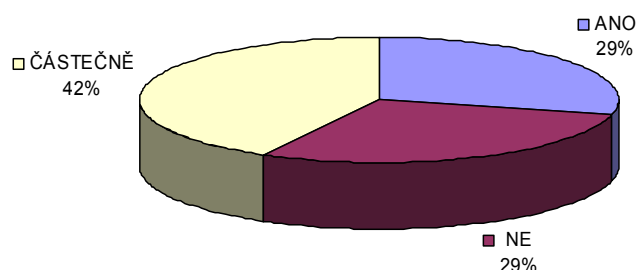


Výsledky průzkumu č. 1 AMSP ČR - názory podnikatelů na protikrizová opatření vlády

1. Znáte konkrétní obsah dosavadních protikrizových opatření vlády Mirka Topolánka a vlády Jana Fischera?



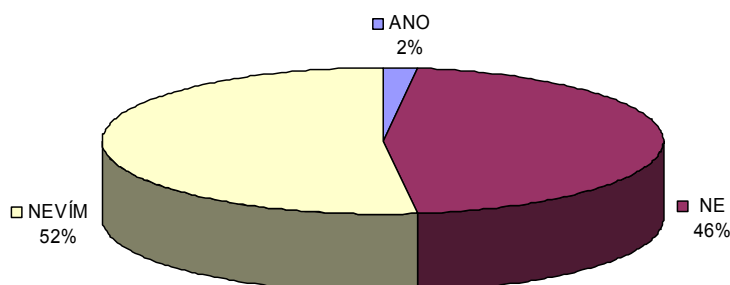
Za překvapivý výsledek lze označit skutečnost, že 71 % dotázaných podnikatelů nezná celý a konkrétní obsah vládního a protikrizového plánu. Tato skutečnost ukazuje na problém v komunikaci mezi vládou a podnikateli. Na druhé straně respondenti srozumitelně zhodnotili význam jednotlivých opatření uvedených v jednotlivých dotazech uvedených v dalších otázkách.

Dalším problémem zcela určitě je zdlouhavé projednání a schvalování

opatření, která musela projít parlamentem a která dodnes nejsou podepsána panem prezidentem. Podnikatelé nechápou, proč tato opatření nebyla projednána ve zkráceném projednávání, když mělo (nebo snad má) jít o řešení dopadů hospodářské recese (krize).

I zde platí kdo rychle dává (pomáhá) dvakrát dává (rychleji pomáhá).

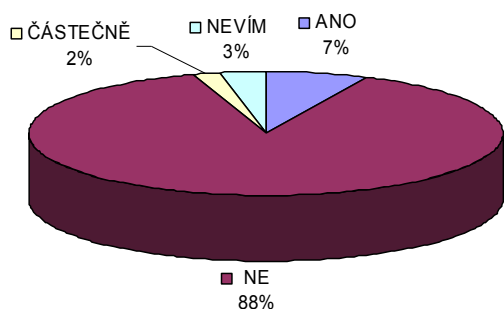
2. Myslíte, že čerpání prostředků ze strukturálních fondů se v posledních 6 měsících urychlilo?



Oblast strukturálních fondů a jejich čerpání obsahuje značné rezervy. To je významné i vzhledem k tomu, že strukturální fondy a jejich zpřístupnění je považováno za jeden z rozhodujících nástrojů zmírnění dopadů hospodářské recese. Z velké části jsou problémy způsobeny administrativní náročností a byrokracií při zpracování a posuzování projektů a čerpání financí. Opět je třeba konstatovat, že v období hospodářské recese nepřivedlo českou administrativu

k zjednodušení a zrychlení čerpání těchto prostředků, což by mohlo přinést zmírnění dopadů krize.

3. Myslíte, že ve srovnání s rokem 2008 došlo ke snížení administrativní zátěže podnikatelů?



Negativní hodnocení bylo zaznamenáno u plnění jednoho ze stěžejních cílů minulých vlád, kterým je snižování administrativní náročnosti. Ke snížení administrativní zátěže došlo v rozsahu, který nepovažují podnikatelé za dostatečný, a proto 88 % respondentů nezaznamenává žádnou pozitivní změnu ve snížení administrativního zatížení.

4. Víte o tom, že Českomoravská záruční a rozvojová banka (ČMZRB) poskytuje záruky k úvěrům malých a středních podniků ?

57 % ANO 43 % NE

a. Pokud ANO – považujete tyto produkty ČMZRB za dostatečné?

