



## Vážení přátelé a partneři Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné.

Máme za sebou léto a dovolené. To však neznamená, že by se na Obchodně podnikatelské fakultě v této době nic se nedělo. Pokusíme se Vás o tom přesvědčit tímto číslem našeho Newsletteru.

V naší části pro podnikatele začneme dalším pokračováním seriálu Vám již dobře známé autorky Ingrid Majerové k inovacím. V této části seriálu se autorka zaměřuje na vazby a vzájemné vztahy v inovačních procesech. Dále pokračujeme s trochou teorie o likviditě firem z pera naší spolupracovnice Markéty Šeligové, která se likviditou firem zabývá v rámci svého doktorského studia. No, a když se likvidita nedaří udržet, nastanou, jak známo, potíže směřující až k bankrotu. Určitě Vám nepřejeme situaci, kdy byste se tímto nepříjemným tématem museli zabývat, ale dovoluji si poznamenat, že i zde trocha teorie nikoho nezabije. Náš expert přes finance Tomáš Pražák v příspěvku o bankrotních modelech uvádí důležitou věc: bankrotní modely, které jsou založeny na analýze firem, které již bankrotem prošly, umí předvídat potíže i na několik let dopředu. To byl důvod, proč jsme tento příspěvek zařadili jako informaci pro Vás.

V každém čísle Vás informujeme o úspěšně se rozvíjející činnosti Business Gate. Největší zájem vyvolává naše Business Gate Academy, se kterou Vás seznamuje příspěvek Veroniky Bracíníkové. Sedm firem nás oslovilo se svými zadáními. K nim se připojila i naše Obchodně podnikatelská fakulta se zadáním pro řešení problematiky vlastního marketingu. Po přečtení tohoto příspěvku Vás možná napadne, obrátit se na Business Gate také. Neváhejte, další kolo Business Gate Academy se připravuje pro jarní semestr tohoto akademického roku. O tom, že Business Gate žije, svědčí také následující příspěvek z pera Dalibora Šimka popisující vznik podnikatelské komunity. Zaujalo Vás to? Připojte se k nám!

Blok pro podnikatele završujeme informacemi o málo známém instrumentu pro malé a střední podniky – SME instrument. Pokud naplňujete definici malého a středního podniku a máte inovativní produkt, který by se mohl uplatnit i v zahraničí, zvažte možnost získání až 2,5 miliónu EUR. Obraťte se na nás, rádi se žádostí pomůžeme.



Pro veřejnou správu máme tentokrát pouze jeden příspěvek. S radostí Vás chceme informovat, že naše fakulta získala důležitý grant z Moravskoslezského kraje na zpracování metodiky a softwarového nástroje pro hodnocení finančního zdraví obcí. Více v mém příspěvku.

Newsletter 11 uzavírá několik zajímavých odkazů z oblasti evropských projektů, které by Vás mohly zajímat.

Věřím, že i nadále zůstanete našimi příznivci.

S úctou  
Ing. Dominik Vymětal, Dr.Sc.  
vedoucí Institutu interdisciplinárního výzkumu SU OPF

## Obchodně podnikatelská fakulta získala prestižní grant od Moravskoslezského kraje

V návaznosti na Zákon č. 23/2017 S., o pravidlech rozpočtové odpovědnosti a také díky výsledkům, které fakulta vykazuje v oblasti finančního zdraví obcí, získala fakulta grant Moravskoslezského kraje s názvem; Vytvoření metodiky a nástrojů sledování finančního zdraví obcí.

Stejně jako rozpočtová stabilita státu, tak i finanční stabilita municipalit je důležitým východiskem pro jejich dlouhodobě udržitelný rozvoj. Ne vždy se však municipalitám daří udržet jejich zadlužení na takové úrovni, aby nezavdávalo rizika pro jejich další bezproblémové fungování. Je známa celá řada příčin tohoto stavu. Mohou to být problémové investice, nebo problémy s čerpáním dotací, ale také nedostatečná orientace zvolených představitelů v ekonomických principech fungování municipalit. I z těchto důvodů začíná být této oblasti věnována stále větší pozornost ze strany ústředních orgánů státní správy či záko-



nodárných institucí. I když v současnosti existuje celá řada metodik pro hodnocení finanční stability obcí, existující metodiky jsou značně komplikované a vyžadují poměrně hluboké znalosti dané problematiky. Především menší obce, které nedisponují patřičným rozsahem a odborným zázemím svých pracovníků a dostatkem finančních prostředků, aby si tyto studie nechaly zpracovat na komerční bázi, jsou z hlediska finančního plánování určitým způsobem znevýhodněny.

