

Podnikání malé a střední firmy

3., aktualizované a doplněné vydání



- Jak zvýšit konkurenceschopnost malé a střední firmy
- Teoretické poznatky i praktické zkušenosti
- Přehled podpor malého a středního podnikání
- Řešení krizových situací

Podnikání malé a střední firmy

3., aktualizované a doplněné vydání



Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

prof. Ing. Jaromír Veber, CSc., doc. Ing. Jitka Srpová, CSc., a kolektiv

Podnikání malé a střední firmy

3., aktualizované a doplněné vydání

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400
www.grada.cz
jako svou 4963. publikaci

Autorský kolektiv:

Ing. Zdenka Cardová – autorka kap. 4.2.5, 4.2.6, 4.2.7
prof. Ing. Zuzana Dvořáková, CSc. – spoluautorka kap. 4.3
Ing. Blanka Habrmanová – autorka kap. 2.1.3, 4.1.7
Ing. Ladislav Hartman – autor kap. 5.3
Ing. Jindřich Hrabal, Ph.D. – spoluautor kap. 5.5
Ing. Filip Krejčí – autor kap. 3.2
Ing. Miroslav Křížek, Ph.D. – autor kap. 4.1.5
Ing. Markéta Kubálková, Ph.D. – autorka kap. 5.1
Ing. Vilém Kunz, Ph.D. – autor kap. 2.1.4
prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc. – spoluautor kap. 1.1, 2.1, 2.2
Ing. Jana Müllerová – autorka kap. 3.1, spoluautorka kap. 4.2.8
Ing. Ondřej Pešek – autor kap. 4.4
Mgr. Jan Sekanina – spoluautor kap. 4.3
doc. Ing. Jitka Srpová, CSc. – vedoucí autorského kolektivu, koordinace autorského týmu, autorka kap. 2.3.1, 3.3, spoluautorka kap. 1.1, 1.2, 2.1, 2.3.2, 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4, 4.4, 5.4, 5.5
Ing. Ivana Svobodová, Ph.D. – spoluautorka kap. 5.2, 5.4.1
Ing. Josef Šiman – spoluautor kap. 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4
prof. Ing. Jaromír Veber, CSc. – vedoucí autorského kolektivu, autor kap. 2.3.3, 4.1.1, 4.1.2, 4.1.3, 4.1.4, 4.1.6, 4.6, spoluautor kap. 1.1, 1.2, 2.1.2, 2.2, 4.2.8, 4.3, 4.4, 5.2, 5.4
Ing. Jaromír Veber – autor kap. 4.5
Ing. Vladimír Vojík – spoluautor kap. 2.3.2

Odborně recenzovali:

doc. Ing. Emil Vacík, Ph.D.
doc. Ing. Elena Šubertová, Ph.D.

Vydání odborné knihy schválila Vědecká redakce nakladatelství Grada Publishing, a.s.

Odpovědná redaktorka Mgr. Olga Tesařová
Sazba Milan Vokál
Počet stran 336
Třetí vydání, Praha 2012
Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2012
Cover Photo © fotobanka allphoto

ISBN 978-80-247-4520-6

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE

ISBN 978-80-247-8310-9 (ve formátu PDF)
ISBN 978-80-247-8311-6 (ve formátu EPUB)
ISBN 978-80-247-8312-3 (ve formátu MOBI)

Obsah

O hlavních autorech	9
Předmluva	11
1 Co by měl podnikatel vědět	13
1.1 Pojetí a význam malých a středních firem	14
1.1.1 Vymezení základních pojmů	14
1.1.2 Význam malých a středních firem	19
1.1.3 Omezení malých a středních firem	22
1.2 Podpora malého a středního podnikání	23
1.2.1 Podpory podnikání z veřejných prostředků	23
1.2.2 Podnikatelské inkubátory, vědeckotechnické parky	34
1.2.3 Nevládání organizace	36
1.2.4 Podpory podnikání na komerčním základě	39
1.2.5 Programy podpory pro začínající podnikatele	42
1.2.6 Užitečné adresy	44
2 Podnikání a jeho rizika	45
2.1 Důvody podnikání	46
2.1.1 Podnikání versus zaměstnanecký poměr	46
2.1.2 Důvody zahájení podnikání	48
2.1.3 Typy podnikání	50
2.1.4 Společensky odpovědné podnikání	51
2.2 Profil podnikatele	54
2.2.1 Obecné rysy podnikatele	54
2.2.2 Desatero úspěšného podnikatele	56
2.3 Úvahy o podnikání	58
2.3.1 Předpoklady úspěchu začínající firmy	59
2.3.2 Výběr společníka	62
2.3.3 Úvahy o podnikání v zahraničí	63
3 Zahájení podnikatelské činnosti	67
3.1 Právní formy z pohledu malých a středních firem	68
3.1.1 Přehled právních forem podnikatelské činnosti	68
3.1.2 Porovnání jednotlivých právních forem	71
3.1.3 Získání živnostenského oprávnění	76
3.1.4 Založení právnické osoby	80

3.1.5	Další povinnosti podnikatelů	83
3.2	Pozemky, podnikatelské prostory	84
3.2.1	Vymezení pojmů	84
3.2.2	Oprávnění k využívání podnikatelských prostorů	86
3.2.3	Charakteristické rysy typických podnikatelských prostor	88
3.3	Zakladatelský rozpočet a podnikatelský plán	92
3.3.1	Zakladatelský rozpočet	92
3.3.2	Podnikatelský plán	95
3.3.3	Zdroje financování podnikatelské činnosti	105
4	Život a aktivity malých a středních firem	113
4.1	Management malých a středních firem	114
4.1.1	Pojetí managementu	114
4.1.2	Doporučení managementu pro praxi	116
4.1.3	Od tradičních k moderním názorům na podnikání	120
4.1.4	Management produktů	128
4.1.5	Management služeb	131
4.1.6	Management výroby (procesů)	133
4.1.7	Projektový management	137
4.2	Finanční řízení malých a středních firem	140
4.2.1	Obsah a zásady finančního řízení	140
4.2.2	Řízení majetkové a kapitálové struktury firmy	142
4.2.3	Řízení výsledku hospodaření a peněžního toku	145
4.2.4	Finanční plánování a rozpočtování	153
4.2.5	Účetnictví a výkaznictví	154
4.2.6	Daně v podnikání	156
4.2.7	Sociální pojištění	160
4.2.8	Zákonné a komerční pojištění pro podnikatele	162
4.3	Řízení lidských zdrojů	165
4.3.1	Organizace personální práce	167
4.3.2	Personální činnosti	167
4.3.3	Zaměstnavatelská praxe v podmínkách EU	179
4.3.4	Zaměstnávání specifických skupin pracovníků	182
4.3.5	Vztah podnikatele k odborové organizaci	184
4.4	Marketingové a obchodní činnosti	184
4.4.1	Specifika marketingu malých firem	185
4.4.2	Historický vývoj marketingových koncepcí	186
4.4.3	Marketingové plánování malých a středních firem	191
4.4.4	Obchodní činnosti	201
4.4.5	Mezinárodní obchodní vztahy	212
4.5	Informační a komunikační zabezpečení	222
4.5.1	Komponenty informačního a komunikačního systému	223
4.5.2	Projektování podnikového informačního a komunikačního systému ..	229
4.5.3	Moderní komunikační prostředky	234
4.6	Nejdůležitější legislativní požadavky pro podnikání	236
4.6.1	Smluvní vztahy	237
4.6.2	Platební operace	243
4.6.3	Právní požadavky na kvalitu produkce a její zabezpečování	243

4.6.4	Ekologické požadavky	255
4.6.5	Stavební činnosti	263
4.6.6	Právní úprava bezpečnosti a ochrany zdraví při práci	264
4.6.7	Ostatní právní předpisy	268
5	Perspektivy a ohrožení malých a středních firem	273
5.1	Růst malých a středních firem	274
5.1.1	Greinerův model růstu	275
5.1.2	Model Churchilla a Lewisové	277
5.2	Spolupráce firem	280
5.2.1	Partnerství firem	281
5.2.2	Podnikatelské sítě	281
5.2.3	Spojení firem	284
5.3	Podnikání v nových technologiích a službách	286
5.3.1	Technologie a služby budoucnosti	287
5.3.2	Mikrotrendy budoucnosti	289
5.3.3	Podpora nových technologií v EU a ČR	291
5.4	Krizové situace v podnikání malých a středních firem	295
5.4.1	Prevence	295
5.4.2	Rizikové situace v podnikání malých a středních firem	300
5.4.3	Krizové řízení	306
5.5	Zánik podnikatelských subjektů	310
5.5.1	Zánik živnostenského oprávnění	310
5.5.2	Zánik obchodních společností	311
5.5.3	Právní úprava likvidace	313
5.5.4	Právní úprava insolvenčního řízení	316
	Shrnutí/Summary	321
	Literatura	323
	Rejstřík	327

O hlavních autorech

Prof. Ing. Jaromír Veber, CSc.

