

VYSOKÁ ŠKOLA OBCHODNÍ A HOTELOVÁ

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch

Jakub GAVOR

STÁTNÍ POMOC JAKO FORMA PODPORY MALÉHO A
STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ

State aid as a form of support for small and medium enterprises

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Jana Štofilová, CSc.

Brno, rok 2017

Jméno a příjmení autora: Jakub Gavor

Název bakalářské práce: Státní pomoc jako forma podpory malého a středního podnikání

Název bakalářské práce v AJ: State aid as a form of support for small and medium enterprises

Studijní obor: Gastronomie, hotelnictví a cestovní ruch

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Jana Štofilová, CSc.

Rok obhajoby: 2017

Anotace:

Tématem práce je státní pomoc jako forma podpory malých a středních podniků. Malé a střední podniky tvoří více než 99 % podniků na území České republiky a jsou důležitou součástí hospodářství. Jsou považovány na stabilizátor ekonomiky, přesto nejsou státem dostatečně podporovány. Cílem práce je zmapovat jaké druhy a formy státní podpory jsou ve vybraných podnicích cestovního ruchu poskytovány a jaký je jejich vliv/dopad na samotné podnikání. Z výsledků analýzy vyplývá, že nízká státní podpora je způsobena především nedostatečnou informovaností o možnostech dotace a neúměrnou administrativní zátěží, která dělá dotace pro malé a střední podniky neatraktivní. V návrhové části práce jsou poznatky jak tento stav zlepšit.

Klíčová slova:

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů, malé a střední podniky, nepřímá podpora, přímá podpora, státní podpora, vývoj podnikání.

Annotation:

The topic of this work is state support as a form of support of small and middle enterprises. Small and middle businesses creates more than 99 % enterprises in Czech republic and are important part of our economy. Although they are considered to be a stabilizer of the economy, they do not receive sufficient state support. The aim of this work is analysis of state support forms focused on enterprises in tourism and what is their impact on business itself. Results are showing that insufficient state support is caused by poor education about state support forms and disproportional administrative load, which makes state support for small and middle enterprises not attractive. Certain ways how to improve this matter are proposed among conclusions of this work.

Key words:

Conception of support for small and middle enterprises, development of entrepreneurship, direct support, indirect support, state support.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci *Státní pomoc jako forma podpory malého a středního podnikání* vypracoval samostatně pod vedením doc. Ing. Jany Štofilové, CSc. a uvedl v ní všechny použité literární a jiné odborné zdroje v souladu s aktuálně platnými právními předpisy a vnitřními předpisy Vysoké školy obchodní a hotelové.

V Brně dne

vlastnoruční podpis autora

OBSAH

Obsah	7
1 Úvod.....	9
2 Teoretická část.....	11
2.1 Malé a střední podniky a jejich vymezení.....	11
2.1.1 Výhody malých a středních podniků.....	12
2.1.2 Nevýhody malých a středních podniků	13
2.1.3 Vývoj malého a středního podnikání na území ČR	14
2.1.4 Stav v sektoru malého a středního podnikání	15
2.2 Podpora malých a středních podniků	18
2.2.1 Právní úprava v oblasti podpory malého a středního podnikání.....	21
2.2.2 Druhy podpor v podnikání.....	22
II. Praktická část.....	27
2.3 Analýza uplatňování druhů podpor v hotelnictví a cestovním ruchu	27
2.3.1 Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu	27
2.3.2 Marketingové aktivity v cestovním ruchu	29
2.4 Dotazník	30
2.4.1 Vyhodnocení dotazníku.....	31
2.4.2 Shrnutí dotazníku	35
2.5 Podpora pro malé a střední podniky – zlepšující návrhy	37
3 Závěr	40
4 Seznam grafů a tabulek	42
5 Seznam zkratk.....	43

6	Použité zdroje	44
---	----------------------	----

1 ÚVOD

Podnikání je jednou z možností, jak si mohou lidé vydělat na živobytí a zároveň se seberealizovat. Záleží vždy na každém jednotlivci, zda ho možná rizika podnikání odradí a stane se raději zaměstnancem, nebo zda ho naopak nalákají různé příležitosti, vidina možnosti organizovat si vlastní čas a uplatňovat v praxi své nápady a založí si svůj vlastní podnik. Podnikání je složitou záležitostí a dlouhodobý proces, je třeba mu věnovat mnoho času, úsilí a v neposlední řadě finančních prostředků. Zároveň musí podnikatel disponovat určitými vlastnostmi a schopnostmi, aby měl alespoň malou šanci na trhu uspět – být trpělivý, cílevědomý, podnikavý, zodpovědný, odolný vůči stresu, měl by umět vyhledávat příležitosti, kde je jiní nevidí, a také by měl tvořit nové podněty na základě sledování potřeb a přání zákazníků. Pokud se už tedy dotyčný jednatel rozhodne založit svůj vlastní podnik, většinou se bude jednat o drobný, malý, nebo střední podnik. Tyto podniky tvoří drtivou většinu podniků na území České republiky, zbytek tvoří podniky velké.

Malé a střední podniky jsou velice důležitou součástí nejen hospodářství České republiky, ale i celé Evropské unie. Jsou považovány za stabilizátor ekonomiky, jsou schopné flexibilně reagovat na změny na trhu, jsou schopny pojmout zaměstnance, kteří byli nuceni odejít z velkých podniků a podílejí se tak na snižování míry nezaměstnanosti, působí proti vzniku monopolů, podílejí se na rozvoji a zvelebování oblasti ve které působí a dokážou obsloužit i takové segmenty zákazníků, které nejsou pro velké podniky zajímavé.

Důležitost malých a středních podniků si uvědomuje i vláda České republiky. Vzniklo proto mnoho programů a dotačních titulů, které se snaží malým a středním podnikatelům usnadnit jejich činnost. Např. Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky vydává pravidelně dokument, který se zabývá podporou malého a středního podnikání – tento dokument se nazývá Koncepce podpory malých a středních podnikatelů a vždy je vydáván na období sedmi let. V rámci každého dokumentu jsou poté stanoveny prioritní oblasti, do kterých bude podpora směřována, včetně uvedení nástrojů, které k realizaci podpory budou použity. Podpora malým a středním podnikům je právně zakotvena nejen v legislativě České republiky, ale i v legislativě Evropské unie. Konkrétními podporovanými aktivitami mohou být např. zavádění managementu kvality, zvyšování kvality poradenských služeb, technické vzdělávání, sociální podnikání, rozvoj informačních a komunikačních technologií, výstavba nájemních objektů,

rekonstrukce podnikatelských objektů, účast na mezinárodních veletrzích a výstavách, modernizace zařízení na výrobu energie a zvyšování jejich účinnosti, zlepšování tepelně technických vlastností budov a mnohé další.

Předmětem této práce je státní pomoc jako forma podpory malých a středních podniků. Jejím cílem je zmapovat ve vybraných podnicích v oblasti cestovního ruchu jaké druhy a formy státní podpory jsou poskytovány a jaký je jejich vliv/dopad na samotné podnikání v dané oblasti. Práce se skládá z teoretické části a praktické části, která je dále členěna na analytickou a návrhovou část. V rámci teoretické části jsou definovány malé a střední podniky a je zde uvedeno jejich členění. Dále je poukázáno na aktuální stav sektoru malých a středních podniků a je zde také rozebráno podnikání z historického hlediska. Druhou stěžejní kapitolou teoretické části je kapitola o podporách v oblasti malých a středních podniků a o jejich právní úpravě včetně uvedení konkrétních programů podpor. V rámci analytické části jsou podrobně rozebrány podpory malých a středních podniků v oblasti cestovního ruchu a jsou zde také prezentovány závěry z provedeného dotazníku. Obsahem návrhové části jsou pak zlepšující návrhy v oblasti podpory malých a středních podniků.

Pro zpracování teoretické části jsou využity literární, internetové a legislativní zdroje, které jsou abecedně seřazeny v seznamu použitých pramenů na konci práce. V rámci praktické části byla využita analýza a také dotazníkové šetření, za pomoci kterého bylo např. zjišťováno, zda respondenti využívají nějakou podporu od státu, a pokud ano, tak jakou, zda čerpali nějaké podpory i v minulosti a jak se jejich situace od té doby změnila, jakou formu podpory od státu by uvítali, či zda vůbec vědí, že nějaké podpory mohou čerpat.

2 TEORETICKÁ ČÁST

Teoretická část předkládá nahlédnutí do problematiky malého a středního podnikání, vymezuje malé a střední podniky podle různých hledisek oproti středním a velkým podnikům, charakterizuje současný stav v sektoru malých a středních podniků a zabývá se také vývojem malého a středního podnikání na území České republiky. Součástí teoretické části je také kapitola zabývající se podporou malých a středních podniků včetně právní úpravy podpory a uvedení druhů podpor v podnikání.

2.1 Malé a střední podniky a jejich vymezení

Malé a střední podniky (MSP) mají velmi zásadní roli v hospodářství České republiky, a to nejen z toho důvodu, že většina podniků v České republice jsou právě malé, nebo střední podniky. Aby bylo možné určit, o jaké podniky se jedná, je třeba si je vymežit podle určitých charakteristik. Komise Evropského společenství vydala nařízení č. 800/2008, kde jsou podniky rozčleňovány dle počtu zaměstnanců, výše aktiv a obratu.

Tabulka 1: Členění drobných, malých a středních podniků

Podnik	Počet zaměstnanců	Aktiva/majetek
Drobný podnik	méně než 10	méně než 2 mil. EUR
Malý podnik	méně než 50	méně než 10 mil. EUR
Střední podnik	méně než 250	méně než 43 mil. EUR

Zdroj: Zpracováno dle Vochozka, Mulač, 2012, s. 489

V tomto nařízení se kromě malých a středních podniků vyskytují ještě drobné podniky, jak zobrazuje tabulka č. 1, jež mají méně než 10 zaměstnanců a jejich aktiva nepřesahují částku 2 milióny EUR a stejně tak jejich obrat nepřesahuje tuto částku. Malé podniky nemají více než 50 zaměstnanců a jejich aktiva nesmí přesahovat částku 10 miliónu EUR a ani jejich obrat nesmí přesahovat stejnou částku. Velké podniky nemají více než 250 zaměstnanců a jejich aktiva nepřesahují částku 43 miliónu EUR, přičemž jejich obrat nesmí přesáhnout částku 50 miliónů EUR (Vochozka, Mulač, 2012, s. 489).

Jiné členění podniků nabízí Česká správa sociálního zabezpečení, která je rozděluje pouze podle počtu zaměstnanců na malé organizace, které mají do 25 zaměstnanců a velké organizace, které mají více než 25 zaměstnanců. Stejně tak nabízí členění podniků dle počtu zaměstnanců

statistický úřad Evropské unie – Eurostat, který za malé podniky považuje takové, které nemají více než 20 zaměstnanců a za střední podniky takové, které nemají více než 100 pracovníků (Mulačová, Mulač, 2013, s. 48). Vymezení malých a středních podniků je důležité z hlediska možnosti čerpat dotace a podporu od státu.