Cílem projektu, který byl zahájen v květnu tohoto roku, je vytvořit ucelenou jednoduchou metodiku pro hodnocení finančního zdraví municipalit, která by byla v podobě volně dostupného soft-

waru umístěného například na internetových stránkách Moravskoslezského kraje. Uvedený software by umožňoval představitelům obcí a měst, které se na projektu budou spolupodílet, zjistit prostřednictvím jednoznačně definovaných a interpretovatelných ukazatelů v jakém stavu se nachází daná municipality z hlediska finančního zdraví. Do aplikace bude také možné zadávat konkrétní data a s jejich využitím budou propočteny ukazatele finančního zdraví obce. Tyto tak starosta či jiný odpovědný člověk bude mít ihned a kdykoliv k dispozici. Bude tak mít adekvátní podklady pro to, aby mohl činit konkrétní nápravná opatření. Hlavním přínosem projektu tedy bude výrazné zlepšení informo-

vanosti obcí a měst o jejich finančním zdraví a případných rizicích, které s případným dalším nezodpovědným hospodařením souvisí.

Na projektu se podílejí akademičtí pracovníci Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné, Slezské univerzity v Opavě a studenti doktorského a navazujícího studia.

Zájemce odkazujeme na vytvořené webové stránky projektu, kde budou postupně zveřejňovány informace o průběhu projektu a jeho výsledcích:

<http://msk.iivopf.cz/>

Ing. Dominik Vymětal, Dr.Sc.  
vedoucí Institutu interdisciplinárního výzkumu

## Vazby v inovačním procesu - část první

V tomto díle, které bude mít několik pokračování, se zaměříme na velice důležitou část inovačních aktivit, a tou jsou vzájemné vazby v inovačních procesech.

Inovační aktivity podniku částečně závisí na rozmanitosti a struktuře jeho vazeb na zdroje informací, znalostí, technologií, postupů a zdroje lidské a finanční. Tyto vaz-

by fungují jako zdroje znalostí a technologií pro podnikovou inovační aktivitu, od pasivních zdrojů informací až po dodavatele hmotných i nehmotných znalostí a technologií v rámci jejich vzájemné spolupráce. Vazby mohou také souviset s některými ze čtyř typů inovací (např. produktových, procesních, marketingových nebo organizačních).

Každá vazba spojuje inovační podnik s ostatními subjekty inovačního systému: laboratořemi, univerzitami, konkurenty, dodavateli a zákazníky. Informace o prevalenci a důležitosti různých typů vazeb a o faktorech, které ovlivňují použití specifických vazeb, mohou být získány prostřednictvím inovačních



průzkumů, kdy sice identifikace vazeb odráží složitost aktivity, ale nedokáže poskytnout informace potřebné pro dynamický model s pozitivními a negativními zpětnými vazbami a výsledky vyplývajícími ze změn. Takové informace však mohou významně přispívat k pochopení inovačních systémů a mohou pomoci určit vliv vládních programů na podporu většího sdílení znalostí nebo šíření technologií.

Podle Dierkese mohou tyto vazby záviset na typu podniku a trhu (Dierkes et al., 2003). Například inovační aktivity podniku působícího ve stabilním sektoru budou závislé na hodnotě jeho obratu a na nákladech jeho vstupů. Za těchto okolností se podnik může zaměřit na přírůstkové inovace a jeho hlavními vazbami mohou být dodavatelé a tržní signály zákazníků. V méně volatilním prostředí může podnik potřebovat rychle zavést nové produkty, hledat nové trhy a zavést nové technologie, výrobní a organizační metody. Podnik může vytvořit více vazeb pro získání nových informací, znalostí, technologií, výrobních postupů a lidských a finančních zdrojů. Ve všech případech informace o vazbách ukazují, jak podnik reaguje na své podnikatelské prostředí.

Vazby mohou být interní nebo externí, v závislosti na tom, jak je jednotka firmy definována. I když jsou obchodní jednotky formálně organizovány jako samostatné podniky, mohou patřit do stejné skupiny podniků. Jednotky mohou být součástí nadnárodních podniků, takže vnitropodniková spojení překračují národní hranice. Podniky, které patří do marketingových či jiných řetězců (například oblečení), mohou mít vazby s jinými podniky v řetězci více interní než externí.

