

# **Role malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů**

**Diplomová práce**

**Vedoucí práce:**

**doc. Ing. Lea Kubíčková, Ph.D.**

**Bc. Ivona Zemánková**

**Brno 2015**







Ráda bych tímto poděkovala doc. Ing. Lei Kubíčkové, Ph.D., vedoucí diplomové práce, za odborné vedení, cenné rady, trpělivost a čas věnovaný zpracování mé diplomové práce. Také děkuji respondentům, kteří si našli čas a vyplnili dotazník a všem účastníkům rozhovoru za jejich ochotu a čas, který mi věnovali.



### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci na téma Role malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmetná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 20. května 2015

---





## **Abstract**

Zemánková, I. Role of small and medium-sized enterprises in the development of rural region. Diploma thesis. Brno: MENDELU, 2015.

The diploma thesis focuses on role of small and medium-sized enterprises in the development of rural region municipality with extended power Hodonín. The theoretical part focuses on the issues of small and medium enterprises, rural regions, rural development, small and medium business in rural areas and on theories of regional development.

The main objective is to define the role of small and medium-sized enterprises in the development of municipality with extended power Hodonín. Role will be defined based on the collection of primary and secondary data and its subsequent analysis. In the thesis there are also suggestions and recommendations to promote small and medium-sized enterprises and thereby also to the development of rural areas.

## **Keywords**

Small and Medium-sized Enterprises, Rural Region, Regional Development, Municipality with Extended Power Hodonín.

## **Abstrakt**

Zemánková, I. Role malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů. Diplomová práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

Diplomová práce se zabývá rolí malých a středních podniků v rozvoji konkrétního venkovského regionu – obec s rozšířenou působností Hodonín. Teoretická část práce je zaměřena na problematiku malých a středních podniků, venkova, rozvoje venkova, malého a středního podnikání ve venkovských oblastech a na teorie regionálního rozvoje.

Hlavním cílem práce je definovat roli malých a středních podniků v rozvoji obce s rozšířenou působností Hodonín. Role bude definována na základě sběru primárních a sekundárních dat a jejich následné analýze. V práci jsou uvedeny také návrhy a doporučení vedoucí k podpoře malých a středních podniků, a tím též k rozvoji venkovské oblasti.

## **Klíčová slova**

Malé a střední podniky, venkovský region, regionální rozvoj, obec s rozšířenou působností Hodonín.



# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod a cíl práce</b>	<b>15</b>
1.1	Úvod.....	15
1.2	Cíl práce.....	16
<b>2</b>	<b>Literární přehled</b>	<b>17</b>
2.1	Malé a střední podniky.....	17
2.1.1	Definice malých a středních podniků.....	17
2.1.2	Výhody a nevýhody malých a středních podniků.....	18
2.1.3	Význam malých a středních podniků .....	20
2.1.4	Podpora malých a středních podniků .....	21
2.2	Venkov.....	23
2.3	Rozvoj venkova .....	26
2.3.1	Význam podnikatelů pro region a obec.....	27
2.4	Malé a střední podnikání ve venkovských oblastech.....	29
2.4.1	Výhody podnikání na venkově.....	29
2.4.2	Bariéry podnikání na venkově.....	30
2.4.3	Možnosti podnikatelské spolupráce .....	31
2.5	Teorie regionálního rozvoje.....	34
2.5.1	Neoliberální teorie.....	35
2.5.2	Institucionální teorie .....	36
<b>3</b>	<b>Metodika</b>	<b>39</b>
<b>4</b>	<b>Význam malých a středních podniků z pohledu makroekonomických ukazatelů</b>	<b>43</b>
4.1	Vývoj makroekonomických ukazatelů na území ČR.....	43
4.1.1	Vývoj počtu MSP .....	43
4.1.2	Podniky podle počtu zaměstnanců .....	44
4.1.3	Podniky dle převažující činnosti .....	45
4.1.4	Vývoj zaměstnanosti a její struktura .....	47
4.1.5	Vývoj mzdových nákladů a průměrné mzdy .....	48

---

4.1.6	Podíl na HDP a tvorba přidané hodnoty .....	50
4.1.7	Ostatní ukazatele .....	51
4.2	Vývoj makroekonomických ukazatelů na území Jihomoravského kraje ....	51
4.2.1	Vývoj počtu MSP .....	51
4.2.2	Podniky dle převažující činnosti.....	52
4.2.3	Vývoj zaměstnanosti a její struktura .....	54
4.2.4	Vývoj průměrných mezd .....	55
4.2.5	Podíl na HDP a tvorba přidané hodnoty .....	56
4.3	Vývoj makroekonomických ukazatelů na území ORP Hodonín .....	56
4.3.1	ORP Hodonín.....	57
4.3.2	Vývoj počtu MSP .....	58
4.3.3	Podniky dle převažující činnosti.....	59
4.3.4	Průměrná mzda.....	60
4.3.5	Ostatní ukazatele .....	60
4.3.6	Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín .....	61
<b>5</b>	<b>Sběr a vyhodnocení primárních dat</b>	<b>63</b>
5.1	Sběr a vyhodnocení dotazníkového šetření .....	63
5.1.1	Analýza primárních dat získaných z dotazníků.....	64
5.1.2	Testování hypotéz .....	76
5.2	Resumé standardizovaných rozhovorů .....	79
5.2.1	Role MSP v rozvoji ORP Hodonín a jejich podpora .....	79
5.2.2	MSP a zaměstnanost.....	82
5.2.3	MSP a obyvatelé obce.....	83
5.2.4	MSP, sponzoring, podpora obce, školství a infrastruktury .....	84
5.2.5	MSP na venkově a konkurence.....	85
5.2.6	MSP a problematika odlivu obyvatel z obcí .....	85
5.2.7	MSP a zástupce obcí.....	86
5.2.8	MSP a hospodářská komora .....	87
<b>6</b>	<b>Definice role MSP v rozvoji ORP Hodonín</b>	<b>89</b>
6.1	Přínosy MSP v ORP Hodonín.....	89
6.1.1	Společenské přínosy.....	89

---

6.1.2	Ekonomické přínosy .....	91
6.1.3	Role MSP v ORP Hodonín „v číslech“ .....	93
6.1.4	Role MSP v ORP Hodonín z pohledu teorií regionálního rozvoje.....	93
<b>7</b>	<b>Návrhy a doporučení</b>	<b>95</b>
<b>8</b>	<b>Diskuze</b>	<b>103</b>
<b>9</b>	<b>Závěr</b>	<b>105</b>
<b>10</b>	<b>Literatura</b>	<b>109</b>
<b>11</b>	<b>Seznam použitých zkratk</b>	<b>113</b>
<b>12</b>	<b>Seznam obrázků</b>	<b>114</b>
<b>13</b>	<b>Seznam tabulek</b>	<b>115</b>
<b>A</b>	<b>Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín</b>	<b>120</b>
<b>B</b>	<b>Dotazník</b>	<b>125</b>
<b>C</b>	<b>Standardizovaný rozhovor – osnova rozhovoru</b>	<b>131</b>
<b>D</b>	<b>ORP Hodonín – venkovský region</b>	<b>134</b>
<b>E</b>	<b>Vyhodnocení dotazníků</b>	<b>135</b>
<b>F</b>	<b>Rozpočtové určení daní a obecní rozpočet</b>	<b>158</b>



# 1 Úvod a cíl práce

## 1.1 Úvod

Malé a střední podniky představují nezastupitelnou součást české ekonomiky. Významnou roli začaly hrát zejména po roce 1989, kdy po pádu komunistické vlády došlo k intenzivní demokratizaci společnosti a svoboda podnikání se stala jedním ze základních znaků demokratických zemí. Devadesátá léta pak byla ve znamení rychle rostoucího počtu podnikatelských subjektů.

Malým a středním podnikům jsou přisuzovány významné společenské a ekonomické přínosy. Jejich existence pozitivně působí na stabilizaci společnosti, inovace a zaměstnanost. Jen zřídka jsou vlastněny zahraničními subjekty, takže výhody z nich plynoucí zůstávají v regionu působení. Důležitou roli hrají i při utváření vzhledu měst a obcí. Z ekonomického pohledu je nejvíce ceněným rysem malých a středních podniků jejich flexibilita. Pozitivní je také jejich působení proti monopolním silám globálních podniků. S velkými podniky spolupracují zejména v oblasti subdodávek.

Podporou nejen malých a středních podniků se zabývá Hospodářská komora České republiky, která byla ze zákona zřízena v roce 1993 a navazuje na činnost předválečných obchodních, průmyslových a živnostenských komor. Hospodářská komora prosazuje a ochraňuje zájmy podnikatelů, zajišťuje jejich potřeby a podporuje jejich rozvoj. Jejími členy jsou jak zástupci největších českých podniků, tak také malé společnosti a drobní živnostníci.

Malé a střední podniky našly své místo také v novějších teoriích regionálního rozvoje, což se projevilo v současných politikách regionálního rozvoje, ve kterých začaly vznikat nové nástroje podpory regionálního rozvoje cílící, mimo jiné, na podporu malých a středních podniků.

Malé a střední podniky jsou velmi úzce spjaty s regionem, ve kterém působí. Ten také významně ovlivňují. Tento vliv je ještě více zřejmý ve venkovských oblastech, kde podniky představují jednoho z aktérů, kteří se podílí na jeho rozvoji. Ovlivňují příjmovou i výdajovou stránku obecních rozpočtů, významně se podílí na zaměstnanosti v regionu svého působení a ovlivňují výši mezd nejen svých zaměstnanců, ale také ostatních pracujících i potenciálních zaměstnanců v regionu. Ekonomická situace podniku působí na region jak pozitivně, tak negativně. Pokud se podniku daří, projeví se to na celkovém zlepšení úrovně oblasti. Je-li naopak jeho ekonomická situace horší, podepíše se tato skutečnost na regionu negativně. Proto je důležité zaměřit se na podporu malých a středních podniků právě na venkově, jelikož jsou s ním, jak již bylo uvedeno výše, velmi úzce spjaty. A právě rolí malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů se bude práce zabývat.

## 1.2 Cíl práce

Cílem práce je definovat roli malých a středních podniků v rozvoji venkovského regionu obec s rozšířenou působností Hodonín, a to jak s ohledem na teorie regionálního rozvoje, tak z hlediska makroekonomických veličin. Hlavní cíl bude naplněn pomocí několika dílčích cílů.

Prvním dílčím cílem je popsání struktury malých a středních podniků v České republice, Jihomoravském kraji a v ORP Hodonín. Struktura MSP bude popsána podle jejich počtu v jednotlivých oblastech, dle počtu zaměstnanců či dle počtu odvětví, ve kterém působí.

Druhým dílčím cílem je prostřednictvím primárního výzkumu zjistit, jestli mají MSP v regionu svého působení vliv. Důraz bude kladen jak na přínosy ekonomického, tak společenského charakteru.

Na základě definování role MSP v rozvoji konkrétního regionu budou formulovány návrhy a doporučení vedoucí k podpoře MSP, a tím též k rozvoji venkovské oblasti.



## 2 Literární přehled

Literární přehled představuje souhrn poznatků a pojmů z literatury, zákonů a elektronických zdrojů, který je nezbytný pro zpracování praktické části práce. Pro lepší přehlednost je kapitola složena z několika podkapitol, které se postupně zabývají malými a středními podniky, venkovem, rozvojem venkova, malým a středním podnikáním ve venkovských oblastech a teoriemi regionálního rozvoje.

### 2.1 Malé a střední podniky

Malé a střední podniky představují nezastupitelnou součást české ekonomiky. V České republice existuje více než 1 milion ekonomických subjektů se statutem malých a středních podniků, které v průměru zaměstnávají téměř 2/3 zaměstnanců (MPO, 2014).

Je nezbytné definovat si, jaké podniky se do kategorie malých a středních podniků zařazují, poté je možno se jimi zabývat hlouběji.

#### 2.1.1 Definice malých a středních podniků

Definice malých a středních podniků je v české legislativě upravena zákonem č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání. Tento zákon přejímá definici malých a středních podniků používanou v Evropské unii (SME UNION CR, 2014).

Definice malých a středních podniků Evropské unie se v průběhu let mění. Od roku 1996 se přizpůsobuje nejen hospodářské situaci (růst inflace, produktivity), ale také zkušenostem nabytým v praxi. Nová definice vycházející z doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 o definici mikropodniků, malých a středních podniků proto definuje jak malé a střední podniky (MSP), tak i *mikropodnik*. Samostatným pojmem podnik se podle nové definice rozumí „každý subjekt vykonávající hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu“. Cílem této úpravy je zajistit, aby podniky, jejichž hospodářská schopnost je větší než u MSP, nevyužívaly podpory výhradně určené právě pro MSP (EU Europa, 2007).

Následující tabulka zobrazuje nové prahy EU pro dělení podniků.

Tab. 1 Nové prahy členění podniků

Kategorie podniku	Počet zaměstnanců	Roční obrat	Roční bilanční suma
Mikropodnik	< 10	≤ 2 miliony EUR	≤ 2 miliony EUR
Malý	< 50	≤ 10 milionů EUR	≤ 10 milionů EUR
Střední	< 250	≤ 50 milionů EUR	≤ 43 milionů EUR

Zdroj: Evropská komise, 2006

Počet zaměstnanců je uváděn v tzv. ročních pracovních jednotkách. Ten, kdo byl v podniku zaměstnán na plný pracovní úvazek po celý rok, je považován za pra-

covní jednotku. Zaměstnanci, kteří pracovali na částečný úvazek, se započítávají jako zlomky jedné jednotky.

V práci je řešena oblast malých a středních podniků, proto je nutné si je blíže vymezit.

**Malé podniky** jsou definovány jako podniky zaměstnávající méně než 50 ročních pracovních jednotek a jejich roční bilanční suma nebo roční obrat nepřesáhnou hodnotu 10 milionů EUR.

Podskupinou malých podniků je kategorie **mikropodniků**, které mají méně než 10 zaměstnanců a jejich bilanční suma nebo roční obrat nepřesahuje 2 miliony EUR.

**Střední podniky** zahrnují podniky s méně než 250 zaměstnanci, ročním obratem nepřesahujícím 50 milionů EUR nebo s roční bilanční sumou v maximální výši 43 milionů EUR (Evropská komise, 2006).

Aby mohl být podnik označen jako malý nebo střední podnik (případně mikropodnik), musí dle nové definice splňovat kritérium *nezávislosti*. Podnik je nezávislý, pokud:

- v jiném podniku nevlastní podíl větší než 25 %;
- není vlastněn z více než 25 % jiným podnikem ani veřejným orgánem ani společně podniky vzájemně mezi sebou propojenými (existují výjimky např. univerzity a nezisková výzkumná střediska, veřejné investiční společnosti, společnosti rizikového kapitálu);
- nesestavuje konsolidovanou účetní závěrku a není zahrnut v účetnictví podniku, který sestavuje konsolidovanou účetní závěrku, to znamená, že není propojeným podnikem (EU Europa, 2007).

Podnik přestává být řazen do kategorie MSP v případě, kdy dojde k překročení limitů stanovujících MSP ve dvou po sobě jdoucích letech. Stejně tak v opačném případě může podnik status MSP získat (SME UNION CR, 2014).

### 2.1.2 Výhody a nevýhody malých a středních podniků

Malé a střední podniky disponují oproti velkým podnikům řadou výhod plynoucích z jejich postavení. Naopak v některých situacích se jejich postavení stává nevýhodou. Mezi hlavní výhody MSP patří podle Malacha (2005):

- Pružné reagování na změny – MSP vzhledem k omezeným kapitálovým zdrojům citlivěji vnímají výkyvy na trhu. Protože však nejsou zatíženy rozsáhlým investičním majetkem, mohou se těmto výkyvům snadněji přizpůsobit.
- Inovační kreativita – představuje nezbytnou podmínku přežití MSP na trhu. Díky menší velikosti podniku jsou manažeři blíže inovovaným oblastem, což umožňuje jejich intenzivnější zapojení do realizace inovace. Jedná se však především o inovace nižších řádů.

- Tvorba nových pracovních příležitostí – zdůvodňováno především nižšími náklady na zaměstnávání či zakládáním nových podniků pracovníky propuštěnými z velkých podniků.
- Větší odolnost proti hospodářské recesi – zejména díky větší flexibilitě podniků. Během recese velké podniky upouští od ztrátových aktivit či aktivit s nižším ziskem. Právě tyto aktivity se mohou stát pro MSP příležitostí pro využití výrobních kapacit.
- Jednoduchá a přehledná struktura – usnadňuje jak vedení podniku, tak jeho kontrolu. Vede také k vyšší rychlosti přijímání podnikatelských rozhodnutí.

Lednický a Vaněk (2006) vidí výhodu MSP zejména v následujících oblastech:

- Specializace na určitý segment trhu či specifický výrobek.
- Převážně řídicí činnost vlastníka – úspěch v podnikání je obvykle základem životní úrovně jeho rodiny. Dochází k častému zaměstnávání členů rodiny, což vede k vychovávání dalších podnikatelů a manažerů.
- Přímý a osobní kontakt zaměstnanců s vedením podniku – vytváření větší důvěry mezi zaměstnanci a vedením.
- Rychlejší reakce podniku na rizika – díky větší přehlednosti o stavu vnějšího prostředí podniku a užšímu kontaktu mezi zaměstnanci, zákazníky a podnikatelem.

Levy a Powel (2005) považují, stejně jako Malach i Lednický, za nejsilnější stránku MSP jejich flexibilitu. Schopnost pružně reagovat na změny okolí je podle nich jejich klíčovou vlastností. Další důležitou vlastností je inovativnost, kterou chápou jako schopnost podniku reagovat v rámci svých znalostí a nabídky produktů a služeb na změnu požadavků zákazníků, kteří objevili mezeru na trhu.

Ghobadian a Gallear (1996) spatřují výhodu MSP v tom, že mají zaměstnanci blíže k jejich produktům a především k zákazníkům, což vede k většímu pocitu zodpovědnosti. V menších podnicích je dle jejich názoru také příznivější atmosféra podporující osobní růst zaměstnanců, kteří lépe vnímají, jak jejich práce přispívá k naplňování cílů společnosti a vybízí je také k navrhování zlepšení v podniku. Zaměstnanci tak mají dobrý pocit z prosperity podniku a snaží se ještě více zlepšovat jeho situaci. Díky absenci odborů nebo jejich slabší vyjednávací pozici je v MSP snadnější zavádět změny.

Hlavními nevýhodami MSP jsou podle Lednického a Vaňka (2006) především:

- Omezené možnosti financování – dalším problémem v oblasti financování, kromě omezené dostupnosti zdrojů, je nedostatečná tvorba odpisů potřebná k obnově zařízení.
- Nevyužívání maximálních výrobních kapacit – jelikož se nejedná o hromadnou výrobu. Problém nastává také v oblasti vývoje nových výrobků, protože se zde obvykle nevyskytuje trvalý institucionalizovaný vývojový útvar.

- Oblast odbytu – MSP působí zejména na lokálním trhu a mohou dodávat zboží pouze omezenému počtu odběratelů, což snižuje jejich konkurenceschopnost. MSP mají menší vliv na poptávku a jejich možnosti ve veřejných soutěžích jsou výrazně slabší než u velkých podniků.
- Omezená možnost zaměstnávání odborníků ve vedoucích pozicích;
- Osobní odpovědnost podnikatele za podnik – majitel podniku se musí naučit žít pod neustálým tlakem a trávit značné množství času v práci, což může mít negativní vliv na jeho společenský i osobní život.

Malach (2005) uvádí především následující nevýhody MSP:

- Vyšší intenzita práce a méně příznivé pracovní podmínky oproti velkým podnikům – důvodem je obvykle nedostatečná kapitálová vybavenost podniků a snaha obstát v nekompromisním konkurenčním prostředí. Majitel podniku je obvykle i jeho vrcholovým manažerem. Pracuje s vysokým nasazením a očekává intenzivní práci také od svých zaměstnanců.
- Omezené možnosti získávání výhod z rozsahu produkce – MSP objednávají zásoby v menším množství a nemohou tak čerpat výhody z množstevních slev ani z lepších dodacích podmínek, jako je tomu u velkých podniků.
- Omezené prostředky na marketing či podcenění jeho významu – obojí může negativně ovlivnit růst podniku.

### 2.1.3 Význam malých a středních podniků

Majitelé MSP jsou označováni jako tzv. *střední stav*, který je považován za pilíř stability tržního hospodářství. Neopomenutelné jsou jejich pozitivní přínosy v ekonomické i společenské oblasti.

#### Společenské přínosy MSP

Malé a střední podniky **garantují nejběžnější svobodu** – dávají šanci k svobodnému uplatnění občanů – podnikatelů. Dávají šanci k realizaci občanů v produktivním procesu. Učí své zaměstnance i majitele zodpovědnosti, protože jakýkoli omyl může nenávratně ohrozit fungování podniku. Důsledky neúspěchu nese podnikatel osobně, nemá tedy kam uniknout.

Existence MSP **stabilizuje společnost**, neboť jakákoli výrazná politická nejistota pro ně představuje zdroj rizik.

Pro MSP není typické jejich vlastnění zahraničními subjekty. Podniky reprezentují místní kapitál a efekty podnikání zůstávají v regionu jejich působení. Proto cesta k rychlému ekonomickému oživení regionu často vede přes podporu rozvoje MSP.

Z výše uvedeného vyplývá, že MSP jsou obvykle **těsně svázány s regionem**, ve kterém působí. Podnikatel také zpravidla v daném regionu sám bydlí a je vystaven neustálé kontrole veřejnosti. Podniky zaměstnávají místní obyvatele a mohou sponzorovat aktivity v místě působení.

Nelze opomenout význam podniků (především kaváren a provozoven služeb) v dotváření **urbanizace** měst i obcí. Podle výstavby a upravenosti venkova lze usuzovat úroveň rozvoje MSP.

### **Ekonomické přínosy MSP**

Nejvíce ceněným rysem MSP je jejich **flexibilita**. Dokáží se rychle přizpůsobit měnícím se podmínkám prostředí (např. změna poptávky, ekonomické situace).

Dnešní doba je charakteristická globalizací. Hlavní roli hrají multinárodní korporace a řetězce. **Proti posilování jejich monopolních sil** působí právě MSP. Umí se totiž adaptovat na proměnlivé potřeby stávajících i potenciálních zákazníků a mnohdy se realizují v okrajových oblastech trhu, které nejsou pro velké podniky dostatečně atraktivní.

Spolupráce MSP s velkými podniky se projevuje zejména v oblasti dodávek. Řada MSP působí jako **subdodavatelé velkých podniků**. Typická je spolupráce např. v automobilovém průmyslu či stavebnictví.

Malé a střední podniky mají velmi blízko k tzv. **konceptu LEAN**. Výraz LEAN označuje snahu o úspory cestou „zeštíhlení“. Malé a střední podniky by měly být méně náročné na suroviny, energie i administrativu, která bývá méně rozsáhlá a často zajišťována externě (outsourcing). „Zeštíhlení“ má pro podniky řadu praktických důsledků:

- umožňuje nastavit konkurenční ceny i při výrobě malého rozsahu, kdy se neprojevují úspory z rozsahu;
- citlivější reakce na změny potřeb na trhu a na změny ekonomických podmínek;
- obvyklá je nižší kapitálová náročnost na pracovníka.

Malé a střední podniky představují **nedílnou součást ekonomiky**. Zaměstnávají téměř 2/3 zaměstnanců a často absorbují pracovníky propuštěné z velkých firem (Veber, Srpová, 2012).

#### **2.1.4 Podpora malých a středních podniků**

Jak bylo uvedeno v kapitole 2.1.3 *Význam malých a středních podniků*, „cesta k rychlému ekonomickému oživení regionu často vede přes podporu rozvoje MSP“. Možností, jak podporovat MSP nejen na regionální úrovni, existuje mnoho. Následující kapitola uvádí stručný popis několika organizací zaměřených na podporu MSP v České republice. Řadí se sem jak vládní, tak nevládní organizace. V závěru kapitoly je uveden neúplný výčet dalších možností podpory MSP.

##### **Vládní organizace**

**CzechInvest** je organizace podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Prostřednictvím podpory MSP, podnikatelské infrastruktury, inovací a získávání zahraničních investic z oblasti výroby, strategických služeb a technologických center zvyšuje konkurenceschopnost české ekonomiky. Organizace usnadňuje komu-

nikaci mezi státem, MSP a EU a pomáhá čerpat podporu jak z prostředků EU, tak ze státního rozpočtu (CzechInvest, 2014).

Další organizací Ministerstva průmyslu a obchodu je agentura **CzechTrade**, která je zaměřena na podporu exportu. Pomáhá podnikům vyhledávat nejvhodnější lokality a usnadňuje jim vstup na nový trh (CzechTrade, 2014).

Mezi další vládní organizace zaměřující se na podporu podnikání patří např. regionální poradenská a informační centra, podnikatelská a inovační centra, Národní vzdělávací fond a Centrum pro regionální rozvoj ČR (Veber, Srpová, 2012).

Podnikatelé mohou čerpat informace také z webových portálů určených podnikatelské veřejnosti. Takovým portálem je např. BusinessInfo.cz. Portál založený v roce 2001 je spravován agenturou CzechTrade a jsou v něm k dispozici ucelené a propracované informace a služby pro podnikatele a exportéry (BusinessInfo.cz, 2014).

### **Nevládní organizace**

Nevládní organizace zahrnují subjekty, které poskytují řadu užitečných služeb a informací různým podnikatelským subjektům, včetně MSP.

Pravděpodobně nejznámějšími organizacemi jsou Hospodářská a Agrární komora. Obě organizace fungují na základě zákona č. 301/1992 Sb. o Hospodářské komoře ČR a Agrární komoře ČR. Pomáhají podnikatelům prosazovat jejich zájmy před státními orgány. Svým členům poskytují poradenské služby, informační a vzdělávací servis a pomáhají se zprostředkováním obchodních kontaktů (Veber, Srpová, 2012).