Malé a střední podniky jsou jakýmsi stabilizátorem ekonomiky, neboť jsou schopny zmírňovat negativní dopady strukturálních změn, jsou schopné rychle se přizpůsobit novým požadavkům trhu a výkyvům na trhu, díky decentralizovaným závodům se podílejí na rozvoji regionů a venkova a vytváří také mnoho pracovních příležitostí (Kislingerová, 2005, s. 117). Díky malým a středním podnikům se mohou lidé seberealizovat v tom smyslu, že si mohou založit vlastní podnik a podnikat v oblasti, která jim je nejbližší. Malé a střední podniky jsou ve většině případů vlastněny tuzemskými subjekty a efekty z podnikání tak zůstávají v místě jejich působení. Pokud se vláda snaží oživit nějaký region, nejjednodušší cestou je podpořit rozvoj právě malých a středních podniků, čímž nejen posílí jejich schopnost zaměstnávat nové a nové pracovníky, ale i jejich součinnost na rozvoji místa působiště (např. sponzoring kulturních a sportovních událostí, podpora místních spolků, účast na zvelebování veřejného prostranství apod.). Nesporným ekonomickým přínosem malých a středních podniků je také skutečnost, že působí proti monopolním tlakům, jsou schopny obsluhovat takový segment, který není pro velké podniky zajímavý a tím uspokojují i individuální požadavky a přání zákazníků (Veber, Srpová, 2012, s. 22).

2.1.1 Výhody malých a středních podniků

Výhodami a nevýhodami malých a středních podniků se zabývá mnoho autorů, zabývajících se oblastí malého a středního podnikání. Např. Malach (2005, s. 32) za výhody těchto podniků považuje jejich inovační kreativitu, kdy jsou schopné držet krok s technickým a technologickým vývojem a neustále na trhu nabízet nová inovativní řešení. Oproti manažerům velkých podniků, kteří mají na starosti mnohem více pracovních úkolů a zaobírají se širší oblastí, mají manažeři v menších podnicích možnost se v případě potřeby více soustředit na inovace a do realizace inovací jsou mnohem více zainteresováni. Nutno však dodat, že většinou se jedná spíše o inovace nižšího řádu. Malé a střední podniky dokážou také mnohem lépe čelit hospodářské krizi než velké podniky, neboť jsou schopné pružně reagovat na nastalé změny. Zatímco velké podniky se v dobách krize snaží zeštíhlovat v podobě vyčleňování ztrátových aktivit, mohou být tyto aktivity pro menší podniky příležitostí pro využití dosud

nepoužívaných výrobních kapacit. MSP jsou velice důležitou součástí politiky zaměstnanosti, kdy jsou tyto podniky schopny absorbovat propuštěné zaměstnance z velkých podniků a zmírňovat tak nezaměstnanost a zároveň ve velké míře vytvářejí pracovní místa nová. Tetřevová (2009) výhody spatřuje v blízkosti podniku, jeho managementu a zaměstnanců k zákazníkům, dodavatelům, odběratelům a dalším partnerům, kdy tato „vzájemná blízkost“ může mít pozitivní přínos na vztahy mezi jednotlivými subjekty. Podnik může cítit větší zodpovědnost za místní prostředí, zákazníci mohou být naopak loajálnější, mezi dodavateli a odběrateli nemusí ve velké míře vznikat problém s platební morálkou apod. Nespornou výhodou je také poměrně jednoduchá a jasná organizační struktura, která s sebou nese efektivnější komunikaci mezi jednotlivými zaměstnanci a jejich nadřízenými, znamená nižší míru byrokracie a je spojena s nižšími náklady na řízení podniku. Založení MSP nebývá tak finančně náročné jako u velkých podniků a vyznačují se např. i nižší administrativní náročností a náročností na energie.

Vochozka a Mulač (2012, s. 491) se v souvislosti s výhodami MSP zmiňují o tom, že tyto podniky mají schopnost vyrábět velmi kvalitní výrobky. Často se může jednat ať už o malé cukrárny, pekárny, obchody s ručně vyráběným zbožím apod., které pro svoji výrobu využívají kvalitní suroviny a materiály a můžou tak svým zákazníkům nabídnout plně konkurenceschopné produkty, které zajistí jejich spokojenost. Zároveň s těmito zákazníky mohou budovat přátelský vztah a vyznávat osobnější přístup než v případě velkých podniků. Kislingerová (2005, s. 117) dodává, že malé a střední podniky jsou nezastupitelnými subdodavateli velkých podniků.

2.1.2 Nevýhody malých a středních podniků

Mezi nevýhody malých a středních podniků se řadí dle Tetřevové (2009) omezený počet kvalifikovaných pracovníků, kdy se v podniku vyskytuje pouze jen několik málo odborníků, např. na manažerských pozicích, kteří potom musí zastávat mnoho činností najednou. Tříštití tým svou pozornost a poté mohou vznikat problémy např. v oblasti financí, marketingu či obchodu. Problém také nastává ve chvíli, kdy si majitel malého podniku neuvědomuje např. potřebu využívat různé marketingové nástroje, nevidí důvod, proč by měl vytvářet dlouhodobé plány, nebo nemá potřebu přizpůsobovat se konkurenci a pokroku. Takoví majitelé často využívají při svém podnikání zkušenost, navazují na tradice a neuvědomují si, že by měli brát také ohled na okolní prostředí a jeho aktuální stav. Kislingerová (2005, s. 117) poukazuje na obtížnou situaci

malých a středních podniků při získávání kapitálu, kdy mývají nevýhodnou pozici u bank a dalších finančních institucí, pro které většinou nepředstavují solventní klienty. S tím souvisí omezené možnosti při rozšiřování výrobních kapacit a tedy nemožnost využívat výnosů z rozsahu. Veber a Srpová (2012, s. 22 - 23) se zmiňují o problematice veřejných soutěží o státní zakázky, kde mají malé a střední podniky poněkud obtížnější pozici oproti velkým a stabilním společnostem a stejně tak většinou nemohou tyto podniky působit v oblastech podnikání, kde jsou vyžadovány velké objemy investic, např. do pořízení výrobních zařízení, do nákupu materiálu, do najmutí prvotřídních odborníků v určité oblasti apod. Další nevýhoda se týká oblasti benefitů a vzdělávání, kdy malé a střední podniky většinou nejsou z finančních důvodů schopné svým zaměstnancům poskytovat řadu různorodých benefitů a umožnit jim další dodatečné vzdělávání. Z tohoto důvodu mohou přicházet o kvalitní zaměstnance, kteří raději odejdou pracovat do větších podniků, kde všechny tyto výhody získají. Malach (2005, s. 32) k nevýhodám malých a středních podniků dále řadí nedostatek finančních zdrojů na propagaci a reklamu, nemožnost získávat výhodnější dodací podmínky (např. množstevní slevy, pozdější datum platby) z důvodu realizace menších objednávek a také vysoké pracovní nasazení nejen všech zaměstnanců, ale i manažerů z důvodu nutnosti co nejlépe konkurovat ostatním firmám na trhu.

2.1.3 Vývoj malého a středního podnikání na území ČR

Podnikání se začalo na území České republiky rozvíjet již v 10. století. Na následujícím rozmachu této aktivity mělo vliv především masivní stěhování populace z venkovských oblastí do měst, kde pro podnikání byly mnohem lepší podmínky. Ve 14. století měly významné postavení v oblasti podnikání cechy, jež sdružovaly různé řemeslníky, např. krejčí, pekaře, mincovníky, ševce, mlynáře, zedníky či hrnčíře. Činnost cechů byla v některých oblastech omezována, ale v jiných mnohdy dosahovala až monopolního postavení na trhu. Byla to až manufakturní výroba, která jejich pozici otrásla. V roce 1860 bylo na základě živnostenského řádu umožněno lidem svobodně podnikat a byla legalizována hospodářská politika. Tento řád neupravoval vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci, ale zabýval se např. nutností označovat provozovny, kde byla provozována podnikatelská činnost a dodržováním hygieny na pracovišti. Tím, že tento řád byl nastaven příliš volně a umožňoval podnikat prakticky každému bez jakýchkoliv dalších podmínek, docházelo k razantnímu poklesu kvality nabízených produktů a služeb. Proto byl několikrát novelizován. V roce 1918 se stal platnou

právní normou v Československu, přičemž v roce 1965 byl zrušen. Tehdy došlo i k dočasnému zrušení možnosti podnikat formou živnostenského oprávnění (Jaroněk, 2013).

Co se týká oblasti podnikání prvních podniků, které byly založeny na našem území, jednalo se o pivovary. Nové a nové podniky byly v hojné míře zakládány v 19. století, kdy vznikly např. Laurin a Klement, Spořitelna česká či První česká vzájemná pojišťovna. Významnou osobností v podnikatelské sféře této doby byl Tomáš Baťa, jež svůj podnik založil v roce 1894 a jeho způsob podnikání byl do té doby nevídaný. *„Způsob Baťova podnikání byl přelomový. Politikou nízkých cen dokázal zlikvidovat konkurenci, byl průkopníkem v oblasti marketingu a zavedl u nás Fordovu pásovou výrobu, která nesmírně zvýšila produktivitu práce“* (Jaroněk, 2013).

Rok 1989 byl rokem plným změn, kdy došlo nejen k pádu komunistického režimu, ale také k znovuotevření trhů a ke vzniku ohromného množství podniků, které vznikaly buď zcela nově, nebo privatizováním státních podniků na soukromé. Toto období si vyžadovalo také vznik nových předpisů a zákonů, které by oblast podnikání upravovaly. I z důvodu nedostatečně propracované legislativy docházelo však od roku 1996 k velkým problémům, kdy mnoho podnikatelů zjišťovalo, že založení a vedení podniku není jednoduchou záležitostí a mnoho z nich zkrachovalo, zároveň se do popředí dostával problém korupce a rozkrádání majetku firem. Začala narůstat nezaměstnanost a situace v podnikatelské sféře nebyla vůbec příznivá. Postupem času se ale začala uklidňovat, v provozování podniků pokračovali pouze ti, kteří dokázali flexibilně reagovat na aktuální situaci na trhu a začala velmi významně narůstat důležitost malých a středních podniků, jež dokázaly pojmout velké množství pracovní síly, působily jako stabilizátor ekonomiky a zároveň znemožňovaly velkým podnikům využívat výhody z dosažení monopolního postavení na trhu (Jaroněk, 2013). Důležitost malých a středních podniků si poměrně brzy začala uvědomovat i vláda a např. v roce 1992 byl vydán zákon č. 299/1992 Sb., o státní podpoře malého a středního podnikání, jehož účelem bylo usnadnit podnikatelům zakládat tyto podniky a upevňovat jejich postavení na trhu. (Malach, 2005, s. 182).

