

Česká zemědělská univerzita v Praze

Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů

Katedra agroekologie a biometeorologie



**Udržitelný rozvoj venkovských komunit pomocí podpory
malého a středního podnikání**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Michaela Weissová

Obor studia: Rozvoj venkovského prostoru

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Jana Poláková

© 2018 ČZU v Praze

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Udržitelný rozvoj venkovských komunit pomocí podpory malého a středního podnikání" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 13. dubna 2018

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí práce Ing. Mgr. Janě Polákové za odborné vedení mé diplomové práce, za její cenné rady a konzultace. Dále bych ráda poděkovala starostům obcí v NP Šumava, jenž mě tak mile a ochotně pomáhali při výzkumu mé práce a všem místním podnikatelům, kteří měli odvahu se připojit do výzkumu a podělit se o cenné zkušenosti z podnikatelského života. V neposlední řadě děkuji mé rodině a přátelům, kteří mě podporovali a drželi mi palce.

Udržitelný rozvoj venkovských komunit pomocí podpory malého a středního podnikání

Souhrn

Venkov je symbolem přírodního, historického a kulturního dědictví. Má charakteristickou krajinu, ve které probíhají charakteristické venkovské činnosti, žijí zde obyvatelé s charakteristickým životním stylem a tradicemi. Harmonické sladění ekonomického růstu, sociálních podmínek a ochrany životního prostředí je hlavním východiskem udržitelného rozvoje.

Malé a střední podniky představují důležitou roli v tržním sektoru ekonomiky České republiky. Stát na jejich podporu rozvoje vytváří strategie, které implementuje v rámci příslušných programů a opatření. Cílem diplomové práce je zhodnotit efektivnost nově vznikajících podpůrných opatření ve vymezené oblasti NP Šumava.

Jsou zjišťovány a hodnoceny současné potřeby místních malých a středních podnikatelů a míra využívání dosud implementovaných národních strategií na podporu podnikání.

Pro zjištění cílů bylo použito metod kvalitativního a kvantitativního výzkumu. Byly udělány strukturované rozhovory s místními dotčenými skupinami rozvoje – se zástupci obcí a s místními malými a středními podnikateli. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 29 podnikatelských subjektů.

Malí a střední podnikatelé v oblasti NP Šumava potřebují dostatek kvalifikované pracovní síly pro svůj rozvoj podnikání, technickou a dopravní infrastrukturu a zájem turistů, kteří jsou hlavními spotřebiteli jejich služeb.

Míra využívání současných implementovaných programů je na nízké úrovni. Místní podnikatelé se neztotožňují se systémem dotačních podpor. Spolupráce se zřizovateli je minimální. Místní podnikatelé se dostatečně nezapojují do rozvoje venkovského prostoru. Podnikatelé si stěžují, že nemají dostatečné informace o tom, co všechno funguje a do čeho všeho se mohou zapojit. Velká administrativní zátěž k pozitivnímu vývoji taktéž nepřispívá. Doporučení z tohoto výzkumu naznačuje potřebu větší míry spolupráce a většího zapojení malých a středních podnikatelů do procesu strategického řízení.

Klíčová slova: venkov, udržitelný rozvoj, podpora, strategie, podnikání

Sustainable development of rural communities by supporting small and medium-sized enterprises

Summary

Rural areas are characterized by specific natural, historical and culture development and heritage. Rural unique landscape differs from urban areas particularly by inhabitants' life style, economical as well as social activities and obviously by specific traditions that are shaping Czech rural areas into unique environment. In order to maintain and sustainably develop these important areas it is crucial to harmonize rural economic growth, social development and environmental protection.

Small and medium-sized enterprises represent an important role in a market economy of the Czech Republic. Knowing the importance of rural areas for national economy, Czech government has created and implemented number of supporting strategies, policies and programs for rural entrepreneurs support. The goal of this diploma thesis is to evaluate effectivity of newly emerging strategies, policies and programs, specifically in the rural areas of NP Sumava. In order to reach this goal this research identifies current needs of small and medium-sized business and scrutinizes how often rural entrepreneurs of NP Sumava use government support for their business development and sustainability.

Qualitative and quantitative research methods were used to identify objectives stated above. Structured interviews were held with concerned local development groups - representatives of municipalities and local small and medium-sized businesses. The questionnaire was filled in by 29 business entities.

Small and medium-sized businesses in the Šumava NP need sufficient skilled labor for their business development, technical and transport infrastructure and the interest of tourists who represents the main consumers group of their services.

Research' results provide alarming information on extremely low effectivity of launched government programs. Majority of rural entrepreneurs do not use government support and ever cooperated on any of government support development. Additionally, entrepreneurs feel very low involvement in the process of rural areas development and they struggle with lack of available business support information. Furthermore, entrepreneurs are challenged by heavy bureaucracy.

Research recommends greater cooperation and greater involvement of SMEs in the strategic management process.

Keywords: rural, sustainable development, support, strategy, business

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl práce	2
3	Literární rešerše	3
3.1	Podnikání a rurální oblasti	3
3.1.1	Definice malého a středního podnikání.....	3
3.1.2	Definice a vymezení rurálních oblastí.....	4
3.1.3	Důležitost podnikání pro rozvoj venkovských oblastí	5
3.1.4	Historie podnikání na venkově	6
3.1.5	Současný stav	9
3.2	Současné podnikatelské trendy na venkově	11
3.2.1	Odvětví podnikání.....	11
3.2.2	Zemědělství.....	11
3.2.3	Cestovní ruch	13
3.3	Strategie podpory podnikání	14
3.3.1	Národní strategie a koncepce.....	14
	Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období 2014 – 2020.....	14
3.3.2	Regionální strategie a koncepce	23
3.4	Programy pro MSP	26
3.4.1	Program rozvoje venkova na období 2014 – 2020.....	26
3.4.2	Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014 – 2020 (OP PIK) 29	
4	Metodika	31
4.1	NP Šumava	32
4.1.1	Základní údaje	32
4.1.2	Environmentální charakteristika území.....	32
4.1.3	Obce v NP Šumava	32
5	Sběr a analýza primárních dat	33
5.1	Strukturované rozhovory	33
5.1.1	Obce	33
5.1.2	Podnikatelé	39
5.2	Dotazníkové šetření	43
5.2.1	Místní malí a střední podnikatelé	43
5.2.2	Místní obyvatelé	61
6	Diskuze	64
7	Závěr	70

8	Seznam literatury.....	71
9	Seznam použitých zkratk 76	76
10	Samostatné přílohy..... 77	77
	Příloha č.1. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – obec..... 77	77
	Příloha č.2. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – podnikatel..... 78	78
	Příloha č.3. Dotazník pro obyvatele..... 80	80
	Příloha č.4. Dotazník pro malé a střední podnikatele..... 81	81
	Seznam příloh..... 85	85

1 Úvod

V poslední době se stále více řeší otázka budoucnosti venkovských komunit a zemědělství, které hraje významnou roli. Důležitým aspektem udržitelného rozvoje venkova je vyrovnaný stav a souhra ekonomického růstu, sociálních podmínek a ochrany životního prostředí.

Podnikání je odjakživa úzce spjata s rozvojem venkovského prostoru. Jedná se o činnost, která přináší pro každého jednotlivce možnost osobní realizace a svobodu samostatného rozhodování v pracovním životě.

Z historického pohledu má podnikání kořeny v zemědělské činnosti, jelikož to byla do nedávna jediná možná podnikatelská činnost na venkově, která přinášela lidem zdroj obživy, finanční zajištění a pracovní příležitosti pro místní obyvatele.

Nejběžnější formou podnikatelské činnosti jsou malé a střední podniky. Nejčastěji podnikají formou OSVČ na živnostenský list nebo zakládají malé společnosti s ručením omezeným (s.r.o.).

Z ekonomického hlediska jsou malé a střední podniky významným článkem tržního hospodářství. Vzhledem k významnosti jejich působení na tržní ekonomiku, dostává se tomuto sektoru MSP větší a větší pozornosti ze strany státu i ze strany EU. Zastoupení těchto podniků je významné nejen v měřítku ČR, ale i v rámci ostatních států Evropské unie. Více jak 99 % fungujících podniků jsou právě malé a střední podniky. Není tedy divu, že všechny státy EU vytváří velké množství strategií a opatření na podporu podnikání. Smyslem těchto opatření není vytvoření pouze samotné podpory, ale vytvoření stabilního podnikatelského prostředí, které se bude dále rozvíjet. Stabilní a rozvíjející se podnikatelské prostředí pozitivně ovlivní i stav venkovského prostoru, přičemž bude docházet ke stabilnímu udržitelnému rozvoji i v marginálních rurálních komunitách.

Stát v návaznosti na opatření EU vytváří a implementuje národní strategie podpory malého a středního podnikání. Státní organizace a instituce vydávají každoročně nespočet programů a dotačních titulů pro malé a střední podnikatele. Je však otázkou, zda tyto podpory kopírují potřeby MSP i v regionálních oblastech a jsou tedy efektivním nástrojem pro rozvoj venkovského prostoru.

2 Cíl práce

Diplomová práce pojednává o stavu malého a středního podnikání v oblasti NP Šumava. Česká republika v návaznosti na ujednání Evropské komise, vytváří národní strategie a koncepce, které mají přispět k rozvoji venkovských oblastí. Cílem diplomové práce je posoudit efektivitu nově vznikajících strategií na podporu venkovského podnikání malých a středních podnikatelů jako nástroje rozvoje dané lokality. K dosažení celkového zhodnocení cíle přispěje několik nastavených podcílů.

Prvním podcílem je zhodnocení a zjištění potřeb současných venkovských podnikatelů v NP Šumava pro udržitelný rozvoj podnikání. S jakými problémy se místní podnikatelé potýkají, co potřebují ke svému podnikání, aby mohli úspěšně prosperovat.

Dalším podcílem je zjištění využití dosud implementovaných národních strategií pro podporu podnikání. V jakých odvětvích dochází k největší podpoře, zda jsou místní podnikatelé o této podpoře informováni i jak hodnotí celé procesy podpory.

Na základě těchto podcílů a zjištěných výsledků budou navržena efektivní opatření pro rozvoj podnikatelské sféry na venkově.

Hypotéza: Nově vznikající strategie na podporu venkovského podnikání jako nástroje rozvoje lokality jsou efektivní.

3 Literární rešerše

3.1 Podnikání a rurální oblasti

V této kapitole bude kladen důraz na úvod do problematiky, definice a vymezení důležitých pojmů. Snahou bude ukázat propojenost podnikatelské činnosti a venkova, jelikož podnikání vždy ovládalo venkovské prostředí, a to až do doby kolektivizace zemědělství. Následující odstavce dále odpoví na nevyřčené otázky typu: proč je podnikání tak atraktivní pro venkovské oblasti? Jaký přínos má podnikání pro venkov? Vytváří nějaké hodnoty a bohatství ve venkovských lokalitách? V neposlední řadě bude zkoumáno podnikatelské prostředí venkova a s jakými problémy se mohou místní podnikatelé setkat.

3.1.1 Definice malého a středního podnikání

„Definice malého a středního podniku používaná v Evropské unii vychází z přílohy č. 1 Nařízení komise (EU) č. 651/2014 ze dne 17. června 2014, kterým se v souladu s články 87 a 88 Smlouvy o EU prohlašují určité kategorie podpory za slučitelné se společným trhem“. Pro vymezení velikosti podniku se používají kritéria: počet zaměstnanců, bilanční suma rozvahy nebo např. velikost ročního obrátu (MPO, 2016).

Na základě těchto kritérií můžeme rozlišovat několik typů podniků:

- **Mikropodnik** – podnik s počtem zaměstnanců do 10 osob, bilanční suma rozvahy či roční obrat nepřekračuje hranici 2 miliony EUR.
- **Malý podnik** – podnik s počtem zaměstnanců do 50 osob, bilanční suma rozvahy a roční obrat nepřekračuje hranici 10 milionů EUR.
- **Střední podnik** – podnik s počtem zaměstnanců do 250 osob, bilanční suma rozvahy nepřekračuje hranici 43 milionů EUR a roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR (MPO, 2016).

Potřebné údaje zjišťuje MPO (2016) od podnikatelů, kteří vedou účetnictví na základě potvrzené účetní uzávěrky, nebo od podnikatelů, kteří vedou daňovou evidenci na základě údajů z daňového přiznání.

3.1.2 Definice a vymezení rurálních oblastí

Za pojmem rurální oblast se neskrývá nic jiného než náš klasický typický venkov. Jedná se o synonymum slova venkovský a v odborné literatuře je hojně používán. Pro diplomovou práci je stěžejní vymežit venkovský prostor, a tím ohraničit zájmové území, ve kterém bude probíhat celá výzkumná studie.

Co se týče obecné definice venkovského prostoru, je to poněkud složitější, jelikož v žádné literatuře, která se daným tématem zabývá, neexistuje jednotná definice. Důvodů, proč tomu tak je, je několik a spočívají zejména ve vymezených kritériích. Na vysvětlení a definici pojmu lze hledět z kvantitativního hlediska, na základě úvah, vlastních dojmů či v rámci subjektivního hodnocení (Weissová, 2016).

V obecné rovině je venkov vymezován jako řídko osídlený prostor a zemědělství v něm má důležitou funkci. Venkov je charakteristická krajina, v níž probíhají charakteristické činnosti, žije zde charakteristické obyvatelstvo se specifickým životním stylem a tradicemi. Venkovská krajina v obyvatelích či návštěvnicích probouzí charakteristické vjemy a pocity (Petr, 2010).

Podle Maříkové a kol. (1996) je venkov obydlýný prostor, který se nachází mimo městské lokality, s typickou orientací na zemědělskou činnost a menší hustotou obyvatelstva. Způsob života je úzce spjat s přírodou a panuje zde jiná sociální struktura než ve městě. Z pohledu sociologie je venkov charakteristický tím, že zde fungují více vzájemné sociální vazby, více se dodržují tradice, místní obyvatelé mají obdobná zaměstnání.

Perlín (1999) například ve své definici více zdůrazňuje krajinu a vymezuje tak venkovský prostor jako integraci nezastavěného a zastavěného území. Venkov je charakteristický menší intenzitou sociálně ekonomických kontaktů a menší hustotou vazeb mezi jednotlivými subjekty. Podle něj je venkov kontinuálně vymezený prostor.

Ať už se jedná o vybrané definice z odborných slovníků či publikací, stále se jedná o obecnou úroveň, která nemá žádné vědecké uchopení v nastavení přesných hranic mezi venkovem a městem. Perlín (1999) ve svém díle uvádí velké množství charakteristik a nástrojů, jak vymežit venkovský prostor. Hovoří o vymezení rurálního prostoru z hlediska historického, administrativního a statistického. Statistické hledisko se využívá pro hodnocení velkého počtu sídel, vymezuje konvenční hranici počtu obyvatel, na jejímž základě dochází k rozdělení na venkovské komunity a městské. Typická venkovská komunita v České republice má počet obyvatel do 2000. V ostatních evropských státech se můžete setkat s venkovskou komunitou až

o 5000 obyvatel. Pro venkovské komunity je také typická menší hustota zalidnění, vyšší průměrný věk místních obyvatel i vyšší míra nezaměstnanosti (Weissová, 2016).

3.1.3 Důležitost podnikání pro rozvoj venkovských oblastí

Malí a střední podnikatelé hrají významnou roli v ekonomice ČR, jelikož vytvářejí nové pracovní příležitosti a významně ovlivňují tvorbu HDP (Cumming, Johan, Zhang, 2014). Ve všeobecném měřítku lze říct, že působí jako faktor sociální stability a ekonomického rozvoje (MPO, 2016). Existence malého a středního podnikání není významná jen v České republice, ale má své důležité postavení i v ekonomice zemích EU. V zemích Evropské unie existuje a funguje více než 20 milionů podnikatelských subjektů a více jak 99 % z nich tvoří právě malé a střední podniky (Albu et al., 2013). Tento sektor je také Evropskou unií často označován jako páteř evropské ekonomiky, jelikož je považován za hybnou sílu inovací, zaměstnanosti a sociální integrace (MPO, 2016). Srpová a Řehoř (2010) toto označení také zmiňují a současně dodávají, že malé a střední podniky zaměstnávají okolo 70 % aktivního obyvatelstva a vytvářejí zhruba 60 % HDP celé Evropské unie. Mají ekonomicky významnou sílu a při ekonomické krizi vytvářejí stabilnější prostředí než například velké podniky. Díky existenci malých a středních podniků nemá krize tak fatální důsledky. Další pozitivní funkcí těchto podniků je lepší reakce a pružnost na náhlé změny trhu, umí se lépe přizpůsobovat novým podmínkám (Vojík, 2010).

Výhody MSP podle Šebestové a Wágnerové (2007):

- vytváření pracovních míst zejména pro okolní obyvatele v regionu
- svobodný provoz podnikatelské činnosti a možnost seberealizace
- výroba různých produktů, uspokojování všech možných nároků a potřeb zákazníka
- přicházejí s novou technikou a technologií
- vytváří konkurenci pro okolní podniky
- zabraňují vzniku monopolů na trhu
- pozvedávají region a přidávají mu hodnotu

Malé a střední podniky se také podílejí na exportu výrobků do zahraničí, což zvyšuje obchodní a platební bilanci státu. Lednický a Vaněk (2006) uvádějí, že až 1/3 vyvezeného zboží pochází od MSP.

Mezi další výhody MSP je důležité zařadit i blízký vztah k zákazníkovi, nižší náklady na vedení firmy, jelikož mají jednodušší organizační strukturu a v neposlední řadě i komornější atmosféru v kolektivu zaměstnanců (Srpková a Řehoř, 2010).

Malé a střední podnikání nejsou jen samé výhody a superlativy, MSP se potýkají i s řadou problémů a mají své nevýhody. Mezi ty hlavní nevýhody patří určitě ztíženější podmínky pro získání úvěrů či půjček. Potýkají se s problémy ohledně vysoké administrativní a legislativní zátěže v rámci vedení podniku. Na pozicích manažera nejsou kvalifikovaní zaměstnanci, jelikož na ně podnikům nezbyvají finance. Zároveň chybí peníze pro rozvoj pracovníků a vzdělávací školení. Pokud chtějí zadávat veřejné zakázky, jsou v horší pozici než velké podniky (Wágnerová a Šebestová, 2007). Přebírají osobní zodpovědnost za své úspěchy i neúspěchy, ve srovnání s velkými podniky mají zaměstnanci MSP menší plat. V rámci finanční situace si nemohou dovolit vysoké investice do modernizace a inovace podniku, nesou vyšší riziko vzniku druhotné platební neschopnosti. Malé a střední podniky sice lépe reagují na situaci trhu, nicméně jsou zranitelnější v rámci působení okolí a mají zhoršenou pozici pro pronikání na zahraniční trh (Srpková a Řehoř, 2010).

3.1.4 Historie podnikání na venkově

Historie podnikání na venkově je úzce spojena se zemědělskou činností, která představovala v minulosti hlavní a jedinou formu podnikání v těchto oblastech. Hospodaření na zemědělské půdě přinášelo svým majitelům nejen dostatek potravin pro obživu, ale především to byl v mnoha případech jediný zdroj jejich příjmů. Pro okolní obyvatelé to mělo pozitivní vliv v tom, že byl pro ně dostatek pracovních míst.

Tak tomu bylo dříve, v současné době se však stav mění, procento zemědělské činnosti klesá, dochází k úbytku zemědělských ploch, současně dochází i k poklesu pracovních míst. Následující odstavce shrnují a popisují důležité historické události, které vedly k ekonomickým a sociokulturním změnám v krajině.

Krajina představuje všeobecně velmi složitý a nepředvídatelný dynamický systém, jenž se neustále mění a utváří. Pro vývoj a existenci jakékoli krajiny jsou tyto změny a disturbance zásadním faktorem (Lipský, 2010). Krajina může být také označována jako nepřetržitý proces

různých toků a interakcí přírodních a antropogenních procesů, které pozměňují a utvářejí krajinou strukturu (Björklund, 1996). V rámci všech těchto procesů má kulturní krajina jednu významnou schopnost, dokáže se vždy přizpůsobit měnícím se potřebám a nově vznikajícím technologiím, které zapříčiňují a vytvářejí změny ve struktuře a vzhledu zemědělských ploch. Občas se jí říká zrcadlo, jelikož reflektuje stav a vývoj společnosti. V charakteru krajiny se odrážejí v menší či větší míře politické, ekonomické, sociální či demografické změny společnosti. Typickým příkladem rychlých a dramatických změn v krajině struktuře v zemích střední a východní Evropy bylo období socializace a kolektivizace zemědělství (Lipský, 1995).

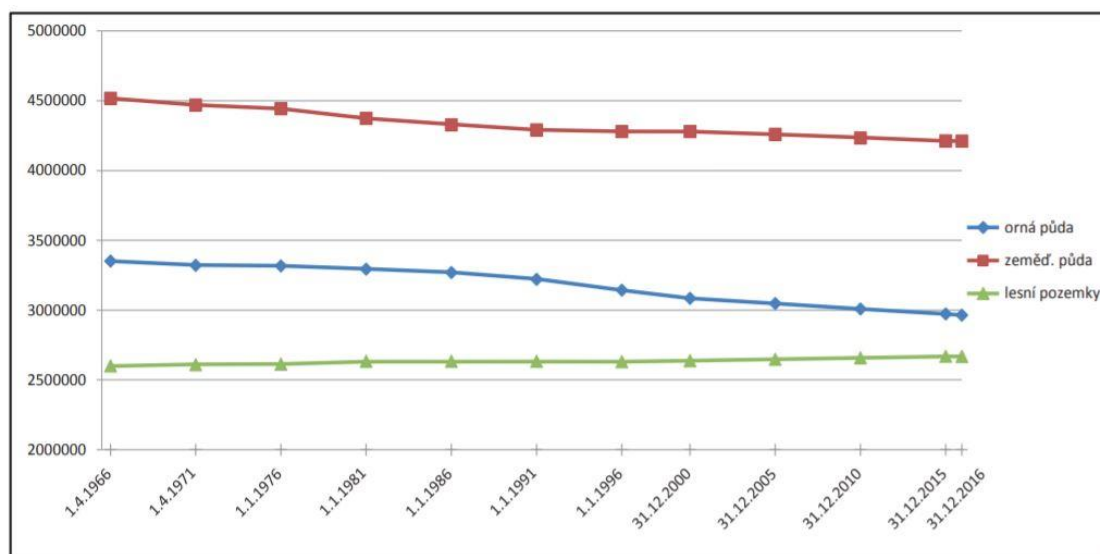
V období po skončení II. světové války postupně nabírala na síle a z evropské agrární společnosti přecházela v pokročilou industriální a později v postindustriální společnost. Evropské zemědělství, které se orientovalo do té doby více na trh, se postupnými změnami spíše zprůmyslnilo a více specializovalo. K těmto rychlým změnám nedochází jen v zemědělské, ale i v příměstské krajině. Během posledních 50 let se radikálně změnil zemědělské procesy, jakožto způsoby obdělávání zemědělské půdy, struktury pěstovaných plodin i technologie sklizení těchto plodin. V historických obrazových knihách jsou na leteckých snímcích patrné změny a absolutní proměny krajině struktury (Lipský, 1995). Český venkov byl charakteristický pestrou mozaikou malých zemědělských ploch, avšak po změnách v době socialismu se proměnil v hrubozrnnou krajinu neohrazených polí. Evropská krajině typologie tomu dříve říkala „large-scale landscape of collective openfields“ (Meeus, 1995).

Zemědělství představuje doposud pro většinu evropských zemí hlavní činnost, jež ovlivňuje a utváří krajině ráz a biodiverzitu (Jongman et Bunce, 2000). V současné době je však evropské zemědělství (včetně ČR) charakterizováno dvěma protichůdnými procesy. Jedná se o proces intenzifikace a extenzifikace. Oba tyto procesy se doplňují a jsou výsledkem výrazné polarizace ve využití krajiny. Tyto trendy lze sledovat už od poloviny 20. století, v důsledku používání fosilních paliv a umělých hnojiv, které umožnily větší produkci na menší ploše. Tato změna měla a dále bude mít dopad na využívání půdy v krajině a na přeměnu krajině rázu. Za posledních 50 – 60 let došlo k významnému poklesu výměry orné půdy i zemědělské půdy jako takové, tento pokles současně doprovázel enormní nárůst intenzity hospodaření na plochách orné půdy, která byla vyčleněna pro intenzivní tržní produkci. Tyto změny měly dopad nejen pro řadu živočichů, kteří na zemědělské půdě žili, ale i pro samotné lidi, jelikož na některých místech ztratila půda obytný rozměr (Lipský, 2010).

Současně se však v době intenzifikace prosazoval i opačný proces extenzifikace. Ten se projevil zejména tzv. marginalizací, kdy došlo k postupnému snižování intenzity obhospodařování půdy a v konečné fázi samotným opuštěním zemědělské půdy. K poklesu intenzity obhospodařování půdy dochází zejména od 80. let minulého století v rámci spojení zemědělské politiky EU. Opuštění nevhodných ploch pro zemědělství probíhalo zejména v horských oblastech a některých regionech jižní a severní Evropy, kde je extenzifikace patrným dominantním procesem celé krajiny. Zemědělské hospodaření v těchto místech ztratilo konkurenceschopnost a stalo se ohroženou činností (Raes, 2008). Jak však uvádí Lipský (2010), z pohledu Evropy, jako celku, je tomu jinak. Marginalizace je obvykle typická pro menší území, kde ovšem dochází ke kompenzaci intenzivně využívaných ploch. V současné době se celkový trend vyznačuje rostoucí polarizací mezi více intenzivním a více extenzivním využitím půdy. V převážné většině jde o kombinaci intenzifikace a marginalizace, v některých případech intenzivní využívání v jistém území doslova zapříčiní marginalizaci někde jinde (Jongman et Bunce, 2000). Tento proces hospodaření a vývoj krajiny byl typický pro český venkov během doby socializace a probíhá v jistých politických změnách a socioekonomických podmínkách i po roce 1990 (Lipský, 2010).

V současné době se rychlost změn a jejich prostorová dimenze zvyšuje. V rámci změn prostředí dochází také ke ztrátě biodiverzity a kulturní rozmanitosti krajiny (Antrop, 2008).