Absolvent Fakulty výrobně-ekonomické Vysoké školy ekonomické v Praze, docent v oboru ekonomika průmyslu (1988), docent v oboru podnikové hospodářství (1999). V roce 2002 byl jmenován profesorem. Od roku 1994 je vedoucím katedry managementu, od roku 2006 je děkanem Fakulty podnikohospodářské VŠE v Praze. Odborně se zaměřuje na produktový a provozní management, management kvality a environmentu, prosperitu a výkonnost organizací, krizové řízení. Je manažerem kvality (DGQ a EOQ 1995), absolventem tréninkového kurzu pro experty-hodnotitele modelu EFQM (2000). Je autorem nebo spoluautorem řady odborných publikací, například *Management – základy, prosperita, globalizace* (Management Press 2000, druhé vydání 2009), *Management kvality, environmentu a bezpečnosti* (Management Press 2006, druhé vydání 2010), *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele* (Grada Publishing 2002, druhé vydání 2006), řady vysokoškolských skript, více než sta odborných statí atd. Působil také jako poradce pro zavádění systémů managementu kvality a environmentu (cca 70 úspěšných aplikací zakončených certifikáty).



Doc. Ing. Jitka Srpová, CSc.

Absolventka Fakulty výrobně-ekonomické Vysoké školy ekonomické v Praze, kandidát ekonomických věd v oboru ekonomika průmyslu (1992), docent v oboru podnikové hospodářství (1999). Je vedoucí sekce malých a středních podniků na katedře managementu, garantem vedlejší specializace Malé a střední podniky v tržním prostředí na Fakultě podnikohospodářské VŠE v Praze. Je garantem předmětů Podnikání malé a střední firmy a Podnikatelské praktikum. Odborně se zaměřuje na problematiku managementu malých a středních podniků, podnikání, podnikatelské projekty, společenskou odpovědnost firem. Je spoluautorkou vysokoškolských učebnic, například *Management – základy, prosperita, globalizace* (Management Press 2000), *Podniková ekonomika* (C. H. Beck 2006), *Podnikání malé a střední firmy* (Grada 2005, 2008), *Základy podnikání* (Grada 2010), *Podnikatelský plán a strategie* (Grada 2011). Je garantem společného studijního programu VŠE v Praze a ČVUT Komerční inženýrství v průmyslu. Působí jako výkonná ředitelka International School of Business and Management.



Předmluva

Úspěšný podnikatel musí mít motiv k podnikání a také určité osobní předpoklady k podnikání. To však nestačí, musí mít také určité znalosti z oblasti podnikání. Ty může získat studiem nebo přímo v praxi formou pokusů a omylů.

Pro podnikatele a manažery jsme připravili knihu, která obsahuje teoretické poznatky i praktické zkušenosti z podnikání malých a středních firem. Snažíme se o komplexní pohled na firmu, tj. od založení firmy přes růst a řízení jednotlivých oblastí až po krizi a zánik. Ukazuje se, že na trhu je dostatek odborných textů, které se věnují jednotlivým oblastem podnikatelské činnosti, tj. managementu, ekonomice a finančnímu řízení, účetnictví, daňové problematice, řízení lidských zdrojů, marketingu atd. Stále však pociťujeme nedostatek literatury, která by poskytla začínajícím i existujícím malým a středním podnikatelům ucelený přehled nezbytných aktuálních poznatků týkajících se podnikatelských aktivit. Čtenářům nabízíme publikaci, která má charakter „příručky podnikání“, ve které podnikatel nalezne odpovědi na své typické otázky, resp. návody na řešení obvyklých situací nebo alespoň odkazy na místa, kde tyto odpovědi a návody může získat.

Vzhledem k tomu, že v oblasti teorie podnikání i v okolí firmy dochází k neustálým změnám, které podnikatel musí sledovat a respektovat, předkládáme čtenářům třetí, aktualizované a doplněné vydání. Aktualizace se týká zejména kapitol zaměřených na podporu malých a středních firem, finančního řízení malých a středních firem, řízení lidských zdrojů a legislativních požadavků na podnikání. Rozšířeny jsou kapitoly zaměřené na marketingové a obchodní činnosti, informační a komunikační zabezpečení, růst malých a středních firem, podnikání v nových technologiích a službách, krizové situace v podnikání a zánik podnikatelských subjektů.

za autorský kolektiv
Jitka Srpová

KAPITOLA 1

Co by měl podnikatel vědět

Kapitola přináší výklad základních pojmů a poznatků týkajících se existence, významu a omezení malých a středních firem. Přináší též řadu dalších poznatků, které mohou sloužit jako východisko k rozhodnutí o tom, zda se pustit do podnikání, jaké finanční podpory podnikání může podnikatel získat, případně na jaké instituce a organizace se může obrátit, když potřebuje informace z oblasti podnikání.

1.1 Pojetí a význam malých a středních firem

1.1.1 Vymezení základních pojmů

Z **historického hlediska** výraz podnikatel [entrepreneur] pochází z francouzštiny a ve svém původním středověkém významu znamenal prostředník či zprostředkovatel. Byl to výraz, který odpovídal realitě, podnikatel tehdejší doby se podílel na zprostředkování zejména obchodů. Postupem času k obchodním aktivitám přibýlo zprostředkování dodávek pro vládu. Již v 18. století bylo zřejmé (R. Contillon), že s tímto typem podnikání je spojeno riziko, a podnikatel se oddělil od rentiéra. Zatímco rentiér poskytuje kapitál za určitou cenu – rentu (úroky), podnikatel je osoba, která realizuje určitý projekt a nese riziko jeho úspěchu nebo neúspěchu. Úspěch podnikání je tak do značné míry vázán na schopnosti (nápaditost, iniciativu, aktivitu) podnikatele. Ve 20. století se podnikateli přisuzuje i další rys – atribut inovátora.

Vedle kontinentálního evropského pojetí pojmu podnikání a podnikatel [enterprise, entrepreneur] existuje angloamerický výraz pro podnikání [business] ve významu obchodování, účelová a zisková aktivita.

Pojem „**podnikání**“ [enterprise] v posledních patnácti letech zcela zdomácněl v běžném slovníku, nicméně jeho interpretace není tak jednoduchá:

- Ekonomické pojetí – podnikání je zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.
- Psychologické pojetí – podnikání je činnost motivovaná potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy apod.
- Sociologické pojetí – podnikání je vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí.
- Právnícké pojetí – podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.¹

Samozřejmě v literatuře najdeme i další definice: „Podnikání – proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.“ (HISRICHS 1996)

Ať tak či onak, k obecným rysům všech pojetí „podnikání“ patří:

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu,
- opakování, cyklický proces.

¹ Viz zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění, § 2.

Podnikání nelze nařídit ani naplánovat, lze je však vyvolat nebo usnadnit. Vychází z vnitřní aktivity podnikavého člověka, která však může být utlumena nebo úplně potlačena různými bariérami (JÜNGER 2001).

V této souvislosti je třeba uvést i pojem „**neoprávněné podnikání**“, který je právně vymezen: „Osoba, která uskutečňuje činnost, k níž se podle zvláštních právních předpisů vyžaduje ohlášení nebo povolení, bez takového ohlášení nebo povolení, a osoby, které takovou činnost uskutečňují jménem jiné osoby anebo na její účet, odpovídají za škodu tím způsobenou; tím není dotčena jejich odpovědnost podle zvláštních právních předpisů.“²

I v případě vymezení pojmu „**podnikatel**“ [entrepreneur] existuje mnoho definic:

- osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu,
- osoba schopná rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika,
- iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení.

Také zde můžeme najít řadu společných rysů charakteristických pro osobu podnikatele:

- umění nacházet příležitosti, vytyčovat nové cíle,
- zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání,
- schopnost organizovat podnikatelské aktivity (rozumět předmětu podnikání),
- podstupování rizika,
- sebedůvěra, vytrvalost, dlouhodobé nasazení, schopnost učit se ze zkušeností apod.

Do jisté míry se tomuto vymezení vymyká právní definice podnikatele uvedená v zákoně č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v § 2. Podnikatel podle tohoto zákona je:

- 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.

Od podnikání a podnikatele je jen malý krůček k pojmu „**podnik**“ [enterprise]. Pro jeho vymezení existuje opět řada výkladů, jež závisí na hledisku, ze kterého je pojem interpretován:

- Nejobecněji jde o subjekt, v němž dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy).
- Obsáhleji je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (ať vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit.
- Právně je interpretován jako soubor hmotných, jakož i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem k své povaze mají tomuto účelu sloužit.³

² Viz zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění, § 3a.

³ Viz zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění, § 5.

- Podnikem se rozumí každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. K těmto subjektům patří zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky vykonávající řemeslné či jiné činnosti a obchodní společnosti nebo sdružení, která běžně vykonávají hospodářskou činnost.⁴

V následujícím textu je používán pojem **firma** [firm] se stejným významem a obsahem jako pojem podnik.

S užším významem pojmu firma se setkáme v obchodním zákoníku, kde se uvádí, že obchodní firma (dále jen firma) je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku. Firmou fyzické osoby musí být vždy její jméno a příjmení. Firma fyzické osoby může obsahovat dodatek odlišující osobu podnikatele nebo druh podnikání vztahující se zpravidla k této osobě nebo druhu podnikání.