2.1.4 Stav v sektoru malého a středního podnikání

Malé a střední podniky tvoří většinu podniků nejen na území Evropské unie, ale také v České republice. V roce 2015 (údaje za rok 2016 nejsou v době zpracovávání této práce dostupné)

tvořil podíl MSP na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů 99,83 %. Dosahovaly i poměrně vysokého podílu přidané hodnoty, která činila 54,12 % na celkové přidané hodnotě všech aktivních podnikatelských subjektů, stejně tak nadpoloviční většinu tvořil i podíl zaměstnanců v MSP na celkovém počtu zaměstnanců, který dosahoval výše 58,9 % (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015). Jednotlivé hodnoty za rok 2015 ve srovnání s předchozími lety 2014 a 2013 je možné vidět v následující tabulce č. 2. Nutno podotknout, že Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, které v jednotlivých letech vydává Zprávy o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře, z nichž jsou následující data čerpána, dělí podniky na velké, malé a střední výhradně dle počtu zaměstnanců.

Tabulka 2: Vybrané statistiky malých a středních podniků

Statistiky MSP			
	2013	2014	2015
Celkový počet podnikatelských subjektů	1 126 305	1 126 153	1 141 245
Počet MSP	1 124 694	1 124 380	1 139 330
Podíl MSP na celk. počtu podnik. subjektů	99,83 %	99,84 %	99,83 %
Podíl přidané hodnoty MSP na celk. hodnotě	54,80 %	53,11 %	54,12 %
Podíl zaměstnanců na celk. počtu	60 %	59,39 %	58,90 %

Zdroj: Zpracováno dle Zprávy o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013, 2014 a 2015

Tabulka zobrazuje celkový počet podnikatelských subjektů ve zkoumaných letech 2013 - 2015, počet malých a středních podniků, který zahrnuje jak právnické, tak i fyzické osoby, dále pak podíl malých a středních podniků na celkovém počtu podnikatelských subjektů, podíl přidané hodnoty malých a středních podniků na celkové přidané hodnotě všech podnikatelských subjektů a podíl zaměstnanců malých a středních podniků na celkovém počtu zaměstnanců v podnikatelské sféře České republiky. Jak je v tabulce č. 2 možné vidět, celkový počet podnikatelských subjektů z roku 2013 na rok 2014 klesl o 152 subjektů. Z roku 2014 na rok 2015 pak narostl o 15 092 podniků a z roku 2013 na rok 2015 se tak jedná o celkový nárůst o 14 940 subjektů. Stejným trendem se vyznačovala i změna počtu MSP, kdy nejdříve z roku 2013 na rok 2014 počet MSP klesl, a to konkrétně o 314 podniků, z roku 2014 na rok 2015 opět narostl o 14 950 podniků. Z roku 2013 na rok 2015 se pak jedná o nárůst o 14 636 podnikatelských subjektů. Na růstu počtu podnikatelských subjektů z roku 2013 na rok 2015 se tedy 97,97 % podílí právě malé a střední podniky.

Procentuální podíl malých a středních podniků na celkovém počtu podnikatelských subjektů se ve zkoumaných letech příliš neměnil, což zapříčinil stejný trend změn v počtech jak všech podnikatelských subjektů, tak i malých a středních podniků.

V roce 2013 činil podíl přidané hodnoty MSP na celkové přidané hodnotě 54,80 %. V roce 2014 klesla o 1,69 procentního bodu, což však může pochopitelně souviset i s poklesem počtu MSP. V roce 2015 oproti předchozímu roku vzrostla, ale už se nedostala na hodnotu z roku 2013. Stejně tak podíl zaměstnanců na celkovém počtu zaměstnanců v podnikatelské sféře z roku 2013 na rok 2014 klesl, a to konkrétně o 0,61 procentního bodu. Tento ukazatel však klesl i z roku 2014 na následující rok, a to o 0,49 procentního bodu.

Následující tabulka č. 3 podává přehled o tom, jak se na celkovém počtu MSP podílí MSP, které podnikají formou právnické osoby a MSP, které podnikají formou fyzické osoby.

Tabulka 3: Složení malých a středních podniků

Složení MSP			
	2013	2014	2015
Počet MSP - právnické osoby	236 840	246 861	257 516
Podíl MSP - právnické osoby na celk. počtu MSP	21,06 %	21,96 %	22,60 %
Počet MSP - fyzické osoby	887 854	877 519	881 814
Podíl MSP - fyzické osoby na celk. počtu MSP	78,94 %	78,04 %	77,40 %

Zdroj: Zpracováno dle Zprávy o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015

Jak je na první pohled zřejmé, ve všech zkoumaných letech převyšoval počet malých a středních podniků, které podnikají formou fyzických osob nad právnickými osobami, a to více než o trojnásobek. Může tomu tak být např. z důvodu nižší administrativní náročnosti, která je spojena se začátkem podnikání fyzické osoby, oproti tomu, co vše musí zajistit podnikatel, který chce podnikat formou právnické osoby (např. sepsání zakládajících smluv, ustanovení orgánů společnosti, složení základního kapitálu apod.). V roce 2013 činil počet právnických osob 236 840, v roce 2014 i 2015 vzrostl oproti původní hodnotě. Celkem z roku 2013 na rok 2015 narostl o 20 676 právnických osob. Podíl MSP – právnické osoby na celkovém počtu malých a středních podniků se ve zkoumaných letech pohyboval mezi 21,06 % a 22,60 %.

Počet fyzických osob na rozdíl od právnických osob z roku 2013 na rok 2014 klesl, a to o 10 335 fyzických osob. Z roku 2014 na následující rok ale začal růst a narostl o 4 295

fyzických osob. Celkově se z roku 2013 na rok 2015 však jedná o pokles ve výši 6 040 fyzických osob. Jejich podíl se na celkovém počtu MSP pohyboval od 77,04 % do 78,94 %.

Z hlediska aktivity malých a středních podniků je také zajímavé zjistit, jak se vyvíjely investice v jednotlivých letech, což zobrazuje tabulka č. 4.

Tabulka 4: Investice v malých a středních podnicích

Investice v MSP (v mil. Kč)			
	2013	2014	2015
Investice MSP	370 518	363 001	391 571
Celkové investice	629 828	633 402	654 203
Podíl investic MSP na celkových investicích	58,83%	57,31%	59,85%

Zdroj: Zpracováno dle Zprávy o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015

Investice malých a středních podniků od roku 2013 do roku 2015 rostly, stejně tak, jako se navyšovaly i celkové investice, tedy investice jak malých a středních podniků, tak i velkých podniků. V případě malých a středních podniků investice narostly z roku 2013 do roku 2015 o 21 053 mil. Kč a v případě celkových investic došlo o nárůst 24 375 mil. Kč. Ačkoliv se v mnoha odborných publikacích, zabývajících se oblastí podnikání malých a středních podniků uvádí, že malé a střední podniky nemohou působit (nebo mají velmi obtížnou pozici) v oblastech podnikání s nutností vynakládat velké objemy investic, ukazuje se, že celkové objemy investic malých a středních podniků převyšují objemy investic velkých podniků, alespoň co se týká zkoumaných let. Je tomu tak však zřejmě pro to, že se spíše jedná o větší počet malých investic, než o velké investice několika málo malých a středních podniků.

I na základě výše uvedených vybraných statistik lze říci, že sektor malých a středních podniků je podstatnou a neopomenutelnou součástí hospodářství České republiky, kterému by měla být věnována patřičná pozornost.

2.2 Podpora malých a středních podniků

Jak už bylo mnohokrát řečeno, malé a střední podniky jsou páteří ekonomiky nejen v České republice, ale i v ostatních členských státech Evropské unie, a proto uvědomělé státy podchycují oblast podpory těchto podniků a snaží se jim pomoci legislativou a různými dotačními tituly a podporou pokud možno usnadňovat podnikatelskou činnost. Je to ovšem oblast,

kteřá se neustále vyvíjí, je třeba monitorovat aktuální situaci na trhu a předvídat možné změny do budoucna.

Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky vydává pravidelně dokument, který se zabývá podporou malého a středního podnikání. Tento dokument se nazývá Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020 (dále jen „Koncepce 2014“). Vždy je platný na období sedmi let a jedná se o základní strategický dokument, kde je definováno padesát konkrétních opatření: „...jejichž cílem je efektivní fungování a celkový rozvoj malých a středních podnikatelů jako významné součásti národní ekonomiky.“ (Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 3). V rámci každé Koncepce na určité období jsou stanoveny priority oblastí podpory včetně nástrojů pro jejich realizaci a jsou zde zmíněny také sektory, do kterých bude podpora směřovat. Vše se odvíjí nejen od národních dokumentů, ale také od těch evropských. Koncepce 2014 se oproti předchozím letům zaměřuje více na různé finanční nástroje (např. výhodné úvěry, záruky, venture kapitál), ale nezapomíná ani na dotace. Jednotlivými prioritami pro období 2014 – 2020 jsou (Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 76):

- „Kultivace podnikatelského prostředí, rozvoj poradenských služeb a vzdělávání pro podnikání.
- Rozvoj podnikání založeného na podpoře výzkumu, vývoje a inovací, včetně inovační a podnikatelské infrastruktury.
- Podpora internacionalizace MSP.
- Udržitelné hospodaření s energií a rozvoj inovací v energetice.“

V rámci první priority, tedy kultivace podnikatelského prostředí, je snaha o vytvoření takového prostředí, které bude transparentní, stabilní a také bude regulováno jen nezbytně nutnou mírou. Podporováno bude zavádění managementu kvality v podnicích, angažovanost ve společenské odpovědnosti firem a také sociální podnikání. Zároveň budou poskytovány malým a středním podnikatelům poradenské služby, např. formou mentoringu či koučingu, a to nejen v oblasti financí, ale i třeba v oblasti duševního vlastnictví. Na rozvoji poradenských služeb se mají podílet různá inovační a podnikatelská centra. Stěžejní podporou pro začínající podnikatele je možnost využít zvýhodněné úvěry, záruky a kapitálové vstupy včetně poradenství. Nechybí ani podpora MSP v oblasti veřejných zakázek, kdy jim bude poskytnuta záruka za návrh do veřejné zakázky, která je často odrazuje od účasti na veřejných zakázkách (Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 78 - 83).

Druhá priorita se zabývá rozvojem podnikání a je zaměřena na začínající podnikatele inovativních MSP a na následný rozvoj těchto podniků. Hlavním bodem této priority je navýšit soukromé výdaje na výzkum, vývoj a inovace a podpořit tak v realizacích výzkumů i malé a střední podniky, které jinak nemají dostatek finančních prostředků na zahájení vlastních výzkumů a ani motivaci k těmto aktivitám. Jde především o uplatnění výsledků z výzkumu a vývoje v praxi. Podpory v této oblasti mají zvýšit konkurenceschopnost podniků, a to nejen na území České republiky, ale i v zahraničí. Tato priorita myslí i na navazování spolupráce MSP s vysokými školami (Koncepte podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 86 - 89).

