

Portálový systém jako nástroj podpory podnikání v mikroregionu Havířov

Bc. Radoslav Basel

Diplomová práce
2006



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ABSTRAKT

Abstrakt česky

Problematika tvorby strategie ekonomického rozvoje regionů a uplatňování konkrétních nástrojů podpory podnikání malých a středních podniků ze strany státu nebo jeho organizací je v České republice v současné době jedním z nejdiskutovanějších témat.

Většina forem podpory se zaměřuje na zpřístupnění výrobních faktorů, mezi kterými má neustále se zvyšující vliv informace.

S růstem hodnoty informace, jako jednoho z výrobních faktorů, roste i její hodnota, což je zdroje konkurenční výhody.

Tato diplomová práce popisuje jednu z možných cest podpory podnikatelské činnosti využitím zprostředkování toku informací pomocí informačních systémů a informačních technologií.

Abstract in English

One of the most discussed topic in Czech Republic these days is undoubtedly the issue of forming and defining the economic development strategies in regions by government and its organizations as well as the assertion of concrete supportive tools to boost business activities of small and mid sized companies.

Majority of the forms of support aims at making production factors accessible; factors among which the information gains constantly increasing value.

Along with an increased value of the information as one of production factors, its value as the source of competitive advantage rises as well.

This diploma thesis describes one of potential ways of supporting enterprise activities by utilizing transmission of information through the use of information systems and/or information technologies.

Děkuji Ing. Haně Klčové za odborné vedení, konzultace a připomínky k této diplomové práci. Rovněž děkuji pracovníkům odboru územního rozvoje Magistrátu města Havířova za spolupráci a poskytování údajů potřebných k vypracování mé diplomové práce.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval.

V Havířově 8.5.2006

ÚVOD	8
I. TEORETICKÁ ČÁST	9
1 PROCES STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ	10
1.1 CHARAKTERISTIKA PROCESU STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ	10
1.2 STRATEGICKÉ, TAKTICKÉ A OPERATIVNÍ ŘÍZENÍ	11
1.3 IMPLEMENTACE STRATEGIE	13
1.4 STRATEGIE ROZVOJE MIKROREGIONŮ	14
1.5 TVORBA STRATEGIE ROZVOJE MIKROREGIONŮ	15
2 INFORMAČNÍ SYSTÉMY	17
2.1 INTERNÍ INFORMAČNÍ SYSTÉMY	18
2.2 VEŘEJNÉ INFORMAČNÍ SYSTÉMY	18
2.2.1 Rozdělení veřejných systémů dle vlastnictví a příčin vzniku	19
2.2.2 Vlastnosti veřejných informačních systémů	20
2.3 ZDROJE IS/IT	22
2.4 TYPY OBCHODNÍCH TRANSAKČÍ B2B, B2C, C2C, C2B	23
3 ŘÍZENÍ PROJEKTŮ	25
3.1 PROCES ŘÍZENÍ PROJEKTŮ	27
3.2 ŽIVOTNÍ CYKLUS PROJEKTU	27
3.3 CÍLE PROJEKTŮ	29
II. PRAKTICKÁ ČÁST	30
4 PORTÁLOVÉ SYSTÉMY PODPORUJÍCÍ PODNIKÁNÍ V ČR	33
4.1 KOMERČNÍ PORTÁLOVÉ SYSTÉMY	33
4.1.1 B2C komerční portálové systémy	33
4.1.2 B2B komerční portálové systémy	34
4.2 VEŘEJNÉ PORTÁLOVÉ SYSTÉMY ČR	34
5 SOUČASNÝ STAV PODPORY MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE A REGIONU HAVÍŘOVA	35
5.1 PODPORA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V ČR	35
5.1.1 Přímá a nepřímá podpora podnikání	36
5.1.2 Dotace jako forma podpory podnikání	36
5.1.3 Podnikatelské inkubátory	37
5.2 PODPORA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V MIKROREGIONU HAVÍŘOVA	39
5.2.1 Stručná charakteristika mikroregionu Havířov	39
5.2.2 Podnikatelské prostředí mikroregionu Havířova	41
5.2.3 Podpora podnikání v mikroregionu Havířova	42
5.2.4 Zřízení portálového systému jako nástroj podpory podnikání v mikroregionu Havířova	42
5.2.5 SWOT analýza mikroregionu Havířov	44

6	PORTÁLOVÝ SYSTÉM JAKO NÁSTROJ PODPORY PODNIKÁNÍ V MIKROREGIONU HAVÍŘOVA	45
6.1	ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY PROJEKTU PORTÁLOVÉHO SYSTÉMU	45
6.1.1	Služby projektu	45
6.1.2	Podporovaný segment	46
6.1.3	Zřizovatel projektu	46
6.1.4	Časový harmonogram	46
6.2	CÍLE PROJEKTU	46
6.2.1	Vize projektu	47
6.2.2	Strategické cíle	47
6.2.3	Operativní cíle	48
6.3	SEGMENT Č.1 - ŽIVNOSTNÍCI A DROBNÍ PODNIKATELÉ	49
6.3.1	Předpokládaná struktura segmentu č.1	50
6.3.2	Požadavky segmentu č.1	50
6.4	SEGMENT Č. 2 - SPOTŘEBITELÉ	51
6.4.1	Předpokládaná struktura segmentu č.2	51
6.4.2	Požadavky segmentu č.2	52
6.5	SEGMENT Č.3 - PROVOZOVATEL – STATUTÁRNÍ MĚSTO HAVÍŘOV	52
6.5.1	Předpokládaná struktura segmentu č.3	53
6.5.2	Požadavky segmentu č. 3	54
7	PORTÁLOVÝ SYSTÉM DLE POŽADAVKŮ SEGMENTŮ	55
7.1	OBECNÉ VLASTNOSTI SYSTÉMU	55
7.1.1	Přehlednost a uživatelská přátelskost	55
7.1.2	Rovnoprávnost	56
7.1.3	Publicita	56
7.2	NAVRHOVANÉ VLASTNOSTI SYSTÉMU DLE POŽADAVKŮ SEGMENTU Č. 1	58
7.2.1	Vkládání dat do systému	58
7.2.2	Finanční nenáročnost	59
7.3	NAVRHOVANÉ VLASTNOSTI SYSTÉMU DLE POŽADAVKŮ SEGMENTU Č. 2	60
7.3.1	Kvalita a kvantita dat	60
7.3.2	Snadné vyhledávání	60
7.4	NAVRHOVANÉ VLASTNOSTI SYSTÉMU DLE POŽADAVKŮ SEGMENTU Č. 3	61
7.4.1	Monitoring	61
7.4.2	Finanční nenáročnost	62
8	ORGANIZACE PORTÁLOVÉHO SYSTÉMU.....	63
8.1	FORMA PREZENTACÍ FIREM.....	63
8.1.1	Vkládání dat	63
8.1.2	Vzhled prezentací	63
8.1.3	Přístup k prezentacím	63
8.1.4	Aktualizace dat	64

8.2	TECHNICKÉ VYBAVENÍ A SOFTWARE	64
8.2.1	Technické vybavení	64
8.2.2	Software	65
8.2.3	Webhosting	65
8.3	LIDSKÉ ZDROJE.....	65
8.3.1	IT personál	66
8.3.2	Vývojový personál	66
8.3.3	Propagace	66
8.4	ORGANIZAČNÍ SCHÉMA PORTÁLU	67
8.4.1	Komise pro ekonomický rozvoj	67
8.4.2	Organizační odbor	68
8.4.3	Odbor územního rozvoje	68
8.4.4	Kancelář primátorky.....	69
8.5	PŘEDPOKLÁDANÉ NÁKLADY PROJEKTU	69
8.5.1	Pořizovací náklady projektu.....	69
8.5.2	Pořizovací náklady projektu.....	70
8.5.3	Rentabilita projektu.....	71
8.6	SWOT ANALÝZA PROJEKTU PORTÁLOVÉHO SYSTÉMU	71
8.7	KRITICKÉ FAKTORY ÚSPĚCHU PORTÁLOVÉHO SYSTÉMU	72
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	75
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	78
	SEZNAM OBRÁZKŮ	79
	SEZNAM TABULEK.....	80
	SEZNAM PŘÍLOH.....	81

ÚVOD

V této diplomové práci jsem zaměřil na problematiku podpory podnikání malého a středního podnikání v mikroregionech na území České republiky pomocí informačních systémů a informačních technologií. Popisoval jsem základní náležitosti tvorby strategického řízení aplikovaného na rozvoj mikroregionů. Rovněž jsem zohlednil základní charakteristiku procesu řízení projektů a nastínil část problematiky informačních systémů a informačních technologií.

Hlavním předmětem mého zájmu byl z mnoha důvodů specifický mikroregion nacházející se ve správní oblasti statutárního města Havířova. Historickým vývojem „deformované“ podnikatelské prostředí, spolu s politickými a demografickými ukazateli tohoto regionu poskytují ideální prostor pro návrh nového systému podpory ekonomické činnosti podnikatelských subjektů formou zavedení informačního systému.

Cílem této diplomové práce je navrhnutí portálového systému jako nástroje podpory podnikání v mikroregionu Havířova. Primární myšlenkou tohoto projektu je pomoc ze strany správního orgánu mikroregionu drobným a středním podnikatelům prezentovat údaje o své firmě (obchodu, službách, podnikatelské činnosti jako celku) prostřednictvím internetu.

Na základě provedených analýz jsem v projektové části navrhl požadavky na portálový systém, který by byl zřízen a provozován v rámci finančních, technických a personálních zdrojů Magistrátu města Havířova

Tato diplomová práce bude sloužit jako podklad pro zadavatele zpracování navrženého portálového systému, jakožto i celého komplexního systému podpory podnikání v tomto mikroregionu. Doufám, že projekt realizovaný na základě doporučení popsanych v této diplomové práci bude účinným nástrojem podpory podnikání, a přeneseně také zdrojem ekonomického a životního rozvoje celého regionu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PROCES STRATEGICKÉHO ŘÍZENÍ

Cílem teoretické části této diplomové práce je sumarizovat teoretické poznatky procesu strategického řízení, podpory podnikání a strategického rozvoje mikroregionů. Rovněž zde bude popsána charakteristika informačních systémů sloužících k podpoře podnikání.

Strategické řízení disponuje značnou mocí nejen v podnikatelské sféře, ale jeho význam stále roste i na poli tvorby rozvoje mikroregionů. Vznik a promyšlený vývoj rozvoje mikroregionu může působit jako silný podnět k soudržnosti občanů obývajících jeho území. Rovněž může být zdrojem kladného synergického efektu viditelného v mnoha oblastech lidské společnosti vzniklého spojením většího množství správních subjektů do jednoho celku.

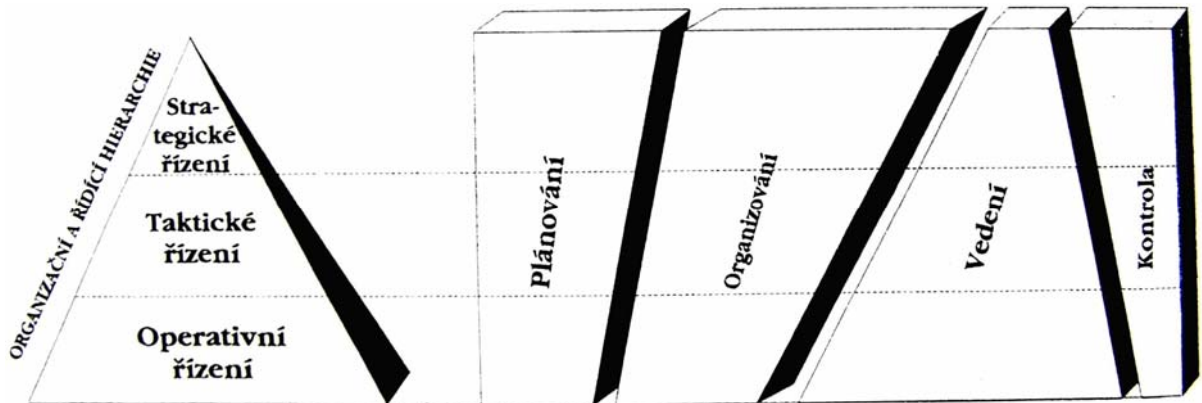
S problematikou tvorby rozvoje mikroregionů je úzce spjata otázka rozvoje jeho podnikatelského prostředí. Zajištění vytvoření komplexní strategie podpory podnikání ze strany veřejných organizací je základem ekonomického rozvoje každého regionu. Jedním ze směrů, kterým se tato podpora může ubírat, je podpora zařazení informačních technologií a informačních systémů do podvědomí a každodenní praxe podnikatelských subjektů působících na území regionu.

Při zavádění projektů podpory podnikání hraje významnou roli správné pochopení způsobů řízení a vlastností těchto projektů. V neposlední řadě je třeba zamyslet se nad tvorbou cílů jako východiskem pro tvorbu jakéhokoli plánu.

1.1 Charakteristika procesu strategického řízení

Strategické řízení bývá uskutečňováno top-managementem organizace a zahrnuje veškeré aktivity, které mohou udržovat dlouhodobý soulad mezi posláním organizace, dlouhodobými cíly a disponibilními zdroji. Veškeré aktivity prováděné v rámci strategického řízení jsou optimalizovány vzhledem k internímu a externímu prostředí organizace.

Ze strategického řízení následně vychází, jako nižší úrovně řízení, řízení taktické a operativní. Toto rozdělení lze znázornit jako mix základních manažerských činností. K těm náleží plánování, organizování, vedení a kontrola. [12, 29, 30]



Obrázek č.1.1 Struktura základních manažerských funkcí v jednotlivých úrovních řízení [30]

1.2 Strategické, taktické a operativní řízení

Strategické, taktické a operativní řízení na sebe navzájem navazují. Styl tohoto navazování lze označit za hierarchický. Jednotlivé prvky se liší zejména různým záběrem a vymezením míry práv a povinností při stanovování cílů nebo úkolů. Dalším prvkem je rozlišování z pohledu časového záběru. Strategické řízení stanovuje primární strategické cíle, které se pak naplňují pomocí cílů taktických. Taktické cíle jsou pak realizovány opatřeními stanovenými v rámci operativního řízení.[5,12]

Z tohoto pohledu rozdělené úrovně řízení vyžadují pro svou správnou činnost rovněž přísun informací rozdílného charakteru. Tyto vstupní informace se liší dle časového horizontu, ke kterému se vztahují, a ve kterém jsou použitelné. Dále mají rozdílný stupeň podrobnosti a většinou jsou získávány z rozdílných zdrojů. Rovněž je u nich vnímána rozdílná míra určitosti a frekvence výskytu. [12, 30]

Strategický management vyžaduje pro svou práci informace spíše dlouhodobě použitelné, agregované a externí. Takovéto informace jsou ale vesměs poněkud neurčité a vyskytují se poměrně ojediněle. Na druhou stranu operativní management používá převážně informace z časového hlediska krátkodobé, pokud možno detailní, čerpající z interních zdrojů. Tyto informace lze získat v dobrém stupni určitosti a jejich výskyt je výrazně vyšší, než u informací potřebných pro strategické rozhodování. Taktické řízení zabírá rovným dílem oba druhy vstupních informací a tvoří tak pojítko mezi strategickým a operativním řízením. [30, 13]

Vybrané rozdíly mezi strategickým, taktickým a operativním řízením znázorňuje následující tabulka.

Tabulka č.1.1 Rozdíly řízení ze strategického, taktického a operativního pohledu [30]

Taktické a operativní řízení	Strategické řízení
1. Zabývá se cíli, které jsou odvozeny od vytvořených cílů vyšších úrovní.	1. Zabývá se především určováním a hodnocením nových cílů a strategií.
2. Cíle jsou především ovlivňovány zkušenostmi s minulým vývojem.	2. Nové cíle a strategie mohou být diskutabilní, sporné; zkušenosti – týkající se realizace cílů jsou minimální.
3. Cíle jsou zadávány formou subcílů jednotlivým funkčním jednotkám.	3. Cíle mají celopodnikový význam a platnost.
4. Řídící pracovníci jsou úzce spojeni se svou funkcí, případně profesí.	4. Řídící pracovníci mají vliv mít celopodnikový rozhled a mají být orientováni zejména na okolí firmy.
5. Výsledky řídicí práce jsou hodnoceny bezprostředně, či okamžitě po dosažení (nebo nedosažení) cílů.	5. Dosažení cílů je možno hodnotit až s delším časovým odstupem.
6. Pravidla hry jsou dobře známa, problémy jsou dobře strukturované, opakované. Zkušené individuality se mohou v průběhu realizace cílů cítit kompetentní a bezpečné a uplatňovat rutinní a standardní postupy	6. Minulá zkušenost pro „novou hru“ je minimální, problémy jsou špatně strukturované, zpravidla unikátní. Řídící pracovníci musí být při řešení problémů kreativní a vynakládat neustále nová úsilí.

1.3 Implementace strategie

Strategické dokumenty vycházejí ze souhrnu veškerých dostupných dat týkajících se zkoumané oblasti. Ty jsou pak zpracovávány a jsou zkoumány jejich vzájemné souvislosti. Na základě výsledků těchto zkoumání pak je stanovena jedna nebo více vizí, které by měly být naplněny. Způsobem naplnění těchto vizí se pak zabývá samotná strategie.

