisu a vyřízení žádostí týkající se udělení licencí a povolení elektronickou formou,
- možnost monitorovat průběh životního cyklu žádosti prostřednictvím dálkového přístupu,
- možnost elektronické úhrady správního poplatku.

Výhody:

- online podávání,
- online komunikace.

Nevýhody:

- horší vyhledávání aktuálních informací,
- nezbytný je přístup k internetu.

Jednotné kontaktní místo (JKM)

Znamená bezplatné poskytování informací, které jsou nezbytné k tomu, aby mohl podnikatel začít podnikat v oblasti služeb u nás, ale i kdekoliv v Evropské unii. Na toto místo se mohou obrátit občané našeho státu i Evropské unie. Další úlohou JKM je zprostředkování důležitých informací klientovi a kontakt na konkrétní úřad u nás nebo v Evropské unii, jež se zaměřuje na povolení dané činnosti. (Brožurka MSP, 2020)

Výhody:

- získávání informací,
- usnadnění podnikatelské činnosti,
- informace je možné získat kdekoliv.

4.4 Agentury podporující malé a střední podniky

4.4.1 CzechTrade

CzechTrade je agentura na podporu exportu podřízenou Ministerstvu průmyslu a obchodu. Cílem agentury je usnadnit firmám rozhodování o výběru vhodných teritorií, zkrátit dobu vstupu na daný trh a podpořit aktivity směřující k dalšímu rozvoji firmy v zahraničí. (CzechTrade, 2021)

Výhody:

- podpora podnikatelů,
- pomoc, pokud se chce podnikatel dostat na zahraniční trhy,
- podpora konkurenceschopnosti.

Klientské centrum pro export

Jedná se o společný projekt mezi Ministerstvem zahraničních věcí, Ministerstvem průmyslu a obchodu a agenturou CzechTrade. Úkolem projektu je dát našim podnikatelům možnost dostat se na zahraniční trhy. (Brožurka MSP, 2020)

Exportní poradenství

Exportní poradenství dává CzechTrade našim výrobcům a podnikatelům v jakékoliv fázi expanze na zahraniční trhy. Firmy mají možnost obrátit se na zkušené a odborné konzultanty, kteří jim pomohou se zhodnocením exportní připravenosti firmy a dají jim základní doporučení, dále jim napomohou identifikovat exportní potenciál a zvolit vhodné teritorium, napomohou jim v návrhu strategie vstupu na zahraniční trhy a informovat je o možných obchodních příležitostech. (Brožurka MSP, 2020)

Marketingová podpora v zahraničí

Možnost prezentovat se v oficiální online databázi našich exportérů, jež je prezentovaná také na webových stránkách zahraničních kanceláří CzechTrade. Oborové rozdělení a přehlednost informací napomáhají zahraničním partnerům v rychlém orientování se v nabídce našich exportérů. Databáze slouží pro klienty CzechTrade, jež uskutečnili některou službu se zahraniční kanceláří CzechTrade či zpoplatněný seminář uskutečněný oddělením Exportního vzdělávání. (Brožurka MSP, 2020)

4.4.2 CzechInvest

Agentura CzechInvest naplňuje klíčovou úlohu v oblasti podpory podnikání a investic v její komplexní podobě. Unikátní spojení regionálního, centrálního a mezinárodního působení zajišťuje integritu služeb a schopnost propojovat globální trendy s regionálními podmínkami v České republice. Jedním z hlavních cílů CzechInvestu je přeměna České republiky v inovačního lídra Evropy. CzechInvest je státní příspěvkovou organizací podřízenou Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Založen byl v roce 1992. (CzechInvest, 2021)

Výhody:

- podpora firem v účasti na zahraničním programu,
- podpora konkurenceschopnosti.