Třetí priorita – podpora internacionalizace MSP se zaměřuje na rozmach podnikatelských aktivit MSP i do zahraničí, přičemž podpora v této oblasti je poskytována formou exportního vzdělávání, školení a dalších podpůrných služeb. Aby byl zájem o produkty tuzemských podniků, bude podporována jejich účast na zahraničních veletrzích a výstavách či na zahraničních obchodních misích a stejně tak jako v případě první priority jim bude umožněno získat záruky za návrh do veřejné zakázky v zahraničí. Nezbytností je také poskytnout malým a středním podnikatelům exportní pojištění a financování, které bude co nejlépe odpovídat jejich potřebám (Koncepte podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 91 - 92).

Čtvrtá priorita se zabývá udržitelným hospodařením s energií a rozvojem inovací v energetice. V této oblasti je snaha o snížení energetické náročnosti při zachování dostupnosti energie pro veškeré podniky na trhu. Snižování energetické náročnosti je spojené s následným snižováním nákladů a zvyšováním konkurenceschopnosti podniků. Cílem je také snížení závislosti České republiky na dovozu energie z ostatních zemí a podpora a povzbuzování podnikatelů ve využívání obnovitelných zdrojů. Snahou je podporovat efektivnější využívání stávajících zdrojů, zavádění inovací v oblasti využívání alternativních zdrojů a inovace v oblasti úspor spotřeby energie. Bude podporováno snižování energetické náročnosti budov a vyšší využívání druhotných surovin (Koncepte podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020, 2012, s. 94).

2.2.1 Právní úprava v oblasti podpory malého a středního podnikání

V oblasti podpory malých a středních podniků je třeba se řídit nejenom zákony České republiky, ale také různými nařízeními a doporučeními Evropské unie. Co se týká předpisů, které se zabývají především přímými podporami malých a středních podniků, tak se jedná o tyto: Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání ve znění pozdějších předpisů, Nařízení Komise ES č. 364/2004 a další předpisy, které se zabývají podmínkami u konkrétních programů podpor.

Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání

Tento zákon se zabývá zásadami, které je třeba dodržovat při poskytování podpory podnikatelům. Ti podnikatelé, kteří chtějí žádat o podporu na základě tohoto zákona, musí mít trvalý pobyt nebo sídlo podnikání na území České republiky. Podporu je možné poskytnout formou: „*Návratné finanční výpomoci, dotace, finančního příspěvku, záruky, nebo úvěru se sníženou úrokovou sazbou*“ (Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání ve znění pozdějších předpisů). Zároveň musí být poskytování podpory v souladu se Zákonem č. 59/2000 Sb., o veřejné podpoře. Podpora je poskytována např. na projekty, jejichž cílem je posilovat postavení MSP na trhu, na zajištění přístupu k informacím o podnikání, na tvorbu nových pracovních míst, na využívání služeb, které zvyšují konkurenceschopnost podniků, na navazování nové spolupráce se zahraničními partnery či na zajištění účasti na veletrzích.

Podporu, ať už na základě tohoto, nebo jiných zákonů, poskytuje agentura CzechInvest, která je státní příspěvkovou organizací, jež vznikla právě za tímto účelem. Tato agentura je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu. Peníze, vyplácené na podporu malým a středním podnikatelům, jsou soustředěny v rozpočtu Ministerstva průmyslu a obchodu, přičemž s těmito prostředky může disponovat právě agentura CzechInvest, stejně tak jako s prostředky Evropské unie, které jsou určené na podporu MSP. To, zda jsou prostředky na podporu MSP čerpány správně, tedy při dodržení všech podmínek, jež stanovuje tento zákon, je ošetřeno dalšími právními předpisy, kterým je např.: Zákon č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole ve veřejné správě a o změně některých zákonů) (Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání ve znění pozdějších předpisů).

Nařízení Komise ES č. 364/2004

Nařízením Komise ES č. 364/2004 se mění nařízení ES č. 70/2001 a rozšiřuje se jím oblast působnosti tak, aby zahrnovala podporu pro výzkum a vývoj. V příloze tohoto Nařízení je mimo jiné uvedena definice podniku. Tato definice zní následovně: „*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*“ (Nařízení Komise ES č. 364/2004). Dále je obsahem i rozdělení malých a středních podniků dle počtu zaměstnanců, bilanční sumy rozvahy a obratu (tak jak je uvedeno v kapitole 2.1 této práce), postup a způsob výpočtu počtu zaměstnanců a finančních údajů, potřebných právě pro rozdělení podniků či postup sestavování údajů o podniku (Nařízení Komise ES č. 364/2004).

2.2.2 Druhy podpor v podnikání

Podpory v podnikání je možné rozdělit dle územního celku na unijní, národní, krajské a regionální a obecní, dle formy poskytování na přímé a nepřímé nebo dle poskytovatele na podpory, které jsou poskytovány ministerstvem průmyslu a obchodu a podpory, které jsou poskytovány jinými poskytovateli (Malach, 2005, str. 183).

Přímé podpory jsou takové, které za pomoci využití různých nástrojů usnadní přístup malým a středním podnikatelům k financím. Tyto nástroje definuje Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání (tento zákon je přiblížen v předchozí kapitole) a jedná se o dotace, finanční příspěvky, návratné finanční výpomoci, záruky, nebo úvěry se sníženou úrokovou sazbou (Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání). Nepřímé podpory mají za cíl zjednodušit administrativu a zmírnit nepříznivé dopady nové legislativy. Tyto podpory jsou poskytovány na základě usnesení vlády č. 172/2003.

Veber a Srpová (2012, s. 23) dělí podpory na finanční a nefinanční a dále pak z hlediska původu do čtyř skupin (toto rozdělení koresponduje s rozdělením dle poskytovatele, které uvádí Malach, je pouze více obecné). Těmito skupinami jsou vládní instituce, podnikatelské inkubátory a vědecké parky, nevládní organizace a komerční subjekty. Pro účely této bakalářské práce zde bude rozebrána pouze první skupina, tedy vládní instituce, které poskytují podporu z veřejných prostředků. Pokud se nahlíží na poskytování podpory obecně, tak jsou

povoleny pouze takové podpory, které působí celoplošně, a tudíž nezpůsobují porušení volné soutěže. Výjimkou jsou pak podpory, které směřují právě malým a středním podnikatelům, nebo takové, které jsou vydávány pro účely ochrany životního prostředí, pro podpoření zaměstnanosti, na výzkum a vývoj, nebo pro podporu zaostalých regionů. Zdrojem těchto podpor jsou prostředky ze státního rozpočtu, prostředky ze strukturálních fondů EU, nebo prostředky z Fondu soudržnosti EU (Veber, Srpová, 2012, s. 23 – 24).

Přímé finanční podpory z veřejných prostředků jsou poskytovány především Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou, agenturou CzechInvest, Ministerstvem práce a sociálních věcí, Ministerstvem pro místní rozvoj, Ministerstvem zemědělství nebo kraji. Nepřímé finanční podpory pak Českou exportní bankou nebo společností EGAP (Exportní garanční a pojišťovací společnost). Nefinanční podpory z veřejných prostředků poskytují proexportní agentura CzechTrade, Ministerstvo průmyslu a obchodu a zastupitelské úřady (Veber, Srpová, 2012, s. 24 – 33).

Pro názornost jsou zde uvedeny a následně rozebrány vybrané jednotlivé programy podpory malých a středních podniků. Informace o těchto programech jsou čerpány ze Zprávy o vývoji malého a středního podnikání, která o nich podává kvalitní a přehledné informace (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015, 2015).

- Programy podpory Ministerstva průmyslu a obchodu
 - Operační program Podnikání a inovace (OPPI)
 - Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (OPPIK)
 - Národní program EFEKT
 - Program ENERGA
- Programy podpory Ministerstva práce a sociálních věcí
 - Aktivní politika zaměstnanosti
- Programy podpory Ministerstva zahraničních věcí
 - Projekty ekonomické diplomacie a podpora exportérů
 - Projekty zahraniční rozvojové spolupráce
 - Program OECD „Eurasia“
- Programy podpory Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy
 - Program KONTAKT II
 - Program EUREKA
 - Program EUROSTARS a EUROSTARS-2
 - Podpora výzkumu a vývoje – GESHER/MOST

- Společná technologická iniciativa ECSEL
- Programy podpory Ministerstva pro místní rozvoj
 - Národní program podpory cestovního ruchu
 - Program Podpora rozvoje pracovních příležitostí na území Ústeckého a Moravskoslezského kraje
- Programy podpory Ministerstva zemědělství
 - Program rozvoje venkova ČR
- Podpora malých a středních podniků a výzkumná kapacita
 - Podpora inovativních MSP
 - Programy podpory průmyslového výzkumu a vývoje z národních zdrojů
- Horizont 2020

Operační program Podnikání a inovace je jedním z hlavních programů Ministerstva průmyslu a obchodu a je zaměřen zejména na podporu zvyšování konkurenceschopnosti České republiky např. v oblasti inovací, aplikaci výsledků výzkumů do praxe, či v hospodářském růstu. Tento program zahrnuje 6 os, kterými jsou: vznik firem, rozvoj firem, efektivní energie, inovace, prostředí pro podnikání a inovace a služby pro rozvoj podnikání. V rámci vzniku firem jsou MSP zpřístupněny finanční zdroje. Rozvoj firem je zaměřen na podporu projektů, které mají potenciál, ale mnohdy nemohou být realizovány z důvodu špatné dostupnosti finančních prostředků a kapitálu a také na kvalitnější technickou výbavu podniků v podobě nákupu moderních technologií. Osa efektivní energie se zabývá motivováním podnikatelů k využívání obnovitelných zdrojů energie a ke snižování energetické náročnosti jejich výrobního procesu. Osa inovace si klade za cíl podpořit MSP v navazování spolupráce s výzkumnými agenturami a také v realizování vlastních technických i netechnických inovací. Osa prostředí pro podnikání a inovace jako prioritu vnímá podporu rozvoje lidských zdrojů a jejich vzdělávání nebo také rozvoj inovačních center a podnikatelských inkubátorů. Poslední osa – služby pro rozvoj podnikání se zabývá poskytováním kvalitních poradenských služeb, které mají pomoci podnikatelům naučit se vyhledávat nové obchodní příležitosti (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015, 2015, s. 26 – 27).

Dalším zajímavým projektem je projekt Ministerstva zahraničních věcí, který se nazývá Projekt ekonomické diplomacie a podpora exportérů. Ministerstvo zahraničních věcí hraje důležitou roli v podpoře malých a středních podniků v oblasti podpory jejich vstupu na zahraniční trhy. Díky tomuto projektu bylo podpořeno 730 českých firem, přičemž tyto firmy působí např. v potravinářství, zemědělství, obranném průmyslu, nanotechnologii či v oblasti

letectví. Podpora spočívá v zajištění účasti MSP na zahraničních veletrzích a výstavách, kde mohou prezentovat svoji činnost a své produkty, dále na prezentačních akcích nebo na seminářích. Tyto projekty se nevztahují pouze na Evropu, ale byly realizovány i v Asii, Africe a Americe. V rámci tohoto projektu byly realizovány také cesty ministra zahraničních věcí, který společně s podnikateli vycestoval např. do Malajsie, Vietnamu nebo Keni za obchodními záležitostmi. Není zapomínáno ani na poskytování služeb, díky kterým je českým MSP usnadněn vstup na zahraniční trhy, jedná se např. o průzkum zahraničního trhu, poskytování informací o podmínkách vstupu na zahraniční trhy, zjišťování bonity zahraničních partnerů (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015, 2015, s. 37 – 38).