**Hospodářská komora České republiky (HK)** se dělí na regionální a oborovou část. Mezi její aktivity patří např. informování o hospodářských podmínkách a ekonomickém vývoji a právních předpisech týkajících se podnikatelských aktivit, zajišťování hospodářského styku se zahraničím, poskytování poradenských a konzultačních služeb, organizování seminářů, školení a jiných odborných akcí či podílení se na řešení problémů zaměstnanosti a na odborné přípravě k výkonu povolání. Širší služby pak HK nabízí svým členům. V současné době sdružuje téměř 14 000 fyzických i právnických osob organizovaných v 60 regionálních a 81 oborových asociacích (Hospodářská komora ČR, 2014).

**Agrární komora (AR)** sdružuje většinu podnikatelů v zemědělství, lesnictví a potravinářství, prosazuje jejich zájmy a na celém území republiky poskytuje poradenství a informační služby v oblastech legislativy, konzultační, poradenské a praktické přípravy na povolání, zahraničních vztahů, celní a certifikační, informatiky. Agrární komora, se svými 103 000 členy, hraje také důležitou roli v rozvoji venkova (Agrární komora ČR, 2014).

Zájmy svých členů z řad MSP a živnostníků hájí od roku 1989 i **Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky**. Sdružení zaměřuje své úsilí mimo jiné na tvorbu legislativních norem, které vytváří spravedlivé podnikatelské prostředí, odstraňování administrativních bariér a vytváření účinného a spravedlivého sociálního systému (Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR, 2013).

Mezi další nevládní organizace patří např. Asociace pro poradenství (APP), Svaz obchodu ČR a cestovního ruchu, Unie malých a středních podniků (SME Uni-

on), Asociace inovačního podnikání České republiky (AIP ČR) či Společnost vědecko-technických parků ČR (Veber, Srpová, 2012).

Klíčovou roli v podpoře podnikání hraje Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, které nabízí především plošné rezortní programy podpory a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR zaměřující se zejména na programy regionálního rozvoje. Podnikatelé mají možnost využít dotačních a grantových programů financovaných ze státního rozpočtu, z evropských fondů a také finanční prostředky poskytované na regionální úrovni (Binek, 2011).

Podnikatelé mohou v programovacím období 2014–2020 po splnění potřebných podmínek využít podpory například z vládního operačního programu MSP 2014+ nebo z komunitárního programu pro konkurenceschopnost podniků COSME 2014–2020 financovaného z rozpočtu EU.

### Ostatní možnosti podpory podnikání

- **Finanční programy podpory podnikání** – podle Staňkové (2007) je lze rozdělit do tří oblastí:
  - bankovní záruky (cenově zvýhodněné záruky za bankovní úvěry, záruky za návrh do veřejné obchodní soutěže),
  - zvýhodněné úvěry (bezúročné, se sníženou úrokovou sazbou),
  - finanční podpory (dotace, příspěvky na rozvoj lidských zdrojů, zlevněné poradenské služby).
- **Podnikatelské inkubátory** – podporují vznik nových podniků, vychovávají je v období růstu a umožňují jim přístup k podnikatelské podpoře a pomoci. Jejich charakteristickým rysem je sdílení služeb, jako jsou například sekretářské služby, přístup k informacím a databázím či přístup k drahým, jinak těžce dostupným přístrojům a zařízením (Malach, 2005).
- **Vědecko-technologické parky** – jejich cílem je zvyšovat konkurenceschopnost sdružených subjektů prostřednictvím podpory jejich inovačních aktivit (Binek, 2011).
- **Podnikatelské sítě** – rozumí se jimi propojení a spolupráce MSP za účelem zvýšení konkurenceschopnosti (Malach, 2005).

## 2.2 Venkov

Před samotnou definicí venkovského regionu, na který je tato práce zaměřena, je nezbytné vymezit si samotný pojem *venkov*. Tento úkol není zdaleka tak jednoduchý, jak se na první pohled může zdát. Vymezením venkova a jeho definicí se zabývalo a zabývá nespočet autorů a institucí, a to jak z důvodů teoreticko-vědeckých, tak ryze praktických (např. kvůli zacílení rozvojových programů). Venkovu se věnují nejrůznější vědní obory a každý z nich se na jeho vymezení dívá odlišným způsobem, liší se také vnímání pojmu venkov v jednotlivých státech a regionech (ČSÚ, 2008).

Obecně je **venkov** vymezován jako řídko osídlený prostor, ve kterém hraje důležitou roli zemědělství. Z demografického hlediska lze venkov charakterizovat nízkým počtem a hustotou obyvatel, z hlediska urbanistického specifickým typem zástavby a z pohledu sociologického například odlišným způsobem života (Majerová, 2009).

Velký sociologický slovník (1996) definuje venkov jako „*obydlený prostor mimo městské lokality tradičně charakterizovaný orientací na zemědělství a menší hustotou obyvatel, ale i jiným způsobem života, většinou propojeným s přírodou, a také s jinou sociální strukturou ve srovnání s městem...*“.

Kučera a Kuldová (2006) popisují následující úhly pohledu na venkov:

- Venkov jako neměstský prostor – k odlišení jsou používány převážně normativní kvantitativní ukazatele, např. maximální hustota zalidnění (obvykle 100 až 150 obyv./km<sup>2</sup>), maximální velikost obce (obecně přijímaná hranice 2 000 obyvatel) či jejich částí.
- Venkov jako krajina – je chápán jako alternativa k uzavřenému městskému prostředí. Pro svou domnělou prostupnost a otevřenost je ztotožňován s pojmem krajina.
- Venkov jako prostor zemědělské výroby – obyvatelé měst často zkresleně vnímají venkov jako oblast závislou na zemědělství. Zohledňují tak ale jen jeden z mnoha jeho aspektů. Zemědělství má sice krajino tvornou funkci, není však jediným činitelem.
- Venkov jako životní styl – uvádí se, že obyvatelé venkova mají odlišný životní styl než obyvatelé měst a jsou závislí na úzce omezených osobních vztazích ovlivňujících sociální interakci silněji než profesní role. V současné době se rozdíl mezi obyvateli měst a venkova stírají a dochází k vytrácení identity a vědomí života na venkově.
- Venkov jako prostor rekreace a odpočinku – v průběhu 20. století začíná venkov, především díky rozvoji turistiky, chataření a chalupaření, plnit rekreační funkci. Vliv na rozvoj venkova je však nejednoznačný – má na něj jak pozitivní, tak negativní vliv.

Podle územního hlediska lze venkov dále dělit na venkovský prostor, venkovský region a venkovské sídlo – vesnici.

**Venkovským prostorem** se obvykle označují vesnice (venkovské osídlení) a jejich okolní krajina. V jiných definicích je uvedeno, že venkovským prostorem se rozumí souhrn katastrů venkovských obcí či souhrn zemědělské půdy, lesů, vodních ploch, intravilánů, venkovských sídel, polních cest a místních komunikací. V některých případech je jako venkov označeno veškeré území vyjma měst (Maříková, 2006).

Sídlištní jednotku ve venkovském prostoru představuje **venkovské sídlo**, **venkovská obec** nebo jednoduše **vesnice**. Z historického pohledu se jedná o typické seskupení obytných a hospodářských stavení, která plní různé funkce (Majerová, 2009).



Slepička (1891) pojmy venkovské sídlo a vesnice odlišuje. Venkovskými sídly rozumí „*všechny prostorově oddělené sídlení útvary mimo města. Patří sem tedy samoty, malé skupiny domů (osady) i vesnice*“. Vesnice chápe jako „*relativně kompaktní venkovská sídla, která charakterem zástavby, strukturou ploch intravilánu, velikostí staveb a jejich funkčním využitím a také skladbou obyvatelstva a jeho počtem nemají znaky města*“.

Český statistický úřad (2008) navrhl osm způsobů vymezení venkovského prostoru s tím, že je na samotném uživateli pojmu, jaký způsob si vybere. Venkovským prostorem se tedy rozumí:

1. Obce s velikostí do 2 000 obyvatel
2. Obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel s hustotou zalidnění menší než 100 obyvatel/km<sup>2</sup>
3. Obce s velikostí do 1 000 obyvatel a dále obce s velikostí do 3 000 obyvatel s hustotou zalidnění menší než 150 obyvatel/km<sup>2</sup>
4. Obce, které neměly statut města k 1. 1. 2007
5. Obce, které nejsou obcemi s pověřeným obecním úřadem a nemají statut hlavního města
6. Obce s velikostí do 2 000 obyvatel mimo obcí v zázemí krajských měst (vzdálenosti, v nichž jsou obce považovány za sídla v příměstské zóně, byly stanoveny expertní metodou)
7. Obce do 5 000 obyvatel vymezené multikriteriálně na základě čtyř ukazatelů (počet obyvatel, sídlo správního obvodu obce s pověřeným obecním úřadem a/nebo statut města, počet obyvatel na 1 km<sup>2</sup> zastavěné plochy, podíl bytů v rodinných domech na trvale obydlených bytech)
8. Obce dle typu 7. s vyčleněním obcí přechodného typu (určí se na základě několika kritérií, např. vzdálenost od krajského města či počet obyvatel)

Podle Binka (2009) je pro vytvoření žádoucích vnějších podmínek rozvoje venkova a zapojení jeho vnitřních aktérů důležité vnímání venkova a venkovských znaků právě jeho samotnými obyvateli a reprezentanty. Zeptal se proto starostů obcí na otázku, jaké znaky by měla splňovat venkovská obec. Odpovědi byly následující:

- konkrétní znaky již neexistují;
- krajinné znaky – harmonická krajina, zeleň a voda, ekologická stabilita, vesnický ráz, klid, minimum hluku;
- kulturní znaky – především folklor a tradice, spolky v obci, místní kulturní a společenské vyžití, škola, kostel, myšlení obyvatel, sdružení dobrovolných hasičů, kulturní dům;
- společenské znaky – pohostinnost lidí, kvalitní život, lidé jsou spokojení s vlastním životem, otevřenost vůči nově příchozím i turistům z měst, kteří zde hledají klid a bezpečí, bližší vztah k přírodě, soužití s ní, znalost přírody

a boj proti nepřízni, spolupráce, soudržnost, konvergence s městy, dotace jako kompenzace;

- urbanistické a architektonické znaky – bydlení v kvalitních rodinných domech, hospodářská stavení, upravená návěs, řešení odpadů;
- ekonomické znaky – řemesla, práce v místě bydliště.

Odpovědi se tedy rámcově shodují s výše uvedenými definicemi a vymezeními venkova. Je patrné, že vnímání venkova je trochu odlišné z pohledu jeho samotného obyvatele a z pohledu nezúčastněného pozorovatele.

Je zřejmé, že neexistuje jednotná definice pojmu venkov. Jedinou všeobecně uznávanou definicí venkova je definice OECD (užívaná také pro potřeby Eurostatu). OECD vesnicí rozumí území s hustotou zalidnění menší než 150 obyvatel/km<sup>2</sup>.

Venkovské oblasti jsou vymezeny na dvou úrovních – lokální (obce) a regionální. Na lokální úrovni (obce) je venkov definován jako sídlo s hustotou zalidnění menší než 150 obyvatel/km<sup>2</sup>. Na regionální úrovni jsou rozlišeny regiony:

- převážně venkovské – více než 50 % obyvatel regionu žije ve venkovských obcích;
- významně venkovské – 15 – 50 % obyvatel regionu žije ve venkovských obcích;
- výrazně městské – méně než 15 % obyvatel regionu žije ve venkovských obcích.

Metodika OECD neuvažuje hustě osídlené venkovské oblasti a je ji často obtížné aplikovat s ohledem na místní (národní) specifika. Proto je používána převážně jako prostředek k mezinárodnímu srovnávání (ČSÚ, 2008).

V práci bude venkovský region vymezen právě prostřednictvím definice OECD.

### 2.3 Rozvoj venkova

Binek (2009) rozvojem rozumí „proces pozitivních změn“, a to jak kvantitativních, tak především kvalitativních. Dle autora je důležité od sebe odlišit posouzení toho, jak se zlepšily kvantitativní charakteristiky (např. délka vybudovaných komunikací, počet deklarovaných nových pracovních míst, vybudování ubytovacích kapacit apod.) a dosažení vytyčených cílů spojených s těmito aktivitami (zrychlení dopravy, zlepšení dopravní dostupnosti, snadnější dojíždění za prací, prodloužení doby pobytu hostů, snížení nezaměstnanosti, řešení sociálních problémů apod.).

Binek (2009) sestavil matici aktérů, kteří se podílí na rozvoji venkova. Rozdělil je dle hierarchie subjektů a jejich sektorové příslušnosti. Hierarchie subjektů vychází z jejich postavení vzhledem ke správní organizaci území, která se odráží v jednotlivých úrovních veřejné správy. Dle tohoto specifika rozlišuje aktéry s působností lokální, krajskou a národní. Sektorově aktéři přísluší do oblasti veřejné, podnikatelské či neziskové. Podrobné dělení je zachyceno v tabulce níže.

Tab. 2 Matice aktérů

ÚROVEŇ	SEKTORY		
	veřejný	podnikatelský	neziskový
<b>národní</b>	Ministerstva	Celostátní zájmová uskupení	Spolky, svazy, sítě
<b>krajská</b>	Kraj, vysoké školy, krajská informační střediska	Podnikatelská sdružení	Nezisková sdružení
<b>lokální</b>	Obce – dobrovolný svazek obcí, místní akční skupina, obcí zřizované organizace	Podnikatelé, zemědělci	Zájmová sdružení, spolky

Zdroj: Binek, 2009.

Výše uvedený výčet subjektů ovlivňujících rozvoj venkova není zdaleka konečný a slouží zejména k lepší orientaci a inspiraci. V praxi je jejich členění dynamické a sestavit úplný výčet aktérů je prakticky nemožné, např. aktéři, kteří se zapojují do rozvoje venkova jen okrajově, či nově vznikající subjekty (Binek, 2009).

Odlišný pohled na aktéry venkova nabízí samotní starostové obcí. Podle nich ovlivňují na lokální úrovni obce nejvíce spolky a místní neziskové organizace, zemědělské podniky, lidé, místní podnikatelé, kraje, Ministerstvo pro místní rozvoj, obce a správy lesa a vodohospodářství (Binek, 2009).

Z výše uvedeného je zřejmé, že MSP zauímají důležitou pozici v rozvoji venkova. Podle Wokouna (2007) dokonce nestejný rozvoj malého a středního podnikání způsobuje rozdíly v rozvoji jednotlivých regionů. Vzhledem k obsahu práce je tedy důležité zaměřit se především na vztah sektoru podnikatelského a obcí či regionů.

### 2.3.1 Význam podnikatelů pro region a obec

Každý podnik je nedílnou součástí regionu, ve kterém se nachází a působí. Tuto oblast může ovlivňovat jak negativně, tak pozitivně, a to nejen prostřednictvím svých hospodářských výsledků, ale také svým chováním. Ekonomická situace podniku má vliv na míru nezaměstnanosti v regionu svého působení, a tak i na počet obyvatel závislých na podpoře v nezaměstnanosti či jiných sociálních dávkách. Situace v podniku ovlivňuje i výši mezd nejen svých zaměstnanců, ale také všech skutečných i potenciálních zaměstnanců v regionu, a působí tak na celkovou životní úroveň v regionu (Tetřevová, 2009).

Ekonomická situace podniku ovlivňuje také příjmovou a výdajovou stránku územních a obecních rozpočtů. Podnikatelé totiž přispívají nemalými částkami do veřejných rozpočtů. Platí například daň z příjmů, silniční daň, daň z nemovitostí, ale také správní či místní poplatky. Pokud podnik vykazuje dobré hospodářské výsledky, projeví se to ve výši jeho daní, a po přerozdělení i v příjmu samotného regionu či obce. Výdaje pak směřují na výplatu sociálních dávek, tvorbu nových pracovních míst, rekvalifikaci nezaměstnaných nebo na podporu podnikatelské činnosti, a to prostřednictvím transferových plateb (Tetřevová, 2009).

Obce mohou vůči podnikům, které působí na jejich území, zaujmout různý postoj. Jestliže zvolí cestu aktivního přístupu k regulaci podnikání, mohou v rámci legislativních nástrojů ovlivňovat činnost podnikatelů v několika oblastech:

- Pronájem či prodej obecních nemovitostí – obce rozhodují jak o účelu využití nemovitostí, tak o výši nájmu či ceně nemovitosti při jejím prodeji.
- Regulace umístění provozovny – obec má právo vyjádřit se k umístění provozovny dle zákona o územním plánování a stavebním řádu č. 50/1976 Sb. Podle tohoto zákona sestavují územní plán obce a mohou tak stanovit podnikatelské zóny ve svém katastru. Pokud by podnikatel chtěl například stavět novou výrobní halu, musí se nejprve ujistit, zda pozemek, na kterém má vyrůst, není součástí obytné zóny. V tomto případě by stavební povolení neobdržel. Pokud by se však rozhodl zřídit provozovnu, jejíž stavební a jiné úpravy by nevyžadovaly stavební povolení, nemusí díky zrušení ustanovení v zákoně o obcích žádat obec o souhlas s umístěním provozovny. Zkráceně lze říci, že obec může zamítnout jen otevření provozovny, kde je třeba stavební povolení. Díky tomuto kroku došlo ke značnému zlepšení podmínek k podnikání v obcích.
- Regulace stánkového prodeje – obce mohou regulovat prodej zboží a poskytování služeb mimo provozovnu v podobě stánkového prodeje.
- Stanovení místních poplatků – pravomoc obcí při stanovení výše místních poplatků upravuje zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích. Obce mají při stanovování poplatků značnou volnost, neboť konkrétní výši poplatku mohou stanovit prostřednictvím místní vyhlášky. Zákon upravuje pouze maximální hranici poplatků. Jedná se zejména o následující poplatky: poplatek ze psů, za lázeňský či rekreační pobyt, za užívání veřejného prostranství, ze vstupného, z ubytovací kapacity, za povolení k vjezdu s motorovým vozidlem do vybraných míst a částí měst, za provozovaný výherní hrací přístroj, za provoz systému shromažďování, sběru, přepravy, třídění, využívání a odstraňování komunálních odpadů, za zhodnocení stavebního pozemku možností jeho připojení na stavbu vodovodu nebo kanalizace.
- Daň z nemovitostí – daň z nemovitostí vybraná na katastrálním území obce vstupuje celá do obecního rozpočtu. Obec má právo prostřednictvím závazné vyhlášky upravit pro konkrétní části obce koeficient, který je pro ni stanoven, a to o jednu kategorii zvýšit, nebo o jednu až tři kategorie snížit.
- Bezpečnost v obci – tento zahraniční trend se pomalu, ale jistě, dostává také do České republiky. Obce si začínají uvědomovat, že čím jsou bezpečnější (díky obecní či městské policii a jiným bezpečnostním složkám), tím nižší je zde kriminalita, a tím atraktivnější je daná oblast (vyšší ceny nemovitostí, lepší struktura obyvatel).

Je nutno vzít v úvahu dopady jednotlivých poplatků vzhledem k podpoře MSP. Obce by měly zvážit, zda se vysoké místní poplatky negativně neprojeví na místním

podnikatelském prostředí a zda nebude pro obec i podnikatele výhodnější stanovit je na nižší úrovni (Malach, 2009).

Mezi další nástroje podpory podnikatelského prostředí patří podle Malacha (2009) podnikatelské inkubátory a podnikatelské sítě, které jsou detailněji popsány v kapitole 2.1.4 *Podpora malých a středních podniků*. Obce i regiony by se také měly snažit vytvářet si pozitivní image na veřejnosti – vydávat materiály, spolupracovat s médii, účastnit se veletrhů, výstav a konferencí, diskuzí, přednášek a navazovat zde kontakty s potenciálními zřizovateli podniků.

Jestliže obec či region podporuje podnikatelské aktivity a vytváří příznivé podmínky pro jejich rozvoj, projeví se tato skutečnost zvýšením kvality života v této oblasti. Díky tomu může dojít například ke zlepšení dopravní infrastruktury, což opět prospívá rozvoji podnikání. Podnikatelé se pak také častěji angažují při budování staveb širšího občanského využití (plynofikace, čističky odpadních vod, výstavby sportovních areálů apod.). Dochází však především ke vzniku nových pracovních míst, což zabraňuje nepopulárnímu trendu vylidňování malých obcí (Malach, 2005).

Úspěšnost podniku působí také na širokou veřejnost. Pokud podnik dosahuje dobrých hospodářských výsledků, obvykle nezapomíná na region, ve kterém působí. Takový podnik například sponzoruje akce v obci či regionu, financuje dopravní obslužnost a je ohleduplnější také z hlediska ekologického (Tetřevová, 2009).

## 2.4 Malé a střední podnikání ve venkovských oblastech

Malá obec či město nezbytně neznamená menší příležitosti k podnikání. Pokud je podnikatel schopen uspokojit potřeby místních obyvatel a služby poskytuje laskavě a přátelsky, dá se říci sousedsky, může se pro něj podnikání na venkově stát velmi lukrativní. Výhodu může nalézt také v nižší konkurenci oproti větším městům či oblastem (Joseph, 2014).

V posledních letech nabývá podnikání ve venkovských oblastech na významu. Vede k rozvoji místní ekonomiky, kde vytváří nezbytné místní služby, využívá místních zdrojů a umožňuje větší ekonomickou nezávislost obcí a především k vytváření pracovních příležitostí. Plní tedy řadu významných společenských funkcí. A nejen to. Svým působením zvyšuje atraktivitu venkovské oblasti jak pro turisty, tak zejména pro místní obyvatele (Majerová, 2002).

I přes všeobecně známou skutečnost, že ekonomika ve městech je výkonnější než na venkově, existují mnohé podniky, které jsou zde v tom, co dělají, úspěšné. Tyto podniky uměly najít výhody venkovských oblastí a využít je ve svůj prospěch (Martins, 2015).

### 2.4.1 Výhody podnikání na venkově

Umístění podniku na venkově disponuje mnoha přednostmi. Mezi ně patří například klidná a čistá příroda a výhodné ceny za prostory k podnikání, které je možno většinou libovolně přestavět či rozšířit. Z tohoto důvodu se na venkov často uchylují i velké firmy (Podnikátor, 2014).

Martins (2015) uvádí, že podnikání na venkově má dvě nesporné výhody. Zprvu je pro zahájení podnikání potřeba menší vstupní kapitál i počáteční režijní výdaje a zadruhé je podle jeho názoru jednodušší začít podnikat tam, kde vás lidé znají a vy znáte je.

Na semináři Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova s názvem Podnikání na venkově (2010) byly definovány následující výhody:

- práce doma (absence dojíždění),
- nižší ceny pronájmu prostor (nemovitosti, pozemky),
- levnější pracovní síla,
- méně agresivní konkurenční prostředí,
- zdroje surovin – možnost využití regionálních zdrojů,
- přímý prodej výrobků zemědělců,
- rostoucí poptávka po místních produktech,
- možnost navázat na tradice,
- perspektiva dlouhodobé spolupráce (po zahájení podnikání),
- pracovní návyky střední generace.

#### 2.4.2 Bariéry podnikání na venkově

Podnikání na venkově má také svá úskalí. Majerová (2002) uvádí na základě průzkumu mezi malými a středními podnikateli Jihočeského kraje za nevýhodu venkova větší manuální a potravinovou soběstačnost obyvatel. Ta je zapříčiněna menší kupní silou, ale také zdejším způsobem života, který je charakteristický šetrností a zvykem zajistit si vlastními silami to, co je možné. S nedostatečnou kupní silou je spojeno také méně zakázek a příležitostí k odbytu. Při vyšších příjmech a kvalitních službách by se ale bezesporu obyvatelé některých aktivit, které dříve vykonávali sami, vzdali.

Svoboda (2008) provedl výzkum mezi malými a středními podnikateli v Olomouckém a Plzeňském kraji. Respondenti odpovídali na otázku týkající se překážek a omezení rozvoje drobného a středního podnikání na venkově. Největší překážkou jsou podle nich velké daně a odvody státu a nadměrná byrokracie spojená s podnikáním. Druhou největší překážkou je nedostatek finančních prostředků na další rozvoj firmy. Mezi další bariéry podle podnikatelů patří nedostatek kvalitních a perspektivních zaměstnanců, konkurence supermarketů a obchodních řetězců, nízké výkupní ceny zemědělských produktů a nízká kupní síla na venkově.

Bariéry podnikání na venkově byly také tématem semináře Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova - Podnikání na venkově (2010). Jeho účastníci vymezili především následující překážky:

- nedostatek kapitálu,
- chybějící infrastruktura pro podnikání,
- malý odbytový prostor (malá kupní síla),
- vyšší náklady na dopravu a marketing,
- chybí spolehliví pracovníci (zejména v pohraničí),
- nedostatek kvalifikovaných pracovníků,
- omezení zemědělské výroby a dalších podnikatelských aktivit na vesnici,
- absence specifické a dlouhodobé podpory venkovského podnikání,
- nedostatečná podpora regionální dopravy, omezování/zanikání,
- ztráta vlastnictví půdy a vztahu k ní (ze sedláků se stali dělníci).

Jednotlivé výzkumy tedy dospěly k velmi podobným výsledkům. Za největší překážku v podnikání, která se prolíná všemi výzkumy lze označit malou kupní sílu obyvatel.

### 2.4.3 Možnosti podnikatelské spolupráce

Z dosud uvedených informací je zřejmé, že podnikání ve venkovských oblastech je velmi rozsáhlou a komplexní problematikou. Venkov by se bez podniků nemohl rozvíjet, avšak mnohé podniky by se nemohly zase rozvíjet bez pomoci z vnějšku. Obě oblasti jsou tedy velmi silně provázány.

Jak již bylo uvedeno výše, podniky mohou spolupracovat jak mezi sebou prostřednictvím podnikatelských sítí, případně podnikatelských inkubátorů, tak také se subjekty vně podnikatelské sféry.

Binek (2007) uvádí, že skutečný rozvoj venkova závisí právě na společném úsilí všech subjektů venkova, tedy především občanů, neziskového sektoru, podnikatelů, představitelů obcí a regionalistů spolupracujících s obcemi při rozvoji území.