Zastřešujícím pojmem pro podnikání, podnikatele a podnik je pojem „**podnikavost**“ [spirit of enterprise]. Lapidárně ji lze interpretovat jako dosahování „maxima slasti s minimem strastí“, jinými slovy jde o schopnost nacházet nejlepší řešení, dosahovat nejlepší výsledky při minimalizaci rizik. Můžeme ovšem přistoupit k ještě obecnějšímu vymezení, kdy za podnikavost můžeme označit jakoukoliv činnost zaměřenou na objevování příležitostí a její převedení do reálné činnosti, jejímž výsledkem je splnění určitého, zpravidla ekonomického záměru.

Tímto vymezením se dostáváme na tenký led úvah, zda „podnikavost“ je pojem, který jednoznačně patří k podnikatelským subjektům nebo jde o pojem, který má opodstatnění i v oblasti neziskového sektoru. Autoři této kapitoly se domnívají, že může být použit v různých typech organizací. Uvedené stanovisko koresponduje s názory Hisricha (1996): „Podnikatelé se vyskytují všude – v oblasti vzdělání, medicíny, výzkumu, práva, architektury, řízení sociální péče i distribuce.“

V souvislosti s podnikáním zaslouží vysvětlení i výraz „**živnost**“ [trade]:

- v běžném povědomí je živnost spojována s podnikatelskými aktivitami malého rozsahu, obvykle provozovanými buď přímo živnostníkem, nebo za pomoci jeho rodinných příslušníků s cílem „uživit“ sebe a rodinu,
- z právního pohledu vyplývá – živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem o živnostenském podnikání.⁵

Uvedené právní vymezení se příliš neliší od obecného vymezení podnikání uvedeného v obchodním zákoníku. Proto živnostenský zákon dále omezuje předmět živnosti tím, čím živnost nemůže být (provozování činností vyhrazených státu, právníckým osobám, dle autorského zákona apod.). Též vylučuje považovat za živnost činnosti fyzických osob, které jsou usku- tečňovány podle zvláštních předpisů (jako jsou činnosti lékařů, lékárníků, stomatologů, veterinárních lékařů, advokátů, notářů, znalců a tlumočnicků, auditorů a daňových poradců, autorizovaných architektů a inženýrů, pojišťovacích agentů, pracovníků výzkumu, výroby a distribuce léčiv, nakládání s vysoce nebezpečnými látkami, výchova a vzdělávání ve školách, předškolních a školských zařízeních zařazených do sítě škol, vzdělávání v bakalářských, magisterských a doktorských studijních programech apod.).

⁴ Viz nařízení Komise (ES) č. 800/2008, příloha č. 1.

⁵ Viz zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), v aktuálním znění.

Bariéry podnikání [barriers of enterprise] – faktory, které způsobují, že člověk nechce, neumí nebo nemůže podnikat (JÜNGER 2001). Bariéry podnikání můžeme rozdělit do dvou skupin – na interní a externí.

Interní bariéry jsou představovány faktory na straně potenciálního podnikatele, ty mohou mít tři základní příčiny:

- člověk nechce podnikat:
 - nemá motiv k podnikání (má např. dobré zaměstnání),
 - má obavy z rizik podnikání (obava, strach, nedostatek sebedůvěry),
 - osobní vlastnosti (nedostatek cílevědomosti, výdrže, preferování jistoty, nechuť vést lidi, řešit konflikty atd.),
- člověk neumí podnikat:
 - chybí předmět podnikání (nápad, know-how pro podnikání),
 - nedostatečná identifikace, hodnocení a využití příležitostí,
 - neznalost základních požadavků souvisejících s podnikáním (absence osvojení základního know-how podnikání),
 - nedostatečné předpoklady pro výkon role podnikatele (sebeřízení, manažerské schopnosti, jednání s obchodními partnery atd.),
- člověk nemůže podnikat:
 - nedisponuje potřebnými zdroji – zakladatelským a zejména podnikatelským kapitálem,
 - nedisponuje vhodnými prostory,
 - chybí podpora relevantního okolí – důvěra rodiny, potenciálních společníků, peněžních ústavů apod.

Mezi externí bariéry patří řada faktorů, které jsou dány různými vnějšími podmínkami a jsou nezávislé na podnikateli. Jsou dány:

- právním prostředím:
 - založení a fungování podnikatelských aktivit (zákon o živnostenském podnikání, obchodní zákoník),
 - provozování podnikatelských aktivit (obchodní vztahy, pracovněprávní vztahy, ekologické požadavky, bezpečnost a ochrana zdraví při práci, požadavky na kvalitu produkce a ochranu spotřebitele atd.),
- ekonomickým prostředím – účetní, daňové, celní, cenové a další požadavky, podpora podnikání, zejména začínajících podnikatelů,
- podnikatelskou infrastrukturou – bankovní, pojišťovací, komunikační, vzdělávací, poradenské, informační služby, veřejná správa apod.,
- veřejným míněním – obecná atmosféra a názory na podnikání a podnikatele, prezentování pouze negativních příkladů atd.

Podnikatelské riziko [entrepreneurial risk]. Výklad tohoto pojmu souvisí s rozhodováním podnikatele, které se týká různých podnikatelských aktivit. Většina rozhodování zaměřených zejména do budoucnosti vychází z určitých předpokladů, které se mohou a nemusí naplnit. Přitom je důležité, zda podnikatel zná budoucí vývoj určitých faktorů či nikoliv. Pokud podnikatel zná s jistotou možné důsledky svého rozhodování, můžeme hovořit o rozhodování za jistoty. Bohužel pro podnikatelské aktivity jsou mnohem častější případy, kdy podnikatel nezná možné budoucí stavy, ani nezná pravděpodobnost, s jakou nastanou. Jeho rozhodování

je zatíženo nejistotou – podnikatelským rizikem. Pro podnikatele je důležité, aby ve své činnosti zohledňoval aspekt rizika. Podnikatelské riziko jednoznačně souvisí se změnami, které jak uvnitř firmy, tak zejména ve vnějším prostředí probíhají. Přitom se přiznává, že většina těchto změn nemá jednoznačný, předvídatelný průběh, ale naopak je chaotická.

Z teorie (např. FOTR 2000) vyplývá, že existují jednak interní a jednak externí rizika:

- **Interní rizika** se projevují uvnitř firmy a podnikatel je schopen je víceméně řídit, patří mezi ně finanční síla organizace, zvládnutí výrobních (provozních) činností, produktů, personální management apod.
- **Externí rizika** se vztahují k faktorům podnikatelského prostředí a obvykle je musí podnikatel respektovat, popř. se před nimi chránit, má však jen minimální možnosti k jejich ovlivňování. Příkladem externích rizik mohou být ekonomické změny (změny v devizových kurzech, úrokových mírách, daňových povinnostech apod.), změny v tržním prostředí (v konkurenci, požadavcích zákazníků, obchodních podmínkách), změny v legislativním prostředí (např. zprísněné ekologické požadavky), změny situace na trhu práce apod.

Klastr je soubor regionálně propojených společností (podnikatelů) a přidružených institucí a organizací – zejména institucí terciárního vzdělávání (vysokých škol, vyšších odborných škol) – jejichž vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

Zúčastněné společnosti si navzájem konkurují, ale současně jsou nuceny řešit řadu obdobných problémů (vzdělávání zaměstnanců, přístup ke stejným dodavatelům, spolupráce s výzkumnými a vývojovými kapacitami, nedostatečné zdroje na výzkum apod.). Díky spolupráci v těchto oblastech mohou řadu svých omezení překonat a získat konkurenční výhodu, která se těžko napodobuje. Jedná se tedy o všestranně výhodné partnerství firem, vysokých škol a regionálních institucí, které je velmi přínosné pro všechny jeho členské subjekty.

Bezpochyby klíčový význam má vymezení pojmu **malý a střední podnik**. V tradici výše uvedeného ani v případě definování malého a středního podniku není situace jednoznačná. Můžeme se setkat se statistickým pojetím, s členěním podle nařízení komise EU nebo podle zákona o podpoře malého a středního podnikání.

- **Statistické pojetí** – od roku 1997 se česká statistika harmonizovala s kvantitativní typologií podnikání Eurostatu (statistický úřad EU) a podniky dělí do tří skupin podle počtu zaměstnanců:
 - malé – do 20 zaměstnanců,
 - střední – do 100 zaměstnanců,
 - velké – 100 a více zaměstnanců.
 Nutno však poznamenat, že podniky a podnikatelé s méně než 20 zaměstnanci nemají všeobecnou statistickou povinnost a šetření v této skupině podnikatelských subjektů se realizují výběrovým způsobem.
- **Nařízení komise EU**⁶ – poněkud jiná kvantitativní kritéria pro klasifikaci malých a středních podniků používá komise EU. Uvedená metodika klasifikace podniků používá čtyři kritéria:
 - počet zaměstnanců,

⁶ Viz příloha č. 1 – nařízení Komise (ES) č. 800/2008.

- roční obrát,
- bilanční suma roční rozvahy,
- nezávislost.

Třídění firem touto metodou je následující:

- mikropodnik (drobný podnikatel) – do 10 zaměstnanců, roční obrát do 2 mil. EUR nebo bilanční suma roční rozvahy do 2 mil. EUR,
- malý podnik – do 50 zaměstnanců, roční obrát do 10 mil. EUR nebo bilanční suma roční rozvahy do 10 mil. EUR,
- střední podnik – do 250 zaměstnanců, roční obrát do 50 mil. EUR nebo bilanční suma roční rozvahy do 43 mil. EUR.