Implementace strategie se skládá ze tří základních kroků. [7]

1) Provedení strategických analýz (získání vstupů pro proces strategického řízení)

- analýza prostředí
- analýza odvětví
- analýza konkurence
- analýza zdrojů a konkurenčních schopností
- integrace zdrojů a SWOT analýza

2) Výběr a formulace strategie

- Generické strategie
- Stanovení alternativních směrů strategického rozvoje
- Zvolení alternativních metod
- Hodnocení variant a výběr konečné strategie

3) Vlastní implementace strategie – realizace zvolené strategie

- Návrh organizační struktury a rozdělení lidských zdrojů
- Centralizace a decentralizace

Kromě výše uvedeného je pro bezproblémové fungování nové strategie důležité zahrnout do implementace další prvky. [7]

Jedná se zejména o tyto prvky:

- a. **Přerozdělení zdrojů** tak, aby vyhovovaly rozpočtovým požadavkům nově zvolené strategie
- b. **Zavedení procedur**, které budou přímo podporovat plnění stanovených strategických cílů
- c. **Zavedení mechanismů pro neustálé zlepšování** a zavedení systému nejlepších praktik
- d. **Implementace motivačních praktik a iniciativ**. Podpořit angažovanost pracovníků na plnění strategie
- e. **Zvážit systém řízení změn** tak, aby vyhovoval co nejlépe okolnostem panujících v organizaci v daný okamžik.

1.4 Strategie rozvoje mikroregionů

Tvorba mikroregionů je v současné době výrazným trendem strategie rozvoje měst a obcí. Tento trend vychází z obecného předpokladu získávání výhod sdružením menších celků. Stát tuto činnost podporuje zejména vyhlášením různých dotačních programů zaměřených přímo na mikroregiony. Obce vstupují do sdružení s jasnou představou přínosů plynoucích z tohoto sdružení, přičemž není ani tak důležitá velikost sdružení, jako spíše jeho efektivnost a působení synergického efektu. Pro zajištění kvalitního fungování mikroregionů je nezbytné zpracovat kvalitní, správně sepsanou smlouvu o sdružení, zahrnující vymezení všech práv a povinností členů. Z důvodů zachování „otevřených zadních vrátek“ byla značná část sdružení založena bez vlastní právní subjektivity, avšak v současné praxi stále více dochází k situacím, kdy sdružení založená bez právní subjektivity ve finální fázi o přidělení určité formy právní subjektivity požádají. [20, 27]

Důležitým prvkem nově zakládaných sdružení - mikroregionů je jejich název. Ten by měl dané území charakterizovat nejen z geografického pohledu dle většího města nebo protékající řeky (Pojizersko, Ostravsko atd.), ale může vymezovat region neosobně – jako nový prvek v oblasti např. mikroregion „Slezská brána“. Ačkoli bývá význam výběru správného názvu mnohdy podceňován (každodenní řešení operativních úkolů je pro výkonné orgány sdružení důležitější než jeho formální pojmenování), je jeho skutečná hodnota mnohem prozaičtější. Tvoří totiž jistý efekt soudržnosti občanů regionu.

Vytvořenému mikroregionu by měla být také věnována určitá pozornost. Důležitá je zejména jeho propagace a veřejná prezentace. Všem zúčastněným (i nezasvěceným) musí být jasné o jaké území nebo aktivitu se jedná. **Velmi kvalitním nástrojem prezentace sdružení jsou jeho vlastní webové stránky.** Ty mohou nést nejen základní informace o mikroregionu, ale také informovat o aktuálně prováděných aktivitách členů sdružení, jeho přínosech apod.

Pro ideální chod sdružení je důležité, aby vedoucím představitelem byl zvolen ten člen, který disponuje největší mírou autority. A to jak přirozenou (významná osobnost, přirozená míra autority jedince) nebo oficiální – například primátor největšího města ve sdružení. Důležitá je přitom možnost operativního zastoupení a zachování kvality informačního toku. [20, 27]

1.5 Tvorba strategie rozvoje mikroregionů

Stejně tak, jak je koncipován program rozvoje (strategie) jakéhokoli jiného subjektu veřejné správy, musí být koncipována i strategie mikroregionu. Měl by to být tedy dokument, který bude zahrnovat střednědobé až dlouhodobé období, tedy 3 – 10 let. Tento dokument by měl zajišťovat koordinaci veškerých aktivit mikroregionu a jeho členů.

Důraz by měl být kladen zejména na vymezení vývoje směru veřejných a soukromých aktivit ekonomického, sociálního, ekologického a kulturního charakteru. [20,25]

Veřejně propagovaná strategie rozvoje má svou velmi důležitou roli rovněž pro místní podnikatelskou sféru. **Místní, regionální, celorepublikoví, ale i zahraniční podnikatelé tak můžou dle jasně a čitelně stanovené strategie rozvoje mikroregionu určovat směr svého ekonomického rozvoje v tomto regionu.**

Navíc, pokud představitelé sdružení prezentují takto své vize, nastolují určitou míru jistoty a stability mikroregionu v budoucnosti. Již samotná existence takového dokumentu je vnímána jako výrazně pozitivní faktor umožňující realizaci zájmů investorů. [25, 27, 20]

2 INFORMAČNÍ SYSTÉMY

Na informační systémy a informační technologie (dále jen IS/IT) je v současné době kladen stále větší význam. IS/IT se stává nejdůležitější součástí ekonomického rozvoje vyspělé společnosti. Rozvoj informačních technologií výrazně ovlivňuje současné hospodářské prostředí. Rovněž kvalita informačního systému podniku patří mezi strategické faktory prosperity a konkurence schopnosti podniku. [29,18]

Díky prudkému růstu informatizace společnosti se stává informace dalším výrobním faktorem. Avšak v dnešní době lze považovat informaci často za důležitější než běžné výrobní faktory tedy práci, půdu nebo kapitál. Důležitost informace jako nutného faktoru pro ekonomickou činnost si uvědomují soukromé a státní subjekty takřka v celém světě, včetně České republiky. Tento trend sekundárně vytváří rovněž poptávku po IS/IT vybavení a přináší u některých podniků a institucí stamilionové investice. [29, 2, 4]

Podnik, který není včas zásobován kvalitními informacemi o svém významném okolí - legislativě, aktuální situaci na trhu v daném odvětví, nových technologiích a postupech, dodavatelích, odběratelích, konkurenci a jejím vývoji, se s největší pravděpodobností nemůže účastnit boje o nejvyšší příčky na trhu a je velice pravděpodobné, že bude svou konkurencí zcela pohlcen.[1, 18]

Existuje řada definic informačního systému. Obecně však lze říci, že informační systém organizace představuje soubor činností, které zabezpečují sběr, přenos, uchovávání, zpracovávání, distribuci a prezentaci dat v organizaci pro potřeby rozhodování tak, aby řídicí pracovníci mohli efektivně vykonávat svoji řídicí funkci.[8, 9, 24]

Informační systémy lze obecně rozdělit dle jejich určení na interní informační systémy a veřejné informační systémy.[3]

2.1 Interní informační systémy

Interní informační systémy jsou obvykle takové systémy, které podporují činnost nějaké právnické osoby – firmy nebo podnikatelského subjektu, veřejně prospěšné organizace, nebo instituce státní a veřejné správy. Můžou ale rovněž sloužit jako nástroj podpory malých a středních právnických subjektů sloužících v ekonomice.[3]

2.2 Veřejné informační systémy

Veřejný informační systém je takový, kde se nachází subjekt, který vystupuje v roli provozovatele a ostatní subjekty tohoto systému využívají ke svému prospěchu, nebo se nějak podílejí na jeho provozu - doplňují vstupní informace, obstarávají provoz podpůrných technologií apod. [3, 26]

Protože jsou veřejné informační systémy obvykle určeny zejména těm uživatelům, kteří mají o data z určité oblasti zájem, mají veřejné informační systémy mimo jiné i tyto charakteristické rysy. [3]

- Práva užití k datům uvedeným v informačním systému patří jiným subjektům, než je uživatel
- Přístup k datům může být volný nebo za úplatu
- Přístup je poskytován všem zájemcům nebo jen těm, kteří splní určitá kritéria (registrace, smlouva, rozdělení práv dle typu subjektu atd.)
- Data bývají problémově orientována – týkají se specifické oblasti
- Správa systému, provoz a další rozvoj jsou zajišťovány vlastnickou firmou nebo organizací.
- Za bezpečnost dat zodpovídá provozovatel, uživatel je na ní zainteresován jako externí subjekt

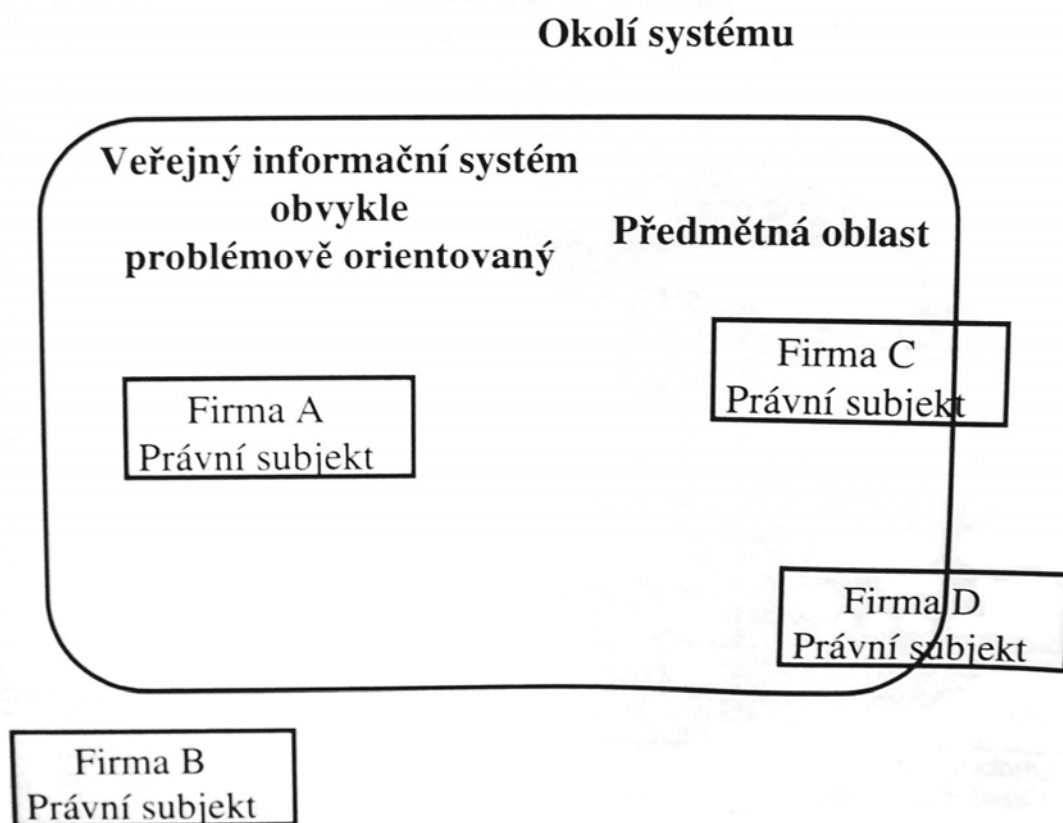
2.2.1 Rozdělení veřejných systémů dle vlastnictví a příčin vzniku

Systémy se dle vlastnictví dělí na:

- systémy ve vlastnictví soukromého subjektu
- systémy provozované státní správou nebo jinými veřejnými institucemi

Příčiny vzniku veřejných informačních systémů mohou být různé [3]. K nejzákladnějším principům iniciace, řízení a provozu veřejného IS patří:

- Obchod s informacemi
- Povinnost předávání informací (na základě legislativy)
- Nutnost práce s externími informacemi
- Potřebnost, účelnost, užitečnost – např. internet, databáze BBS



Obrázek č. 2.1 Schéma organizace veřejného informačního systému [3]

Klienti (uživatelé, zákazníci) veřejných informačních systémů jsou umístěni v okolí informačního systému. V interním systému jsou jeho uživatelé úzce spjati a podřízeni společnému vedení. V posledních letech dochází k propojování veřejných informačních systémů na národní úrovni. [8, 3, 28]

2.2.2 Vlastnosti veřejných informačních systémů

Veřejné systémy by měly mít obecně tyto vlastnosti: [3]

1) Jednoduchost - sám systém nemusí být jednoduchý, ale musí se tak jevit koncovému uživateli, proto musí systém disponovat těmito faktory:

- Srozumitelnost - Pokud by byla obsluha systému nesrozumitelná, vyžadoval by uživatel často pomoc ze strany provozovatele systému. Jelikož však uživatel bývá často velmi vzdálen od centra systému, kontakt s provozovatelem je obtížný, časově náročný a nákladný. Rady a pomoc musí tedy poskytovat sám systém. Pro uživatele musí být srozumitelné funkce (činnosti, akce) systému, informace dodané systémem, vzkazy systému, obsluha systému, dialogy, nápověda apod.
- Elementární manipulace – Obsluha systému musí být co nejjednodušší, povely přirozené, v logických návaznostech
- Přiblížení povaze uživatele- Systém s vymezeným přístupem může počítat s určitým modelem uživatele a musí se přiblížit způsobu myšlení tohoto modelu. Je lepší počítat při tvorbě veřejného systému s využíváním tohoto systému spíše inteligenčně a znalostně „zanedbanějšími“ uživateli, než naopak

2) Odolnost – Systém a informace v něm musí být odolné vůči:

- Chybám
- Neznalosti uživatele
- Poškození
- Zlomyslnosti
- Zločinnosti

Úmyslně nebo neúmyslně chybná manipulace může vést k omylu, ale nesmí narušit, nebo dokonce poškodit systém!

- 3) Stálost - Stálost systému znamená neměnit zavedené doklady, pracovní postupy, číselníky, formát vstupních a výstupních dat apod. Sladit stálost systému a jeho dynamický vývoj je často velmi problematické a obvykle s sebou nese zvýšenou pracnost a chybovost systému.
- 4) Respektování zákonů a zvyklostí - Uživatel žádá věcné i morální správnosti a přípustnosti. Proto musí systém respektovat:
 - Právní normy
 - Etické normy
 - Neoficiální psané i nepsané kodexy, zásady hospodářské soutěže apod.

Veřejný systém, jeho forma a obsah, by měl být morálně na výši, neměl by záměrně zkreslovat data a účelově manipulovat s prezentovanými informacemi. Praxe je samozřejmě jiná. Manažeři velkých portálů jsou odpovědní za ekonomické výsledky společnosti a vlastnosti provozovaných informačních systémů podřizují hospodářskému výsledku více než etickým normám. [3, 29]

Veřejné informační systémy vyžadují, a pokud jsou jejich služby zpoplatněny, tak zcela nezbytně, zavedení určitého stupně tarifkace. K základním modulům, které často vystupují zcela samostatně patří [3]

- Evidence uživatelů- Ve veřejných IS se používá k evidenci uživatelů zejména těchto nástrojů:
 - Uživatelské jméno a heslo
 - Základní údaje o uživateli
 - Sazby (u placených služeb) a s tím spojená
 - Přístupová práva
- Tarifkace – detailní přehled uživatelských činností, rozepsaných na jednotlivé uživatele. Bývá příkládán při fakturaci placených služeb

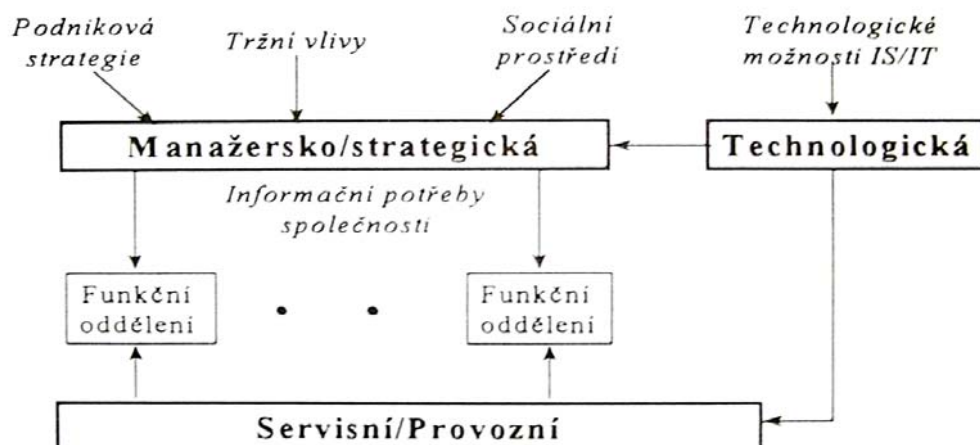
- Statistika - Veškeré dění (návštěvnost, poptávané a nabízené informace, složení uživatelů apod.) je třeba sledovat a vyhodnocovat. Výsledky z trvale prováděné a pravidelně vyhodnocované statistiky slouží jako vynikající podklad pro rozvoj a modernizaci systému nebo u placených veřejných IS ke změně cenové politiky.

2.3 Zdroje IS/IT

Realizace jakéhokoli projektu není možná bez zvážení zdrojů, pomocí kterých bude projekt realizován. Řízení zdrojů a péče o jejich rozvoj je jednou z nejdůležitějších činností, kterou by měla správně prováděná informační strategie vykonávat. Kromě formy, kvality a kvantity zdrojů patří k jejich řízení bezpodmínečně i stránka jejich sledování z pohledu nákladů vynakládaných na opatření zdroje.[15, 8, 17, 24]

Pro řízení zdrojů IS/IT je třeba zabezpečit tyto tři úlohy [15]

- Úlohu manažersko/strategickou – která spočívá ve strategickém řízení všech zdrojů IS/IT tak, aby v maximální možné míře IS/IT mohla podporovat efektivnost a konkurenceschopnost podniku při respektování jeho podnikatelského prostředí, tržních a sociálních podmínek.
- Úlohu Technologickou – spočívající ve vytváření informační infrastruktury v souladu s obecným vývojem IS/IT, což vyžaduje především znalosti a systematické sledování vývoje IS/IT
- Úlohu servisní – spočívající v řízení provozu aplikací IS/IT v podniku



Obrázek č. 2.2 Vztah mezi řídicími úlohami při řízení zdrojů IS/IT [15]

2.4 Typy obchodních transakcí B2B, B2C, C2C, C2B

Tyto, dnes velmi často používané zkratky, představují rozdělení druhu transakcí podle jejich směru. Písmena B – business a C – customer/consumer vymezují dotčené subjekty (business-firma, průmysl zprostředkovatel), (customer/consumer – zákazník, konečný spotřebitel), zatímco číslice 2 anglicky two (vyslovováno“tu“ stejně jako slovo to- k, do, pro apod.) vyznačuje směr pohybu zboží, služeb, informací. [22, 11, 27]

B2B tedy „business to business“ označuje v tomto pojetí transakce mezi dvěma výrobními/obchodními subjekty, které nepoužívají objekt transakce ke konečné spotřebě. Tento druh transakce zažívá obrovský boom společně s růstem působností internetu. Provozování B2B tržišť a provádění obchodních transakcí pomocí nich vykazuje stále více rostoucí trend a tomu odpovídají i prostředky investované do této nové, prosperující činnosti.