CzechStarter

Tento projekt má za úkol umožnit našim inovativním firmám, aby se účastnili tříměsíčního akceleračního programu v zahraničí. Hlavním úkolem je zrychlení rozvoje inovací v malých a středních podnicích, a také jejich internacionalizace skrz komercializaci produktu, transferu výsledků vývoje, inovací a získání nových zkušeností z oblasti podnikání na zahraničních trzích. Součástí tohoto programu je mentoring, poradenství, školení a workshopy, atd. (Brožurka MSP, 2020)

CzechMatch

Jedná se o týdenní akcelerační program realizovaný v zahraničí, který dává malým a středním firmám možnost, aby představili své produkty a služby odborné veřejnosti či investorům. (Brožurka MSP, 2020)

5 Návrh žádosti o dotační podporu

V této části je zpracována žádost o dotační podporu z programu Nemovitosti vyhlášeném v rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost. Tento druh podpory byl vybrán, protože se zaměřuje na nemovitosti. Tím nejlépe vyhovuje současnému záměru podniku. Podnik Proexpo reklama s. r. o. bude v tomto programu žádat o částku 1 076 100 Kč. Částku chce podnik využít k přístavbě stávajících prostor a částečně k vybavení nových prostor. Předpokládané podání žádosti je na začátku srpna roku 2021.

Hlavním přínosem projektu pro podnik je zvětšení skladovacích prostor a kanceláří a vytvoření prostoru pro osobní jednání se zákazníky. Od této změny si firma slibuje zlepšení klientského servisu a tím větší počet realizovaných zakázek. Zároveň zvětšení skladů přispěje k možnosti nákupu nového vybavení stánků. Firma tak bude moci uspokojit více zákazníků najednou.

Celého projektu se budou účastnit oba jednatelé firmy. Pro lepší zvládnutí projektu a rychlejší realizaci si firma najme externí pracovníci, která má bohaté zkušenosti s dotačními programy a bude tak pro podnik přínosem.

5.1 Projekt

Níže jsou uvedeny všechny důležité informace, které je nutné podat spolu s žádostí o dotaci.

Úvod

Obchodní jméno, Sídlo, IČ/DIČ, Osoba oprávněná jednat jménem žadatele

- Název: PROEXPO reklama s. r. o.
- Sídlo: Plzeňská 1034, 330 11 Třemošná u Plzně
- IČ/DIČ: 07621949
- Jednatel: Ing. Petr Běžel

Hlavní a vedlejší předmět podnikání žadatele včetně číselného vymezení CZ NACE

- Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona
- CZ NACE:
 - NACE CZ (CZ 2008) : Tisk a činnosti související s tiskem (181)
 - NACE CZ (CZ 2008) : Specializované návrhářské činnosti (741)
 - NACE CZ (CZ 2008) : Pořádání konferencí a hospodářských výstav (823)
 - NACE CZ (CZ 2008) : Tisk ostatní, kromě novin (1812)

- NACE CZ (CZ 2008) : Specializované návrhářské činnosti (7410)
- NACE CZ (CZ 2008) : Pořádání konferencí a hospodářských výstav (8230)
- NACE CZ (CZ 2008) : Umělecká tvorba (9003)

Délka současného podnikání (živnostenský rejstřík, nebo podnikání podle jiných platných právních předpisů)

- 3 roky

Hlavní záměr projektu a jeho připravenost

Stručná charakteristika žadatele (max. 250 slov)

PROEXPO reklama s. r. o. se zabývá reklamními službami. Úspěšně realizovali stovky výstavních expozic a z reklamní dílny vyšly tisíce produktů. Firma zajišťuje grafickou přípravu, dále výrobu nebo finální umístění reklamy. Každá zakázka se řeší na míru s klientem a reklamní služby se realizují na klíč. Hlavním předmětem činnosti je realizace výstavních expozic a reklamní dílna.

Stručná historie ekonomické činnosti společnosti a současný stav, strategie budoucího vývoje žadatele, perspektiva růstu trhu, ve kterém firma žadatele působí.

Firma se začala zabývat reklamními službami od roku 1993 (právní formu s. r. o. má 3 roky). Společnost disponuje grafickou dílnou, autodopravou, dále kancelářskými a výrobními prostory. Díky takovému zázemí je možné poskytovat profesionální služby na velmi vysoké úrovni. Firma tak může zákazníkům nabízet kompletní realizace výstavních expozic u nás nebo v zahraničí, a také poskytovat kvalitní a komplexní servis klientům v oblasti reklamy.