3.1.5 Současný stav



Obr. 1 Grafické znázornění vývoje orných půd, zemědělských půd a lesních pozemků v hektarech k 31. 12: 2016 (ČÚZK, 2017).

Statistická data (Obr. 1) znázorňující využití půdy po roce 1990 ukazují pozvolný pokračující pokles výměry orné půdy a zemědělské půdy jako celek. Graficky znázorněný pokles je jen pokračováním předchozího vývoje.

Zásadní změnu ve vývoji přinesl nárůst kategorie trvale travních porostů. Z původního poklesu výměry se v současné době jejich výměra zvedá. Dochází k rozšíření luk a pastvin. Podíl výměry lesa zůstává prakticky a možná překvapivě neměnný. Jak zmiňuje Lipský (2010), místní dílčí zalesňování zemědělské půdy bylo totiž vykompenzováno v rámci záborů lesní půdy, které posloužili pro výstavby či jiné využití. To může mít za následek rostoucí podíl nezemědělské půdy.

V rámci zhodnocení současného stavu je však důležité zmínit, že se jedná o celorepubliková čísla, tudíž nejsou patrné značné regionální rozdíly. Na úrodných půdách v nížinách dochází k nejmenším změnám, zemědělská činnost zde na orných půdách intenzivně pokračuje, oproti tomu v horských a podhorských kamenitých oblastech, na málo úrodných půdách studených stanovišť, musela být rostlinná výroba v minulosti značně a v obrovské míře dotovaná (Lipský, Kopecký, Kvapil, 1999).

Z ekologického pohledu je jistě žádoucí a chtěné, aby byly horské oblasti a oblasti vrchoviny zalesňovány a zatravnňovány, jelikož to má pozitivní efekt na zlepšení kvality vody, snížení eroze půdy a celkové zvýšení ekologické stability krajiny. Nicméně někteří odborníci právem namítají, že chybí stabilizační prvky ekologické stabilizace krajiny v intenzivně odlesňovaných nížinách, a že by měl být spíše kladen důraz na podporu těchto oblastí než na podporu oblastí, které mají už tak přirozeně vyšší podíl lesů a travních porostů, dostatečné množství fungujících biocenter a biokoridorů (Lipský, 2010).

Současné prostředí se mění a diverzifikace podnikatelské činnosti je nezbytnou nutností. Podobnou myšlenku uvádí i Petr (2010) ve své práci. S odkazem na Program rozvoje venkova, který řeší jako hlavní otázku stabilizaci venkovského obyvatelstva prostřednictvím diverzifikace ekonomických aktivit od zemědělských podniků směrem k nezemědělským činnostem, v rámci nichž mají být vytvořeny nové pracovní kapacity.

Je potřeba zamezit vylidňování venkova a stárnutí venkovských komunit, je důležité vytvořit atraktivnější venkov pro lidi, především co se bydlení a pracovního uplatnění týče. Pokud budou místní obyvatelé zůstat na venkově a poptávat místní produkty a služby, budou místní podnikatelé motivováni k větší hospodářské činnosti a dojde k rozšíření pracovních příležitostí (Petr, 2010).

Zaměstnanost ve venkovském podnikatelském sektoru je zhruba 65 %. Podle studie Copuse et al (2006) se Česká republika řadí mezi státy, kde je významný rozdíl v zaměstnanosti ve venkovských oblastech a městských oblastech, zhruba deset procent. Nejlépe jsou na tom členské státy Dánsko, Švédsko, Nizozemsko a Portugalsko, kde byla míra zaměstnanosti v porovnání venkovských a městských regionů nejvyšší. Z hlediska pohlaví je rozdíl mezi muži a ženami až necelých 20 %. Ve venkovských oblastech je zaměstnáno průměrně 72 – 73 % mužů a 55 % žen.

3.2 Současné podnikatelské trendy na venkově

3.2.1 Odvětví podnikání

Venkovské oblasti nabízejí velké množství pozitiv. V případě obytné funkce je to například kvalitní životní prostředí, individualita bydlení v přírodě, klidné, bezpečné a důvěrné prostředí. Regionální či místní kultura může představovat pomyslný nástroj, který propojuje obytnou a rekreační funkci venkovského prostoru. Různé tradiční a lokální akce jako trhy a jarmarky, slavnosti, dožínky, hody, skanzeny, tradiční řemesla či gastronomické akce. Dnešním trendem je snaha o propojení venkovských funkcí – rekreační a produkční. V tomto směru je venkovské prostředí, krajina, infrastruktura, místní obyvatelé, tradice a historie základním ekonomickým zdrojem pro venkovský cestovní ruch. Jak Petr (2010) dále uvádí, současně na venkově zůstávají i zdroje surovin a silná tradiční činnost v zemědělství.

V odvětvové struktuře se promítá nejen potenciál regionální konkurenceschopnosti, ale zároveň její struktura signalizuje možnou nestabilitu ve vývoji regionu, jeho labilitu a vysokou závislost v relativně úzkém okruhu impulsů a podnětů. V rámci tohoto hlediska se začíná významná část regionů v České republice specializovat a stávají se závislými na kooperaci s dynamicky se rozvíjejícími průmysly (např. automobilový). V opačném pohledu relativní zaostávání značí propojenost s výrobní základnou tradiční těžby nerostných surovin a těžkého průmyslu (Morava, Slezsko, Severozápadní část Čech). Dalším významným strukturálním problémem ČR je vysoký podíl zpracovatelského průmyslu ve struktuře národního hospodářství, v porovnání s ostatními hospodářsky vyspělými státy Evropské unie (MMR, 2013).

3.2.2 Zemědělství

V 80. a 90. letech byl na vrcholu trend v rozšiřování produkce, specializace, intenzifikace, industrializace. Poté začal počet farem klesat, docházelo ke snižování počtu pracovních příležitostí v zemědělství na venkově. Postupně docházelo ke zvyšování regionální disparity a narůstalo napětí mezi zemědělskou produkcí a životním prostředím (krajinou, přírodou a kvalitou produkce). V otázce rozvoje venkova se stále více objevuje potřeba hledání nového modelu rozvoje zemědělství. Dříve byl venkov výhradně spojován se zemědělskou činností a

produkční funkcí, avšak v současné době funguje nový přístup v rámci řešení problémů venkovského prostoru, jenž se snaží pojmout rozvoj venkova komplexním měřítku, ve kterém si zemědělství zachovává důležitou pozici a roli, nicméně už zdaleka není jedinou činností. Z pohledu ekonomického odvětví význam zemědělství klesá. Mění se vztah společnosti a zemědělství, významnou změnou procházejí i konkrétní sociálně a geograficky vydefinované části krajiny (Petr, 2010).

Rozvoj venkova by neměl být založen na nahrazení zemědělství jinými novými moderními činnostmi. Smyslem nového přístupu rozvoje venkova je diverzifikovat zemědělství v rámci vlastního potenciálu farmářů a vlastně celého zemědělského sektoru (Petr, 2010)

V dřívějším pojetí venkovského hospodaření probíhala úplně běžně anonymní produkce a anonymní vztah producenta a spotřebitele v rámci zdlouhavých dodavatelských vztahů. V novém pojetí hospodaření byl udělán důležitý krok a posun vpřed směrem k transparentní ekologické domácí produkci, kde je zaručen úzký vztah výrobce a produktu. Zároveň není problém získat informace a ověření o výrobních postupech a kvalitě, certifikace a regionální značky jsou v tomto směru vítaným přínosem. Na ekologické zemědělství navazují i další aktivity jako je ekoturistika, agroturistika, venkovská turistika, údržba krajiny a další (Van der Ploeg et al., 2000).

3.2.3 Cestovní ruch

Důležitým odvětvím, které by mohlo napomoci iniciovat hospodářský rozvoj zejména ve stabilizovaných a periferních oblastech, je cestovní ruch. Cestovní ruch pro svůj rozvoj využívá přírodní potenciál, kulturní památky i přírodní zdroje v dané oblasti. Řada oblastí cestovního ruchu se nachází ve stabilizovaných, někdy i v periferních oblastech vymezených základní typologií ČR. A Právě v těchto oblastech se toto odvětví z pohledu regionální politiky, společně s dalšími efekty, jeví jako důležitým generátorem pracovních míst a příležitostí (MMR, 2013).

Odvětví cestovního ruchu je výjimečnou příležitostí pro rozvoj venkova. V rámci posledních desetiletí prochází cestovní ruch dynamickým rozvojem. První důvodem dynamického rozvoje je odstranění bariér, které bránili v cestování. Jednalo se o bariéry přirozené, geografické a umělé (politická situace, válečné konflikty apod.). O prudký rozvoj cestovního ruchu se zasadila také rostoucí životní úroveň obyvatel vyspělých zemí. Lidé kladou stále větší důraz na trávení volného času, touhu poznávat nová místa a lokality, rozdílné prostředí, lidi, historii, kulturu, tradice a přírodu. Podstatná a důležitá je možnost aktivně si vyzkoušet odlišný způsob života (agroturistika, farmy) a třeba i ochutnat místní gastronomii. Další důležitým motivem, který stále více sílí, je sportovní vyžití a cestování za rozmanitými sportovními aktivitami, jejichž nabídka se stále rozšiřuje o další nové aktivity (Petr, 2010).

3.3 Strategie podpory podnikání

3.3.1 Národní strategie a koncepce

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období 2014 – 2020

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období 2014 – 2020 (dále jen Koncepce MSP 2014+) představuje zásadní strategický dokument, jenž vymezuje asi 50 konkrétních opatření, která si kladou za cíl podpořit efektivní fungování a celkový rozvoj MSP jako významnou součást národní ekonomiky. Smyslem a cílem celé Koncepce MSP 2014+ je určit a nastavit prioritní oblasti podpory pro programovací období 2014 – 2020, která budou v rámci jejich opatření financována ze strukturálních fondů EU (především z Evropského fondu regionálního rozvoje a Evropského sociálního fondu), unijních programů EU a současně bude využito i národních prostředků z rozpočtu. Navržené oblasti nejsou vybrány nahodilým způsobem, nýbrž se jedná o výsledek cíleného výběru priorit, které jsou s fungováním MSP v nadcházejícím období spojovány. V rámci Koncepce MPS 2014+ je současně nastavené i rámcové vymezení podporovaných sektorů a nástrojů pro naplňování jednotlivých priorit (MPO, 2012).

Hlavními nosíky celé koncepce jsou 4 strategické priority a komplexní návaznost na evropské a národní strategické dokumenty viz úvod této kapitoly. Je důležité také vyzdvihnout to, že Koncepce MSP 2014+ napomáhá k evropské přidané hodnotě, která vyplývá z podnikatelské aktivity a podpory malých a středních podniků. Současná Koncepce MSP 2014+ podstatně více klade důraz a podporuje využívání finančních nástrojů, mezi něž patří zvýhodněné záruky či úvěry, nebo také poskytnutí podpory pomocí kapitálového vstupu (tzv. venture kapital). Ačkoli vzrůstá důležitost finančních nástrojů podpory, významnými nástroji pro podporu MSP i nadále zůstávají také dotační schémata a poradenství (MPO, 2012).

Strategická priorita č. 1 – Kultivace podnikatelského prostředí, rozvoj poradenských služeb a vzdělání pro podnikání

Úkolem této priority je zlepšit podnikatelské prostředí, jelikož kvalitní a přívětivé podnikatelské prostředí je jednou z důležitých podmínek růsti konkurenceschopnosti podniků, zároveň je i předpokladem pro růst konkurenceschopnosti celé ekonomiky. Koncepce MSP 2014+ si klade za cíl zlepšit podnikatelské prostředí tak, že bude transparentní, stabilní a motivační, zároveň co nejvíce zjednodušit administrativní úkony a vedení malých a středních podniků. Je tedy dále potřeba pokračovat v již nastartovaném projektu snížení administrativní zátěže z roku 2008. Součástí této priority je dále rozvoj strategických služeb, aby byli podnikatelé dostatečně informováni o podporách či podnikatelských legislativách. V rámci toho budou vytvořeny dostupné informační kanály (webové portály) a podpora se zaměří i na zkvalitnění poradenských služeb. V současné moderní době bude potřeba nabídnout i nové inovativní poradenské služby jako jsou mentoring, koučing, technický scouting, market intelligence či technologický foresighting. Tyto služby pomohou podnikatelům lépe a efektivněji určit oblasti, ve kterých jsou schopni dlouhodobě obstát, a ve kterých mají možnosti velkého potenciálu. Základní a moderní poradenské služby mají podnikatelům pomoci v začátcích podnikání i v hospodářsky slabších regionech, smyslem zvyšování kvality poradenských služeb je i zvyšování finanční gramotnosti podnikatelů. Další důležitou podporovanou oblastí této priority je vzdělávání pro podniky. Budou vytvořeny podpůrné nástroje na podporu dalšího profesního vzdělávání zaměstnavatelů (MSP) a zaměstnanců v podobě prohlubování, rozšiřování, obnovování, zvyšování kvalifikace. Zároveň bude kladen důraz na získávání klíčových dovedností, které podpoří a zvýší udržitelnost zaměstnání v rámci daného podniku (MPO, 2012).

Strategická priorita č. 2 – Rozvoj podnikání založeného na podpoře výzkumu, vývoje a inovací, včetně inovační a podnikatelské struktury

Tato strategická priorita se zaměřuje na podporu v prvotních začátcích podnikání inovativních MSP a jejich následný rozvoj. Zároveň podporuje rozvoj podnikatelské a inovační infrastruktury v rámci vzájemné spolupráce firem s výzkumnými organizacemi. Hlavním cílem je podpořit upgrading MSP k podnikání založenému na inovační konkurenční výhodě. V rámci toho bude snahou zvýšit motivaci a zapojení malých a středních podniků do financování výzkumu a vývoje. Přímá podpora inovačních projektů má nejen podpořit výzkumné a vývojové kapacity podniků, ale především má podpořit přenos výsledků výzkumu a vývoje do praxe. Budou podporovány i aktivity spojené s rozvojem digitální ekonomiky a progresivních

ICT služeb, které podporují inovační procesy i v ostatních odvětvích. Tato strategie je dále zaměřena na navázání spolupráce MSP a vysokých škol a výzkumných institucí. Bude podporován přenos znalostí a zkušeností univerzit a výzkumných center k malým a středním firmám. Priorita bude podporovat takové projekty, jejichž cílem bude rozvoj podnikatelské infrastruktury (rozvoj průmyslových zón a parků, regenerace brownfieldů, rozvoj podnikatelských inkubátorů a inovačních center). Současně budou podporovány i klastry, a to jak v rámci horizontální dimenze spolupráce (spolupráce MSP a institucí podobného či doplňkového zaměření), tak i v rámci vertikální spolupráce (mezi podniky, jejichž výrobky a produkty na sebe navazují v hodnotovém řetězci). Podporovány budou zejména projekty kolektivního výzkumu, který bude odpovídat inovačním potřebám MSP v té dané technologické oblasti a projekty, které budou mít potenciál v posunutí odvětví na vyšší technologickou úroveň. V rozvoji klastrů bude dále snaha zvýšit zapojení i do evropských výzkumných aktivit a posílit i přeshraniční spolupráci (MPO, 2012).

Strategická priorita č. 3 – Podpora internacionalizace MSP

Malý a střední podnikatelé mají malé či mizivé povědomí o internacionalizaci. Cílem této priority je zvýšit povědomí a předat podnikatelům odborné znalosti o zahraničních trzích a jejich obchodních příležitostech. Ukázat možnosti, jak hledat a najít potenciální obchodní partnery či partnery pro technologickou spolupráci. Umět se orientovat v obchodních praktikách zahraničních obchodníků, naučit se správně vývozní postupy a dovozní předpisy, technické normy a právní a správní předpisy, marketingové požadavky a další. Aby toto malý a střední podnikatelé zvládli, bude jim nabídnuta podpora v podobě specifického exportního vzdělávání, školení a dalších podpůrných služeb. Rozvoj specializovaných poradenských služeb zajistí co nejjednodušší přístup k důležitým informacím exportu a napomůže ke snížení počátečních nákladů a rizik vyplývajících ze zahájení mezinárodních aktivit malých a středních podnikatelů. Poradenské služby budou zaměřeny na informace o zahraničním trhu, o uplatňování technologií na zahraničních trzích, o možnostech financování a pojištění exportu, jaké služby nabízí síť pro podporu exportu, jak hledat obchodní partnery a partnery pro technologickou spolupráci, tipování a identifikaci nových trendů a další individuální poradenství. Významným nástrojem pro malé a střední podnikatele je podpora v účasti na výstavách a zahraničních trzích, obchodních misích a dalších specializovaných aktivitách v zahraničí. Dalším cílem je zvýšení konkurenceschopnosti za pomoci zapojení MSP do

přeshraničních a mezinárodních klastrových iniciativ a podpora bilaterálních programů mezinárodní spolupráce (MPO, 2012).

Strategická priorita č. 4 – Udržitelné hospodaření s energií a rozvoj inovací v energetice

Strategická priorita se zaměřením na podporu podnikatelských aktivit v oblasti úspory energie, obnovitelných zdrojů a druhotných zdrojů energie. Cílem této oblasti podpory je snížit energetickou náročnost na jednotku produkce tak, aby se zachovala stabilita a dostupnost energie pro podnikatelskou sekci. V rámci úspor energie dojde ke snížení nákladů, což povede k lepšímu hospodaření a ve výsledku i ke zvyšování konkurenceschopnosti podnikání. Dalším cílem je omezit závislost na dovozu energetických komodit, snížit spotřebu fosilních energetických zdrojů a podpořit podnikatele v oblasti využívání obnovitelných zdrojů energie. Dále bude podporována modernizace strojů a zařízení na výrobu energie a zvýšení jejich účinnosti, inovační technologie a vyhledávání alternativních zdrojů. V rámci podpor bude možné rekonstruovat a modernizovat rozvody tepla a energie, které přispějí ke snížení energetické náročnosti budov (MPO, 2012).

Jako další významné podpory Ministerstva průmyslu a obchodu je možné zmínit program ZÁRUKA z Národního programu na podporu MSP, který běží a přijímá nové žádosti od 1.11.2017 do 31.12.2020. Cílem programu je podpořit malé a střední podnikatele v přístupu k bankovním úvěrům na realizaci podnikatelských projektů prostřednictvím poskytnutých záruk. Program se vztahuje na všechny žadatele ze zemědělského sektoru, zpracovatelského průmyslu, stavebnictví, velkoobchod a maloobchod, doprava a skladování, ubytování a stravování, administrativní sekce, vědecké činnosti, vzdělávání, kulturní a rekreační činnosti, zdravotní péče a ostatní činnosti (MPO, 2017b).

Strategie resortu Ministerstva zemědělství České republiky s výhledem do roku 2030

Strategické rozvojové cíle českého zemědělství se odvíjejí zejména od očekávaného vývoje vnějších podmínek, dále na základě zhodnocených analýz aktuálního stavu a problémů zemědělsko-potravinářského sektoru. Strategické cíle jsou promítnuty do zemědělské politiky ČR na období 2014 – 2020 v rámci podpor pilířů SZP (Společná zemědělská politika) a PRV (Program rozvoje venkova). Posláním našeho zemědělství je se podílet na trvale udržitelném zajištění potravinového zabezpečení, jak na národní, tak i na evropské úrovni, současně přispět k energetické a potravinové soběstačnosti České republiky. Dosáhnout toho lze pomocí zvýšení zemědělské efektivnosti a konkurenceschopnosti. Důležité je také zlepšit chování v užívání přírodních zdrojů, dobře utvářet krajinu, aktivně podporovat rozvoj venkova a zvyšovat rekreační potenciál v naší krajině. Zemědělství už nehraje roli jen potravinářské oblasti, má významnou úlohu i v nepotravinářské oblasti a při poskytování tzv. veřejných statků (public goods) nejen ve prospěch životního prostředí, ale i ve prospěch zajišťování pracovních míst a kvality života ve venkovských oblastech. Strategie reaguje na koncept evropského modelu zemědělství a na jeho strategický cíl, který spočívá v prosazování se na jednotném trhu EU i na světovém trhu s výrobními postupy a kvalitnějšími produkty, jež jsou šetrnější k životnímu prostředí. I tento strategický koncept se dělí na několik hlavních priorit a strategických cílů (MZe, 2016).

Hlavní priorita č. 1 – Potravinové zabezpečení a přiměřená soběstačnost

Zajištění významné úrovně produkce v hlavních zemědělských komoditách mírného pásu, hlavně takových, pro které existuje v České republice potenciál konkurenceschopné produkce. Cílem priority je zachovat a přenechat zemědělsky užívané přírodní zdroje v co nejlepším stavu pro budoucí generace. Zlepšit vztah k zemědělské půdě, biodiverzitě, vodnímu režimu, lépe nakládat s odpady a energií. Zachovat krajinu takovou, aby zajistila potravinové zabezpečení, retenční schopnost půdy a pitnou vodu (MZe, 2016).

Hlavní priorita č. 2 – Konkurenceschopnost zemědělství

Cílem je zvýšení konkurenceschopnosti zemědělství, potravinářství a lesnictví. Zahrnuje podporu produkce i nepotravinářských surovin, jako jsou výpěstky v lesních školkách i dřevo. Jedná se o rozvoj sektoru v rámci jednotlivých zemědělských podniků, zaměřený na jejich efektivnost a produktivitu a ve výsledku i konkurenceschopnost na evropském a světovém trhu. Prioritou je zajistit udržitelnou a environmentálně šetrnou intenzivní zemědělskou produkci rostlinné i živočišné výroby a zlepšit kvalitu základního výrobního prostředku zemědělství, tj. půdy (MZe, 2016).

Hlavní priorita č. 3 – Udržitelné hospodaření s přírodními zdroji a opatření v oblasti klimatu

Cílem této priority je podporovat, zachovávat a zlepšovat ekosystémy závislé na zemědělství a lesnictví. Obnovovat, udržovat či zvyšovat biologickou rozmanitost i v chráněných oblastech Natura 2000, přírodních rezervacích, CHKO i NP. Obnovovat a udržovat zemědělskou činnost s vysokou přírodní hodnotou a zachovat co nejvíce stav evropské krajiny. Podpořit lepší hospodaření s vodou a půdou, zabránit půdní erozi, obnovovat funkčnost, úrodnost a estetiku krajiny (MZe, 2016).

Hlavní priorita č. 4 – Dosažení vyváženého územního rozvoje venkovských hospodářství a komunit, včetně vytváření a udržení pracovních míst

Cílem priority je podpora rozvoje podniků, zaměstnanost, využívání obnovitelných zdrojů energie, využití rekreačního potenciálu v rámci agroturistiky. Priorita bude podporovat také diverzifikaci zemědělských hospodářství a zajištění pracovních míst ve venkovských oblastech (MZe, 2016).

Strategické cíle v rámci priorit zaměřené na zemědělství:

- Zajištění vyváženého a ekonomicky spravedlivého rozvoje zemědělských podniků, z hlediska regionálního, velikostního a výrobně strukturálního.
- Rozvoj ve využívání zemědělské biomasy jako možného obnovitelného zdroje energie.
- Zlepšení vztahů zemědělství k venkovu – zajistit rozvoj takového zemědělství, který se stane jedním ze základů podnikatelské aktivity na venkově. Jedná se zejména o malé a střední farmy převážně rodinného typu, které mají možnost realizovat a rozvíjet lidský a sociální kapitál venkova.
- Rozvíjet a využívat poznatky vědecko-technologických výzkumů a vývoje a aplikovat je ve prospěch reálné konkurenceschopnosti.
- Snižování dopadů rizikovosti podnikání v zemědělství – dodržovat komplexní a zodpovědný přístup v řízení předvídatelných a nepředvídatelných rizik. Snažit se zmírnit či eliminovat dopady rizik, především v případech jejich opakovaných výskytů.
- Zvyšování ochrany půdy v době klimatických změn, avšak s ohledem na udržitelné hospodaření a na komplexní rozvoj a utváření krajiny.

(MZe, 2016)

Implementace strategií:

Priority, cíle a jednotlivá opatření strategií národních podpor jsou implementovány v rámci příslušných programů a jejich aktualizací v souladu s jejich přirozenými implementačními a aktualizacími horizonty (opatření SZP, dotační programy atd.) a v rámci strategických dokumentů jednotlivých dílčích oblastí a resortních organizací. Součástí implementace je proces monitoringu a hodnocení realizace Strategie, tyto procesy mají na starost příslušné řídicí orgány a oddělení resortů. Cílem implementačního řízení je transparentnost a efektivní řízení procesu implementace (MZe, 2016).

Strategie regionálního rozvoje ČR na období 2014 – 2020

Základní koncepční dokument v oblasti regionálního rozvoje, který dle zákona č. 248/2000 Sb., o podpoře regionálního rozvoje vymezuje a formuluje přístup státu k podpoře regionálního rozvoje. Strategie poskytuje potřebná východiska a určuje rozvojové cíle a zásady pro vytváření a vypracování regionálních programů rozvoje. Strategie regionálního rozvoje (SRR) je nástrojem realizace regionální politiky a koordinuje působení ostatních veřejných politik v rámci regionálního rozvoje. Strategický dokument regionálního rozvoje propojuje témata a priority s územními aspekty (MMR, 2013).

Prioritní oblast Regionální konkurenceschopnost

Prioritní oblast vycházející z ekonomického pilíře a zaměřující se na území s dostatečným potenciálem na realizaci stanovených cílů. Klíčovými sekcemi jsou inovace, spolupráce podnikatelů s výzkumnými a vývojovými centry, zvyšování kvality vysokoškolského vzdělání, flexibility pracovního trhu reagujícího na místní potřeby. Součástí prioritní oblasti je také řešení dostatečné a kvalitní dopravní i technické infrastruktury, která je zásadní podmínkou pro rozvoj konkurenceschopnosti daného území (MMR, 2013).

Priorita 1 Využití potenciálu rozvojových území

Priorita 2 Rozvoj klíčové infrastruktury nadregionálního významu

Prioritní oblast Územní soudržnost

Tato priorita vychází ze sociálního pilíře a má zejména pomáhat zmírnit sociální disparity v území. Zabývá se infrastrukturou veřejných služeb, podporou integrace sociálně vyloučených skupin obyvatelstva, částečně dále kulturou, cestovním ruchem a bydlením. V periferních oblastech řeší podporu lokální ekonomiky (MMR, 2013).