Následující kapitola krátce popisuje možnosti spolupráce MSP s vybranými subjekty venkova. Všechny způsoby spolupráce přispívají k rozvoji nejen daného regionu.

#### Spolupráce podnikatelů se školstvím

Forem spolupráce existuje mnoho. Odvíjí se od potřeb a možností účastníků, velikosti zdrojů či personálního zajištění. Binek (2011) uvádí především následující možnosti spolupráce:

- Mobilita lidských zdrojů a výměnné programy – intenzivní stáže pro studenty i akademiky, odborné praxe v podnicích. Spolupráce se navazuje také pro-

střednictvím závěrečných prací, kde jsou řešeny konkrétní problémy a situace v podniku.

- Přednášková činnost podnikatelů, spolupráce na tvorbě a realizaci studijních programů, spolupráce na profilu absolventa, společné semináře, konference apod.
- Spolupráce na výzkumu a vývoji – dochází tak k tvorbě znalostí. Školy provádí výzkum a vývoj pro podniky na zakázku, podílí se na společných projektech, nebo provozují společné laboratoře.
- Akademičtí experti mohou přispět k transferu znalostí do podniků formou konzultační činnosti. Pokud vysokoškolští výzkumníci vyvinou nový výrobek nebo postup, mohou ho po patentování prodat podniku.

### **Spolupráce podnikatelského sektoru s výzkumnými institucemi**

Výzkum a vývoj je nezbytný pro vznik inovací. Vědecko-výzkumné kapacity poskytují veřejné a státní vysoké školy, veřejné výzkumné instituce, ale také soukromé subjekty nebo menší, rozvíjející se inovační firmy. Podniky mohou pro výzkum použít i outsourcing, který je podporován na národní úrovni tzv. inovačními vouchery financovanými z Regionálních operačních programů a prostředků krajů. Jedná se o jednorázovou dotaci, kterou podnik může utratit za znalost zakoupenou od poskytovatele znalostí. Jedná se zejména o vývoj produktu, procesu, služby, testování a měření, navrhování prototypů, technologický audit, studie proveditelnosti atd. Mezi hlavní výhody spolupráce podnikatelského sektoru s výzkumnými institucemi patří zejména odbourávání bariér nedůvěry podnikatelského a akademického světa a vysoká přidaná hodnota, která může výrazně posílit konkurenceschopnost zúčastněných aktérů i celého regionu (Binek, 2011).

### **Spolupráce s krajem**

Kraje spolupracují s podnikatelským sektorem prostřednictvím participace na tvorbě koncepčních dokumentů, zapojením do rozvojových aktivit nebo pomocí veřejnoprávních aliancí, například tzv. PPP projekty s cílem podporovat tuzemské firmy v daném regionu. PPP (Public Private Partnerships - Partnerství veřejného a soukromého sektoru) je pojem pro spolupráci veřejného a soukromého sektoru vzniklé za účelem využití zdrojů a schopností soukromého sektoru při zajištění veřejné infrastruktury nebo veřejných služeb (BusinessInfo.cz, 2015). Úkolem kraje a s ním spojených institucí je rozvíjet podnikatelské a inovační prostředí a vytvářet tak vhodnou podpůrnou infrastrukturu (Binek, 2011).

Kraje mohou podnikatele podporovat přímo i nepřímo. Přímo především vyhlášením grantů a dotací, které mohou MSP čerpat a nebo vypisováním speciálních programů, o které mohou podnikatelé žádat současně s dalšími zájemci dle oboru svého podnikání. Kraje financují i inovační vouchery. Podpora MSP směřuje také z operačních programů EU. Regionální operační programy jsou s těmi národními často propojeny. Nepřímá podpora pak plyne skrze hospodářské komory a regionální rozvojové agentury, které jsou podporovány právě krajem (Binek, 2011).



Regiony vypracovávají dlouhodobé strategické plány rozvoje tzv. Regionální inovační strategie (RIS). Jedná se o efektivní nástroj k budování inovační infrastruktury obsahující opatření k řešení problémů a potřeb podnikatelské a vědecko-výzkumné sféry jako je výstavba vědecko-technických parků, center, inkubátorů, investic do průmyslových zón, využití brownfields (nevyužívané zemědělské a průmyslové stavby), organizování zahraničních misí na výstavy či veletrhy atd. (Binek, 2011).

### **Spolupráce na lokální úrovni**

Významnou strukturou spolupráce veřejného a soukromého sektoru je tzv. Národní síť Místních akčních skupin České republiky. Národní síť Místních akčních skupin (NS MAS) je společenství občanů, neziskových organizací, soukromé podnikatelské sféry a veřejné správy (obcí, svazků obcí a institucí veřejné moci) nezávislé na politickém rozhodování. Spolupracuje na rozvoji venkova, zemědělství a získávání finanční podpory z národních programů a programů EU pro svůj kraj pomocí metody LEADER. Hlavním cílem společenství je zlepšování kvality života a životního prostředí ve venkovských oblastech. Jedním z nástrojů je právě zmíněné aktivní získávání a rozdělování dotačních prostředků. Na území České republiky působí celkem 179 společenství NS MAS (NS MAS, 2015).

Výhoda NS MAS tkví právě v propojení sektorů. Díky němu mohou jeho účastníci čerpat zákonné pravomoci a veřejné zdroje místních orgánů, know-how a obchodní znalosti a zkušenosti soukromého sektoru a nadšení, energii a místní znalosti z občanského sektoru. Úskalím společenství je poměr v něm zastoupených sektorů. V praxi se v uskupení často nachází několik desítek obcí a pouze jednotky podnikatelů. Kvůli této situaci jsou NS MAS v současnosti spíše nástrojem pro administraci předkládaných projektů (využití veřejných prostředků), méně už pro oživení a rozvoj venkovského regionu. Zapojení podnikatelské sféry může přispět k realistickému uchopení rozvojových možností regionů a k propojení představ představitelů veřejné správy a manažerů podniků o směřování rozvoje území. Podnikatelé také informují zástupce veřejné sféry o svých záměrech, a ti pak mohou vytvořit vhodné prostředí pro jejich realizaci (Binek, 2011).

### **Spolupráce s neziskovými subjekty**

Majerová (2002) uvádí, že dary neziskovým subjektům představují pro podnikatele především daňové úlevy a způsob marketingu. Ani to však pro podnikatele nepředstavuje dostatečnou motivaci k dárcovství a k zájmu o neziskové organizace.

Situace se však za uplynulých třináct let změnila k lepšímu. Mnohé podniky mají pomoc potřebným zakotvenou ve své dlouhodobé strategii a společensky odpovědné podniky již nejsou pouze světlou výjimkou. Během let však došlo k vývoji ve způsobu podpory neziskových subjektů. Pominuly časy, kdy podniky nekonceptně nakládaly s penězi určenými na dobrou věc. Je tomu tak především proto, že koncept odpovědného podnikání nestaví pouze na dárcovství, ale především proto, že se starost o vlastní okolí stala strategickou součástí tzv. core byznysu firm (hlavním předmětem, smyslem existence). I přes tento značný posun se však mnohé podniky potýkají s otázkou, nakolik je jejich pomoc efektivní, do jaké míry

souvisí s jejich vlastní činností, a především, zda mění svět k lepšímu (90 minut CSR fóra, 2013).

Účastníci 90 minut CSR fóra (2013) dospěli v diskuzi k jednoznačnému závěru: nezáleží na tom, jak je velká nezisková organizace nebo projekt, zda je pomoc finanční či nikoli, nezáleží ani na velikosti vynaložené sumy. Na čem jim záleží, je to, aby společným projektům podniků a jejich partnerů předcházela jasná identifikace problému, protože jim nejde o to podpořit vybranou organizaci, ale o to napravit s její pomocí společenský problém. A nikoli problém na obecné úrovni (ekologie, odpovědnost za zdraví, vzdělávání), kdy se často utratí mnoho peněz bez valného výsledku, nýbrž problém konkrétní vycházející z přesné analýzy, ze zkušenosti terénních pracovníků nebo třeba z komunikace se stakeholdery.

## 2.5 Teorie regionálního rozvoje

Teorií regionálního rozvoje byl vytvořen velký počet. Navzájem se však liší a i jejich výchozí principy jsou často protikladné. Ačkoli lze tyto teorie klasifikovat mnoha způsoby v závislosti na přijetí mnoha kritérií, bývají tradičně děleny do dvou hlavních skupin – teorie regionální rovnováhy a nerovnováhy. Autoři teorie regionální rovnováhy (tzv. konvergenční teorie) zastávají názor, že přirozenou tendencí regionálního rozvoje je vyrovnávání rozdílů mezi regiony. Naopak zastánci teorie nerovnováhy neboli tzv. divergenční teorie jsou přesvědčeni, že v průběhu vývoje se meziregionální rozdíly spíše zvětšují (Blažek a Uhlíř, 2011).

Blažek a Uhlíř (2011) uvádí pět hlavních obecných přístupů k regionálnímu rozvoji.

- **Neoklasický přístup** (1920–1940) – převažují v něm teorie regionální rovnováhy, zejména tzv. neoklasické modely. V regionální politice je základním konceptem cestování dělníků za prací, s čímž je spojeno použití nástrojů zvyšujících mobilitu pracovních sil.
- **Keynesiánský přístup** (1950–1975) – zde převažují teorie regionální nerovnováhy (např. teorie kumulativních příčin, teorie podílů růstů). Regionální politika je charakteristická tzv. „prací za dělníky“, kdy jsou používány nástroje podporující příliv investic do problémových regionů.
- **Neomarxistický přístup** (1970–1985) – je charakteristický převahou teorií regionální nerovnováhy (např. teorie nerovné směny). V některých socialistických zemích byla regionální politika velmi účinná, ale za cenu ztráty ekonomické výkonnosti a vnější konkurenceschopnosti celého státu.
- **Neoliberální přístup** (1975– ) – zahrnuje jak teorie regionální rovnováhy, tak nerovnováhy (např. nová teorie růstu, nové ekonomické geografie). V rámci regionální politiky jsou podporovány zejména lokální iniciativy, dále také MSP, decentralizace kompetencí a deregulační opatření.
- **Institucionální přístup** (1980– ) – převažují v něm teorie regionální nerovnováhy (např. teorie průmyslového okrsku, teorie flexibilní specializace, teo-

rie učících se regionů). Regionální politika je charakteristická zejména spoluprací a inovacemi, podporou MSP, šířením inovací, networkingem a gradualistickou proměnou místních institucí založenou na učení.

V současnosti jsou dle výčtu uplatňovány dva přístupy, a to neoliberální a institucionální.

### 2.5.1 Neoliberální teorie

Mezi neoliberální modely se řadí teorie **nové ekonomické geografie a nová teorie růstu**.

Autoři **nové ekonomické geografie** nahradili neoklasický předpoklad klesajících výnosů a dokonalé konkurence konceptem vnějších úspor, nedokonalou (monopolistickou) konkurencí a rostoucími výnosy z rozsahu. Neoliberální přístup na rozdíl od neoklasického zejména připouští, že technologie mají endogenní charakter a nejsou volně dostupnou komoditou. Rozvoj technologií působí pozitivně, ale i negativně na rozvoj regionu. Modely nové ekonomické geografie také zdůrazňují význam iniciativy jednotlivců v rozvoji regionu. Za hnací sílu rozvoje regionu považují také tzv. pozitivní očekávání, což představuje existenci pozitivní tvůrčí atmosféry v regionu, která usnadňuje dosažení dalších úspěchů. Zástupci tohoto směru však velmi rezervovaně přistupují ke snaze o snižování regionálních rozdílů ze strany státu a jsou zastánci omezení státních intervencí. Případnou snahu o státní intervence doporučují ve formě regionální politiky decentralizovat na regiony a směřovat na stimulaci zvyšování kvality výroby a specializaci na úrovni MSP (Blažek, Uhlíř, 2011).

Základní myšlenkou **nové teorie růstu** je, že každý region a stát má jiný stav rovnováhy, ke kterému směřuje a který závisí na technologické úrovni a behaviorálních charakteristikách. Teorie předpokládá, že existují skupiny států či regionů s podobným stavem rovnováhy, ke kterému směřují. S touto teorií je spjat pojem tzv. podmíněné beta-konvergence, který říká, že tempo růstu regionální ekonomiky je tím rychlejší, čím je její současný stav vzdálenější od rovnovážného stavu (Ševčíková, 2010).

Ševčíková (2010) uvádí, že neoliberální teorie již zásadně pracují s lidskými zdroji, které představují výrazný rozvojový potenciál regionu. Lidské zdroje a iniciativa jednotlivců umožňují venkovskému regionu lepší možnost rozvoje než například technologie (jako zdroj, o kterém tyto teorie uvažují), které jsou více spjaté s městským prostorem. Právě iniciativa a participace občanů na rozvoji oblasti je více spojována s venkovským prostorem. Tuto skutečnost dokazují i výzkumy např. Český venkov 2003, kdy bylo zjištěno, že aktivity ve formě členství ve spolcích či účast na společných akcích při úklidu obce apod. jsou významné zejména pro venkovské obce.

Blažek a Uhlíř (2011) uvádí, že neoliberální směry se k regionální politice staví převážně odmítavě, avšak jeden z významných současných nástrojů regionální politiky byl tímto přístupem inspirován, a to tzv. deregulační opatření, kam se řadí především podnikatelské zóny, zóny se zjednodušeným územním a stavebním ří-

zením či bezcelní zóny. Tyto zóny do určité míry představují experimentální ověření toho, jak by vypadal ekonomický vývoj při výrazném omezení vládních zásahů.

### 2.5.2 Institucionální teorie

Jednou ze tří teorií institucionálního přístupu je **teorie výrobních okrsků** italských ekonomů ze 70. let. 20. století, která vychází z analýzy regionů tzv. třetí Itálie, tedy regionů, které nepatří mezi tradiční průmyslové oblasti, ale v poválečném období v nich došlo k relativně rychlému hospodářskému růstu založenému na rozvoji průmyslové produkce specializovaných malých a středních podniků. Tento růst byl založen na specifických socioekonomických podmínkách, jejichž základem byla pospolitost místních komunit, pocit sounáležitosti s místní kulturou a tradiční hodnoty místních obyvatel. Za nejdůležitější je považován právě pocit kolektivní sounáležitosti, důvěry a tradičních hodnot. Autoři vidí úspěch těchto regionů v mimořádně velkém podílu (a dalším dynamickém růstu) malých a velmi malých podniků (s méně než deseti pracovníky) a v jejich charakteristickém způsobu spolupráce, prostorové blízkosti a aglomeračním efektu. Tyto podniky jsou také schopny lépe reagovat na rychle se měnící požadavky trhu a současně dosahovat značných úspor z rozsahu, kterých bylo dosaženo úzkou mezipodnikovou spoluprací a existencí specializovaných podniků, které menším podnikům poskytují tzv. reálné služby (zajištění vstupů za výhodné ceny ve velkém, vedení účetnictví, získávání výhodných úvěrů apod.) Menší podniky dle autorů používají flexibilnější technologie, které jim umožňují levnější výrobu, než tomu bylo u dřívějších rigidních technologií pro sériovou velkovýrobu. Malé podniky, jejich asociace a podpůrné instituce jsou považovány za nejvýznamnější subjekt regionálního rozvoje. Tato teorie se stala základem regionálních ekonomik založených na sítích těsných mezipodnikových vazeb založených na důvěře, vzájemné výhodnosti, specializaci, která je spojena s inovacemi a schopností flexibilně reagovat na měnící se trendy v poptávce. Kritici teorie se však domnívají, že nelze tento model převést do jiných regionů a zkušenosti výrobních okrsků zevšeobecnit, protože je dle jejich názoru třeba specifických sociokulturních, ekonomických a politických podmínek, za kterých může k tomuto rozvoji dojít (Blažek, Uhlíř, 2011).

Na teorii učících se okrsků úzce navazuje **teorie flexibilní specializace**, která tvoří její rozšířený rámec a domnívá se, že dochází k novému globálnímu trendu spočívajícímu ve zvýšené flexibilitě regionálního hospodářství existencí spolupráce malých a středně velkých specializovaných podniků a využíváním aglomeračních výhod. Autoři považují za stěžejní síť mezipodnikových vazeb, vztahy založené na důvěře a spolupráci a konkurenční výhodu plynoucí z inovací a flexibility, nikoli z ceny (Blažek, Uhlíř, 2011).

Další významnou teorií je **teorie učících se regionů**, která za klíčové faktory rozvoje regionu považuje znalosti, schopnost učit se a vytvářet kulturní klima napomáhající inovacím. Protože jsou tyto faktory považovány za nemobilní, stávají se konkurenční výhodou regionu, respektive podniků, které jimi disponují. Autoři rozlišují dvě skupiny znalostí a vědomostí, a to kodifikovatelné, které je možné

standardizovat a naučit se podle určitého návodu a nekodifikovatelné, které se získávají cvikem a zapojením do procesu. A právě nekodifikovatelné znalosti jsou klíčové pro získání konkurenční výhody. V rámci teorie jsou popsány tři skupiny typických znaků učících se regionů:

- ekonomická konfigurace regionu – existence většího počtu obdobně zaměřených podniků, jejichž interakce může napomoci výměně informací a nových myšlenek (ve smyslu teorie průmyslového okrsku);
- technologická infrastruktura – existence výzkumných institucí spolupracujících s místními podniky, což zvyšuje pravděpodobnost průmyslových inovací;
- kultura a instituce regionu – identifikace aktérů, informovanost a schopnost učit se, silné podnikatelské asociace a inovační centra, dobrá provázanost a koordinace všech institucí (Blažek, Uhlíř, 2011).

Institucionální teorie zdůrazňují význam zdrojů pro rozvoj regionu, které jsou vázány přímo na jeho obyvatele, na jejich vědění, znalosti, instituce, kulturu, schopnost vytváření a spolupráce uvnitř podnikatelských i „občanských“ sítí. Tento přístup k regionálnímu rozvoji umožňuje využívat lidský rozvojový potenciál, kterým obyvatelé dané lokality disponují. Z pohledu regionálního rozvoje je tento přístup pozitivní zejména tím, že podporuje malé a velmi malé podniky, které se na celkovém počtu podniků na venkově podílí mnohem více než ve městech (Ševčíková, 2010).

Neoliberální a institucionální teorie regionálního rozvoje mají výrazný vliv na současnou **regionální politiku**, ve které dominují opatření stimulující lokální iniciativu, a to jak u subjektů soukromého sektoru (deregulační opatření, podpora šíření inovací apod.), tak i u subjektů veřejného sektoru (decentralizace), a dokonce i u spolupráce subjektů veřejného a soukromého sektoru (public private partnership, realizace strategií regionálního rozvoje apod.). Typické nástroje regionální politiky jsou rozšiřovány o nové – podpora MSP, podpora šíření technických inovací, decentralizační opatření ve veřejné správě, podpora lokálních iniciativ, deregulační opatření, networking a programy následné péče o zahraniční investory. Ohniskem regionálního rozvoje je přesvědčení o klíčovém významu lidské iniciativy a lidských zdrojů pro regionální rozvoj (Blažek, Uhlíř, 2011).

Blažek a Uhlíř (2011) považují za přínosy MSP tvorbu pracovních míst, jejich schopnost vytvářet a měnit podnikatelské klima regionu, udržovat jej konkurenční a za pozitivní rys považují také roli MSP jako „školy“ pro budoucí generace velkých podnikatelů. MSP se také vyznačují schopností inovací a flexibilním reagováním na měnící se tržní podmínky. Podle jeho názoru však přínos MSP nelze přeceňovat právě z důvodu jejich velikosti a zranitelnosti a také z důvodu jejich orientace na malý tržní výklenek, na jehož existenci jsou závislé. Z dlouhodobého hlediska je však jejich přínos zřejmý. Za hlavní formu **napomáhání rozvoji MSP** je považováno usnadnění přístupu ke kapitálu pomocí výhodných půjček. Za slabé místo mnoha MSP je považován nedostatek informací (o trhu, inovacích i o možnostech podpůrných programů). Je proto důležité podpořit je prostřednictvím vysoce kvali-

fikovaného poradenství. V mnoha zemích z tohoto důvodu existují státní programy usnadňující MSP přístup k poradenským službám. **Podpora tvorby a šíření inovací** je významná z dlouhodobého hlediska. Nejčastěji podpora probíhá ve formě zakládání tzv. vědeckých parků, které spojují soukromé podniky, lokální instituce veřejné správy a univerzity či jiné vědecko-výzkumné instituce. **Deregulační opatření** byla popsána v kapitole 2. 5. 1 *Neoliberální teorie*. **Decentralizační opatření** představují přenesení rozhodovacích pravomocí blíže k subjektům, kterých se budou dotýkat. **Programy následné péče o zahraniční investory** představují reakci na stále sílící konkurenci mezi regiony snažícími se přitáhnout zahraniční investory. Základními cíli podpůrných programů je rozšíření již existujících závodů, zvýšení podílu subdodávek od místních podniků a zvýšení statusu podniku v rámci celopodnikové hierarchie, aby se postupně zvýšila jeho autonomie (např. v oblasti práva místních manažerů rozhodnout o využití části zisku pro re-investice), aby byl posílen (zaveden) výzkum a vývoj apod. **Podpora lokálních iniciativ** je alternativou k přitáhnutí podnikatelských aktivit z vně regionu pomocí tradičních pobídek, která se ukázala jako málo účinná. Proto by se měly místní a regionální orgány snažit o rozvoj místních podniků a napomáhat vzniku nových. Nejčastěji používanými nástroji je poskytování volných prostor (pozemků a budov) podnikatelům, poradenství, rekvalifikace a drobná zvýhodnění v oblasti daně z nemovitostí a místních poplatků. Nepřímé podpůrné nástroje pro rozvoj podnikání představuje zajištění kvalitní technické a sociální infrastruktury (rozvoj lidských zdrojů), regionální marketing apod. Dalšími formami podpory jsou spolupráce veřejného a soukromého sektoru (public privat partnership), podpora vytváření sítí podnikatelů a jiných soukromých subjektů a tvorba regionálních rozvojových programů/strategií za spolupráce všech zúčastněných stran.

### 3 Metodika

Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. Teoretická část nese název *Literární přehled*, praktická část (vlastní práce) se skládá z kapitol *Význam malých a středních podniků z pohledu makroekonomických ukazatelů*, *Sběr a vyhodnocení primárních dat* a *Definice role MSP v rozvoji ORP Hodonín*. V kapitole *2 Literární přehled* byla zpracována teoretická východiska týkající se malých a středních podniků, venkova, jeho rozvoje a podnikání ve venkovských oblastech, která jsou nezbytná pro zpracování praktické části práce. Poslední subkapitola se týká zejména aktuálně používaných teorií regionálního rozvoje. Čerpáno bylo z odborné literatury, zákonů a elektronických zdrojů.

V práci budou použity standardní teoretické vědecké metody, jako je syntéza, analýza, dedukce a indukce. Analýza rozděluje zkoumaný jev na několik menších částí, které jsou dále zkoumány kvůli zjištění jejich podstatných vlastností. Syntéza naopak slučuje dílčí poznatky do jednoho celku. Metoda indukce vyvozuje obecné závěry ze zjištěných skutečností a postupuje od zkoumání zvláštního k obecnému. Dedukce, na rozdíl od indukce, postupuje od obecného ke zvláštnímu. Analýzy bude použito zejména při popisu makroekonomických ukazatelů týkajících se MSP. Při vyvozování závěrů z dotazníkového šetření bude použita především metoda indukce. Nakonec bude pro definici role MSP využito syntézy.

První dílčí cíl - popsání struktury malých a středních podniků bude naplněn prostřednictvím sekundárního výzkumu, při němž budou získána data z relevantních internetových zdrojů, a to zejména z dat Českého statistického úřadu a z oficiálních zpráv Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Pro popis dat budou použity absolutní a relativní četnosti a meziroční přírůstky.

*Absolutní četnost* ( $n_i$ ) je vyjádřena vztahem:

$$\sum_{i=1}^j n_i = n$$

kde  $n_i$  vyjadřuje absolutní četnost v dané skupině,  $n$  rozsah zkoumaného souboru a  $j$  počet skupin.

Pro *relativní četnost* ( $p_i$ ), která je vyjádřena v procentech, platí vztah:

$$p_i = \frac{n_i}{n}, \text{ pro } i = 1, 2, \dots, k$$

a pro *meziroční přírůstky* ( $\delta_i$ ), které jsou taktéž vyjádřeny v procentech:

$$\delta_i = \frac{\Delta y_i}{y_{i-1}}, \text{ kde } \Delta y_i = y_i - y_{i-1}$$

kde  $y_i$  značí velikost ukazatele v daném roce a  $y_{i-1}$  ukazatel v předchozím roce.

Druhého dílčího cíle – zjištění, zda mají MSP v regionu svého působení vliv, bude dosaženo prostřednictvím primárního výzkumu, aby byla získána co nejaktuálnější data. Použit bude jak kvantitativní, tak kvalitativní výzkum.

Pro kvantitativní průzkum byly stanoveny nulové hypotézy  $H_0$ , jejichž platnost bude ověřena výsledky průzkumu. Hypotézy lze rozdělit na ty, které se vztahují k počtu zaměstnanců podniku, k počtu obyvatel obce, ve které podnik sídlí a k obci samotné. Všechny hypotézy se týkají komunikace podniků se zástupci obcí a hospodářskou komorou. Výsledky hypotéz pak budou sloužit především k tvorbě návrhů a doporučení.

Hypotézy vztahující se k počtu zaměstnanců podniku:

- Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.
- Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.
- Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům.
- Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím služeb hospodářské komory.
- Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím dotace k podnikání.

Hypotézy vztahující se k počtu obyvatel obce, ve které podnik sídlí:

- Neexistuje závislost mezi počtu obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.
- Neexistuje závislost mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.

Hypotézy vztahující se k obci, ve které podnik sídlí:

- Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.
- Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.
- Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům.