Charakteristika zaměření projektu

Místo realizace projektu

Plzeňský kraj se nachází na jihozápadě České republiky. Sousedí na severozápadě s krajem Karlovarským, na severu s Ústeckým krajem, na severovýchodě se Středočeským krajem a na východě s Jihočeským krajem. Nejdlejší hranice je na jihozápadě s Německem. Plzeňský kraj je třetí největší kraj u nás, a to z pohledu rozlohy. Z hlediska počtu obyvatel je na devátém místě. Za přirozené centrum regionu se považuje Plzeň. Plzeňský kraj se řadí do průměrně ekonomicky rozvinutých krajů u nás. Na tvorbě HDP se u nás podílí přibližně 5,5 %. Z hlediska podílu tvorby HDP na jednoho obyvatele má páté místo, a to zejména z toho důvodu, že je Plzeň vysoce ekonomicky výkonným městem. (Plzeňský kraj, 2021)

Do důležitých průmyslových odvětví se v kraji řadí strojírenství, potravinářství, výroba a distribuce energií, dále hutnictví a průmysl stavebních hmot a keramiky. V této oblasti je také dlouhodobě nízká míra nezaměstnanosti. Plzeňský kraj má strategicky důležitou polohu, a to z hlediska spojení východu a západu Evropy. Silniční doprava zde má důležitou roli. Plzeňský kraj je také důležitý z hlediska rozvoje cestovního ruchu. Do důležitých cílových skupin klientů patří Němci, ale i tuzemští občané. Návštěvníci Plzeňského kraje zajímají kulturní zařízení, jako jsou kina, divadla, galerie, muzea, hrady či zámky, ale také podmínky pro sportování (především turistiku, cykloturistiku nebo lyžování). (Plzeňský kraj, 2021)

Město Třemošná se rozprostírá 9 km severně od Plzně. Její rozloha je 18,10 km² a počet obyvatel je přes 5 tisíc. Údolí řeky Třemošná a železniční trať dělí město na dvě části, a to severní a jižní. Jižní část má přirozené centrum, ale také se zde nachází radnice a sídliště. Třemošnou prochází důležitá železniční trať Plzeň – Žatec, na jejímž místě se nachází železniční stanice Třemošná u Plzně. Důležitou silnicí je silnice č. 27, která vede z Železné Rudy, přes Klatovy a Plzeň, a to směrem na Most, Litvínov, Žatec a Dubí. (Třemošná, 2021)

Předpokládaný začátek realizace projektu

- 1. 8. 2021

Zaměření projektu

Projekt se zaměřuje na rozšíření skladovacích prostor firmy PROEXPO reklama s. r. o. a tvorbu zázemí pro jednání s klienty. Žadatel chce rozšířit své skladovací prostory a vytvořit v nových prostorech také speciální místo pro osobní jednání se zákazníky. Firma totiž se zákazníky pracuje individuálně a respektuje jejich individuální přání a požadavky. Právě proto je speciální prostor pro osobní jednání nezbytný. Rozšíření skladovacích prostor umožní zvýšit objem zakázek.

Plnění horizontální politiky (dopad projektu na rovné příležitosti, vliv na životní prostředí a zdraví)

- Projekt podporuje rovné příležitosti žen a mužů. Spolupracovníci firmy jsou jak ženy, tak také muži. Spolupracovníci firmy nejsou vybíráni dle rasy, barvy pleti, pohlaví, víry, jazyka, národnosti, náboženství, původu či zdravotního stavu. Záleží na jejich kvalitě a kvalifikaci.

- Stavební práce, které budou provedeny v rámci projektu, nebudou mít negativní vliv na životní prostředí. Veškerý odpad bude tříděn a pravidelně odvážen v rámci svozového plánu obce.
- Projekt nebude mít negativní vliv na zdraví.

Přípravenost žadatele k realizaci

Stávající prostory jsou v majetku žadatele. K projektu bude zpracována projektová dokumentace a potřebná stavební povolení či ohlášky, budou řešeny ve III. kvartálu tohoto roku. Rozpočtované položky byly stanoveny z jednotného ceníku stavebních prací a položky, jež nejsou součástí jednotného ceníku, jsou stanoveny dle průzkumu trhu. V případě výběru projektu k žádosti o podporu a dotačního příslibu, bude realizováno výběrové řízení na stavební práce (rozšíření stávajících skladovacích prostor a tvorba zázemí pro osobní jednání se zákazníky).

Způsob financování projektu

- zdroje EU
- vlastní zdroje žadatele

Podrobnější charakteristika žadatele, oblast podnikání, zkušenosti

Oblast podnikání žadatele o dotaci

- realizace výstavních stánků na veletrzích
- výroba reklamy (bannery, billboardy, cedule, polepy aut, světelná reklama, polepy výloh, vizitky),
- velkoplošný tisk.