Ministerstvo zemědělství má pod svou záštitou Program rozvoje venkova ČR. Tento program probíhal v letech 2007 – 2013 a posledním rokem, kdy ještě byly realizovány jednotlivé podpory, byl rok 2015. Kromě jiného bylo cílem tohoto projektu podpořit malé a střední podnikání, a to např. díky opatření Podpora cestovního ruchu, kdy byly vypláceny dotace na vybudování ubytovacích a stravovacích zařízení, nebo dalších zařízení, které slouží pro aktivní trávení volného času a pro turistiku, a to v obcích do 2 000 obyvatel. Tato podpora se vztahovala především na podnikatele, kteří se v oblasti cestovního ruchu pohybují méně než dva roky (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015, 2015, s. 45 – 46).

Dalším programem, který se zabývá oblastí cestovního ruchu, je Národní program podpory cestovního ruchu, který předkládá Ministerstvo pro místní rozvoj. Cílem tohoto programu je podpořit rozvoj domácího cestovního ruchu, a to za pomoci podpory zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu, tvorby nových produktů cestovního ruchu, tvorby nových pracovních míst. Podpora směřovala nejen MSP, ale i obcím. Konkrétními aktivitami, které byly podporovány, jsou např. rekonstrukce, nebo nová výstavba center, kde jsou poskytovány služby turistům a návštěvníkům, výstavba hygienických zázemí a odpočívadel, marketingové aktivity, zdokonalování navigačních a informačních systémů pro nevidomé, vybudování parkovišť pro kola a úschovny zavazadel. V rámci tohoto programu byly v letech 2010 – 2016 přiděleny dotace celkem 32 akcím, přičemž celková hodnota činila více než 48 milionů Kč. *„Rozvojem aktivit cestovního ruchu dojde i ke zlepšení podnikatelské činnosti příjemců dotací a rozvoji podnikání v podpořených oblastech, k rozšíření sezóny podnikání a rozšíření nabídky*

infrastruktury a služeb pro turisty“ (Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015, 2015, s. 43 – 44).

II. PRAKTICKÁ ČÁST

V rámci praktické části je provedena analýza uplatňování druhů podpor v hotelnictví a cestovním ruchu, a to za pomoci rozboru jednotlivých podpor v této oblasti. Následně je zde prezentován dotazník, kterým bylo např. zjišťováno, jakou podporu a zda vůbec respondenti využívají, jaké podpory využívali v minulosti a jaké formy podpory od státu by uvítali. Dotazník je vyhodnocen pomocí slovních komentářů a grafů. Následně jsou na konci této části prezentovány možné zlepšující návrhy v oblasti podpory malých a středních podniků.

2.3 Analýza uplatňování druhů podpor v hotelnictví a cestovním ruchu

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky vytvořilo Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, jehož aktuální znění je platné na období let 2016 – 2020. Cílem tohoto dotačního programu je mimo jiné rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, rozvoj kvality služeb či zvyšování konkurenceschopnosti jednotlivých regionů. Dotace z tohoto programu jsou poskytovány ze státního rozpočtu. Tento národní program je rozdělen do dvou podprogramů, a to Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a Marketingové aktivity v cestovním ruchu.

2.3.1 Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu

Cílem tohoto podprogramu, jak už název sám napovídá, je rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu společně se zkvalitňováním služeb cestovního ruchu v jednotlivých destinacích. Za další cíle je možné označit povzbuzování zaměstnanosti v oblasti cestovního ruchu, podpora investic do cestovního ruchu, podpora tvorby nových produktů za účelem snížení sezónnosti cestovního ruchu, snaha o začlenění těch cílových skupin, pro které není cestování jednoduchou záležitostí např. z důvodu různých handicapů nebo podpora budování odpočívadel a dalšího důležitého zázemí pro turisty a návštěvníky daných destinací (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, 2016, s. 3). Tento program se z legislativního hlediska opírá např. o Zákon č. 215/2004 Sb., o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje, ve znění pozdějších předpisů, o Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, o Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zařízení) nebo o vyhlášku č. 560/2006 Sb., o účasti státního rozpočtu na financování

programů reprodukce majetku, ve znění vyhlášky č. 11/2010 Sb., (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, 2016, s. 3).

Tento podprogram se skládá ze třech dotačních titulů, kterými jsou: podpora nadregionálních aktivit, rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu. Podpora nadregionálních aktivit je zaměřena na zvelebování turistických tras všech forem turistiky (jak např. cyklotras, tak i tras pro pěší, nebo tras pro vodní turistiku). Podmínkou poskytnutí však je, aby byly jednotlivé projekty realizovány na území minimálně dvou krajů. Příjemci dotace z tohoto dotačního titulu mohou být samosprávné celky, mikroregiony, dobrovolné svazky obcí, destinační společnosti, geoparky a nestátní neziskové organizace. Druhý dotační titul - rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu se zaměřuje na rozvoj investic podnikatelů do rozsahu a zkvalitňování poskytovaných služeb. Součástí tohoto dotačního titulu je poskytování dotací na zpřístupnění ubytovacích a stravovacích zařízení pro handicapované osoby, nikoliv však na rekonstrukce, které s tímto nesouvisí. O dotace mohou žádat podnikatelské subjekty podnikající jak formou právnických osob, tak i fyzické osoby. Poslední dotační titul – rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu se zabývá rozvojem té infrastruktury, která je spravována nepodnikatelskými subjekty. Příjemci dotace z tohoto titulu jsou samosprávné celky, provozovatelé turistických informačních center, geoparky, nestátní neziskové organizace, které provozují atraktivitu cestovního ruchu, destinační společnosti a mikroregiony (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, 2016, s. 4 - 5).

Na příjemce dotace, kteří budou žádat dotaci v rámci tohoto podprogramu, jsou kladeny nároky, které musí splňovat a mezi které patří např. nutnost nakládat s prostředky, které mu byly poskytnuty formou dotace, hospodárně, účelně a efektivně; nemít závazky vůči státu a dalším institucím (např. zdravotní pojišťovna); mít kladný výsledek hospodaření za poslední tři roky; vést účetní evidenci o uznatelných i neuznatelných výdajích na zamýšlenou akci, na kterou je čerpána dotace; mít sídlo v ČR; nebo při realizaci zamýšlené aktivity postupovat dle zákonů a dalších příslušných předpisů (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, 2016, s. 5 - 6).

Podpora v rámci tohoto podprogramu je poskytována formou dotace, přičemž na ní není možné uplatnit právní nárok. Pokud byla žádost o poskytnutí dotace zamítnuta, pak je toto zamítnutí konečné. Poskytnutou dotaci je také nutné použít pouze na to, na co byla poskytnuta. Celkové náklady na zamýšlenou akci, na kterou je čerpána dotace, nesmí překročit maximální výši celkově uznatelných výdajů 5 000 000 Kč v případě dotačních titulů č. 2 a 3 a částku 10 000 000 Kč v případě dotačního titulu č. 1. Minimální výše celkových uznatelných výdajů je pak 250 000 Kč. Výše dotace tvoří maximálně 50 % uznatelných nákladů, přičemž zbytek jsou vlastní zdroje žadatele o dotaci (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, 2016, s. 10).

2.3.2 Marketingové aktivity v cestovním ruchu

Cílem tohoto podprogramu je propagovat nabídku cestovního ruchu ČR i mimo území ČR a zvýšit o ní povědomí, nabízet kvalitnější a propracovanější produkty, realizovat komunikační kampaně s cílem podpořit návštěvnost daných destinací a v neposlední řadě také podpořit zaměstnanost v jednotlivých regionech. Z legislativního hlediska se tento podprogram opírá o stejné zákony a nařízení jako podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, proto už zde nebudou jednotlivé zákony zmiňovány. Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu se člení na dva dotační tituly, prvním dotačním titulem jsou marketingové aktivity na úrovni krajů a druhým pak marketingové aktivity na oblastní a lokální úrovni. Dotační titul marketingové aktivity na úrovni krajů je zaměřený na podporu krajských destinačních společností, které se zabývají propagací jednotlivých krajů, ve kterých působí a dále pak např. koordinací marketingových aktivit v rámci krajů nebo sestavováním jednotné podoby informací o nabídce cestovního ruchu. V rámci tohoto dotačního titulu mohou pochopitelně o dotaci žádat krajské destinační společnosti, a pokud v daném kraji nefiguruje žádná destinační společnost, tak poté mohou žádat také krajská oddělení cestovního ruchu. Druhý dotační titul marketingové aktivity na oblastní a lokální úrovni se zabývá podporou certifikovaných místních a oblastních destinačních společností, přičemž tato podpora je zaměřena především na řízení rozvoje destinace, na tvorbu kvalitního produktu či na propagaci samotné destinace. Zde mohou o dotaci žádat právě certifikované lokální a oblastní destinační společnosti (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu, 2016, s. 3 – 5).

Požadavky, které jsou kladeny na žadatele o dotaci, jsou opět stejné jako v případě předchozího podprogramu. Jednotlivými podporovanými oblastmi jsou v rámci tohoto podprogramu: řízení destinace, marketingové výzkumy, tvorba a inovace produktů, branding destinace, distribuce produktů cestovního ruchu, komunikace a marketingové partnerství. Konkrétními příklady podporovaných aktivit jsou např.: vzdělávání a trénink pracovníků destinačních společností, tvorba tematických a regionálních produktů, tvorba turistických karet, výroba suvenýrů pojících se s danou destinací, monitoring efektivní distribuce, tvorba mobilních aplikací či aktivita na sociálních médiích (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu, 2016, s. 5 – 8).

Podpora v tomto podprogramu je poskytována formou dotace, kterou lze čerpat pouze na to, na co byla poskytnuta, přičemž maximální výše celkově uznatelných výdajů je 5 000 000 Kč a minimální výše celkových uznatelných výdajů je 250 000 Kč. Výše dotace pak tvoří maximálně 50 % uznatelných nákladů a zbytek tvoří vlastní zdroje žadatele. Žadatel, který žádá o poskytnutí dotace, ať už v rámci tohoto podprogramu, nebo v rámci podprogramu rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, musí předložit žádost, a to v tištěné formě, elektronicky prostřednictvím elektronického formuláře a také na CD, nebo DVD. Každá žádost je poté posuzována např. z hlediska, zda zamýšlená aktivita je v souladu s podporovanými oblastmi, zda je hospodárná, zda byly splněny všechny povinné formálnosti, zda jsou doloženy všechny povinné přílohy, zda bude aktivita realizována na území České republiky, či zda byla prokázána dobrá finanční situace žadatele (Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu, 2016, s. 13 – 16).