Ing. Ingrid Majerová, Dr.  
Katedra ekonomie a veřejné správy

Zdroje:

Dierkes, M., Berthoin Antal, A., Child, J. and Nonaka, I., 2003. *Handbook of Organizational Learning and Knowledge*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978-01-98-29583-9.

OECD, 2005. 3rd ed. *OSLO MANUAL. Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paříž: OECD Publishing. ISBN 978-92-64-01308-3.

## Platební schopnost podniku a likvidita

Počátek transformace centrálně řízené ekonomiky na tržní ekonomiku znamenal pro řadu českých podniků určité změny, mezi něž můžeme zařadit například vysokou úrokovou míru, devalvaci koruny či liberalizaci cen. České podniky se musely potýkat s nepříznivou podnikatelskou pozicí. Řada podniků se ne-

orientovala nejlépe v nově vytvořených podmínkách, což mělo mimo jiné za následek i jejich nevyhovující úroveň likvidity v důsledku nedostatku peněžních prostředků.

Vzhledem k tomu, že se rozhodnutí týkající se likvidity pojí s kapitálovou

strukturou firem, každá firma potřebuje sledovat své likvidní vztahy v návaznosti na dluhová rozhodnutí. Likvidita je klíčovou finanční veličinou, pomocí níž lze zjistit, zda je firma schopna plnit své dluhové závazky na základě krátkodobé, dlouhodobé a celkové míry zadlužení, aniž by došlo k nežádoucím ztrátám.

Společnost je likvidní pouze v době, kdy disponuje dostatečným množstvím peněžních prostředků na včasnou úhradu svých krátkodobých závazků. Příliš vysoká hodnota likvidity bývá zpravidla doprovázená nižšími hodnotami vlastního kapitálu (rentability vlastního kapitálu), jež je spojováno s konzervativním přístupem. Na druhou stranu, firmy, jež disponují příliš nízkými hodnotami likvidity, zpravidla využívají k financování svých aktivit cizí zdroje.

V praxi se nejčastěji jako finanční ukazatel, který má největší vliv na likviditu podniků využívá poměr kapitálu věřitelů a kapitálu akcionářů tzv. ukazatel debt equity ratio. Tento ukazatel je jeden z klíčových ukazatelů pro investory k porovnání podniků mezi sebou, protože právě poměr kapitálu věřitelů a akcionářů určuje míru finančního rizika, které je s danou podnikatelskou činností spojené. Čím vyšší je hodnota ukazatele, tím vyšší je poměr cizích zdrojů ke zdrojům vlastním tedy k vlastnímu kapitálu, což může signalizovat také vyšší riziko pro věřitele.

Vyšší zadluženost kromě vyšší úrovně rizikovosti firmy na jedné straně, může také znamenat větší objem levnějších zdrojů financování, kdy náklady na cizí zdroje financování bývají zpravidla lev-

nější než náklady na vlastní kapitál. Společnosti, jež disponují příliš nízkou úrovní likvidity, obvykle využívají cizí zdroje k financování svých aktivit. Z tohoto důvodu lze očekávat negativní vztah mezi likviditou společností a ukazatelem debt equity ratio.

Dalším často v praxi využívaným ukazatelem je rentabilita vlastního kapitálu. Ten je důležitým ukazatelem zejména pro majitele firmy či její konkurenci. Vyjadřuje, jak efektivně společnost využívá své vlastní prostředky, tedy prostředky vlastníků firmy. Rentabilita vlastního kapitálu může ovlivnit také náklady na externí financování (cizí zdroje). Je tedy očekáván pozitivní vztah mezi likviditou podniků a rentabilitou vlastního kapitálu, což je v souladu se studií, kdy ziskovější společnosti mohou použít nerozdělený zisk k financování svých investičních projektů.

Neméně důležitým ukazatelem pro finanční stabilitu je podíl fixních aktiv na celkových aktivech. Růst fixních aktiv může vést k nárůstu odpisů, čímž se zvýší dostupnost finančních zdrojů bez poklesu peněžních prostředků. Dlouhodobý majetek tedy hraje klíčovou roli v případě zajištění potřebných bankovních úvěrů a půjček. Nízká úroveň dlouhodobého majetku by mohla snížit celkový objem dostupných peněžních prostředků, kterých by mohla daná společnost dosáhnout. Naopak vyšší úroveň dlouhodobého majetku by mohla zajistit levnější cizí zdroje a snížit tak věřitelské riziko. Na druhou stranu, společnosti dávají přednost krátkodobému zadlužení před zadlužením dlouhodobým, kdy v takovém to případě není zajištění



dlouhodobým majetkem příliš důležité. Společnosti s vyšší hodnotou fixních aktiv dávají přednost při financování svých aktivit nerozdělenému zisku či vlastnímu kapitálu před zvýšením zadluženosti. Na základě výše uvedených skutečností se očekává pozitivní vztah mezi likviditou společností a podílem fixních aktiv na celkových aktivech.