Informace o struktuře vlastnických vztahů

jednatelé: Ing. Petr Běžel a Petr Běžel (každý jednatel jedná samostatně)

Zkušenosti žadatele s realizací obdobných projektů financovaných ze strukturálních fondů nebo ze soukromých zdrojů

Firma PROEXPO reklama s. r. o. zatím nezískala žádnou dotaci ze strukturálních fondů. Realizovala pouze projekty z vlastních zdrojů.

Výhled žadatele do budoucna v oblasti jím řešeného podnikatelského sektoru. Stanovení strategie budoucího vývoje, perspektiva dalšího růstu trhu.

Firma chce zvýšit objem zakázek a z toho důvodu potřebuje také větší skladovací prostory. Skladovací prostory musí být uspořádány takovým způsobem, aby došlo k maximálnímu využití plochy. Nové skladovací prostory umožní zvýšení kapacity skladu. Kromě toho firma plánuje zvýšit svou profesionalitu a zákaznický servis. V tom jí pomůže prostor, který bude určený pro osobní jednání se zákazníky. V současné době se jedná se zákazníky především telefonicky nebo emailem. Osobní jednání jsou však také možná, avšak nejsou tak častá, protože kancelář nacházející se v objektu není příliš k jednáním uzpůsobena a je velmi malá. Firma se bude do budoucna snažit zlepšit své komunikační dovednosti, zákaznický přístup, zkvalitnit procesy a zajistit si tímto způsobem růst tržeb.

Zpracovatel, tým zpracovatelů

Ing. Petr Běžel – jednatel společnosti

Vykonává funkci jednatele společnosti a signatáře projektu. Ze své stávající pozice i předchozí praxe má zkušenosti s řízením projektů a realizací veřejných zakázek.

Petr Běžel – jednatel společnosti

Vykonává funkci jednatele a je koordinátorem projektu. V přípravné fázi spolupracuje na zpracování hlavní myšlenky projektu. Kromě toho zajišťuje konzultace a potřebné podklady pro zpracování žádosti o podporu.

Jana Nováková – externí HR manažerka

Jedná se o odbornou garantku projektu. V přípravné fázi pomáhá zpracovat hlavní myšlenku projektu. Kromě toho se zabývá kontrolou podkladů potřebných pro zpracování žádosti o podporu. V realizační fázi spolupracuje na přípravě zadávací dokumentace pro výběrová řízení na stavební práce a vybavení. Účastní se výběru vhodného dodavatele a pravidelně se účastní kontrolních dnů stavby. Kromě toho má na starost zajištění publicity projektu. V provozní fázi projektu se podílí na propagaci projektu a prezentaci jeho výstupů. Dohlíží na využití výstupů projektu a jejich použití v souladu s podmínkami dotačního programu. Kromě toho se podílí na dalším rozvoji firmy, výběru kvalifikovaného personálu, zajištění potřebných pracovních podmínek, nese odpovědnost za dodržování veškerých platných legislativních požadavků a norem. Dohlíží na archivaci relevantních dokladů projektu.

Tato pracovnice se již během své předchozí praxe účastnila úspěšné realizace celé řady projektů, které byly realizovány z fondů EU, ale také z rozpočtu kraje či obcí. Paní Nováková umí motivovat externí pracovníky, spolupracuje s nimi i s jednateli firmy, kromě toho řeší také rozvoj firmy.

Technický popis a parametry projektu

V rámci projektu bude rozšířen současný skladový prostor o 100 m². Tím vznikne větší skladovací prostor, a také bude v objektu vytvořeno zázemí pro jednání s klienty. Odhaduje se, že bude tento projekt trvat 1 rok.

Současné a plánované využití nemovitosti

Objekt

Parcelní číslo: 2074/10

Obec: Třemošná

Katastrální území: Třemošná

Číslo LV: 1951

Výměra v m²: 732

Aktuálně se celý objekt na obrázku 2 využívá k činnosti vybrané firmy a na pozemku se plánuje rozšíření skladovacích prostor a vytvoření zázemí, které bude sloužit k osobním schůzkám s klienty. Rekonstrukcí a vybouráním některých příček dojde k rozšíření stávajících skladovacích prostor. Navíc se plánuje změna prostorového uspořádání objektu, čímž vzniknou větší prostory, které budou sloužit pro stávající podnikatelskou činnost. Navíc bude vytvořen speciální prostor, kde budou moci probíhat osobní jednání s klienty.