B2C – „business to consumer“ je z historického hlediska nejvyhledávanějším typem obchodních transakcí z pohledu investorů. Tento jev logicky navazuje na základní

obchodní příručky, které se zabývají zejména prodejem zboží konečnému uživateli. Pomocí internetu rovněž i tento druh transakce nabyl nových dimenzí, avšak změny umožněné provozem B2C transakcí na internetu nezaznamenaly takových rozměrů jako tomu je u B2B, C2C nebo C2B. Typickým příkladem B2C může být například server www.amazon.com provozovaný společností Amazon.com Inc.

C2C – „consumer to consumer“ tedy transakce „spotřebitel spotřebiteli“ nabyly od celosvětového rozšíření internetu nových rozměrů. Typickým příkladem je společnost Ebay provozující internetové C2C tržiště www.ebay.com. Principem tohoto systému je zprostředkování jednorázových prodejů nejrůznějších komodit mezi nekomerčními subjekty formou aukce (avšak stále více se mezi účastníky vyskytují komerční subjekty s trvalejším nabízením stejných komodit). Díky internetu dostal tento systém několik velmi důležitých vlastností. Mezi ně patří zejména pružnost aktualizace dat, celosvětová dostupnost a finanční nenáročnost.[11, 22, 26]

C2B – „consumer to business“ je posledním typem transakcí. Podstatou tohoto způsobu je nabízení nejvyšší akceptovatelné ceny zákazníky firmě. Jde tedy o opačný postup než při klasickém obchodování. V tomto případě zákazník charakterizuje požadovaný produkt, nebo službu a jednotlivé společnosti, takovouto nabídku akceptují nebo ne. Tento způsob transakce je však pro svou značnou složitost provozován jen na poměrně indiferentních komoditách, kde nehraje přílišnou roli výsledný dodavatel. Nejznámějším serverem zprostředkovávající služby v této oblasti je www.priceline.com. [22]

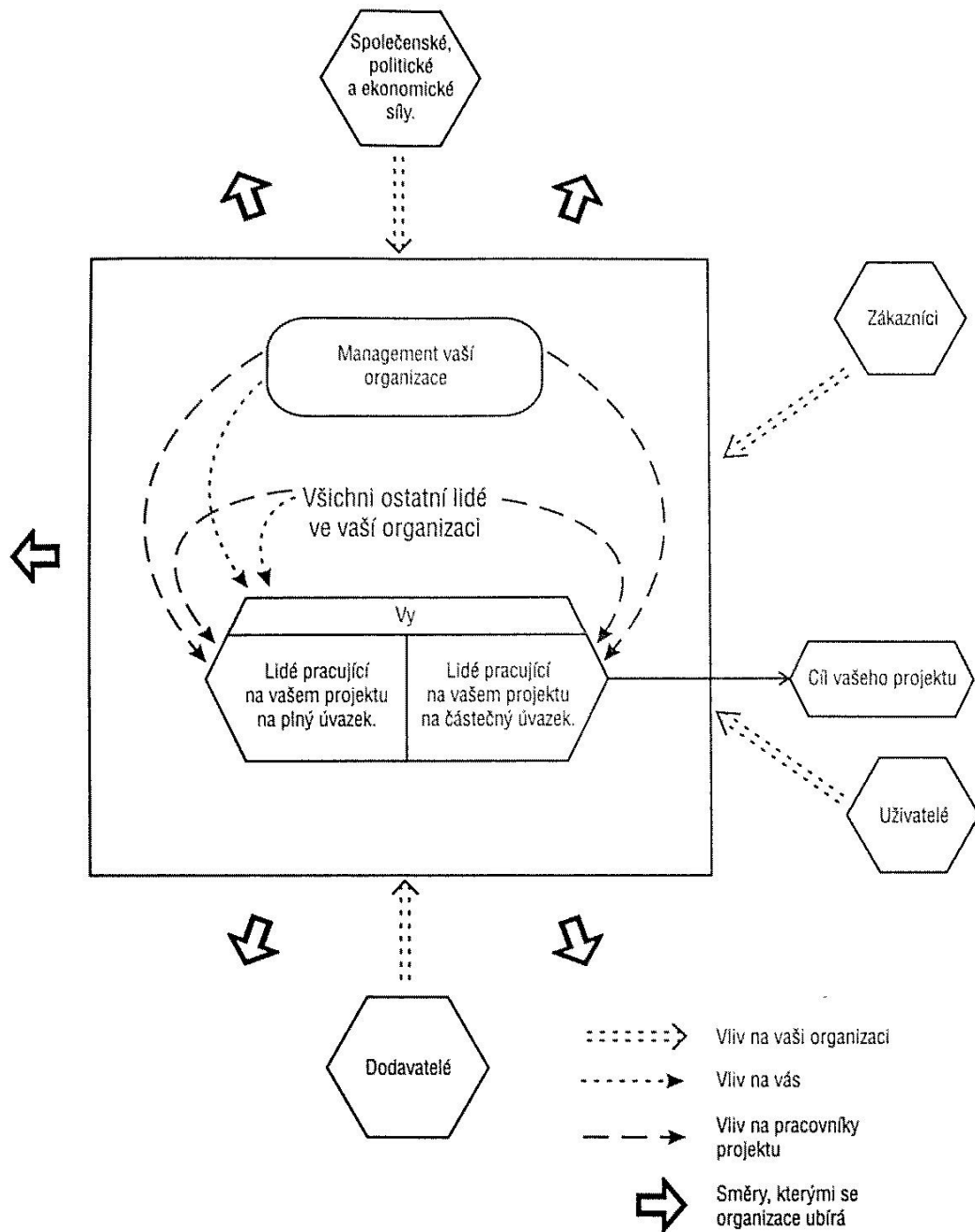
Z obchodního hlediska a z pohledu hospodářského růstu zažívají největší rozvoj společnosti zprostředkovávající B2B styk. Tak to dokládá i tvrzení A.B. Scullyho, „Tichá revoluce, která se rozvíjí ve světě transakcí B2B, vytvoří daleko více zisků a milionářů, než mohou vytvořit modely C2C, B2C nebo C2B a bude mít daleko hlubší a větší dopad na ekonomiku kteréhokoli státu, než může mít například Amazon.com“ [22]

3 ŘÍZENÍ PROJEKTŮ

Projektové řízení je jedním z velmi efektivních způsobů řízení změn - komplexní koncepce efektivního dosahování projektových cílů, Umožňuje manažerům dosáhnout odpovídající kvality efektivního výstupu s minimálními nároky na čas a ostatní zdroje. Jde o řízení jednotlivých projektů, včetně vytvoření organizační struktury a koordinace termínů nebo disponibilních zdrojů projektů.[6, 21]

Projekty se vyznačují některými typickými ukazateli. Lze rozlišit čtyři základní znaky projektů. Projekty mají **cíl**, který se vyznačuje svou trojrozměrností (trojimperativ), dále má každý projekt svou osobitou **jedinečnost**, pracuje v mezích daného **zdroji** a je realizován v prostředí **organizace**. [21]

- Cíl projektu – Jeho trojrozměrnost je dána faktem, že musí současně dbát na splnění požadavku na věcné provedení, časový plán, a rozpočtové náklady.
- Jedinečnost – Každý projekt je vždy jedinečný. Někdy se zdají být dva, nebo více projekty totožné, avšak po podrobnějším prozkoumání, lze vždy vyjmenovat kvantum odlišností činících tyto projekty značně rozdílné. Je nutno brát na vědomí rovněž časový a lidský faktor realizace projektu, který je již ze své podstaty vždy odlišný.
- Zdroje – Veškeré projekty jsou realizovány pomocí zdrojů. Mezi zdroje patří nejen materiál, ale rovněž personál. Výskyt zdrojů je často limitován a někdy jsou potencionální zdroje manažerovi projektu skryty.
- Organizace – Projekty jsou realizovány v rámci větší, či menší organizace, ve kterých často dochází ke střetům vizí budoucího rozvoje. Tyto konflikty se přímo dotýkají realizace jednotlivých projektů a je na manažerovi projektu, aby se pokusil odolat frustrujícím vlivům různých směrů vývoje organizace v důsledku osobních ambicí a zájmů členů organizace, jednotlivých složek, nebo paralelně řešených projektů.



Obrázek č. 3.1 Rozmanité cíle organizace ztěžující práci manažera [6]

Kromě výše jmenovaných aspektů lze spatřovat další stránky projektu. Ty přesouvají problémy spojené s projektem do jiné roviny. Jedná se o původ projektu, charakter jeho výstupů, trh a velikost.

3.1 Proces řízení projektů

Proces řízení projektů lze rozfázovat do pěti odlišných manažerských činností. [21]

- Definování – definování projektových cílů
- Plánování – naplánování metod a prostředků, kterými bude dosaženo stanovených cílů, specifikace provedení, časový plán a finanční rozpočet
- Vedení – uplatnění manažerských nástrojů řízení lidských zdrojů, podřízených a jiných, které povede k tomu, že svou práci budou vykonávat efektivně a včas
- Sledování – neboli monitorování je kontrola stavu a postupu projektových prací. Slouží ke zjišťování odchylek od plánu a navedení ke korekcím. Korekce ale následně mohou vést k úpravě celého plánu
- Ukončení – Komplexní ověření, že bylo dosaženo všech stanovených cílů a byly uzavřeny činnosti sloužící k dosažení plánu

3.2 Životní cyklus projektu

Každý projekt má definován svůj začátek a konec. V životní fázi projektu však existují i další důležité etapy. Jejich počet a celkové členění není zcela jasně stanoveno a záleží na každém konkrétním projektu, ale lze vytyčit čtyři základní fáze projektu. [6, 21]

- Koncept
- Návrh
- Realizace
- Předání

V těchto fázích je vždy brát v úvahu další faktory, kterými jsou zejména:

- vstupy
- procesy
- klíčové činnosti
- zlomové okamžiky
- výstupy

Manažer projektu musí v průběhu zpracovávání projektu uvažovat o podrobných aspektech jednotlivých fází. Při přípravné fázi projektu – koncepční fázi - musí hodnotit finanční ukazatele, míru rizika, časové ukazatele, náklady, požadavky na zdroje a ukazatele kvality. Kromě klasických prognostických metod lze použít také různé rozhodovací stromy, SWOT analýzy, analýzy nákladů a výnosů, nebo provést Feasibility study (studii proveditelnosti). V té se bude zabývat stanovením odpovědností a zapojení jednotlivých subjektů. Dále provede analýzu návrhu, určí úroveň detailu, způsob a termíny podávání hlášení – monitoring. V neposlední řadě je stanoven předběžný rozpočet projektu. [6,13, 21]

Při tvorbě finanční analýzy je třeba nejen pamatovat na životní cyklus projektu, i na jeho provoz či využívání jeho výstupů. Zde se pak objevuje problematika cash flow, doby návratnosti projektu, a výpočet čisté současné hodnoty.

Ve fázi návrhu je projekt rozložen v rámci detailního plánu projektu na základní akce a vymezení jejich vzájemného vztahu. Při tomto detailním rozložení je používáno hierarchické struktury činností. Každý detailní krok nese také svou předpokládanou nákladovou stránku.

Fáze realizace spočívá v řízení a kontrole systému. Monitoring probíhá dle stanoveného plánu a hodnotí se předem stanovené ukazatele.

Poslední fází je fáze předání, která završuje životní cyklus projektu předáním realizovaného výstupu konečnému uživateli. Během této fáze dochází rovněž k monitorování finální funkce výstupů projektů a sběru poznatků pro další projekty. Rovněž je rozhodováno o další budoucnosti nevyčerpaných zdrojů sloužících k realizaci projektu.[6, 21]

3.3 Cíle projektů

K hlavním úkolům při plánování projektů patří stanovování priorit a termínování cílů. Rovněž jsou řešeny konflikty cílů a je nutno stanovit měřítka – standardy pro hodnocení dosažených výsledků. Pojem prioritní cíle naznačuje, že daný prioritní cíl je v daný čas upřednostňován, neboli je důležitější, než-li cíle ostatní. Mezi prioritou cíle a časovým rámcem naplnění, čili termínováním cílů, je velmi úzká souvislost. Časové vymezení cílů se promítá zpětně do sestavování plánu. Zároveň v souvislosti s představami různých zájmových skupin uvnitř i mimo organizaci dochází při určování priorit a časového naplnění cílů ke konfliktu zájmů. [13]

Dobře stanovit obsah cíle lze na základě dodržování pravidla „SMART“. To představuje propriety, které musí být při sestavování každého cíle vytyčeny. [13]

Cíle tedy musí být:

- S** -specifické – originální, podrobně popsány
- M** -měřitelné – musí být stanoveny, nebo logicky vyvoditelné kvantifikovatelné ukazatele cíle
- A** -akceptovatelné – rozhodující zájmové skupiny musí akceptovat význam cíle
- R** -realizovatelné – za stanovených podmínek musí být cíle realizovatelné disponibilními silami organizace
- T** -termínované – u každého cíle musí být vytyčeny časové limity jeho dosažení

II. PRAKTICKÁ ČÁST

Cílem praktické části diplomové práce je pomocí analýzy stávajících portálových systémů, podporujících podnikání v České republice a v regionu spadající pod správní působnost města Havířova, vypracovat projekt portálového systému, obsahující internetové prezentace podnikatelů v mikroregionu města Havířova, který bude sloužit jako strategický nástroj podpory podnikání v tomto regionu. Portálový systém bude navržen dle specifických požadavků cílových segmentů, které budou v praktické části této diplomové práce rovněž definovány. V neposlední řadě zde bude navrženo organizační schéma provozu systému a vypočteny náklady na zřízení a provoz portálu. Konečným požadavkem projektu je, v souladu se strategií rozvoje města, zajistit co nejvyšší možnou míru využití vyčleněných finančních prostředků a zajistit kvalitní chod tohoto nástroje podpory ekonomické činnosti podnikatelů ze strany instituce typu Magistrátu města Havířova.

V současné době lze v České republice nalézt mnoho systémů podporující datový tok mezi společnostmi tzv. B2B (business to business) nebo mezi společností a zákazníkem tzv. B2C (business to consumer/customer). Všechny tyto systémy lze obecně nazvat portálové systémy (v prostředí internetu pak nazýváme tyto systémy zkráceně portály). Tyto portály mohou sloužit přímo nebo nepřímo k podpoře podnikání. Tato diplomová práce se zabývá portály, jejichž hlavním zaměřením je soustředění údajů o podnikatelských subjektech a jejich následné poskytování ostatním komerčním a nekomerčním uživatelům. Portálové systémy lze rozdělit dle svých zřizovatelů a základního určení na systémy komerční a nekomerční.

V českém prostředí funguje v současné době mnoho komerčních i veřejných portálových systémů. Většina z nich může sloužit ke zvýšení ekonomické efektivity jejich uživatelů, zejména pak předáváním informací o samotné existenci podnikatelského subjektu potenciálním obchodním partnerům.

Podpora podnikání ze strany státu, jeho institucí a Evropské Unie, je na poměrně vysoké úrovni. Existuje mnoho prostředků přímé i nepřímé podpory podnikání, které však nemusí vždy přinášet dostatečný efekt vzhledem k prostředkům vynaloženým na provozování této podpory.

Samotná podpora malého a středního podnikání v mikroregionu města Havířova, význačného svými specifickými vlastnostmi, je omezena vesměs na výše uvedenou celorepublikovou formu. Kromě pořádání „nárazových“ akcí typu podnikatelských fór, nevykazuje Magistrát města Havířova žádnou systematickou podporu své podnikatelské veřejnosti. Z výčtu rozdělení působností podniků je patrné, že převahu mají podniky drobné, převážně ve službách podnikající subjekty. Právě na tento segment, lze optimálně směřovat podporu formou spolupráce na tvorbě internetové prezentace a její zařazení do přehledného online katalogu.

4 PORTÁLOVÉ SYSTÉMY PODPORUJÍCÍ PODNIKÁNÍ V ČR

4.1 Komerční portálové systémy

Portálové systémy vytvářené a provozované ke komerčním účelům vytváří v poslední době čím dál tím více hodnocený druh podnikatelské činnosti. Například v České republice nejznámější společnost provozující portál www.seznam.cz vykazuje nárůst svého obrátu z cca 25mil. Kč v roce 2000 na neuvěřitelných 800 mil Kč na konci roku 2005! Dle jejich zaměření je lze primárně rozdělit na B2C a B2B.

4.1.1 B2C komerční portálové systémy

Výskyt portálových systémů tohoto druhu se v ČR datuje od druhé půlky 90. let. Primárním cílem B2C portálů je poskytovat informační tok mezi podnikatelskými subjekty a konečnými uživateli. Často jsou B2C portály jakýmsi centrálním shromaždištěm informací všeho druhu. K tomuto používají vlastní vyhledávače, které pomocí různých technologií zobrazují odkazy, ve kterých se vyskytuje hledaný pojem. Uživatel má možnost volit mezi několika druhy vyhledávání. Nejčastěji je nabízená možnost vyhledávat ve vlastní databázi – katalogu – samotného portálu, nebo fulltextově v ČR nebo v celém světě.