Nezávislost znamená, že podnik není vlastněn z 25 % či z více procent jiným podnikem, který nesplňuje definici malého či středního podniku.

- **Pojetí zákona o podpoře podnikání⁷** je shodné s předcházejícím členěním. Za malého a středního podnikatele se pro účely tohoto zákona považuje podnikatel, který splňuje kritéria stanovená přímo použitelným předpisem Evropských společenství. Toto členění je důležité pro podnikatele v případě, že žádají o podporu podnikání. Údaje se vztahují k poslednímu uzavřenému účetnímu období. Hodnoty obrátu a aktiv se přepočítávají dle kurzu Evropské centrální banky ke konci roku, předcházejícímu roku podání žádosti o podporu.

Shrme-li výše uvedené pro oblast malého a středního podnikání, s ohledem na značné částky podmiňujících ekonomických kritérií, rozhodujícím kritériem diferenciací se stává počet pracovníků:

- Mikropodnik: 1–9 zaměstnanců,
- malý podnik: 10–49 zaměstnanců,
- střední podnik: 50–249 zaměstnanců.

Podniky o počtu 250 zaměstnanců a více jsou považovány za velké podniky.

1.1.2 Význam malých a středních firem

Je nespornou skutečností, že ve struktuře všech firem tvoří malé a střední firmy drtivou většinu. V Evropě operuje 19 milionů malých a středních firem, které představují 99,8 % všech firem v EU a zaměstnávají více než 74 milionů lidí. Údaje týkající se počtu ekonomicky aktivních malých a středních firem v ČR jsou zřejmé z tabulky 1.1 a potvrzují rovněž, že malé a střední firmy v ČR představují 99,8 % všech firem.

Tab. 1.1 Počet ekonomicky aktivních malých a středních firem v ČR

2007	Počet aktivních subjektů			Podíl počtu MSP na celkovém počtu podniků v ČR (v %)
	právnícké osoby (0–249 zaměstnanců)	fyzické osoby (0–249 zaměstnanců)	celkem MSP	
Průmysl	29 455	124 703	154 158	99,37
Stavebnictví	20 019	112 137	132 156	99,94

⁷ Viz zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, v aktuálním znění.

2007	Počet aktivních subjektů			Podíl počtu MSP na celkovém počtu podniků v ČR (v %)
	právníkové osoby (0–249 zaměstnanců)	fyzické osoby (0–249 zaměstnanců)	celkem MSP	
Obchod	45 043	168 988	214 031	99,93
Pohostinství	5 669	41 736	47 405	99,95
Doprava	6 283	37 421	43 704	99,76
Peněžnictví	968	16 983	17 951	99,83
Služby	68 599	276 031	344 630	99,92
Zemědělství	4 486	40 661	45 147	99,91
Celkem	180 522	818 660	999 182	99,83

Pozn.: MSP – malé a střední podniky

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ

Tyto strohé údaje nevypovídají plně o významu, jaký mají malé a střední firmy v každé společnosti. Dále se zmíníme alespoň o společenských a ekonomických přínosech.

1.1.2.1 Společenské přínosy malých a středních firem

Garance svobody a stabilizace společnosti

Málokdo si uvědomuje, že malé a střední firmy garantují nejběžnější svobody. Dávají šanci k svobodnému uplatnění občanů – podnikatelů, dávají šanci k samostatné realizaci lidí v produktivním procesu. Malí a střední podnikatelé na sebe nemohou strhnout moc, nemohou dosáhnout monopolního postavení. Jsou vlastně protipólem ekonomické i politické moci. Lidé se v těchto firmách učí přežít a učí se zodpovědnosti, protože jakýkoliv omyl pro ně znamená pád a vlastní ztrátu. Malý či střední podnikatel nemá kam uniknout, důsledky neúspěchu nese osobně.

Existence malých a středních firem stabilizuje společnost, neboť jakákoli výrazná politická nejistota a radikální proudy jsou pro ně zdrojem rizik.

Reprezentace místního kapitálu

Pro malé a střední firmy není typické, aby byly vlastněny zahraničními subjekty. Firmy tohoto typu reprezentují místní kapitál, místní vlastnické poměry. Efekty z podnikání zůstávají v daném regionu, popř. státě. Obvyklá cesta, jak rychle ekonomicky oživit region, vede přes podporu rozvoje malých a středních firem v dané oblasti.

Malé a střední firmy jsou obvykle mnohem těsněji svázány s daným regionem. Podnikatel v regionu zpravidla bydlí. Vedle toho, že poskytuje danému regionu zaměstnanost a ekonomické přínosy, není výjimečné, že se stává sponzorem různých charitativních a dalších akcí. Nelze pominout ani skutečnost, že ve vztahu k danému prostředí jsou tyto podnikatelé mnohem méně anonymní. Jejich okolí je zná a jejich činy jsou tak pod veřejnou kontrolou.

Mnohé malé provozovny (drobné krámky, kavárny, provozovny služeb) dotvářejí urbanizaci měst a vesnic, oživují prostor, udržují či obnovují historickou architekturu. Zvláště v historických centrech měst se doslova prezentuje drobný podnikatelský stav. Podle výstavby a upravenosti venkova můžeme bez větších omylů usuzovat na úroveň rozvoje malého a středního podnikání.

1.1.2.2 Ekonomické přínosy malých a středních firem

Protipól monopolům

Malé a střední firmy představují dynamický moment ve struktuře podnikatelských subjektů. S prohlubujícími se globalizačními tendencemi, kdy dochází k nástupu multinárodních korporací a řetězců, působí malé a střední firmy proti posilování monopolních tendencí. Na jedné straně jsou neustále monopoly vytlačovány z trhu, na druhé straně si stále nacházejí nové výklenky, ve kterých se rozvíjejí. Snaží se o hledání co nejvýhodnějšího uplatnění na lokálním trhu např. tím, že vyhoví individuálním přáním. Malé a střední firmy jsou nositeli nesčetných drobných inovací, adaptací na proměnlivé potřeby spotřebitele. Navíc se mohou angažovat v okrajových oblastech trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé.

Řada malých a středních firem ovšem velice úzce spolupracuje s velkými firmami jako jejich subdodavatelé. Není tajemstvím, že automobilky běžně nakupují od svých dodavatelů cca 60 % komponentů a že mezi těmito dodavateli, stejně jako mezi dodavateli služeb, jsou malé a střední firmy. Právě tak řada stavebních finalistů nedisponuje všemi profesemi a ve stále větším rozsahu jsou využíváni jako subdodavatelé specializovaných stavebních činností malí a střední dodavatelé.

Flexibilita

Charakteristickým rysem malých a středních firem, který je vysoce ceněn, je jejich flexibilita, pohotovost přizpůsobování se měnícím se skutečnostem.

Malé a střední firmy mají blízko ke koncepci LEAN. Anglický výraz „lean“ slouží v managementu k označení snah o úspory cestou „zeštíhlení“. Provozní činnosti malých a středních firem by měly být méně náročné na energie a suroviny [less energy, fewer raw material]. Přidejme k tomuto konstatování i skutečnost, že administrativa těchto firem je méně rozsáhlá nebo zabezpečovaná v nezbytném rozsahu externě (outsourcing). Tyto skutečnosti by měly mít pro malé a střední firmy řadu praktických důsledků:

- dovolují dosahovat konkurenčních cen i při výrobě v malých sériích, kdy není možné využít přínosů z ekonomiky rozsahu,
- mnohem citlivěji mohou reagovat na potřeby trhu a změny ekonomických podmínek (nemají tak výraznou ekonomickou a výrobní setrvačnost),
- kapitálová náročnost na jedno pracovní místo je často mnohem nižší.

Nedílná součást ekonomiky

Ačkoliv v jednotlivých zemích či v různých odvětvích se mohou údaje částečně lišit, současný sektor malých a středních firem se v ČR podílí na tvorbě hrubého domácího produktu kolem 36 %, na výkonech přibližně 52 %, na přidané hodnotě přibližně 54 %, zabezpečuje z 62 % zaměstnanost. Sektor malých a středních firem často absorbuje pracovní síly uvolněné velkými firmami a jeho rozvoj je v řadě regionů nositelem zaměstnanosti. Počet zaměstnanců v malých a středních podnicích v členění podle odvětví ukazuje tabulka 1.2. Na vývozu se malé a střední podniky podílejí přibližně 45 % a na dovozu přibližně 55 %. Podíl malých a středních podniků na vybraných ekonomických ukazatelích uvádí tabulka 1.3.