Z výše uvedeného je tedy patrné, že jedním z mnoha rizik každého podnikatelského subjektu je ohrožení jeho platební schopnosti, jež může podnik přivést až k bankrotu. Z tohoto důvodu je jedním ze strategických úkolů finančního managementu řízení platební schopnosti podniku. Tu lze považovat za jednu z klíčových oblastí, kterou by daný podnik neměl podceňovat. Nebude-li podnik schopen hradit včas a ve stanovené výši své závazky, snadno se tak dostává do finanční tísně, kdy není schopen získat peněžní prostředky (zdroje financování) na financování svých investičních aktivit či příležitostí.

Předpokladem pro to, aby byl podnik schopen zachovat svou tržní existenci a zvyšovat svou tržní hodnotu, je jeho schopnost hradit veškeré své závazky. Tento fakt vede ke skutečnosti, kdy řízení platební schopnosti z krátkodobého hlediska představuje podstatnější úlohu než řízení výnosnosti. Aby byl podnik schopen splácet své závazky řádně a včas, musí mít určitou část svých prostředků vázaných na bankovních účtech či v jiných likvidních formách majetku.

V rámci řízení platební schopnosti podniku bychom měli mít na paměti, o jaký podnik se jedná. Existují podniky, které preferují agresivnější přístup týkající se řízení likvidity. Na druhé straně poté mohou existovat podniky, jež jsou obezřetnější a volí konzervativní přístup k řízení likvidity. Na likviditu působí také okolí, ve kterém se podnik vyskytuje. Jestliže je podnik obklopen proměnlivým a nestálým vnějším ekonomickým prostředím, bude podnik pravděpodobně opatrnější v řízení likvidity a pravděpodobně bude udržovat tuto likviditu na vyšší úrovni.

Ing. Markéta Šeligová  
Katedra financí a účetnictví

## Využití bankrotních modelů v praxi

Finanční tíseň podniku nastává za situace, kdy podnik vykazuje závažné platební potíže, které nemohou být vyřešeny jinak než radikální změnou jeho činnosti nebo struktury. Kritérium pro finanční tíseň bývá definováno nejen kapitálovou restrukturalizací firmy nebo rozsáhlým

propouštěním zaměstnanců, ale také jako nevyplácení dividend z prioritních akcií, neplnění závazků z dluhopisů, kumulované ztráty firmy či opakovaně negativní cash flow. Jako systémy včasného varování před možnou finanční tísní se využívají bankrotní modely (Altmanův

bankrotní model, Tafflerův bankrotní model nebo indexy důvěryhodnosti IN), které zachycují události typické pro budoucí úpadek podniku.

Bankrotní modely nám indikují finanční stav firmy a její ohrožení případným bankrotem. Modely jsou založeny na reálných datech společností, které již zbankrotovaly. Pomocí vytvořených vzorců se předvídá, jestli se firma ubírá spíše k bankrotu či prosperuje. Předpověď bankrotu lze zjistit již několik let před skutečným zbankrotováním. Velmi užitečné jsou tyto modely pro investory při posouzení koupě akcií či dluhopisů firmy. Manažerům poskytuje zpětnou vazbu v podobě analýzy dopadů jejich rozhodnutí na podnik, ale i podklady pro budoucí rozhodování. Vlastníkům poskytuje cenné informace o tom, co se děje s kapitálem, který do firmy investovali, nebo zároveň zaměstnanec informuje o tom, zda jsou či nejsou bezprostředně ohrožena jejich pracovní místa.

V praxi se nejčastěji můžeme setkat s Altmanovým bankrotním modelem (Altman Z-score), který označuje model pro oceňování krize podniku pomocí násobné diskriminační analýzy. Altman (2006) vybral nejprve 22 ukazatelů rozdělených do skupin likvidita, rentabilita, zadluženost, solventnost a řízení aktiv a testoval je vždy na dvou skupinách firem, kdy v jedné ze skupin byly bankrotující firmy. Z původních 22 ukazatelů bylo nakonec vybráno 5 nejdůležitějších ukazatelů, které nejlépe předpovídají

bankrot podniků. Jako příklad si můžeme ukázat Altmanův bankrotní model pro podniky s. r. o.