Mezi nejznámější portálové systémy s celorepublikovou působností a se zaměřením spíše na B2C patří např. www.seznam.cz, www.atlas.cz, www.centrum.cz, www.quick.cz, www.toplist.cz, www.navrcholu.cz, www.cent.cz, www.opendir.cz, www.bezvaportal.cz apod.. Tyto společnosti často, kromě klasických vyhledávačů, nabízejí svým uživatelům rovněž další služby v nejvyhledávanějších oblastech mezi které patří zobrazování map, obchod realitami, zprostředkování práce, prodej automobilů apod.

Za nejdůležitější funkci portálových systémů tohoto druhu však lze považovat vyhledávání podnikatelských subjektů v jejich databázi. Uživatel portálu pak může pomocí fulltextového vyhledávače nebo pomocí katalogového stromu zahrnující jednotlivé sekce vyhledat požadovaný produkt nebo firmu. Právě tato oblast poskytuje provozovateli komerčního portálu největší prostor pro zisk.

Výsledné pořadí firem získané po zadání klíčového slova do vyhledávače není seřazeno výhradně na základě abecedního pořadí, ale přednost v zobrazeném seznamu mají odkazy, jejichž správce za toto upřednostnění platí provozovateli portálu odpovídající částku.

4.1.2 B2B komerční portálové systémy

Transakce typu B2B, jak již bylo v kapitole 2.4 naznačeno, dostaly prostřednictvím internetu novou dimenzi. Jako po celém světě, tak i v České republice dochází ke zřizování a provozu stále nových B2B portálových systémů. Využití B2B portálů pro prezentaci svých činností je velice efektivní a finančně ne příliš náročnou formou podpory podnikání. Samostatnou kapitolou jsou aukce zboží a služeb, které mohou prostřednictvím těchto portálů probíhat. K nejznámějším B2B portálům provozovaných v České republice patří www.kompass.cz , www.abc.cz , www.epoptavka.cz ,nebo www.axis4info.cz .

4.2 Veřejné portálové systémy ČR

Veřejné portálové systémy bývají často vnímány jako nástroj zprostředkující tok informací mezi orgány veřejné správy a ostatními subjekty (občany, cizinci, firmami). Provozovatelé těchto portálů nemají stanovený jako primární cíl dosažení zisku. Značná míra informací, zveřejňovaných na takovémto portálu spadá často do kategorie tzv. „povinně zveřejňovaných“. Veřejné portály bývají často úžeji zaměřeny než komerční vyhledávací portály. K těmto úzce zaměřeným patří zejména portály vlády, ministerstev, krajů, nebo obcí. www.justice.cz , www.obchodnirejstrik.cz , www.zivnostenskyrejstrik.cz , www.vlada.cz , <http://portal.gov.cz> www.obce.cz , www.kraj-moravskoslezsky.cz , www.havirov-city.cz apod..

5 SOUČASNÝ STAV PODPORY MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICCE A REGIONU HAVÍŘOVA

5.1 Podpora malého a středního podnikání v ČR

Politika všech „polistopadových“ vlád v České republice směřuje oficiálně více či méně k podpoře růstu malého a středního podnikání. Nebereme-li v úvahu jiné legislativní opatření (často působící na malé a střední podnikatele spíše represivně než podpůrně), investují vlády všech rozvíjejících se zemí světa veřejné prostředky do tohoto sektoru. V podstatě jde o investici do budoucna, kdy prostředky investované do této podpory mnohonásobně pokryjí finance pravidelně vynakládané na vyplácení dávek podpory v nezaměstnanosti nebo sociálních dávek. [10]

Malé a střední podniky hrají rozhodující úlohu při vytváření nových pracovních příležitostí a všeobecně působí jako faktor sociální stability a ekonomického rozvoje. Jejich rozvoj však může být limitován objektivně existujícími tendencemi v působení trhu. Častěji než velké podniky se setkávají s potížemi při financování své běžné činnosti, zejména rozvojových záměrů, vzhledem k obavám ze zvýšeného rizika investování do těchto podniků a k omezeným možnostem zajištění úvěrů. Rovněž přístup malých a středních podnikatelů k informacím, zejména informacím o nových technologiích, potenciálních trzích a změnách v legislativě je obtížnější. Podpora malého a středního podnikání v České republice je, v mezích respektujících zásadu zachování nedeformovaného konkurenčního prostředí, legitimní a oprávněnou snahou vytvořit co nejpříznivější podmínky pro rozvoj jednotlivce i skupin obyvatel. K těmto prioritám se vláda České republiky hlásí a chce je v souladu s programovým prohlášením naplňovat. [10, 16]

Do roku 2013 počítá i rozpočet EU rovněž s finanční podporou nových transformujících se členů Evropské Unie včetně České republiky právě v této oblasti a část prostředků zejména v rámci strukturálních fondů směřuje do této podpory. [25]

5.1.1 Přímá a nepřímá podpora podnikání

Nepřímá podpora malého a středního podnikání (MSP) v České republice napomáhá vytváření příznivého prostředí pro MSP především zjednodušováním administrativy a zmírňováním možných nepříznivých dopadů nové legislativy na MSP ulehčující přístup k informacím, vzdělávání a poradenství. Nepřímou podporu postupným zlepšováním podnikatelského prostředí řeší zejména opatření přijatá vládou usnesením č. 172/2003 k návrhům na zdokonalení podnikatelského a investičního prostředí. Do oblasti nepřímých forem podpory lze zařadit i vytváření průmyslových zón, pro které byly využity dotační i úvěrové formy podpory a podpora rozvoje informačních služeb pro podnikatele.[10]

Přímá podpora malého a středního podnikání je představována zejména nástroji, pomocí kterých je zvyšován přístup podporovaných subjektů k finančním prostředkům nutným pro realizaci jejich investičních záměrů, nebo snižujících náklady v oblastech definovaných v programech podpory schvalovaných vládou ČR. [10]

Pomocí těchto programů může subjekt získat například:

- záruky za úvěr a leasing
- záruky za kapitálový vstup
- záruky na návrh do obchodní soutěže
- úvěry se sníženou úrokovou sazbou

5.1.2 Dotace jako forma podpory podnikání.

Kromě výše uvedených prostředků podpory vystupují jako specifický nástroj podpory malého a středního podnikání dotace ze zdrojů EU nebo z rozpočtů ministerstev ČR. Dotace jsou čerpány na základě předložení projektů v dané oblasti. V současnosti existuje celá řada dotovaných oblastí (marketing, design, konkurenceschopnost apod.).

Ačkoli prostředky vyčleněné na tuto podporu nejsou malé, reálný dopad této podpory často nemá odpovídající účinek.. Finanční injekce sice pomohou podnikateli přežít v konkurenčním boji, nebo dokonce úspěšně investovat získané prostředky a zajistit jejich časovou návratnost, ale většinou tvoří jen finanční záplatu na aktuální nouzi podnikajícího subjektu. Praktické využití této formy podpory podnikání dále naráží na značnou administrativní náročnost.

Aby nedocházelo k zjevnému zneužívání systému podpory, jsou pravidla poskytování nastavena velmi přísně a jsou opřena o značnou byrokracii. Často tak dochází k situaci, že podnik, který by si takovou podporu i zasloužil, nemá kvůli nedostatku odpovídajících informací nebo zázemí šanci splnit veškeré náležitosti pro předložení projektů. Podnikatelé jsou tak nuceni stát se experty na tvorbu projektů a žádostí, než aby plně zaměřili své úsilí na zvyšování kvality svých služeb nebo know how ve svém oboru. Stávající systém poskytování dotací na podnikání rovněž dává prostor pro korupci nebo „příživnictví“ různých poradenských agentur, které za patřičný poplatek (obvykle 5 a více procent ze žádané částky) vypracují žadatelovi projekt a zpracují žádost o dotaci. Není bez zajímavosti, že často se zřizovateli takovýchto agentur a poradenských kanceláří stávají lidé, kteří působili nebo dokonce ještě působí ve veřejné sféře právě v oblasti nastavování pravidel poskytování tohoto druhu podpory.

5.1.3 Podnikatelské inkubátory

Zřizování a provoz podnikatelských inkubátorů patří k dalším konkrétním nástrojům podpory podnikání. Pod pojmem podnikatelský inkubátor se většinou rozumí vyčleněné kancelářské nebo výrobní prostory, které zřizovatel podnikatelského inkubátoru (dříve zejména obce, později i soukromé společnosti) pronajímají začínajícím, nebo inovujícím podnikatelským subjektům za výhodných podmínek. Tyto inkubátory představují jakési centrum komerčních činností nových podnikatelů a odstraňují jednu z nejnáročnějších překážek k zahájení podnikání, kterou je dispozice odpovídajícími prostory pro provoz podnikatelské činnosti. Zřizovatelské organizace také mohou poskytovat novým podnikatelům působících v inkubátoru poradenské služby.

Doba, po kterou může podnikatel působit v inkubátoru za zvýhodněných podmínek, je samozřejmě omezená. Vybírané nájemné rovněž postupem času roste například z 50 % tržního nájemného v době a místě obvyklém až na 70 %. Po uplynutí stanovené doby nájmu podnikatelského subjektu v inkubátoru (obvykle 3 roky) pak dojde k vypovězení nájemní smlouvy nebo k přechodu na smlouvu zahrnující standardní, nezvýhodněné nájemné.

Podpora podnikání formou podnikatelských inkubátorů poskytuje začínajícím podnikatelům sice velmi cennou proprietu pro podnikání – relativně levné prostory, ale na druhou stranu má několik výrazných nedostatků. Hlavním nedostatkem je omezená míra působení této podpory na několik „vyvolených“ subjektů, které dostanou prostor pro působení v inkubátoru. Z tohoto pohledu jde tedy o poměrně neefektivní rozmístění značných prostředků na hrstku podnikatelů. Dalším nedostatkem je omezená doba působení podnikatele v inkubátoru. Dle některých dosavadních zkušeností docházelo často k nechuti podnikatele přijmout nabízené místo v inkubátoru, protože si byl vědom faktu, že náklady na přemístění firmy do inkubátoru a zpět mohou převýšit ušetřené prostředky na nájemném.

5.2 Podpora malého a středního podnikání v mikroregionu Havířova

5.2.1 Stručná charakteristika mikroregionu Havířov

Mikroregion Havířova se sestává ze Statutárního města Havířov a přidružených obcí Horní Suchá, Těrlicko, Horní Bludovice a Albrechtice. Jak již z názvu vyplývá, vedoucí úlohu v regionu má Statutární město Havířov.

Tabulka č. 5.1 Počet obyvatel a rozloha obcí mikroregionu havířova [23]

Obec	Počet obyvatel	Rozloha v km ²	Hustota obyvatel
Havířov	85502	32	2672
Albrechtice	4065	10,8	376
Horní Suchá	4331	9,8	442
Horní Bludovice	1577	8,98	176
Těrlicko	4114	24,65	167
Celkem	99589	86,23	1155

Statutární město Havířov leží na jižním okraji ostravsko-karvinské aglomerace. Jeho rozloha je 3 207,3 ha a v celorepublikovém pořadí měst mu patří jedenácté místo v počtu obyvatel (cca 85tis). Donedávna zabíralo pozici nejmladšího města v České republice. Město Havířov bylo zřízeno usnesením vlády ČSR dne 4.12.1955 na území bývalých obcí Šumbark, Dolní Suchá, Horní Suchá, Prostřední Suchá, Bludovice, Životice a Dolní Datyně. Tyto obce jsou dnes městskými částmi Havířova.

Původním účelem vybudování města bylo zajištění pracovních sil pro důlní a hutní průmysl v Ostravě, Karviné, Orlové atd.. Ačkoli bylo město vždy de facto satelitem aglomerace Ostravy, patří již od svého vzniku administrativně pod město Karviná. Po útlumu hutního a důlního průmyslu dochází neustále i k útlumu prosperity města. Havířov

již dávno opustil přední příčky věkového průměru v rámci celé České republiky a průměrný věk obyvatel Havířova neustále roste.

Město Havířov však již dnes zaujímá jeden primát. **Jedná se o nejhustěji osídlené město České republiky. Na 1km² připadá 2740 obyvatel.** Za Havířovem druhé v pořadí hlavní město Praha má přibližně 2418 obyvatel na 1km². Tento fakt potvrzuje skutečnou úlohu Havířova z dob jeho vzniku, tedy zajišťování veškeré činnosti spojené s bydlením dělníků a horníků. **Z toho samého důvodu se v samotném městě prakticky nevyskytuje průmysl a veškeré podnikatelské činnosti provozované na území města spadají převážně do kategorie provozování maloobchodu a poskytování služeb všeho druhu.**

Dnes, kdy původní úloha těžkého průmyslu a důlní činnosti v regionu ustoupila na pozadí, je na vedení města vybudovat z Havířova samostatné město, které se stane soběstačné a převezme nejen formální (které již dávno zastává), ale i administrativní vedení v rámci svého regionu.



Obrázek č.5.1 Mapa mikroregionu Havířova v rámci ČR [14]



Obrázek č.5.2 Mapa mikroregionu Havířova [14]

5.2.2 Podnikatelské prostředí mikroregionu Havířova

Podnikatelské prostředí v mikroregionu Havířova kopíruje charakteristický stav města. V samotném Havířově působí 2423 výrobních subjektů, které v 737 případech nemají zaměstnance a v 132 vykazuje 1-5 zaměstnanců. Ve službách působí 10295 subjektů. Jedná se vesměs o drobné podniky, jejichž provozovatelé v 2521 případech nemají žádné zaměstnance. 1-5 zaměstnanců vykazují subjekty podnikající ve službách v 699 případech. Tento segment je blíže analyzován v kapitole 6.3.1 této diplomové práce.[19]

Z uvedeného vyplývá, že převahu mezi podniky mají drobné, ve službách podnikající subjekty. Havířov nedisponuje žádnými prostory vhodnými pro vybudování střední a větší průmyslové zóny. Nejbližší prostory tohoto druhu jsou již využity v Karviné (Nové pole) nebo v Nošovicích. Samostatnou kapitolou jsou průmyslové zóny budované v aglomeraci Ostravy. Tyto oblasti disponují podstatně větším potenciálem pro případné investory a proto již v současné době není vyvíjena přílišná snaha pro podstatnější zásah města Havířova do této moderní oblasti rozvoje.

5.2.3 Podpora podnikání v mikroregionu Havířova

Systematická podpora podnikání v mikroregionu Havířova prakticky neexistuje. Magistrát města investoval jistou snahu a prostředky do vybudování podnikatelského inkubátoru, nebo vyčlenění vhodných prostor pro případnou průmyslovou činnost. Tyto aktivity však stále nepřinášejí žádný výraznější úspěch a jejich odezva u podnikatelských subjektů je více než chladná.

Magistrát města Havířova (MmH) sice věnuje část úsilí do pořádání seminářů a konferencí zahrnujících diskuzi nad přeshraniční spoluprací mezi českými a polskými podnikateli, avšak stále nedisponuje vlastním orgánem sloužícím pro zajištění vztahu mezi MmH a podnikatelskou sférou regionu. Tuto úlohu do jisté míry plní spolupráce s Hospodářskou komorou v Karviné, která zřídila v budově magistrátu svou pobočku, kde poskytuje místním podnikatelům informace o podnikatelských příležitostech.

Ve své diplomové práci navrhuji jako systematickou činnost podporující havířovské podnikatele zřízení a provozování služby, která by podnikatelům v regionu umožňovala bezplatné získání internetové prezentace jejich činnosti a pomocí vlastního portálového systému je šířila mezi potenciální partnery a zákazníky.

5.2.4 Zřízení portálového systému jako nástroj podpory podnikání v mikroregionu Havířova

S rostoucím významem informací, což je základem ekonomického rozvoje, rostou i náklady na jejich šíření. Tyto náklady vykazují jak subjekty, které chtějí informace vysílat, tak subjekty, které chtějí informace získávat. S ohledem na tento vývojový trend vzniká v poslední době velké množství prostředků, pomáhajících toku informací. K těmto novým prostředkům bezpochyby patří internetové prezentace. Dispozice kvalitními, aktualizovanými a přehlednými internetovými stránkami může mít výrazný vliv na ekonomickou prosperitu podnikatelského subjektu.

Bohužel, zejména živnostníci a drobní podnikatelé si často důležitost tohoto nástroje neuvědomují. Buď jej zcela ignorují, nebo se mu dokonce vyhýbají, neboť vychází vesměs z mylných předpokladů nerentability nákladů vynaložených na prezentaci svých aktivit prostřednictvím internetu.

Tento pohled je však mylný, neboť s růstem vývoje IS/IT klesá v průměru výše nákladů kryjících jejich zřizování a provoz. Zvyšování komercializace tohoto sektoru dokonce umožňuje získávat některé důležité služby (pronájem domény, webhosting) v určité míře kvality zcela zdarma. Pořízení alespoň základně vybavených internetových stránek je spíše záležitostí projevení jisté vůle, nežli potřebou dispozice větší sumou finančních prostředků.