Priorita 3 Zkvalitnění sociálního prostředí rozvojových území

Priorita 4 Vyvážený rozvoj stabilizovaných území

Priorita 5 Oživení periferních území

Prioritní oblast Environmentální udržitelnost

Tato prioritní oblast vychází z environmentálního pilíře a hlavními tématy této oblasti jsou cesty, jak přispět ke zlepšení životního prostředí a života obyvatel v něm. Důraz je kladen zejména na odstraňování ekologických zátěží, snížení vlivu dopravy na krajinu, lepší hospodaření s přírodními zdroji, využívání moderních technologií v odpadovém i vodním hospodářství. Zaměřuje se také i na prevenci a případnou likvidaci škod, které mohou vzniknout při živelných pohromách (MMR, 2013).

Priorita 6 Ochrana a udržitelné využívání přírodních zdrojů v regionech

Priorita 7 Ochrana přírody a krajiny, prevence vzniku živelných pohrom a řešení jejich dopadů

Prioritní oblast Veřejná správa a spolupráce

Cílem priority je vytvářet legislativní i administrativní zázemí, které bude funkčně plnit podporu pro realizaci všech výše zmíněných témat, priorit a cílů.

Priorita 8 Zkvalitnění institucionálního rámce pro rozvoj regionů

Priorita 9 Podpora spolupráce na místní a regionální úrovni

3.3.2 Regionální strategie a koncepce

V rámci rozvoje venkova existují i regionální podpory, které vytvářejí kraje, současně jsou to oni, kdo program rozvoje daného kraje implementují v regionálním měřítku.

Program rozvoje Jihočeského kraje 2014 – 2020

PO 1 Konkurenceschopnost regionální ekonomiky a trhu práce

Cílem prioritní osy 1 je zlepšit hospodářské, vědeckovýzkumné, inovační prostředí a trh práce, v takové podpoře, aby v rámci rozvoje odpovídal přirozenému potenciálu území nejen z historického hlediska, ale aby byl dostatečně pružný a reagoval na nové výzvy a trendy. Nastavení rozvoje regionu a jeho částí musí být celoplošně vyvážené (JHC, 2014).

- Opatření 1.1 Prostor pro rozvoj a zvyšování konkurenceschopnosti podnikání
- Opatření 1.2 Podmínky pro rozvoj vědy, výzkumu a inovací
- Opatření 1.3 Terciární vzdělávání a celoživotní učení
- Opatření 1.4 Optimalizace trhu práce
- Opatření 1.5 Rozvoj a diverzifikace zemědělství, lesnictví a rybářství a podpora zpracování a odbytu místní produkce, zejména ve venkovských oblastech

PO 2 Doprava a mobilita, technická infrastruktura

Cílem prioritní osy 2 je zlepšit dopravní infrastrukturu a vnější napojení Jihočeského kraje. Zkvalitnit a optimalizovat logistiku a současně zajistit kvalitní a udržitelné napojení na technickou infrastrukturu, která umožní zvýšit konkurenceschopnost regionálního hospodářství a zkvalitnit život obyvatel v Jihočeském kraji (JHC, 2014).

- Opatření 2.1 Dopravní napojení a logistika regionu
- Opatření 2.2 Vnitřní dopravní prostupnost a obslužnost regionu
- Opatření 2.3 Technická infrastruktura

PO 3 Kvalitní infrastruktura, služby, prostředí a spolupráce pro posilování územní soudržnosti

Cílem prioritní osy 3 je rozšiřovat nabídku a zlepšovat kvalitu a územní dostupnost sítě veřejných a dalších služeb pro místní obyvatele i návštěvníky kraje. Smyslem je také podporovat všechny způsoby rozvojové spolupráce na místní, regionální i přeshraniční úrovni (JHC, 2014).

- Opatření 3.1 Kvalitní a dostupné veřejné služby
- Opatření 3.2 Kvalitní zázemí, vybavenost a služby pro volný čas a rozvoj občanské společnosti
- Opatření 3.3 Efektivní a pružná veřejná správa
- Opatření 3.4 Kvalitní spolupráce a plánování pro územně vyvážený rozvoj regionu s důrazem na rozvoj venkova

PO 4 Environmentální udržitelnost a soudržnost regionu

Cílem prioritní osy 4 je zajistit a dále posilovat vnitřní environmentální soudržnost a udržitelnost rozvoje Jihočeského kraje. Cíle bude dosaženo za pomoci ochrany přírodních hodnot v regionu při jejím šetrném využívání a realizaci dalších aktivit a záměrů v rámci Programu rozvoje kraje (JHC, 2014).

- Opatření 4.1 Péče o přírodu a krajinu a jejich šetrné využití
- Opatření 4.2 Prevence rizik

PO 5 Využití potenciálu přírodního, kulturního a historického dědictví pro rozvoj cestovního ruchu

Cílem prioritní osy 5 je zajistit vyvážený rozvoj cestovního ruchu včetně wellness na území kraje jako významných odvětví regionální ekonomiky. Cíle bude dosaženo za šetrného využívání přírodního, historického a kulturního dědictví. Bude se zvyšovat kvalita služeb, propagace, spolupráce a lidské zdroje při současném respektování zájmů a hodnot trvale udržitelného rozvoje Jihočeského kraje (JHC, 2014).

- Opatření 5.1 Vyvážený rozvoj infrastruktury cestovního ruchu
- Opatření 5.2 Služby, produkty a lidské zdroje v cestovním ruchu
- Opatření 5.3 Lázeňství, wellness

Program rozvoje Plzeňského kraje 2014+

Plzeňský kraj má v rámci svého programu rozvoje stanovený globální cíl, který akcentuje zvýšení konkurenceschopnosti a atraktivity Plzeňského kraje nejen pro obyvatele, ale také pro investory a návštěvníky. Snahou je co nejefektivnější využívání vlastních či externích zdrojů. V nepříznivých ekonomických obdobích nabývají na významu interní zdroje Plzeňského kraje a jejich optimální využití s podporou národních a evropských finančních prostředků na realizaci prioritních témat s multiaplikačními regionálními efekty. Hlavním rozvojovým potenciálem je v kraji vzdělaná, kvalifikovaná, flexibilní síla. Podporována bude zejména v tradičních oborech s vysokým potenciálem konkurenceschopnosti a v perspektivních oborech využívající v praxi vědecké a výzkumné výsledky. Ke kvalitnímu životu a atraktivitě podnikání přispěje funkční technická infrastruktura a sociální infrastruktura. Přírodní a kulturní hodnoty Plzeňského kraje významně podporují potenciál pro rozvoj cestovního ruchu (PLK, 2014).

Na podporu globálního cíle byly stanoveny ještě strategické cíle:

- Strategický cíl 1: Zajistit dostatek kvalifikovaných pracovních sil
- Strategický cíl 2: Zlepšit dostupnost a kvalitu veřejných služeb
- Strategický cíl 3: Zvýšit konkurenceschopnost regionální ekonomiky
- Strategický cíl 4: Zlepšit fungování a vzhled měst a obcí a jejich vztahy
- Strategický cíl 5: Zajistit funkčnost a rozvoj dopravních systémů kraje
- Strategický cíl 6: Zabezpečit příznivé životní prostředí pro obyvatele kraje (PLK, 2014).

3.4 Programy pro MSP

3.4.1 Program rozvoje venkova na období 2014 – 2020

Investice do zemědělských podniků

Cílem programu je zlepšit konkurenceschopnost zemědělských podniků, zvýšit hospodářskou výkonnost a usnadnit jejich restrukturalizaci a modernizaci. Realizací projektů se očekává přínos ve zvýšení míry účasti na trhu a orientaci na další trhy. Budou podporovány investice v živočišné a rostlinné výrobě, které povedou ke snížení výrobních nákladů, modernizaci či zlepšení kvality vyráběných produktů. Bude podporován i přístup k novým technologiím s inovačním potenciálem. Dotaci bude možné využít na ustájovací a chovatelská zařízení, pořízení strojů, skladovací kapacity na produkty rostlinné i živočišné výroby, steliva, krmiva a další druhotné produkty živočišné výroby. Budou podporovány i investice do nosných konstrukcí trvalých staveb, staveb pro zahradnictví či třeba do nádrží na zadržování srážkové vody ze střechy. Dle programu rozvoje venkova může být příjemcem dotace zemědělský podnikatel, školní statek, státní podnik, skupina zemědělců (MZe, 2013).

Zpracování a uvádění na trh zemědělských produktů

Cílem je zlepšení konkurenceschopnosti prvovýrobců (zejména MSP) jejich lepším začleněním do zemědělsko-potravinářského řetězce. Na základě programů jakosti, zvýšení efektivity výroby, podpory místních trhů a krátkých dodavatelských řetězců je možné dosáhnout požadovaného stavu. V rámci dotace budou podporovány investice do zařízení a moderních technologií, které zpracovávají zemědělské produkty a uvádějí výrobky na trh (zařízení na výrobu potravin, krmiv, vybavení pro finální úpravu, balící stroje a označování produktů, zařízení na skladování). Podporovány budou i investice související s uváděním produktu na trh, včetně výstavby a rekonstrukce budov. Příjemcem dotace může být zemědělský podnikatel, výrobce potravin či krmiv, který splňuje definici MSP (MZe, 2013).

Zahájení činnosti mladých zemědělců

Dotace je zaměřena na realizaci podnikatelského plánu, která povede k aktivnímu zahájení podnikání mladého zemědělce v zemědělském podniku. Příjemcem dotace může být mladý začínající zemědělec ve věku 18 až 40 let, který dosáhl či za stanovených podmínek dosáhne minimální zemědělské kvalifikace a zahajuje zemědělskou podnikatelskou činnost poprvé jako vedoucí podniku. Dotace je omezena jen na mikropodniky a malé podniky. Podpora je poskytnuta, pokud je předložený, kladně posouzený podnikatelský plán vyhotoven na 4 roky (MZe, 2013).

Investice do nezemědělských činností

Cílem podpory jsou investice na založení či rozvoj nezemědělských činností, které vedou k diverzifikaci příjmů zemědělských podnikatelů, vytvoření dalších či nových pracovních míst a posílení ekonomického potenciálu ve venkovských oblastech podpořením vybrané ekonomické činnosti. Podporovány budou zejména oblasti zpracovatelského průmyslu a maloobchodu. Dále bude podporována výroba potravinářských výrobků, textilií, papíru, dřevěných a skleněných výrobků, strojů atd. Podpořeny budou rovněž činnosti ve stavebnictví, výzkumu a vývoje, Dotace budou poskytovány na stavební výdaje, strojní zařízení a technologie potřebné k provozu činnosti. Podporovány nebudou příjezdové cesty, spotřební materiál a obecné náklady a výdaje, které nesouvisí přímo s realizací projektu. Žadatelem je zemědělský podnikatel (MZe, 2013).

Podpora agroturistiky

Cílem operace je podpora investic v rámci diverzifikace činností zemědělských subjektů v oblasti agroturistiky. Výsledkem bude zajištění diverzifikace příjmů, vytvoření pracovních míst i pro nekvalifikované pracovní síly a podpora širšího využití zemědělských farem a venkovských brownfields. Dotace bude poskytnuta na způsobilé výdaje typu stavební obnovy (přestavba, modernizace apod.), výstavbu nových malokapacitních ubytovacích zařízení (včetně stravování a dalších budov a ploch v rámci turistické infrastruktury – sportoviště, parkoviště, oplocení, zeleň atd.), nákup nemovitostí, zařízení, vybavení a nezbytné výpočetní techniky v souvislosti s projektem. Příjemcem je zemědělský podnikatel (MZe, 2013).

Podpora provádění operací v rámci strategie komunitně vedeného místního rozvoje (iniciativa LEADER)

Při realizaci strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD) budou podporovány projekty (aktivity a činnosti) připravené a realizované konečnými příjemci splňující cíle SCLLD, které vybere daná MAS a jejichž projekty jsou zároveň financovatelné dle nařízení Evropského parlamentu a Rady EU č. 1305/2013. Prostřednictvím MAS budou uskutečňovány aktivity typu předávání znalostí a informační akce, investice do zemědělských podniků, zemědělská infrastruktura, pozemkové úpravy, podpora investic na založení či rozvoj nezemědělských činností, lesnická infrastruktura a investice do technologií a zpracování lesnických produktů, sdílení zařízení a zdrojů a spoustu dalších. Příjemci jsou koneční žadatelé z území MAS, nikoli MAS jako taková (MZe, 2013).

3.4.2 Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014 – 2020 (OP PIK)

Technologie

Cílem výzvy programu Technologie je podpora růstu a posilování konkurenceschopnosti malých a středních podniků prostřednictvím digitální transformace a přispívat tak k rozvoji regionů. O podporu může žádat podnikající fyzická osoba a právnická osoba, která splňuje podmínky definice MSP. Výše podpory je max. 45 % způsobilých výdajů u malých podniků a max. 35 % způsobilých výdajů u středních podniků. Dotace na projekt je poskytována v minimální výši 1 mil. Kč a maximálně do výše 20 mil. Kč. Žadatel má možnost využít tento dotační titul k nákupu nových strojů, technologických zařízení a vybavení. Dále na propojení pořizovaných nebo stávajících technologií autonomní obousměrnou komunikací do výrobního procesu. Podporu nelze využít na prostou obnovu stávajícího strojního zařízení s nulovým stupněm inovace. Je možné podpořit v rámci způsobilých výdajů nákup majetku – strojů, zařízení, technologií, patentové licence pro řádný provoz strojů, programy, databáze (MPO, 2017a).

Inovační vouchery

Cílem podpory je rozvoj komunikace a sdílení poznatků a know-how mezi podnikovou a výzkumnou sférou, které mohou ekonomické podnikatelské subjekty využít při zahájení či zintenzivnění vlastních inovačních aktivit. Zvýšení spolupráce mezi podniky a výzkumnými organizacemi bude mít přímý dopad na posílení konkurenceschopnosti malých a středních podniků. O tuto podporu mohou žádat malé a střední podniky. Dotace jsou vypláceny do maximální výše 75 % způsobilých výdajů, min. 50 000 Kč max. 299 999 Kč. Podporu je možné využít na poradenské, expertní a podpůrné služby v oblasti inovací např. na měření, diagnostiku, testování, analýzy, zkoušky, certifikace výrobků, vývoj softwaru, vývoj materiálu, zavádění nového produktu, služby či výrobního procesu apod. (MPO, 2017a).

Marketing

Program pro podnikatele, kteří chtějí prorazit s vlastními produkty na zahraniční trhy. Chtějí se účastnit zahraničních výstav a veletrhů. Tento dotační titul je určen malým a středním podnikatelům. Výše dotace je v rozsahu 200 tis. – 4 mil. Kč, max. do výše 50 % způsobilých výdajů. Dotační titul podporuje aktivity spojené s usnadněním vstupu MSP na zahraniční trhy prostřednictvím individuální účasti na zahraničních výstavách a veletrzích. Dále podporuje služby pro MSP zaměřené na mezinárodní konkurenceschopnost usnadňující vstup na zahraniční trhy (doprava expozice, stánku a vybavení na veletrh do zahraničí a zpět, propagační materiály) (MPO, 2017a).

Úspora energie

Cílem dotačního titulu je podpora ve snížení energetické náročnosti podnikatelského sektoru. Účelem je podpora opatření, která přispívají k úspoře spotřeby energie prostřednictvím instalace fotovoltaických systémů i s možností instalace systémů s akumulací energie pro vlastní spotřebu podniku. Dotace je určena pro malé, střední a velké podniky, výše dotace 300 tis. – 100 mil. Kč. Maximální podpora u malých podniků je 80 % způsobilých výdajů, u středních podniků 70 % a u velkých 60 %. Dotace je určena na instalaci fotovoltaických systémů a instalaci fotovoltaických systémů včetně akumulace elektrické energie pro vlastní spotřebu podniku. Současně je možné dotaci využít na projektovou dokumentaci, inženýrskou činnost a energetický posudek (MPO, 2017a).

4 Metodika

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, na literární rešerši a vlastní práci. Každá část práce se dále dělí na jednotlivé kapitoly a podkapitoly. V rámci literární rešerše jsou vysvětleny základní pojmy týkající se malých a středních podnikatelů a rurálních oblastí. Dále je zde uveden systém státních strategií a dotační programy v rámci rozvoje MSP. Všechny použité zdroje v rešerši jsou uvedeny v seznamu literatury.

V rámci metodiky budou sbírána narativní data (Hendl, 2016). Pro zpracování dat budou použity základní vědeckovýzkumné metody – analýza, syntéza, dedukce a indukce. Při popisu pojmů a státních strategií na podporu malých a středních podniků bude využita metoda analýza. V rámci získaných dat z výzkumu, budou jednotlivé nové poznatky formulovány metodou indukce. Pro zhodnocení udržitelného rozvoje venkova za pomoci podpory malého a středního podnikání bude použita metoda syntézy.

Ve vlastní práci bude v úvodu nejdříve provedena deskriptivní analýza zkoumané oblasti. Bude popsán ekonomický, environmentální a kulturní stav NP Šumava a bude vymezeno zájmové území, ve kterém proběhne výzkum. Dále budou sbírána data od třech klíčových skupin: obce, místní malý a střední podnikatelé, místní obyvatelé z oblasti NP Šumava. Data budou získávána smíšeným výzkumem za pomoci kvalitativního a kvantitativního způsobu sběru dat (Hendl, 2016). V rámci kvalitativního výzkumu bude probíhat strukturovaný rozhovor s obcemi a podnikateli. V rámci kvantitativního výzkumu bude sestaven dotazník s uzavřenými otázkami, který bude rozdán místním malým a středním podnikatelům a místním obyvatelům.

Pro dotazníkové šetření bude využito internetové dotazníkové online aplikace Survio. V dotaznících se nacházejí uzavřené a polootevřené otázky. U většiny otázek je nabízena jedna možná odpověď, dále jsou tam dvě otázky, kde je možné vybrat více odpovědí a jedna otázka, kde mají respondenti seřadit vybrané činnosti od nejdůležitější po nejméně důležitou. V dotazníku pro malé a střední podnikatele je 24 otázek, dotazník pro obyvatele obsahuje 4 otázky.

Rozeslání dotazníků pro malé a střední podnikatele bude probíhat elektronickou formou v období února a března 2018. Kontakty na místní podnikatele jsou získány z webových portálu daných podnikatelských subjektů a z doporučení zástupců obcí. Dotazníky pro místní obyvatele budou vyplňovány při osobním setkání či za pomoci elektronické komunikace, kdy respondenti obdrží e-mail s průvodním dopisem a internetovým odkazem na online dotazník. Po ukončení sběru dat v rámci dotazníkového šetření, bude provedena kontrola.

Získaná data od místních obyvatel budou následně zpracována v programu MS Excel, data budou vhodně seskupena a budou vytvořené přehledné vizualizace výsledků v podobě grafů, tabulek atd.

Na základě získaných primárních dat bude vyvrácena či potvrzena stanovená hypotéza a v rámci výsledků budou následně zformulovány návrhy a doporučení.

4.1 NP Šumava

4.1.1 Základní údaje

Národní park Šumava byl vyhlášen dne 20. 3. 1991 nařízením vlády ČR č. 163/1991 Sb. S celkovou rozlohou 68 342 ha je největším národním parkem V České republice. NP se nachází v Jihozápadních Čechách na Česko-Německo-Rakouských hranicích a je součástí Šumavské hornatiny. Národní park obklopuje CHKO Šumava o rozloze 99 480 ha, která vytváří ochranné pásmo NP (NP Šumava, 2018).

4.1.2 Environmentální charakteristika území

Geografická poloha pohoří, půdní, hydrologické a klimatické podmínky silně ovlivňují biodiverzitu na Šumavě už od pradávna. Šumava vznikla na základě tektonického vyzdvižení pohoří v době třetihor. Charakteristickým rysem šumavského reliéfu je osm hlubokých přirozených ledovcových karů s jezery. Z hlediska geologického je tvořena hornatinou na krystalických břidlicích. Nacházejí se zde rozsáhlé horské ekosystémy s řadou enklávních a reliktních prvků. V rámci biodiverzity jsou zde nejcennější zachovalé horské smrčiny, rašeliniště a fragmenty subalpínských společenstev. Orná půda zde téměř není, vyskytují se tu hojně rašelinné louky. V celé oblasti převažují kambizemní podzoly, ve vysokých nadmořských výškách kamenité rankery a litozemě, v údolních polohách jsou organozemní gleje. Zdejší tekoucí vody spadají do pásma pstruhovitého (Boháč, 2003).

4.1.3 Obce v NP Šumava

Území národního parku Šumava leží současně ve dvou krajích, část parku leží v Plzeňském kraji, druhá část zasahuje do Jihočeského kraje. V oblasti NP a CHKO Šumava leží 22 obcí, celkový počet obyvatel v této oblasti je 15 679 (k 1. 1. 2015). Pro zajímavost, při vyhlášení národního parku v roce 1991 zde žilo 16 547 obyvatel. Mezi nejznámější obce patří

Modrava, Kvilda, Horská Kvilda, Srní, Kašperské Hory, Hartmanice, Železná Ruda, Prášíly, Strážný, Rejštejn, Nové Hutě. V rámci centrální části národního parku Šumava leží pouze obce Modrava, Srní, Prášíly, Stožec, Kvilda, Horská Kvilda, Rejštejn, Strážný a Nová Pec, ve kterých žije trvale na 2000 obyvatel (NP Šumava, 2018). A právě tyto obce budou výchozím bodem pro sběr dat.

5 Sběr a analýza primárních dat

V úvodu analýzy je potřeba zdůraznit, že vybrané zájmové území je specifické z mnoha důvodů a jedná se o malé území. Nasbírané vzorky nelze považovat za statisticky významná data kvantitativního charakteru, která vyhodnotí statisticky významné závěry. Jedná se o malý vzorek semi kvalitativních dat, který poslouží k vyhodnocení stanovené hypotézy diplomové práce.

5.1 Strukturované rozhovory

5.1.1 Obce

V rámci výzkumu byly osloveny obce, které se celým svým územím nacházejí v oblasti NP Šumava. Do spolupráce se zapojilo celkem 6 obcí: Borová Lada, Srní, Kvilda, Modrava, Prášíly a Stožec. Se všemi zúčastněnými osobami probíhal strukturovaný rozhovor na základě předem připravených otázek. Otázky byly pro všechny dotazované stejné a jejich přehled je uveden v příloze.

První otázka byla velice obsáhlá, skládala se z několika podotázek a cílem bylo zhodnotit fungování malých a středních podnikatelů v daných obcích. Jak obec hodnotí jejich činnost, zda svým působením podporují rozvoj obce, zda jsou kreativní a inovativní apod.

Všichni dotazovaní prakticky jednohlasně odpovídají, že místní podnikatelé v obcích fungují tak, aby se především užívali. V oblasti NP Šumava je velký problém s pracovními místy, kdo není zaměstnancem místních malých podnikatelů, je sám podnikatelem a snaží se zde přežít. Drtivá většina podniká v oblasti cestovního ruchu a turismu, vlastní penziony a pronajímá ubytování. Sem tam má někdo v rámci ubytování i pohostinství a zajišťuje tak svým klientům i stravování. Potom zde funguje malé množství podnikatelů, kteří podnikají pouze v pohostinství či v dalších doplňkových službách, souvisejících s turismem.

V zemědělské činnosti podniká velmi málo místních, převážná většina zemědělské půdy byla převedena na travnaté plochy, kde probíhá extenzivní zemědělství. Zároveň většina ploch je majetkem správy NP, zbylé drobné plochy využívají zemědělci pro pastvu skotu, ovcí a koní. Významnější podnikatelská činnost zde nefunguje.

Z pohledu kreativity a specifčnosti daného okolí zde neexistují místní podnikatelé, kteří by rozvíjeli ruční práce a výrobu. Najdou se v mezi místními šikovné ruce, nicméně všichni mají danou činnost jako koníček, nejedná se o zdroj obživy. Na udržitelné podnikání v tomto směru nejsou v obcích podmínky, jelikož návštěvníci sem jezdí za přírodou a sportovním vyžitím.

Nicméně jeden z dotazovaných zástupců zmínil jednoho kreativního a schopného podnikatele, který bydlí a podniká v obci NP Šumava a má zkušenosti s dotacemi a inovuje svoje podnikání. Jeho zkušenosti budou zmíněny níže v další části výzkumu.

V rámci rozvoje obcí se místní podnikatelé moc nezapojují, nepřicházejí s nápady, jak přilákat více návštěvníků, nepřispívají obcím na rozvoj. Jen jeden zástupce uvedl, že v obci funguje aktivita, kterou inicioval místní podnikatel, jednalo se o letní kino. Aktivita měla úspěch a obec čeká, zda bude probíhat i letos. Nicméně ze závěrů starostů vyplývá, že místní podnikateli zaujmuli stanovisko, že rozvoj obce spočívá na bedrech jen obce a zastupitelstva. Chybí jakákoli vzájemná spolupráce, podnikatelé nemají vůbec zájem.