2.4 Dotazník

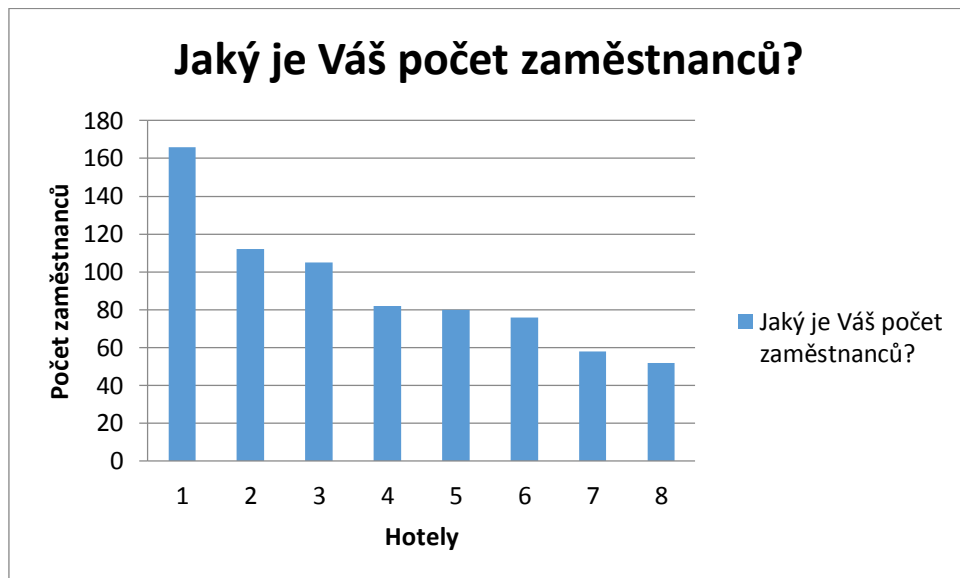
Pro účely této práce bylo provedeno dotazníkové šetření pomocí vytvořeného dotazníku. Dotazník byl cílen na malé a střední podniky, které podnikají v oblasti poskytování ubytovacích služeb, a byl tvořen 9 otázkami. Účelem dotazníku bylo zjistit, zda respondenti vědí o tom, že mohou jako malí a střední podnikatelé čerpat různé podpory od státu, zda nějaké podpory čerpají a pokud ano, tak jaké a pokud ne, tak proč. Snahou bylo také zjistit, jak se změnila jejich situace v oblasti čerpání dotací v minulosti a jak jsou na tom nyní, či jakou formu dotace od státu by uvítali.

V úvodu dotazníku bylo uvedeno, pro jaké účely jsou odpovědi pomocí tohoto dotazníku sbírány a respondenti byli ujištěni o tom, že jejich odpovědi jsou anonymní a že vyplnění dotazníku jim nezabere déle než 5 minut času. Následoval samotný sběr dat, který probíhal následovně. Náhodně bylo vytipováno 18 hotelů v centru Brna, kterým byl dotazník zaslán e-mailovou korespondencí společně s prosbou o jeho vyplnění. Na základě e-mailové korespondence však byly vyplněny pouze dva dotazníky, a tak došlo k následnému osobnímu oslovení 11 vytipovaných hotelů. Z těchto 11 respondentů se na průzkumu chtělo podílet pouze 6, ostatní odpověděli, že si nepřejí poskytovat žádné informace týkající se řešené oblasti. Komunikace s respondenty, kteří byli ochotní odpovídat, probíhalo na profesionální úrovni. Nejprve byl osloven recepční hotelu, který poté odkázal na kompetentní osobu, kterou byl většinou pracovník marketingu, popřípadě pracovník z obchodního oddělení. Celý proces od oslovení až po vyplnění dotazníku trval přibližně 20 minut. Celkem tedy dotazník vyplnilo 8 respondentů. Tento počet není příliš velký, a proto jsou výsledky z provedeného dotazníkového šetření vnímány pouze jako základní vhled do zkoumané problematiky, sloužící pouze pro základní orientaci v daném tématu.

2.4.1 Vyhodnocení dotazníku

První otázkou bylo zjišťováno, jaký je počet zaměstnanců hotelu. Tato otázka byla na úvod zvolena z toho důvodu, aby mohly být z dotazování vyřazeny ty hotely, které mají více než 250 zaměstnanců, neboť by se nejednalo o malý, nebo střední podnik. Všichni respondenti se počtem zaměstnanců vešli do požadovaného limitu. Nejmenší počet zaměstnanců činil 52, naopak největší počet byl 166. Průměrný počet zaměstnanců dotazovaných respondentů dosahoval výše 91 zaměstnanců. Konkrétní počty jednotlivých hotelů jsou uvedeny na následujícím grafu č. 1

Graf 1: Jaký je počet zaměstnanců Vašeho hotelu?

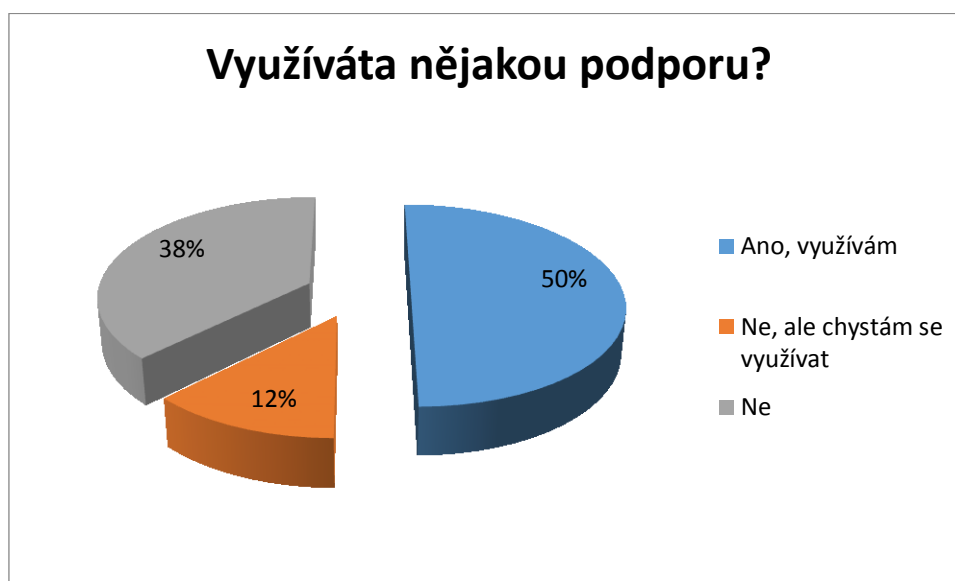


Zdroj: Zpracováno na základě provedeného dotazníkového šetření

Druhá otázka zjišťovala, zda respondenti vědí, že jako zástupci malých a středních podniků mohou využívat různé podpory od státu. Zde měli možnost odpovídat ano, nebo ne. Možnost ano zvolilo 100 % respondentů. Toto rozložení odpovědí naznačuje, že se respondenti o oblast možné podpory zajímají a informují se, a tudíž mají přehled o aktuální situaci.

Třetí otázka se respondentů dotazovala, zda využívají nějaké podpory od státu. Na tuto otázku měli možnost odpovídat: ano, využívám; ne, ale chystám se využít; ne. Možnost ano, využívám, zvolili čtyři respondenti, možnost ne, ale chystám se využít jeden respondent a poslední možnost zvolili tři respondenti. Rozložení odpovědí na tuto otázku zobrazuje následující graf č. 2. Ačkoliv všichni dotázaní respondenti o možnostech podpory vědí, zůstává otázkou, proč jí nevyžívají všichni. Vysvětlením může být např. to, že žádná z nabízených podpor pro ně není vhodná, nebo že nesplňují požadavky jednotlivých podpůrných programů, nebo pro ně nemusí být žádným způsobem zajímavá.

Graf 2: Využíváte nějakou podporu?



Zdroj: Zpracováno na základě provedeného dotazníkového šetření

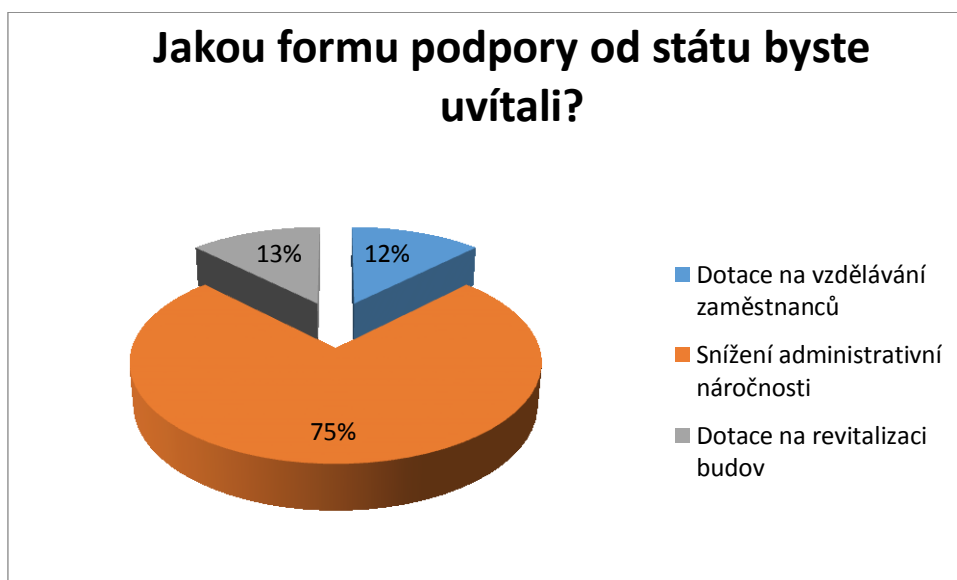
Cílem čtvrté otázky bylo upřesnit odpovědi z předcházející otázky. Tato otázka zněla následovně: Pokud nějakou podporu od státu využíváte, tak jakou? Pokud ne, tak proč? Tři respondenti odpověděli, že využívají dotace na školení zaměstnanců a jeden respondent uvedl, že využívá jak dotace na školení, tak také na zaměstnávání lidí v invalidním důchodu. Bohužel se však v rámci této otázky nevyjádřili ti respondenti, kteří žádné dotace nevyužívají a ani ten respondent, který v současné době žádné podpory nevyužívá, ale do budoucna se je chystám využívat. Není tedy možné potvrdit a ani vyvrátit domněnky, které jsou uvedené u předchozí otázky.