5.2.5 SWOT analýza mikroregionu Havířov

Tabulka 5.2 SWOT analýza mikroregionu Havířov [27]

Silné stránky	Příležitosti
1) Kvalitní dopravní spojení na okolní města	1) Zdůrazňování specifických podmínek Havířova při restrukturalizaci regionu s cílem dosáhnout postupného "zprůmyslnění" Havířova.
2) Vynikající podmínky pro poskytování služeb vzhledem k vysoké koncentraci obyvatel	2) Spolupráce s okolními vesnicemi a městy.
3) Aktivní zájem vytváření a realizace projektů podpory podnikání ze strany Magistrátu města	3) Podpora podnikání s vysokou přidanou hodnotou, které může být provozováno v městském prostředí. Možnost využít k tomuto účelu budovy města, které budou nadbytečné (mateřské školy, školy apod.)
	4) Podpora sdružování podnikatelů a koordinace společného úsilí všech havířovských složek při prosazování zájmů a získání investorů.
Slabé stránky	Ohrožení
1) Malý podíl zpracovatelského průmyslu a služeb přesahujících svým významem místní spotřebu	1) Vznik sestupné spirály ekonomiky města daný vazbou mezi poklesem kupní síly obyvatelstva a snižováním trhu.
2) Celkový útlum ekonomických aktivit v celém ostravsko-karvinském regionu.	2) Působení nepříznivých sociologických vlivů jako emigrace perspektivních mladých obyvatel zapříčiněná nedostatkem pracovních příležitostí a stárnutí populace a tím postupné zmenšování nabídky kvalitní pracovní síly a redukce tržní poptávky
3) Blízkost dvou velkých měst v blízkém okolí (Ostrava, Karviná), které na sebe stahují mnohé aktivity, protože jsou správními centry.	
4) Nedostatek pracovních příležitostí ve městě a okolí a z toho plynoucí omezení kupní síly obyvatel.	
5) Absence úřadů vyššího typu a státních institucí, obvyklých u měst srovnatelné velikosti. To zapříčiňuje malou možnost přímého a rychlého vyřizování potřebných náležitostí, menší zakázky pro místní služby, citelný úbytek pracovních příležitostí.	
6) Špatná image města, jako vhodného prostředí pro podnikání a turistiku	
7) Malé prostory pro možnou výstavbu větších podniků	
8) Špatné dopravní možnosti dané podmínkami celého regionu (s výjimkou letecké dopravy) a to jak co se týče vlastní dopravy materiálů a zboží, tak i mobility pracovní síly	
9) Saturovaná kapacita pro služby místní úrovně.	
10) Malá organizovanost podnikatelů, absence jejich sdružení a organizací	
11) Ekonomický vývoj Havířova není soustavně sledován	

6 PORTÁLOVÝ SYSTÉM JAKO NÁSTROJ PODPORY PODNIKÁNÍ V MIKROREGIONU HAVÍŘOVA

Jak již bylo v kapitole 5.2.4. zmíněno, je prezentace podnikatelských subjektů a jejich činnostní pomoci sítě internet v poslední době stále více se rozvíjejícím trendem. Kvalitně zpracované internetové stránky jsou nedílnou součástí každého solidního podnikatelského subjektu. Je však značná část podnikatelů, zejména drobných podnikatelů a živnostníků, kteří si tento fakt neuvědomují, nebo mu nepřikládají reálný význam. V mnoha případech však nejsou ochotni, i vzhledem ke své ekonomické situaci, vynakládat nějaké úsilí na prezentaci své činnosti na internetu, zejména pokud by toto úsilí mělo být doplněno o navýšené náklady.

Ve své diplomové práci navrhuji vytvoření portálového systému, který by kromě základní vyhledávací funkce plnil rovněž funkci katalogu podnikatelské činnosti na území mikroregionu. Součástí tohoto systému bude provozování služby, která bude zájemcům ze strany podnikatelů zdarma poskytovat převod fyzických materiálů do formy internetových stránek a ty potom prezentovat v rámci katalogu portálu.

Tento portálový systém, financován z veřejných zdrojů, tak bude sloužit jako efektivní nástroj podpory podnikání v tomto regionu.

6.1 Základní charakteristiky projektu portálového systému

6.1.1 Služby projektu

- vyhledávání internetových prezentací subjektů působících v regionu
- výroba jednoduchých internetových prezentací podnikatelům na základě registrace a doložení potřebných materiálů

6.1.2 Podporovaný segment

Projekt portálového systému bude sloužit k podpoře informačních toků mezi těmito subjekty.

- Podnikatelé působící v regionu
- Potencionální zákazníci a obchodní partneři

6.1.3 Zřizovatel projektu

Zřizovatelem a provozovatelem projektu bude Magistrát města Havířova.

6.1.4 Časový harmonogram

Projekt bude realizován v průběhu let 2006 a 2007 dle časového harmonogramu uvedeného v příloze č. I.

6.2 Cíle projektu

Stanovované cíle lze dle jejich časového zaměření rozdělit na strategické, taktické a operativní. Z pohledu tohoto projektu jsou v rámci cílů operativních zařazeny i cíle taktické. Pro snadnější naplnění a kvalitní monitoring plnění cílů, je dobré řídit se při jejich stanovování (pokud je to možné) základním pravidlem formulace cílů, pravidlem „SMART“. Stanovené strategické cíle mají určovat budoucí vývoj projektu spíše, než konkretizovat jednotlivé kroky. To je naopak úkol cílů operativních, pomocí kterých dochází k naplnění vymezené strategie. Je zřejmé, že u projektu tohoto druhu budou stanovovány zejména cíle z kategorie operativních.

6.2.1 Vize projektu

Vizi strategie podpory podnikání v regionu je v horizontu nejbližších deseti let **vytvořit efektivní soubor nástrojů podpory podnikání a jejich pomocí dosáhnout zvýšení ekonomického růstu tohoto regionu.**

Vizi projektu portálového systému je **začlenit tento nástroj podpory podnikání mezi stabilní prostředky sloužící ke zvýšení ekonomické efektivity podnikatelů na území statutárního města Havířova a jeho přidružených obcí.**

6.2.2 Strategické cíle

Tabulka č. 6.1 Strategické cíle projektu

Cíl	Specifikace cíle	Termín	Zodpovědnost
1. Zprovoznění portálu podporující podnikání	Zajištění veškerých náležitostí nezbytně nutných k zprovoznění portálu; vyčlenění finančních a lidských prostředků; zajištění naplnění databáze.	12/2007	MmH
2. Začlenění portálu do komplexní strategie podpory podnikání regionu	Stanovení vazeb mezi portálovým systémem a dalšími prvky podpory podnikání; vytvoření systému monitoringu;	2007-2010	MmH
3. Udržení tohoto nástroje podpory coby pevného prvku portfolia systému podpory podnikání v regionu	Využívání vzájemných vazeb mezi portálem a ostatními prvky podpory, zahrnutí výstupů z monitoringu statistických dat plynoucích z provozu portálu mezi zdroje tvorby dalších strategií apod.	2008-2012	MmH

6.2.3 Operativní cíle

Tabulka č. 6.2 Operativní cíle projektu

	Cíl	Specifikace cíle	Termín	Zodpovědnost
A	1.1. Vytvoření komise pro ekonomický rozvoj	Zvolit jednotlivé členy komise z pracovníků MmH, odborů Ekonomického, Územního rozvoje, Organizačního a Kanceláře primátorky	08/2006	Tajemník MmH
B	1.2 Shrnutí veškerých požadavků na systém	Ve spolupráci s Hospodářskou komorou České republiky stanovit konečné požadavky na portálový systém	12/2006	Ekonomická komise, Hospodářská komora
C	1.3 Výběr dodavatele softwaru a rozšíření hardwarového vybavení	Výběr dodavatele softwarového řešení portálového systému, rozšíření odpovídajícího hardwarového vybavení dle stanovených požadavků. Nábor nových pracovníků .	2/2007	RmH
D	1.4 zahájení provozu portálu	Zahájení provozu portálového systému	5/2007	MmH
E	1.5 Propagace	Propagace portálového systému soukromému sektoru a veřejnosti, využití Radničních Listů, Internetových stránek města, Teletextu města na TV Prima, přímé kontaktování podnikatelů	3/2007	KP, MmH-ORG, Hospodářská komora,
F	2.1 Standardizace monitorovacích ukazatelů	Stanovení monitorovacích ukazatelů portálového systému, vymezení vazeb mezi těmito ukazateli a ostatními sledovanými údaji (Strategický plán města, Evidence Živnostenského úřadu)	12/2006	Ekonomická komise, Hospodářská komora
G	2.2 Monitoring statistických dat	Zahájení monitoringu statistických ukazatelů (počet subjektů v databázi, rychlost růstu počtu, návštěvnost, nejčastěji vyhledávané pojmy, atd.)	Trvale od 4/2007	MmH-ORG
H	2.3 Vyhodnocování monitoringu	Vyhodnocování sledovaných údajů, podávání pravidelných zpráv (včetně grafické podoby)	Měsíčně od 4/2007	MmH-ORG
I	3.1 Aktualizace systému	Na základě monitoringu navrhnout inovační prvky v portálovém systému a strategických dokumentů města.	Trvale od 4/2007	Ekonomická komise

Vzhledem k faktu, že navrhovaný portálový systém by měl co nejlépe reagovat na požadavky jeho uživatelů, je nezbytně nutné zamyslet se nad jejich strukturou. Z předchozího rozdělení a dle prvotní myšlenky systému, se bude jednat spíše portál, který bude zprostředkovávat transakce typu B2C. Kromě malých a středních podnikatelů, na které bude projekt přímo zaměřen se bude samozřejmě týkat i potenciálních spotřebitelů – občanů regionu a v ideálním případě nejen jich. V neposlední řadě zde vystupuje Magistrát města Havířova, který zajišťuje chod celého projektu.

6.3 Segment č.1 - Živnostníci a drobní podnikatelé

Primárním segmentem, na který bude podpora a tedy i celý systém zaměřen, bude segment živnostníků a drobných podnikatelů. V první řadě se bude jednat o ekonomické subjekty působící v Havířově a jeho přidružených obcích – Albrechticích, Horní Suché, Horních Bludovicích a Těrlicku. Ekonomická existence těchto podniků je často přímo závislá na stabilitě zákazníků. Vesměs se jedná o podnikatele provozující svou činnost v jediné provozovně a nemají tedy své portfolio aktivit rozděleny mezi více lokalit, či činností. Tyto subjekty často nedisponují ani kvalitním přístupem k informacím o potenciálních zákaznících nebo dodavatelích.

Nejčastějším problémem těchto společností však je jejich nedostatečná propagace. Majitelé si sice tento fakt vesměs uvědomují, avšak vidina nutnosti vynaložení větší míry nákladů na tuto propagaci, je od snahy propagovat svou živnost komerčními prostředky odrazuje. V některých případech si tyto prostředky propagace – např. internetové stránky- vytváří svépomocí, ale když se podaří zajistit jejich dobrou kvalitu, jen v minimálním počtu případů se podaří tyto stránky propagovat. Existence podobného přístupu u velkých společností není pravděpodobná a v drtivé většině případů podobnou podporu nepotřebují.

Mezi malými a středními podnikateli však často obecně panuje poměrně značná podezřivost k nabízené pomoci. Je vesměs způsobená jakýmsi přirozeným, do jisté míry

však opodstatněným, skepticismem vůči podpoře podnikání ze strany veřejných institucí. Proto je velmi důležité, aby projektu podpory podnikatelů formou veřejného portálového systému předcházela masivní propaganda.

6.3.1 Předpokládaná struktura segmentu č.1

Předpokládaná podpora se nebude vztahovat pouze na podnikatele působící v samotném Havířově, ale i na jeho přidružené obce. Počet subjektů působících v obcích podporovaného regionu zobrazuje následující tabulka.

Tabulka č. 6.3 Ekonomické subjekty v regionu dle odvětví [19]

Odvětví	Výroba	Služby
Obec		
Havířov	2423	10295
Albrechtice	100	379
Horní Bludovice	83	183
Horní Suchá	174	452
Těrlicko	155	539

6.3.2 Požadavky segmentu č.1

K hlavním požadavkům tohoto segmentu uživatelů patří zejména :

- Finanční nenáročnost – tito uživatelé vesměs nejsou ochotni vynakládat finanční prostředky na pořízení internetové prezentace své živnosti.
- Jednoduchost vstupu – cílem projektu je naplnit databázi co největším počtem subjektů, čili vstupní procedury musí probíhat co nejjednodušeji.

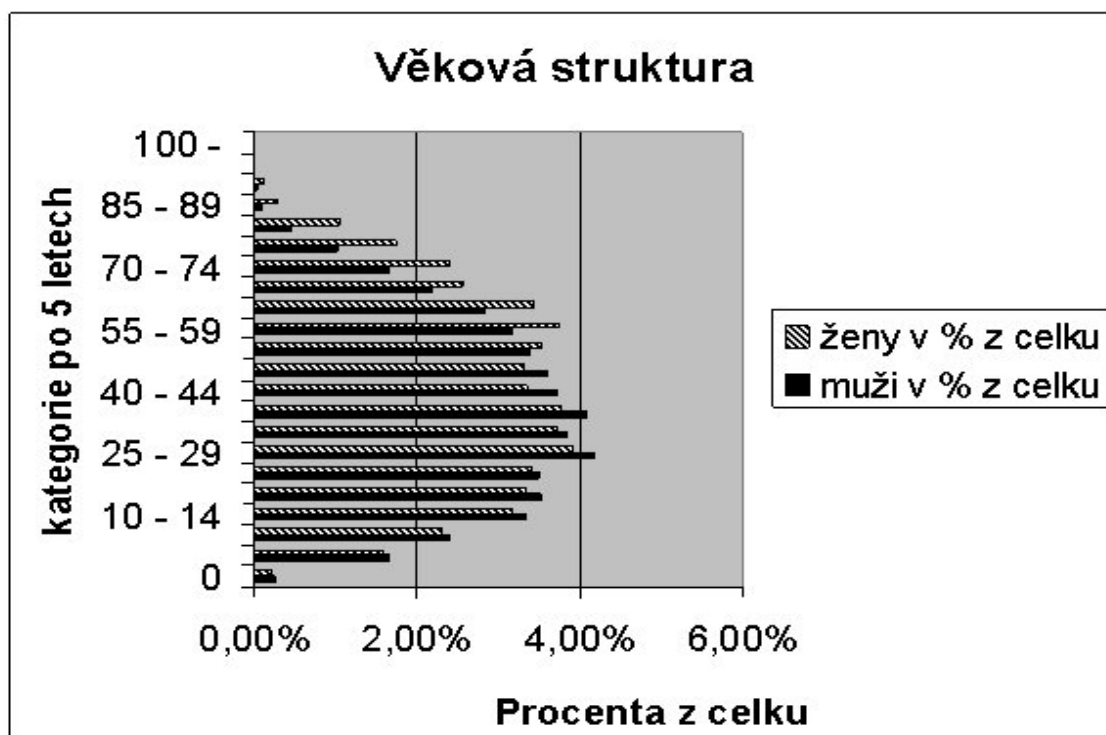
6.4 Segment č. 2 - Spotřebitelé

Zákazníci, odběratelé a spotřebitelé jsou dalším výrazným segmentem, na který bude systém zaměřen. Protože subjekty, prezentující své výrobky a služby v systému budou svou činností působit především v regionu Havířova, budou tvořit jejich zákazníky především jeho obyvatele. Vzhledem i k demografické struktuře obyvatel bude velice důležité, aby byl systém a orientace v něm nastavena na co nejjednodušší nejpřehlednější úroveň. Konkrétně to znamená vytvořit velmi přehlednou a uživatelsky přátelskou strukturu systému, zakomponovat do něj kvalitní fulltextový vyhledávač a sestavit katalogový strom odpovídající charakteru dat v databázi.

6.4.1 Předpokládaná struktura segmentu č.2

Struktura regionu vykazuje oproti jiným regionům v České republice několik hodnot, které se vymykají celorepublikovému průměru. V první řadě se jedná, jak již bylo zmíněno, o region s obrovskou hustotou obyvatel. Dále je zde výrazná nezaměstnanost (v březnu roku 2006 to činilo 20,9 % oproti celorepublikovému průměru, který činí cca 9 %). Vývoj průměrného stáří obyvatelstva má rovněž jako ve zbytku republiky výrazně rostoucí trend, avšak v tomto regionu je tento fakt ještě akcelerován značnou migrací mladých občanů do „životně prestižnějších“ regionů České republiky.

Dle průzkumu „Sčítání lidu“ prováděného v roce 2001 Českým statistickým úřadem, se přihlásilo k vlastnictví PC s připojením k síti Internet 1838 domácností zahrnujících 5 921 osob což odpovídá 7 % občanů města. Vzhledem ke stáří těchto dat a vzhledem k nárůstu možností opatřit si kvalitní připojení k síti internet nejen pro domácnosti, ale soukromé subjekty, lze předpokládat, že počet osob užívajících internet se výrazně zvýšil. Rovněž přibylo díky politice vlády a místních samospráv počet PC s možností přístupu na internet ve školách, knihovnách, městských úřadech apod.



Obrázek č. 6.1 Věková struktura obyvatel regionu. [27]

6.4.2 Požadavky segmentu č.2

- Dostupnost dat – uživatelé budou chtít získat rychle a zdarma co nejvíce dostupných dat o co největším počtu subjektů.
- Aktuálnost dat
- Jednoduchost – rovněž pro tento segment uživatelů je důležitá jednoduchost práce s portálem.

6.5 Segment č.3 - Provozovatel – Statutární město Havířov

Statutární město Havířov respektive jeho magistrát bude zřizovatelem a provozovatelem celého systému. Orgány města budou mít plný přístup do databáze systému a získaná data budou dále používat nejen pro další rozvoj tohoto systému, ale rovněž pro rozvoj komplexní strategie ekonomického rozvoje města, potažmo celého regionu. Databáze vkládaných dat tedy musí být pro tyto účely snadně užívaná, s jednoduchým pořizováním exportů pro další statistická vyhodnocení.

6.5.1 Předpokládaná struktura segmentu č.3

Struktura segmentu č.3 je dána organizačním řádem Magistrátu města Havířova. Ten je navrhován tajemníkem MmH a schvalován Radou města Havířova. MmH tvoří primátor, náměstci primátora, tajemník magistrátu a zaměstnanci města, kteří jsou zařazeni do magistrátu.