Druhá otázka byla zaměřena na úskalí a problémy místních podnikatelů. V čem vidí obce překážky, s čím se musí místní podnikatelé vypořádat. Všichni dotazovaní souhlasně odpovídají, že základním úskalím podnikání v této oblasti je sezónní vyžití. Jeden ze zástupců dále zhodnotil jako důležitý problém samotnou turistiku, a to z pohledu dvou globálních faktorů. První faktor vyplývá z ekonomické situace návštěvníků. Pokud dojde všeobecně ke ztížené ekonomické situaci obyvatel v České republice, první, co ve svém rozpočtu vyškrtnou a omezí, jsou koníčky a zábava, jelikož na ně nebudou zbývat finanční prostředky. Každý občan musí platit nájem, musí za něco nakupovat jídlo, musí se postarat o děti. Když na tom ekonomicky špatně obyvatelé naší země, budou na tom samozřejmě ekonomicky špatně i místní podnikatelé. Druhým faktorem je počasí, pokud bude velký mráz, turisté nepřijedou, pokud bude v zimě teplo a nebude sníh, turisté nepřijedou, pokud bude v létě zima a moc pršet, opět nepřijedou, a v samotném důsledku, pokud bude zase naopak až příliš velké horko, tak taky nepřijedou, protože budou na koupalištích nebo u bazénů. Dalším velkým problémem je nedostatek stabilní pracovní síly, v oblasti NP se špatně shání kvalifikovaný personál. Většina ekonomicky aktivních obyvatel do obcí za prací dojíždějí z jiných obcí. Zaměstnanci by se zde

rádi vystabilizovali, nicméně nemohou, protože chybí bytové kapacity. Dva ze šesti dotazovaných dále uvedli, že se podnikatelé potýkají s úskalím vysokých nákladů (častější stlaní postelí a úklid pokojů) na provoz svého podnikání, jelikož zde turisté nepobývají delší dobu, ale jezdí do NP na jednodenní maximálně víkendové pobyty. Dlouhodobější (týdenní) pobyty jsou zde spíše výjimečné, pouze v rámci hlavní sezóny (letních a jarních dětských prázdnin) zde návštěvníci tráví více jak 4 dny. 4 zástupci obcí uvedli jako další úskalí existenci NP, možnosti rozvoje podnikatelů jsou tím omezeny. Dva zástupci naopak uvedli existenci NP jako pozitivum, udává největší možnou exkluzivitu zdejší oblasti, a právě za ní sem podnikatelé a návštěvníci míří.

Další otázka byla zaměřena na hlavní zjišťovaný aspekt diplomové práce. Dotazovaní měli zhodnotit státem vytvářené a implementované strategie na podporu podnikání. Dvě obce státní podporu nehodnotily, jelikož se o ně sami osobně moc nezajímají. Podpory jsou vytvářené pro podnikatele, na obecní rozvoj to nemá významný vliv. Další dvě obce hodnotí strategie jako efektivní nástroj na podporu podnikání, ale mimo území NP, v rámci území NP Šumava nikoli. Specifikují tento fakt v tom, že zde dochází ke střetu zájmů podnikání s ochranou přírody. Další dvě obce označují dotační tituly za podpůrné nástroje v rozjezdu místních podnikatelů (finanční pomoc, úvěry atd.), nicméně za efektivní nástroj rozvoje venkova to nepovažují. 4 sledované obce mají jisté povědomí o svých podnikatelích, že se snaží podpory využívat. Jeden zástupce z dotazovaných k dotačním podporám uvedl, že vytvářená podpora není pro místní podnikatele nikterak pozitivní, místní podnikatelé neumí získávat dotace a neorientují se v tom. Jeden zástupce obce uvedl důležitý problém v rámci státních podpor, a to ten, že neexistuje žádný dotační program pro OSVČ. V oblasti NP Šumava podniká velké množství živnostníků, pro které není vytvořen žádný dotační pilíř, dotace čerpají pouze firmy a podniky.

V rámci další otázky zástupci obcí hodnotí důležitost podnikání na venkově a ve své obci. 5 ze 6 jasně udávají, že ano, podnikání je důležitým pilířem pro rozvoj venkova. Současně dodávají, že je důležitým pilířem i v jejich obci. Jeden ze zástupců uvedl, že je podnikání jedním z nejdůležitějších pilířů tržní ekonomiky a je velmi rád, že zde tržní ekonomika může fungovat. Místní obce mají omezené pracovní příležitosti, nebýt podnikání, spousta lidí by z této oblasti odešla. Jeden zástupce doslova uvedl, že bez podnikání to nejde, pokud je v obci podnikání, vytváří to určitý dojem o schopnostech místních. Ovšem, co se týče udržitelného rozvoje, je zdejší oblast limitována právě pracovní silou a pracovními příležitostmi. Dle výpovědí zástupců

obci místní obce a místní podnikatelé fungují, jistým smyslem prosperují, nelze však hovořit o nějakém expanzivním velkém rozvoji. Podnikatelé se do rozvoje zapojují zejména a jenom v rámci místních poplatků (rekreační a lázeňský), které odvádějí obci za každého ubytovaného hosta.

Pátá otázka zjišťovala, zda obce vytvářejí vlastní programy, podpory či aktivity na podporu rozvoje podnikání. Primární podporou v podnikání je zajištění kvalitní technické infrastruktury. Zástupci obcí (4 ze 6) sami využívají a čerpají dotace na vybudování čistíren odpadních vod, kanalizace, vodovody. Snaží se využívat a čerpat, kde se dá. V jedné obci proběhla rozsáhlá rekonstrukce energetické sítě, byly vybudovány trafostanice a veškeré kabely vysokého napětí byly zakopány do země. Projekt byl hrazen z peněz obce a sloužil na podporu místních obyvatel i podnikatelů, v dnešní době zde nemají už žádný problém s elektřinou, ani na vzdálených samotách. Obce se dále snaží i o přeshraniční spolupráci. Všichni zástupci se podílejí na rozvoji podnikání dále tím, že zajišťují běžecké stopy, jedná se o sekundární podporu, která ale ve výsledku výrazně podporuje místní podnikatele, jelikož nebýt upravených a vyjetých stop, nepříjelo by do oblasti takové množství návštěvníků, tudíž by podnikatelé neměli takový zisk. To hodnotí obce jako velkou a zásadní podporu pro místní podnikatele. 3 zástupci uvedli jako další sekundární podporu vybudování informačního centra, kde nejen odkazují na zdejší přírodu a turistiku, zároveň inzerují i ubytovací zařízení a další služby v obci. Jeden zástupce uvedl jako podpůrnou aktivitu na podporu rozvoje obce a podnikání spolupráci s médii, několikrát ročně inzerují do novin články. Do jisté míry spolupracují i s agenturami cestovního ruchu. V rámci ekologické podpory obce a místního okolí vytvořila jedna obec ekologický program, za jejímž účelem se snaží zlepšit kvalitu ovzduší. Místní obyvatelé topili dříve uhlím, dnes dostávají od obce dřevo, zároveň došlo k podporám jejich bydlení. Zateplení chaloupek, výměna oken, střešní krytiny, výměna kotlů atd. Tyto dotace hradila obec ze 75 – 80 %, místní začali topit dřevem, díky zateplení protopí méně, což ve výsledku vede k ekologickému efektu. Místní obyvatelé na základě této pomoci využili své úspory ke zvelebení zbytku domečku, tudíž to mělo ještě výsledný estetický efekt.

Z pohledu aktivit, vytvářejí obce v omezené míře aktivity pro místní obyvatelé. Jedná se o tradiční akce (den dětí, Mikuláš atd.), jedna obec pořádá kulturní akce o hlavní sezóně. Jedná se o koncerty, historické akce, oslavy osvobození v květnu. Do větších aktivit se místní obce nepouštějí, jelikož i jejich finanční zdroje jsou omezené a zároveň je problematické vyřizování se správou NP. 3 zástupci uvádějí, že pokud by obec nevlastnila nemovitosti a zemědělské plochy, které pronajímá, a ze kterých mají další zdroj příjmů, nebyly by obce tam, kde jsou a

nemohli by si dovolit tolik aktivit. Všeobecně však všichni zástupci obcí uvedli, že dotace a programy jako takové pro podnikatele nevytvářejí. Všichni zástupci na závěr otázky dodali, že se vůbec nebrání iniciativy ze strany podnikatelů a v rámci možností je rádi podpoří.

Šestá otázka zjišťovala stav v obci z pohledu spolupráce MAS (místní akční skupina) a jiných spolků s místními podnikateli. Zástupci obcí s většinou převahou uváděli, že spolupráce místních malých a středních podnikatelů s MAS v obci neexistuje a nefunguje. Dva zástupci obcí uvedli, že místní podnikatelé o nich vůbec neví. V jedné obci se po těchto informacích ani nepídí. Další dva zástupci uvedli, že MAS v obci funguje a nefunguje jen částečně, spolupráce je buď na samém rozjezdu, nebo se jedná o spolupráci a podporu v drobném rozsahu. Hledá se možnost pro podnikatele, ale je to otázka budoucnosti. Další zástupce obce uvedl minimální spolupráci, jednalo se o kosmetické úpravy obce, jelikož finanční zdroje nejsou na takové úrovni jako v národních podporách. V jedné obci zástupce uvedl, že MAS nemají vyhovující podpory. Současně však dodal, že ani místní podnikatelé nemají nutkání hledat prostředky a sdružování, každý si jede tzv. na vlastní triko. O dotační tituly a podpory se snaží zejména větší ubytovací zařízení a střední podnikatelé, drobní podnikatelé se bojí dotací nejen z hlediska administrativní zátěže, ale i z rizika neúspěchu a zodpovědnosti za neúspěch.

Zástupcům obcí byla položena další otázka, která zjišťovala míru podpory místní komunity v obci. Jak se do rozvoje a podpory podnikání zapojují místní obyvatelé, zda spolupracují s podnikateli, zda je případně podporují tím, že využívají jejich služeb a nakupují jejich produkty. 5 obcí ze 6 uvedlo, že místní obyvatelé využívají služeb místních podnikatelů. Jedná se o případy, kdy za místními obyvateli přijedou příbuzní a známí a oni nemají možnost je ubytovat u sebe doma, v takovém případě využívají služeb místních podnikatelů a dohazují jim „klientelu“. V případě pohostinství jsou místní obyvatelé dalšími spotřebiteli hned za turisty. V rámci tohoto tématu bylo dále zjišťováno, zda mají obce částečně přehled o tom, kolik místních obyvatel má pracovní místo u místních podnikatelů. Odpovědi se dosti lišily, v jedné obci je to 10 % místních a 90 % lidí z jiných obcí, v další obci je to 50 na 50. Jeden zástupce dokonce uvedl, že je v obci 100 % zaměstnanost místních obyvatel, všichni místní pracují, jelikož je to jediná stabilní pracovní síla. Ti, co nejsou zaměstnanci jsou sami podnikateli. Na doplňující otázku ohledně poměru rodinného přetrvávajícího podnikání a podnikání prvotního odpověděl jeden zástupce obce. Rodinné podnikání přecházející z generace na generaci funguje jen v jedné obci, a to jen z jedné třetiny. Zbylé dvě třetiny místních podnikatelů podnikají

v oboru prvně. Jeden zástupce obce uvedl, že v obci fungují pouze tzv. prvotní podnikatelé. Ostatní obce na tuto otázku neodpověděly. Co se týče spolupráce, jeden zástupce obce uvedl, že je podpora místní komunity důležitá, na malé vsi musí všichni spolupracovat se všemi. V rozhovoru se zástupci padla podotázka: jak pracují místní podnikatelé společně? Dvě obce uvedly, že místní podnikatelé spolu velmi dobře vycházejí a spolupracují spolu. V rámci ubytovacích zařízení se snaží uspokojit každého návštěvníka, protože v něm vidí potenciál, že by se mohl příště do zdejší oblasti zase vrátit. Vzájemná spolupráce funguje i na bázi, že si volají a posílají si turisty mezi sebou, když nemají volná lůžka. Snaží se o maximální spokojenost návštěvníka. V další obci uvádějí spolupráci mezi ubytovacími zařízeními a poskytovateli dalších doplňkových služeb (půjčovny sportovních potřeb apod.) Zbylé tři obce o spolupráci nehovoří tak pozitivně. Spolupráce mezi místními podnikateli na podobné bázi úplně nefunguje, v některých případech se zde vyskytuje konkurenční boj. Jeden zástupce uvedl, že místní obyvatelé nejsou až tak nadšení z masové turistiky a podnikatelů, tudíž služby využívají zcela výjimečně či vůbec, nicméně dodal, že se nejedná o dramatickou situaci, každopádně tím chtěl poukázat na to, jak jsou obce v NP Šumava vydiferencované a každá je něčím jiná a specifická.

Poslední otázka byly tzv. řečnická otázka, obce se mohly volně vyjádřit k tomu, co se jim nelíbí, co by se mělo případně změnit. Jak hodnotí danou problematiku dotací, Jak funguje spolupráce s NP Šumava. Na čem v současné době pracují, co se podařilo, co je do budoucna čeká apod. Jeden zástupce uvedl v rámci závěrečné řečnické otázky důvod, proč nechtějí místní podnikatelé využívat dotace. Je to především proto, protože vše je psáno složitě, nelze se v tom pořádně vyznat. Nemají povědomí o tom, koho oslovit, aby jim s dotací pomohl, zároveň každá služba je samozřejmě placena (příprava žádosti o dotaci) a peníze bez jasného výsledku nechce nikdo dávat. Další zástupce využil řečnické otázky a zhodnotil podpory. Považuje je za dosažitelné, počet podpor je až moc, bohužel je i velké množství textů k nim, ve kterých se místní podnikatelé velmi jednoduše ztratí. Je potřeba větší spolupráce agentur s podnikateli (administrace, podmínky atd.). Nicméně v rámci dotačních titulů starosta obce zdůrazňuje, že chybí dotační tituly přímo pro NP. Třetí zástupce využil otázky a zopakoval neexistenci dotačních titulů pro OSVČ, dále zmínil střet zájmů s ochranou přírody. Dále je potřeba upravit spolupráci se státní sférou, v NP vytváří velké regulace, které vytváří nezdravé prostředí. Je potřeba projednat a nastavit lepší fungování a spolupráci se státem i se správou NP Šumava. Obce mají snahu o rozvoj svého území, nicméně nabírají dojem, že národní park nechce, aby se obce rozvíjeli. Velmi často dochází ke střetu veřejného zájmu obce a veřejného zájmu

ochrany přírody. Chybí důležité dokumenty. Čtvrtý zástupce neviděl nic ani žádný důvod, co by se mělo změnit. Obec byla dříve vojenským prostorem, nic zde neexistuje, odstup Němců dopadá na místní prostředí až teď. Cestovní ruch se zde jen pomalu rozjíždí. Státní podporu hodnotí až jako druhořadou. Kdo chce podnikat, dokáže se s nástrahami a překážkami vyrovnat. Polovina místních podnikatelů začínala tak, že odešla do Německa, kde rozvíjeli své podnikání a strádali peníze. Po našetření dostatečného obnosu financí se vrátili do republiky a začali zde na Šumavě podnikat. Ačkoli je obec více odlehlá od turistického centra, návštěvníci sem velmi rádi jezdí, protože tu je klid, vyhledávají tuto oblast, velmi často se sem vrací (třeba i čtvrtletně). Místní jsou rádi, že zde park existuje, fungují společně a respektují jeho existenci. Pátý zástupce uvedl, že zde chybí zákon o cestovním ruchu, je potřeba nastavit větší spolupráci se státní správou a zejména Ministerstvem životního prostředí (MŽP). Chybí podpora v rámci úprav okolního prostředí. Regionální podpora a spolupráce s krajským úřadem funguje, pomáhají obcím. Co se týče spolupráce s NP Šumava, hodnotí zástupce jistý střet zájmů v rámci úprav a kultivací obcí a také v rámci podnikání. Poslední dotazovaný zástupce využil otázky a uvedl, že Šumava je sama o sobě velmi lukrativním místem, takže je přesvědčen, že kdyby zde národní park neexistoval, nijak by se to zde nezměnilo. Lidé by sem jezdili i tak. V rámci podpory rozvoje obce chystají několik projektů.

5.1.2 Podnikatelé

Bylo osloveno několik podnikatelů, kteří v oblasti NP Šumava podnikají. K přímému oslovení podnikatelů došlo na základě doporučení od starostů obcí. Do průzkumu se zapojili tři místní podnikatelé, se kterými proběhla osobní schůzka a strukturovaný rozhovor. Do průzkumu a osobního setkání se zapojil pan Lyer s pivovarem na Modravě, pan Vocolka s půjčovnou sportovního vybavení na Kvildě, pan Vostradovský s ubytovacím zařízením na Kvildě. Ostatní oslovení podnikatelé se zapojili do dotazníkové šetření. Snahou bylo získat data od podnikatelů, kteří podnikají v jiné činnosti než v ubytovacích zařízeních, nebo mají osobní zkušenosti s dotačními tituly a podporami. Pro rozhovor byly připraveny otázky, jejich výčet je uveden v příloze.

Pivovar Lyer

Jedná se o podnik podnikající formou s.r.o., v rámci podnikatelského subjektu funguje pivovar a ubytování. Podnik zaměstnává 15 zaměstnanců (malý podnik), z toho jen jeden je místní obyvatel. Jak pan podnikatel uvedl, ke své práci potřebuje kvalifikovaný personál telefon. Důvod, proč zde podniká je ten, že se mu líbí zdejší prostředí a jezdil sem už jako malý kluk. V rámci svého podnikání se potýká s problémy typu legislativní kontroly a revize. Současnou podporu MSP hodnotí jako dostačující, podpory je dostatek, nicméně jako negativní uvedl velkou byrokracii a administrativní zátěž. Pan podnikatel Lyer se zajímá o státem implementované podpory a využívá je ve svém podnikání. Využil již podpory pro mladé zemědělce, které využil na výstavbu pivovaru jako nového zemědělského produktu, dále využil dotace na zemědělskou činnost a technologie v pivovaru. Proces vyřizování hodnotí jako náročný, pro vyřízení žádosti vyhledal odbornou pomoc dotačního speciality, který se orientuje v dané problematice a vyřizuje celý proces. Samotný proces žádostí však hodnotí pozitivně, jedná se férový přístup, všechny podmínky jsou jasně dané. Co se týče efektivnosti podpory, tak pan Lyer uvedl, že určitě lze považovat státní strategie za určitý nástroj na podporu podnikání, jsou dobré k nastartování podnikání. V rámci programů uvedl jednu negativní věc, a to, že se často mění pravidla a je potřeba to sledovat a rychle reagovat. Z pohledu regionální úrovně a regionálních programů podporu nevyužívá. Zároveň nespolupracuje ani s MAS či okolními spolky. Hlavním spotřebitelem jeho služeb jsou turisté, v malé míře využívají služeb místní obyvatelé, občas přijdou posedět do pivovaru a najíst se. Na otázku, zda je zemědělství stále hybnou silou venkova odpověděl, že zemědělství je jedinou hybnou silou, měla by se více podporovat, jelikož ji nelze nahradit, lidé potřebují jíst. Co se týče vyhledávání a získávání informací, přenechává tuto práci svým zaměstnancům, kteří se starají o dotační podpory, ve svých začátcích podpory aktivně vyhledával sám, dnes je těch informací tolik, že si raději zaplatí poradenskou službu, která mu vše připraví. Závěrem byla položena řečnická otázka, zda existuje něco, co by se mělo v systému podporování MSP změnit, co chybí podnikatelům. Pan Lyer uvedl pouze to, že je potřeba najít vhodnou společnou cestu podnikání a existence NP a jeho potření k ochraně přírody. Sám uvedl, že NP Šumava je „obchodní značkou“ a dává podnikání v této oblasti jistou přidanou hodnotu.

Půjčovna sportovního vybavení

Pan Vocelka mimo toho, že má také ubytovací zařízení na Kvildě, tak dále podniká v oblasti doplňkových služeb, konkrétně provozuje půjčovnu sportovního vybavení (kola, běžky, prodej doplňků a součástek). Na Kvildě funguje pátým rokem. Jeho náplní podnikání je ubytování, půjčovna kol, lyží a servis. Zároveň v omezené kapacitě prodávají doplňky, jako jsou čepice, rukavice, součástky na kola. V rámci svého podnikání nezaměstnává další lidi, podniká s manželkou. Na otázku, co bylo důvodem podnikání zde na Šumavě uvedl, že směr podnikání byl více méně daný. Dříve provozoval e-shop na sportovní potřeby, nicméně postupem času byla potřeba změna, jelikož kvalitní prodejní e-shop staví na velkých zásobách zboží. Zároveň se dnes zkracuje dodací lhůta, zákazníci jsou netrpěliví a chtějí svoje zboží co nejdříve. Jak pan Vocelka uvedl, už ho nebavilo trávit večery balením zásilek. Nicméně původní směr podnikání neopustil, jen hledal novou lokalitu na dobré bydlení a možnosti podnikání. V rámci podnikání se setkává s úskalím v administrativě a přílišné byrokratické zátěži a současném nastupujícím trendu elektrokol. Není zastáncem elektrokol, i z environmentálního hlediska na ně nepohlíží pozitivně, i ta elektrická energie a baterie nějak vznikají. Na otázku, zda uvažuje o rozšíření sortimentu o elektrokola, odpověděl, že zatím ne, nicméně vývoj si možná bude žádat krok vpřed. Další úskalí ve svém podnikání více méně nemají. Podnik řídí tak, aby je to s manželkou bavilo. Na otázky ohledně dotačních podpor pan podnikatel Vocelka uvedl, že s dotacemi zkušenost nemá, nevyužívá je. Rází heslo a cestu postupného vývoje podnikání na cestě k zisku toho, co chce. Hlavním spotřebitelem jsou turisté, nicméně jeho služeb občas využijí i místní. Funguje zde spolupráce s místními ubytovacími zařízeními, v rámci půjčování kol i lyží. Pro návštěvníky může vypůjčit zhruba 30 kol a cca 70 – 80 párů běžek. Za ideálního počasí vypůjčí skoro všechno, prakticky nic v půjčovně nezůstává. Na otázku ohledně sezónnosti pan Vocelka uvedl, že už nejde o letní a zimní období, ale začíná se rozšiřovat sezónnost i do mezidobí. Mezičas mezi jednotlivými obdobími se zkracuje, občas jsou podnikatelé rádi, když mají měsíc volno a klid.

Ubytování, Václav Vostradovský

Pan podnikatel Vostradovský je současně i starostou obce Kvilda. Neřadí se mezi jediného starostu, který při své funkci pracuje ještě jinak. Velké množství starostů vykonává svou funkci při zaměstnání. Pan Vostradovský provozuje ubytovací služby – apartmány na Kvildě. Dříve provozoval dva obchody, ale jak při rozhovoru s úsměvem uvedl: „*zkušenost dobrá, ale už nikdy více.*“ V rámci rozhovoru byla položena otázka, co bylo důvodem, že začal podnikat zde v NP Šumava. Pan Vostradovský uvedl víceméně podobný důvod jako pan Vocelka, hledali vhodnou lokalitu pro podnikání a dobré místo na bydlení. Pan Vostradovský začal podnikat s ubytovacím zařízením ve formě privátu. Jak sám uvedl, zhruba v roce 2000 nebylo na Šumavě ubytování v privátech, po sezóně se uzavřela celá Kvilda a nic tu nebylo. Nový směr podnikání protáhl období sezóny. Mezi úskalí a problémy místních podnikatelů uvedl mladé podnikatele a peníze. Podnikání nejde moc dohromady s rodinou a osobním životem, začátky bývají někdy velmi náročné. V rámci dotací má pan Vostradovský zkušenosti se soukromou zážitkovou turistikou – hipoturistikou. U svého ubytování má úvaziště pro dva koně. V rámci rozhovoru padla i otázka, která není v přehledu. Jelikož pan Vostradovský podniká v rámci ubytovacích zařízení, byla položena otázka, jak hodnotí sezónní využití on, a jak to je s klientelou. Co se týče sezónnosti, posunuje se to stále více vpřed. Roste čím dál větší zájem o turistiku i v dobách mimo hlavní sezónu. Občas si místní podnikatelé ani nestihnou odpočinout po hlavní sezóně a už nastupuje další. V dnešní době je klientela taková, že převažují návštěvníci, kteří se sem opakovaně vrací, alespoň co se týče těch privátních zařízení. Pan Vostradovský má prakticky plné rezervace na další zimu. Co se týče těch návštěvníků, zhruba 80 % je vlastní stálá klientela. Na závěr rozhovoru byla položena panu Vostradovskému otázka, zda plánuje do budoucna ještě nějaké změny či úpravy v podnikání. Tak ano, plánuje rozšíření lůžkové kapacity ve svém ubytovacím zařízení.

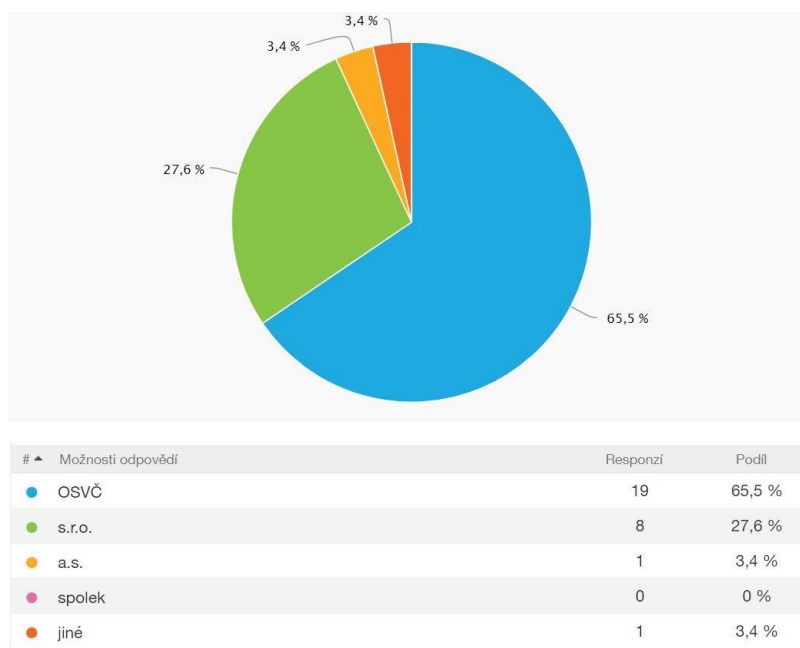
5.2 Dotazníkové šetření

5.2.1 Místní malí a střední podnikatelé

Během měsíce února a března probíhalo výzkumné šetření malých a středních podniků v oblasti NP Šumava za pomoci online dotazníku přes webový portál Survio. Smyslem a cílem tohoto průzkumu bylo zjistit současný stav místních podnikatelů z hlediska informovanosti o podporách podnikání, využívání dotačních titulů pro rozvoj vlastního podnikání a zhodnocení podnikatelského prostředí v dané zkoumané oblasti. Rozeslání dotazníků proběhlo elektronickou formou e-mailu přímo na konkrétní MSP. E-mailové adresy byly získány z internetových stránek místních podnikatelů a ubytovacích portálů.