Altmanův bankrotní model pro s.r.o. (Altman, 2006):

- »  $X_1 = (\text{oběžná aktiva} - \text{krátkodobé závazky}) / \text{suma aktiv}$
- »  $X_2 = \text{nerozdělený zisk} / \text{suma aktiv}$
- »  $X_3 = \text{zisk před zdaněním a úroky} / \text{suma aktiv}$
- »  $X_4 = \text{vlastní kapitál} / (\text{dlouhodobé závazky} + \text{krátkodobé závazky} + \text{bankovní úvěry a výpomoci})$
- »  $X_5 = \text{tržby} / \text{suma aktiv}$

$Z > 2,9$  podnik je v dobré situaci

$1,2 < Z < 2,9$  šedá zóna nevyhraněných výsledků

$Z < 1,2$  u podniku je velmi pravděpodobný bankrot

Tento i další podobné modely byly odvozeny na základě skutečných dat u firem, které v minulosti zbankrotovaly, nebo naopak dobře prosperovaly. Vychází z předpokladu, že ve firmě dochází už několik let před úpadkem k jistým anomáliím, ve kterých jsou obsaženy náznaky budoucích problémů, které jsou charakteristické právě pro ohrožené firmy. Jejich konstrukce je vhodná nejen pro současné, ale i budoucí manažerské rozhodování, umožňují managementu odělit a správně interpretovat indikátory případných budoucích problémů a včas je identifikovat a upravit dříve, než dojde k vážným problémům nebo dokonce k bankrotu podniku.

Ing. Tomáš Pražák

Institut interdisciplinárního výzkumu



## Začíná 4. ročník Business Gate Academy



Tak jak je už zvykem, s novým semestrem startuje také nový ročník Business Gate Academy, ve kterém budou mít studenti možnost pracovat na konkrétních podnikatelských zadáních. Jednotlivá zadání si blíže představíme v následujících odstavcích.

### 2 Mluvčí

Dva Mluvčí je ostravská komunikační agentura, která zajišťuje, aby značky, o které se starají, lidé znali, měli je rádi a dobře o nich mluvili. Nástrojem této agentury je obsahový marketing, vytváří obsahové strategie napříč všemi komunikačními kanály, které vychází z důkladného poznání značek a produktů každého klienta. V komplexních komunikačních strategiích, které agentura vytváří, je vždy obsaženo vše, od analýzy konkurence, vyhledávání vhodných komunikačních témat, výběru vodních komunikačních kanálů, práci s ambasadory plus ukázkou reálné komunikace na sociálních sítích či blogu. V rámci zadání BG Academy budou studenti vymýšlet nové nápady, tvořit obsah, ale nedílnou součástí budou i analýzy a reportování. Studenti si projdou téměř všemi činnostmi social media juniora, a to vše pro reálnou agenturu.



### Kaufland

Kaufland je ochranná známka německých supermarketů, hypermarketů a obchodních domů provozovaných mimo území Německa, i v České republice, na Slovensku, v Polsku, Chorvatsku, Bulharsku společností Lidl & Schwarz-Gruppe, která zahrnuje společnosti Lidl Stiftung & Co. Společnost byla založena v roce 1930, kdy Josef Schwarz vstoupil jako partner ve velkoobchodu s tropickým ovocem Lidl & Co. Následně je společnost přejmenována na společnost Lidl & Schwarz KG. V současné době společnost působí pod názvem Kaufland, KaufMarkt a Handelshof. Zadání pro BG Academy se bude týkat otevření nové prodejny. Studenti budou pracovat na vytvoření kampaně, která se postará o propagaci této prodejny.



### eParkomat



Firma eParkomat se snaží stát předním světovým poskytovatelem informací o parkování bez vlastního parkovacího místa. Algoritmus mobilní aplikace předpovídá skutečnou situaci při parkování v reálném čase sledováním pohyblivých mobilních zařízení v mobilní síti. Big data dále zvyšují přesnost, přinášejí hodnotu zákazníkům.

kům, firmám a vládám. Studenti v rámci tohoto zadání budou pracovat na tvorbě propagace pro tuto mobilní aplikaci.

## Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Fakulta si vytvořila za poměrně krátkou dobu své existence příznivou výchozí pozici pro další růst a zvýraznění svého postavení. Hlavním záměrem fakulty je poskytovat kvalitní vysokoškolské vzdělání, zvyšovat kvalifikaci vyučujících a rozvíjet vědeckovýzkumnou činnost i informační zázemí fakulty. Chce být fakultou dobře prosperující, i nadále srovnatelnou s předními vysokoškolskými institucemi doma a v zahraničí, harmonicky a vyváženě prohlubující kvalitu práce ve všech rovinách své činnosti. Zadáním pro studenty bude realizace marketingové strategie a vytvoření kampaně zacílené na potenciální studenty OPF.