MmH je členěn na odbory a oddělení. Postavení odboru ve smyslu zákona mají též odborné útvary magistrátu s jiným názvem než odbor, stanoví-li tak zvláštní zákon (např. stavební úřad aj.). Odbory se mohou členit na oddělení. V rámci magistrátu mohou vznikat oddělení, která nejsou začleněna do žádného odboru. [17]

Magistrát města Havířova je členěn na tyto odbory:

- odbor místního hospodářství a dopravy (OMHD)
- odbor právních služeb (OPS)
- odbor správy a rozvoje majetku města (OSRM)
- odbor organizační (ORG)
- odbor životního prostředí (OŽP)
- odbor územního rozvoje (OÚR)
- odbor vnitřních věcí (OVV)
- odbor školství a kultury (OŠK)
- stavební úřad (SÚ)
- ekonomický odbor (EO)
- odbor sociálních věcí (OSV)
- živnostenský úřad (ŽÚ)

Samostatná oddělení MmH

- kancelář primátora (KP)
- oddělení kontroly (KON)

Magistrát města Havířova disponuje kvalitním technickým zázemím pro provoz veřejného internetového portálu. Správa technického vybavení magistrátu spadá pod organizační odbor. Ten v současnosti zajišťuje chod oficiálního portálu města www.havirov-city.cz.

Obhospodařováním agendy územního plánování, tvorbou strategických dokumentů města-regionu a tvořením rozvojových projektů se zabývá odbor územního rozvoje Magistrátu města Havířova. Jeho pracovníci mimo jiné monitorují stav ekonomického rozvoje regionu města Havířova, shromažďují dostupné statistické údaje této oblasti zejména z důvodů jejich použití pro stanovení dalšího směru podpory podnikání a tím i rozvoje celého regionu.

6.5.2 Požadavky segmentu č. 3

Tento segment vyžaduje od portálového systému a jeho databáze zejména:

- možnost tvorby kvalitních exportů dat z databáze
- hardwarovou nenáročnost systému
- ekonomiku provozu – zřízení a provoz systému bude kryt z prostředků Magistrátu města a proto je pro tento subjekt velmi důležité, aby investované prostředky byly využity co nejefektivněji

7 PORTÁLOVÝ SYSTÉM DLE POŽADAVKŮ SEGMENTŮ

Na základě rozboru požadavků výše specifikovaných subjektů a dle vize celého projektu podpory podnikání pomocí zprostředkování prezentací na portálovém systému, lze stanovit stavební kameny tohoto portálu. Na základě těchto požadavků lze stanovit vlastnosti a opatření, kterými by měl plánovaný portálový systém disponovat. Rovněž ale je nutné, zamyslet se nad takovými vlastnostmi systému, které subjekty daného segmentu přímo nevyžadují, nicméně je pravděpodobné, že jejich absence by plánovanému použití portálového systému škodila.

7.1 Obecné vlastnosti systému

Obecné vlastnosti systému jsou takové vlastnosti a postupy, které jsou vědomě, či nevědomě vyžadovány všemi uživateli tohoto systému, nebo nutně slouží k zajištění kvalitního chodu celého portálového systému. Primárně lze k těmto vlastnostem řadit takové náležitosti, jako jsou přehlednost a jednoduchost systému, obecné povědomí o samotné existenci portálu a výhodách jeho používání apod.

7.1.1 Přehlednost a uživatelská přátelskost

Základními premisami portálu bude jeho přehlednost a „přátelský“ přístup k jeho uživatelům. K tomuto účelu bude přizpůsobena již hlavní stránka portálu (viz níže organizační schéma), která kromě vyhledávacího okna, bude obsahovat přehledně seřazený katalog produktů a služeb obsažených v katalogu. U každé položky a u každé úrovně katalogu bude uvedeno, kolik subjektů je reálně v dané sekci databáze systému prezentováno.

Funkce vyhledávání bude obsahovat tyto nástroje:

- Fulltextové vyhledávání v celé databázi
- Vyhledávání podle firem
- Vyhledávání podle služby
- Vyhledávání podle produktů

Dále bude uživateli nabídnuto vyhledávání pomocí již zmiňovaného katalogového stromu, který bude odpovídat víceméně standardizované podobě známé z komerčních vyhledávacích portálů provozovaných v České republice.

Protože lze předpokládat, že mezi uživatele portálu bude patřit i skupina laických uživatelů, bude na hlavní stránce portálu k dispozici průvodce, který tyto uživatele provede procesem vyhledávání v systému. Rovněž bude systém disponovat kvalitní nápovědou.

7.1.2 Rovnoprávnost

Na rozdíl od komerčních portálů, bude základní filozofií tohoto systému zajistit pokud možno co největší rovnoprávnost mezi všemi uživateli portálu. Zejména se jedná o rovnoprávnost mezi podnikatelskými subjekty prezentujícími své služby nebo produkty v databázi portálu. V případě, že ve výsledcích vyhledávání bude k dispozici odkaz na více než jeden subjekt, budou tyto seřazeny náhodně. Tedy nikoli abecedně, nebo na základě úplatného upřednostňování. Toto pravidlo bude platit pro veškeré druhy vyhledávání v systému, tedy včetně použití katalogového stromu.

7.1.3 Publicita

Jelikož lze, na základě dřívějších zkušeností a obecného povědomí, předpokládat vysokou míru skepticismu vůči projektům podpory podnikání ze strany veřejných institucí, je velmi žádoucí, aby tato forma podpory byla hojně propagována veškerými dostupnými prostředky. V první řadě se bude jednat o prostředky z finančního hlediska nejdostupnější, čili prostředky, které mohou být nalezeny ve vnitřních zdrojích provozovatele systému – magistrátu města Havířova. Tato instituce k prezentaci své činnosti používá několik druhů prostředků, které mohou být využity k prezentaci nového nástroje podpory podnikání zdarma v rámci fixních nákladů.

K použitým prostředkům propagace budou patřit:

- Internetové stránky města www.havirov-city.cz
- Měsíční periodikum „Radniční listy“
- Informační tabule ve foyer budovy magistrátu
- Úřední deska
- Tiskové zprávy
- Teletextová prezentace města na teletextu TV NOVA (str.661,662)
- Nástěnky v budově magistrátu města
- Tiskové zprávy
- Letáky

Náklady na propagaci nového systému podpory podnikání pomocí těchto prostředků budou hrazeny z fixních plateb za pronájem, provoz, nebo údržbu těchto prostředků. Jejich využitím pro potřeby propagace portálu tedy nevzrostou výrazným způsobem náklady na jejich provoz.

K oslovení většího počtu subjektů však lze použít další způsoby, ke kterým se řadí:

- Využití reklamních spotů v regionálních televizích a rádiích
- Zasílání informačního dopisu adresovaných podnikatelům, působícím v havírovském regionu
- Uspořádání konference na téma seznámení s portálem a výhodách jeho využívání

Použití těchto prostředků propagace již však nelze zcela zajistit v rámci vnitřních zdrojů magistrátu města a bude nutné vyčlenit odpovídající sumu finančních prostředků na jejich výrobu, nákup, pronájem.

Výše skutečných nákladů vynaložených na propagaci systému je však závislá na konkrétních kalkulacích a rozhodnutích provozovatele systému. Magistrát města Havírova v současné době disponuje vlastními, dostatečně kvalitními, nástroji komunikace s podnikateli a veřejností, čili v prvotní fázi provozu systému bude postačující využití těchto zdrojů.

Propagace portálového systému bude rozdělena do tří úrovní dle následující tabulky.

Tabulka č. 7.1 Etapizace propagace portálového systému

Etapa	Cíl etapy	Oslovovaný segment	Použité prostředky	Doba trvání
I.	Naplnit databázi daty, seznámit podnikatele se systémem a výhodami jeho používání.	Podnikatelé a firmy působící v regionu	Přímo adresované dopisy, Prezentace na podnikatelských fórech, webové stránky, Letáky, Radniční Listy	Od 3/2007 do 12/2007
II.	Přilákat dostatečný počet uživatelů systému, seznámit široké okolí se systémem a jeho výhodami	Občané regionu a okolí	Radniční listy, teletext, letáky, úřední deska, webové stránky	Od 3/2007 do 12/2007
III.	Zvyšování návštěvnosti portálu	Občané a podnikatelé	Všechny použitelné prostředky	Trvale po ukončení etap I. a II.

7.2 Navrhované vlastnosti systému dle požadavků segmentu č. 1

Dle analýzy segmentu č. 1 - živnostníci a drobní podnikatelé – bylo v kapitole 6.1.2 vyjádřeno několik základních požadavků tohoto segmentu. K hlavním požadavkům segmentu patří finanční nenáročnost a jednoduchost prezentování dat.

7.2.1 Vkládání dat do systému

Registrace a vkládání dat do systému bude probíhat na základě vyplnění povinných a několika nepovinných údajů. K povinným údajům budou patřit zejména: Název subjektu, obor činnosti, adresa provozovny nebo sídla, kontaktní údaje apod. viz příloha č I. Registrační formulář. K nepovinným údajům mohou žadatelé přiložit například podrobný popis a charakteristiku nabízených služeb a výrobků, fotodokumentaci, reference apod. Pokud žadatel již disponuje vlastními internetovými stránkami, je samozřejmostí, že bude zveřejněn i odkaz na tyto stránky.

Požadované údaje mohou zájemci o webovou prezentaci na tomto portálu podávat několika způsoby:

- Pomocí on-line registrace, jakou nabízejí ostatní portály podobného zaměření
- Zasláním e-mailu se žádostí o registraci a přiložením potřebných náležitostí
- Osobní doručení vyplněného formuláře a příloh na sběrný bod vytvořený v prostorách Magistrátu města Havířova
- Zaslání poštou doporučeně na podatelnu Magistrátu města Havířova

Protože základní myšlenkou celého projektu je předpoklad, že účastníci systému ze strany živnostníků a drobných podnikatelů nejsou, ve značném počtu případů, schopni si sami zajistit si internetovou prezentaci své společnosti, portfolia služeb nebo výrobků, je nezbytně nutné pomoci těmto subjektům k tvorbě a zveřejnění těchto prezentací. Proto bude systém umožňovat i vkládání dat v tištěné podobě. Vyčleněný pracovník magistrátu pak veškeré předložené materiály žadatele posoudí dle zařazení do systému, zajistí převedení těchto dat do elektronické podoby, vytvoří standardizovanou webovou prezentaci subjektu a tu následně začlení do systému.

7.2.2 Finanční nenáročnost

V prvotní fázi realizace projektu budou veškeré náklady spojené se zřízením a provozem portálu hrazeny z prostředků Magistrátu města Havířova. Ten nebude za své služby požadovat po uživatelích portálu žádné poplatky. Tato strategie je volena zejména z důvodu získání přízně místních podnikatelů a odstraňování jakýchkoli vstupních bariér. Vzhledem k předpokládané finanční nenáročnosti projektu nebude nutné, ani po naplnění databáze informacemi o podnikatelských subjektech na území regionu, zpoplatňovat jakékoli služby tohoto portálu.

Tento přístup pomůže získat nejen nové uživatele portálových systémů, ale může přilákat i subjekty, které již svou webovou prezentací mají a nehodlají se registrovat do další databáze. Absence jakýchkoli poplatků tak může být, i přes značné pochyby o váze ceny – coby prostředku konkurenční výhody, významným „lákadlem“ pro potenciální uživatele.

7.3 Navrhované vlastnosti systému dle požadavků segmentu č. 2

Druhým vyčleněným segmentem systému, na který bude podpora zaměřena budou jeho uživatelé-spotřebitelé. Z jejich pohledu je nejdůležitější-nejužitečnější vysoká kvalita a kvantita dat v databázi a jednoduchost obsluhy systému.

7.3.1 Kvalita a kvantita dat

Má-li být vyhledávací portálový systém konečnému uživateli užitečný, je nezbytně nutné, aby ve své databázi obsahoval pokud možno co nejvyšší procento všech ekonomických subjektů, reálně působících na území havířovského regionu. Rovněž veškerá data prezentována v systému musí být průběžně aktualizována, nejen z důvodu důvěryhodnosti systému, ale rovněž i jeho praktické použitelnosti.

Kromě údajů, které budou standardně vyžadovány po organizacích při jejich registraci, budou uživatelé portálu k dispozici i nepovinné informace. V tomto případě mohou být uživatelé zobrazeny například fotografie provozovny, včetně jejího zobrazení na mapě města, výpis otevírací doby, reference, odkaz na původní internetové stránky, a pod..

7.3.2 Snadné vyhledávání

Jak již bylo v kapitole 7.1.1 řečeno, je velmi žádoucí (i s ohledem na demografickou strukturu uživatelů analyzovanou v kapitole 6.4), aby byl způsob práce s portálem a vyhledávání dat v něm obsažených co nejjednodušší a nejpřesnější. Fulltextové vyhledávání bude v rámci celé databáze s tím, že budou zobrazeny v první řadě ty subjekty, které mají hledaný výraz přímo mezi hlavními obory činnosti (viz formulář), dále budou zobrazeny subjekty, u kterých je hledaný výraz mezi doprovodnými činnostmi. Kvůli zachování spravedlnosti při prezentaci výsledků vyhledávání bude zachováno pravidlo náhodného pořadí zobrazovaných organizací.

Samozřejmostí bude možnost snadného převedení zobrazených výsledků do formátu vhodného pro tisk. Převedení bude možno uskutečnit v posledních dvou nejpodrobnějších úrovních vyhledávání, čili v zobrazení vlastností informací o konkrétním subjektu a zobrazení všech subjektů působících v dané kategorii katalogu.

7.4 Navrhované vlastnosti systému dle požadavků segmentu č. 3

Organizace, které v rámci své činnosti organizují a provádějí akce sloužící k podpoře podnikání, patří do posledního zkoumaného segmentu projektu podpory podnikání pomocí portálového systému. V současné době tuto funkci však na území regionu vykonává pouze Magistrát města Havířova.

Požadavky tohoto segmentu jsou na rozdíl od segmentu č.1 a č.2 poněkud odlišné, neboť vystupuje „z druhé strany“ systému. Funguje jako jeho tvůrce, musí mapovat veškeré možné způsoby inovace systému a to plynoucí nejen z vlastních zdrojů, ale rovněž od uživatelů segmentu č.1 a č.2 .

K tomuto účelu je nutné stanovit způsoby průběžného získávání monitorovacích ukazatelů sloužících jako zdroj dat nejen pro návrh nových inovací portálového systému, ale celé strategie podpory podnikání v regionu.

7.4.1 Monitoring

Monitoring chodu systému bude prováděn trvale, s tím, že bude pravidelně, ve čtvrtletních intervalech podávána zpráva shrnující současný stav a vývoj monitorovacích ukazatelů. Tuto zprávu budou podávat veškeré orgány činné v rámci systému monitoringu. Zprávy bude vyhodnocovat v rámci Magistrátu města Havířova odbor územního rozvoje (viz organizační schéma systému).

Základní monitorovací ukazatele, které budou pravidelně sledovány:

- Počet registrací a jejich přírůstky
- Složení registrovaných uživatelů systému
 - Velikost subjektů
 - Obor podnikání dle OKEČ
- Podrobná statistika návštěvnosti portálu
- Nejčastěji vyhledávané pojmy ve fulltextu
- Nejčastěji vyhledávané pojmy v katalogu

Pro potřeby monitoringu bude odpovídat rovněž forma exportů statistických dat. Veškerá data budou zpracovávána do formy spustitelné a upravovatelné pomocí MS ACCESS případně MS EXCEL, kvůli jejich další úpravě. Další monitorovací ukazatele budou stanoveny na základě jejich potřeby.

7.4.2 Finanční nenáročnost

Podpoře podnikání ze strany organizací typu magistrátu města Havířova není často věnována vedením těchto organizací patřičná důležitost. Je to způsobeno především skutečností, že prostředky vynaložené na tuto podporu nejsou z krátkodobého hlediska rentabilní. Rovněž ve vedení organizací působících v komunální sféře často působí přesvědčení, že obec takovouto činností z vlastních prostředků „supluje“ úlohu státu, který má z ekonomické prosperity podnikatelských subjektů působících v České republice největší prospěch.

V prvotní fázi budou náklady na zřízení a provoz systému kryty výhradně z prostředků vymezených v rámci rozpočtu města. Kvůli zvolené strategii poskytovat veškeré služby uživatelům portálu zdarma, nelze počítat ani s částečným krytím nákladů z financí získaných za poskytnutí prostoru na síti, nebo za upřednostňování v listině odkazů. Ke snížení variabilních nákladů spojených s provozem portálu bude tato služba provozována výhradně v rámci interních zdrojů Magistrátu města Havířova. Bude proto provedena revize lidských zdrojů a IT vybavení. Na základě této revize pak bude navrženo dovybavení organizace dalšími pracovníky, nebo softwarovým a hardwarovým materiálem.

8 ORGANIZACE PORTÁLOVÉHO SYSTÉMU

8.1 Forma prezentací firem

8.1.1 Vkládání dat

Způsob vkládání dat o podnikatelských subjektech do portálu bude probíhat dle prostředků popsaných v kapitole 7.2.1. Při použití fyzické cesty dojde po předání řádně vyplněného registračního formuláře (viz příloha č.I) a nepovinných příloh k převedení těchto materiálů do elektronické podoby a následně k jejich prezentaci na vlastních internetových stránkách a v katalogu.

8.1.2 Vzhled prezentací

Prezentace jednotlivých subjektů budou mít jednoduchou a přehlednou formu. Budou tvořeny jednou stránkou, na které budou nejzákladnější údaje o firmě získané při registraci. Tato data budou v ideálním případě doplněny o fotografie exteriéru a interiéru provozovny. Na stránce bude umístěn odkaz na zobrazení adresy provozovny nebo sídla na mapě města pomocí využití serveru www.mapy.cz. Pokud bude subjekt disponovat vlastními internetovými stránkami, bude umístěn odkaz rovněž na tyto stránky.