Obrázek 2 - Proexpo reklama s. r. o.



Zdroj: (Mapy - Proexpo reklama s. r. o., 2021)

Hlavní přínosy projektu, výstupy projektu

- Realizace projektu ovlivní:
 - uspokojení poptávky po produktech žadatele – v rámci projektu budou rozšířeny skladovací prostory, a tak bude navýšena kapacita skladu
 - prostor pro jednání s klienty – v rámci projektu bude vymezen prostor pro osobní jednání s klienty a zajištění klientského servisu
 - zvýšení zabezpečení objektu – bude nainstalován bezpečnostní kamerový systém
 - zvýšení ekonomického přínosu pro město – díky výstavbě nových skladovacích prostor budou zaměstnáni noví pracovníci, a tak bude zájemcům o nové pracovní pozice nabídnuto plnohodnotné zaměstnání, což ovlivní životní úroveň rodin
- Výstupy projektu
 - výstavba nových skladovacích prostor
 - tvorba zázemí pro osobní jednání s klientem
 - zvýšení zabezpečení budovy za pomoci kamerového systému

Indikátory – cílová hodnota:

- 23001 Počet firem využívajících novou, nebo modernizovanou infrastrukturu pro podnikání: 1
- 46601 Rozšířené, zrekonstruované nebo nově vybudované kapacity bez záboru zemědělského půdního fondu: 2 (1x rozšíření skladovacích prostor, 1x tvorba zázemí)

Zajištění udržitelnosti projektu

Provozní

Všichni pracovníci se budou snažit pečovat o majetek a pořízené zařízení takovým způsobem, aby majetek i zařízení sloužili k účelu projektu, a to minimálně po dobu 5 let po ukončení realizace projektu. Veškeré stavební práce a nakoupené vybavení bude podléhat záruční lhůtě. V případě, že budou objeveny nějaké vady, tak budou ihned řešeny s dodavateli. Kromě toho bude budova zabezpečena kamerovým systémem, a tak dojde k ochraně majetku.

Finanční

Projekt se uskuteční jen v případě, že firma obdrží finanční prostředky z daného dotačního titulu. Finanční správa majetku, správné a řádné zaúčtování jednotlivých účetních případů a hospodaření s majetkem, bude v péči řádného hospodáře, který bude nést odpovědnost zejména za účetní škody.

Administrativní

Během doby udržitelnosti projektu, která bude 5 let od skončení realizace projektu, budou poskytovateli dotace předkládány v pravidelných intervalech zprávy o udržitelnosti. Kromě toho se bude také sledovat zejména plnění indikátorů projektu, jež bude vykazováno. Veškeré doklady vztahující se k projektu, budou archivovány.

Analýza rizik

Tabulka 1 - Rizika projektu

DRUH RIZIKA	ZÁVAŽNOST RIZIKA (1 – NEJNIŽŠÍ, 5 – NEJVYŠŠÍ)	PRAVDĚPODOBNOST VÝSKYTU/ČETNOST VÝSKYTU RIZIKA (1 – TÉMĚŘ VYLOUČENÁ, 5 – TÉMĚŘ JISTÁ)	PŘEDCHÁZENÍ RIZIKA
Nedostatky v projektové dokumentaci	4	2	Strana 46, bod 1.
Špatná koordinace stavebních prací	3	2	Strana 46, bod 2.
Nekvalitní dodavatel	4	1	Strana 46, bod 3.
Nedodržení termínu realizace	4	2	Strana 46, bod 4.
Nedodržení harmonogramu projektu	3	2	Strana 46, bod 5.
Nezískání dotace	5	3	Strana 46, bod 6.
Nedostatek poptávky	4	2	Strana 46, bod 7.
Nedodržení monitorovacích indikátorů	5	1	Strana 46, bod 8.
Nedostatek vlastních zdrojů	3	1	Strana 46, bod 9.
Nemovitost bude ohrožena vandalismem	3	2	Strana 46, bod 10.