Tab. 1.2 Počet zaměstnanců v malých a středních firmách v ČR

2007	Počet zaměstnanců (v tis.)			Podíl zaměstnanců v MSP na celkovém počtu v ČR (v %)
	právnícké osoby (0–249 zaměstnanců)	fyzické osoby (0–249 zaměstnanců)	celkem MSP	
Průmysl	580	73	653	49,25
Stavebnictví	177	42	219	82,02
Obchod	322	83	405	75,42
Pohostinství	58	42	100	86,96
Doprava	85	28	113	38,57
Peněžnictví	13	1	14	20,59
Služby	329	73	402	73,22
Zemědělství	97	15	112	88,50
Celkem	1 661	357	2 018	61,41

Pozn.: MSP – malé a střední podniky

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ

Tab. 1.3 Podíl MSP na vybraných ekonomických ukazatelích v ČR (v %)

Ukazatel	Rok							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Počet podniků	99,71	99,81	99,85	99,81	99,84	99,85	99,84	99,83
Počet zaměstnanců	59,42	59,73	61,34	61,63	61,48	61,63	61,76	61,41
Výkony	51,53	51,44	52,46	52,79	52,29	52,42	52,94	51,70
Účetní přidaná hodnota	51,93	51,33	52,98	54,46	53,02	53,68	55,12	53,69
Mzdové náklady (bez OON)	54,42	55,72	55,82	55,90	55,61	55,88	56,03	55,92
Investice	40,48	37,81	44,52	49,88	51,43	52,57	55,33	54,54
Vývoj	36,15	35,74	34,16	34,00	34,30	40,70	45,20	44,80
Dovoz	49,43	47,12	50,33	49,80	52,50	54,70	56,30	54,40
HDP	31,17	31,63	34,59	34,86	34,69	34,60	36,68	35,49

Zdroj: propočty MPO z údajů ČSÚ

1.1.3 Omezení malých a středních firem

Jak bylo naznačeno, sektor malých a středních firem dosáhl v uplynulých letech řady pozitivních změn. Přesto mají a zřejmě v budoucnosti i nadále budou mít malé a střední firmy určitá omezení:

- mají mnohem menší ekonomickou sílu, v řadě případů obtížný přístup ke kapitálu, a tím i omezující možnost rozvojových kapacit,
- mají slabší pozici ve veřejných soutěžích o státní zakázky,
- a priori jsou vyloučeny z podnikání, kde je třeba velkých investic,
- nemohou si běžně dovolit zaměstnávat špičkové vědce, manažery, obchodníky,

- ačkoliv jsou malé a střední firmy charakterizovány jako nositelé vysokého počtu inovací, obvykle se jedná o inovace nižších řádů,
- nejsou schopny plně monitorovat a zejména využívat existující dostupné znalosti,
- mohou být ohroženy chováním velkých, často nadnárodních firem a obchodních řetězců prosazujících dumpingové ceny,
- rostoucí počet a změny právních předpisů i dodržování příslušných správních aktů klade na podnikatele nemalé požadavky atd.

1.2 Podpora malého a středního podnikání

Ve struktuře každé vyspělé společnosti se vyskytují statisíce, ne-li miliony podnikatelů. Tato skutečnost může svádět k názoru, že každý se rodí jako živnostník či podnikatel a záleží pouze na něm, zda se do podnikání pustí či nikoliv. Již méně často jsou uváděny statistiky upozorňující na skutečnost, že nemalé počty podnikatelů skončí neúspěšně a jejich krachy jsou doprovázeny značnými finančními ztrátami či jinými osobními tragédiemi. V žádném případě proto není na škodu, a to nejen pro začínající, ale i zkušené podnikatele, zajímat se o možnosti, které nabízí různé instituce podnikatelům, ať na bázi komerční či zvýhodněné díky finančním injekcím ze státních prostředků či strukturálních fondů EU.

Obecně můžeme tyto aktivity rozdělit do dvou skupin:

- finanční (nevratná, vratná zvýhodněná) podpora,
- nefinanční podpory.

Z hlediska původu můžeme subjekty poskytující podpory podnikatelům rozdělit do čtyř skupin:

- vládní instituce poskytující podpory z veřejných prostředků,
- podnikatelské inkubátory a vědeckotechnické parky, často privátní subjekty vybudované s podporou z veřejných prostředků,
- nevládní organizace na bázi zpravidla neziskových organizací,
- komerční subjekty nabízející podpory pro malé a střední firmy.

1.2.1 Podpory podnikání z veřejných prostředků

Rámec podpor v členských zemích EU je dán dále uvedenými ustanoveními. Principálně jsou podpory zakázány, pokud nemají celoplošný charakter, jinak vytvářejí nerovné soutěžní podmínky na trhu. Výjimku stanovuje nařízení Komise (ES) č. 800/2008, které připouští podpory (bez oznamovací povinnosti) ve prospěch:

- malých a středních firem,
- výzkumu, vývoje a inovací,
- ochrany životního prostředí,
- zaměstnanosti a vzdělávání,
- zaostalých regionů.

Ve smyslu výše uvedeného jsou realizovány podpory v ČR, jejichž zdrojem mohou být prostředky ze státního rozpočtu ČR nebo i ze strukturálních fondů EU a Fondu soudržnosti EU.

V programovém období 2007–2013 je z evropských fondů finančně podporováno v ČR celkem 26 operačních programů:

- 7 regionálních,
- 9 programů přeshraniční, meziregionální a nadnárodní spolupráce regionů,
- 2 programy pro hlavní město Prahu,
- 8 tematických programů.

Tematické programy skýtají pro podnikatele řadu příležitostí, zejména operační program Podnikání a inovace či Výzkum a vývoj pro inovace, Lidské zdroje a zaměstnanost a Vzdělávání pro konkurenceschopnost.

V novém programovém období od roku 2014 lze předpokládat, že přísun prostředků z evropských fondů bude pokračovat a předmětem podpor v podnikatelském sektoru by měly být zejména znalosti a inovace.

Současný systém podpor směřujících do sektoru malých a středních podniků je složitý a do jisté míry nepřehledný. Důvodů je celá řada:

- Z pravidel EU vyplývá, že řadový podnikatel se může zajímat nejen o podporu podnikání, ale i o podporu inovací, zaměstnanosti nebo vzdělávání či jiné podpory a zvýhodnění podnikatelské činnosti, pokud podniká v problémových regionech.
- Kompetenční zákon nastavil jednotlivé kompetence ministerstev. Většina malých a středních „průmyslových“ podniků může očekávat podpory podnikání od Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, podnikatelé v cestovním ruchu od Ministerstva pro místní rozvoj ČR a podnikatelé v zemědělství od Ministerstva zemědělství ČR. Navíc podpora exportu sice patří do kompetence Ministerstva průmyslu a obchodu, ale obchodně ekonomické úseky zastupitelských úřadů ČR v řadě zemí též poskytují řadu užitečných služeb pro exportéry atd.
- Vedle podpor podnikání z veřejných prostředků poskytovaných vládními organizacemi existují (v omezeném rozsahu) tituly podpor z veřejných prostředků na úrovni regionální.

Platná legislativní úprava podpor malých a středních podniků⁸ stanovuje zásady pro poskytování podpor při zahájení podnikání i při upevňování ekonomického postavení malých a středních podniků. Mimo jiné konkretizuje oblasti podpor:

- výchova a vzdělávání ve vzdělávacích programech středních škol ukončených výučním listem,
- zvyšování odbornosti dospělých,
- projekty zaměřené na investice,
- projekty sdružování pro rozvoj malých a středních podnikatelů a k posílení jejich postavení na trhu,
- získávání informací o podnikání,

⁸ Viz zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, v aktuálním znění. Tato legislativní úprava se zaměřuje na podpory podnikatelů v průmyslu a již v úvodních ustanoveních stojí upozornění, že se nevztahuje na podnikatelské subjekty v zemědělství a lesním hospodářství.

- projekty výzkumu a vývoje, jejichž výsledky malí a střední podnikatelé využívají,
- projekty v regionech s podporou státu,
- vytváření nových pracovních míst,
- navazování kontaktů a spolupráce se zahraničními partnery a účast na vnitrostátních i zahraničních výstavách a veletrzích,
- zavádění systémů zajišťujících zvyšování kvality produkce a řízení podniků a využívání služeb podporujících zvýšení konkurenceschopnosti,
- projekty zaměřené na investice spojené s ochranou životního prostředí, poskytování technických informací a poradenských služeb určených na ochranu životního prostředí.

Legislativní úprava stanoví, že podpory mohou být poskytnuty pouze na výše uvedené tituly a dále na programy podpor schválené vládou. Formy podpor mohou mít podobu:

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

1.2.1.1 Finanční podpory podnikání z veřejných prostředků

V České republice jsou poskytováním finanční podpory z veřejných prostředků pověřena ministerstva a vytvořené vládní a regionální instituce. Poskytují různé formy podpor podnikatelskému sektoru, včetně sektoru malých a středních firem. Přímé finanční podpory poskytují zejména:

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

Nepřímé finanční podpory poskytují:

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

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s.

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s., (dále ČMZRB) byla založena za účelem podpory malých a středních podnikatelů a firem v roce 1992. Více než 70 % jejích akcií je ve vlastnictví státu prostřednictvím některých ministerstev, zbývajících necelých 30 % vlastní ČSOB, Komerční banka a Česká spořitelna.

Od počátku svého vzniku hrála ČMZRB vedoucí roli v systému přímé finanční podpory malých a středních firem z prostředků státního rozpočtu ČR. Soustředí se zejména na dvě základní formy: záruky za bankovní úvěry a úvěry (v současnosti zejména podřízené úvěry).

Banka disponuje pěti pobočkami (Praha, Brno, Ostrava, Hradec Králové, Plzeň) a jedním regionálním pracovištěm v Českých Budějovicích. Kromě poskytování podpory malým

a středním firmám se zaměřuje také na podporu obcí či podporu bydlení. Nabízí i standardní bankovní produkty (např. investiční bankovníctví).