28 % ANO 72 % NE

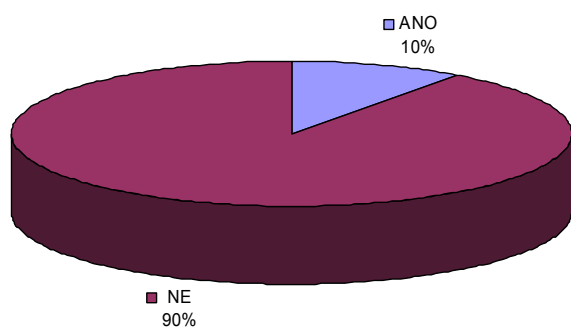
Průzkum zaznamenal větší znalost o produktech ČMZRB. O nabídce této banky ví 57 % podnikatelů. Respondenti však ukazují na velmi závažný problém. 72 % z těch, kteří produkty ČMZRB znají, upozorňují na skutečnost, že záruky nejsou přijímány komerčními bankami. V těchto případech ztrácí tento nástroj smysl.

5. Stát navýšil investice do dopravní infrastruktury. Pomohlo to nějak při vašem podnikání?

13 % ANO 86 % NE 1 % částečně

Průzkum ukazuje na problematické plnění závazku vlády navýšit investice na výstavbu infrastruktury. Vláda v posledním období tento svůj záměr přehodnocuje s ohledem na potřebu udržet deficit státního rozpočtu v přijatelné úrovni. Drtivá většina respondentů (86 %) zvýšenou aktivitu v oblasti infrastrukturních investic nezaznamenala. Toto konstatování je možné považovat za kritické hodnocení zhoršujícího se a nevyhovujícího stavu infrastruktury. Stejně tak jde i o kritiku malé aktivity vlády, která by umožnila zmírnit dopady způsobené poklesem zakázek.

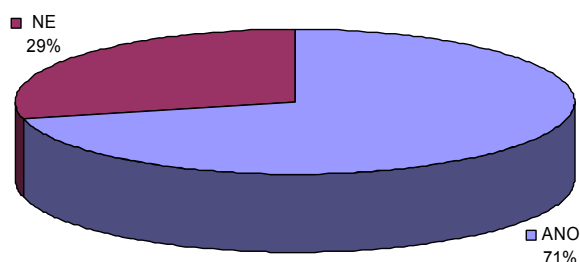
6. Využila Vaše firma možnosti odkladu plateb na sociální a zdravotní pojištění?



90 % podnikatelů překvapivě zatím nevyužilo možnosti odkladu plateb na sociální a zdravotní pojištění.

Důvod pro velmi nízké využití možnosti odkladu plateb na sociální a zdravotní pojištění vidíme zejména v nedostatečné informovanosti firem, ze značné části způsobené též nedostatečnou komunikační kampaní ze strany vlády. Jedná se přitom o jedno z poměrně účinných protikrizových opatření s rychlým efektem, o čemž svědčí též to, že téměř 2/3 firem, jenž odkladu využily, jej

6 a. Pokud ANO - napomohly tyto odložené finanční prostředky vašim obchodním aktivitám?



hodnotí jako velmi užitečné. Aktuálně uvolněné finanční prostředky tak výrazně napomohou zlepšení cash-flow a mohou být využity např. pro obchodní aktivity firmy. Další průzkum by mohl pomoci rozpoznat účinnost a potřebnost tohoto opatření.

7. Využili jste ve vaší firmě možnosti odečtení DPH při koupi auta?

37 % ANO 63 % NE

a. Pokud ANO – ovlivní ušetřené prostředky nějak vaše obchodní aktivity?

41 % ANO 49% NE 8 % částečně 2 % nevím

S velmi kladnou odezvou se setkala možnost odečíst DPH při nákupu automobilu. 37 % respondentů této možnosti již využilo. To vzhledem ke krátkosti období platnosti zákonné možnosti je možno považovat za velmi vysoký podíl a bude zajímavé sledovat tento vývoj v delším časovém období.

Na druhé straně z průzkumu vyplývá, že polovině firem, které nákup automobilu s možností odpočtu DPH uskutečnily, neovlivnily ušetřené prostředky jejich obchodní aktivity. Pomohly však ušetřit provozní prostředky, což je samozřejmě také pozitivní.

8. Těžiště vašich prodejních aktivit v příštích 6 měsících budou spíše :

63 % v tuzemsku 12 % v zahraničí 25 % obojí asi stejně

Ve zbytku tohoto roku vidí téměř dvě třetiny firem (63%) těžiště svých prodejních aktivit v tuzemsku a pouze čtvrtina firem vnímá své šance v Česku a v zahraničí vyrovnaně. Zejména segment mikro a malých firem stále vnímá pronikání na zahraniční trhy jako relativně obtížné a tuzemský trh vidí jako tradiční odbytiště, proto na ně sází coby na zdroj svých tržeb i v příštím půlroce. Není-li tedy firma dosud exportně zaměřena, vnímá jako snazší a levnější usilovat o zakázky na domácí půdě. Dobývání nových (zahraničních) teritorií je všeobecně náročné na zdroje jako jsou čas a peníze, což jsou faktory zejména za současné situace akutního poklesu prodeje zvláště citlivé a nedostatkové.