1. Projektant, který zpracovává studii proveditelnosti má mnoho zkušeností v této oblasti. Projektovou dokumentaci tak zpracovává maximálně podrobně a kvalitně
2. Projektový tým disponuje bohatými zkušenosti s realizačními pracemi i s čerpáním dotací z fondů EU. Součástí týmu bude také technický dozor investora, který bude mít dostatečnou kvalifikaci a zkušenosti, a jež bude pravidelně docházet na kontrolní dny stavby a dělat dohled nad plněním harmonogramu. Bude také nést zodpovědnost za kontrolu fakturace stavebních prací. Harmonogram stavebních prací bere ohled na všechny aspekty a rizika, jež je možné v rámci tohoto druhu projektu předpokládat (např. sezónnost, návaznost prací, atd.). Z tohoto důvodu se musí při tvorbě harmonogramu pracovat s určitou rezervou.
3. V tomto případě je potřeba, aby byla kvalitně zpracovaná zadávací dokumentace a její části. Nastavené požadavky na kvalifikační předpoklady musí být zvoleny takovým způsobem, aby došlo k zamezení volby nekvalitních dodavatelů.
4. Bude vybrán kvalitní dodavatel a harmonogram projektu bude správně nastavený. Harmonogram bude zahrnovat veškeré předvídatelné faktory a bude v něm započítána jistá časová rezerva.
5. Tomuto riziku se dá předejít na základě dostatečně zpracovaného harmonogramu projektu, jež počítá se všemi možnými faktory, a také s případnými časovými rezervami. Na dodržování harmonogramu bude dohlížet odborný projektový tým.
6. Projekt je zpracován tak, aby byl souladu s danou Výzvou a pravidly pro žadatele a příjemce dotace.
7. Potřebnost projektu je dána nedostatečnými skladovacími prostory a nemožnost se dále rozvíjet vychází z toho, že chybí místo pro jednání s klienty.
8. Tomuto riziku se předchází reálným nastavením celého projektu.
9. Pro eliminaci tohoto rizika se využívá reálná predikce výdajů.
10. Nemovitost bude zabezpečena kamerovým zabezpečovacím systémem. Kromě toho bude předmět projektu pojištěn a pojistná smlouva bude nastavena tak, aby pokryla případné škody.

SWOT analýza

Tabulka 2 - SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
uspokojení poptávky tvorba zázemí pro jednání s klienty dostatečné skladovací prostory	omezení týkající se dispozic budovy
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
získání dotace zvýšení funkční hodnoty nemovitosti růst firmy	administrativní náročnost projektu

Rozpočet projektu

Projekt počítá kromě rekonstrukce vlastní nemovitosti také se zakoupením dlouhodobého movitého majetku. Rozpočet nemovitosti a movitého majetku je uveden v tabulce 3 resp. 4.

Dlouhodobý a spotřební majetek

Tabulka 3 zobrazuje výdaje spojené s vybavením zázemí určeného pro osobní jednání s klienty. Bude pořízen počítač, tiskárna, stoly, židle a další vybavení (police, kancelářské potřeby).

Tabulka 3 – Výdaje na projekt

VÝDAJE	CENA V KČ	DOTACE	VLASTNÍ ZDROJE
Dlouhodobý majetek	30 000 Kč	15 000 Kč	15 000 Kč
Počítač	20 000 Kč	10 000 Kč	10 000 Kč
Tiskárna	10 000 Kč	5 000 Kč	5 000 Kč
Spotřební materiál	100 000 Kč	0 Kč	100 000 Kč
Stoly	40 000 Kč	0 Kč	40 000 Kč
Židle	50 000 Kč	0 Kč	50 000 Kč
Další vybavení kanceláře	10 000 Kč	0 Kč	10 000 Kč
CELKEM	130 000 Kč	15 000 Kč	115 000 Kč

Rekonstrukce

V tabulce 4 jsou uvedeny výdaje, které se předpokládají na rekonstrukci objektu.

Tabulka 4 – Výdaje na rekonstrukci

Výdaje	Cena v Kč	Dotace	Vlastní zdroje
Nové rozvody elektroinstalace	100 000 Kč	45 000 Kč	55 000 Kč
Topení	60 000 Kč	27 000 Kč	33 000 Kč
Rozvody vody a odpadů WC	10 000 Kč	4 500 Kč	5 500 Kč
Koupelna	58 000 Kč	26 100 Kč	31 900 Kč
WC	50 000 Kč	22 500 Kč	27 500 Kč
Bourání, příčky	140 000 Kč	63 000 Kč	77 000 Kč
Okna	100 000 Kč	45 000 Kč	55 000 Kč
Dveře	50 000 Kč	22 500 Kč	27 500 Kč
Omítky, výmalba	190 000 Kč	85 500 Kč	104 500 Kč
Přístavba skladu 100 m ²	1 000 000 Kč	450 000 Kč	550 000 Kč
Střecha	600 000 Kč	270 000 Kč	330 000 Kč
CELKEM	2 358 000 Kč	1 061 100 Kč	1 296 900 Kč