Pro účely podpory malých a středních podnikatelů hospodaří ČMZRB s finančními prostředky vyčleněnými ze státního rozpočtu a strukturálních fondů EU.

Tyto prostředky mohou podnikatelé čerpat v rámci vyhlášených programů podpory malých a středních firem. ČMZRB spravuje v rámci Operačního programu Podnikání a inovace následující tři programy podpory: Start, Záruka a Progres.

Program Start

Program je zaměřen na realizaci podnikatelských projektů drobných podnikatelů vstupujících do podnikání poprvé nebo opakovaně s delším časovým odstupem. V rámci programu lze získat podporu pro drobné začínající podnikatele ve formě bezúročného úvěru nebo zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru.

Program Záruka

Tento program nabízí malým a středním podnikatelům zvýhodněné záruky a zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru. Smyslem obou forem záruk je usnadňovat realizaci podnikatelských projektů malých a středních podnikatelů zaměřených na investice. Významný důraz je kladen na podporu konkurenceschopnosti těchto podnikatelů.

Program Progres

Program by měl formou podřízených úvěrů napomoci realizaci rozvojových podnikatelských projektů malých a středních podnikatelů. Podpora je poskytována jako finanční příspěvek k podřízenému úvěru.

Nabídka všech tří programů není permanentní, ale probíhá na základě časově omezených výzev.

CzechInvest

Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest byla zřízena v roce 1992 jako státní příspěvková organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR a jejím tehdejší hlavním posláním bylo především získávání přímých zahraničních investic.

Od roku 1998 došlo k rozšíření činnosti CzechInvestu. Má přispívat ke zvyšování konkurenceschopnosti české ekonomiky prostřednictvím podpory malých a středních podnikatelů (podpora českých dodavatelů, podpora rozvoje podnikatelských nemovitostí, podpora inovačních procesů apod.).

Od roku 2004 působí CzechInvest z pověření Ministerstva průmyslu a obchodu ČR jako agentura pro implementaci podpor financovaných ze strukturálních fondů EU, operačních programů podporujících rozvoj průmyslu. V zahraničí má CzechInvest devět zastoupení.

S vědomím jistého schematismu lze aktivity CzechInvestu rozdělit do těchto skupin:

- získávání přímých (zahraničních) investic,
- poradenská činnost pro malé a střední podnikatele,
- implementace podpor financovaných ze strukturálních fondů EU,
- implementace podpor poskytovaných mimo operační programy.

Poradenská činnost CzechInvestu

Agentura CzechInvest disponuje sítí třinácti regionálních kanceláří ve všech krajských městech. Důvodem jejich vzniku bylo rozšíření nabídky služeb. Regionální kanceláře agentury CzechInvest poskytují informace o službách agentury a možnostech podpory podnikání ze strukturálních fondů EU, pomáhají firmám, které mají zájem realizovat svou investici v daném regionu. CzechInvest spravuje databázi podnikatelských nemovitostí a vede databázi českých dodavatelských firem.

Implementace podpor financovaných ze strukturálních fondů EU

Agentura CzechInvest zprostředkovává (administruje) programy podpor **Operačního programu podnikání a inovace (OPPI)**.⁹

CzechInvest plní úlohu místa, které zabezpečuje realizaci Operačního programu podnikání a inovace, který je určen k poskytování finanční podpory podnikatelům, a to jak ze zdrojů státního rozpočtu, tak z prostředků strukturálních fondů EU.

Operační program podnikání a inovace nabízí řadu konkrétních podpor. Opět nejsou k dispozici permanentně, ale jsou vyhlašovány na základě výzev, do kterých mohou podnikatelé podat žádost o podporu. Jedná se o následující programy podpory:

- **Potenciál** – podpora podnikatelů ve směru zavádění a rozšiřování kapacit pro realizaci výzkumných, vývojových a inovačních aktivit.
- **Inovace** – podporovanými aktivitami jsou jednak inovační projekty – podpora projektů, které uvádí výstupy (vlastní výzkumné činnosti či získané prostřednictvím transferu) do praxe, jednak projekty na ochranu práv průmyslového vlastnictví – podpora získání průmyslově-právní ochrany nehmotných statků v podobě patentů, užitečných vzorů, průmyslových vzorů a ochranných známek.
- **ICT v podnicích** – podpora získání nebo rozšíření ICT v malých a středních firmách – hardware i software.
- **ICT a strategické služby** – podpory na vývoj softwaru, center sdílených služeb.
- **Prosperita** – podpora spolupráce mezi vědecko-výzkumnými institucemi a praxí v podobě podnikatelských inkubátorů, vědecko-technických parků, center pro transfer technologií.
- **Rozvoj** – podpora zaměřená na vybrané regiony na podporu pořízení moderních technologií.
- **Školící střediska** – podniková vzdělávací zařízení především pro vlastní zaměstnance.
- **Marketing** – získávání marketingových informací v souvislosti se vstupem na zahraniční trhy, tvorba studií o vstupu na trhy, prezentace podniku na veletrzích a výstavách, propagační materiály (prostřednictvím CzechTrade).
- **Nemovitosti** – podpora investiční výstavby a regenerace nemovitostí, včetně brownfieldů pro zpracovatelský průmysl – přednostně podpora průmyslových zón, regenerace nemovitostí pro podnikání včetně infrastruktury. V ČR je evidováno 81 průmyslových zón (viz obrázek 1.1).
- **Poradenství** – podpora poradenských, informačních a vzdělávacích služeb pro malé a střední podniky – národní registr poradců, analýzy světových a českých trendů.
- **Eko-energie** – podpora úspor energie, obnovitelné zdroje, výroba briket a pelet.
- **Spolupráce** – program má dílčí zaměření na klastry – vznik a rozvoj kooperačních odvětvových uskupení subjektů a na technologické platformy – kooperační oborové sesku-

⁹ Tento operační program byl na léta 2007–13 schválen usnesením vlády ČR č. 1302/2006.

pení podniků, oborových sdružení, svazů, výzkumných a finančních institucí, národních orgánů veřejné správy, asociací spotřebitelů atd.



Obr. 1.1 Mapa podpořených průmyslových zón v ČR

Zdroj: www.prumyslove-zony.cz

Vysvětlivky: 1 Český Krumlov, 2 Prachatice, 3 Písek, 4 Blatná, 5 Domažlice, 6 Stod, 7 Plzeň (2), 8 Ostrov, 9 Podbořany (2), 10 Žatec (2), 11 Klášterec nad Ohří, 12 Chomutov, 13 Most, 14 Lovosice (2), 15 Přestanov, 16 Ústí nad Labem, 17 Rumburk, 18 Liberec, 19 Slaný, 20 Tuchlovice, 21 Kladno, 22 Unhošť, 23 Zdice, 24 Žebrák, 25 Zlatníky-Hodkovice, 26 Poříčany, 27 Zruč nad Sázavou, 28 Kutná Hora (3), 29 Kolín, 30 Velim, 31 Nymburk, 32 Mladá Boleslav, 33 Jičín (2), 34 Hořice, 35 Vrchlabí, 36 Trutnov, 37 Kvasiny, 38 Chrudim, 39 Svitavy, 40 Moravská Třebová, 41 Ždírec nad Doubravou, 42 Havlíčkův Brod, 43 Pelhřimov, 44 Kamenice nad Lipou, 45 Třebíč, 46 Velké Meziříčí, 47 Žďár nad Sázavou, 48 Bystřice nad Pernštejnem, 49 Blansko, 50 Brno (2), 51 Pohořelice, 52 Mikulov, 53 Velké Pavlovice, 54 Vyškov (2), 55 Brankovice, 56 Hodonín (2), 57 Staré Město, 58 Zlín, 59 Vsetín, 60 Holešov, 61 Valašské Meziříčí, 62 Hranice, 63 Velká Bystřice (2), 64 Olomouc (3), 65 Uničov, 66 Šumperk, 67 Mošov, 68 Paskov, 69 Ostrava (2), 70 Frýdek – Místek (2), 71 Nošovice, 72 Třanovice, 73 Třinec, 74 Český Těšín, 75 Karviná, 76 Krnov

Poznámka: Číslo v závorce znamená počet průmyslových zón v dané lokalitě.

Agentura CzechInvest zprostředkovává (administruje) dále z **Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost** globální grant **Eduka**. Hlavním cílem tohoto grantu je podpora rozvoje lidských zdrojů, zejména prostřednictvím zvýšení kvalifikační úrovně, profesních dovedností a znalostí zaměstnanců a zaměstnavatelů přispět ke zvýšení konkurenceschopnosti podnikatelských subjektů ve vybraných regionech.