Zasílaný email obsahoval průvodní dopis o diplomové práci a jejím výzkumu, dotčené podnikatelské subjekty byly v rámci zprávy požádány o vyplnění online dotazníku, ke kterému dostaly v e-mailu odkaz. Bylo rozesláno 81 dotazníků, od oslovených subjektů se vrátilo 29 vyplněných. 3 dotazníky se vrátily zpět na základě neplatné adresy. Získaný vzorek nebyl potřeba nikterak dále redukovat, jelikož všichni oslovení podnikatelé sídlí v NP Šumava, tudíž plně odpovídají podmínkám průzkumu. Dotazník obsahoval 24 otázek a celková návratnost dotazníků byla 35,8 %.

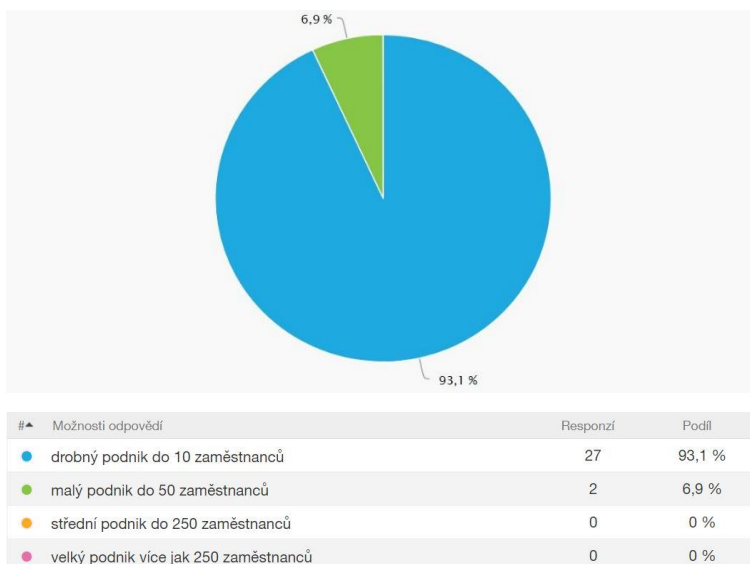
Jako první otázka byla respondentům položena otázka, jakou formou podnikají. Cílem bylo zjistit, jaké je složení podnikatelských subjektů v oblasti NP Šumava. Z celkových 29 respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli, jich 19 podniká jako OSVČ, 8 podniká jako s.r.o., jeden podnikatelský subjekt podniká jako akciová společnost (a.s.). Jeden z dotazovaných respondentů odpověděl jiné a slovně k odpovědi uvedl, že se jedná o vedlejší činnost.



Obr. 2: Jakou formou podnikatelé v NP Šumava podnikají
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Druhá otázka v dotazníku zjišťovala, kolik mají podnikatelské subjekty zaměstnanců. Otázka posloužila současně i ke kontrole, aby nebyly do výzkumu zahrnuty podniky s počtem zaměstnanců více jak 250. Žádný z dotázaných subjektů nezaměstnává tak velký počet zaměstnanců, tudíž všichni splňují klíčovou podmínku výzkumu. Na tuto podmínku byl kladen důraz už při samotném oslovování a rozesílání dotazníků, takže velké firmy nebyly oslovovány.

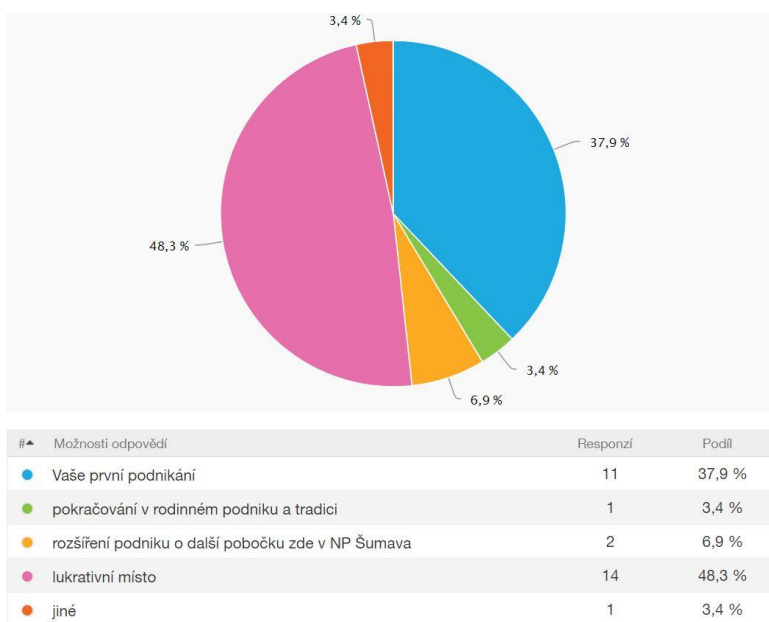
Z výsledků je patrné, že až na dvě výjimky podnikají v oblasti NP Šumava pouze drobní podnikatelé s maximálním počtem 10 zaměstnanců.



Obr. 3: Počet zaměstnanců
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Dále byla podnikatelům položena otázka, co je vedlo k tomu, že podnikají v NP Šumava.

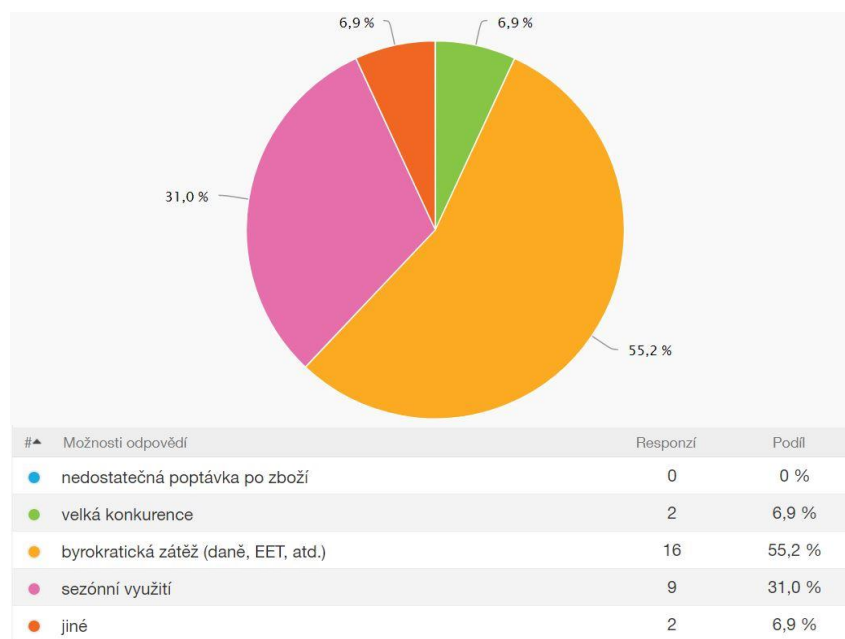
Nejvíce podnikatelů uvedlo (celkem 14) jako důvod lukrativní místo, dalším nejčastějším důvodem (celkem 11 odpovědí) bylo, že jde o jejich první podnikání. Dva podnikatelské subjekty uvádějí rozšíření podniku o další pobočku, jeden podnikatel pokračuje v rodinné podnikání a tradici. Jeden dotázaný respondent uvedl jiný důvod v podnikání v oblasti NP a písemně dodal, že důvodem je nemožnost jiného zaměstnání.



Obr. 4: Proč MSP podnikají v NP Šumava
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Podnikání s sebou přináší nejen radost a svobodu, ale i spoustu překážek a problémů, proto byla položena podnikatelům otázka, jaká jsou hlavní úskalí v jejich podnikání.

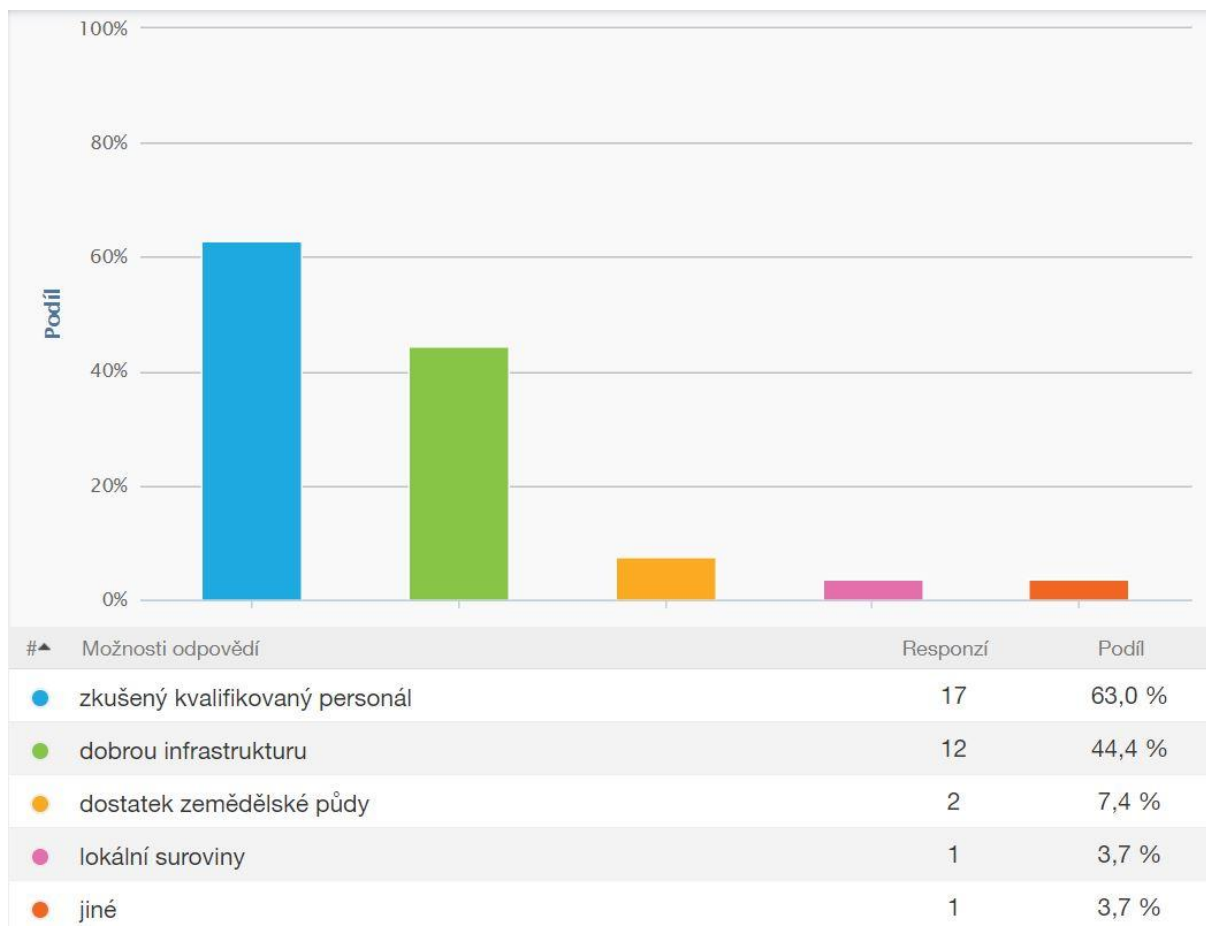
Více jak polovina (16 respondentů) uvedla jako největší úskalí byrokratickou zátěž v podobě daní, EET, atd., dalším velkým úskalím je sezónní využití (9 odpovědí), dva respondenti uvedli velkou konkurenci a dva uvedli jiný důvod. Mezi jiné důvody uvedli omezení NP Šumava a pracovní sílu.



Obr. 5: Úskalí a problémy v podnikání
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Každý podnikatel ke své práci něco potřebuje a v každém regionu se to však může lišit, proto byla položena otázka, co potřebují místní podnikatelé v NP Šumava ke svému podnikání. Měli možnost vybrat jednu či více odpovědí.

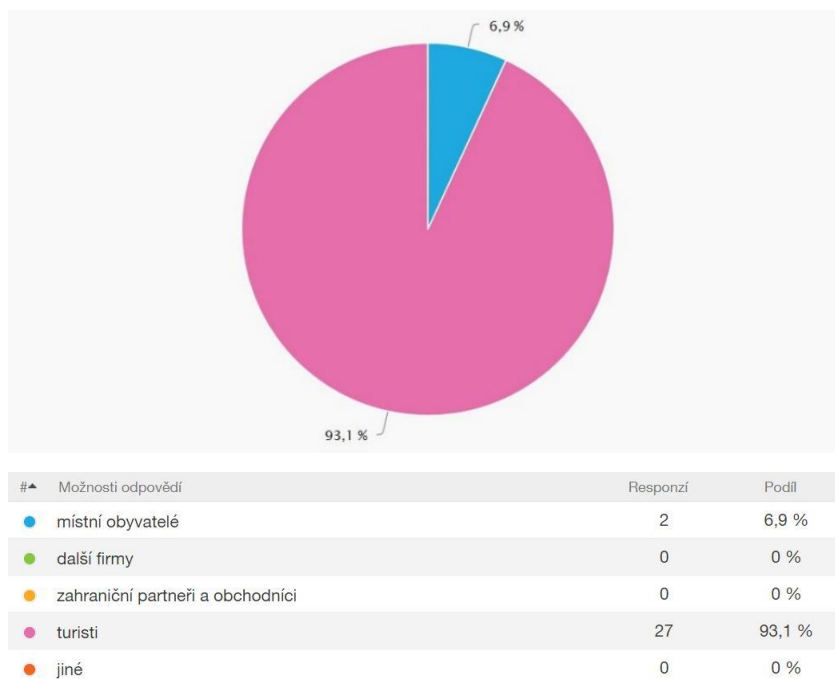
Více jak 60 % podnikatelů potřebuje ke svému podnikání zkušený kvalifikovaný personál, 44 % podnikatelů uvádí, že potřebují dobrou infrastrukturu, 7 % uvedlo dostatek zemědělské půdy, necelá 4% potřebují ke svému podnikání lokální suroviny. Jeden z dotazovaných uvedl možnost jiné a specifikoval to na lepší možnosti využití.



Obr. 6: Potřeby podnikatelů
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Další otázky byly zaměřeny na využívání podnikatelských produktů a služeb. Byly položeny otázky ohledně hlavních spotřebitelů, o koho se jedná a v jaké míře produkty a služby využívají. Následně bylo zkoumáno, zda místní obyvatelé podporují své místní podnikatele a nakupují jejich produkty a služby.

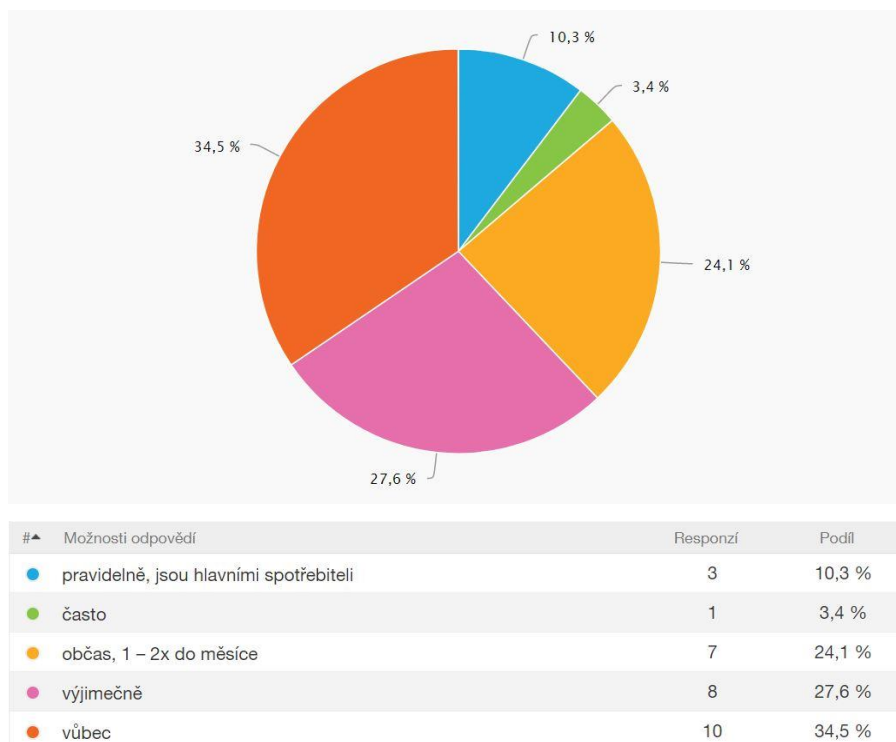
Šestá otázka zněla, kdo je hlavním spotřebitelem produktů a služeb místních podnikatelů. 27 podnikatelských subjektů odpovědělo, že hlavním spotřebitelem jsou turisté, 2 podnikatelé uvedli, že hlavními spotřebiteli jejich produktů a služeb jsou místní obyvatelé.



Obr. 7: Hlavní spotřebitel
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V rámci podnikatelského prostředí v NP Šumava, se dá očekávat, že služeb a produktů budou využívat hlavně a zejména turisté, nicméně byla podnikatelům položena otázka, zda místní obyvatelé podporují své podnikatele v obci a využívají jejich služeb, či nakupují jejich služby a produkty. Položená otázka tedy zjišťovala, do jaké míry podporují místní obyvatelé zdejší podnikatele.

Jedna třetina podnikatelů (10 respondentů) uvedlo, že jejich služby místní obyvatelé vůbec nevyužívají, 8 dotázaných odpovědělo výjimečně, 7 podnikatelů podporují místní obyvatelé občas (1 – 2x do měsíce), jednoho podnikatele podporují místní obyvatelé často a ve 3 případech podporují místní obyvatelé své podnikatele pravidelně či dokonce jsou hlavními spotřebiteli.

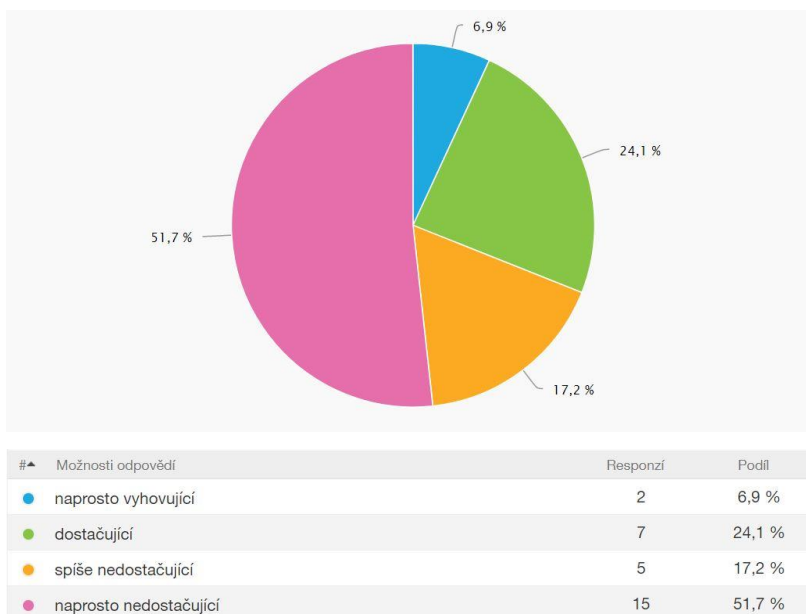


Obr. 8: Podpora místních obyvatel
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Následující otázky byly zaměřeny na samotnou podporu pro malé a střední podnikatele. Jak hodnotí podporu pro MSP, zda mají povědomí o národních strategiích, které vytvářejí možnosti v rozvoji podnikání. Jaké jsou jejich osobní zkušenosti s národními, regionálními a místními podporami. Využívají či nevyužívají dotační tituly a jak hodnotí dostupné informace pro podnikatele a jejich rozvoj.

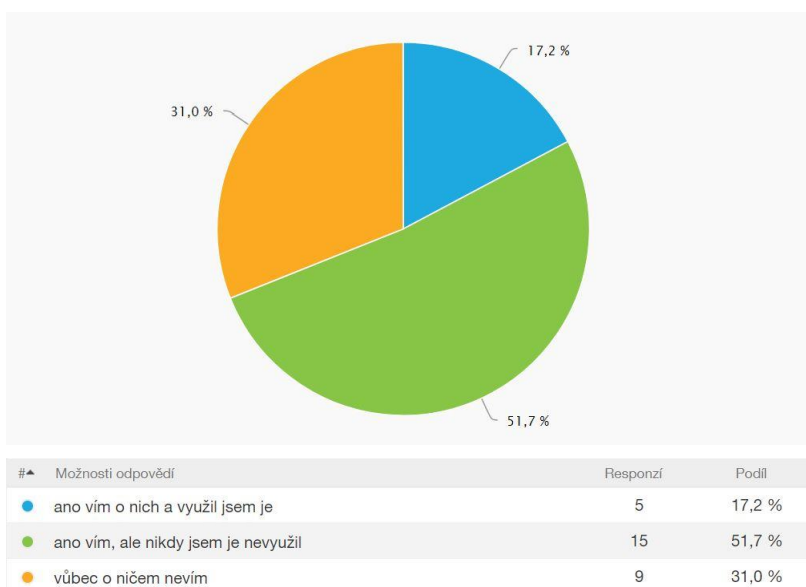
Osmá otázka všeobecně shrnovala a hodnotila současnou podporu podnikání pro malé a střední podnikatele. Tudiž se podnikatelské subjekty vyjadřovali, jak hodnotí současnou podporu v podnikání pro MSP.

17 podnikatelů odpovědělo, že současná podpora je naprosto nedostačující, 5 hodnotí současnou podporu spíše nedostačující. 7 respondentů považuje podporu podnikání jako dostačující a 2 dotázaní si myslí, že současná podpora je naprosto vyhovující.



Obr. 9: Současná podpora MSP
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

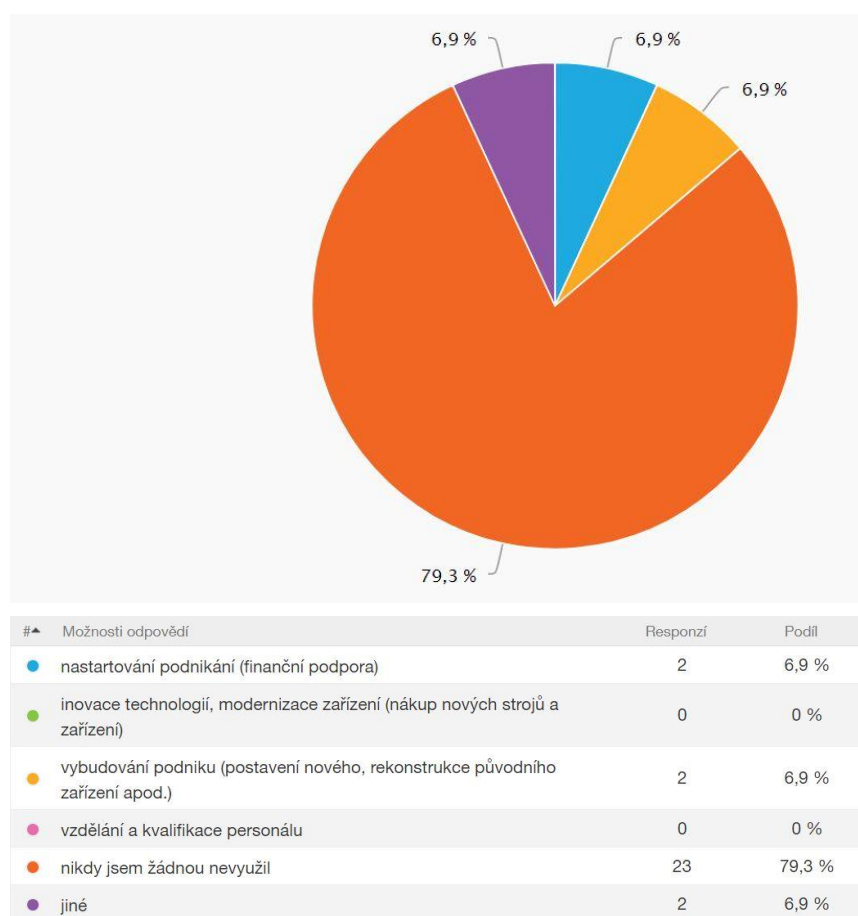
V následující otázce bylo zjišťováno, zda mají místní podnikatelé povědomí o programech, které stát vytváří a implementuje v rámci podpory podnikání malých a středních podnikatelů. Více jak polovina dotazovaných (17 odpovědí, 51,7 %) ví o programech, ale nikdy je nevyužili. 5 podnikatelů (17,2 %) o programech ví a využilo jich, 9 podnikatelů o programech vůbec neví.



Obr. 10: Národní podpory MSP
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V návaznosti na předchozí otázku ohledně povědomí o možných programech podpory bylo cílem další otázky zjistit, za jakým účelem a k čemu podnikatelé v NP Šumava podporu využívají.