Kvantitativní výzkum bude proveden pomocí dotazníkového šetření, které bude provedeno elektronicky za použití softwaru Umbrela vytvořeného zaměstnanci Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně. Bude se jednat o výběrové šetření, jehož výsledky jsou zobecnitelné. V dotazníku budou použity



jak otázky uzavřené, otevřené, tak polootevřené. Z uzavřených otázek pak budou použity otázky dichotomické nabízející pouze dvě možnosti, z nichž je možno označit pouze jednu i výběrové, které dávají možnost označit jednu z  $n$  odpovědí. V rámci uzavřených otázek bude u jedné otázky z důvodu přehlednosti použita baterie a u jedné škálování, které je nejvhodnější pro zjištění hodnocení. Pro správné zpracování dotazníků bude využito kódování, tedy přidělení číselného kódu všem variantám odpovědí.

Data získaná v dotaznících budou zpracována pomocí statistického softwaru Statistica a tabulkového procesoru Microsoft Excel. Použity budou již výše popsané absolutní a relativní četnosti a grafy. Následně budou testovány uvedené hypotézy. Testování hypotéz bude vycházet z kontingenční tabulky, která zachycuje souvislosti četnosti odpovědí obou sledovaných ukazatelů.

Tab. 3 Obecný příklad kontingenční tabulky

Tříděný znak		Znak B					Součet	
		b <sub>1</sub>	b <sub>2</sub>	...	b <sub>j</sub>	...		b <sub>s</sub>
Znak A	a <sub>1</sub>	n <sub>11</sub>	n <sub>12</sub>				n <sub>1s</sub>	n <sub>1*</sub>
	a <sub>2</sub>	n <sub>21</sub>						n <sub>2*</sub>
	...							...
	a <sub>i</sub>				n <sub>ij</sub>			n <sub>i*</sub>
	...							...
	a <sub>r</sub>	n <sub>r1</sub>						n <sub>rs</sub>
Součet		n <sub>*1</sub>	n <sub>*2</sub>	...	n <sub>*j</sub>	...	n <sub>*s</sub>	n <sub>**=n</sub>

Zdroj: Hebák, 2007.

Závislost bude zjišťována pomocí koeficientu kontingence – Pearsonův koeficient, který se odvozuje ze čtvercové kontingence  $\chi^2$ , pro kterou platí vztah:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}}$$

kde  $n_{ij}$  jsou pozorované četnosti v jednotlivých buňkách kontingenční tabulky,  $n'_{ij}$  očekávané četnosti jednotlivých buněk z tabulky očekávání. Ta bude obsahovat simultánní četnosti, které se vypočítají jako součin příslušné řádkové ( $n_{*1}$  až  $n_{*s}$ ) a sloupcové sumy ( $n_{1*}$  až  $n_{r*}$ ) dělený počtem pozorování  $n$ .

Dalším krokem v testování hypotéz je stanovení hladiny významnosti  $\alpha$ , která pro potřeby práce činí 10 %, to znamená, že existuje 10% pravděpodobnost, že bude nesprávně zamítnuta pravdivá nulová hypotéza o nezávislosti  $H_0$ . Ze čtvercové kontingence bude díky softwaru Statistica získána hodnota testovacího kritéria (p-hodnota), která bude srovnávána se stanovenou hladinou významnosti. Pokud bude p-hodnota větší než hladina významnosti  $\alpha$ , hypotéza  $H_0$  nebude zamítnuta. Pokud bude p-hodnota nižší než hladina významnosti, bude hypotéza  $H_0$  zamítnuta a přijata alternativní hypotéza  $H_1$  o závislosti znaků.

Kvalitativní výzkum bude proveden prostřednictvím polostandardizovaného (strukturovaného) rozhovoru. Ten kombinuje výhody dvou hlavních typů rozho-

vorů – standardizovaného, který je předem připraven a je dáno jak pořadí otázek, tak především jejich shodná formulace a nestandardizovaného, který naopak nemá předem stanoveno pořadí ani přesnou formulaci otázek. Obsah rozhovoru bude měněn dle dotazovaného, jeho hlavní činnosti a dle oblastí, které bude považovat za nejdůležitější a ke kterým se bude chtít podrobněji vyjádřit.

Na základě sekundárního a primárního výzkumu bude definována role MSP v rozvoji venkovského regionu ORP Hodonín a poté budou formulovány návrhy a doporučení, které by mohly vést ke konkrétní podpoře MSP, a tím též k rozvoji tohoto regionu.

## 4 Význam malých a středních podniků z pohledu makroekonomických ukazatelů

Malé a střední podniky tvoří páteř ekonomiky. Dosvědčují to i vybrané makroekonomické ukazatele. V kapitole bude zkoumán vývoj počtu samotných podniků, počtu jejich zaměstnanců, odvětví, ve kterých působí apod. Ukazatele budou sledovány pro území ČR a pro Jihomoravský kraj. Budou zde také zahrnuty vybrané makroekonomické ukazatele týkající se obce s rozšířenou působností Hodonín.

### 4.1 Vývoj makroekonomických ukazatelů na území ČR

#### 4.1.1 Vývoj počtu MSP

Před samotným zhodnocením vývoje počtu MSP je nutné si vymezit jejich definici. Ministerstvo průmyslu a obchodu používá metodiku Českého statistického úřadu a podniky dělí na drobné, malé a střední výhradně podle počtu zaměstnaných osob. Toto rozdělení bude uvažováno také v celé práci.

Podíl ekonomicky aktivních MSP na celkovém počtu ekonomicky aktivních podniků činí v průměru 99,84 %. Tento podíl se v průběhu let měnil jen velmi málo. Až na rok 2013 docházelo k růstu počtu malých a středních podniků. Údaje za rok 2014 nebyly v době sekundárního výzkumu zveřejněny. Tento údaj byl odhadnut na základě informací o vývoji počtu podniků agentury Bisnode (bývalá agentura ČEKIA – Česká kapitálová informační agentura). Podle jejich informací vzniklo v roce 2014 v České republice nejvíce nových podniků za posledních sedm let (jsou tím myšleny společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti), a to 24 870, což je nejvíce od předkrizového roku 2007. Podle analytičky a statističky společnosti souvisí nárůst s očekáváním dalšího optimistického vývoje ekonomiky, kdy podnikatelé chtějí využít konjunktury a vyhledávají nové investiční příležitosti s vidinou vyšších zisků. Nejvíce nových podniků vzniklo v Praze (45,22 %) a v Jihomoravském kraji (11,25 %). Ačkoli v roce 2014 vzniklo nejvíce nových podniků, nových podnikatelů bylo zaregistrováno nejméně za posledních devět let, konkrétně 62 000. Výše uvedené údaje nasvědčují tomu, že lidé dávají přednost podnikání v některé z právnických forem, namísto podnikání pouze na základě živnostenského listu. Podporuje to také skutečnost, že k založení společnosti s ručením omezeným je potřeba minimální kapitál 1 Kč. Živnostenské oprávnění vlastnilo k 31. 12. 2014 téměř 2 376 000 osob. Když se tedy podíváme na počet aktivních ekonomických subjektů, je zřejmé, že více jak 1 milion podnikatelů je v ČR neaktivních.

Na základě těchto informací a informací z předchozích let byl odhadnut vývoj počtu podniků v roce 2014. Jejich počet od roku 2008 meziročně rostl přibližně o 2,5 %. Pouze v roce 2012 vzrostl jen o 0,5 %. K poklesu celkového počtu ekonomicky aktivních podniků (nejen MSP) došlo jen v roce 2013, a to o 1,58 %. Protože však podle informací podnikatelé očekávají pozitivní vývoj ekonomiky, byl v roce

2014 odhadnut růst jejich počtu také o 0,5 %. Podíl MSP na celkovém počtu podniků byl pak určen na základě průměru podílů za jednotlivé sledované roky.

Tab. 4 Vývoj počtu aktivních MSP v ČR a jejich podílu na celkovém počtu aktivních podniků v %

Rok	Počet podniků	Podíl na celkovém počtu podniků v %
2008	1 035 521	99,83
2009	1 077 844	99,83
2010	1 106 908	99,84
2011	1 137 439	99,84
2012	1 143 218	99,85
2013	1 124 910	99,83
2014	1 128 000*	99,84*

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

\*odhad

#### 4.1.2 Podniky podle počtu zaměstnanců

Dalším důležitým ukazatelem je počet zaměstnanců. Podle počtu zaměstnanců jsou v následující kapitole rozděleny všechny podniky bez ohledu na jejich ekonomickou aktivitu. Do skupiny bez zaměstnanců jsou zahrnuty i ty podniky, které nehlásily počet zaměstnanců. Údaje za rok 2014 nebyly v době sekundárního výzkumu k dispozici. Protože ČSÚ považuje za kritérium dělení podniků pouze počet zaměstnanců, jedná se vlastně o dělení MSP s uvedením i podniků velkých. Je důležité upozornit, že v důsledku změny administrativního zdroje dat pro aktualizaci Registru ekonomických subjektů nejsou údaje za rok 2013 plně srovnatelné s předchozími roky.

Tab. 5 Rozdělení podniků dle počtu zaměstnanců

	0	1-5	6-19	20-249	250+
<b>2008</b>	2 264 051	192 939	60 059	32 890	2 210
<b>2009</b>	2 288 148	189 588	59 378	31 434	2 063
<b>2010</b>	2 359 471	188 060	57 328	30 529	2 163
<b>2011</b>	2 423 173	191 731	55 957	30 359	2 224
<b>2012</b>	2 444 857	197 403	54 383	28 872	2 139
<b>2013</b>	2 416 760	194 196	53 146	28 482	2 153

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Z tabulky je zřejmé, že nejvíce jsou v České republice zastoupeny podniky bez zaměstnanců. Jak bylo uvedeno výše, zahrnuty jsou zde i podniky ekonomicky neaktivní. U podniků se zaměstnanci lze logicky usuzovat, že jsou ve většině případů aktivní. Největší podíl neaktivních subjektů lze očekávat v kategorii bez zaměstnanců. Následující tabulka uvádí přibližné procento ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou v kategorii bez zaměstnanců.

Tab. 6 Procento podniků se zaznamenanou aktivitou v kategorii podniků bez zaměstnanců

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Procento podniků</b>	47	46,8	47,6	48,8	50,3	49,4

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Aktivita byla tedy u podniků bez zaměstnanců zjištěna ani ne u jejich poloviny. K jedinému poklesu v počtu podniků bez zaměstnanců došlo v roce 2013 o 1,1 %. Tento vývoj kopíruje také pokles počtu MSP. V kategoriích 6–19 a 20–249 docházelo ve sledovaném období pouze k poklesu. K největšímu poklesu v kategorii 6–19 zaměstnanců došlo v roce 2010. Může to být způsobeno například propouštěním zaměstnanců v důsledku ekonomické krize, která se zde projevila se zpožděním. Z tohoto důvodu se podnik dostal do kategorie s nižším počtem zaměstnanců. V kategorii 20–249 zaměstnanců nastal největší pokles v roce 2012, a to o 4,9 %. V tomto roce však došlo k nejvyššímu nárůstu ve skupině 1–5 zaměstnanců, o 3 %, což znamená, že část podniků mohla opravdu díky propouštění klesnout ze skupiny 6–19 do skupiny 1–5 zaměstnanců. Největší pokles ve skupině 250+ nastal v roce 2009 o 6,6 %, nejvíce se jejich počet zvýšil v následujícím roce 2010 o 4,8 %. Je možné, že v roce 2009 dopadla krize na největší podniky, které jsou více propojeny se zahraničím a situace je donutila snížit stavy, v roce 2010 pak mohlo dojít k opětovnému najmutí pracovníků, a tak k návratu do skupiny podniků 250+. Všechny výkyvy počtu podniků nelze samozřejmě vysvětlit propouštěním zaměstnanců, ale především ukončením jejich aktivity.

#### 4.1.3 Podniky dle převažující činnosti

Dalším důležitým ukazatelem je odvětví, ve kterém podnik působí. Následující tabulka zobrazuje dělení podniků dle odvětví nehledě na jejich ekonomickou aktivitu. Metodika je shodná s předcházející kapitolou. Protože do tabulky nebudou zahrnuty podniky z kategorie 250+, lze následující tabulku považovat za členění MSP dle odvětví, respektive dle sekcí Klasifikace ekonomických činností CZ-NACE, která od 1. 1. 2008 nahradila předtím používanou Odvětvovou klasifikaci ekonomických činností (OKEČ).

V tabulce je uvedeno sedm sekcí CZ-NACE s největším počtem podniků. Zajímavé je, že toto pořadí se během sledovaných let nezměnilo. Do první desítky činností v roce 2013 patří kromě uvedených činností také Peněžnictví a pojišťovnictví, které se v předchozích letech v první desítce nenacházelo. Je to pravděpodobně způsobeno změnou zákona o spotřebitelském úvěru, který nařizuje poskytovatelům úvěrů zřídit živnost k tomu určenou. Devátou nejpočetnější skupinou bylo Zemědělství, lesnictví a rybářství a desátou Jinam nezařazené činnosti. Pomineme-li zavedení povinnosti vlastnictví zvláštního živnostenského oprávnění pro poskytování spotřebitelských úvěrů, dostane se do první desítky činností také Doprava a skladování. Opět je nutno upozornit na neúplnou srovnatelnost roku 2013.

Tab. 7 Členění MSP podle CZ-NACE

	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	Profesní, vědecké a technické činnosti	Stavebnictví	Zpracovatelský průmysl	Ostatní činnosti	Činnosti v oblasti nemovitostí	Ubytování, stravování a pohostinství
<b>2008</b>	669 726	315 865	299 275	299 552	160 577	128 648	125 031
<b>2009</b>	666 011	321 189	313 285	304 256	170 467	137 845	132 178
<b>2010</b>	668 928	335 594	322 233	307 644	178 923	146 294	136 830
<b>2011</b>	668 746	338 085	327 284	312 756	187 753	152 330	140 646
<b>2012</b>	662 873	336 077	329 068	308 287	194 997	154 614	142 079
<b>2013</b>	598 442	324 015	310 797	291 360	198 592	152 124	138 518

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Nejpočetnější sekcí CZ-NACE je Velkoobchod a maloobchod a opravy a údržba motorových vozidel. Český statistický úřad velkoobchodem a maloobchodem rozumí nákup a prodej jakéhokoliv druhu zboží bez dalšího zpracování a také poskytování služeb souvisejících s prodejem zboží. Za pojmem opravy a údržba motorových vozidel se skrývají všechny činnosti související s obchodem a opravami motorových vozidel a motocyklů. Vzhledem k širokému pokrytí činností není překvapením, že je tato sekce tou nejpočetnější. Druhou nejrozšířenější sekcí jsou Profesní, vědecké a technické činnosti, do kterých se řadí právní a účetnické činnosti, činnosti vedení podniků, poradenství v oblasti řízení, architektonické a inženýrské činnosti, technické zkoušky a analýzy, výzkum a vývoj, reklama a průzkum trhu, ostatní profesní, vědecké a technické činnosti a činnost veterinární. Do sekce Ostatní činnosti se řadí činnosti organizací sdružujících osoby za účelem prosazování společných zájmů, opravy počítačů a výrobků pro osobní potřebu, převážně pro domácnost a poskytování ostatních osobních služeb.

K největšímu poklesu mezi všemi sekcemi došlo v roce 2013 u sekce Velkoobchod a maloobchod, a to o 10 %. Může to být způsobeno útlumem v ekonomice, který byl v tomto roce, jako přetrvávající důsledek ekonomické krize, zaznamenán. Lidé stále odkládali své nákupy a šetřili, což se mohlo negativně projevit na fungování obchodů a jejich následném zániku. Naopak k největšímu nárůstu došlo v roce 2009 v sekci s názvem Činnosti v oblasti nemovitostí, konkrétně o 7 %. Může se jednat o důsledek situace na trhu nemovitostí, který byl v roce 2008 až do podzimu na svém vrcholu, ceny nemovitostí byly vysoké, což přilákalo nové makléře. Situace se však v poslední čtvrtině roku zhoršila a ceny šly rapidně dolů. Nastala situace se ovšem neprojevila na poklesu počtu podniků v této sekci. Ten rostl, avšak pomalejším tempem až do roku 2013, kdy došlo k poklesu oproti předchozímu roku 2012 o 3 %. V sektoru Stavebnictví nastal největší růst ve stejném ob-

dobí, jak tomu bylo v sektoru Nemovitostí. Příčiny zde mohou být obdobné, a to růst trhu s nemovitostmi.

V posledním sledovaném roce došlo k poklesu ve všech uvedených sekcích, až na sekci Ostatní činnosti, ve které však nedošlo k poklesu v žádném z období. Pravděpodobně je to díky tomu, že se v sekci nachází různorodé činnosti, a tak pokles u jedné z činností může kompenzovat růst jiné.

#### 4.1.4 Vývoj zaměstnanosti a její struktura

Malé a střední podniky tvoří v průměru 99,84 % všech podniků u nás. Otázkou však zůstává, jak velkým jsou tvůrcem pracovních míst. Ačkoli již bylo uvedeno, jak jsou MSP rozděleny do skupin podle počtu zaměstnanců, o skutečné zaměstnanosti mluvit nelze, jelikož jsou jednotlivé kategorie, do kterých se podniky řadí, poměrně široké. Následující tabulka tedy zachycuje, jak se MSP doopravdy podílí na zaměstnanosti.

Tab. 8 Vývoj zaměstnanosti v MSP

Rok	Počet zaměstnanců	Podíl na celkové zaměstnanosti v %
2008	2 011 000	60,93
2009	1 893 000	61,14
2010	1 833 000	60,58
2011	1 820 000	59,91
2012	1 875 000	61,74
2013	1 782 000	59,96

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

Malé a střední podniky se na zaměstnanosti podílí průměrně z 60,71 %. Tento podíl se ve sledovaném období vychyloval pouze mírně. Výkyvy v počtu zaměstnanců MSP byly však větší. K největšímu snížení počtu zaměstnanců došlo v roce 2009, a to o 5,87 %. Když tuto hodnotu srovnáme s celkovým počtem MSP, zjistíme, že v roce 2009 vzrostl počet podniků o 4,09 % oproti roku 2008. Ke krachu podniků tedy pravděpodobně docházelo, ale ne v takovém rozsahu, jak by se dle počtu propuštěných zaměstnanců mohlo na první pohled zdát. Podniky se pravděpodobně snažily v období krize na trhu udržet, ale byly nuceny snížit své náklady, což velmi často vedlo k propouštění zaměstnanců. Někteří z propuštěných zaměstnanců se poté mohli rozhodnout pro vlastní podnikání, což se alespoň částečně mohlo podepsat na počtu nově vzniklých podniků. K největšímu propouštění došlo v tomto roce podle ČSÚ v kategorii podniků se 100–249 zaměstnanci. Zde bylo propuštěno 6,8 % zaměstnanců. Pouze o 0,1 procentního bodu méně bylo propuštěno v kategorii 50–99 zaměstnanců, což podporuje domněnku o snižování nákladů v období krize – u velkých podniků tvoří obvykle osobní náklady značnou část nákladů. K růstu počtu zaměstnanců došlo pouze u skupiny podniků s 1–9 zaměstnanci, o 1,7 %.

Ke snižování počtu zaměstnanců docházelo téměř ve všech sledovaných obdobích. K meziročnímu nárůstu došlo pouze v roce 2012, a to o 3,02 %. V roce 2015 podniky očekávají růst zaměstnanosti.

Malé a střední podniky zaměstnávaly v roce 2013 nejvíce zaměstnanců v absolutní hodnotě v sekci Zpracovatelský průmysl, což představuje 49,93 % všech zaměstnanců. Na dalších místech v počtu zaměstnanců se nachází sekce Velkoobchod a maloobchod, Vzdělávání a Stavebnictví. Naopak nejméně zaměstnanců je v sekcích Těžba a dobývání, Výroba a rozvod elektřiny a Peněžnictví a pojišťovnictví. V celorepublikovém měřítku má nejvíce zaměstnanců také sekce Zpracovatelského průmyslu a Velkoobchodu a maloobchodu. Na třetím místě je pak Veřejná správa a obrana. Naopak nejméně obyvatel pracuje ve Výrobě a rozvodech elektřiny, Těžbě a dobývání a Ostatních činnostech.

Nejvíce se MSP podílely na zaměstnanosti v sekci Činnosti v oblasti nemovitostí, kde zaměstnávaly 98,1 % všech zaměstnanců v této sekci v zemi. Dále se pak významně podílely na zaměstnanosti v Zemědělství, lesnictví a rybářství, a to 90 % a v Ubytování, stravování a pohostinství, konkrétně 86,5 %. Naopak nejméně se podílí na zaměstnanosti v sekcích Těžba a dobývání – 14,6 %, Veřejná správa a obrana – 22,8 %, Peněžnictví a pojišťovnictví – 24,7 % a Doprava a skladování – 40,44 %. V ostatních sekcích MSP zaměstnávají vždy alespoň 40 % všech zaměstnanců.

#### 4.1.5 Vývoj mzdových nákladů a průměrné mzdy

Malé a střední podniky se ve sledovaném období podílely na celkových mzdových nákladech více než polovinou. Průměrně se jednalo o 54 % mzdových nákladů.

Tab. 9 Vývoj mzdových nákladů v mil. Kč

Rok	MSP	Všechny podniky
2008	473 298	883 774
2009	463 711	839 512
2010	457 790	841 655
2011	462 909	867 201
2012	484 485	885 306
2013	456 399	863 530

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

Malé a střední podniky však v průměru zaměstnávají více než 60 % zaměstnanců. Je tedy zřejmé, že jim nabízí nižší průměrné mzdy než podniky velké. Vývoj průměrných mezd v sektoru MSP a celkových průměrných mezd na trhu práce zachycuje tabulka níže. Výše mezd byla počítána na základě mzdových nákladů a počtu zaměstnanců uvedených výše.



Tab. 10 Vývoj průměrných mezd v ČR

<b>Rok</b>	<b>MSP</b>	<b>Všechny podniky</b>
2008	19 613	22 318
2009	20 413	22 597
2010	20 812	23 178
2011	21 195	23 788
2012	21 533	24 292
2013	21 343	24 213

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

Mzda u malých a středních podniků byla ve sledovaném období v průměru o 11 % nižší, než byl celkový podnikový průměr. Největší rozdíl byl zaznamenán v roce 2008, kdy se mzdy lišily o 12,12 %. Naopak nejvíce se výše mezd přiblížila v roce 2009, kdy se lišily o 9,67 % a kdy došlo k nejvyššímu meziročnímu nárůstu mezd u MSP, a to o 4,08 %. Celková průměrná mzda v tomto roce vzrostla pouze o 1,25 %, což byl nejnižší kladný nárůst ve sledovaném období. V roce 2009 došlo k nejvyššímu snížení počtu zaměstnanců ve sledovaném období 2008–2013 o 5,87 %. Podniky tedy výrazněji snížily počet svých zaměstnanců a uspořily tak na mzdových nákladech. Avšak zaměstnancům, kteří v podniku zůstali, mzdy zvýšily, ale tak, aby byla celková úspora mzdových nákladů propuštěných zaměstnanců vyšší než částka, o kterou se zvýšila průměrná mzda stávajících zaměstnanců.

K poklesu průměrné mzdy v obou skupinách došlo pouze v roce 2013. V sektoru MSP klesla o 0,88 % a celkově o 0,33 %. V tomto roce, jako jediném ve sledovaném období, došlo ke snížení počtu MSP o 1,06 %. Došlo také ke druhém nejvyššímu snížení počtu zaměstnanců MSP, a to o 4,96 %. Počet podniků se snížil nejen v kategorii MSP, ale i celkově. Z uvedených čísel je tedy zřejmé, že tento rok nebyl pro podnikatele, ani zaměstnance příznivý. Je nutné si uvědomit, že průměrné hodnoty nezachycují odvětvové rozdíly, které jsou mnohdy velmi markantní.

Údaje za roky 2014 a 2015 nebyly zveřejněny. Podle ekonomického serveru České tiskové kanceláře (ČTK) Finančních novin (2014) však na konci roku 2014 plánovalo zvýšit v následujícím roce mzdy svým zaměstnancům téměř 43 % podniků. Na konci roku 2013 to plánovalo jen necelých 16,5 % zaměstnavatelů. Snižovat mzdy v roce 2014 chtělo 7 %. Z uvedených čísel lze předpokládat, že průměrné mzdy v roce 2014 mírně rostly. Zachovat mzdy v roce 2015 plánovalo na konci roku 2014 zhruba 44 % a snižovat chtělo jen necelých 5 %. Zvyšovat mzdy se chystají nejčastěji podniky ve zpracovatelském průmyslu (61 % z nich). Stejně plánují také ve stavitelství a osobních službách. Mezi velkými podniky chystá zvýšení platů 76 % z nich, v loňském průzkumu to bylo 56 %. Přibylo také MSP s plánem přidat zaměstnancům. Podle průzkumu by mzdy měly růst v průměru o 2 – 3 %, což je, mimo jiné, důsledkem očekávání dalšího pokračování hospodářského růstu.

#### 4.1.6 Podíl na HDP a tvorba přidané hodnoty

Ve Zprávě o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře je uvedeno, že podíl na hrubém domácím produktu není v současné době ČSÚ sestavován ve velikostním členění, tudíž není ve zprávě uveden podíl MSP na HDP. Přesné údaje byly nalezeny pouze pro starší období. V letech 2003–2010 generovaly MSP podle ČSÚ třetinu nominálního HDP, resp. 36,5 % hrubé přidané hodnoty vytvořené v české ekonomice. Tento poměr byl nižší v letech 2009 a 2010 tj. 32,1 % a 32,6 % HDP.

Všeobecně je uváděno, že se MSP podílí na třetině HDP.

Ukazatel účetní přidané hodnoty byl na rozdíl od tvorby HDP sledován v celém období. Spolu s ním byl sledován také ukazatel výkonů. Vývoj obou ukazatelů znázorňuje tabulka níže.