Předpokládaný vzhled prezentace je součástí přílohy č. III. Konečné schéma organizace, nebo grafické zpracování stránek bude však záležet na výsledku spolupráce s dodavatelem softwaru.

8.1.3 Přístup k prezentacím

Přístup uživateli/návštěvníkovi na konkrétní stránku bude umožněn buď to přímo zadáním adresy do internetového vyhledávače (např. Firefox Mozilla, Microsoft Explorer, Opera) ve tvaru <http://www.portal.havirov-city.cz/jmenofirmy.htm> nebo skrze „mateřský“ portál zřízený na internetové adrese www.portal.havirov-city.cz.

8.1.4 Aktualizace dat

Aktualizace dat zveřejňovaných na stránkách jednotlivých subjektů bude probíhat průběžně na základě jejich iniciativy. Pokud však nebude ze strany podnikatelů projeven zájem o aktualizaci svých stránek v intervalu delším než 12 měsíců, budou telefonicky vyzváni k potvrzení pravosti prezentovaných údajů. Pakliže nebudou reagovat ani na tuto výzvu a bude-li pravděpodobné, že prezentovaná data nejsou aktuální, bude tento subjekt z databáze odstraněn z důvodu zachování důvěryhodnosti celého portálu.

8.2 Technické vybavení a software

8.2.1 Technické vybavení

Vlastní systém bude umístěn na stejném serveru, který je používán k internetové prezentaci Magistrátu města Havířova. Nebude tedy nutné zřizovat vlastní server portálu. Na základě vývoje systému a softwarových požadavků bude navrženo rozšíření stávajícího hardwarového vybavení. Před předpokládaným zprovozněním systému však bude zapotřebí vybavit odbory MmH, které budou zabezpečovat chod celého systému, odpovídajícím vybavením.

Pro potřeby převádění dat vyplněných ve formuláři do elektronické podoby bude zakoupena sestava PC a skener formátu A4. Rovněž bude přidělena kancelář pro styk s veřejností s odpovídajícím kancelářským vybavením. Podrobnější rozpis technického vybavení a předpokládané náklady na jeho pořízení zahrnuje kapitola 8.5.1 této diplomové práce.

8.2.2 Software

Základní software bude nakoupen u dodavatele, vybraného na základě výběrového řízení. Jedním z cílů této práce je připravit charakteristiku portálového systému a následně, dle těchto nároků, klást požadavky na potencionální dodavatele. Bude poptáván základní systém - databáze, umožňující snadný přístup uživatelů a správců. Registrace subjektu, předání vyplněného formuláře a nepovinných příloh bude probíhat cestami popsány v kapitole 7.2.1.

8.2.3 Webhosting

Portálový systém bude umístěn v rámci internetových stránek města Havířova. K tomuto účelu je v současné době využít pronájem webhostingu u společnosti Český Telecom, a.s. . Magistrát města Havířova disponuje pro své účely pronajmutým prostorem o velikosti 1 Gb. Tento prostor bude však z důvodů instalace portálu a naplnění databáze rozšířen na 5 Gb. Při předpokládané velikosti jedné prezentace maximálně 2Mb bude toto množství, tedy 4Gb navíc postačovat pro cca 2000 prezentací. Toto množství je pro počáteční fázi projektu více než postačující. Další rozšiřování pro prezentace bude prováděno na základě reálné potřeby vzniklé odezvou uživatelů.

8.3 Lidské zdroje

Pro ideální fungování nejen tohoto systému ale i celé strategie podpory podnikání v regionu bude nezbytně nutné ustanovit koordinační orgán – ekonomickou komisi – která bude zajišťovat komunikaci mezi magistrátem města a podnikatelskou sférou v regionu. Z pohledu portálového systému bude komise navrhopvat např. kroky sloužící k rozšíření působnosti portálu nebo jeho využívání podnikateli.

Personál, zajišťující chod samotného portálového systému, bude dle svého zaměření a činnosti rozdělen do několika skupin.

8.3.1 IT personál

Personál, který se bude spravovat chod portálu z hlediska IS/IT bude zajištěn z vlastních zdrojů Magistrátu města Havířova. Chod veškeré výpočetní techniky obstarává organizační odbor pomocí svého oddělení informační techniky. Udržování vlastního chodu systému – aktualizace systému, komunikace s poskytovatelem webhostingu, bude zahrnuto pod správu internetových stránek města a personálu za tuto správu odpovědného.

Pro plnění náležitosti, spojených s registrací nových subjektů do systému, převodem materiálů do elektronické podoby a tvorbou internetových prezentací bude vytvořena nová pracovní pozice. Pro tento účel by bylo vhodné, i z hlediska minimalizace celkových nákladů, využít programu zaměstnávání absolventů ve spolupráci s Úřadem práce v Karviné.

8.3.2 Vývojový personál

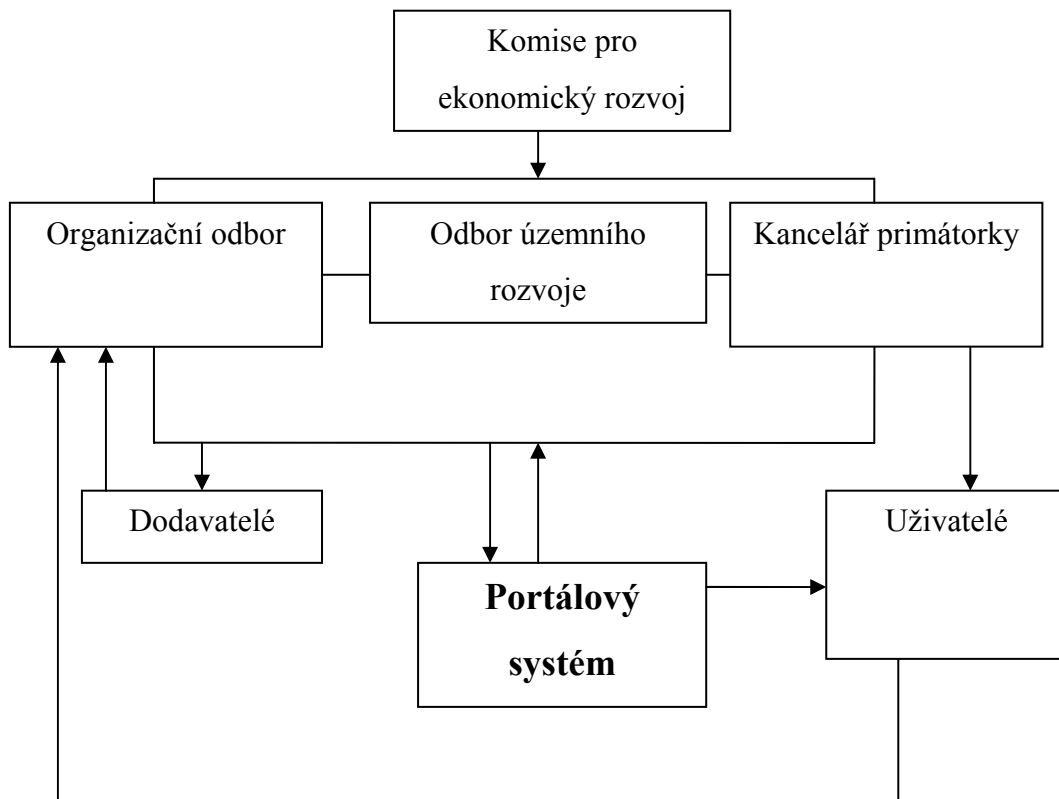
Vývoj portálového systému včetně jeho začleňování do celého systému podpory podnikání bude probíhat v rámci činnosti odboru územního rozvoje Magistrátu města Havířova. Zaměstnanci tohoto odboru mají zkušenosti se sběrem a vyhodnocováním monitorovacích ukazatelů u strategických dokumentů. V jejich režii bude probíhat i sběr monitorovacích ukazatelů portálového systému, jejich následná analýza a tvorba další strategie obnovy systému. Tito pracovníci budou provádět i monitoring systému dle ukazatelů stanovených v kapitole 7.4.1.

8.3.3 Propagace

Propagaci systému, dle schématu popsaného v kapitole 7.1.3., bude zajišťovat Kancelář primátorky Statutárního města Havířova. Technicky bude propagace prováděna skrze pracovníky organizačního odboru a tiskového mluvčího MmH.

8.4 Organizační schéma portálu

Organizační schéma portálového systému (rozdělení pravomocí a odpovědnosti, spravování jednotlivých složek systému) bude navazovat na organizační schéma magistrátu města Havířova popsaného v kapitole 7.4.1. této diplomové práce. Zapojení vnějších subjektů bude omezeno na dodavatelské služby, zejména pak v podobě dodávek softwarového vybavení a případných aktualizací.



Obrázek 8.1 Organizační schéma portálového systému.

Rozdělení náplní činností jednotlivých organizačních jednotek

8.4.1 Komise pro ekonomický rozvoj

Komise pro ekonomický rozvoj je zřízena na základě rozhodnutí Rady města Havířova. Ta rovněž volí jednotlivé členy komise.

Ve věci portálového systému komise:

- Zodpovídá za chod celého portálového systému. Rozhoduje o strategických změnách portálu, které zároveň koordinuje
- Je prostředníkem mezi členy správy portálového systému a Radou města.
- Zajišťuje vytvoření vazeb mezi portálovým systémem a komplexní strategií podpory podnikání v regionu.

8.4.2 Organizační odbor

Organizační odbor Magistrátu města Havířova vykonává samosprávné agendy civilní a požární ochrany města, spisovou a informační službu Magistrátu města Havířova a zabezpečuje jeho administrativní a technický chod. Rovněž zajišťuje výkon mzdové a personální agendy vůči zaměstnancům MmH, organizačních složek a jejich vzdělávání. Pro správu výpočetní techniky zahrnuje organizační odbor oddělení informatiky.

Z hlediska správy portálu organizační odbor zajišťuje:

- Instalaci a údržbu hardwarového a softwarového vybavení .
- Převod fyzických materiálů do elektronické podoby.
- Spolupráci s dodavateli služeb.
- Shromažďuje registrace a příložené materiály.
- Vytváří internetové prezentace registrovaných subjektů.

8.4.3 Odbor územního rozvoje

Tento odbor vykonává samostatnou působnost na úseku urbanistického a architektonického rozvoje města, v rámci odboru působí hlavní architekt města. Odbor územního rozvoje řeší rozvoj města v oblasti energetiky. Odbor územního rozvoje zajišťuje koncepční a rozvojové úkoly jednotlivých samosprávných činností města. Zpracovává podklady pro získání mimorozpočtových zdrojů.

Pro portálový systém odbor územního rozvoje bude:

- Monitorovat portálový systém, zajišťovat sběr výsledků ukazatelů a analyzovat je.
- Navrhovat aktualizace a změny s ohledem na vývoj struktury ekonomického prostředí regionu.
- Vypracovávat koncepce rozvoje systému .
- Zajišťovat mimorozpočtové zdroje kryjící náklady spojené s provozem portálového systému.
- Navrhovat směr a způsob propagace.

8.4.4 Kancelář primátorky

Oddělení kanceláře primátorky bude v rámci svého podílu na fungování portálového systému zajišťovat zejména agendu spojenou s oslovováním podnikatelské veřejnosti, hospodářské komory a občanů města. Ve spolupráci s tiskovou mluvčí bude zajišťovat:

- Tisk informačních letáků a jejich zveřejňování na nástěnkách v budově magistrátu, živnostenského úřadu apod.
- Vydávání propagačních materiálů.
- Tisk a rozesílání dopisů podnikatelům.

8.5 Předpokládané náklady projektu

Náklady projektu budou kryty z rozpočtu Magistrátu města Havířova. Podle svého určení budou rozděleny na pořizovací náklady a náklady provozní.

8.5.1 Pořizovací náklady projektu

Tyto náklady budou představovány zejména finanční částkou investovanou do nákupu odpovídajícího hardwarového, softwarového a vybavení . Výčet jednotlivých položek

nakupovaných pro zajištění počátku chodu portálového systému představuje následující tabulka:

Tabulka 8.1 Výčet předpokládaných pořizovacích nákladů projektu

Pořizovací náklady			
	číslo	položka	pořizovací cena v Kč
Technické vybavení	1	PC sestava (počítač, monitor, klávesnice, myš)	30 000 Kč
	2	Skener (barevný formát min. A4)	2 500 Kč
	3	Kancelářské vybavení (pracovní stůl, židle, pomůcky)	5 000 Kč
	4	Telefonní linka + aparát	2 000 Kč
	5	Rozšíření prostoru webhostingu (+ 4Gb) 3900,- Kč/rok	3 900 Kč
Software	6	Portálový systém (odhadovaná cena dle finálních požadavků projektu)	40 000 Kč
	7	Operační systém MS Windows XP Professional	3 500 Kč
	8	MS Office	6 900 Kč
	9	Grafický editor	5 000 Kč
Ostatní náklady	10	Tisk propagačních materiálů cca 2000ks	3 500 Kč
	11	Školení personálu	5 000 Kč
CELKEM			107 300 Kč

Kalkulace jednotlivých pořizovacích nákladů na projekt je z důvodů vzájemného překrývání se fixních a variabilních nákladů MmH značně problematická. Zejména náklady na pořízení softwarového vybavení, nemusí ve skutečnosti zcela korespondovat s údaji uvedenými v předchozí tabulce, neboť obnova softwaru je na MmH prováděna v pravidelných cyklech ne zcela závisle na aktuálně probíhajících projektech. Stejná situace panuje v případě pořizování kancelářského vybavení.

8.5.2 Provozní náklady projektu

Tabulka 8.2 Výčet předpokládaných ročních provozních nákladů projektu.

Provozní náklady			
	číslo	položka	cena v Kč/rok
Technické vybavení	1	Údržba kanceláře a vybavení	1 200 Kč

	2	Údržba hardwarového vybavení	500 Kč
	3	Rozšíření prostoru webhostingu (+ 4Gb)	3 900 Kč
	4	Telefonní linka + aparát	2 000 Kč
Ostatní náklady	5	Mzdové náklady	132 000 Kč
	6	Školení personálu	5 000 Kč
	7	Náklady na marketingovou podporu a propagaci	25 000 Kč
CELKEM			169 600 Kč

Stanovit přesnou výši provozních nákladů čistě na udržování chodu portálového systému je ze stejných důvodů jako u nákladů zřizovacích velmi problematické. Nejvyšší nákladovou položku tvoří mzdové náklady na pracovníka, který bude zajišťovat převod fyzických dokumentů do elektronické podoby a jejich úpravu do formy internetových stránek. Tyto náklady však mohou být sníženy již zmiňovaným využitím programu zaměstnávání absolventů ve spolupráci s havířovskou pobočkou Úřadu práce v Karvině.

8.5.3 Rentabilita projektu

Rentabilita projektů tohoto druhu, čili projektů podpory podnikání vytvářené a provozované v režii orgánů komunální sféry, je vždy problematická. V žádném případě zde nelze hovořit o přímé návratnosti investovaných finančních prostředků zpátky do rozpočtu města. Výhody plynoucí ze správně fungujícího systému podpory pocítí v první řadě samotní podnikatele a v přeneseném významu český stát formou vyššího příjmu s daní, úbytkem vyplacených podpor v nezaměstnanosti apod.

8.6 SWOT analýza projektu portálového systému

Tabulka 8.3 SWOT analýza projektu portálového systému

Silné stránky	Příležitosti
1) Projekt má přímý vliv na podnikatele a na podporu jejich ekonomické činnosti.	1) Navázání spolupráce s ostatními veřejnými nebo komerčními provozovateli portálových systémů

2) MmH poskytuje kvalitní technické a personální zázemí pro provoz portálu v rámci svých zdrojů	2) Spolufinancování projektu s prostředky EU nebo ministerstev ČR
3) Odpovídající vážnost MmH umožňuje dobrou záštitu nad touto formou podpory	3) Růst počtu registrovaných subjektů
4) Dispozice kvalitními a prověřenými možnostmi propagace portálu.	4) Rozšíření poskytovaných služeb a IT personálu na základě rostoucí poptávky
5) Vysoká kvalita prezentovaných dat	
Slabé stránky	Ohrožení
1) Nízké zkušenosti s provozem podobného druhu systému.	1) Nezáměr podnikatelské veřejnosti o spolupráci v rámci portálového systému
2) Zdlouhavost v procesu schvalování a rozhodování o financování projektů HmH.	2) Konkurence ze strany komerčních portálových systémů
3) Výrazná nerentabilita projektu z pohledu MmH.	3) Úbytek nových registrací
4) Růst přetížení personálu obstarávajícího chod projektu při zachování stávajících personálních kapacit	4) Přerušování kontaktů mezi podnikateli a provozovatelem portálu a tím způsobené zastarávání prezentovaných dat
5) Ve srovnání s komerčními portály nedisponuje plánovaný systém celorepublikovým záběrem ani kvantitou prezentovaných dat	5) Pokles zájmu politické reprezentace podporovat tento projekt

8.7 Kritické faktory úspěchu portálového systému

Tabulka 8.4 Kritické faktory úspěchu portálového systému

Kritické faktory úspěchu
Obecné povědomí o existenci portálu a jeho dobré renomé

Kvalita a kvantita prezentovaných dat
Správné zaměření portálu na potřebnou oblast
Uživatelská přátelskost a stabilita chodu portálu
Přizpůsobování prezentovaných dat na základě analýzy výsledků trvalého monitoringu
Trvalá přesně směřovaná propagace a marketingová podpora.