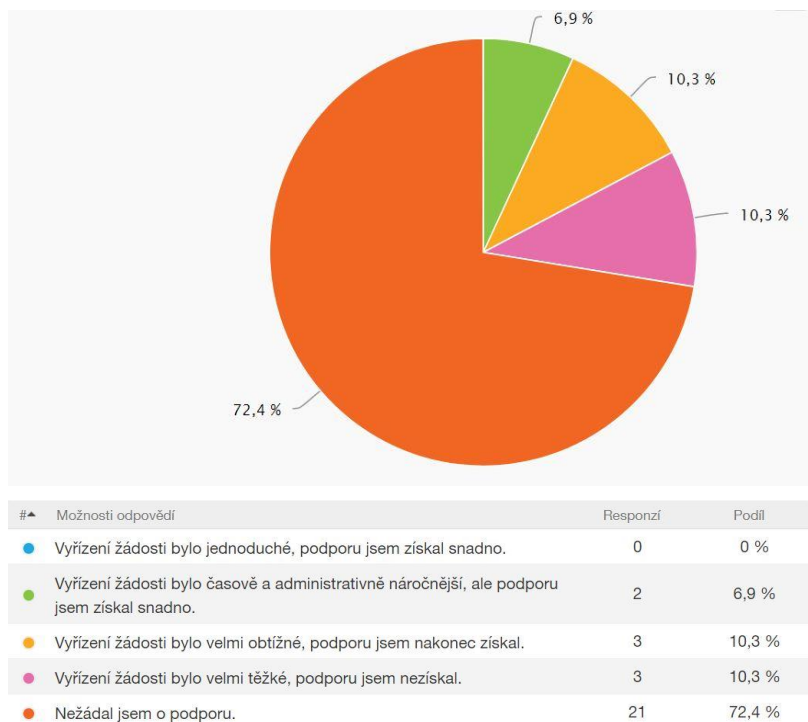
23 odpovídajících podnikatelů uvedlo, že žádnou podporu v podnikání nikdy nevyužilo, 2 podnikatelé využili možnosti finanční podpory (zvýhodněné úvěry, půjčky atd.) pro nastartování svého podnikání. 2 respondenti využili dotační program na vybudování či rekonstrukci podniku. 2 respondenti zvolili v dotazníku jinou možnost, jeden z těchto dotazovaných uvedl, že využil podporu na úpravu venkovních prostor pro rekreační využití. Druhý dotazovaný, který zvolil odpověď jiné uvedl, že žádali opakovaně, ale podporu nedostali.



Obr. 11: Účel podpory v podnikání
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Další otázka zněla, jak hodnotí MSP proces vyřizování žádosti a získání podpory.

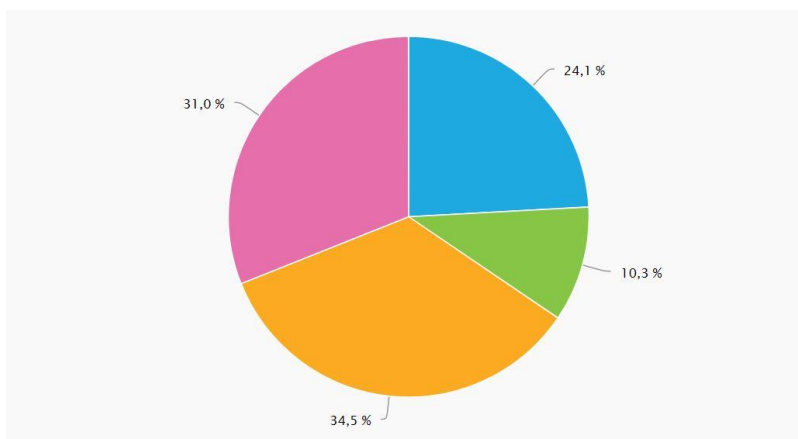
72,4 % (21 odpovědí) uvedlo, že nikdy o podporu nežádali, 3 podnikatelé hodnotí vyřizování jako velmi těžké a podporu nezískali. Další 3 podnikatelé hodnotí vyřizování jako velmi obtížný proces, nicméně podporu nakonec získali. Dva podnikatelské subjekty hodnotí proces vyřizování jako časově a administrativně náročnější, ale podporu získali snadno.



Obr. 12: Hodnocení procesu vyřizování a získání žádosti
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Dvanáctá otázka zjišťovala příčinu a důvod proč podnikatelé o podporu nežádali.

10 podnikatelů (34,5 %) odpovědělo, že nenašlo vhodnou podporu pro své podnikání, 9 ze všech odpovídajících nemá zájem o podpory a dotace. Sedm podnikatelských subjektů uvedlo jako důvod administrativní a časovou náročnost. Tři podnikatele odradila nízká úspěšnost v získání podpory.

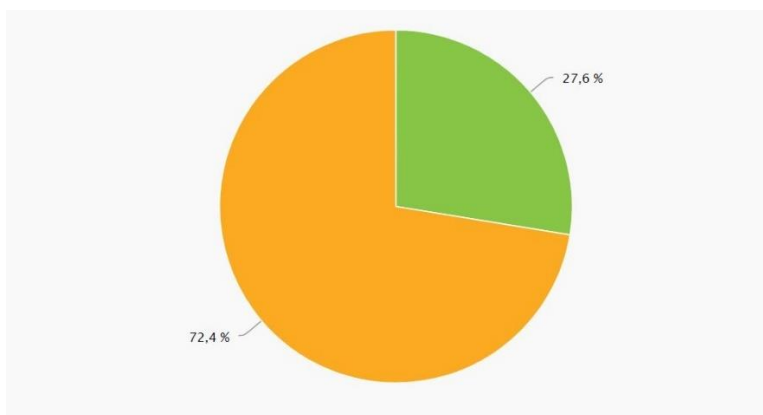


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
1	administrativní a časová náročnost	7	24,1 %
2	nízká úspěšnost v získání podpory	3	10,3 %
3	ne našel jsem vhodnou podporu pro své podnikání	10	34,5 %
4	nemám zájem o dotace a podpory	9	31,0 %

Obr. 13: Příčiny a důvody, proč MSP nežádají o dotace
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Koncepty strategií a podpor nejsou vytvářeny pouze na národní úrovni, ale existují i regionální podpory. V další otázce malí a střední podnikatelé odpovídají na to, zda kraj či obec vytváří nějaké programy podpory a zda je jako místní podnikatelé využívají.

21 podnikatelů odpovědělo, že kraj či obec žádné programy či aktivity na podporu podnikání nevytváří. Osm podnikatelů odpovědělo ano vytvářejí, ale programy nevyužívají.

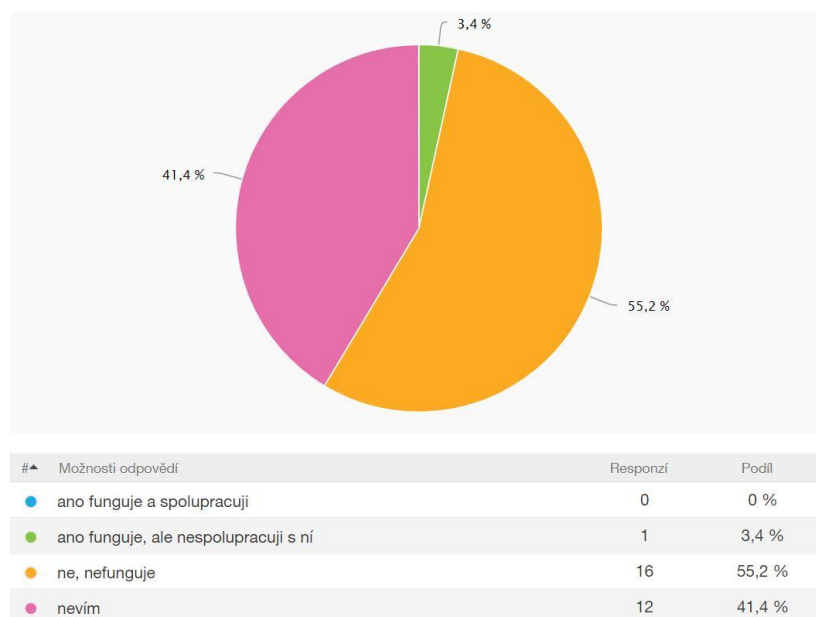


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
1	ano vytváří a využívám	0	0 %
2	vytváří, ale nevyužívám	8	27,6 %
3	nevytváří	21	72,4 %

Obr. 14: Regionální podpora MSP
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V rámci regionů fungují také MAS (místní akční skupiny). V následující otázce bylo zjišťováno, zda v NP Šumava funguje MAS, a zda s ní místní malí a střední podnikatelé spolupracují.

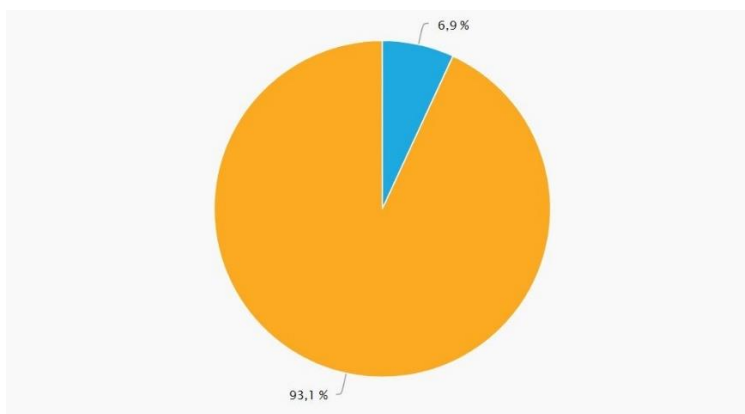
16 dotazovaných odpovědělo, že v této oblasti MAS nefunguje, 12 odpovídajících nevědělo, jeden odpovídající ví o fungování MAS v oblasti NP Šumava, ale nespolupracuje s ní.



Obr. 15: Fungování MAS
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V 15. otázce bylo zjišťováno, zda v obci existují a fungují nějaké podnikatelské spolky, či zde funguje spolupráce místních podnikatelů mezi sebou.

27 odpovídajících podnikatelských subjektů odpovědělo ne, neexistují a dva odpověděli ano, existují a spolupracují s nimi.

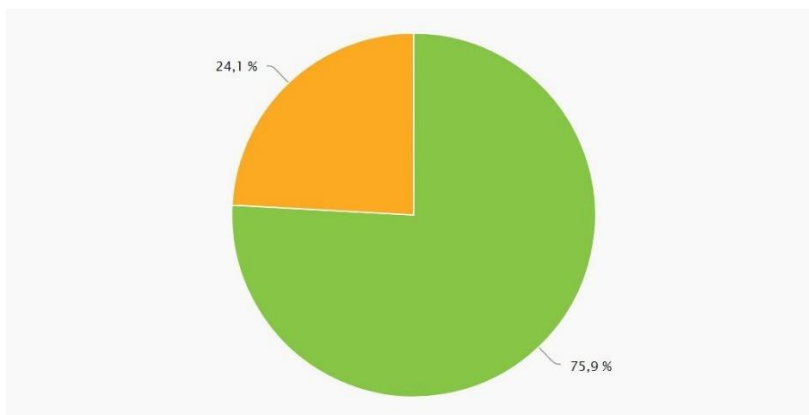


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
●	ano, existují a spolupracují s nimi	2	6,9 %
●	ano, existují, ale nespolečně s nimi	0	0 %
●	ne, neexistují	27	93,1 %

Obr. 16: Podnikatelské spolky a podnikatelská spolupráce
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V dnešní době se velice častěji objevuje trend sociálního podnikání. V rámci dotazníku byla tato otázka připojena jako obohacující nová informace. Místní podnikatelé odpovídali na otázku, zda existuje v obci sociální podnikání takto:

Skoro 76 % dotazovaných (22 odpovědí) odpovědělo ne, v obci neexistuje sociální podnikání. Zbýlých 24 % dotazovaných (7 odpovědí) neví, zda v obci funguje či nefunguje sociální podnikání.

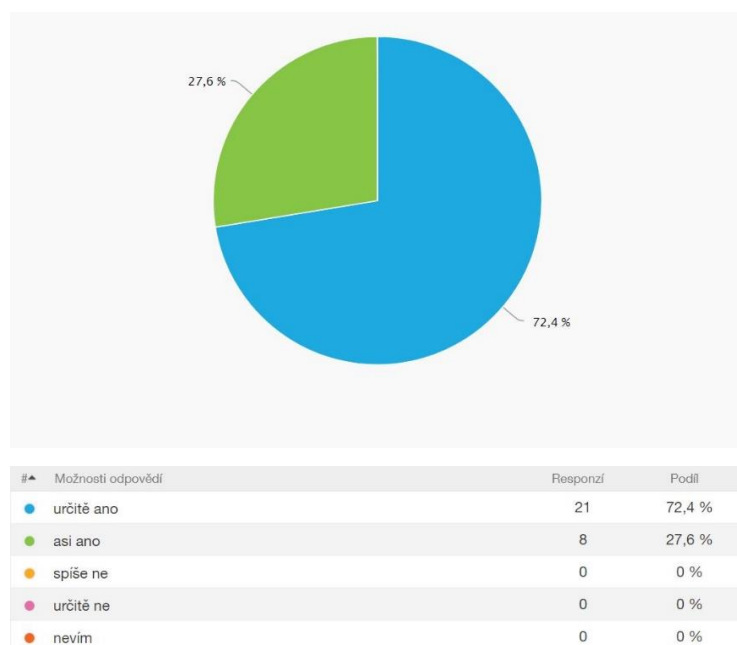


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
●	Ano	0	0 %
●	Ne	22	75,9 %
●	Nevím	7	24,1 %

Obr. 17: Sociální podnikání
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V mnoha literárních pramenech je uváděno podnikání jako důležitý pilíř rozvoje venkova. V následující otázce byla podnikatelům položena otázka, zda je podnikání důležitým pilířem pro rozvoj obcí v NP Šumava.

Skoro tři čtvrtě odpovídajících podnikatelů (72,4 %, 21 odpovědí) souhlasně přitakává a myslí si, že určitě ano. Ostatní dotazovaní (27,6 %, 8 odpovědí) odpověděli asi ano.



Obr. 18: Podnikání jako důležitý pilíř rozvoje venkova
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

V rámci rozvoje venkova dochází i k rozvoji podnikání, diverzifikuje se podnikatelská činnost, vznikají nová podnikatelská odvětví, podnikatelé jsou více a více inovativní. V následující otázce měli podnikatelé za úkol zhodnotit současné podnikatelské trendy a seřadit dané možnosti od nejdůležitější po nejméně důležitou.

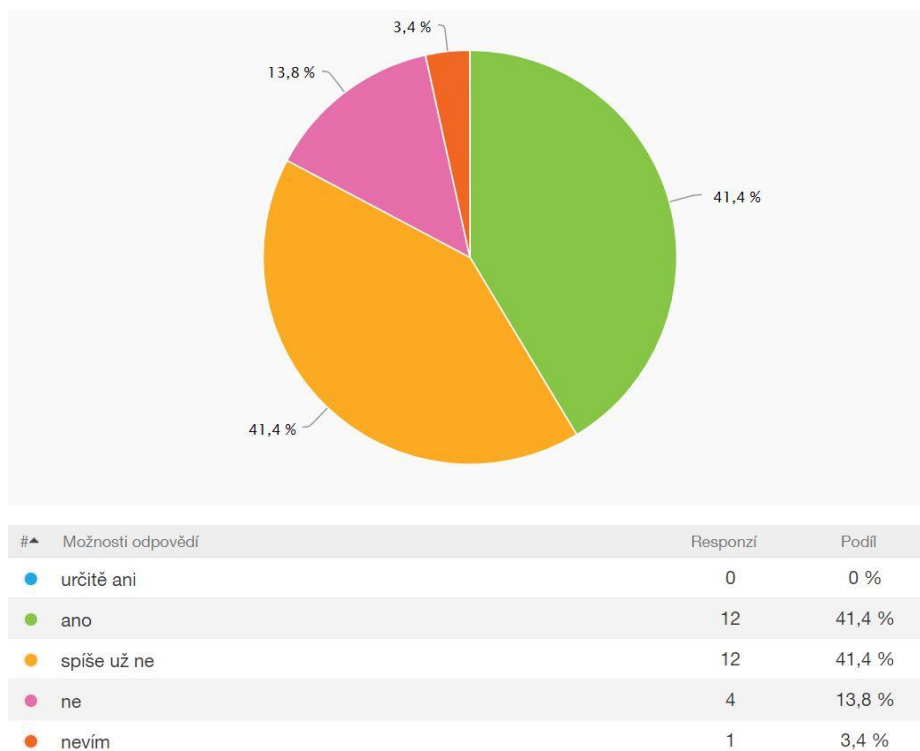
Vybrané možnosti podnikatelé seřadili následovně, jako nejdůležitější a nejvýznamnější trend v podnikání označili rekreační zařízení (hotely, penziony), na druhém místě je sportovní zařízení (wellness, lyžařské areály apod.), na třetím místě je podle nich pohostinství, na čtvrtém ekologické farmy, na pátém všeobecné zemědělství jako takové, na šestém výroba lokálních originálních produktů a na poslední místo zařadili maloobchod a velkoobchod.

#	Možnosti odpovědí	Důležitost ▾
●	rekreační zařízení (hotely, penziony)	6
●	sportovní zařízení (včetně wellness, lyžařských areálů apod.)	4,6
●	pohostinství	4,5
●	ekologické farmy	4,2
●	zemědělství	3,2
●	výroba lokálních originálních produktů	3
●	maloobchod, velkoobchod	2,4

Obr. 19: Podnikatelské trendy
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Z literární rešerše od mnoha autorů vyplývá, že z historického hlediska bylo zemědělství hybnou silou venkovského prostoru, jelikož bylo jedinou možnou činností na venkově, jediným zdrojem příjmů a zároveň jako jediné vytvářelo pracovní místa pro místní obyvatele. 19. otázka zjišťovala názor místních MSP, zda je podle nich zemědělství stále ještě hybnou silou venkovského prostoru.

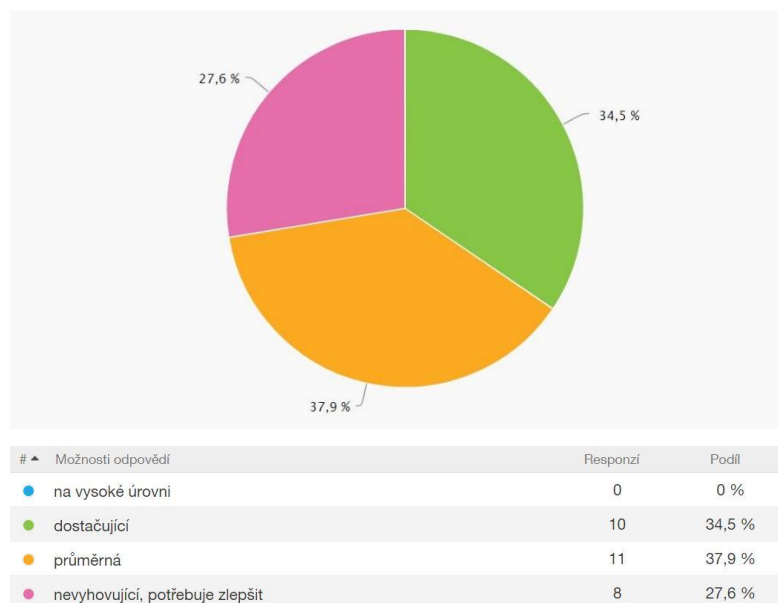
12 dotazovaných je názoru, že zemědělství je stále hybnou silou venkovského prostoru. Dalších 12 dotazovaných je názoru, že zemědělství už není hybnou silou venkova a odpovědělo spíše už ne. Čtyři respondenti odpověděli ne, jeden odpověděl nevím.



Obr. 20: Hodnocení zemědělství jako hybné síly venkovského prostředí
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Následující dvě otázky měly za úkol zjistit, jak hodnotí podnikatelé místní podnikatelské prostředí. V následující otázce bylo zjišťováno, jak hodnotí MSP místní technickou dopravní infrastrukturu v obci.

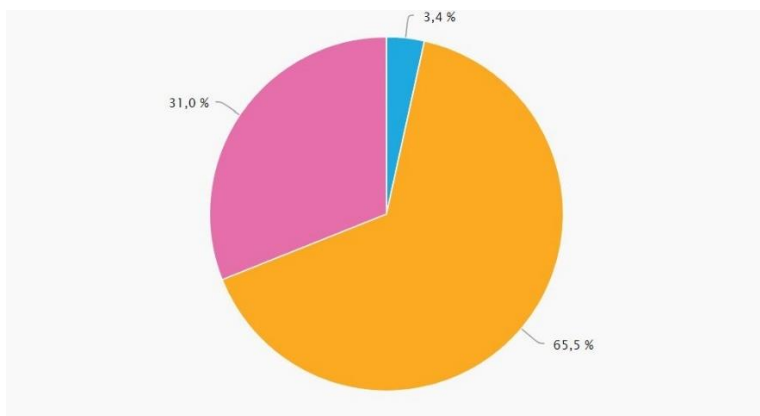
Odpovědi na tuto otázku byly poměrně vyrovnané, 10 podnikatelů hodnotí infrastrukturu jako dostačující, 11 podnikatelů jako průměrnou a 8 podnikatelů jako nevyhovující, potřebuje zlepšit.



Obr. 21: Hodnocení technické dopravní infrastruktury v obci
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Následující otázka mapuje hodnocení podnikatelského prostředí a infrastruktury z pohledu dostupnosti služeb (pošta, banka atd.).

Malí a střední podnikatelé z oblasti NP Šumava hodnotí dostupnost služeb z 65,5 % (19 odpovědí) jako průměrnou, za některými službami musí jezdit více jak 10 km. 31 % podnikatelů (9 respondentů) hodnotí dostupnost podprůměrně, v obci není podnikatelská infrastruktura, musejí dojíždět. Jeden respondent hodnotí prostředí skvěle, vše je v obci dostupné.



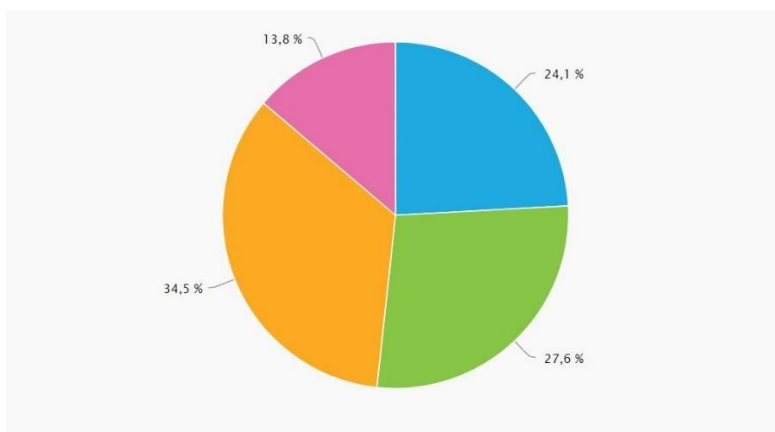
#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
●	skvěle, vše je dostupné v obci	1	3,4 %
●	dobře, potřebné služby jsou v dosahu 5 km	0	0 %
●	průměrně, za některými službami musím cestovat více jak 10 km	19	65,5 %
●	podprůměrně, v obci není podnikatelská infrastruktura, musím dojždět	9	31,0 %

Obr. 22: Hodnocení podnikatelského prostředí z hlediska dostupnosti služeb v obci
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Poslední 3 otázky měli za úkol zjistit informovanost MSP ohledně vyhledávání a dostupnosti informací o podporách, dále zmapovat zkušenosti s webovými portály, které zřizují národní instituce pro podnikatele, aby byli dostatečně informováni o možných programech a podporách.

Následující otázka zjišťuje, zda existuje z pohledu MSP dostatek zdrojů pro informovanost podnikatelů.

34,5 % podnikatelů (10 odpovědí) hodnotí zdroje jako nedostatečné, je jich málo. 27,6 % podnikatelů (8 odpovědí) hodnotí počet zdrojů jako dostačující, ale mohlo by jich být více. 24,1 % podnikatelů (7 odpovědí) odpovědělo ano, počet zdrojů je dostačující. 13,8 % podnikatelů (4 odpovědi) odpovědělo ne, žádné neexistují.

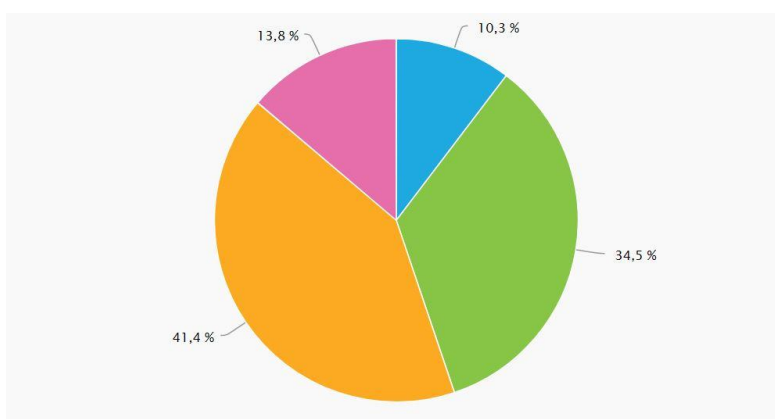


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
●	ano, počet zdrojů je dostačující	7	24,1 %
●	ano, ale mohlo bych jich být více	8	27,6 %
●	ne, je jich málo	10	34,5 %
●	žádné neexistují	4	13,8 %

Obr. 23: Jak hodnotí podnikatelé počet zdrojů informací pro podnikatele
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

23. otázka navazuje na předchozí otázku a ptá se podnikatelů, jak jsou spokojeni s dostupností a přehledností informací ohledně podpor podnikání.

41,4 % dotazovaných není spokojeno, informace se těžko hledají. 34,5 % dotazovaných je částečně spokojeno, informace jsou dostupné, ale nepřehledné. 13,8 % podnikatelů je nespokojeno, informace nejsou vůbec dostupné a 10,3 % podnikatelů je naopak spokojeno, hodnotí dostupnost a přehlednost kladně.