## Hongik Czech



Firma Hongik Czech se zabývá výrobou a servisem pomocného i hlavního zařízení ke strojům používaným především v automobilovém průmyslu. Studenti BG Academy budou pracovat na vytvoření prodejní prezentace propagačních materiálů zavádění nového produktu na trhu B2B, včetně způsobu oslovování velkých firem.

## E-Blue



Značka E-Blue byla založena v roce 1999 skupinou nadšených designérů a hráčů v japonské Osace. Ve spolupráci s nejlepšími světovými hráči vyvíjí nejúčinnější herní zbraně a zařízení. Cílem E-Blue jsou kvalitní produkty s vynikajícím a skvěle propracovaným designem pro mladou generaci, které denně využívají spokojení uživatelé na celém světě. E-Blue se zaměřuje nejen na herní příslušenství, jako jsou myši, klávesnice, sluchátka či podložky pod myši, ale také na herní nábytek – stoly, křesla a vše, co hráče obklopuje. Zadání pro tým studentů BG Academy se bude týkat marketingových aktivit spojených s propagací při rozjezdu Gaming arény/showroom v Praze.

## Artex



Hlavní činností firmy Artex jsou návrhy koupelen a realizace koupelny převážně ve Zlínském kraji. Součástí jsou také renovace koupelen a rekonstrukce koupelny, která je prováděna na míru. Firma nabízí rozsáhlý sortiment vybavení koupelen,

koupelnový nábytek, koupelnové skříňky, koupelnové doplňky, koupelnové vany, koupelnové obklady, dlažby, aj.. Zadáním pro studenty BG Academy bude tvorba komplexní grafické podoby nového e-shopu.

## Borcad



Firma BORCAD je přední světový výrobce sedadel pro osobní železniční dopravu. Na českých železnicích se mohou cestující s produkty firmy setkat například na palubách vlaků Pendolino nebo ve všech třídách LEO Expressu. Většina produkce ale putuje do zahraničí. Během 25 let firma rychle vyrostla a stala se stabilním zaměstnavatelem v Moravskoslezském kraji. Zadáním pro tým BG Academy bude navrhnout komunikační strategii pro online prostředí s cílem zvýšit brand image firmy ve vztahu k potenciálním zaměstnancům. Součástí zadání je analýza současného stavu komunikace firmy a návrh možných způsobů komunikace směrem k daným cílovým skupinám, který bude možno dlouhodobě následovat a přizpůsobovat aktuálně otevřeným pozicím.

Ing. Veronika Braciníková

Katedra podnikové ekonomiky a managementu

## V Business Gate vznikla Podnikatelská komunita

Na vlně úspěšných aktivit za poslední rok a půl v oblasti podpory podnikání, propojování studentů s praxí a praktickým vzděláváním, vzniká v karvinském Business Gate komunita spojující všechny lidi s podnikatelskými sny a ambicemi.

Lidové rčení víc hlav víc ví, zde přesně platí. Podnikání není lehká cesta, není to o rychlém zbohatnutí ani o každodenním luxusu. Je to o tvrdé dřině, těžkých rozhodnutích a psychologickém tlaku. Výsledek ale stojí za to.

Když se bavíme o problé-

mech, kterým podnikatelé čelí, většinu z nich dokáží vyřešit spíše ve skupině než v samotě. A to je hlavní důvod, proč podnikatelská komunita vzniká.

Hlavním jádrem komunity budou mastermindové skupiny. Jedná se o pravidelně se scházející skupinu podnikavců, kteří si různými způsoby navzájem pomáhají v dosažení svých cílů. Protože v podnikání je vše o dosažení cílů. Ve skupině se mísí úspěšné příběhy, z kterých si účastníci berou to nejlepší a problémy, které se řeší pomocí kolektivního kreativního myšlení.

Hlavním pilířem je moderovaná diskuse, kdy každý z účastníků v předem stanoveném čase získává od ostatních zpětnou vazbu ke svému nápadu, potíži či potřebě.



bě. Ať už je to cena nové služby, řešení kompakujících se nesnáží s organizací času, hledání vhodného nástroje pro e-mailový marketing nebo názvu domény pro webové stránky.