ZÁVĚR

K cílům diplomové práce, podrobně specifikovaných v jejím zadání nebo v úvodu teoretické a praktické části, patřilo podrobit zkoumání teoretické poznatky procesu strategického řízení, podpory podnikání a strategického rozvoje mikroregionů. Rovněž měly být analyzovány stavy podpory podnikání využitím portálových systémů, podpory podnikání v mikroregionu města Havířova. Tyto cíle byly splněny v rozsahu i kvalitě plně postačující svému hlavnímu určení, tedy sloužit coby teoretický základ praktické části diplomové práce, které rovněž byl přikládán největší význam.

Praktická část této diplomové práce se věnuje zejména návrhu projektu portálového systému sloužícího k podpoře malého a středního podnikání v mikroregionu Havířova. Zkoumá veškeré náležitosti spojené se zavedením a provozem portálu a analyzuje strukturu potencionálních uživatelů tohoto systému. V této souvislosti se zabývá i rozbohem zřizovatele a provozovatele portálu – Magistrátu města Havířova.

Projekt, zpracovaný v rámci této diplomové práce, může svou hloubkou a záběrem sloužit jako elementární materiál, pro další zpracování dílčích, detailních dokumentů konečného projektu portálového systému. Na základě výčtu náležitostí, které je třeba při realizaci projektu tohoto druhu zohlednit, lze vyvodit závěry o vhodnosti realizace takto nastaveného nástroje podpory podnikání. Hlubší analýza nastíněných finančních propočtů, SWOT analýzy, nebo výčtu kritických faktorů úspěchu projektu může vést ke zvolení variantního řešení podpory podnikání s tím, že ze stávajícího projektu budou využity pouze vybrané fragmenty.

Tato diplomová práce, respektive projektová dokumentace v této práci zpracována, bude předána kompetentním zástupcům Magistrátu města Havířova k posouzení své vhodnosti využití při stávajících podmínkách panujících v tomto regionu a v ideálním případě takto navrhovaný nástroj podpory podnikání realizován.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BASL, J. *Podnikové informační systémy*. Praha: Grada Publishing, 2002. 142s. ISBN 80-247-0214-2
- [2] BASL, J., NOVOTNÝ, O., POUR, J. *Aplikační software BAAN IV*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2000. 129s. ISBN 80-245-0038-8
- [3] BÉBR, R., DOUCEK, P. *Informační systémy pro podporu manažerské práce*. Kamil Mařík - Professional Publishing, 2005. 223 s. ISBN 80-86419-79-7
- [4] BECK, J., VEJMULA, S. *Dialog s počítačem*. Praha: SPN, 1989. 110 s. ISBN 80-04-23749-5
- [5] ČIPERA, J. *Strategické řízení*. [online] [cit. 2006-04-15]
http://www.systemonline.cz/site/rozeni_projektu/planova.htm
- [6] FIALA, P. *Řízení projektů*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2002. ISBN 80-245-0448-0
- [7] FRIEDEL, L. *Tvorba a řízení strategie* [online] [cit. 2006-05-04]
http://www.bestpractices.cz/modul.php?Action=Uvod&PRK_ID=8
- [8] HLAVENKA, J. *Internetový marketing*. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-498-2
- [9] KOCH, M. *Informační systémy a technologie*. Brno: Ing. Zdeněk Novotný CSc., 2002. ISBN 80-214-2182-7
- [10] *Koncepce podpory malého a středního podnikání* [online] [cit. 2006-05-03]
<http://www.mpo.cz>
- [11] KOZEL, R., PŘÁDKA, M., STEINOVÁ, M. *E-Marketing I. Začlenění internetu do podnikání Marketingový výzkum v prostřední internetu*. Ostrava: VŠB-TU, 2003. ISBN 80-248-0350-X
- [12] KRAJČÍK, V. *Strategie, řízení a modelování informačního systému RISA*. Praha: Národní ústav odborného vzdělávání, 2004
- [13] LEDNICKÝ, V. *Základy managementu*. Ostrava: Akademie Jana Ámose Komenského, 2000. 165s. ISBN 80-7048-017-3

- [14] Mapy České republiky [online] [cit.2006-03-15] Dostupné z WWW:
<http://www.mapy.cz>
- [15] MOLNÁR, Z. *Automatizované informační systémy*. Praha: ČVUT, 2000.
ISBN 80-01-02269-2
- [16] Národní programy podpory malého a středního podnikání s platností od roku 2006
[online] [cit. 2006-05-03] Dostupný z WWW:<<http://www.mpo.cz>>
- [17] Organizační schéma Magistrátu Města havířova [online] [cit. 2006-15-04]
Dostupný z WWW: <<http://www.havirov-city.cz>>
- [18] POUR, J. *Informační systémy a elektronické podnikání*. Praha: VŠE Praha, 2001,
221s. ISBN 80-245-0227-5
- [19] Registr ekonomických subjektů 2006, Praha: Český statistický úřad, 2006
- [20] REKTOŘÍK, J., ŠELEŠOVSKÝ, J., a kolektiv. *Strategie rozvoje měst, obcí,
regionů a jejich organizací*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 1999.
ISBN 80-210-2126-8
- [21] ROSENAU, M. D. *Řízení projektů*. Praha: Computer Press, 2000.
ISBN 80-7226-218-1
- [22] SCULLEY, A.B., A. Woods, W. Wiliam. *B2B Internetová tržiště*. Praha: Grada
Publishing, 2001. ISBN 80-247-0081-6
- [23] Seznam obcí Moravskoslezského kraje. [online] [cit. 2006-04-30]
Dostupný z WWW: <<http://www.kr-moravskoslezsky.cz>>
- [24] SMOLKA, P. *Informační zdroje a prezentace na internetu*. Ostrava: Ostravská
univerzita v Ostravě, 2001. 86s. ISBN 80-7042-816-3
- [25] Společný regionální operační program České republiky na léta 2004-2006, Praha:
Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky, 2003

- [26] STEINOVÁ, M. HLUCHNÍKOVÁ, M. PŘÁDKA, M. *E-Marketing II. Marketingová komunikace na internetu elektronické obchodování*. Ostrava: VŠB-TU, 2003. ISBN 80-248-0351-X
- [27] Strategický plán ekonomického rozvoje města Havířova I. etapa [online]
[cit. 2005-12-12] Dostupný z WWW: <<http://www.havirov-city.cz>>
- [28] TELNAROVÁ, Z. *Databázové systémy a jejich využití v IS*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2001. 134s. ISBN 80-7042-812-0
- [29] VOŘÍŠEK, J. *Strategické řízení informačního systému a systémová integrace*. Praha: Management Press, 1999. ISBN 81-85943-40-9
- [30] VYKYPĚL, O., KEŘKOVSKÝ, M. *Strategické řízení*. Brno: Ing. Zdeněk Novotný CSc., 2002. ISBN 80-214-1901-6

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

B2B	business to business - zkratka obchodních transakcí typu firma - firma
B2C	business to consumer - zkratka obchodních transakcí typu firma - spotřebitel
C2B	consumer to business - zkratka obchodních transakcí typu spotřebitel - firma
C2C	consumer to consumer - zkratka obchodních transakcí typu spotřebitel - spotřebitel
Doména	Název stránky, někdy také slovní adresa, sloužící k identifikaci internetové stránky
DP	Diplomová práce
IS/IT	Informační systémy / Informační technologie
KP	Kancelář primátorky Statutárního města Havířova
MmH	Magistrát města Havířova
MSP	Malé a střední podnikání, Malí a střední podnikatelé
Návštěvnost	Vyjádření počtu zobrazení (vstupů) jednotlivých stránek, webů, portálů, serverů
OKEČ	Odvětvová Klasifikace Ekonomických Činností - základní ekonomická klasifikace
ORG	Organizační odbor Magistrátu města Havířova
OÚR	Odbor územního rozvoje Magistrátu města Havířova
Portál	Vstupní brána, v souvislosti této DP jako vstupní webová stránka pro katalog prezentací firem
SWOT	Strenghts Weaknes Oportunities Threads - Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení
Webhosting	Služba spočívající v poskytování datového prostoru v síti internet

SEZNAM OBRÁZKŮ

1.1 Struktura základních manažerských funkcí v jednotlivých úrovních řízení.....	11
2.1 Schéma organizace veřejného informačního systému.....	19
3.1 Rozmanité cíle organizace ztěžující práci manažera.....	26
6.1 Mapa mikroregionu Havířova v rámci ČR.....	40
6.2 Mapa mikroregionu Havířova.....	41
7.1 Věková struktura obyvatel regionu.....	52
9.1 Organizační schéma portálového systému.....	67

SEZNAM TABULEK

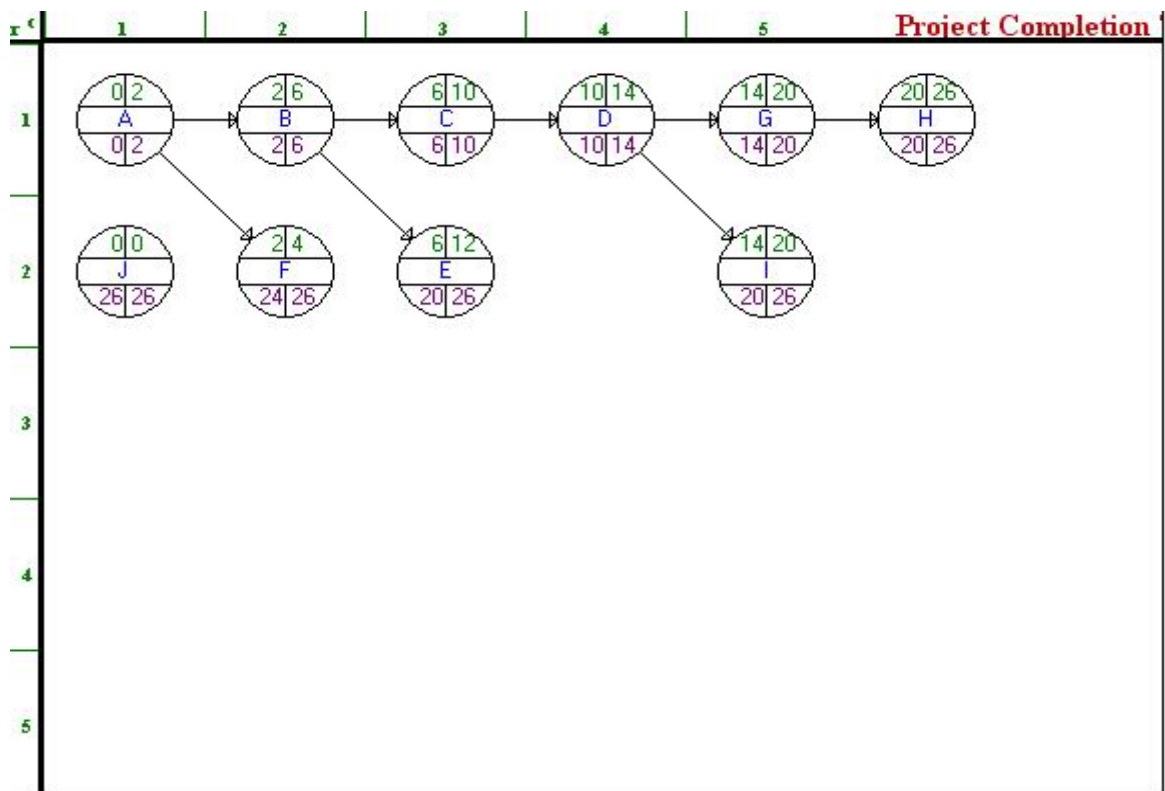
1.1 Rozdíly řízení ze strategického, taktického a operativního pohledu.....	12
5.1 Počet obyvatel a rozloha obcí mikroregionu havířova.....	39
5.2 SWOT analýza mikroregionu Havířov.....	44
6.1 Strategické cíle projektu.....	47
6.2 Operativní cíle projektu.....	48
6.3 Ekonomické subjekty v regionu dle odvětví.....	50
7.1 Etapizace propagace portálového systému.....	58
8.1 Výčet předpokládaných pořizovacích nákladů projektu.....	70
8.2 Výčet předpokládaných ročních provozních nákladů projektu.....	71
8.3 SWOT analýza projektu portálového systému.....	72
8.4 Kritické faktory úspěchu portálového systému.....	73

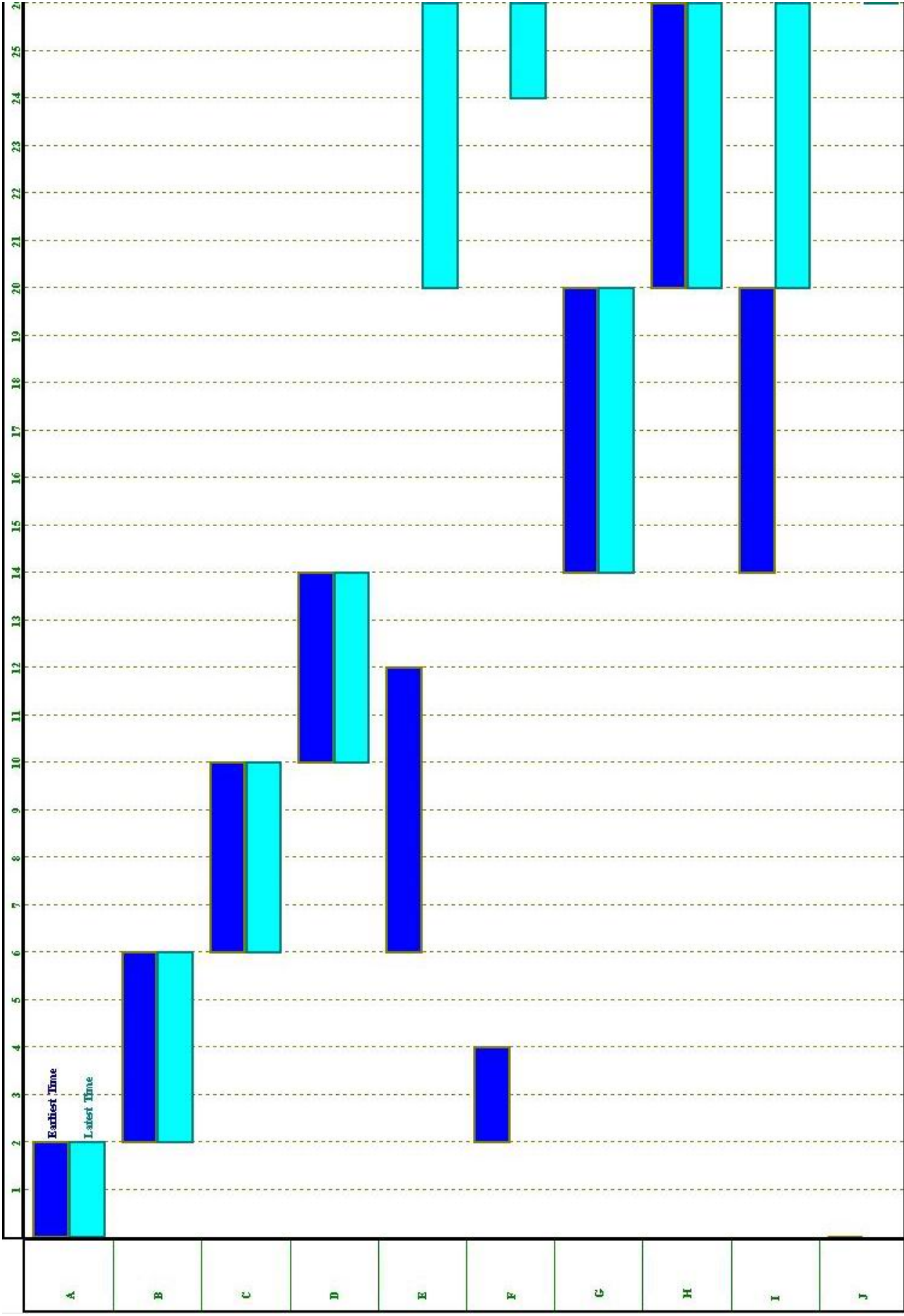
SEZNAM PŘÍLOH

- P I. Časový harmonogram realizace projektu
- P II. Registrační formulář
- P III. Schéma organizace stránky

PŘÍLOHA P I: ČASOVÝ HARMONOGRAM REALIZACE PROJEKTU - WINQSB

Activity Number	Activity Name	Immediate Predecessor (list number/name, separated by ',')	Normal Time
1	A		2
2	B	A	4
3	C	B	4
4	D	C	4
5	E	B	6
6	F	A	2
7	G	D	6
8	H	G	6
9	I	D	6
10	J		





PŘÍLOHA P II: REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ

Formulář

pro registraci do www.portal.havirov-city.cz

Povinné údaje	Jméno společnosti:			
	právní forma:			
	IČ:			
	kontakty			
	adresa společnosti:			
	PSC:			
	tel/fax:			
	e-mail:			
	Adresy provozoven:			
	1)			
2)				
3)				
Popis činnosti - včetně zařazení dle OKEČ:				
Nepovinné údaje	Popis nabízených výrobků/služeb :			
Nepovinné přílohy	Fotografie: např.exteriér a interiér provozovny, dominantní výrobek, logo společnosti			
	Ceník výrobků nebo služeb, letáky, vizitky, a pod.			
	Počet kusů příloh:			

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že veškeré údaje jsou pravdivé, a že doložené přílohy mohou být zveřejněny.

Souhlasím s dalším zpracováním vložených dat.

V Dne..... Podpis

PŘÍLOHA P III: NÁVRH SCHÉMATU PREZENTACE

<p>Název subjektu</p>	<p>Zmenšená mapka</p> <p>Po kliknutí se zobrazí v novém okně</p>
<p>Popis činnosti</p>	<p>Zmenšená Fotografie Exteriéru</p> <p>Po kliknutí se zobrazí v novém okně</p>
<p>Kontakty</p>	<p>Zmenšená fotografie interiéru</p> <p>Po kliknutí se zobrazí v novém okně</p>
<p>Otevírací doba a další informace</p>	<p>Další fotografie</p>
<p>Zpět</p>	<p>Další firmy v katalogu</p>