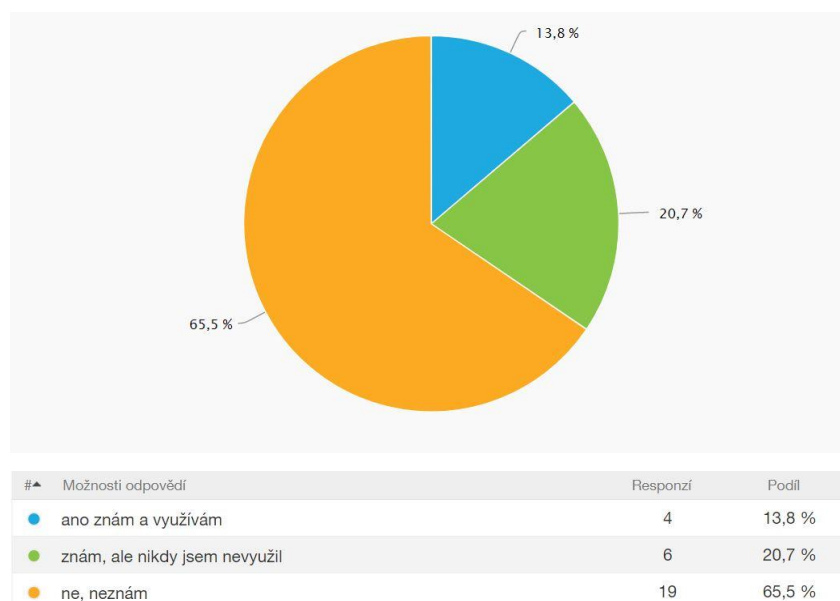


#▲	Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl
●	ano spokojen, všechny informace jsou snadno dostupné a přehledné	3	10,3 %
●	částečně spokojen, informace jsou dostupné, ale nepřehledné	10	34,5 %
●	spíše nespokojen, informace se těžko hledají	12	41,4 %
●	nespokojen, informace nejsou vůbec dostupné	4	13,8 %

Obr. 24: Jakou hodnotí podnikatelé dostupnost a přehlednost informací o podporách
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

Poslední 24. otázka má za cíl zjistit povědomí o webových portálech, které státní instituce zřizují, aby byli podnikatelé dostatečně informováni, zároveň aby informace byly ucelené a pohromadě na jednom místě. V rámci informačních portálů byla podnikatelům na závěr položena otázka, zda znají a využívají oficiální portál pro podnikatele Business.Info.

13,8 % podnikatelů z NP Šumava portál zná a využívá ho, 20,7 % podnikatelů o portálu ví, ale nikdy ho nevyužili, 65,5 % podnikatelů portál vůbec neznají.



Obr. 25: Zda podnikatelé znají portál Business.Info
Zdroj: Dotazníkové šetření, 2-3/2018, n=29

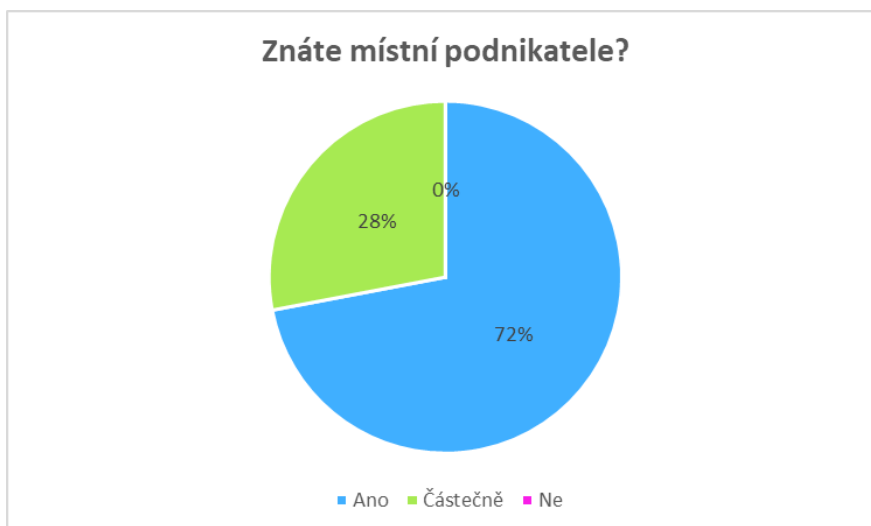
5.2.2 Místní obyvatelé

Průzkum názorů místních obyvatel obcí v NP Šumava probíhal v měsíci březen. Dotazník vyplnilo 25 místních obyvatel.

Dotazník byl velmi krátký a skládal se pouze ze 4 otázek. Smyslem a cílem dotazování mezi obyvateli bylo zejména zjistit, zda vědí o podnikatelích ve své obci, jak hodnotí jejich působení v obci. Dále jak vycházejí s místními podnikateli, nakupují jejich služby, pracují u nich jako zaměstnanci apod.

První otázka zjišťovala, do jaké míry znají místní obyvatelé své místní podnikatele.

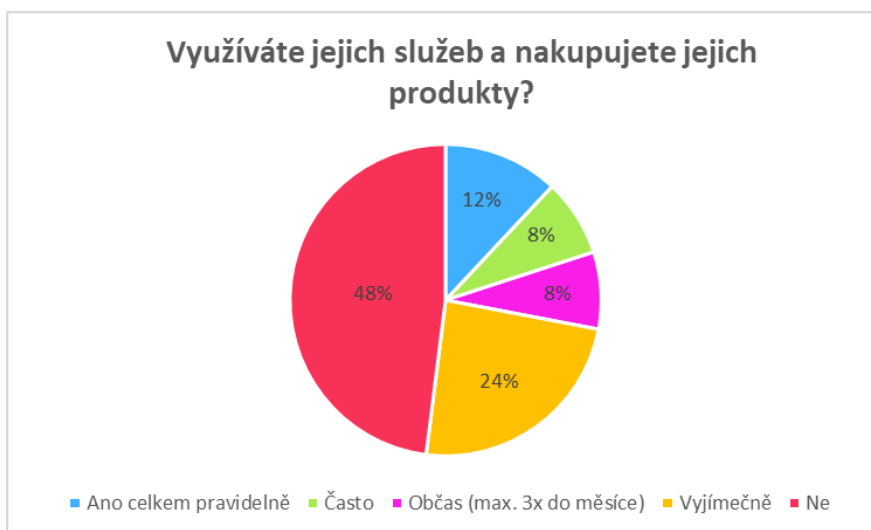
72 % z dotázaných obyvatel (17 odpovědí) zná své místní podnikatele dobře. 28 % obyvatel (8 odpovědí) zná podnikatele ve své obci částečně. Mezi respondenty nebyl nikdo, kdo by neznal žádného místního podnikatele.



Obr. 26: Zda znají místní obyvatelé MSP ve své obci
Zdroj: Dotazníkové šetření, 3/2018, n=25

Druhá otázka byla zaměřena na využívání služeb místních podnikatelů. Zda místní obyvatelé nakupují u zdejších malých a středních podnikatelů jejich produkty a služby.

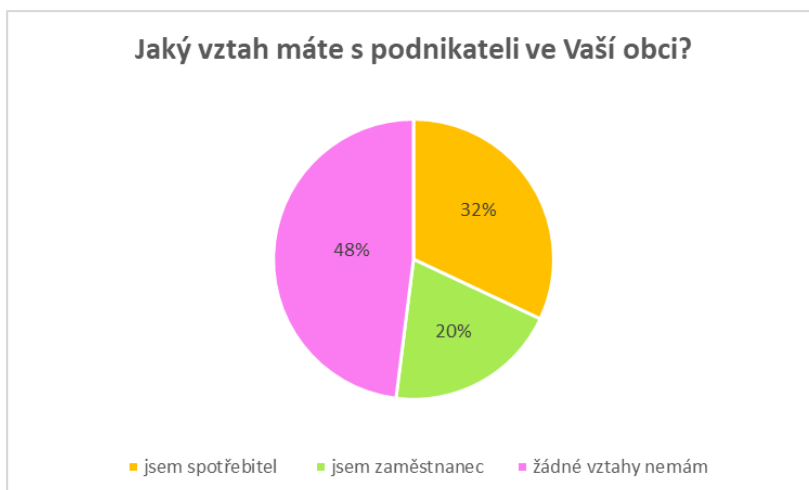
48 % obyvatel (12 odpovědí) nevyužívá služeb místních podnikatelů, 24 % obyvatel (6 odpovědí) využívá služby výjimečně, 12 % obyvatel (3 odpovědi) využívá služby celkem pravidelně, 8 % obyvatel (2 odpovědi) využívá často a zbylých 8 % z dotazovaných (2 odpovědi) využije služeb místního podnikatele občas (max. 3x do měsíce).



Obr. 27: Jak místní využívají služby místních MSP
Zdroj: Dotazníkové šetření, 3/2018, n=25

Třetí pokládaná otázka zjišťovala vztah mezi obyvateli a podnikateli.

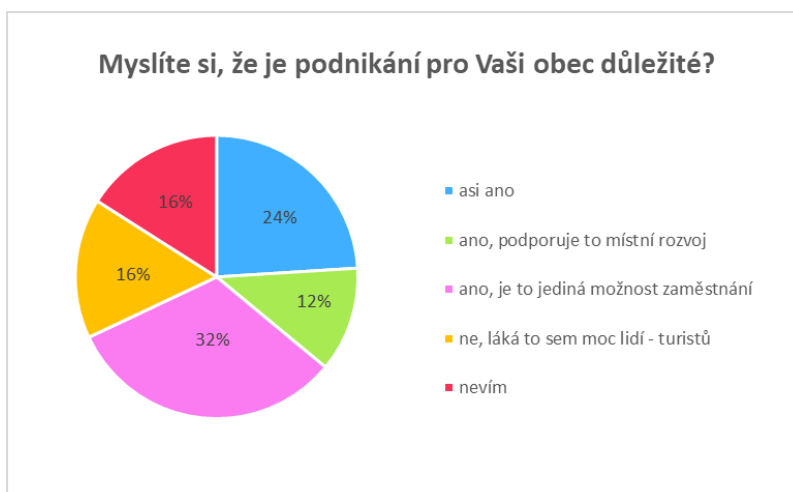
32 % obyvatel z dotazovaných (8 odpovědí) je spotřebiteli MSP, 20 % z dotazovaných (5 odpovědí) je zaměstnancem v nějakém místním podniku, 48 % dotazovaných (12 odpovědí) nemá s místními podnikateli žádný vztah.



Obr. 28: Jaký mají vztah místní obyvatelé s MSP v obci
Zdroj: Dotazníkové šetření, 3/2018, n=25

Poslední otázka měla za cíl zhodnotit místní podnikání v obci. Dotazovaní obyvatelé odpovídali na otázku, zda je místní podnikání důležité pro jejich obec.

24 % dotazovaných obyvatel (6 odpovědí) hodnotí podnikání jako důležité, nikterak nespécifikuje proč. 12 % obyvatel (3 odpovědi) specifikuje důležitost v podpoře místního rozvoje. 32 % respondentů (8 odpovědí) zdůrazňuje důležitost v tom, že je to jediná možnost podnikání zde v NP Šumava. 16 % dotazovaných (4 odpovědi) neví. 4 respondenti (16 %) hodnotí podnikání jako negativní přínos v obci.



Obr. 29: Jak hodnotí místní obyvatelé podnikání ve své obci
Zdroj: Dotazníkové šetření, 3/2018, n=25

6 Diskuze

Při výzkumu jakékoli problematiky venkovského prostoru je důležitým a nezbytným krokem jeho vymezení. Přesná specifikace toho, co je myšleno pojmem venkov, dává prostor k další práci. Bez určení a vymezení konkrétního prostoru nemůže dojít ke sběru dat pro příslušné dané území. Na základě těchto dat lze popsat historický vývoj i současný stav, objevit souvislosti mezi sledovanými jevy a v jistých případech také předpovědět možný vývoj v následném budoucím čase (Petr, 2010).

Venkov je charakteristický svou okolní krajinou, v níž probíhají typicky specifické činnosti, žije zde obyvatelstvo s typicky zvláštním životním stylem a tradicemi. Krajina je důležitý prvek charakteristiky venkovského prostoru, jedná se o přírodní, historické a kulturní dědictví, které symbolizuje Českou republiku jako takovou. Jak ji označuje Lipský (1995), krajina je reflektujícím odrazem historického vývoje, ekonomických i socio-kulturních činností dané země.

Do tématu rozvoje venkovského prostoru spadá i problematika zemědělství. Je všeobecně známo, a je to obsahem mnoha literárních pramenů, že venkovský prostor je tradičně spojován s agrární činností jako je zemědělství a lesnictví (Weissová, 2016). Agrární sektory využívají přírodní zdroje v krajině a mají významný vliv na utváření krajinného rázu. Typické produkční funkce venkova v dnešní době ustupují a do popředí se dostávají funkce rekreační a rezidenční. Prostředí se mění i vnitřně, dříve dominantní zemědělská činnost sestupuje z hlavní pozice rozvoje venkova a zaměstnanosti a na její místo nastupuje průmysl a služby. Vlivem doby modernizace a transformace venkova upadá zemědělská produkce. Aby byl zachován současný stav či byl venkov pozitivně rozvíjen, je potřeba nejen financí a techniky, ale také lidské identity (Weissová, 2016).

Současný stav zemědělství byl jedním z několika důležitých aspektů výzkumů. Byla vytvořena snaha na zjištění stavu zemědělské činnosti v oblasti NP Šumava, v rámci reflektování literárních pramenů. Na základě kvalitativního a kvantitativního výzkumu bylo však zjištěno, že v současné době v oblasti národního parku podniká pouze malé procento zemědělců. Do výzkumného dotazníkového šetření se zapojil jen velmi malý vzorek zemědělských podnikatelů. Dalším zjištěným faktem je pozice Národního parku Šumava jako majoritního vlastníka zemědělské půdy ve vymezené oblasti výzkumu. NP dále nezapadá do kategorizace podnikatelských subjektů, tudíž nebyl osloven jako respondent. Ze zjištěných dat kvalitativního výzkumu vyplynulo, že zemědělci, kteří v oblasti hospodaří, hospodaří na

pronajatých půdách od NP, dále se jedná o podnikatele, kteří nejsou místní. Z těchto důvodů byla zemědělská otázka z výsledků výzkumu vyjmuta a nebude dále zkoumána a diskutována.

Při porovnání prací na podobné téma zjistili autoři také významnou roli malých a středních podnikatelů v rozvoji venkovských oblastí. Výzkum Švábové (2015) či Zemánkové (2015) potvrzuje, že malí a střední podnikatelé pozitivně ovlivňují venkovský region. Teclová (2016) řeší ve svém výzkumu podobné aspekty, jako se nacházejí v této práci, to poukazuje na fakt, že v rámci fungování malých a středních podniků se podnikatelé potýkají s podobnými problémy, přičemž tak úplně nezáleží na dané lokalitě, obecné vzorce problémů a úskalí se ztotožňují.

Tato práce byla zaměřena na MSP do 250 zaměstnanců v oblasti NP Šumava. Nejpočetnější a prakticky jedinou skupinou ve sledované lokalitě, byly drobné podniky (mikropodniky) s maximálním počtem 10 zaměstnanců. Pro další sledování a analýzu dat by bylo vhodné nastavit jednotný limit počtu sbíraných dat v rámci jednotlivých obcí. Oblast NP Šumava je velmi malé území a zastoupení podnikatelských subjektů není početně vyvážené, tudíž nebylo možné získat stejný počet dat za jednotlivé obce. Nasbíraná data nelze tedy považovat ze reprezentativní vzorek.

Dotazník pro podnikatelské subjekty byl nastaven tak, aby neodradil podnikatele v časové náročnosti vyplnění. V dotazníku pro malé a střední podnikatele bylo vytvořeno 24 otázek, v rámci zjišťování názorů místních obyvatel byly vytvořeny 4 otázky. Podnikatelské subjekty byly osločovány prostřednictvím e-mailových adres, které jsou volně dostupné na internetu a na jejich podnikatelských webových stránkách. Některé kontakty již nebyly funkční, tudíž nemohly být doručeny všechny odeslané e-mailové zprávy. Nízkou návratnost si lze vysvětlit i tak, že doručené e-maily spadly respondentům do nevyžádané pošty, tím pádem se o výzkumu nemuseli dozvědět, či mu nepřikládali žádnou pozornost.

Z 81 dotazníků se vrátilo pouze 29 vyplněných. Při kontrole vyplněných dat nemusel být žádný dotazník vyřazen, všechny splňovaly zkoumaná kritéria.

Místní podnikatelé v NP Šumava podnikají v drtivé většině v cestovním ruchu – ubytovacích zařízeních jako OSVČ. Jedná se o drobné podnikatele, kteří zaměstnávají maximálně 10 zaměstnanců. V dotazníku nebyla dostatečná variabilita možných odpovědí, chyběla zde možnost 0 zaměstnanců. Jak vyplynulo z rozhovorů s klíčovými osobami, velká část místních podnikatelů podniká svépomocí a nezaměstnává žádné zaměstnance. Důvodů

může být několik, první spočívá v omezených finančních zdrojích podnikatele, takže podnikání pokryje náklady jen na něj a rodinu. Druhý důvod může být zakotven v nedostatku pracovní síly. Venkovské oblasti nejsou vlivem historických událostí stále dostatečně osídleny, zároveň dochází k demografickému stárnutí obyvatel v dané lokalitě a nízkého podílu produktivního obyvatelstva (Petr, 2010).

V dotazníku byla položena otázka, proč nebo co bylo důvodem rozvoje jejich podnikání v NP Šumava. Zde byly očekávány výsledky, že tím hlavním důvodem je lukrativnost místa. Očekávání se do značné míry naplnila a potvrdila, nicméně velké množství podnikatelů označilo odpověď prvotní podnikání. V této lokalitě představuje podnikání v turistickém ruchu (v ubytovacích zařízeních) prakticky jediný možný zdroj obživy, jak uvedl jeden z respondentů. To samé uváděli i zástupci obcí a podnikatelé v rámci osobních rozhovorů.

Jistým překvapením byly výsledky na otázku, s jakými problémy se místní podnikatelé potýkají. Zde bylo od začátku výzkumu očekáváno, že hlavním problémem je sezonní vyžití. Samozřejmě značné procento výsledných dat poukazovalo na problematiku sezónnosti, nicméně častějším udávaným problémem, se kterým zápasí místní podnikatelé, je přílišná byrokratická administrativní zátěž. Nespočet papírů, které musí měsíčně vyplňovat je odrazuje od podnikání. Stěžejní pasáží výzkumu bylo zjišťování, co potřebují místní podnikatelé k udržitelnému rozvoji podnikání. Výsledek je takový, že místní podnikatelé ke svému podnikání potřebují kvalifikovaný personál a dobrou technickou i dopravní infrastrukturu. To koresponduje s názorem Salvia and Quaranta (2017), kteří ve své práci uvádějí, že nedostatečná infrastruktura negativně ovlivňuje nejen podnikatelské prostředí, ale i rozvoj obce jako takový.

Druhým stěžejním pilířem výzkumu byly otázky týkající se národních a regionálních podpor pro podnikatelské subjekty. Do jaké míry jsou využívány nově vytvořené strategie podpory malých a středních podniků. K čemu jsou nejčastěji využívány a jaký je přístup k informacím o možných podporách.

Z pohledu problematiky dnešních podpor zaujímají místní podnikatelé negativní stanovisko. Dle výsledných dat je národní podpora a implementační systém pro podnikatele nedostačující. V návaznosti na další odpovědi týkajících se problematiky dotací a informovanosti jsou nalézány jisté nesrovnalosti. Je otázka, zda ke zkresleným informacím došlo špatně nastavenými otázkami s malou variabilitou odpovědí nebo je současný stav podnikatelů opravdu tak negativní. Podnikatelé hodnotí současnou možnost podpory podnikání jako nedostatečnou, nicméně z výsledků dále vyplynulo, že se o podpory nezajímají a dotační programy nevyužívají. Malé procento podnikatelů využívá dotačních podpor ať už v podobě

finanční podpory při začátku podnikání nebo v rámci budování či rekonstrukce současného předmětu podnikání. Velký počet respondentů hodnotí proces vyřízení žádosti za administrativně a časově náročný, současně je dle jejich názoru nízké procento úspěšnosti. Dalším možným aspektem nevyužívání dotačních programů je to, že místní podnikatelé nemají dostatek informací o tom, kde mohou potřebné informace hledat. Když už se jim podaří informace dohledat přichází druhé úskalí, velký počet dokumentů a rozsáhlé texty napsané odborným jazykem, kterému nerozumí. Nepřehlednost velkého množství informací, vše dlouze hledají. Webové portály, které státní instituce vytvořili právě pro podnikatele, aby měli přístup k informačním zdrojům, tak o těch ví jen málokdo.

Národní strategie a podpory z pohledu zástupců obcí jsou dostačující, snaží se čerpat a využívat všech možných podpor, které jim stát nabízí. Dotace využívají na podporu primární infrastruktury obce, jako jsou vodovody, kanalizace s ČOV, úprava silnic a cest atd. Aktivně se zapojují do místního rozvoje, který je v důsledku nejdůležitějším aspektem rozvoje podnikatelského prostředí, jelikož obce zajišťují pro místní podnikatele dostatečně kvalitní podmínky pro udržitelné podnikání. V primárním sektoru podporují infrastrukturu a v sekundárním sektoru podporují rozvoj a vznik nových služeb. Kvalitní územní samosprávu jakožto důležitého aktéra místního rozvoje uvádí i Douglas (2005).

V neposlední řadě je potřeba zhodnotit situaci cestovního ruchu. Zemědělská činnost vlivem mnoha faktorů (ekonomických, historických, přírodních) a transformačních změn přestala hrát důležitou roli v rozvoji venkovských lokalit. Jednou z možností, jak změnit situaci venkovských komunit je začít rozvíjet venkovský cestovní ruch, který významně přispívá k udržitelnému rozvoji venkova (Murdoch, 2000).

Cestovní ruch je významnou podnikatelskou činností ve venkovských oblastech s jistým územním znevýhodněním. V případě naší vymezené lokality se jedná o existenci NP Šumava a s ním spojenou ochranou přírody.

Všem respondentům (podnikatelům i zástupcům obcí) byla položena otázka ohledně problematiky cestovního ruchu v NP Šumava. Cestovní ruch v národním parku se potýká s několika úskalími. Hlavním úskalím je všeobecně sezónnost. V rámci výzkumu této práce však lze hovořit o tom, že sezónnost už není tím hlavním úskalím. Ano, samozřejmě velké množství respondentů uvedlo, že sezónní vyžití je pro ně úskalím, nicméně se začíná v NP Šumava rozmáhat trend celosezónního vyžití. Jak je patrné z výsledků kvalitativního měření, výhradní sezónní využívání začíná ustupovat a turisté míří do NP Šumava i mimo sezónu. Dříve

se po sezóně vše zavíralo a podnikatelé museli přežívat do další sezóny, v dnešní době se sezonní doby prodlužují, zároveň se zkracují doby mezi jednotlivými sezónami. Lidé míří do přírody čím dál častěji. To dokládají i fakta o vlastní klientele místních podnikatelů. Velké množství návštěvníků se na Šumavu vrací i několikrát do roka, což je velmi pozitivní zjištění. Nicméně jiným úskalím cestovního ruchu, které se zatím moc pozitivně nevyvíjí, je délka pobytu. Návštěvníci jezdí na krátké pobyty či na jednodenní výlety za sportovním vyžitím. Návštěvníci se zdržují zpravidla na den či dva. Delší pobyty návštěvníci objednávají v rámci hlavních letních prázdnin, jarních prázdnin, případně na státní svátky. Možným důvodem je i omezená vybavenost služeb v obcích. Nicméně zájem o turistiku neutichá a stále funguje trend, že o víkendech je plno a návštěvníci, kteří jedou okolo a chtějí zde přespát, nemají šanci najít volné lůžko, rezervace jsou plné i několik měsíců dopředu. Jeden z dotazovaných respondentů uvedl, že už teď má plné rezervace na další zimu. Zájem o šumavskou turistiku je enormní, je to dáno exkluzivitou prostředí a místním klidem. V některých částech parku není pořádně ani signál, dle výpovědi několika respondentů je to právě to, proč sem návštěvníci jezdí, jezdí si sem odpočinout. Historický trend návratu do přírody přichází zas do popředí.

Z celé práce vyplynulo, že existence a působení malých a středních podnikatelů v oblasti NP Šumava hraje významnou roli. Je tedy nutné se zaměřit na podporu malých a středních podniků, jelikož z toho mají užitek všichni zúčastnění aktéři spjatí s venkovem. Podpora malých a středních podnikatelů se projeví v rozvoji obce i regionu.

Hned v úvodu průzkumu přišlo celkem nečekané zjištění, že vedení obce nevede prakticky žádnou komplexní evidenci o svých podnikatelích v obci. Mají jen všeobecný přehled o větších podnicích, o ostatních podnikatelích toho moc nevědí. Tento problém by měl být odstraněn a obce by si měly vytvořit určitou databázi o podnikatelských subjektech v obci, aby bylo možné s nimi komunikovat. Zároveň by měli obě strany (obce i podnikatelé) společně spolupracovat, místní podnikatelé by se měli více zapojit do dění obce a více ji podporovat. Vybraní podnikatelé by mohli reprezentovat podnikatelské subjekty v obci a mohli by se zapojit do samosprávných aktivit obcí i krajů. Jejich působení v samosprávě by mělo pozitivní vliv i tom, že by se v rámci společné komunikace a spolupráce řešily připomínky a problémy podnikatelů, které by mohly obce případně pomoci řešit. Měli by vést komunitně vedený místní rozvoj (CLLD).

Stát by měl zhodnotit současné nastavení politiky a upravit systém, aby nebyla na podnikatele nakládána nadměrná byrokratická zátěž. Stále se zvyšující a zpříšňující požadavky zejména administrativního charakteru považují malí a střední podnikatelé za velkou nevýhodu a obtěžování. Tato byrokratická zátěž odrazuje mnoho lidí od podnikání. Čím dál větší a náročnější požadavky přidělávají místním podnikatelům více práce, stráví dlouhé hodiny nad administrativními záležitostmi, takže se nemohou pořádně věnovat hlavní činnosti. Pokud se bude administrativní zátěž nadále zvyšovat, mohlo by to mít negativní dopad na vývoj počtu MSP, jelikož by mohlo docházet k úbytku podnikatelských subjektů a tím pádem by docházelo i k poklesu rozvoje venkova.

Důležitým a hlavním bodem řešení je zhodnocení povědomí o strategiích malého a středního podnikání ve vymezené oblasti NP Šumava. Z výsledků je patrné, že místní podnikatelé nemají dostatečné povědomí o národních strategiích. Nabízí se řešení, jak zefektivnit strategie jako nástroj podpory rozvoje podnikání malých a středních podniků. Je potřeba větší míry zapojení ze strany podnikatelů, aby se více ztotožnili se systémem, protože jen tak ho budou chtít využívat. Nikdo nechce využívat něco co nezná. V rámci začlenění a spolupráce bude více nasloucháno potřebám podnikatelů. Nově vytvářené strategie budou dostatečně a více kopírovat potřeby podnikatelů, tudíž budou i více k užitku. Nástrojem ke zlepšení situace může být např. vytvoření cílené platformy pro přípravu strategií MSP. Podnikatelé budou spolupracovat na strategiích s ministerstvy dohromady. Zefektivní se vytvářené strategie, zvýší se povědomí o podporách, zvýší se míra užitku. Podnikatelé ze sebe budou mít i lepší pocit a budou na sebe hrdí, jelikož budou součástí celého projektu a realizace strategie. Dále by v rámci platformy mohla vzniknout nová pozice či role poradce speciálně vyčleněné sítě (networking), na to by se mohly napojit i moderní poradenské služby jako je koučing, mentoring, technický scouting, market intelligence či technologický foresighting.