Setkání pak končí kolečkem veřejně slíbených závazků, které každý do příští schůzky splní. Ta pak začíná právě jejich reflexí a nic nenakopne atmosféru skupiny tak, jako když se je všem podaří splnit. Veřejný slib a obhajování jeho splnění před ostatními je hnacím motorem pro dokončení i těch nejnepříjemnější úkolů.

Také pod záštitou Podnikatelské komunity Karviná budou pořádány workshopy

*Realizováno v rámci projektu Podnikatelská komunita Karviná. Tato aktivita je realizována v rámci aktivit projektu SAD mikrograntů jako nástroj strukturovaného dialogu mezi mládeží a městem. Aktivita je financována z rozpočtu statutárního města Karviné a grantového programu Erasmus+; S PODPOROU STATUTÁRNÍHO MĚSTA KARVINÉ.*

zaměřené na rozvoj dovedností a kompetencí vycházejících z potřeb členů komunity. Do Business Gate budou také zváni již úspěšní podnikatelé, kteří již dosáhli podnikatelského úspěchu a mohou své zkušenosti na sdílet ostatním. Ale nečekejte žádné povrchní povídání si a plácání po ramenu, v debatách se půjde do hloubky a praktičnosti.

Komunita je otevřená pro všechny, kdo mají podnikavého ducha. Nemusí mít zatím ani plán nebo nápad, jde o způsob myšlení a o fakt, že zaměstnání není cesta pro každého.



Erasmus+



Ing. Dalibor Šimek

Katedra podnikové ekonomiky a managementu

## Nástroj pro malé a střední podniky - SME Instrument

SME Instrument podporuje malé a střední podniky, které vyvíjí inovativní produkt a chtějí s ním vstoupit na evropské, případně světové trhy. V rámci SME Instrumentu získáte nejen finanční podporu až do výše 2,5 milionů eur, ale i služby špičkových expertů a mentorů.

### Pro koho je program určen?

- » SME Instrument je nástroj programu Horizont 2020, který cílí na malé a střední podnikatele (MSP)
- » MSP zaměstnávají méně než 250 lidí, roční obrat nepřevyšuje 50 mil. € a bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 mil. €.
- » Nástroj je vhodný pro ambiciózní, dynamické MSP výrobního, servisního

nebo výzkumného zaměření.

- » Přihlásit se mohou podniky s dlouhou historií i start-upy.
- » Každá firma může o podporu žádat buď samostatně, nebo v partnerství s dalšími malými nebo středními podniky.
- » Výzkumné instituce se mohou do projektu zapojit pouze jako subdodavatelé.
- » MSP musí být ze členských zemí EU nebo asociovaných států k programu Horizont 2020.

## Jaká je výše podpory v jednotlivých fázích projektu?

Čerpání podpory se dělí do 3 fází. V první a druhé je možné dohromady získat maximálně 2,5 mil. € a pokrýt jimi až 70 % nákladů. Nad rámec grantu jsou zdarma poskytovány i služby profesionálních koučů, kteří pomohou zvýšit komerční úspěšnost inovace.

- » **Fáze 1** - ověření konceptu, vypracování studie proveditelnosti (nepovinné)
  - » paušální příspěvek 50tis. € po dobu 6 měsíců a bezplatný koučink ze strany experta v rozsahu tří dnů.
- » **Fáze 2** - příprava inovace pro vstup na trh
  - » příspěvek 0,5 - 2,5 mil. € po dobu 12 -24 měsíců (ve výši 70 % vykázaných nákladů) a bezplatný koučink v rozsahu dvanácti dnů
  - » ověření technických parametrů testováním, úpravy, výroba prototypu apod.
  - » zpracování podnikatelského plánu pro investory
- » **Fáze 3** - komercializace - není poskytována přímá finanční podpora - podpora formou školení, mentoringu nebo usnadnění přístupu k rizikovému financování

## Do kdy a jak mohu podat žádost?

- » Žádosti se podávají kdykoli během roku do termínu uzávěrek. Slouží k tomu elektronický systém pro podávání projektů Evropské komise.
- » Návrh projektu má podobu podnikatelského záměru. Pro první fázi může mít maximálně 10 stran, pro druhou 30 stran. Výsledek své žádosti se dozvíte do 3 měsíců od uzávěrky pro první fázi a do 6 měsíců od uzávěrky pro druhou.
- » Podporu prostřednictvím SME Instrumentu dosud získalo jen 6 českých firem.
- » Termín první fáze: 8. 11. 2017
- » Termín druhé fáze: 18. 10. 2017

**Další informace o projektu:**

[www.h2o2o.cz/cs](http://www.h2o2o.cz/cs)

[www.avcr.cz/cs/](http://www.avcr.cz/cs/)

# Užitečné odkazy

## OP PIK

**Program Úspory energie** (Výzva II) se zaměřuje na snížení energetické náročnosti podnikatelského sektoru. Účelem programu je podpora opatření přispívající k úspoře konečné spotřeby energie.