Pátou otázkou byli respondenti dotazováni, jak by popsali svou situaci v oblasti využívání podpor od státu v minulosti a nyní. Na tuto otázku se mohli vyjadřovat např. ve smyslu, že v minulosti žádné podpory nevyužívali a v současné době některé využívají, nebo že naopak v minulosti některé podpory využívali a v současné době již nikoliv. Na tuto otázku odpovídali pouze respondenti, kteří u třetí otázky uvedli, že nějakých podpor využívají. Jeden respondent uvedl, že v současné době využívá dotace na školení vlastních zaměstnanců a v roce 2012 využil dotaci na fasádu a topení. Zbylí tři respondenti se vyjádřili, že využívají pouze dotace na školení zaměstnanců, protože ostatní dotace pro ně nejsou vhodné. Tito respondenti neuváděli žádné srovnání se situací v oblasti podpor v minulosti. Z těchto odpovědí je možné usuzovat, že v oblasti hotelnictví, ve které působí všichni dotazovaní respondenti, není příliš mnoho

podpůrných programů, které by nabízeli vhodnou formu podpory pro tyto podniky, kromě dotací na školení zaměstnanců, kterou využívají čtyři dotázaní respondenti.

Šestou otázkou bylo zjišťováno, jako formu podpory od státu by respondenti uvítali. Odpovědi jednotlivých respondentů jsou zobrazeny na následujícím grafu č. 3. Jeden respondent by uvítal podporu formou dotace na vzdělávání zaměstnanců, šest respondentů podporu formou snížení administrativní náročnosti a jeden respondent podporu formou dotace na revitalizaci budov. V této souvislosti lze konstatovat, že všechny tyto podpory již mají malé a střední podniky možnost v současné době čerpat a otázkou zůstává, proč přesto, že někteří z dotázaných respondentů o tyto podpory mají zájem, těchto podpor nevyužívají, ačkoliv vědí, že jako zástupci malých a středních podniků mohou využívat různých podpor od státu.

Graf 3: Jakou formu podpory od státu byste uvítali?



Zdroj: Zpracováno na základě provedeného dotazníkového šetření

Sedmá otázka se týkala skutečnosti, jak dlouho dotazované hotely působí na trhu. Hotel, který působí na trhu nejmenší dobu, je na trhu 4 roky. Naopak nejdéle fungující hotel je na trhu 55 let. Dobu působení jednotlivých hotelů v letech je možné vidět na následujícím grafu č. 4.

Graf 4: Jak dlouho působí Váš hotel na trhu?



Zdroj: Zpracováno na základě provedeného dotazníkového šetření

Osmou otázkou bylo zjišťováno, jaké je místo podnikání dotázaných subjektů. Vzhledem k tomu, že všechny vytipované hotely se nachází v Brně, tak všichni respondenti jako místo svého podnikání uvedli Brno.

Devátá otázka umožňovala respondentům vyjádřit se k samotnému dotazníku, nebo uvést jakékoliv poznámky. Této možnosti však žádný z respondentů nevyužil.

2.4.2 Shrnutí dotazníku

Provedené dotazníkové šetření, kterým bylo zjišťováno, zda respondenti, kterými byly hotely na území města Brna, využívají nějaké podpory od státu, zda čerpaly nějaké podpory v minulosti či jakou formu podpory by uvítaly, by mělo být vnímáno pouze jako základní vhled do zkoumané problematiky, neboť celkový počet respondentů, tedy osm hotelů, není dostačující počet na to, aby mohly být odpovědi zobecněny a vnímány jako většinový názor. Přesto však lze vyvodit některé závěry. Informovanost o tom, že malé a střední podniky mají možnost získat podporu od státu, ať už formou dotací, cenově zvýhodněných záruk za bankovní úvěry, nebo úvěrů se sníženou úrokovou sazbou, je na dobré úrovni – 100 % respondentů uvedlo, že o možnostech čerpat podpory od státu z titulu malých a středních podniků vědí. Ačkoliv o této možnosti vědí, ne všichni nějakých podpor využívají. Konkrétně 50 % respondentů v současné době žádné podpory nevyužívá, což je poměrně vysoké procento. Důvodů, proč žádné podpory nevyužívají, může být mnoho. Jedním z nich může být ten, že se

v jednotlivých podporách příliš nevyznají, nejsou schopni si vyhledat relevantní informace k čerpání jednotlivých podpor vzhledem k velkému množství textu a informací, které jsou ve strategických dokumentech, týkajících se právě poskytování podpor, obsaženy. Dalším důvodem může být přílišná administrativní náročnost, která je spojená s žádostí o podporu, kdy každý žadatel musí dodat přesně stanovené podklady, které jsou vyžadovány tím kterým programem podpory (např. podání žádosti nejen v tištěné formě, ale i elektronicky prostřednictvím dotazníku a také na CD nebo DVD).

Důvodem mohou také být nároky, které jsou kladené na každého příjemce dotace, tedy nároky ve smyslu toho, zda jejich zamýšlená akce splňuje podmínky podporované oblasti, zda je tato akce hospodárná a smysluplná, zda je trvale udržitelná apod. S tím se také pojí průběžná kontrola v době uskutečňování dotované aktivity, kdy příjemce dotace může být kontrolován ze strany finančního úřadu, Ministerstva pro místní rozvoj, Národního kontrolního úřadu, Ministerstva financí, nebo Policí České republiky. Každý příjemce dotace se musí zavázat k tomu, že požadavkům všech těchto institucí vyhoví, přičemž kontrola nemusí být pouze formou administrativní kontroly, ale také fyzické kontroly v sídle podnikání příjemce dotace. Už toto samotné množství kontrol, kterým by se museli příjemci dotace podrobit, je může odradit od čerpání jakékoliv podpory od státu. Většino vliv poskytovaných podpor a státní pomoci je pro dané podniky nezajímavý a dostatečně neatraktivní s vysokou administrativní náročností. Vynaložené úsilí, čas a kompetentní osoba zodpovídající za proces získávání státní pomoci a podpory je pravděpodobně nerentabilní pro daný podnik.

Některé podniky, které působí na trhu pouze krátce, mají vždy mnoho starostí s tím, jak provozovat svoji činnost, aby byly na trhu co nejúspěšnější. Musí zformulovat své strategické plány, vytvořit vizi, definovat cílový segment zákazníků, analyzovat chování konkurence nebo vytvořit co nejzajímavější produkt. Mnohdy v tomto období nemají podnikatelé čas, prostor, nebo možnosti, jak získávat informace o možných podporách, i když toto období je pro čerpání podpor poměrně příznačné. Krátké působení podniku na trhu tedy může být také důvodem pro nevyužívání podpory od státu.

Vzhledem k tomu, že pro čerpání jakékoliv podpory od státu je třeba splnit určité podmínky, může se stát, že ačkoliv by nějaký podnik chtěl podporu čerpat, tak nemůže z důvodu nesplnění podmínek. V neposlední řadě může být důvodem nevyužívání podpor skutečnost, že podnik

neshledal žádné možné podpory jako zajímavé, nebo vhodné pro jeho podnikání, nebo naznal, že žádné podpory od státu nepotřebuje.

Z dotazu na formu podpory od státu, kterou by dotázané hotely na svou činnost uvítaly, vyplynulo, že by uvítaly podpory formou dotace na vzdělávání zaměstnanců, snížení administrativní náročnosti a dotace na revitalizaci budov. Všechny tyto podpory však jsou již v současné době poskytovány, a tak by se dalo usuzovat, že některé podniky o nich nejsou informovány a některé podniky již tyto podpory čerpají, tak zřejmě nemají o jinou podporu zájem.

Je zřejmé, že v oblasti poskytování podpory malým a středním podnikům je možné formulovat návrhy, jejichž zohlednění by se mohlo podílet na zlepšení situace v této oblasti. Tyto návrhy jsou uvedeny v následující kapitole.

2.5 Podpora pro malé a střední podniky – zlepšující návrhy

Na základě poznatků, které vyplynuly ze zpracování praktické, ale i teoretické části práce, jsou formulovány následující návrhy, jejichž smyslem je poukázat na problematické aspekty oblasti poskytování podpor státem a předložit takové návrhy, které by mohly vést ke zlepšení využívání podpory malých a středních podniků.

První návrh je zaměřen na zvyšování informovanosti nejen v oblasti podpor, ale také v oblasti legislativy, kterou je třeba se řídit, pokud podnikatel působí v oboru hotelnictví. Doporučení zní, aby se provozovatelé malých a středních podniků, působících v oblasti hotelnictví, stali členy Asociace hotelů a restaurací ČR. Tato asociace je profesní nepolitickou organizací, která sdružuje majitele a provozovatele hotelů, penzionů, restaurací, či další partnery, kteří nabízejí produkty využitelné v oblasti hotelnictví a stravování. Tato organizace má zastoupení po celé České republice. V současné době má více než 1 300 členů a jejím hlavním cílem je podporovat podnikatele právě v oboru hotelnictví a gastronomie. Její práce spočívá především v působení na poli legislativy, kdy se snaží prosazovat různé úpravy, které mohou usnadnit podnikání a také přispět k lepšímu podnikatelskému prostředí. Pro své členy poskytuje mnoho služeb, jako jsou poradenské služby, informační servis, zprostředkování kontaktů, společná propagace a mnohé další. Důležitou činností je také podpora výměny zkušeností mezi jejími členy, kde je velký prostor pro výměnu zkušeností a sdílení informací, které se týkají poskytování podpory od státu. Pro to, aby se provozovatel nebo majitel hotelu mohl stát

členem této asociace, musí zaplatit členský příspěvek, jehož výše se odvíjí od oblasti podnikání a v případě provozu ubytovacího zařízení také od počtu lůžek. Ubytovací zařízení do 10 pokojů, kempy a chatové osady platí členský příspěvek 2 100 Kč, ubytovací zařízení od 11 do 20 pokojů platí členský příspěvek ve výši 3 200 Kč, od 21 do 50 pokojů příspěvek ve výši 9 400 Kč a např. ubytovací zařízení s 300 a více pokoji zaplatí 75 500 Kč (Asociace hotelů a restaurací České republiky, [online], cit. 2017-03-08). Poplatek, který je třeba za členství zaplatit, je možné brát jako investici do budoucna, neboť možnost sdílet informace a zkušenosti s ostatními provozovateli ubytovacích zařízení, kteří mohli v minulosti čerpat, nebo v současné době čerpají různé podpory od státu, je cennou pomocí v podnikání.