Poslední bod návrhu je vznik dotačních titulů speciálně pro národní parky a chráněné krajinné oblasti, které by přímo reflektovali potřeby rozvoje místních podnikatelů. Vhodně vytvořené a implementované dotace mohou pomoci MSP ve větším rozvoji podnikání, to bude mít pozitivní vliv na vývoj pracovních příležitostí a v neposlední řadě i pozitivní vliv na vývoj obce a celého regionu.

7 Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo definovat a zhodnotit současný stav malých a středních podnikatelů v rozvoji venkovského regionu ve vybrané lokalitě NP Šumava. Tento cíl byl splněn za pomoci jednotlivých dílčích cílů. Prvním dílčím cílem byla analýza venkovského prostředí z pohledu podnikatelské činnosti. Jak významnou roli hrají malí a střední podnikatelé na úrovni celé České republiky, jakou roli mají v rámci venkovského prostoru, a následně jakou roli hrají ve vybrané oblasti NP Šumava.

MSP hrají důležitou roli v rámci tržní ekonomiky a je dobře, že mají tuto roli i v obcích NP Šumava. I když jsou podnikatelské možnosti v této oblasti značně specifické a omezené, místní podnikatelé úspěšně podnikají a vytvářejí stabilní rozvoj venkova.

Podcílem diplomové práce bylo zjistit současné potřeby venkovských podnikatelů. Na základě výzkumu v zájmovém území jsou potřeby místních venkovských podnikatelů následující:

- Kvalifikovaná pracovní síla
- Dostatečná dopravní a technická infrastruktura
- Turisti, jakožto hlavní spotřebitelé místních služeb

Druhým podcílem diplomové práce bylo zjistit míru využívání státem implementovaných podpor. Na základě kvantitativního výzkumu narativních dat od podnikatelských subjektů je z výsledků patrné, že nedochází k významnému využívání podpor. Důvodem je neztotožnění se s národními strategiemi, neinformovanost o dotačních titulech a velká administrativní zátěž při vyřizování žádosti.

V návaznosti na výše zmiňované důvody můžeme hypotézu diplomové práce zamítnout. Státní strategie a podpory malého a středního podnikání nejsou efektivním nástrojem v rozvoji venkovské oblasti NP Šumava.

8 Seznam literatury

ALBU, C., N., et al. 2013. Implementation of IFRS for SMEs in emerging economies: Stakeholder perceptions in the Czech Republic, Hungary, Romania and Turkey. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 24.2: 140-175. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jifm.12008>>.

ANTROP, M., 2008: Landscapes at risk: about change in the European landscapes. In: Dostál, P. (ed.): Evolution of geographical systems and risk processes in the global kontext. Charles University, Prague, 57-79.

BJÖRKLUND, K., 1996: The Transitional Landscape. Man and Nature Working Paper 83, Odense University, 32 p.

BOHÁČ, J., 2003. Biodiverzita a udržitelný rozvoj Šumavy. *Ústav ekologie krajiny AV ČR, České Budějovice*, 18.

COPUS, A., K., et al. 2006. Study on employment in rural areas. [cit. 2018-02-22] Dostupné z <<http://dspace.stir.ac.uk/handle/1893/17677#.WsJguojFI2w>>.

CUMMING, D., JOHAN, S. AND ZHANG, M., 2014. The economic Impact of Entrepreneurship: Comparing International Datasets. *Corporate Governance: An International Review* 22(2), pp. 162-178.

ČÚZK. Statistická ročenka 2017 [online] Český úřad zeměměřický a katastrální 2017. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z <https://www.cuzk.cz/Periodika-a-publikace/Statisticke-udaje/Souhrne-prehledy-pudniho-fondu/Rocenka_pudniho_fondu_2017.aspx>.

DOUGLAS, D. J. A. 2005. The restructuring of local government in rural regions: A rural development perspective. *Journal of Rural Studies*, Vol. 21 (2). ISSN 0743-0167. s. 231–246

HENDL, J. 2016. Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace. 4. vydání. Praha: Portál, sro, 437 s. ISBN 978-80-262-0982-9.

JHC. 2014. Program rozvoje Jihočeského kraje 2014 – 2020. [online]. [cit. 2018-02-18]. Dostupné z <http://www.kraj-jihocesky.cz/1598/program_rozvoje_jihoceskeho_kraje_2014_2020.htm>.

JONGMAN, R. H. G., BUNCE, R. G. H., 2000: Landscape classification, scales and biodiversity in Europe. In: Mander, Ü., Jongman, R. H. G. (eds.): Consequences of land use changes in Europe. Advances in Ecological Sciences 5, WIT Press, Ashurst Lodge, Ashurst, Southampton, 11-38.

LEDNICKÝ, V., VANĚK, J. 2006. Strategie rozvoje malého a středního podnikání v marginálních příhraničních oblastech České republiky. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 153 s. ISBN 80-7248-397-8.

LIPSKÝ, Z., 1995. The changing face of the Czech rural landscape. Landscape and Urban Planning, 31, 1, 39-45.

LIPSKÝ, Z., KOPECKÝ, M., KVAPIL, D., 1999. Present land use changes in the Czech cultural landscape. Ekológia/Ecology (Bratislava), 18, 31-38.

LIPSKÝ, Z. 2010. Kam se ubírá česká krajina?. Geografické rozhledy, 9.4: 88-89. [online] [cit. 2018-02-22] Dostupné z <https://geo.ics.upjs.sk/images/geographia_cassoviensis/articles/GC-2010-4-2/14Lipsky_a.pdf>.

MAŘÍKOVÁ, H. a kol. Velký sociologický slovník. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, S. 749-1627. ISBN 8071843105.

MEEUS, J., 1995: Chapter 8. Landscapes. In: Bourdeau, P., Stanners, D. (eds.): Europe's Environment. The Dobříš Assessment. European Environment Agency, Copenhagen, 172-189.

MMR. 2013. Strategie regionálního rozvoje ČR 2014 – 2020 [online] Ministerstvo místního rozvoje 2013. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z <<http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Podpora-regionu/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-CR-2014-2020>>.

MPO. 2012. Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020 [online] Ministerstvo průmyslu a obchodu [cit. 2018-02-22]. Dostupné z <<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/>>.

MPO. 2016. Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2016 [online] Ministerstvo průmyslu a obchodu 2016. [cit. 2018-02-22]. Dostupné z <<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/male-a-stredni-podnikani/studie-a-strategicke-dokumenty/>>

MPO. 2017a. Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014 – 2020 [online] Ministerstvo průmyslu a obchodu 2005 – 2018 [cit. 2018-02-22]. Dostupné z <<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/oppik-2014-2020/operacni-program-podnikani-a-inovace-pro-konkurenceschopnost/operacni-program-podnikani-a-inovace-pro-konkurenceschopnost--157679/>>.

MPO. 2017b. Program záruka. [online] Ministerstvo průmyslu a obchodu 2005 – 2018 [cit. 2018-02-22] Dostupné z <<https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/narodni-programy-na-podporu-msp/zaruka/iii--vyzva-programu-zaruka-2015---2023--232892/>>.

MURDOCH, J. 2000. Networks—a new paradigm of rural development?. *Journal of rural studies*. [online]. 16. 4. 2000. s. 407-419. [cit. 2016-03-28]. Dostupné z <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074301670000022X>>.

MZE. 2013. Program rozvoje venkova 2014 – 2020. [online] Ministerstvo Zemědělství 2009 – 2015 [cit. 2018-03-15]. Dostupné z <<http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2014/opatreni/>>.

MZE. 2016. Strategie rezortu Ministerstva zemědělství České republiky s výhledem do roku 2030 [online] Ministerstvo zemědělství 2016. [cit. 2018-03-31]. Dostupné z <<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/koncepce-a-strategie/>>.

NP Šumava. 2018. Základní údaje. [online] NP Šumava. 2018 [cit. 2018-03-31]. Dostupné z <<http://www.npsumava.cz/cz/1261/sekce/zakladni-udaje/>>.

PERLÍN, R. 1999. Venkov, typologie venkovského prostoru. 1999.[online]. MVČR, 2008, 21 s. [cit. 2016-02-02]. Dostupné z <https://www.researchgate.net/profile/Radim_Perlin/publication/228386326_Venkov_typologie_venkovskho_prostoru/links/0c96052a5889498e30000000.pdf>.

PETR, O. 2010. Problémy venkovských oblastí a přístupy k jejich řešení s důrazem na cestovní ruch. Problems of rural areas and approaches to its solutions with emphasis on tourism. *I. Mezinárodní kolokvium o cestovním ruchu*, 124.

PLK. 2014. Program rozvoje Plzeňského kraje 2014+ [online]. [cit. 2018-02-16]. Dostupné z <<http://www.plzensky-kraj.cz/cs/clanek/program-rozvoje-plzenskeho-kraje-2014-schvalen>>.

RAES, C., 2008: Landscape: Linking Rural Development and Agriculture. Newsletter Landscape Europe, Issue 11 - July 2008, 5.

SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ V. 2010. Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. ISBN 97880-247-3339-5.

ŠVÁBOVÁ, Z. 2015. Role malých a středních podniků v rozvoji venkovských oblastí. Brno. 2015. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Provozně ekonomická fakulta.

TECLOVÁ, Z. 2016. Role malých a středních podniků v rozvoji venkovského regionu. Brno. 2016. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Provozně ekonomická fakulta.

VAN DER PLOEG, et. al. 2000. Rural Development: from Practices and Policies towards Theory. In: *Sociologia Ruralis*, Vol. 40 (4). European Society for Rural Sociology 2000. ISSN 0038-0199. s. 391-408.

VOJÍK, V. 2010. Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-534-2

WAGNEROVÁ, E., ŠEBESTOVÁ, J. 2007. Podnikání v malé a střední firmě. Vyd. 1. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2007, 215 s. ISBN 978-80-7248-441-6.

WEISSOVÁ, M. 2016. Vliv Národního parku Šumava na rozvoj okolních rurálních komunit. Praha. 2016. Bakalářská práce. Česká zemědělská univerzita v Praze. Fakulta agrobiologie, přírodních a potravinových zdrojů.

ZEMÁNKOVÁ, I. 2015. Role malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů. Brno. 2015. Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně. Provozně ekonomická fakulta.

9 Seznam použitých zkratek

CLLD – Komunitně vedený místní rozvoj (Community – Led Local Development)
ČOV – Čistička odpadních vod
ČR – Česká republika
ČSÚ – Český statistický úřad
ČÚZK – Český úřad zeměměřický a katastrální
EET – Elektronická evidence tržeb
EU – Evropská unie
HDP – Hrubý domácí produkt
CHKO – Chráněná krajinná oblast
ICT – Informační a komunikační technologie – (Information and Communication Technologies)
JHC – Jihočeský kraj
LEADER – Propojení aktivit rozvíjejících venkovskou ekonomiku – (Liaison entre les actions economic rural)
MAS – Místní akční skupina
MMR – Ministerstvo místního rozvoje
MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP – Malý a střední podnik
MZE – Ministerstvo zemědělství
MŽP – Ministerstvo životního prostředí
NP – Národní park
OP PIK – Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost
OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná
PLK – Plzeňský kraj
PRV – Program rozvoje venkova
SCLLD – Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (Strategy of Community-led Local Development)
SZP – Společná zemědělská politika

10 Samostatné přílohy

Příloha č.1. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – obec

1) Jak byste zhodnotili fungování malých a středních podnikatelů ve Vaší obci? Jsou kreativní, snaží se jít s dobou ve smyslu modernizace a inovace, podporují svojí činností rozvoj obce, lákají do obce další spotřebitele či podporují další rozvoj podnikání a příchod investorů?

2) Vidíte nějaká úskalí v podnikání malých a středních podnikatelů ve Vaší obci? Potýkají se s nějakými problémy? S jakými?

3) Stát vytváří nové strategie na podporu podnikání. Hodnotíte tyto možné podpory, jak z národních programů, tak z regionálních, jako efektivní nástroj udržitelného rozvoje obce?

4) Myslíte si, že je podnikání důležitým pilířem pro rozvoj venkova? Je důležitým pilířem i u Vás v obci?

5) Vytváříte v obci nějaké vlastní programy či podpory a aktivity na podporu rozvoje podnikání ve své obci? Jaké?

6) Máte povědomí o spolupráci podnikatelů s místní akční skupinou či zájmovými spolky? Jak hodnotíte kooperaci mezi podnikateli a MAS a spolky? Považujete jejich spolupráci za přínos?

7) Myslíte si, že je důležitá i podpora místní komunity v obci? Jak vycházejí obyvatelé Vaší obce s místními podnikateli? Spolupracují s podnikateli? Podporují je v podnikání, nakupují jejich produkty a služby, jsou jejich zaměstnanci apod.?

Řečnická otázka na závěr:

8) Existuje něco, co si myslíte, že by se mělo změnit v rámci podpory malých a středních podnikatelů v rurálních oblastech? Na čem by měl stát případně kraj Vaší obce zapracovat?

Příloha č.2. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – podnikatel

- 1) Jak zní celý název firmy, pod kterým Vás mohou spotřebitelé najít? Jakou formou podnikáte, s.r.o, živnostník apod.?
- 2) Jaká je Vaše náplň podnikání? Co potřebujete ke svému podnikání?
- 3) Kolik zaměstnanců má Váš podnik?
- 4) Co Vás vedlo k tomu, že podnikáte zde v oblasti NP Šumava? Jedná se o Vaše první podnikání nebo jde o rodinnou tradici? Jak vznikl Váš nápad podnikání?
- 5) Jaká jsou hlavní úskalí ve Vašem podnikání? S jakými problémy se potýkáte?
- 6) Jak hodnotíte současnou podporu pro malé a střední podnikatele?
- 7) Stát vytváří a implementuje strategie na podporu rozvoje venkova a podnikatelské činnosti malých a středních podnikatelů. Máte povědomí o těchto programech? Využil jste je při svém podnikání?
- 8) O jakou podporu se jednalo a co bylo účelem? / Co bylo příčinou či důvodem, že jste o žádnou podporu nežádal?
- 9) Jak byste zhodnotil proces vyřizování žádosti? Bylo to obtížné?
- 10) Co si myslíte o těchto strategiích a programech podpory? Dají se považovat za efektivní nástroj na podporu rozvoje venkova? Je podnikání důležitým pilířem v rozvoji venkova?
- 11) Máte možnost podpory i ze strany obce či kraje? Vytvářejí pro Vás podnikatele nějaké programy na podporu rozvoje či jiné další aktivity? Jaké? Využíváte je?
- 12) Funguje v obci místní akční skupina (MAS)? Spolupracujete s ní? Má Vaše spolupráce přínos?
- 13) Spolupracujete i s jinými spolky či ostatními okolními podnikateli? S Kterými a v čem spočívá Vaše spolupráce?
- 14) Jaký vztah máte s místními obyvateli? Využívají Vašich služeb a nakupují Vaše produkty? Kdo je Vaším hlavním spotřebitelem?
- 15) Jaké jsou podle Vás v dnešní době podnikatelské trendy? V čem se nejvíce podniká na venkově?

- 16) Je stále zemědělství tou hlavní hybnou silou venkovského prostoru? Nebo se hybnou silou stává něco jiného?
- 17) Jak jste spokojen s vyhledáváním a získáváním informací k podnikání? Máte přístup ke všem potřebným informacím? Které zdroje informací využíváte?
- 18) Máte zkušenost s webovými portály? Znáte např. portál Business Info, využil jste ho někdy?
- 19) Řečnická otázka úplně na závěr: existuje něco, s čím jste nespokojen, co Vám „chybí“ v podnikání? Co úplně nefunguje tak, jak si ostatní myslí. Něco, co by se mohlo a mělo upravit či změnit?

Příloha č.3. Dotazník pro obyvatele

1. Znáte místní podnikatele?

- a) ano
- b) částečně
- c) ne

2. Využíváte jejich služeb a nakupujete jejich produkty?

- a) ano celkem pravidelně
- b) často
- c) občas (max. 3x do měsíce)
- d) výjimečně
- e) ne

3. Jaký vztah máte s podnikateli v obci?

- a) jsem spotřebitel
- b) jsem zaměstnanec
- c) žádné vztahy nemám

4. Myslíte si, že je podnikání pro Vaši obec důležité?

- a) asi ano
- b) ano, podporuje to místní rozvoj
- c) ano, je to jediná možnost zaměstnání
- d) ne, láká to sem moc lidí – turistů
- e) nevím

Příloha č.4. Dotazník pro malé a střední podnikatele

Malé a střední podnikání v oblasti NP Šumava

Dobrý den,

děkuji, že jste si našli čas na vyplnění tohoto dotazníku. Data získaná v rámci dotazníku budou využita výhradně pro výzkum diplomové práce a nebudou nikterak zneužita. Cílem výzkumu je zmapování využívání národních podpor a zhodnocení současného stavu malých a středních podnikatelů v NP Šumava v rámci rozvoje venkova.

ČZU v Praze, katedra agroekologie a biometeorologie, vedoucí práce Mgr., Ing. Jana Poláková (jpolakova@af.czu.cz, +420 224 382 770).

1. Jakou formou podnikáte:

- a) živnostník
- b) s.r.o
- c) a.s
- d) spolek
- e) jiná prosím doplňte.....

2. Kolik zaměstnanců má Váš podnik?

- a) drobný podnik do 10 zaměstnanců
- b) malý podnik do 50 zaměstnanců
- c) střední podnik do 250 zaměstnanců
- d) velký podnik více jak 250 zaměstnanců

3. Co Vás vedlo k tomu, že podnikáte zde v NP Šumava?

- a) Vaše první podnikání
- b) pokračování v rodinném podniku a tradici
- c) rozšíření podniku o další pobočku zde v NP Šumava
- d) lukrativní místo
- e) jiné prosím doplňte.....

4. Jaké jsou Vaše hlavní úskalí v podnikání?

- a) nedostatečná poptávka po zboží
- b) velká konkurence
- c) byrokratická zátěž (daně, EET, atd.)
- d) sezónní využití
- e) jiná prosím doplňte.....

5. Co potřebujete ke svému podnikání?

- a) zkušený kvalifikovaný personál
- b) dobrou infrastrukturu
- c) dostatek zemědělské půdy
- d) lokální suroviny
- e) jiné, prosím doplňte.....

- 6. Kdo je hlavním/největším spotřebitelem Vašich služeb či produktů?**
- a) místní obyvatelé
 - b) další firmy
 - c) zahraniční partneři a obchodníci
 - d) turisté
 - e) jiný, prosím doplňte.....
- 7. Jak moc využívají Vaše služby a produkty místní obyvatelé?**
- a) pravidelně, jsou hlavními spotřebiteli
 - b) často
 - c) občas, 1 – 2x do měsíce
 - d) výjimečně
 - e) vůbec
- 8. Jak hodnotíte současnou podporu v podnikání pro malé a střední podnikatele?**
- a) naprosto vyhovující
 - b) dostačující
 - c) spíše nedostačující
 - d) naprosto nedostačující
- 9. Znáte a využíváte programy, které stát vytváří a zavádí v rámci podpory podnikání malých a středních podnikatelů?**
- a) ano vím o nich a využil jsem je
 - b) ano vím, ale nikdy jsem je nevyužil
 - c) vůbec o ničem nevím
- 10. Za jakým účelem jste využil podporu či dotaci?**
- a) nastartování podnikání (finanční podpora)
 - b) inovace technologií, modernizace zařízení (nákup nových strojů a zařízení)
 - c) vybudování podniku (postavení nového, rekonstrukce původního zařízení apod.)
 - d) vzdělání a kvalifikace personálu
 - e) nikdy jsem žádnou nevyužil
 - f) jiné prosím doplňte.....
- 11. Jak hodnotíte proces vyřizování žádosti a získání podpory?**
- a) Vyřízení žádosti bylo jednoduché, podporu jsem získal snadno
 - b) Vyřízení žádosti bylo časově a administrativně náročnější, ale podporu jsem získal snadno
 - c) Vyřízení žádosti bylo velmi obtížné, podporu jsem nakonec získal
 - d) Vyřízení žádosti bylo velmi těžké, podporu jsem nezískal
 - e) Nežádal jsem o podporu
- 12. Co bylo příčinou a důvodem, že jste nežádal o podporu?**
- a) administrativní a časová náročnost
 - b) nízká úspěšnost v získání podpory
 - c) nenašel jsem vhodnou podporu pro své podnikání
 - d) nemám zájem o dotace a podpory

- 13. Vytváří i váš kraj nebo obec nějaké programy či aktivity na podporu podnikání, využíváte je?**
- a) ano vytváří a využívám
 - b) vytváří, ale nevyžívám
 - c) nevytváří
- 14. Funguje ve Vaší obci místní akční skupina (MAS), spolupracujete s ní?**
- a) ano funguje a spolupracuji
 - b) ano funguje, ale nespolečně s ní
 - c) ne, nefunguje
 - d) nevím
- 15. Existují v obci podnikatelské spolky či spolupráce více podnikatelů dohromady, podílíte se na spolupráci?**
- a) ano, existují a spolupracuji s nimi
 - b) ano, existují, ale nespolečně s nimi
 - c) ne, neexistují
- 16. Existuje v obci sociální podnikání?**
- a) Ano
 - b) Ne
 - c) Nevím
- 17. Myslíte si, že je podnikání důležitým pilířem pro rozvoj obcí NP Šumava?**
- a) určitě ano
 - b) asi ano
 - c) spíše ne
 - d) určitě ne
 - e) nevím
- 18. Jaké jsou podle Vás v současné době největší trendy v podnikání? Následující možnosti prosím seřad'te od nejdůležitějšího po nejméně důležité.**
- a) zemědělství
 - b) ekologické farmy
 - c) pohostinství
 - d) rekreační zařízení (hotely, penziony)
 - e) sportovní zařízení (včetně lyžařských areálů, wellness apod.)
 - f) výroba lokálních originálních produktů
 - g) maloobchod, velkoobchod
- 19. Je dle Vašeho názoru zemědělství stále ještě hybnou silou venkovského prostoru?**
- a) Určitě ano
 - b) ano
 - c) spíše už ne
 - d) ne
 - e) nevím

20. Jak hodnotíte podnikatelské prostředí u Vás v obci z pohledu technické dopravní infrastruktury?

- a) na vysoké úrovni
- b) dostačující
- c) průměrná
- d) nevyhovující, potřebuje zlepšit

21. Jak hodnotíte podnikatelskou infrastrukturu z pohledu dostupnosti pošty, banky a dalších služeb?

- a) skvěle, vše je dostupné v obci
- b) dobře, potřebné služby jsou v dosahu 5 km
- c) průměrně, za některými službami musím cestovat více jak 10 km
- d) podprůměrně, v obci není podnikatelská infrastruktura, musím dojíždět

22. Existuje podle Vás dostatek zdrojů pro informovanost podnikatelů?

- a) ano, počet zdrojů je dostačující
- b) ano, ale mohlo bych jich být více
- c) ne, je jich málo
- d) žádné neexistují

23. Jste spokojen s tím, jaká je dostupnost a přehlednost informací ohledně podpor podnikání?

- a) ano spokojen, všechny informace jsou snadno dostupné a přehledné
- b) částečně spokojen, informace jsou dostupné, ale nepřehledné
- c) spíše nespokojen, informace se těžko hledají
- d) nespokojen, informace nejsou vůbec dostupné

24. Znáte portál Business Info a využíváte ho?

- a) ano znám a využívám
- b) znám, ale nikdy jsem nevyužil
- c) ne, neznám

Seznam příloh

Příloha č.1. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – obec

Příloha č.2. Strukturovaný rozhovor s klíčovými osobami – podnikatel

Příloha č.3. Dotazník pro obyvatele

Příloha č.4. Dotazník pro malé a střední podnikatele

Obr. 1 Grafické znázornění vývoje orných půd, zemědělských půd a lesních pozemků v hektarech k 31. 12: 2016

Obr. 2: Jakou formou podnikatelé v NP Šumava podnikají

Obr. 3: Počet zaměstnanců

Obr. 4: Proč MSP podnikají v NP Šumava

Obr. 5: Úskalí a problémy v podnikání

Obr. 6: Potřeby podnikatelů

Obr. 7: Hlavní spotřebitel

Obr. 8: Podpora místních obyvatel

Obr. 9: Současná podpora MSP

Obr. 10: Národní podpory MSP

Obr. 11: Účel podpory v podnikání

Obr. 12: Hodnocení procesu vyřizování a získání žádosti

Obr. 13: Příčiny a důvody, proč MSP nežadají o dotace

Obr. 14: Regionální podpora MSP

Obr. 15: Fungování MAS

Obr. 16: Podnikatelské spolky a podnikatelská spolupráce

Obr. 17: Sociální podnikání

Obr. 18: Podnikání jako důležitý pilíř rozvoje venkova

Obr. 19: Podnikatelské trendy

Obr. 20: Hodnocení zemědělství jako hybné síly venkovského prostředí

Obr. 21: Hodnocení technické dopravní infrastruktury v obci

Obr. 22: Hodnocení podnikatelského prostředí z hlediska dostupnosti služeb v obci

Obr. 23: Jak hodnotí podnikatelé počet zdrojů informací pro podnikatele

Obr. 24: Jakou hodnotí podnikatelé dostupnost a přehlednost informací o podporách

Obr. 25: Zda podnikatelé znají portál Business.Info

Obr. 26: Zda znají místní obyvatelé MSP ve své obci

Obr. 27: Jak místní využívají služby místních MSP

Obr. 28: Jaký mají vztah místní obyvatelé s MSP v obci

Obr. 29: Jak hodnotí místní obyvatelé podnikání ve své obci