Celkové výdaje: 2 488 000 Kč

Dotace: 1 076 100 Kč

Vlastní zdroje: 1 411 900 Kč

5.2 Schválení dotace

Pro tento projekt byl vybrán program Nemovitosti z Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OP PIK). Tento program byl vybrán z důvodu, že společnost Proexpo reklama s. r. o. již delší dobu zvažuje rekonstrukci a rozšíření stávajících prostor, což program Nemovitosti podporuje. Tento program poskytuje dotaci pro malé podniky ve výši 45% z vynaložených výdajů na projekt. Avšak minimálně 1 milion Kč. Maximální výše dotace je 70 milionů Kč na jeden projekt.

Pro získání dotace musí žadatel zahájit stavební práce až po podání žádosti o dotaci. Pokud je žádost schválena, čerpání dotace probíhá až po ukončení projektu a doložení vynaložených výdajů žadatelem.

ZÁVĚR

Tento text se zaměřoval na téma „Podpora podnikání pro malé a střední podniky“. Malé a střední podniky hrají na trhu podstatnou roli. Věnují se aktivitám, které nejsou pro velké firmy tak atraktivní, a tak vyplňují určité vzniklé mezery na trhu. Malé a střední podniky jsou podstatnými partnery velkých firem, jež čím dál více svých aktivit přenáší na další podnikatelské subjekty. Pro tyto firmy je mnohem jednodušší, když si některé služby nakoupí od menších firem. Malé a střední firmy tak tvoří významnou subdodavatelskou síť pro větší podniky a současně jsou také stabilizačními prvky společnosti i ekonomiky. Jejich přínosem je, že dávají lidem pracovní příležitosti, dokážou navíc s klienty či zákazníky mnohem lépe komunikovat než velká firma, a také se přizpůsobovat aktuálním potřebám.

Text měl za cíl, na základě odborné literatury a internetových zdrojů vyhodnotit podstatu podnikání, popsat důvody podnikání a význam podnikání. Kromě toho vyhledat možnosti podpory podnikání pro malé a střední podniky. Charakterizovat, jakým způsobem jsou poskytnuty prostředky z veřejných zdrojů a dotací, které byly získány ze státního rozpočtu nebo strukturálních fondů. Následně byly nalezeny možnosti podpory pro podnik Proexpo reklama s.r.o. a vyhodnoceny jejich klady a zápory. Zde byl vybrán program Nemovitosti, který se zaměřuje na rekonstrukci stávající infrastruktury. Na základě tohoto programu byl zpracován návrh žádosti o dotační podporu pro tuto firmu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- CzechInvest*. (2021). Načteno z <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>
- CzechTrade*. (2021). Načteno z <https://www.czechtrade.cz/o-czechtrade>
- Šafrová, A. (2019). *Základy úspěšného podnikání: Průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada Publishing.
- Brožurka MSP*. (2020). Načteno z <https://www.mpo.cz/assets/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/2019/12/Brozurka-MSP.pdf>
- Jakubíková, D. (2013). *Strategický marketing - Strategie a trendy*. Praha: Grada Publishing.
- Malach, A. (2004). *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada Publishing.
- Mantovani, G. M. (2017). *The Financial Value of Entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mapy - Proexpo reklama s. r. o.* (2021). Načteno z <https://www.google.com/maps/place/Josef+B%C4%9B%C5%BEeI+-+Proexpo/@49.809871,13.3921473,175m/data=!3m1!1e3!4m13!1m7!3m6!1s0x470af3fd573f0663:0x5d7e1f528e0ebb2c!2zUGx6ZcWlC2vDoSAxMDM0LCAzMzAgMTEgVMWZZW1vxaFuw6E!3b1!8m2!3d49.8097569!4d13.3923083!3m4!1s0x470>
- Ondřej, J., & kol., a. (2019). *Zahájení podnikání: (právní, ekonomické, daňové, účetní aspekty)*. Praha: Wolters Kluwer.
- Plzeň, G. a. (2021). Načteno z http://plzen-mesto.cz/obcan/urad/granty-a-dotace/pd_2/
- Plzeňský kraj - dotace*. (2020). Načteno z <https://dotace.plzensky-kraj.cz/verejnost/>
- Plzeňský kraj*. (2021). Načteno z <https://www.plzensky-kraj.cz/plzensky-kraj>
- Prioritní osy*. (2021). Načteno z Esfr.cz: <https://www.esfer.cz/prioritni-osy-oprplz>
- Proexpo reklama s. r. o.* (2020). Načteno z <http://proexpo.cz/#o-nas>
- PROEXPO reklama s.r.o.* . (2020). Načteno z Rejstrik-firem.kurzy.cz: <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/07621949/proexpo-reklama-sro/>
- Programový dokument OP PIK*. (2018). Načteno z Programový dokument [online]. 2018 [cit. 2021-02-23]. Dostupné z: <https://www.agentura-api.org/wp-content/uploads/2019/04/Programov%C3%BD-dokument-OP-PIK-listopad-2018.pdf>
- Srpová, J., & kol., a. (2020). *Začínáme podnikat*. Praha: Grada Publishing.
- Srpová, J., & kol., a. (Praha). *Začínáme podnikat: s případovými studii začínajících podnikatelů*. Grada Publishing: 2020.