V současném období také většina firem vnímá problémy západních ekonomik, z toho plynoucí jejich menší poptávku po zahraniční kooperaci a proto doufají, že najdou práci pro své firmy v ČR.

Průmyslově zaměřené firmy, jež na zahraničních trzích již působí, často vidí potenciál tuzemska a zahraničí přibližně stejně. A to i přesto, že zkušenosti firem v některých oborech jsou takové, že se začíná projevat snížená ochota zahraničních firem zadávat zakázky firmám jiným než domácím.

9. Uvítal byste návrh na zrychlení odpisů v 1. a 2. odpisové třídě i na starší majetek?

87 % ANO 8 % NE 5 % nevím

S kladným ohlasem se setkal návrh na zrychlení odpisů v 1. a 2. odpisové třídě, přičemž drtivá většina oslovených firem by uvítala tuto možnost i u staršího majetku. V případě otevření takové možnosti by firmy mohly lépe obměňovat své strojní zařízení podle svých aktuálních potřeb a

hlavně zvyšovat svoji konkurenceschopnost. Toto je důležité zvláště v období celosvětové recese, kde firmy (hlavně na západ od našich hranic) využívají pobídek svých vlád, prudce snižují své ceny (i díky pobídkám i pod reálné náklady) a tím vytlačují české firmy z jejich trhu.

10. Považujete za rozumné předložit návrh na max. délku splatnosti faktury na 90 dní?

48 % ANO 48 % NE 4 % nevím

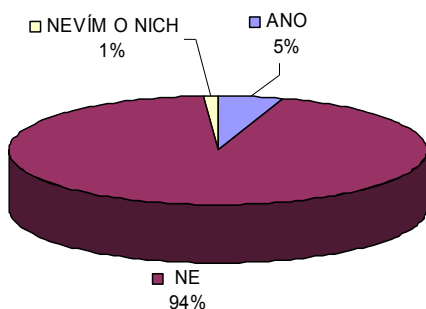
Uvedený požadavek vyplývá hlavně z praxe, kdy největším dlužníkem s nejdelší dobou splatnosti je stát nebo jím řízené organizace. Jako příklad je možné uvést České dráhy, ČD Cargo, ale i stavební firmy, které pracují na státních zakázkách a tyto dále zadávají dalším středním nebo i malým firmám. Zneužívají svého postavení na trhu.

11. Jaké jsou vaše zkušenosti s placením za získané zakázky? Je pravda, že u získané zakázky je největší problém dostat za ni zaplacenou?

60 % ANO 35 % NE 5 % nevím

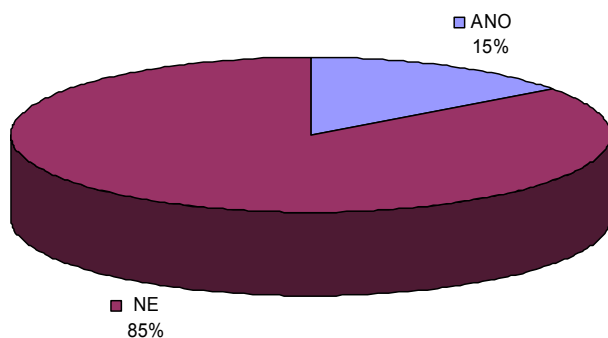
Průzkum potvrzuje zhoršování platební morálky a obavu firem, že tento vývoj se bude dále stupňovat. Více než polovina respondentů (60 %) označila za základní problém dostat za splněnou zakázku zaplacenou ve smluvní výši a termínu.

12. Využili jste ve vaší firmě výzvy Ministerstva práce a sociálních věcí pro firmy v krizi - "Vzdělávejte se!"? (jde o náhradu mezd vč. odvodů u školených zaměstnanců)



Nízkých 5 % malých a středních firem, které této výzvy využilo, jen dokazuje nedostatečný přístup MPSV v této věci. Celý projekt „Vzdělávejte se“ byl v první etapě velmi složitý. Od uzavření smlouvy s Úřadem práce až po jeho vyhodnocení. Navíc v měsíci červnu 2009 již projekt nefungoval, vzhledem k tomu, že Úřady práce musely projekty uzavřít a proplatit do 30.6.2009. Horší je to, že další pokračování bude ještě složitější. Dovolujeme si odhadnout, že mnoho společností si na přípravu projektu školení bude muset najímat agentury ke zpracování a finanční prostředky zase potečou tam kam by nemusely. Firmy nemohou vzdělávat ani v červenci.

12 a. Pokud ANO - považujete administrativu s tím spojenou za přijatelnou?