Výkony i přidaná hodnota se vyvíjely stejným směrem. K poklesu u obou ukazatelů došlo v roce 2009, kdy přidaná hodnota klesla o 6,96 % a výkony o 11 %. Jak již bylo uvedeno výše, tento rok byl pro podniky typický propouštěním zaměstnanců, což se zřejmě podepsalo i na velikosti výkonů a tvorbě přidané hodnoty. Od roku 2009 docházelo ke každoročnímu meziročnímu nárůstu přidané hodnoty v průměru o 3,38 % a výkonů o 2,55 %. Je zřejmé, že přidaná hodnota podniku se neodvíjí jen od výše výkonů podniku, ale podílí se na ní i jiné ukazatele (např. know-how apod.). V průměru MSP tvoří 54,62 % přidané hodnoty a 51,18 % výkonů v celé ekonomice.

Na tvorbě přidané hodnoty MSP se v roce 2013 nejvíce podílel sektor průmyslu, kde došlo k meziročnímu nárůstu o 1,5 %. Výkony v průmyslu v tomtéž roce vzrostly o 11,5 %. V tomto sektoru došlo v roce 2013 ke snížení počtu zaměstnanců a investic. K poklesu naopak došlo v sektoru stavebnictví, zde výkony v roce 2013 klesly oproti roku 2012 o 28 619 mil. Kč, tj. o 5,7 % a přidaná hodnota o 4,5 %. Klesal také počet podniků v této oblasti, zaměstnanců, investic i průměrná mzda. K poklesu výkonů i přidané hodnoty došlo i v sektoru obchodu. Zde výkony zaznamenaly pokles o 3,3 % a přidaná hodnota o 0,6 %. Lépe na tom byla oblast tržních služeb, kde přidaná hodnota vzrostla o 2,7 %, avšak výkony poklesly o 0,8 %.

V roce 2015 očekává oživení svého podnikání podle Finančních novin (2015) necelá třetina českých malých a středních podniků. Většina z nich (62 %) očekává jeho stagnaci.

Tab. 11 Vývoj účetní přidané hodnoty a výkonů v mil. Kč

Rok	Přidaná hodnota MSP	Podíl na celku v %	Výkony MSP	Podíl na celku v %
2008	1 315 310	54,57	4 385 195	51,53
2009	1 223 803	53,99	3 902 932	52,76
2010	1 314 831	54,23	4 103 537	51,74
2011	1 344 581	54,02	4 151 379	49,66
2012	1 395 128	56,14	4 218 203	50,01
2013	1 396 068	54,79	4 314 975	51,35

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva průmyslu a obchodu ČR

#### 4.1.7 Ostatní ukazatele

Důležité nejen pro rozvoj malých a středních podniků jsou **investice**. Ty dosáhly v roce 2013 u MSP hodnoty 312 385 mil. Kč, což je o 31 738 mil. Kč méně než v roce 2012. Podíl investic malých a středních podniků na celkových investicích v ČR v roce 2013 dosáhl 55,2 %, což představuje pokles oproti roku 2012 o 1,3 procentního bodu. V roce 2012 investovaly MSP oproti roku 2011 méně o 2,56 %. K poklesu došlo také v roce 2011. Podle Finančních novin (2015) bude ČR v roce 2015 zajímavým místem pro investory, a to především díky plánovanému navyšování investic do sektoru malých a středních podniků (ČR je na 6. místě v Evropě v oblasti růstu investic do MSP). Investice do svého podnikání chce navyšovat dokonce 32 % podniků.

Posledním analyzovaným ukazatelem je **zahraniční obchod**. Malé a střední podniky se v roce 2013 podílely na celkovém dovozu 58,4 %, v roce 2012 byl tento podíl vyšší, a to 59,88 %. Na celkovém vývozu se podílely 53,6 % v roce 2013 a 53,51 % v roce 2012. V absolutní hodnotě dosahuje vývoz i dovoz malých a středních podniků v letech 2011 – 2013 nepřetržitý nárůst. V roce 2013 došlo k meziročnímu zvýšení vývozu MSP o 4,7 % a dovozu o 2,1 %.

## 4.2 Vývoj makroekonomických ukazatelů na území Jihomoravského kraje

Nyní bude srovnána situace mezi MSP v celorepublikovém měřítku se situací v Jihomoravském kraji. Srovnáno bude pouze několik vybraných ukazatelů.

### 4.2.1 Vývoj počtu MSP

Jihomoravský kraj je z hlediska počtu MSP na třetím místě v republice. Více malých a středních podniků má už jen Hlavní město Praha a Středočeský kraj. Čtvrté místo zaujímá Moravskoslezský kraj a první pětiku uzavírá Ústecký kraj.

Údaje v tabulce níže zahrnují také ekonomicky neaktivní podniky. Jak již bylo uvedeno v kapitole výše, neaktivní subjekty lze očekávat převážně v kategorii bez

zaměstnanců, kde je celorepublikově ekonomicky aktivní necelá polovina podniků. U zbylých kategorií lze očekávat naopak většinu podniků ekonomicky aktivních.

Podíl MSP v Jihomoravském kraji na celkovém počtu MSP v ČR byl ve sledovaném období poměrně stabilní, a to 10,8 %. Stejně tak podíl MSP na celkovém počtu podniků v kraji se velmi nezměnil. Celkově je však podíl MSP v Jihomoravském kraji o 0,08 procentního bodu vyšší než je republikový průměr.

Celkový počet MSP v kraji nekopíroval celorepublikovou situaci ve všech obdobích. V roce 2009 došlo k poklesu o 0,57 %, v republice však došlo k růstu počtu podniků o 0,73 %. Naopak v roce 2014 došlo v ČR k poklesu o 1,21 % a v kraji počet vzrostl o 0,41 %.

Tab. 12 Vývoj počtu podniků v Jihomoravském kraji podle počtu zaměstnanců a podíl MSP v %

	0	1-5	6-19	20-249	250+	Celkem MSP	Podíl MSP
<b>2008</b>	242 863	22 423	7 416	3 832	249	276 534	99,91
<b>2009</b>	241 535	22 598	7 248	3 580	228	274 961	99,92
<b>2010</b>	250 155	22 189	7 133	3 487	238	282 964	99,92
<b>2011</b>	258 085	22 414	6 942	3 490	231	290 931	99,92
<b>2012</b>	261 174	22 918	6 703	3 303	210	294 098	99,93
<b>2013</b>	263 103	22 402	6 529	3 271	218	295 305	99,93
<b>2014</b>	x	x	x	x	x	299 984	x

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Ačkoli se počty podniků v jednotlivých kategoriích nevyvíjely vždy shodným směrem s celorepublikovým průměrem, jako celek lze vývoj považovat za obdobný. Pokud spočítáme průměrné změny v jednotlivých kategoriích a letech, nenalezneme v celorepublikových a krajských hodnotách diametrální rozdíl.

Za rok 2014 je známý konečný počet MSP, ale nikoli jejich členění. Ačkoli by bylo možné provést odhad dle průměrných hodnot, nebylo tak učiněno z důvodu nepředvídatelnosti vývoje v konkrétních kategoriích, který se často liší od celorepublikové situace. Přesné údaje za rok 2015 nebyly dosud známy, ale lze očekávat obdobný vývoj, jako byl uveden v kapitole 4.1.1. *Vývoj počtu MSP*. Opět je důležité upozornit, že v důsledku změny administrativního zdroje dat pro aktualizaci RES nejsou údaje za rok 2013 plně srovnatelné s předchozími roky.

#### 4.2.2 Podniky dle převažující činnosti

Vývoj počtu MSP podle CZ-NACE se od toho celorepublikového odlišuje. Zatímco v ČR se pořadí prvních sedmi sekcí ve sledovaném období neměnilo, v kraji ano, a to hned několikrát. Nejprve je však nutné upozornit, že ČSÚ nezahrnul do statistik Jihomoravského kraje sekci Ostatní činnosti (pouze v roce 2008, kdy zaujímala 8. místo). Pro rok 2008 existují jen údaje zahrnující také podniky s více než 250 zaměstnanci. Těchto podniků se však v kraji nenachází mnoho, proto byly zahrnuty do tabulky, jelikož nedochází k až takovému zkreslení informací. Tento fakt

by se na pořadí sekcí neměl podepsat. Avšak srovnatelnost počtu podniků s ostatními roky již není zcela zachována.

Rozdíl v zaměření podniků je zřejmý už na prvních třech pozicích. V ČR se na třetím místě nachází Stavebnictví, kdežto v kraji Průmysl. Do skupiny Průmyslu patří sekce Těžba a dobývání, Zpracovatelský průmysl, Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu a sekce Zásobování vodou a činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi. Z více než 95 % skupinu tvoří sekce Zpracovatelský průmysl (údaj z roku 2008, dále již ČSÚ sekci Průmysl slučoval). Jihomoravský kraj se dlouhodobě nachází v první pětici krajů s největším zastoupením zpracovatelského průmyslu u nás. Proto není překvapením, že se tato skutečnost projevila také na pořadí sekcí.

Tab. 13 Členění MSP v Jihomoravském kraji dle CZ-NACE

	Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	Profesní, vědecké a technické činnosti	Průmysl celkem	Stavebnictví	Činnosti v oblasti nemovitostí	Ubytování, stravování a pohostinství	Zemědělství, lesnictví a rybnářství
<b>2008*</b>	68 765	40 566	37 640	32 546	11 047	12 122	17 541
<b>2009</b>	67 530	40 169	38 116	33 741	11 957	12 730	9 724
<b>2010</b>	66 889	41 348	39 496	34 932	13 035	13 146	10 924
<b>2011</b>	66 011	41 007	40 259	35 461	13 768	13 570	12 273
<b>2012</b>	65 498	40 029	39 627	35 871	14 247	13 793	12 708
<b>2013</b>	61 573	38 679	38 612	35 318	14 699	13 677	12 411

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

\*Zahrnuty také podniky s více než 250 zaměstnanci.

Pořadí si v průběhu let zaměnila sekce Činnosti v oblasti nemovitostí se sekcí Ubytování, stravování a pohostinství. Rozdíl v počtech podniků však není markantní. Naopak k velkému poklesu počtu podniků došlo v zemědělství. Vysoký počet podniků v zemědělství v roce 2008 není způsoben zahrnutím podniků 250+ (těch bylo v kraji nejvýše 5, v roce 2013 např. pouze 1). V roce 2009 klesl počet podniků v zemědělství o 44,5 %. K velkému poklesu podniků došlo také v celorepublikovém měřítku, a to o 36,5 %. Jihomoravský kraj zaujímá druhé místo ve sklizni hlavních zemědělských plodin (před ním je Středočeský kraj), proto se na něm krize v zemědělství podepsala více než v průměru na celé republice.

Jak již bylo mnohokrát uvedeno, v roce 2009 postihla ČR hospodářská recese a tento rok byl z hlediska ekonomického růstu nejhorší od roku 1993. Stejná situace nastala i v zemědělství. Vývoj cen zemědělských výrobců byl velmi nepříznivý. Došlo k meziročnímu poklesu cen v průměru o 24,8%, což představuje největší

pokles zaznamenaný od roku 1993. Navíc ceny vstupů klesaly pomaleji než ceny výstupů, což se na zemědělských podnicích velmi negativně podepsalo.

V roce 2013 by se na 5. místě umístilo Peněžnictví a pojišťovnictví, pravděpodobně ze stejných důvodů, jako v celé ČR.

#### 4.2.3 Vývoj zaměstnanosti a její struktura

Údaje o počtech zaměstnanců v MSP v Jihomoravském kraji bohužel ČSÚ nezveřejňuje. Dostupné jsou pouze údaje za všechny podniky v kraji. Následující tabulka tedy zachycuje vývoj zaměstnanosti nehledě na počet zaměstnanců podniku, aby bylo možné srovnat alespoň situaci v kraji vzhledem k celkové situaci v zemi.

Tab. 14 Vývoj zaměstnanosti v Jihomoravském kraji

Rok	Počet zaměstnanců	Počet zaměstnanců v ČR	Podíl na celkové zaměstnanosti v ČR v %
2008	537 000	5 002 500	10,73
2009	529 700	4 934 300	10,74
2010	531 800	4 885 200	10,89
2011	533 700	4 872 400	10,95
2012	537 700	4 890 100	11,00
2013	556 400	4 937 100	11,23

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

V krizovém roce 2009 došlo k poklesu na stejné úrovni jako v celé ČR, a to o 1,36 %. V dalších letech, kdy v ČR docházelo k propouštění, na tom byl Jihomoravský kraj lépe, zde se počet zaměstnanců mírně zvyšoval. Zvyšoval se také podíl na celkové zaměstnanosti v ČR, mezi léty 2008–2013 vzrostl o 0,53 procentního bodu. V průměru bylo v Jihomoravském kraji zaměstnáno 10,93 % pracovníků.

Nejvíce osob pracovalo, stejně jako v ČR, v sekcích Zpracovatelský průmysl a Velkoobchod a maloobchod. Na třetím místě došlo ke změně a Veřejnou správu a obranu nahradilo Stavebnictví. Na posledních třech místech došlo taktéž pouze k jedné změně – Ostatní činnosti nahradily v kraji Činnosti v oblasti nemovitostí, v poslední trojici u obou skupin zůstala Těžba a dobývání a Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu.

Největší podíl na celorepublikové zaměstnanosti představuje sekce Ostatní služby, kde pracuje 32,98 % obyvatel z celkového počtu zaměstnanců v této sekci. Může to být zapříčiněno tím, že se v kraji nachází druhé největší město ČR, Brno, kde má sídlo mnoho společností poskytujících služby. Druhý největší podíl zaměstnanců má sekce Peněžnictví a pojišťovnictví – 23 % a Informační a komunikační činnosti – 22,48 %. V zemědělství pracuje 15,85 % všech zaměstnanců v zemědělství v zemi. Naopak nejméně se na zaměstnávání kraj podílí v sekcích Činnosti v oblasti nemovitostí, Těžba a dobývání a Administrativní a podpůrné činnosti.

#### 4.2.4 Vývoj průměrných mezd

Data za MSP opět nebyla ČSÚ zpracována. Pro srovnání stavu budou uvedeny alespoň průměrné mzdy v Jihomoravském kraji nehledě na velikost podniku. Výše mezd je uvedena v Kč na fyzickou osobu, nikoli na přepočtený počet osob.

Tab. 15 Vývoj průměrných mezd v Jihomoravském kraji v Kč

Rok	Průměrná mzda v kraji	Pořadí v ČR	Průměrná mzda v ČR
2008	20 763	4.	21 931
2009	21 703	4.	22 663
2010	22 026	3.	23 123
2011	22 506	3.	23 634
2012	23 253	3.	24 245
2013	23 489	3.	24 164

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

V roce 2014 došlo v Jihomoravském kraji k nominálnímu (o 2,8 %) i reálnému růstu mzdy (o 2,4 %) a obhájil tak pozici kraje s 3. nejvyšší mzdou. Ve sledovaném období docházelo v Jihomoravském kraji vždy k meziročnímu růstu mzdy, a to v průměru o 2,5 %. K růstu průměrné mzdy došlo i v roce 2013, kdy v celorepublikovém průměru došlo k jejímu mírnému poklesu.

Umístění kraje na třetím místě v zemi může být zapříčiněno především zahrnutím Brna. Zde jsou mzdy v jiné výši než například na vesnicích. Proto je vhodné srovnat průměrnou výši mezd s jejich mediánem, ten byl v roce 2013 ve výši 22 044 Kč. Velký rozdíl je mezi nejčastější výší mezd mužů a žen. U žen byl medián mezd v roce 2013 ve výši 19 799 Kč a u mužů 23 882 Kč, což je o 4 083 Kč více (v ČR rozdíl činil 3 784 Kč).

Nejvíce si jak v kraji, tak v celé zemi, vydělali v průměru v roce 2013 zaměstnanci sekce Informační a komunikační činnosti. V kraji mají však mzdu o 4,8 % nižší, než činí celkový průměr 45 202 Kč. Druhou nejvyšší mzdu měli pracovníci Těžby a dobývání. Průměrná mzda 38 460 Kč byla dokonce tou nejvyšší ve všech krajích ČR a od průměru se lišila o 22,4 %, což představuje nejvyšší rozdíl mezi všemi sekcemi. Třetí nejvyšší mzdu měli lidé pracující v oblasti Peněžnictví a pojišťovnictví. V Jihomoravském kraji jsou na tom celorepublikově nejlépe také zaměstnanci sekcí Zásobování vodou a činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi a Stavebnictví.

Naopak nejhůře na tom byli v roce 2013 v kraji, ale i v celé zemi, zaměstnanci Ubytování, stravování a pohostinství, jejichž průměrná mzda v kraji činila 11 448 Kč, což bylo o 12,5 % méně, než představoval celkový průměr. Poslední trojici doplnila sekce Činnosti v oblasti nemovitostí a Administrativní a podpůrné činnosti. Nejvíce se však odlišovala průměrná mzda v sekci Peněžnictví a pojišťovnictví, kde byla o 23,2 % nižší než celorepublikový průměr.

#### 4.2.5 Podíl na HDP a tvorba přidané hodnoty

Podíl MSP na HDP není v Jihomoravském kraji, stejně jako v celé ČR, sledován. Bohužel není sledován ani podíl MSP na tvorbě přidané hodnoty, ale je sledována pouze tvorba přidané hodnoty všemi podniky.

Jihomoravský kraj se v roce 2013 podílel na celkovém HDP České republiky 10,9 %, čímž se dostal na třetí pozici. V roce 2013 vykazoval Jihomoravský kraj HDP na osobu ve výši 21 480 Kč, což představuje druhou nejvyšší hodnotu v ČR, nejvyšší HDP na osobu zaznamenal jen kraj Hlavní město Praha, a to 46 025 Kč. Třetí pozici zaujal Plzeňský kraj s HDP na osobu 20 272 Kč. V roce 2012 byly nominální hodnoty obou ukazatelů nižší, avšak podíl také, Jihomoravský kraj se podílel na tvorbě HDP 10,5 %, což však opět představovalo 3. místo v celorepublikovém pohledu. Stejně tak HDP na osobu bylo opět druhé nejvyšší v ČR.

Tab. 16 Hrubá přidaná hodnota v Jihomoravském kraji v mil. Kč

Rok	Přidaná hodnota	Podíl v ČR v %
2008	354 300	9,71
2009	351 534	9,89
2010	351 770	9,82
2011	377 685	10,39
2012	387 821	10,64
2013	399 296	x

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Největší růst hrubé přidané hodnoty (HPH) byl v Jihomoravském kraji zaznamenán v roce 2013, a to o 2,96 %. Novější údaje nebyly k dispozici, stejně tak data za ČR v roce 2013. Od roku 2011 také roste podíl Jihomoravského kraje na tvorbě přidané hodnoty v ČR.

V roce 2013 se na tvorbě HPH v Jihomoravském kraji nejvíce podílel průmysl, a to 29,3 %, což je o jeden procentní bod méně než v roce 2012. Druhým největším tvůrcem HPH byla skupina tvořená obchodem, dopravou, ubytováním a pohostinstvím a třetí pak skupina složená z veřejné správy, vzdělání, zdravotnické a sociální péče. Nejméně se na tvorbě podílely informační a komunikační činnosti, ostatní činnosti, peněžnictví a pojišťovnictví a také sektor zemědělství, lesnictví a rybníkářství, který vytvořil 2,9 % HPH, což je o 0,3 procentního bodu více než v roce 2012.

### 4.3 Vývoj makroekonomických ukazatelů na území ORP Hodonín

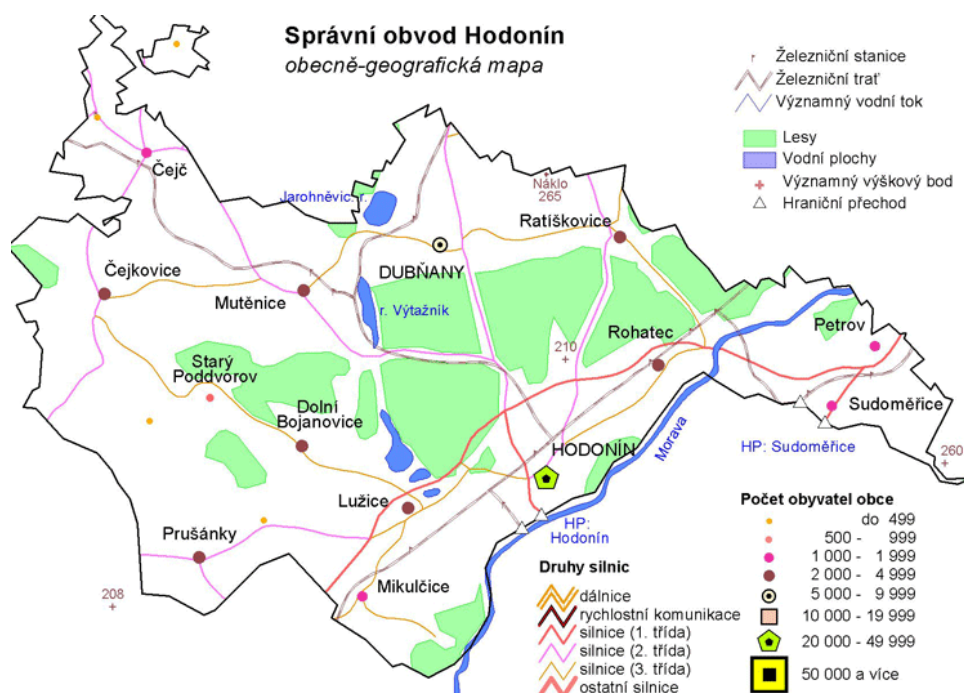
Primární výzkum, který bude analyzován v další části práce, je zaměřen na oblast obce s rozšířenou působností Hodonín (ORP Hodonín). Následující kapitola obsahuje informace o této oblasti a shrnuje také základní, nejen makroekonomické, ukazatele.



### 4.3.1 ORP Hodonín

Obec s rozšířenou působností Hodonín je součástí okresu Hodonín, pod který patří 82 obcí, z toho 8 obcí má statut města. Počtem obyvatel, čítajícím ve 3. čtvrtletí roku 2014 celkem 155 521 obyvatel, je okres Hodonín po brněnských okresech 3. největší v kraji. Přibližně 63 % z celkové plochy okresu tvoří zemědělská půda. Nejvyšší se nachází v nivě řeky Moravy. Okres leží v nejteplejší a nejsušší oblasti České republiky. Nejteplejší část okresu je reprezentována obcemi Strážnice a Hodonín s průměrnou roční teplotou 9,4 až 9,5°C. V okolí Hodonína se nachází významná ložiska lignitu a zásoby cihlářských surovin. Perspektivou okresu je větší využití minerálních vod k dalším léčebným účelům. V současné době jsou využívány pouze chlorido-jodidové vody v lázních Hodonín, které se v průběhu roku 2015 rozšíří také o denní lázně. Hodonínsko patří k územím s vysokou intenzitou zejména silniční dopravy. Okres přitahuje návštěvníky kulturními památkami, udržováním lidových tradic, zajímavými turistickými cestami a cyklostezkami. Symbol okresu představují vinice a vinné sklepy. Celý region je protkán vinařskými cyklistickými stezkami se zastaveními u nejpozoruhodnějších historických vinných sklepů. Okres Hodonín se bohužel nachází na předních místech v procentu nezaměstnanosti. V roce 2012 se stal 5. okresem s nejvyšší nezaměstnaností v ČR. Nezaměstnanost činila 13,9 %, zatímco průměr ČR činil 8,6 % (ČSÚ, 2015).

Pod ORP Hodonín spadá celkem 18 obcí, z čehož 2 obce mají statut města, a to Hodonín a Dubňany. Patří do něj tyto obce: Čejč, Čejkovice, Dolní Bojanovice, Dubňany, Hodonín, Josefov, Karlín, Lužice, Mikulčice, Mutěnice, Nový Poddvorov, Petrov, Prušánky, Ratíškovice, Rohatec, Starý Poddvorov, Sodoměřice a Terezín. Oblast splňuje definici venkovského regionu. Jedná se konkrétně o významně venkovský region s 26,42 % obyvateli žijícími ve venkovských obcích. Výpočet je k nahlédnutí v příloze D. K 1. 1. 2015 žilo v oblasti 61 064 obyvatel. Samotná ORP Hodonín se potýká s vysokou mírou nezaměstnanosti, která v roce 2011 činila 16,29 %. Novější údaje bohužel nebyly k dispozici.



Obr. 1 Oblast ORP Hodonín

Zdroj: Český statistický úřad

#### 4.3.2 Vývoj počtu MSP

Na začátku je nutno opět připomenout, že do skupiny bez zaměstnanců jsou zahrnuty i podniky, které svůj počet zaměstnanců neuvedly a že se jedná jak o ekonomicky aktivní, tak ekonomicky neaktivní podniky. ČSÚ zde opět poukazuje na nižší srovnatelnost roku 2013.

Tab. 17 Vývoj počtu MSP v ORP Hodonín

Rok	Počet MSP	Podíl na celkovém počtu podniků v ORP Hodonín v %	Podíl na celkovém počtu MSP v Jihomoravském kraji v %
2008	13 649	99,86	4,94
2009	13 003	99,89	4,73
2010	12 904	99,88	4,56
2011	12 983	99,87	4,46
2012	13 031	99,89	4,43
2013	12 805	99,90	4,34

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

Malé a střední podniky ORP Hodonín tvoří v průměru 4,58 % všech MSP v Jihomoravském kraji. Podíl MSP v ORP Hodonín na celkovém počtu podniků činil ve sledovaném období průměrně 99,88 %, což je o 0,04 procentního bodu méně než činí celkový podíl v zemi.

Od roku 2008 se počet MSP podniků v ORP Hodonín snížil o 6,18 %. K největšímu poklesu došlo v krizovém roce 2009, a to o 4,73 %. Krize se zde na počtu podniků podepsala mnohem více než v celém kraji nebo zemi. V Jihomoravském kraji klesl ve stejném roce počet podniků pouze o 0,57 % a v republice došlo k růstu počtu podniků o 0,73 %.