- Straková, J. (2020). *Malé a střední podniky v ČR - současnost a vize*. Praha: Grada Publishing.
- Strnadová, Z. (2019). *Co by měl vědět příjemce dotace*. Praha : Grada Publishing.
- Tauer, V., & Zemánková, H. (2009). *Získejte dotace z fondů EU: tvorba žádosti a realizace projektu krok za krokem : metodika, pravidla, návody*. . Brno: Computer Press.
- Třemošná. (2021). Načteno z <https://www.tremosna.cz/>
- Veber, J., Srpová, J., & kol., a. (2012). *Podnikání malé a střední firmy*. Praha : Grada Publishing.

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – Rizika projektu	45
Tabulka 2 – SWOT analýza	47
Tabulka 3 – Výdaje na projekt	47
Tabulka 4 – Výdaje na rekonstrukci	48

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 - Rozdělení podpor	13
Obrázek 2 - Proexpo reklama s.r.o.	43

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

Sb.	sbírka zákonů
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
kol.	kolektiv
str.	strana
č.	číslo
atd.	a tak dále
např.	například
EU	Evropská unie
a.s.	akciová společnost
ICT	informační a komunikační technologie
MSP	malé a střední podniky
HDP	hrubý domácí produkt
resp.	respektive

ABSTRAKT

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

Klíčová slova: podpora podnikání, podpora, dotace

Bakalářská práce se zabývá problematikou podpory podnikání malých a středních podniků a poskytuje základní přehled možností podpory pro tyto podniky. V teoretické části je za pomoci literární rešerše literatury různých autorů nejdříve popsána samotná podstata, význam podnikání a jeho důvody. Dále jsou zpracovány možnosti podpory podnikání pro malé a střední podniky, jako je například poskytování prostředků z veřejných zdrojů, dotace a návratné finanční výpomoci a strukturální fondy. Praktická část je věnována projektu konkrétní podpory. V této části je charakterizován podnik Proexpo reklama s.r.o., dále jsou analyzovány druhy podpory vyhovující pro tento podnik. Jsou popsány klady a zápory jednotlivých podpor. V poslední části je zpracován návrh žádosti o dotační podporu na základě konkrétního záměru podniku.

ABSTRACT

Bžel, P. (2021). *Business Support for Small and Medium-sized Companies* (Bachelor Thesis), University of West Bohemia, Faculty of Economics.

Keywords: business support, support

The bachelor thesis deals with the issue of business support for small and medium-sized enterprises and provides a basic overview of support options for these enterprises. In the theoretical part, with the help of a literature search of various authors, the very essence, the meaning of entrepreneurship and its reasons are first described. It then discusses the possibilities of supporting entrepreneurship for SMEs, such as public funding, grants and repayable financial assistance and structural funds. The practical part is devoted to a specific support project. In this part, the enterprise Proexpo reklama s.r.o. is characterised and the types of support suitable for this enterprise are analysed. The pros and cons of each support are described. In the last part, a draft application for subsidy support is prepared on the basis of a specific project of the enterprise.