Implementace podpor poskytovaných mimo operační programy

CzechInvest nabízí také podpory mimo operační programy. Patří mezi ně například:

- **Gesher/Most** – program mezinárodní spolupráce mezi Českou republikou a státem Izrael v aplikovaném výzkumu a experimentálním vývoji. GESHER/MOST je určen na podporu účasti českých podniků všech velikostí. Účast veřejné výzkumné instituce je možná pouze ve spolupráci se soukromou firmou.
- **CzechAccelerator** – program je zaměřen na rozvoj českých technologických malých a středních firem na zahraničních trzích. Cílem projektu je rozvoj manažerských zkušeností a aktivit při komercializaci jejich vlastního produktu, praktické uplatnění podnikatelského plánu a posílení marketingových a manažerských schopností. Součástí poskytovaného poradenství je nabídka podpory v procesu získávání financování formou Business Angels či rizikového kapitálu. Západní nebo východní pobřeží USA, Singapur, Izrael nebo Švýcarsko jsou destinace, které se otevírají malým a středním technologickým firmám z České republiky. Každá destinace se zaměřuje na určité obory podnikání. Zapojení do projektu podnikatelům umožní po určitou dobu bezplatný pronájem kancelářských prostor ve vybrané destinaci, snadný přístup k potenciálním strategickým partnerům, možnost účastnit se pravidelných networkingových akcí nebo seminářů pro investory apod.

Programy podpor administrované ministerstvy

Kromě Ministerstva průmyslu a obchodu ČR existují další ministerstva, která implementují operační programy vhodné pro podnikatele. Patří mezi ně například Ministerstvo práce a sociálních věcí, Ministerstvo pro místní rozvoj, Ministerstvo zemědělství a další.

Ministerstvo práce a sociálních věcí spravuje Operační program Lidské zdroje a zaměstnanost. Z tohoto operačního programu mají pro podnikatelský sektor význam následující programy:

- **Adaptabilita** – z programu jsou podporovány aktivity typu profesní vzdělávání podporované zaměstnavateli, tvorba nových vzdělávacích programů pro zaměstnance včetně přípravy podnikových lektorů a instruktorů, uplatňování pružných forem organizace práce apod.
- **Aktivní politika trhu práce** – předmětem podpor jsou rekvalifikace, zprostředkování zaměstnání, bilanční a pracovní diagnostika, podpora veřejně prospěšných prací a krátkodobých pracovních příležitostí, zajištění odborné praxe, podpora nových forem zaměstnání pro uplatnění žen a mladých lidí na trhu práce, podpora začínajícím OSVČ, rozvoj speciálních doškolovacích programů pro pracovníky sítě bilančně diagnostických pracovišť pro potřeby služeb zaměstnanosti, tvorba, realizace a rozšíření specifických integrovaných školicích programů pro společenskou (pracovní) integraci uchazečů o zaměstnání ohrožených sociální exkluzí, podpora institucionálního a metodického zázemí pro rozvoj systémů předvídání změn na trhu práce a zvládání postupných i náhlých změn v zaměstnanosti apod.

Ministerstvo pro místní rozvoj podporuje malé a střední podnikatele z programu podpory cestovního ruchu, kteří předložili projekty v duchu tohoto programu.

Stejně tak **Ministerstvo zemědělství** v rámci programu rozvoje venkova podporuje zajímavé projekty malých a středních firem.

Hlavní město Praha

Hlavní město Praha administruje dva operační programy:

- **Praha Adaptabilita** – program je určen na podporu neinvestičních projektů zaměřených na vzdělávání, sociální integraci, podporu zaměstnanosti a rozvoj lidských zdrojů ve výzkumu a vývoji. Program je určen pouze pro Prahu, proto veškeré projekty musí pomáhat v hlavním městě.
- **Praha Konkurenceschopnost** – projekt je určen na podporu investičních projektů zaměřených především na podporu veřejné dopravy a dopravní dostupnosti v Praze, podporu inovací, informačních a komunikačních technologií, podnikání a zlepšování životního prostředí v Praze.

Podpora podnikatelského sektoru na regionální úrovni

Vedle vládních institucí se na podpoře z prostředků evropských fondů podílejí i kraje, resp. regionální uskupení. Obvykle se v těchto výzvách objevují záměry zlepšit dopravní infrastrukturu v daném regionu, rozvoj městských a venkovských oblastí, cestovního ruchu. Realizace těchto projektů může být příležitostí i pro malé a střední firmy.

Spíše výjimečně se ve výzvách na regionální úrovni objevují i programy zaměřené na podporu podnikání.

Česká exportní banka, a.s. (ČEB)

Česká exportní banka, a.s., je z 80 % vlastněna státem (výkon akcionářských práv má Ministerstvo financí ČR, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Ministerstvo zahraničních věcí ČR a Ministerstvo zemědělství ČR), 20 % vlastní Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s. (EGAP). ČEB poskytuje a administruje nepřímé finanční podpory podnikání. Cílem ČEB je poskytnout podporu vývozu prostřednictvím vývozních úvěrů a dalších služeb, které souvisí s vývozem. ČEB tímto doplňuje služby domácích bank o financování vývozu, který vyžaduje dlouhodobé zdroje.

Podporu ČEB může získat vývozce (čili právnická osoba se sídlem v ČR, zřídka fyzická osoba s trvalým pobytem v ČR), nebo jeho zahraniční odběratel. Příjemcem některých druhů úvěrů může být také výrobce produkující pro vývoz či český subjekt investující v zahraničí. Do těchto transakcí může vstupovat i tuzemská banka vývozce nebo zahraniční banka dovozce.

Banka nabízí podnikatelskému sektoru několik typů produktů:

- úvěry,
- záruky,
- financování prospekce zahraničních trhů,
- úvěry pro malé a střední firmy.

Ačkoliv těžiště aktivit banky je směřováno na podporu exportu zejména velkých vývozců, v portfoliu bankovních produktů zaměřených na podporu malých a středních podniků lze nalézt:

- program podpory MSP – vývozce,
- program podpory MSP – subdodavatel exportéra – proexportní záruka,
- financování výroby určené pro vývoz,
- bankovní záruky.

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

Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s., vznikla jako státní úvěrová pojišťovna v roce 1992 a od roku 1995 byla transformována do podoby akciové společnosti plně vlastněné státem. Společnost EGAP je součástí systému státní podpory exportu a poskytuje pojišťovací služby všem vývozcům českého zboží, služeb a investic bez rozdílu jejich velikosti, právní formy a objemu pojištěného vývozu. Svými pojistnými produkty pokrývá kompletní spektrum potřeb vývozců i jejich financujících bank. Rozhodující činností společnosti je pojišťování vývozních úvěrů proti vývozním úvěrovým rizikům, tj. teritoriálním rizikům a kombinaci teritoriálních a tržně nezajistitelných komerčních rizik.

Malé a střední firmy představují pro EGAP významnou klientelu a podpora jejich vývozních aktivit patří k prioritám pojišťovny. Vzhledem k mezinárodním pravidlům pro státem podporované vývozy, omezujícím působnost státních úvěrových pojišťoven pouze na tu část trhu, kterou nepokrývají komerční úvěrové pojišťovny, leží těžiště podpory malých a středních firem ze strany EGAPu zejména v oblasti předexportního financování a bankovních záruk vystavovaných v souvislosti s exportními kontrakty. Rychlost vyřízení úvěru pro financování výroby pro export, případně záruk, bez kterých není možné o vývozní kontrakt velmi často ani usilovat, patří mezi rozhodující faktory, a EGAP proto ve spolupráci s některými bankami nabízí malým a středním firmám administrativně výrazně zjednodušený postup při pojišťování úvěrů na předexportní financování výroby pro export nebo na financování investice do výroby pro export, bankovních záruk za závazky vývozce v souvislosti s podmínkami získání nebo plnění smlouvy o vývozu.

S Českou exportní bankou, Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou a komerčními bankami spolupracuje EGAP na produktu určeném speciálně pro malé a střední firmy, které jsou výrobci a dodavateli subdodávek pro větší exportéry. Tento produkt využívá synergického efektu vzájemné součinnosti, kdy státní instituce validují důvěryhodnost a bonitu subdodavatele z kategorie malých a středních firem, a tím významně omezují rizika komerčních bank při financování výroby pro export.

1.2.1.2 Nefinanční podpory z veřejných prostředků

Vedle přímých a nepřímých finančních podpor jsou z veřejných prostředků realizovány nefinanční podpory, které podnikatelům, exportérům či inovátorům v konečném důsledku šetří finance, zvyšují jejich informovanost či jim jinak usnadňují jejich podnikatelské aktivity. Tyto nefinanční podpory z veřejných prostředků poskytují:

- CzechTrade,
- Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR,
- zastupitelské úřady.

CzechTrade

CzechTrade jako proexportní agentura byla zřízena v roce 1997 Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Na konci roku 2010 disponovala 33 zahraničními kanceláři, které měly působnost v 35 zemích světa.

CzechTrade nabízí českým exportérům řadu služeb, informačních, poradenských, asistenčních a vzdělávacích:

- **Pomoc při zahajování exportu** – služba objasňuje, jaké jsou přednosti a důvody zahájení exportu, nabízí také dotazník, který má odhalit připravenost dotyčné firmy na

vstup na zahraniční trhy. Potenciální exportér se může obrátit na exportního manažera v příslušném regionu, který objasní jakékoliv nejasnosti a konzultuje s podnikateli jejich vývozní záměr.