Tab. 18 Rozdělení podniků ORP Hodonín dle počtu zaměstnanců

	<b>0</b>	<b>1-9</b>	<b>10-49</b>	<b>50-249</b>	<b>250+</b>
<b>2008</b>	12 041	1 244	297	67	19
<b>2009</b>	11 405	1 228	309	61	14
<b>2010</b>	11 314	1 257	274	59	16
<b>2011</b>	11 489	1 170	264	60	17
<b>2012</b>	11 534	1 191	249	57	15
<b>2013</b>	11 382	1 130	242	51	13

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

K největšímu procentuálnímu poklesu počtu podniků došlo ve skupině 250+, zde počet podniků klesl od roku 2008 o 31,58 %, druhý největší pokles nastal ve skupině 50–249 zaměstnanců, kde se od roku 2008 snížil počet podniků o 23,88 %. Ve skupině bez zaměstnanců ubylo 5,47 % podniků.

Zaměříme-li se pouze na skupinu MSP, pak k největšímu poklesu došlo v roce 2010 ve skupině podniků s 10–49 zaměstnanci, a to o 11,33 %. Naopak k největšímu nárůstu došlo v roce 2009 ve skupině podniků s 10–49 zaměstnanci, o 4,04 %. V ostatních skupinách však v tomtéž roce došlo k poklesu. Mohly sem tedy spadnout i podniky, které měly dříve více než 49 zaměstnanců a byly donuceny propouštět, tato skupina poklesla v daném období o 8,96 %.

#### 4.3.3 Podniky dle převažující činnosti

Zařazení podniků podle převažující činnosti bohužel nebylo sledováno pouze pro MSP, avšak drtivou většinu podniků v ORP tvoří právě MSP, proto lze předpokládat, že zastoupení podniků v jednotlivých oblastech odpovídá přibližně také zastoupení MSP.

Nejpočetnější skupinu podniků tvoří ty podniky, které zastupují činnosti obchodu, ubytování, stravování a pohostinství. Jejich podíl se však ve sledovaném období snížil o 19,08 %. Naopak k nárůstu došlo ve stavebnictví, kde vzrostl podíl podniků o 9,3 %. Nejhůře dopadlo zemědělství, kde podíl klesl o 49 %. K největšímu poklesu došlo v roce 2009, kdy podíl meziročně poklesl o 55 %. Jak již bylo uvedeno výše, rok 2009 byl pro zemědělské podniky velmi kritický. Není tedy překvapením, že situace v ORP Hodonín byla nejspíš ještě horší než v Jihomoravském kraji jako celku, protože zemědělství je pro ORP Hodonín charakteristické.

Tab. 19 Podíl ekonomických subjektů ORP Hodonín podle vybraných odvětví ek. činnosti v %

	Zemědělství, lesnictví a rybařství	Průmysl celkem	Stavebnictví	Obchod, ubytování, stravování a pohostinství
<b>2008</b>	10,0	14,4	12,9	32,5
<b>2009</b>	4,5	14,9	14,1	32,9
<b>2010</b>	4,9	15,1	14,5	30,9
<b>2011</b>	5,3	14,9	14,3	29,8
<b>2012</b>	5,3	14,4	14,3	29,0
<b>2013</b>	5,1	13,9	14,1	26,3

Zdroj: Zpracováno na základě dat Českého statistického úřadu

#### 4.3.4 Průměrná mzda

Výše průměrných mezd v okrese Hodonín ani v ORP Hodonín není bohužel sledována. Poslední údaje byly nalezeny ze 17. 01. 2012, kdy byla mzda vypočítána na portálu Easyjobs.cz ze 106 záznamů inzerátů nabídek práce. Výše průměrné mzdy zde činila 15 318,80 Kč. V roce 2012 byla průměrná mzda v Jihomoravském kraji ve výši 23 253 Kč a v ČR 24 245 Kč. Rozdíl ve výši 7 934,2 Kč v kraji a 8 926,2 Kč v republice je markantní. I po srovnání s mediánem v kraji, který byl v roce 2012 ve výši 21 732 Kč, je rozdíl pořád velmi výrazný. Průměrná mzda vypočítaná tímto způsobem samozřejmě není plně srovnatelná s výše uvedenými ukazateli, ale vzhledem ke struktuře podniků v okrese je možné, že by se mzda v okrese vypočítaná stejným způsobem, jako mzdy v kraji a republice, opravdu od průměrné mzdy v kraji výrazně lišila.

#### 4.3.5 Ostatní ukazatele

V ORP Hodonín bohužel není sledováno mnoho makroekonomických ukazatelů. Ale aby byla představa o regionu přesnější, je vhodné uvést také některé demografické ukazatele, případně některé ekonomické ukazatele dokreslující obraz regionu.

Průměrný věk obyvatel ORP Hodonín byl v roce 2013 ve výši 41,9 let, v okrese Hodonín 40,2 let, v kraji 41,7 let a v celé ČR 41,5 let. Do ORP se ve sledovaném roce přistěhovalo 553 obyvatel a 605 se jich odstěhovalo, došlo tedy k úbytku 52 obyvatel. V roce 2012 jich ubylo 38. K největšímu úbytku došlo v roce 2010, kdy se odstěhovalo 214 obyvatel. K většímu odlivu obyvatel mohlo dojít v důsledku ekonomické krize, která oblast v roce 2009 silně zasáhla a došlo k zániku mnoha podniků, především zemědělských. K pravidelnému úbytku obyvatel dochází již od roku 2004. V roce 2013 bylo v ORP dokončeno 82 bytů. V průměru bylo na 1 000 obyvatel dokončeno 1,3 bytu, v ČR tento průměr činil 2,4 bytu. V roce 2013 se zvýšil po-

díl výstavby bytů vzhledem k rodinným domům. Oproti roku 2012 vzrostl o 28 procentních bodů na 79,3 %. Zvýšila se také průměrná plocha dokončeného bytu, a to o 18,6 m<sup>2</sup> na 95,5 m<sup>2</sup>. To odpovídá situaci v mnohých obcích, kde poptávka po nových stavebních místech několikrát převyšuje jejich nabídku, a tak mnohým zájemců nezbyvá, než koupit pozemek v méně atraktivní obci a nebo se spokojit s bytem. Avšak situace na trhu s byty je na tom v některých obcích podobně, jako ta na trhu s rodinnými domy.

#### 4.3.6 Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín

V roce 2011 se v ORP Hodonín nacházely 4 podniky spadající do kategorie zaměstnávající 200–249 zaměstnanců. Všechny čtyři podniky spadají do kategorie Stavebnictví a sídlí přímo v Hodoníně. Těžba písku potřebná k výrobě produktů pak probíhá ve Bzenci.

Tab. 20 Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 200–249 zaměstnanců

Společnost	Obec	Odvětví
DYAS, spol. s r.o.	Hodonín	Výroba dých a desek na bázi dřeva
DYAS.EU, a.s.	Hodonín	Výroba dých a desek na bázi dřeva
KM Beta a.s.	Hodonín	Výroba betonových výrobků pro stavební účely
TVARBET MORAVIA, a.s.	Hodonín	Výroba pálených zdicích materiálů, tašek, dlaždic a podobných výrobků

Zdroj: Mikroregion Hodonínsko, 2015.

Do kategorie MSP zaměstnávajících 100–199 osob spadalo v roce 2011 celkem 15 podniků. Tři z těchto podniků spadají do kategorie Stavebnictví, 3 do zemědělství, 5 podniků je výrobních a zbylé podniky spadají např. do kategorie vzdělávání či poskytování sociálních nebo komunálních služeb. Osm z těchto podniků sídlí v Hodoníně, to představuje 53,33 %. Tři podniky sídlí v Čejči. V dalších obcích již dva nebo více podniků této kategorie nesídlí.

V kategorii 50–99 zaměstnanců se nachází 36 podniků. Celkem 25 podniků sídlí v Hodoníně (69,44 %). Druhý největší počet podniků se nachází v Čejkovicích, a to 3.

Do kategorie největších zaměstnavatelů patří také podniky nad 249 zaměstnanců. Těch se v ORP nachází 15, z toho 7 podniků patří do kategorie s 500–999 zaměstnanci a zbylé pak do kategorie 250–499 zaměstnanců.

Kompletní seznam všech největších zaměstnavatelů v ORP Hodonín je k nalezení v příloze A.



## 5 Sběr a vyhodnocení primárních dat

V návaznosti na hlavní cíl práce – definování role MSP v rozvoji konkrétního venkovského regionu, bylo třeba oslovit subjekty, které podnikají v oblasti ORP Hodonín a zároveň splňují podmínky pro MSP a dále také subjekty, které nejsou MSP, ale jejich činnost ovlivňují a současně jsou jimi také ovlivňovány, a to zástupce obcí a hospodářské komory.

Pro získání primárních dat od těchto subjektů byly zvoleny dvě formy dotazování, a to dotazníkové šetření a strukturovaný rozhovor. Dotazníkové šetření bylo zvoleno především kvůli jeho schopnosti oslovit v krátkém čase velký počet podnikatelských subjektů a také proto, že zpracování a vyhodnocení dat z dotazníků je poměrně snadné. Strukturované rozhovory byly zahrnuty z důvodu získání více konkrétních informací o stavu analyzované situace jak od podnikatelských subjektů, tak od zastupitelů obce a hospodářské komory. Protože se jedná o dva odlišné typy dotazování, budou analyzovány odděleně, avšak závěry z nich vyvozované budou stavěny na obou typech dotazování. Na základě vyhodnocení všech těchto údajů bude definována role MSP v rozvoji venkovského regionu a poté budou formulovány návrhy a doporučení, které by mohly vést ke konkrétní podpoře MSP a tím též k rozvoji venkovských regionů.

### 5.1 Sběr a vyhodnocení dotazníkového šetření

Dotazník byl sestaven na základě teoretických poznatků, které byly nabyty studiem odborné literatury. Otázky byly formulovány tak, aby byly v souladu s cíli práce.

Pro tvorbu dotazníku byl použit software Umbrela, který byl vytvořen zaměstnanci Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně. Jeho distribuce probíhala elektronickou poštou. Hypertextový odkaz na dotazník byl odeslán spolu s průvodním dopisem, který obsahoval stručný popis problematiky a prosbu o jeho vyplnění. Dotazník byl odeslán pouze podnikatelským subjektům, které podle dostupných informací splňují podmínku pro MSP, tedy méně než 250 zaměstnanců a zároveň sídlí ve vesnicích ORP Hodonín. Nebyly tedy osloveny podniky, které sídlí ve městech. Kontakty na dotazované subjekty byly získány pomocí evropské databáze podnikatelských subjektů Amadeus a také prostřednictvím portálu Firmy.cz, jelikož v databázi Amadeus bylo uvedeno pouze malé množství kontaktů na menší podniky. Na portálu Firmy.cz byly podniky vyhledávány podle obce. Osloveny tedy byly všechny podniky, které na sebe uvedly, alespoň na jednom z jmenovaných portálů, kontakt. Před samotným zahájením elektronického dotazování byl proveden u třech malých a středních podniků tzv. pretest, který slouží k ověření toho, zda je formulace dotazníku pro respondenty srozumitelná a jeho obsah má vypovídací hodnotu.

Jelikož nebyly v rámci pretestu nalezeny významné nedostatky, bylo prostřednictvím emailu zahájeno oslovování společností.

### 5.1.1 Analýza primárních dat získaných z dotazníků

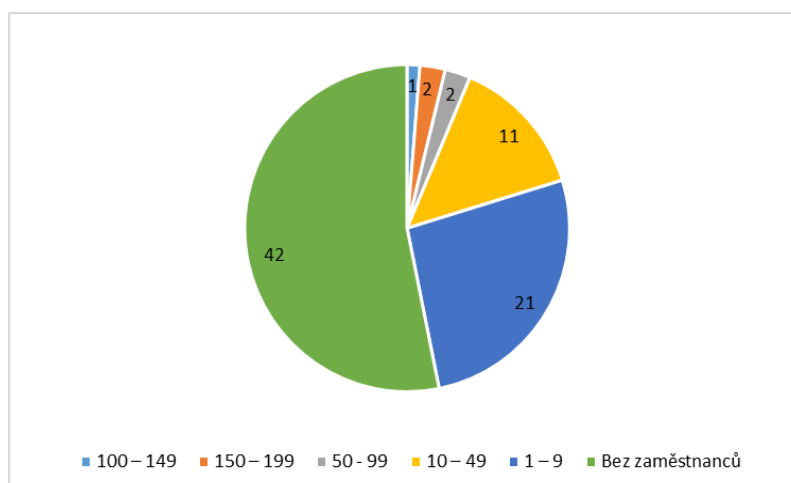
Prostřednictvím elektronické pošty bylo osloveno celkem 829 společností z šestnácti vesnic ORP Hodonín. Padesát pět emailových adres bylo bohužel nefunkčních. Doručeno tak bylo 774 emailů, z nichž se vrátilo 86 vyplněných dotazníků. Návratnost tak činila 11,11 %.

Jako první byla v dotazníku uvedena filtrovací otázka, která se ptala na to, zda podnik sídlí v ORP Hodonín, aby bylo zaručeno oslovení správné cílové skupiny. Celkem 3 respondenti odpověděli, že zde jejich podnik nesídlí, dotazování tak pro ně skončilo. Ze zbylých 83 dotazníků musely být z důvodu vysoké neúplnosti vyplnění a z toho vyplývající nízké vypovídací schopnosti další 4 dotazníky vyřazeny. I přesto byly ve zbylých 79 dotaznících ponechány i ty, které nebyly stoprocentně kompletní, a to z toho důvodu, že nebyla výrazně porušena jejich vypovídací schopnost a některé skutečnosti u nich mohly být i přes tento nedostatek analyzovány. Proto se u jednotlivých analýz může počet dotázaných subjektů lišit. Je tak učiněno z výše uvedených důvodů. Data získaná v dotaznících byla zpracována pomocí statistického softwaru Statistica a tabulkového procesoru Microsoft Excel.

Před samotnou analýzou informací týkajících se role MSP v rozvoji ORP Hodonín a také informací týkajících se podpory malých a středních podniků budou nejprve dotázané subjekty charakterizovány.

#### Základní charakteristika dotázaných MSP

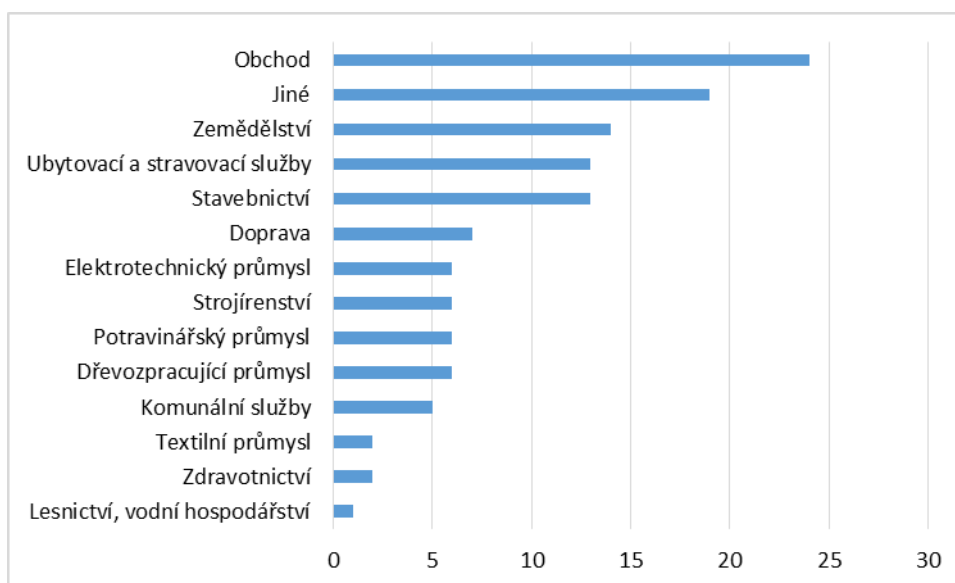
Z odpovědí na otázku „Kolik má Váš podnik zaměstnanců?“ bylo zjištěno, že více než polovina dotazovaných je řazena do kategorie bez zaměstnanců. Druhou nejpočetnější skupinou jsou pak podniky s 1–9 zaměstnanci. Naopak nejméně byla zastoupena skupina podniků se 100–149 zaměstnanci. Na dotazník neodpověděl žádný z podniků spadající do kategorie velkých podniků, což je zapříčiněno také pečlivým výběrem respondentů. Složení respondentů z hlediska počtu podniků pořadím jednotlivých kategorií odpovídá zastoupení MSP podniků v ORP Hodonín.



Obr. 2 Rozdělení podniků dle počtu zaměstnanců



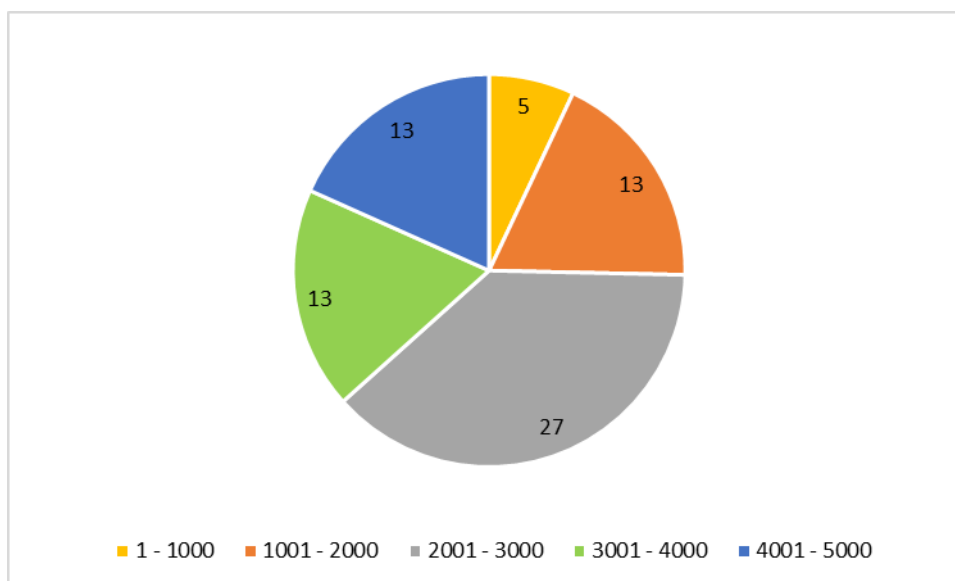
U respondentů bylo zjišťováno, v jakém odvětví jejich podnik působí. Některé podniky na základě svého uvážení uvedly odvětví více.



Obr. 3 Podniky dle odvětví působení

Nejvíce zastoupeným odvětvím se stal obchod, a to jak mezi dotazovanými, tak mezi všemi podniky v ORP Hodonín. V první pěti se dále umístila kategorie jiné. V ní je dle odpovědí respondentů zařazen například automobilový průmysl, vinařství, poskytování účetních služeb a daňového poradenství, design, dotační poradenství, energetický průmysl či realitní činnost a projektování pozemkových úprav. Na třetím místě se objevilo zemědělství, které se v ORP Hodonín nachází na místě čtvrtém. Ubytovací a stravovací služby zauímají čtvrté místo a rovněž patří do první pěti v ORP Hodonín. Pěti nejčastějších odvětví mezi respondenty uzavírá stavebnictví, které se v ORP Hodonín umístilo v roce 2013 na druhém místě. Prvních pět nejčastějších odvětví tak svou strukturou téměř odpovídá situaci v ORP Hodonín.

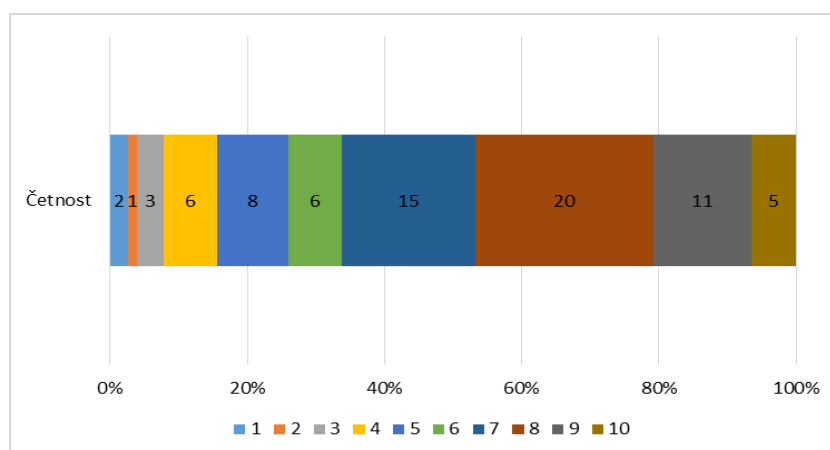
Respondenti byli dotázáni také na sídlo podniku. Sídlo bylo zjišťováno z toho důvodu, aby se mohla analyzovat situace také vzhledem k samotné obci. Na základě uvedených obcí byly pak podniky rozděleny do kategorií podle počtu obyvatel obcí, ve kterých mají sídlo. Zamezilo se tak situaci, kdy podnikatelé neznají přesný počet obyvatel obce, případně se jim jej nechce zjišťovat. Jednotlivé obce tak byly zařazeny vždy do stejné kategorie dle počtu obyvatel. Celkem 8 respondentů neuvědlo sídlo podniku, proto nejsou do analýz zaměřených na obec či počet obyvatel zařazeny.



Obr. 4 Podniky dle počtu obyvatel obce, ve které sídlí

Nejvíce podniků sídlí v obci s 2 001 – 3 000 obyvateli. Nejméně pak v obcích do 1 000 obyvatel. Stejně jsou zastoupeny podniky sídlící v obcích s 1 001 – 2 000, 3 001 – 4 000 a 4 001 – 5 000 obyvateli. Podniky mají sídla celkem ve 14 obcích, z nichž 3 mají do 1 000 obyvatel, 4 obce 1 001 – 2 000 obyvatel, 4 obce 2 001 – 3 000 obyvatel, 2 obce 3 001 – 4 000 obyvatel a jedna obec spadá do kategorie 4 001 – 5 000 obyvatel.

V závěru dotazníku byli zástupci MSP dotázáni na aktuální situaci v podniku. Na škále od 1 do 10 hodnotili, zda je na tom jejich podnik velmi špatně (1) nebo naopak výborně (10), to znamená, že se rozvíjí, přijímá nové zaměstnance apod. Nejčastěji volenou hodnotou byla hodnota 8, kterou označilo 20 podnikatelů. Jako nadprůměrnou (hodnota vyšší než 5) označilo situaci v podniku 74,03 % dotázaných. Celkové hodnocení situace je uvedeno níže.



Obr. 5 Hodnocení situace v podniku

V následující kapitole budou analyzovány jednotlivé otázky dotazníku týkající se především role MSP v rozvoji ORP Hodonín a také podpory malých a středních podniků.

### **Analýza odpovědí MSP sídlících v ORP Hodonín**

V úvodní části dotazníku, který je k nahlédnutí v příloze B, byly uvedeny charakteristiky, které popisují podnikání zejména ve venkovském regionu a podnikatelé měli označit, zda je považují právě za výhody či nevýhody podnikání ve venkovském regionu, případně, zda nedokážou tuto skutečnost posoudit.

Za největší výhodu podnikání ve venkovském regionu podnikatelé považují „práci doma“, tedy „absenci dojíždění za prací“. Tu za výhodu považuje 70 podnikatelů, což představuje 88,61 % dotázaných. Čtvrtou nejčastější odpovědí je „jste známý/známá mezi místními obyvateli“, což je vzhledem k všeobecně známé pověsti vesnic poměrně zajímavé a pozitivní zjištění. Avšak z rozhovorů vyplynulo, že ne vždy je tato skutečnost výhodou. Nejvíce podniků, které považují tuto možnost za výhodu, se nachází v kategorii obcí s 4 001 – 5 000 obyvateli. Zde pozitivně odpovědělo 92,3 % obyvatel. Druhou kategorií s 70,37 % pozitivních odpovědí jsou obce s 2 001 – 3 000 obyvateli. Stejně dopadly kategorie obcí s 1 001 – 2 000 a s 3 001 – 4 000 obyvateli, které obdržely 61,54 % pozitivních odpovědí. Nejhůře skončila kategorie obcí 1 – 1 000 obyvatel, zde známost mezi místními považuje za výhodu jen 40 % dotázaných. Zbýlých 60 % ji považuje za nevýhodu. Bylo také zjišťováno, zda to, jestli je známost mezi místními obyvateli považována za výhodu, souvisí se samotnou obcí, ve které podnik sídlí. Nejhůře opět dopadly obce do 1 000 obyvatel, kde se v obou pozitivně vyjádřila ani ne polovina dotázaných. Naopak v obci s 4 001 – 5 000 obyvateli se pozitivně vyjádřilo 92,3 % dotázaných. V jedné z obcí z kategorie 1 001 – 2 000 obyvatel tuto skutečnost považovalo za výhodu 50 % dotázaných. Ve zbytku obcí považovalo znalost mezi místními za výhodu již více než 50 % dotázaných. Z těchto výsledků se zdá, že v menších obcích je znalost mezi místními za výhodu považována méně než ve větších. Může tomu být z toho důvodu, že mezi méně obyvateli je činnost podnikatele více viditelná, než mezi více obyvateli a také se informace mezi méně obyvateli šíří rychleji, a to bohužel především ty méně pozitivní. Další odpovědi, které obdržely nejvíce označení „výhoda“, jsou uvedeny v tabulce níže.

Tab. 21 Největší výhody podnikání ve venkovském regionu

	Počet označení „výhoda“	Relativní četnost
Práce doma	70	88,61
Klidná a čistá příroda	65	82,28
Možnost rozšíření prostor k podnikání	59	74,68
Jste známý/známá mezi místními obyvateli	55	69,62
Možnost dlouhodobé spolupráce (po zahájení podnikání)	51	64,56

Za největší nevýhodu podnikání ve venkovském regionu byla označena „kupní síla obyvatel“. Za nevýhodu ji považuje 78,48 % dotázaných. Je to pravděpodobně způsobeno právě nižší průměrnou mzdou v okrese Hodonín. Na druhé pozici se objevila „byrokracie“, která by měla být stejná pro všechny podniky v republice. Je však možné, že právě MSP tuto zátěž vzhledem ke své velikosti vnímají mnohem více, a právě proto ji považují za nevýhodu podnikání ve venkovském regionu. Je však pravděpodobné, že by byrokracii mohly za nevýhodu podnikání považovat i MSP ve městech. Obdobně by na tom mohla být i možnost „výše daní a odvodů státu“. Mezi nevýhodami se objevila i často skloňovaná konkurence supermarketů a hypermarketů. Jak však vyplynulo z rozhovorů, ne každý podnik, je za svou konkurenci považuje. „Počet zakázek a příležitostí k odbytu“ je pravděpodobně spojen se slabou kupní silou obyvatel. Celou pětici nejčastěji uváděných nevýhod zachycuje tabulka níže.