Informace jsou velmi důležitým článkem v podnikání, a proto je i další návrh zaměřen na získání relevantních, důležitých a aktuálních informací o všech důležitých aspektech podnikání malých a středních podniků. Návrhem je tedy stát se nejenom členem Asociace hotelů a restaurací ČR (samozřejmě pokud podnikatel v této oblasti působí), ale stát se také členem Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, kdy tato asociace sdružuje malé a střední podniky a živnostníky ze všech možných oblastí podnikání, včetně rodinných firem, řemeslníků, pěstitelů či začínajících podnikatelů. Jedná se o právnickou osobu, která funguje na třech základních principech – nezávislost, odbornost a praxe. Jejími členy mohou být také bankovní instituce, školy, svazy nebo cechy. Svým členům asociace poskytuje zejména informační servis, který je zaměřen právě na činnost malých a středních podniků, a to v oblastech dostupných bankovních produktů, dotačních příležitostí (!), vzdělávání, legislativy atd. Nabízí také rozličnou poradenskou činnost, účast v zahraničních misích (zde je prostor pro zviditelnění své podnikatelské činnosti i za hranicemi tuzemska a pro navazování přes hraniční spolupráce), společnou marketingovou propagaci a zviditelňování prostřednictvím médií a mnoho dalšího. Zástupci této asociace se účastní zásadních klíčových jednání ministerstev, kde jsou projednávány nové zákony týkající se podnikatelského prostředí a předkládají zásadní názory právě za segment MSP. Podniky, které se stanou členem této asociace, budou pravidelně zásobovány kvalitními informacemi, jež rozhodně využijí pro své podnikání. Kromě výše uvedených služeb, které asociace poskytuje, také svým členům pravidelně zasílá různé magazíny, které jsou zaměřené např. na legislativu a na její změny oproti předcházejícím obdobím, na nové dotační příležitosti (!), na obchodní sféru nebo na exportní příležitosti. Každý, kdo se chce stát členem Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR musí vyplnit

členskou přihlášku, a to buď prostřednictvím elektronického formuláře, nebo papírovou formou a zaslat na adresu asociace. Členem se podnik stane po zaplacení příspěvku, který činí 2 000 Kč za rok pro osoby samostatně výdělečně činné, 6 000 Kč za rok pro mikrofirmy do 10 zaměstnanců, 15 000 Kč za rok pro malé firmy do 50 zaměstnanců a 30 000 Kč za rok pro střední firmy do 250 zaměstnanců (Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, [online], cit. 2017-03-08).

Dalším návrhem je celkové zjednodušení systému administrativní náročnosti. Na snižování administrativní náročnosti podnikání byla zaměřena Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na léta 2007 – 2013 a z provedené analýzy vyplývá, že by této oblasti měly být věnovány i následující strategické dokumenty, neboť administrativní náročnost podnikání je hlavní překážkou nejen při informování se a získávání podpor, ale už i při provozování samotné podnikatelské činnosti. Snižovat administrativní náročnost podnikání je možné např. zvyšováním úlohy elektronické komunikace a využíváním informačních technologií, oproti osobnímu kontaktu s různými úřady, efektivnější a transparentnější tvorbou norem a zákonů, snižováním počtu různých formulářů, které je v průběhu podnikatelské činnosti nutné vyplňovat apod. Snižovat administrativní náročnost by bylo vhodné i v oblasti podpůrných programů, které sestavují jednotlivá ministerstva, a to ve smyslu definování jasných (a pokud možno stručných) podmínek, za jakých je možné žádat o tu kterou podporu, kdo o ni může žádat a v jaké výši se podpora bude pohybovat, nebo jakou formou bude poskytována.

3 ZÁVĚR

Tématem této práce je státní podpora jako forma podpory malých a středních podniků. Je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Praktická část je dále členěna na část analytickou a návrhovou. V rámci teoretické části byly představeny malé a střední podniky, které byly vymezeny podle počtu zaměstnanců a dalších charakteristik a byly zde také prezentovány jejich výhody a nevýhody. Dále byl rozebrán vývoj malého a středního podnikání na území České republiky a byl podkryt současný stav sektoru malých a středních podniků. Důležitou oblastí, která byla dále rozebrána v teoretické části, je podpora malých a středních podniků, včetně zakotvení v právní úpravě a uvedení jednotlivých druhů podpor v podnikání.

Obsahem analytické části práce je analýza uplatňování druhů podpor v hotelnictví a cestovním ruchu, kde jsou zmíněny podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu včetně uvedení cílů těchto podprogramů, legislativního zakotvení, obsahové náplně, nároků kladených na žadatele, způsobu poskytnutí podpory nebo také postupu předložení žádosti. Důležitou kapitolou analytické části je dotazník, pomocí kterého byly získávány informace např. ohledně toho, zda dotazovaní vědí, že mohou jakožto zástupci malých a středních podniků čerpat různé podpory od státu, zda nějakou podporu čerpají, a pokud ano, tak proč, nebo jakou formu podpory od státu by uvítali. Dotazník byl cílen na hotely v Brně. Tyto hotely byly nejprve osloveny elektronickou komunikací, ale při nízké návratnosti odpovědí byly ještě navštíveny osobně. Z celkově 18 oslovených hotelů se dotazníkového šetření zúčastnilo pouze 8 hotelů. Z tohoto důvodu jsou výstupy z provedeného dotazníkového šetření vnímány pouze jako základní vhled do zkoumané problematiky.

V rámci dotazníku bylo např. zjištěno, že všichni dotázaní respondenti vědí o tom, že mohou jako zástupci malých a středních podniků čerpat podporu od státu. Pouze ale polovina těchto respondentů nějakou podporu skutečně využívá. Konkrétně to jsou dotace na školení zaměstnanců či podpora na zaměstnávání lidí v invalidním důchodu. Na otázku, jakou formu podpory by respondenti uvítali, odpovědělo 6 respondentů, že by uvítalo podporu formou snížení administrativní náročnosti podnikání, jeden respondent by uvítal dotaci na vzdělávání zaměstnanců a jeden podporu formou dotace na revitalizaci budov. Průměrný počet

zaměstnanců dotazovaných respondentů činil 91 zaměstnanců a průměrný počet let působení na trhu pak více než 19 let.

V závěru práce jsou formulována doporučení, která mohou napomoci zvýšení informovanosti v oblasti poskytování a čerpání možných podpor pro malé a střední podniky a také zlepšení situace v oblasti poskytování podpor. Prvním návrhem je, aby se podnikatelé působící v oblasti hotelnictví a stravovacích služeb stali členy Asociace hotelů a restaurací ČR. Cílem této asociace je účinně působit na poli legislativy a prosazovat její úpravy, které usnadní podnikání a také přispějí k lepšímu podnikatelskému prostředí. Svým členům zajišťuje poradenské služby, informační servis, zprostředkování kontaktů a především sdílení zkušeností jednotlivých podnikatelů v příslušné oblasti podnikání. Zde je velký prostor pro čerpání adekvátních a relevantních informací, které se týkají čerpání různých podpor od státu. Ten, kdo se chce stát členem asociace, musí zaplatit členský příspěvek a může využívat všech nabízených výhod.

V podobném duchu je i druhé doporučení, kterým je navrhováno, aby se podnikatelé stali členy Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR. Oproti Asociaci hotelů a restaurací ČR se členy této asociace mohou stát malé a střední podniky a živnostníci ze všech možných oblastí podnikání. Tato asociace nabízí mnoho podobných služeb, jako předchozí asociace, ale kromě toho také poskytuje informace vyloženě zaměřené na dotační příležitosti. Významně se angažuje také v legislativě či v oblasti spolupráce se zahraničím.

Dále je navrhováno, aby vláda České republiky neustále vkládala své úsilí do snižování administrativní náročnosti podnikání, neboť administrativní náročnost je vnímána jako zásadní problém nejen oblasti čerpání podpor, ale také v oblasti samotného provozování podnikatelské činnosti.

V neposlední řadě je možné přispět ke zlepšení situace v oblasti poskytování podpor rozšířením podporovaných oblastí. Tímto rozšířením může dojít k zatraktivnění různých oblastí podnikání, které by mohlo nalákat další podnikatele pro vstup do odvětví, čímž by se zvýšila konkurence stávajícím podnikatelům a ti by tak byli nuceni neustále zlepšovat své produkty a služby, aby nepřišli o své zákazníky, kteří by mohli přejít ke konkurenci.

4 SEZNAM GRAFŮ A TABULEK

Seznam tabulek

Tabulka 1: Členění drobných, malých a středních podniků	11
Tabulka 2: Vybrané statistiky malých a středních podniků	16
Tabulka 3: Složení malých a středních podniků	17
Tabulka 4: Investice v malých a středních podnicích	18

Seznam grafů

Graf 1: Jaký je počet zaměstnanců Vašeho hotelu?	31
Graf 2: Využíváte nějakou podporu?	32
Graf 3: Jakou formu podpory od státu byste uvítali?	34
Graf 4: Jak dlouho působí Váš hotel na trhu?.....	34

5 SEZNAM ZKRATEK

CD	Compact disc
ČR	Česká republika
DVD	Digital versatile disc
EGAP	Exportní garanční a pojišťovací společnost
ES	Evropské společenství
EU	Evropská unie
MSP	Malé a střední podniky
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OPPI	Operační program Podnikání a inovace
OPPIK	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost

6 POUŽITÉ ZDROJE

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR [online]. 2017 [cit. 2017-03-08].
Dostupné z: <http://www.ampsp.cz/>

Homepage: Asociace hotelů a restaurací České republiky [online]. 2017 [cit. 2017-03-08].
Dostupné z: <http://www.ahrcr.cz/>

JARONĚK, Petr. *Historie podnikání v Čechách: Jak to všechno začalo a kdy vznikly první podniky?* [online]. 2013 [cit. 2017-02-28]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/historie-podnikani-v-cechach-t4444>

KISLINGEROVÁ, Eva. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. Praha: C.H. Beck, 2005. *Ekonomie* (C.H. Beck). ISBN 80-717-9847-9.

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 - 2010. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012. Dostupné také z: <http://www.mpo.cz/assets/dokumenty/47605/54370/599916/priloha002.pdf>

MALACH, Antonín. *Jak podnikat po vstupu do EU*. Praha: Grada, 2005. *Expert* (Grada). ISBN 80-247-0906-6.

MULAČOVÁ, Věra a Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada, 2013. *Finanční řízení*. ISBN 978-80-247-4780-4.

Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2016. Dostupné také z: <https://www.mmr.cz/getmedia/2dfcfddd-96c9-48cd-ad84-f769c867d7fc/MMR-podprogram-Infrastruktura-CR-zasady.pdf>

Národní program podpory cestovního ruchu v regionech: Podprogram Marketingové aktivity v cestovním ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2016. Dostupné také z: <https://www.mmr.cz/getmedia/9d703248-b5ed-494d-854c-d0fba3026952/MMR-podprogram-Marketing-CR-zasady.pdf>

Nařízení Komise ES č. 364/2004

TETŘEVOVÁ, Liběna. *Veřejný a podnikatelský sektor*. Praha: Professional Publishing, 2009. ISBN 978-80-86946-90-0.

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

VOCHOZKA, Marek a Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. *Finanční řízení*. ISBN 978-80-247-4372-1.

Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání ve znění pozdějších předpisů

Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2013. Dostupné také z: http://www.mpo.cz/assets/cz/podpora-podnikani/msp/2015/1/Zprava_o_vyvoji_MSP_2013.pdf

Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2014. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2014. Dostupné také z: http://www.mpo.cz/assets/cz/podpora-podnikani/msp/2015/11/Zprava_2014_5.11.pdf

Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2015. Dostupné také z: http://www.mpo.cz/assets/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/2016/11/Zprava_MSP_2015.pdf