- **Konzultace a poradenství** – zástupci CzechTrade konzultují s podnikateli jejich budoucí exportní aktivity, pomohou s výběrem vhodného zahraničního teritoria pro dotyčný produkt či službu.
- **Individuální služby v zahraničí** – tyto služby jsou poskytovány prostřednictvím zahraničních kanceláří a týkají se:
 - průzkumu trhu příslušného teritoria – informace o legislativě, podnikatelském prostředí, dovozních podmínkách, platebních podmínkách, konkurenci, distribučních kanálech atd.,
 - vyhledávání obchodních kontaktů – vyhledávání obchodních partnerů pro české firmy v příslušném teritoriu, ověřování kontaktů,
 - ověřování zájmu o produkt v zemi, kterou si exportér vybral, prezentace nabídky klienta potenciálním obchodním partnerům,
 - organizace obchodních jednání – sjednání kontaktů, upozornění na kulturní rozdíly v obchodních jednáních, zajištění tlumočnicka, asistence při jednání,
 - navazující asistenční služby dle přání českého exportéra,
 - ověření bonity obchodního partnera,
 - pomoc při zakládání zahraničního zastoupení,
 - ostatní služby – asistence při registraci výrobku, zajištění tendrové dokumentace apod.
- **Veletrhy v zahraničí** – zástupci CzechTrade shromažďují informace z výstavy či veletrhu dle dispozic zadavatele z akce, jíž se zadavatel přímo nezúčastní, ale chce mít informace o potenciálních zájemcích, o konkurenci, která se na výstavní akci prezentovala atd. Dále může jít o aktivní prezentaci zadavatele na výstavní akci ať přímo s jeho účastí nebo bez ní.
- **Exportní příležitosti** – CzechTrade podnikatelům přináší denně aktualizovanou nabídku zahraničních poptávek, projektů a tendrů, investičních příležitostí a nabídek zahraničních firem. Jednotlivé exportní příležitosti jsou publikovány na portále www.businessinfo.cz.
- **Vývozní aliance** – CzechTrade nabízí sdružení firem příbuzného oboru, jejichž produkty či služby se vzájemně doplňují, oborové prezentace aliancí, prezentace na zahraničních webech CzechTrade a tištěných materiálech, individuální asistenční služby v zahraničí atd.
- **Design pro export** – služby jsou určeny jak pro firmy, které se zajímají o využití průmyslového designu ve výrobě, tak pro designéry:
 - design pro výrobní firmy má podobu seminářů a workshopů, analýz designu a asistence při výběru designéra,
 - adresář designérů – služba je určena designérům k bezplatné prezentaci.
- **Exportní vzdělávání** – vzdělávací akce jsou zaměřeny oborově a teritoriálně. Přináší praktické informace důležité jak pro rozhodování, přípravu a úspěšný vstup na zahraniční trhy, tak pro zvýšení konkurenceschopnosti firem.
- **Adresář exportérů** – jedná se o katalog českých exportérů, který je prezentován na výstavách a veletrzích, internetovém portále <http://exporters.czechtrade.cz> a na stránkách všech zastupitelských úřadů ČR a zahraničních kanceláří CzechTrade.

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

I když rozhodující část podpor podnikatelského sektoru je realizována z úrovně specializovaných agentur (CzechInvest, CzechTrade), samo Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR realizuje některé aktivity, které mají jednoznačně charakter nefinančních podpor podnikání:

- **živnostenské podnikání** – vede živnostenský registr, přehled legislativy pro živnostníky a nabízí též průvodce živnostenským podnikáním,
- **podpora výzkumu a vývoje (program TIP)** – struktury ministerstva každoročně vyhláší a z prostředků státního rozpočtu podporují nadějně projekty průmyslového výzkumu,
- **technická harmonizace** – Úřad pro technickou normalizaci, metrologii a státní zkušebnictví, který patří do struktur ministerstva, vytváří národní legislativní a institucionální rámec pro splnění harmonizovaných technických požadavků na výrobky a jejich volný pohyb na území EU,
- **portál BusinessInfo.cz** – poskytuje četné informace jak pro začínající podnikatele, tak i zkušené podnikatele, exportéry, zpracovává i informace z veřejné správy a dalších institucí, které mohou být užitečné pro podnikatele.
Portál mimo jiné poskytuje, resp. nabízí:
 - formuláře pro podnikatele v elektronické podobě,
 - přehled podpor a dotací jak na úrovni EU, ČR, tak i na úrovni regionů (dotace poskytované kraji),
 - hledání zahraničního odběratele pro výrobky,
 - kalendář akcí – přehled domácích a zahraničních veletrhů, seminářů, konferencí, obchodních misí apod.

Zastupitelské úřady

Česká republika má 82 zastupitelských úřadů ČR v zahraničí. V rámci zastupitelských úřadů existují v řadě zemí obchodně ekonomické úseky. Obchodně ekonomická oddělení jako součást zastupitelských úřadů spadají do kompetence vedoucího zastupitelského úřadu, odborně jsou řízeny Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR. Navíc má ČR k dispozici na sto padesát honorárních konzulů, kteří jsou též využíváni při prosazování obchodně-ekonomických zájmů ČR.

Za standardní obchodně ekonomickou činností, kterou by měly zastupitelské úřady zabezpečovat, je shromažďování a vyhodnocování informací obchodně ekonomického charakteru, které získávají v zemích svého působení. Tyto informace jsou pak zveřejňovány zejména na stránkách Správy českých center (www.export.cz) a agentury CzechTrade (www.czechtrade.cz).

Ve spolupráci s Ministerstvem průmyslu a obchodu byly vypracovány „Zásady spolupráce zastupitelských úřadů České republiky s českými podnikatelskými subjekty v obchodně ekonomické oblasti“, které vymezují okruh služeb, jež mohou zastupitelské úřady ve spolupráci s agenturou CzechTrade podnikatelům nabízet.

České centrum – Český dům Moskva

Český dům v Moskvě nabízí českým podnikatelům a organizacím služby zaměřené na podporu jejich exportních aktivit. České podnikatelské subjekty využívají ubytovacího servisu, který zahrnuje pronájem hotelových pokojů i dlouhodobý pronájem bytů a kanceláří s připojením na internet, garážová stání, restaurační a dopravní služby, pronájem salonků pro jednání s klienty atd.

1.2.2 Podnikatelské inkubátory, vědeckotechnické parky

V zájmu podpory inovačních aktivit jsou veřejné podpory směřovány do vzniku a provozu podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků (center).

Podnikatelské inkubátory

Pro začínající podnikatele, resp. firmy, které mají inovační potenciál daný zajímavým nápadem či přímo představou výrobní inovace, mohou podnikatelské inkubátory nabídnout podnikatelské zázemí v podobě kanceláří pro administrativu firmy, reprezentativních prostor pro vedení obchodních jednání, zajištění nezbytných služeb v podobě telefonních sítí, internetu, zabezpečení úklidu, kuchyňky apod. Běžné je i poskytování poradenských služeb pro zahájení podnikatelské činnosti či založení firmy, její public relations, vedení účetnictví, zpracování personální či daňové agendy apod. Podstatnou součástí nabídky podnikatelských inkubátorů je i poskytnutí výzkumného, laboratorního zařízení, popř. i provozního zázemí pro zahájení výroby, poradenství při ochraně průmyslového vlastnictví apod.

Pokud se podnikateli či firmě daří, obvykle se pro ni prostředí inkubátoru stane „těsné“. Proto jeden ze scénářů spočívá v přestěhování do větších prostor buď vlastních, či pronajatých. Druhý obvyklý scénář spočívá v nalezení silného investora, který tuto firmu koupí nebo se s ní spojí.

S jistým nadhledem můžeme vytipovat dvě skupiny začínajících podnikatelů:

- absolventi středních a zejména vysokých škol,
- pracovníci, kteří se rozhodli opustit zaměstnání a začali podnikat.

Každá z těchto skupin potřebuje poněkud odlišné přístupy:

V prvním případě jde o šíření povědomí o podnikání (výhodách a nevýhodách oproti standardnímu zaměstnaneckému vztahu), o segmentech, v nichž je možné podnikat, o nápadech, které byly úspěšně realizovány, o tom, jak úspěšní podnikatelé svou firmu postupně budovali atd. Již v průběhu studia může dojít k simulacím založení firmy a jejího startu;

Ve druhém případě jde zpravidla o tři skupiny lidí, kteří nejdříve pracovali, a následně se rozhodli pro podnikatelskou dráhu:

- první z nich jsou lidé, kteří jsou v práci nespokojeni, práce je neuspokojuje (neschopné vedení), nechťejí být v roli podřízených, přestal je bavit pravidelný stereotyp jejich odborného života, který je nenaplňuje, důvodem může být i skutečnost, že v dosavadním pracovním působení dobře zvládli know-how dané firmy a nyní si myslí, že se díky tomu mohou postavit na vlastní nohy,
- druhou skupinu představují lidé, kteří buď sami, nebo s přáteli přišli na nějaký podnikatelský nápad, záměr a jsou odhodláni jej realizovat,
- třetí skupinu tvoří uvolnění pracovníci, kteří v důsledku zeštíhlování, restrukturalizací apod. byli ze svého stávajícího zaměstnání propuštěni a protože obtížně hledali uplatnění, stali se podnikateli „z donucení“.

V tomto případě budou potenciální podnikatelé od inkubátoru očekávat podporu v podobě poskytnutí prostor pro podnikání a informací či pomoci se založením firmy, získáním finančních prostředků na podnikání atd.