Tab. 22 Největší nevýhody podnikání ve venkovském regionu

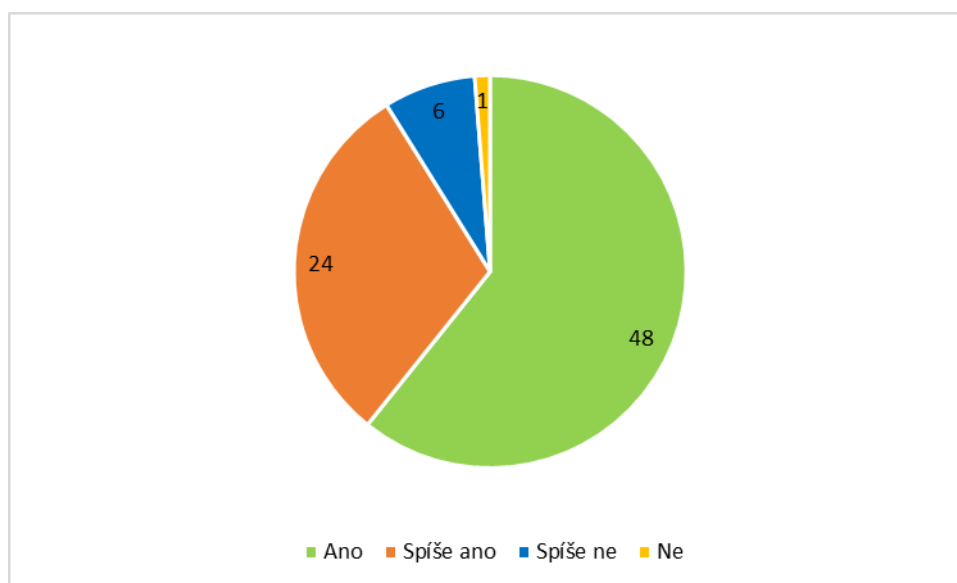
	Počet označení „nevýhoda“	Relativní četnost
Kupní síla obyvatel	62	78,48
Byrokracie	55	69,62
Konkurence supermarketů a obchodních řetězců	41	51,90
Výše daní a odvodů státu	38	48,10
Počet zakázek a příležitostí k odbytu	36	45,57

Mezi zajímavá zjištění také patří, že „cenu pronájmu prostor“ označilo za výhodu 46,84 % dotázaných a jako nevýhodu jen 22,32 %, zbytek dotázaných označilo možnost nevím. Pronájem obecních prostor je tedy pravděpodobně levnější než pronájem prostor ve městech. *Výši mezd* za výhodu považuje 43,04 % podnikatelů, naopak jako nevýhodu ji vnímá 32,91 % z nich. Zde se s největší pravděpodobností projevila právě velmi nízká průměrná mzda v okrese Hodonín, která je pro podnikatele vzhledem k úspoře nákladů výhodná. Z rozhovorů však vyplynulo, že

s nízkou průměrnou mzdou jsou spojeny také nevýhody nejen pro zaměstnance, ale také pro zaměstnavatele, protože lidé již některá povolání (především manuální bez nutnosti hlubších odborných znalostí) za nižší mzdy vykonávat nechtějí a zaměstnavatel je pak nucen shánět pracovníky v jiných regionech, nebo dokonce v jiných zemích.

V následující otázce měli podnikatelé možnost uvést výhody a nevýhody podnikání ve venkovském regionu, které nebyly v předchozím výčtu uvedeny, ale považují je za významné. Za další nevýhodu tak byl označen například nedostatek kvalifikovaných pracovníků, kdy jeden respondent uvedl, že pokud už seženou kvalifikovaného pracovníka, tak je nejčastěji z Brna a musí dojíždět, to znamená, že chce vyšší plat a později má větší tendenci k opuštění firmy. Tato problematika byla také často zmiňována v rozhovorech. Jako další nevýhoda podnikání ve venkovském regionu byla uvedena závist, málo zákazníků, nemožnost výsadby vinic, či velmi kontroverzní názor jednoho z dotazovaných, který tvrdí, že jsou stále ještě všude komunisté a jejich systémy. Zdůrazněna byla také nevýhoda v podobě byrokracie, kterou jeden z dotazovaných označil za katastrofální. Výčet výhod byl doplněn o menší provozní náklady, osobní kontakt, přehlednost prostředí a jméno firmy.

Další část dotazníku se již věnovala samotnému vlivu MSP na ORP Hodonín. Na otázku, „Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?“ odpovědělo 91,14 % respondentů kladně. MSP jsou si tedy své role vědomi.



Obr. 6 Odpověď na otázku: „Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?“

Poté byli dotázáni, na jaké konkrétní oblasti v obci, případně v regionu, má jejich podnik pozitivní vliv. Podnikatelé měli možnost označit libovolný počet odpovědí, tedy od 0 do 17. Celkem se sešlo 302 odpovědí, z nichž nejčastěji volené jsou uvedeny v tabulce. Prvních pět nejčastěji volených oblastí představuje 52,98 % všech odpovědí. Respondenti měli možnost doplnit oblasti, které nebyly ve výčtu uvede-

ny. V kategorii jiné se tak objevila například možnost konkurence a rozšíření nabídky zboží v obci, hlavně pro staré lidi, kteří nemají možnost jezdit pro zboží do obchodních domů.

Tab. 23 Oblasti, na které mají MSP v ORP Hodonín největší pozitivní vliv

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele	35	44,30
Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty	35	44,30
Využívání místních zdrojů	31	39,24
Sponzorování místních spolků a sdružení	30	37,97
Zaměstnanost	29	36,71

Na opačném konci výčtu odpovědí seřazeného dle absolutních četností se objevila možnost „Pozitivní změna jízdního řádu veřejné dopravy“, kterou označili pouze 2 dotázaní. Poslední, tentokrát šestice (z důvodu uvedení možnosti žádná), je opět uvedena v tabulce spolu s relativními četnostmi odpovědí.

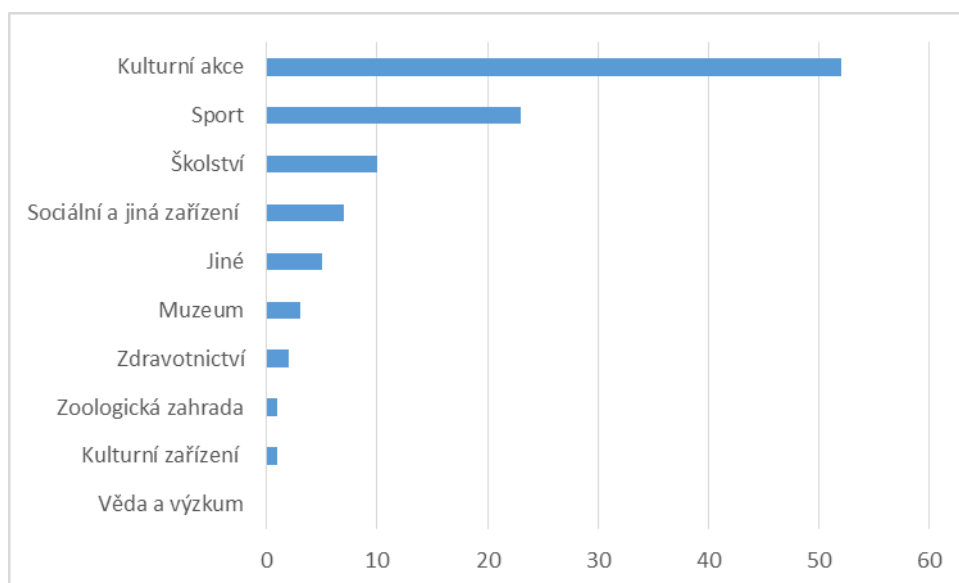
Tab. 24 Oblasti, na které mají MSP v ORP Hodonín nejmenší pozitivní vliv

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Pozitivní změna jízdního řádu veřejné dopravy	2	2,53
Vyšší kvalita školství	3	3,80
Žádné (nevyplnili)	4	5,06
Příliv mladých obyvatel do obcí	6	7,59
Omezení stěhování místních mladých obyvatel pryč z regionu	7	8,86
Infrastruktura obcí	7	8,86

Velmi negativním zjištěním je, že 4 podnikatelé neoznámili ani jednu z možností a také to, že si nemyslí, že mají pozitivní vliv na omezení stěhování mladých obyvatel pryč z regionu. Opačnou skutečnost totiž uvedl zastupitel obce a hospodářské komory.

Pozitivní je naopak zjištění, že 75,95 % dotázaných sponzoruje alespoň jednu oblast sponzoringu přímo v obci nebo v jejím blízkém okolí. Největší podpory se dostává oblasti kulturních akcí, kdy podnikatelé sponzorují například plesy (dar do tomboly apod.), dětské dny či koncerty. Tuto oblast podporuje 65,82 % podnikatelů. Druhou nejčastěji podporovanou oblastí je sport, kterou označilo 29,11 % dotázaných. První trojici uzavírá oblast školství, na kterou se zaměřuje 12,66 % podniků. Nikdo z dotázaných neoznámil možnost vědy a výzkumu, což vzhledem ke složení tazatelů není až tak nečekaným zjištěním. V kategorii „jiné“ podnikatelé uvedli ještě farnost, útulek pro psy a kočky, finanční dary obci, folklorní soubor a Fond ohrožených dětí. Jeden z podnikatelů v prostoru pro vyjádření uvedl, že již

přestal sponzorovat jakoukoli oblast, jelikož toho bylo dle jeho názoru zneužíváno a považováno za povinnost podnikatelů.



Obr. 7 Oblasti sponzoringu

Dvě samostatné otázky byly věnovány přímo oblasti školství, kde bylo zjištěno, že 32,91 % podniků umožňuje studentům absolvování bezplatných praxí. Dalších 24,05 % tuto možnost zatím nenabízí, ale v budoucnu ji zvažuje. Zbytek podnikatelů tuto možnost ani nezvažuje. Důvody, proč tak podniky nečiní, jsou různé. Tři podnikatelé uvedli, že o praxe není ze strany studentů zájem. Některé podniky je neumožňují, jelikož jim to jejich povaha nedovoluje. Jeden z respondentů uvedl, že poskytovat praxe není pro podnik výhodné a převažují negativa, protože učně platí stát střediskům a ne podnikům.

Druhá otázka se týkala exkurzí pro školy, ty umožňuje 22,78 % dotázaných. Celkem 58,23 % to povaha podniku neumožňuje. Zbýlých 18,99 % tuto možnost nenabízí z jiných důvodů. V nich podnikatelé uvedli například bezpečnost či špatný stav komunikací, který představuje dočasnou překážku.

Po sekci věnované školství zodpovídali podnikatelé dotazy týkající se zaměstnanců. Na otázku, zda jejich podnik zaměstnává převážně místní obyvatele a obyvatele nejbližšího okolí odpovědělo kladně 53,16 % dotázaných. Nutno podotknout, že 42 podniků bylo zařazeno do kategorie bez zaměstnanců. Ze zbylých 37 podniků, které mají zaměstnance, kladně odpovědělo 91,9 % z nich. Pouze jeden podnik nepreferuje místní obyvatele, jelikož zaměstnává větší počet odborníků, kterých v oblasti pravděpodobně není dostatek. Jeden z podnikatelů uvedl, že díky dotaci zaměstnává například i obyvatele Brna. Celkem se sešlo 42 pozitivních odpovědí, což je nejspíše způsobeno tím, že i podniky bez stálých zaměstnanců mohou zaměstnávat na tzv. dohody brigádníky, které preferují taktéž z obce či z jejího nejbližšího okolí. Jeden z podnikatelů dokonce uvedl, že jeho podnik naštěstí zaměstnance nemá.

U otázky, zda podnik zaměstnává absolventy, se sešlo celkem 26 pozitivních odpovědí, což představuje 32,91 % dotázaných. Opět je třeba zdůraznit, že jsou zde zahrnuty i podniky bez zaměstnanců. U podniků, které zaměstnance mají, kladně odpovědělo 59,46 %. Podnikatelé mohli také uvést, proč absolventy nezaměstnávají. Bylo zjištěno, že je tomu tak především z důvodu nedostatku praxe a také kvůli tomu, že podnik nedisponuje vhodnými pozicemi pro absolventy.

Další sekce otázek byla věnována vztahu obec (obecní zastupitelstvo) a MSP. Podnikatelé byli dotázáni na to, jak často se zástupce jejich podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva. Protože byla otázka polootevřená, 21 podnikatelů se k ní nevyjádřilo a někteří naopak zaškrtnli více možností a nebo se k možnosti, kterou vybrali, vyjádřili. Nejčastější odpovědí byla možnost „*pouze tehdy, projednávali se záležitost týkající se podniku*“, tu zvolilo celkem 22 dotázaných. Tuto situaci potvrdil v rozhovoru také zastupitel obce. Velmi těsně ji s 21 odpověďmi následovala možnost „*pouze výjimečně*“. Nikdy se zastupitelstva neúčastní 17 dotázaných, z nichž 5 uvedlo také důvod:

- obecní zastupitelstvo nebere ohled na názory občanů,
- není zájem ze strany obce,
- nemám čas na hlouposti (doplněno třemi vykřičníky),
- není důvod se zúčastnit,
- jsem OSVČ.

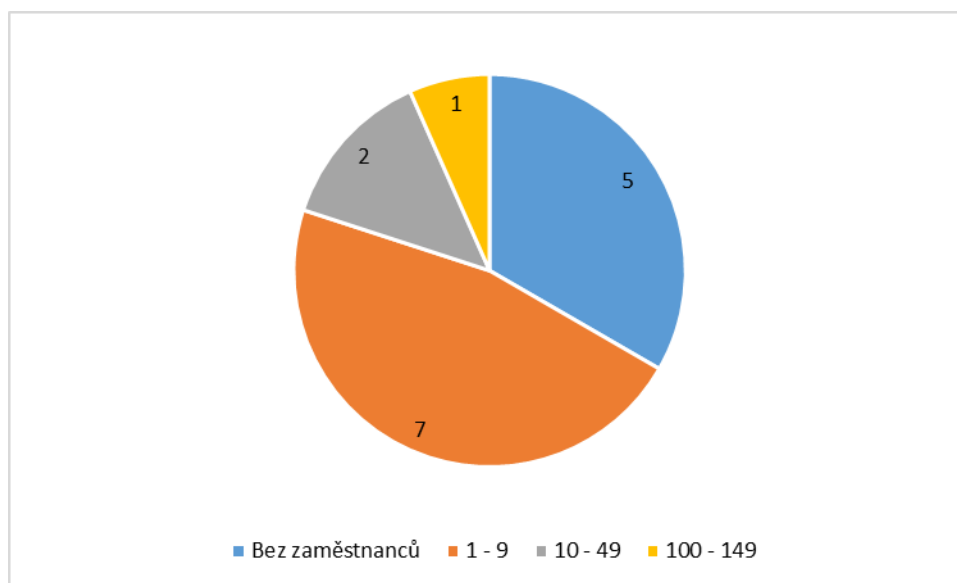
Všechny odpovědi jsou znázorněny v následující tabulce.

Tab. 25 Zástupci MSP a jejich účast na obecním zastupitelstvu

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Pravidelně – někdo v podniku je také členem zastupitelstva	15	18,99
Pravidelně – ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva	1	1,27
Téměř vždy	2	2,53
Méně než poloviny zasedání	2	2,53
Pouze výjimečně	21	26,58
Pouze tehdy, projednávali se záležitost týkající se podniku	22	27,84
Nikdy – uveďte důvod	17	21,52

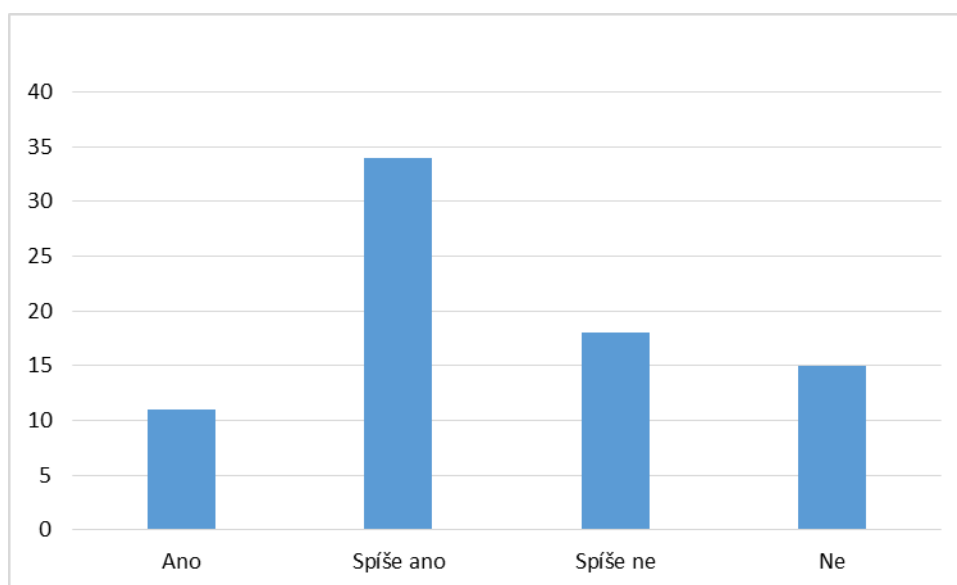
Patnáct podniků má ve svých řadách také členy zastupitelstva. Celkem 33,33 % podniků s 1–9 zaměstnanci, kteří zodpověděli dotazník, má svého zástupce v obecním zastupitelstvu. V kategorii bez zaměstnanců je to pouze 11,90 % podniků, mezi podniky s 10–49 zaměstnanci má zástupce v obecním zastupitelstvu 18,18 % podniků.





Obr. 8 Podniky, které působí v obecním zastupitelstvu dle počtu zaměstnanců

Komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci považuje za dostatečnou nebo spíše dostatečnou 57,69 % dotázaných.

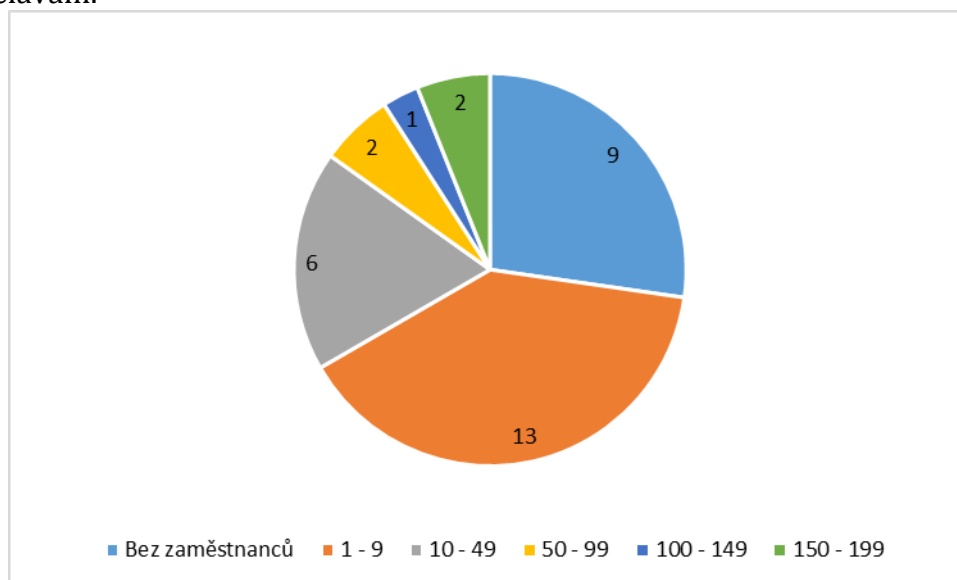


Obr. 9 Odpověď na otázku: Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou?

Všechny podniky s více než 50 zaměstnanci uvedly, že komunikaci považují za dostačující. U podniků s méně zaměstnanci již byla situace odlišná. V kategorii bez zaměstnanců vyjádřilo pozitivní postoj 52,38 % podniků, v kategorii 1–9 zaměstnanců 57,14 % a v kategorii 10–49 zaměstnanců 54,55 % podniků.

Následující sekce se týkala dotací a podpory podnikání vůbec. Dotace k podnikání využilo 41,77 % dotázaných podniků. Dotazovaní mohli také uvést, na co konkrétně dotaci využili. Nejčastěji se tak stalo na vytvoření nových pracovních

míst (úřad práce). Druhou nejčastěji využívanou dotací byla ta, která směřovala do zemědělství. Na třetím místě se objevily dotace zaměřené na rekonstrukce a výstavby budov či na rozšíření technologií v podniku. Dva podnikatelé uvedli, že využili dotace pro začínající podnikatele. Dále byly dotace použity například na další vzdělávání.



Obr. 10 Využití dotací v podnicích dle počtu zaměstnanců

Nejvíce byly dotace využity u podniků s 1–9 zaměstnanci. U nich dotace využilo 61,90 % podniků. V kategorii bez zaměstnanců využil dotace nejmenší podíl podniků, a to pouze 21,43 %. Všechny podniky s více než 50 zaměstnanci dotace využily.

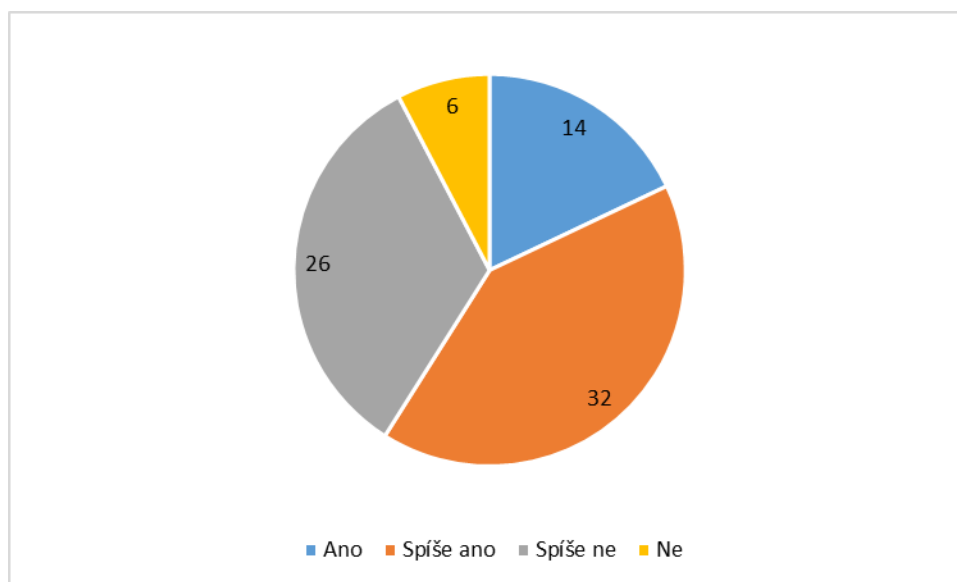
Pokud podnikatel nevyužil dotace, mohl taktéž uvést důvod. Tím nejčastěji uváděným je skutečnost, že pro podnik nebyl vypsán vhodný dotační titul, druhým nejčastějším důvodem je soběstačnost podniku. Stejný počet podnikatelů uvedl jako důvod nevyužití dotace to, že na ně nedosáhnou, jsou náročné na byrokracii a že nesouhlasí s principem dotací. Jeden podnikatel uvedl, že s dotacemi nesouhlasí, jelikož fungují na principu „vezme se všem a dá se to vyvoleným“. Dva podnikatelé s nimi nesouhlasí kvůli narušení fungování přirozeného trhu. Pouze dva podnikatelé uvedli, že neznají problematiku dotací a že si je neumí zařídit.

V budoucnu zvažuje dotace využít 49,37 % dotázaných. Podnikatelé měli opět prostor vyjádřit se k tomu, proč využití dotace nezvažují. Šest podnikatelů vidí jako překážku přílišnou byrokracii. Jeden z nich uvedl, že „výše dotace neodpovídá výši úsilí na její dosažení“. Tři podnikatelé nesouhlasí s principem dotací. V prostoru pro vyjádření jeden z dotázaných uvedl, že „dotace pokřívují trh, protože vznikají projekty, které by jinak nevznikly. A hlavně se jedná o peníze, které někdo jiný vydělal, stát je zdanil a přerozdělil. Peníze mají zůstat těm, co si je vydělali“.

Podnikatelé byli také dotázáni, zda ví, kde informace o dotacích čerpat. Kladně odpovědělo 43,04 % podnikatelů. Celkem 26,58 % podnikatelů neví, kde informace hledat, ale přejí si tuto situaci napravit. Zbytek dotázaných si neplánuje informace

o dotacích zjišťovat. Informace o dotacích podnikatelé čerpají nejčastěji z webů ministerstev a ostatních konkrétních poskytovatelů dotací. Tři podnikatelé uvedli jako zdroj informací hospodářskou komoru. Jeden z dotázaných uvedl, že čerpá informace na úřadu práce, ale má pocit, že o nich nechtějí ani mluvit.

Na otázku, zda si dotazovaný podnikatel myslí, že má dostatek informací o podpoře podnikání, odpovědělo kladně 58,97 % z nich.



Obr. 11 Odpověď na otázku: Myslíte si, že máte o možnostech podpory podnikání dostatek informací?