13. Přijali jste v důsledku krize opatření k redukci výdajů na telekomunikace ve vaší firmě?

47 % ANO 53 % NE

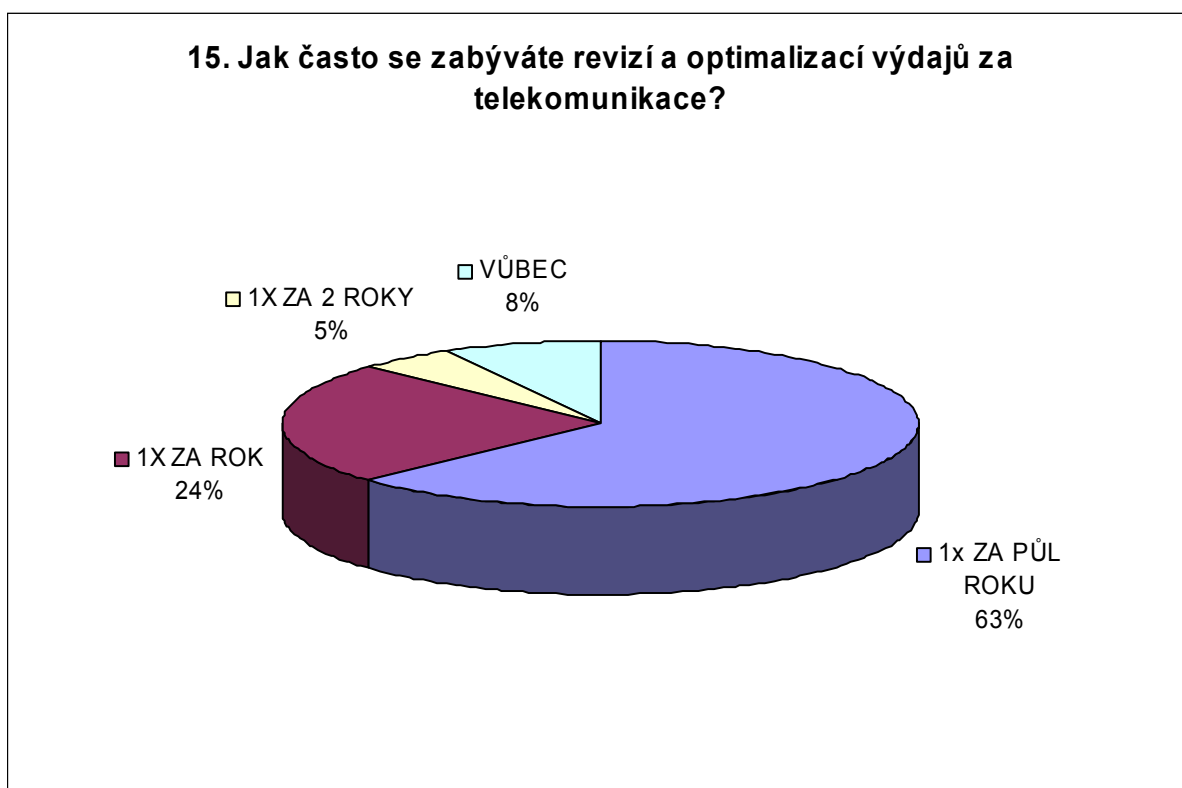
14. Který mobilní operátor podle vašich zkušeností nejvíce pomáhá svým zákazníkům kontrolovat výdaje za firemní volání?

10 % Telefónica O2 21 % Vodafone 17 % T-Mobile 52 % nevím

15. Jak často se zabýváte revizí a optimalizací výdajů za telekomunikace?

63 % 1x za půl roku 24 % 1x za rok 5 % 1x za 2 roky 8 % vůbec

Hospodářská recese, zhoršující výsledky firem vyvolává u většiny z nich nutnost prověřit a snižovat náklady. Mezi ně patří i výdaje na telekomunikace, které v minulosti patřily mezi velmi dynamické. Necelá polovina respondentů (48 %) tyto náklady již snížilo. Firmy tomuto problému věnují trvalou pozornost a pravidelně situaci vyhodnocují a přijímají odpovídající opatření.



Základní informace k 1. průzkumu:

Účast: 438 respondentů – majitelů malých a středních firem s 5-250 zaměstnanci z oborů průmysl, služby a stavebnictví z celé České republiky. Šetření proběhlo formou telefonického dotazování. Vzorek oslovených firem byl stanoven dle odborné metodiky ČSÚ.

Základní informace k projektu:

Cílem projektu je odborná analýza problémových oblastí podnikání MSP formou průzkumů. Celkem bude realizováno sedm průzkumů.

Realizátorem projektu je Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Odborným garantem projektu je Český statistický úřad.

Generálním partnerem projektu je společnost Vodafone Czech Republic a.s.

Mediálním partnerem projektu je podnikatelský týdeník PROFIT.