- » Žádosti o podporu jsou přijímány od 1. 8. 2017 do 31. 10. 2017
- » <http://www.opik.cz/dotacni-programy/uspory-energie>

**Program Inovace** - Cílem programu Inovace je podpora pořízení nových výrobních technologií, vč. nezbytného nehmotného majetku a investic do nemovitostí. Podpora slouží k zavedení nově vyvinutých či inovovaných produktů a procesů do výroby a na trh.

- » Žádosti o podporu jsou přijímány od 12. 7. 2017 do 12. 11. 2017
- » <http://www.opik.cz/dotacni-programy/inovace>

**Program Potenciál** - Cílem programu Potenciál je podpora vytvoření kvalitního zázemí podniků pro realizaci aktivit v oblasti průmyslového výzkumu, vývoje a inovací.

- » Žádosti o podporu jsou přijímány od 20. 7. 2017 do 30. 11. 2017
- » <http://www.opik.cz/dotacni-programy/potencial>

**Program Aplikace** - Cílem programu Aplikace je podpořit projekty průmyslového výzkumu a experimentálního vývoje s výstupy v podobě prototypů, funkčních vzorků, průmyslových či užitných vzorů. Dotace je určena například na mzdy zaměstnanců a vybavení potřebné pro realizaci průmyslového výzkumu a vývoje.

- » Žádosti o podporu jsou přijímány od 3. 8. 2017 do 30. 11. 2017
- » <http://www.opik.cz/dotacni-programy/aplikace>

## IROP

### Výzva č. 74 - Rozvoj infrastruktury polyfunkčních komunitních center

- » Podpora je zaměřena na stavbu nebo rekonstrukci a stavební úpravy objektu a zázemí pro poskytování aktivit polyfunkčního komunitního centra v obci včetně vybavení pro zajištění provozu zařízení.



- » Ukončení příjmu žádostí o podporu: 16. 11. 2017
- » <https://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Microsites/IROP/Vyzvy/Vyzva-c-74-Rozvoj-infrastruktury-polyfunkcnich-komunitnich-center>

## OP Životní prostředí

Výzva č. 69 - Prioritní osa 3: Odpady a materiálové toky, ekologické zátěže a rizika.

### Specifický cíl: 3.2 - Zvýšit podíl materiálového a energetického využití odpadů

- » Výstavba a modernizace zařízení pro sběr, třídění a úpravu odpadů (systémy pro sběr, svoz a separaci odpadů a bioodpadů, sběrné dvory a sklady KO, systémy pro separaci a svoz KO (včetně svozových prostředků), nadzemní a podzemní kontejnery včetně související infrastruktury).
- » Výstavba a modernizace zařízení pro materiálové využití odpadů.
- » Výstavba a modernizace zařízení na energetické využití odpadů a související infrastruktury.
- » Výstavba a modernizace zařízení pro nakládání s nebezpečnými odpady včetně zdravotnických odpadů (vyjma skládkování).
- » Ukončení podání žádosti: 1. 12. 2017
- » <http://www.opzp.cz/vyzvy/69-vyzva>

IIVOPF.CZ  
ČÍSLOTÝDNE

**75 %**

Až 75 % spontánních nákupů potravin v obchodech je ovlivněno chováním svého dítěte.

Zdroj: Ellen Ruppel Shell

IIVOPF.CZ  
ČÍSLOTÝDNE

**43 000**

V USA připadá jedno policejní zadržení na 43 000 ujetých km pod vlivem alkoholu. Lze tak 4x přejet USA, než vás pravděpodobně hlídka zastaví.

Zdroj: Freakonomics

# Kontakty:

Institut interdisciplinárního výzkumu  
Slezská univerzita v Opavě  
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné  
Univerzitní náměstí 1934/3  
733 40 Karviná

**Email:** [iiv@opf.slu.cz](mailto:iiv@opf.slu.cz)

**Webové stránky:** [www.iivopf.cz](http://www.iivopf.cz)

**Facebook:** [www.facebook.com/iivopf](http://www.facebook.com/iivopf)

11. číslo / září 2017



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINÉ