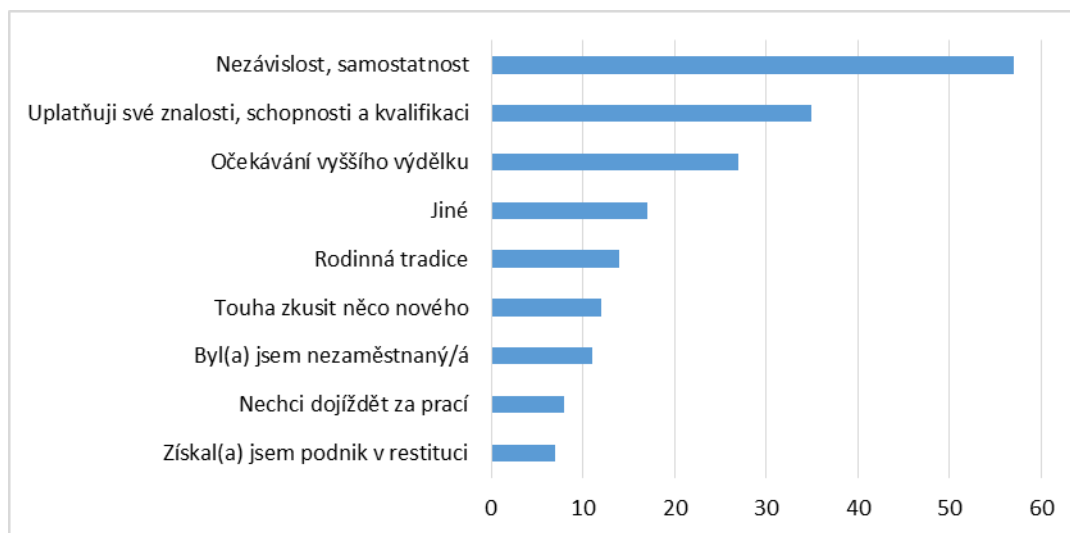
Pomineme-li podniky s více než 50 zaměstnanci, pak se nejvíce informovaných podniků nachází v kategorii 1–9 zaměstnanců, a to 61,90 % podniků. Druhou nejinformovanější kategorií jsou podniky s 10–49 zaměstnanci. Nejhůře jsou na tom podniky bez zaměstnanců, kde kladně odpovědělo jen 21,43 % z nich.

Předposlední část dotazníku se věnovala hospodářské komoře. O tom, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům je informováno 41 podnikatelů. Jejich služeb pak využilo 24,39 % z nich, tedy 10 podnikatelů, což představuje 12,66 % všech dotázaných. O možnosti využití služeb hospodářské komory není informováno 29,11 % dotázaných, 48,10 % podnikatelů uvedlo, že o její služby nemá zájem.

V závěru dotazníku byli podnikatelé, kromě identifikačních údajů, dotázáni na to, z jakých důvodů podnikají. Označit mohli 0 až 9 možností.

Nejčastějším důvodem je nezávislost, tu uvedlo 72,15 % dotázaných. Mezi další časté odpovědi patří uplatnění svých znalostí, schopností a kvalifikace – 44,30 %, očekávání vyššího výdělku – 34,17 % a možnost „jiné“ – 21,52 %, kde dotazovaní uvedli například vyplnění volného času, vyšší možnost ovlivnit úspěch, péči o děti, propuštění pro nadbytečnost po třiceti letech praxe, změnu zdravotního stavu či přivýdělek – podnikání je jen jako vedlejší činnost. Jeden z dotázaných uvedl, že začal podnikat z důvodu výpovědi, kterou obdržel v tehdejší zaměstnání, ale dnes už podniká ze setrvačnosti. Druhou nejméně častou odpovědí je možnost

„nechci dojíždět za prací“, kterou označilo pouze 10,13 % dotázaných. Tato skutečnost tedy představuje výhodu podnikání ve venkovském regionu, avšak ne důvod, který by k podnikání vedl. Na rodinnou tradici navázalo 17,72 % dotázaných. Nezaměstnanost vedla k podnikání 13,92 % dotázaných.



Obr. 12 Důvody podnikání

Četnosti všech odpovědí k jednotlivým otázkám jsou k nalezení v příloze E.

### 5.1.2 Testování hypotéz

Hypotézy lze rozdělit na ty, které se vztahují k počtu zaměstnanců podniku, k počtu obyvatel obce, ve které podnik sídlí a k obci samotné. Všechny hypotézy se týkají komunikace podniků se zástupci obcí a hospodářskou komorou. Výsledky hypotéz pak budou sloužit především k tvorbě návrhů a doporučení. Kontingenční tabulky k jednotlivým hypotézám jsou uvedeny v příloze F.

#### Hypotézy vztahující se k počtu zaměstnanců podniku

*Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.*

- Výsledná p-hodnota 0,321980 je vyšší než stanovená hladina významnosti  $\alpha = 0,1$ . Nulová hypotéza tedy není zamítnuta. Je předpokládáno, že neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.

*Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.*

- Výsledná p-hodnota 0,698053 je vyšší než stanovená hladina významnosti, z toho plyne, že nulová hypotéza o nezávislosti se nezamítá. Je předpokládáno, že neexistuje závislost mezi tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva a počtem zaměstnanců podniku.

*Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům.*

- Výsledná p-hodnota 0,828386 je vyšší než stanovená hladina významnosti, hypotéza o nezávislosti tedy není zamítnuta. Je předpokládáno, že neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům.

*Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím služeb hospodářské komory.*

- Výsledná p-hodnota  $p = 0,001006$  je menší než stanovená hladina významnosti. Z toho plyne, že je přijata alternativní hypotéza. Je tedy předpokládáno, že existuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím služeb hospodářské komory. Z tabulky (kontingenční) č. 82 v příloze F je zřejmé, že největší podíl podniků, které využily služeb HK ČR, je v kategorii podniků s 50–99 zaměstnanci a 100–149 zaměstnanci.

*Neexistuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím dotace k podnikání.*

- P-hodnota 0,002535 je nižší než hladina významnosti  $\alpha = 0,1$ . Je tedy přijata alternativní hypotéza a předpokládá se, že existuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím dotace k podnikání. Z tabulky (kontingenční) č. 83 v příloze F je zřejmé, že nejméně podnikatelů, kteří využili dotace, je v kategorii bez zaměstnanců, naopak u největších tří kategorií je podíl stoprocentní.

Z výše uvedeného vyplývá, že obec komunikuje se všemi podniky stejně bez ohledu na jejich velikost. Avšak větší podíl podniků, kteří považují komunikaci za dostatečnou je mezi podniky s více zaměstnanci. Zda se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva, nezáleží na velikosti podniku. Většina podnikatelů se jej účastní pouze výjimečně a nebo tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku. Znalost aktivit hospodářské komory také není ovlivněna velikostí podniku. Podniky se zaměstnanci využívají jejich služeb více než menší, stejně jako více využívají ke svému podnikání dotace. Může to být dáno také administrativní zátěží dotací, na kterou bylo dotazovanými poukazováno, kterou pravděpodobně menší podniky snášejí hůře než větší a do jisté míry také charakterem dotačních titulů.

### **Hypotézy vztahující se k počtu obyvatel obce, ve které podnik sídlí**

*Neexistuje závislost mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.*

- Výsledná p-hodnota 0,358536 je větší než hladina významnosti  $\alpha = 0,1$ , z čehož plyne, že hypotéza o nezávislosti se nezamítá a předpokládá se, že neexistuje závislost mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, zda

podnikatel komunikaci zastupitelů obce s podniky považuje za dostatečnou. Zastupitelé obcí v malých i ve velkých obcích se tedy snaží komunikovat s podniky na stejné úrovni.

*Neexistuje závislost mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.*

- P-hodnota 0,040586 je nižší než hladina významnosti, proto je přijata alternativní hypotéza a předpoklad, že existuje závislost mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva. Z tabulky (kontingenční) č. 85 v příloze F vyplynulo to, že se zástupce podniku účastní zastupitelstva pravidelně, protože je sám zastupitelem, závisí nejvíce na počtu obyvatel obce. U obce s 1 – 1 000 obyvateli je to 60 % dotázaných, v obcích s 1 001 – 2 000 má zastupitele 23,08 % dotázaných podniků, v obcích s 2 001 – 3 000 obyvateli 18,52 %, 15,38 % dotázaných podniků má zastupitele v obcích s 3 001 – 4 000 obyvateli a v obcích s 4 001 – 5 000 obyvateli pouze 7,69 %.

### **Hypotézy vztahující se k obci, ve které podnik sídlí**

*Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, zda podnikatel považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou.*

- Výsledná p-hodnota 0,519132 je vyšší než stanovená hladina významnosti. Hypotéza o nezávislosti se nezamítá a předpokládá se nezávislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, zda podnikatel považuje komunikaci v obci za dostatečnou.

*Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva.*

- P-hodnota 0,111640 je vyšší než hladina významnosti, hypotéza o nezávislosti se nezamítá. Předpokládá se, že neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zastupitelstva. P-hodnota je však velmi blízká zvolené hladině významnosti. Bylo zjištěno, že ve dvou obcích se více než polovina nebo polovina dotázaných neúčastní zasedání zastupitelstva obce nikdy. V jiných dvou obcích se zástupci podniků zasedání účastní pouze výjimečně a ve dvou obcích pravidelně, protože někdo v podniku je také členem zastupitelstva. Jistá závislost mezi samotnou obcí a účastněním se zastupitelstva je zde patrná.

*Neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům.*

- Výsledná p-hodnota 0,211953 je vyšší než hladina významnosti, proto se hypotéza o nezávislosti nezamítá. Předpokládá se, že neexistuje závislost mezi obcí, ve které podnik sídlí a znalostí toho, že Hospodářská komora ČR (a okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby

podnikatelům. Z čehož vyplývá, že hospodářská komora informuje o svých aktivitách všechny obce stejně, a nebo si podniky nezávisle na obci, ve které sídlí, vyhledávají informace sami.

## 5.2 Resumé standardizovaných rozhovorů

Kvalitativního výzkumu se zúčastnilo celkem 6 osob, z nichž 4 představovaly zástupce MSP v ORP Hodonín (jeden z podnikatelů byl současně i obecním zastupitelem), jeden dotazovaný byl z řad zástupců obce (obecní zastupitel) a současně byl i zástupcem státní správy a mezi dotazovanými byl i zástupce okresní hospodářské komory.

Před zahájením kvalitativního výzkumu byl sestaven předběžný seznam otázek, který je uveden v příloze C, podle kterých měl rozhovor probíhat. Průběh rozhovorů se nakonec samozřejmě lišil v závislosti na hlavní oblasti působení dotazovaného a také v závislosti na důležitosti, kterou přisuzoval konkrétním tématům.

Následující kapitola shrnuje vybrané nejzajímavější či nejvíce opakované informace. Kapitola je členěna dle témat, která se v rozhovorech vyskytovala.

### 5.2.1 Role MSP v rozvoji ORP Hodonín a jejich podpora

Na začátku rozhovoru byla každému dotazovanému položena otázka „*Jak byste definoval(a) roli MSP v rozvoji venkovského regionu ORP Hodonín?*“. Tato otázka byla jako první položena záměrně, aby dotazovaní nebyli ovlivněni dalším průběhem rozhovoru a řekli tak svůj vlastní, nijak neovlivněný názor na tuto problematiku.

Čtyři z šesti dotázaných uvedli, že MSP hrají v rozvoji venkovského regionu zásadní roli. Podle zástupce obce by bez rozvoje podnikání obec nemohla rozkvést. Zástupce hospodářské komory uvedl, že v ORP Hodonín je pouze několik málo podniků, které nepatří do kategorie MSP. Sdělil, že MSP se obecně podílí na zaměstnanosti asi 60 % (jak bylo uvedeno v sekundární analýze) a na území ORP Hodonín to dle jeho názoru bude podíl ještě větší, přesné údaje však nejsou bohužel známy. Mnoho podnikatelů si však podle něj zřídilo živnost jako náhradu za zaměstnání, ale v rozvinuté ekonomice by měli být zaměstnání (v dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že nezaměstnanost vedla k podnikání 13,92 % dotázaných).

Podle zástupce hospodářské komory se počet MSP za posledních deset let v oblasti výrazně nezměnil. Za tu dobu došlo v okrese Hodonín k restrukturalizaci dvou významných podniků, díky čemuž byla jejich činnost zachována. Podle něj také v ORP Hodonín chybí lídr, na kterého by se základna MSP nabalovala. V poslední době je v oblasti také pozorován trend, kdy je 90 % produkce, která se zde vyrobí distribuována mimo. Podnik se pouze „shodou okolností“ nachází v okrese, protože v něm bydlí jeho majitel.

Přítomnost podniků je pro obce důležitá i z ekonomického pohledu. Díky nim totiž plynou do obecních rozpočtů nemalé finanční prostředky. Oba dotazovaní zastupitelé považují za negativní situaci pro obec to, že z ní odešel do několik kilometrů vzdálené obce podnik zaměstnávající kolem 20 pracovníků. Velká část jich

byla místních, včetně jednatelů. Podnik chtěl vystavět novou výrobní halu, ale bohužel pozemek, který měl v obci, byl pro výstavbu nové výrobní haly nevhodný. Výstavba by na něm tak trvala poměrně dlouho a byla by nákladná. Blízká obec mu poskytla pozemek vhodnější a také levnější. Obec tak přišla o příjmy do obecní kasy - daň z nemovitostí a poměrně i část z daně z příjmů právnických osob a navíc musí zaměstnanci podniku za práci dojíždět.

Negativních příkladů však nebylo uvedeno mnoho. Dle zástupce obce se na podnikatele snaží myslet při každém schvalování územního plánu obce. Uvedl, že v minulosti se již v územních plánech provedlo mnoho změn tak, aby se podnikatelům vyhovělo. Obec také v každém roce vymezí určitý obnos peněz na výkup pozemků a snaží se odkoupit veškeré pozemky, které jim jejich majitelé nabídnou, samozřejmě za přiměřenou cenu. Vytváří tak prostor pro rozšiřování stávajících podniků a také pro stavbu podniků nových. Pokud se pak podnikatel rozhodne rozšířit své podnikání, obec mu vyjde vstříc s hledáním nových prostor k rozšíření a pokud vhodné prostory či pozemky nemá, pokusí se zájemci například alespoň zprostředkovat schůzku s majitelem vhodných pozemků.

Velmi krásným příkladem podpory místního podnikatele je situace, kdy obec poskytla místnímu začínajícímu podnikateli do pronájmu halu. Ten zde zahájil podnikatelskou činnost a vytvořil několik pracovních míst. Obec mezitím vykoupila pozemky, které mu pak poskytla k odkoupení. Podnikatel na nich pak postavil další halu a zaměstnal i více lidí. Jeden z podnikatelů uvedl, že právě v této situaci vidí možnost podpory začínajících MSP. Obec by v rámci svých investičních akcí vytvářela malé obchody a provozovny, které by zainvestovala i třeba z dotací a pronajímala je za rozumnou cenu, a nebo jen za údržbu. Tak by v obci najednou dokázal vzniknout nějaký život. Například postavit si hospodu je nákladné, ale pronajmout si prostor a zahájit činnost už dokáže skoro každý. Nejsou ani potřeba velké investice. A když to nefunguje, tak se sbalí a skutečná škoda nevznikne, ale když se podnik postaví a nebude fungovat, tak je to horší. V tomto – ovládnutí infrastruktury služeb, by dle jeho názoru obce měly být silnější.

Někdy však snahu obce o získání pozemků nebo jejich zhodnocení blokuje jejich majitelé, kteří je buď nechtějí odprodat, nebo nechtějí povolit jejich zasíťování, čímž jsou sami proti sobě, jelikož by se tím jejich pozemky zhodnotily. Projekt tak může být zpožděn například jen kvůli jednomu majiteli pozemku. V krajních případech obec musí využít jiných postupů, aby pozemek získala či zhodnotila.

Podpora MSP je však podle zástupce obce především otázkou přiměřenosti. Není totiž možné mít fabriky kolem celé vesnice. Právě problematikou přiměřenosti podpory se aktuálně zabývá vesnice v ORP Hodonín, jejíž zástupce o ní promluvil. Obec si vyhlédl investor, který zde chce postavit velký podnik, který zaměstná zhruba 200 – 300 zaměstnanců a na jeho výstavbu bude potřeba přibližně 1 mld. Kč. Na zastupitelstvu obce teď stojí rozhodnutí, zda povolit změnu územního plánu či nikoli. Podnik by totiž měl stát v blízkosti obytné části obce. Pro představitele to není lehká situace, celý projekt má desítky pro i proti. Velkým plusem samozřejmě je tvorba nových pracovních míst, a to také těch, pro které je potřeba vysokoškolská kvalifikace. Těch v oblasti není mnoho. Tato místa by pomohla čas-



tečně zamezit odlivu mladých vzdělaných obyvatel z oblasti. Společnost také plánuje vyrábět produkty, které bude označovat za místní a již nyní je podle společnosti o tyto produkty zájem. Dalším plusem pro obec by mohlo být to, že by přespolní zaměstnanci podniku v obci mohli také nakupovat, nebo se stravovat, což by podpořilo místní podniky. Důležitá je také skutečnost, že podnik by nebyl závislý pouze na jednom hlavním odběrateli. Tak je tomu například v podniku, který již v obci působí. Ten zaměstnává přes 200 pracovníků. Bohužel však jeho hlavní odběratel sídlí v oblasti, která je zasažena válkou. Nyní je tedy v krizi. Je nucen propouštět a snižovat úvazky zaměstnancům. Proto se obec u nového žadatele o výstavbu podniku zajímá i o obdobné skutečnosti. Stavby a působení podniku se však nejvíce pochopitelně bojí místní obyvatelé, kteří mají strach, že by byl provoz podniku hlučný a mohl jej provázet také zápach. Společnost argumentuje tím, že bude vystavěn pomocí nejmodernějších technologií a tyto problémy budou podchyceny. Bohužel však neexistuje v rozumné vzdálenosti obdobný podnik, kde by se o této skutečnosti zastupitelé přesvědčili. Rozhodnutí je tak pro ně ještě náročnější. Zastupitelé totiž musí myslet především na místní obyvatele. Především těm se v obci musí žít dobře a musí být spokojení. Nechtějí, aby každý den řešili problém např. kde přejít silnici, protože v obci by byl kvůli podnikům velký provoz. Obec se tedy musí snažit tuto hranici najít. Musí sladit rozvoj také s přírodou a zamyslet se nad tím, jestli to už není pro obec velké sousto. „Říct si, jestli to stojí za to.“ V době psaní práce ještě nebylo o výsledku rozhodnuto.

Zástupce obce také uvedl, že podle něj by každá obec nemusela vytvářet podnikatelské zóny. Ty by měly být ideálně v blízkosti měst a zaměstnávat větší počet obyvatel (100–200).

Jak již bylo uvedeno výše, obce podporují podnikatele především prostřednictvím změn územních plánů. A pokud má obec k dispozici volné prostory, nebrání se tomu, je podnikatelům pronajmout. Podpora podnikatelů probíhá dle zástupce obcí také prostřednictvím podpory turismu. Obce se snaží vytvářet turistické cíle, které budou pro turisty dostatečně atraktivní, aby obcí jen neprojeli a zůstali jen jednu noc, ale třeba i na týden, čímž by opět podpořili místní podnikatele. Je to spojeno samozřejmě s podporou vinařství, která je pro oblast typická. Další vhodnou činností, která by měla být podpořena, je cyklistika, jelikož je oblast charakteristická rovinou.

Podnikatel, který je zároveň členem zastupitelstva uvedl, že on sám se snaží za místní podnikatele bojovat. V dnešní době je totiž o každou zakázku velký boj. Obec, ve které působí, nyní připravuje výběrové řízení na projekt za desítky milionů korun. Starosta obce slíbil, že s vítězem výběrového řízení zprostředkuje místním podnikatelům setkání, aby mu mohli nabídnout své služby. Nevidí důvod, proč by peníze měly odejít do jiných měst, když všechna řemesla a služby jsou ve vesnici k dispozici.

Podle zástupce hospodářské komory je oblast ORP Hodonín jedním z neúspěšnějších regionů v čerpání dotačního titulu Jihomoravského kraje – Podnikání a inovace. Sám nezná moc podniků, které by dotace nečerpaly. Informací o možnostech dotací mají podle jeho názoru dostatek. Velký podíl na tom má právě hos-

podářská komora a úřad práce, který má nyní nově dvě zaměstnankyně, které se věnují jen podpoře podnikatelů v oblasti dotací. Informace o vyhlášených výzvách k dotačním titulům posílají na obce, které se pak postarají o jejich rozšíření mezi podnikatele, například prostřednictvím místních infokanálu. Zde spolupráce funguje dostatečně. Konkrétní podporu podnikatelů mimo šíření informací o dotačních titulech však v ORP Hodonín neregistruje. Jinak je tomu v sousedním ORP, kde např. ve městě starosta zřídil podnikatelskou radu, jejíž členy tvoří nejvýznamnější podnikatelé, se kterými se radí o významných věcech a nadhazuje témata. Dalším příkladem je menší obec v tomtéž ORP, kde nový starosta obešel podnikatele a zeptal se, jestli jim něco nechybí apod. Obecně komora vnímá jako handicap u starostů to, že si nenajdou čas a neobejdou místní podnikatele. Ze zkušenosti ale ví, že podnikatel většinou až tak nic nepotřebuje. Když podniká, musí se prostě ohánět, ale je potřeba i morální podpora. Podnikatel si není zvyklý stěžovat, on prostě „*maká*“ a většinou si s problémem poradí sám. Pokud by však za ním zástupce obce zašel a zeptal se, zda něco nepotřebuje, na některé problémy by podle něj podnikatel poukázal (např. zaměstnanci mi musí odklízet v zimě příjezdovou cestu, protože nikdo z obce to neudělá). Sám od sebe ale nepřijde.

Podle jednoho z podnikatelů začalo pozitivní působení podniku na obec už při samotném zahájení podnikání, kdy si lidé v okolí jeho podniku, kam často míří hosté, začali opravovat fasády domů. Podle něj je podnikání především o nastavování úrovně. Jakmile ji totiž někdo nastaví, je daná a kdokoli nový začne, musí to začít dělat aspoň tak dobře a stávající podnikatelé v oboru se také trochu zlepšit.

### 5.2.2 MSP a zaměstnanost

Všichni dotázaní podnikatelé zaměstnávají převážně místní obyvatele a nebo obyvatele blízkého okolí. Jeden z dotázaných, jehož podnik má provozovny také v okolních obcích, však uvedl, že přímo v obci, kde podnik sídlí a kde svůj provoz začínal, se místní obyvatelé do práce v něm příliš nehrnou, protože má podnik v obci vyhlášenou ne zrovna pověst dobrého zaměstnavatele, ale neví, čím to je. Předpokládá, že nějakou roli zde může hrát závist. Kromě místních obyvatel dávají podnikatelé také přednost členům rodiny a svým známým. Dle jednoho z nich je to zejména kvůli tomu, že jim mohou důvěřovat. Místním obyvatelům dává jeden z podnikatelů přednost také proto, že si tím podnik dělá dobré jméno, lidé jsou rádi, že jim dává práci a vychází podniku daleko víc vstříc, není pro ně cizí. U podniku působícího v pohostinství je místní obyvatel také výhodou, ne však podmínkou. Ne vždy je totiž v kuchyni potřeba více pracovníků, avšak stává se, že obzvláště v teplých dnech se do restaurace najednou přijde v obvykle „mrtvou“ hodinu najíst více zákazníků a pak se zaměstnanec, který bydlí blízko a je schopný přijít pomoci, hodí.

Tři ze čtyř podnikatelů (čtvrtý má stálé zaměstnance a nyní nepotřebuje nabírat další) již čelili problému s nedostatkem kvalitních pracovníků. Podnikatel ve vinařství považuje za největší problém sehnat pracovníky na nejobyčejnější manuální práce. Už buď práci na plný úvazek mají, a nebo se nechávají příležitostně zaměstnávat, ale nemají snahu se nechat zaměstnat trvale, ačkoli jsou zodpovědní

a práce jim jde. Problém je také u sezónních prací. Většina podnikatelů to dle něj řeší zahraničními pracovníky. Problém sezónních prací je však dle jeho názoru problémem celoevropským a řeší se i mechanizací. Druhý problém je pak sehnat skutečně kvalitního člověka na více odborné pozice. S tímto problémem se setkal i podnik působící v pohostinství, kde již několik měsíců nejsou schopni najít kvalitního kuchaře. Již několik jich vyzkoušeli, avšak všichni při frekventovaném provozu práci nezvládli. Dle podnikatele mnoho kvalitních kuchařů odchází do blízkého Rakouska, kde si samozřejmě vydělají mnohem více peněz. Další podnikatel narazil na problém, kdy uchazeči o práci nejsou ochotni pracovat ve třísměnném provozu a pracovat přes noc. Uchazečů o práci je podle něj dostatek, avšak většina by chtěla pracovat v kanceláři a do manuální práce se chce málokomu.

### 5.2.3 MSP a obyvatelé obce

Všichni dotazovaní se při začátkách svého podnikání setkali s negativní reakcí místních obyvatel. Ti, kteří bydleli v blízkosti, se báli případného hluku, prachu, či dopravního zatížení, dle typu podniku. U dvou podniků byly tyto obavy brzo po zahájení podnikatelské činnosti provozem vyvráceny. Jeden z podnikatelů také hned ze začátku s obyvateli komunikoval, aby jejich obavy vyvrátil. U pohostinské činnosti se však stížnosti na hluk staly velmi častými. Bylo to také z důvodu nevhodného umístění podniku přímo v zástavbě. Po nějakém čase však majitel podnik opustil a pronajal si jiný, na lepším místě ve stejné obci. Zde se již s problémy nesesetkal. Také podnik působící v potravinářství se setkával s negativním postojem a stížnostmi obyvatel i během podnikání. Jak sám podnikatel uvedl, nyní už je situace lepší, obyvatelé si na podnik zvykli a navíc se podnik snaží co nejvíce omezit rušivé elementy.

Podnikatel působící ve vinařství uvedl, že díky včasné komunikaci s obyvateli při zahájení podnikání si vybudoval s místními obyvateli dobrý vztah. Ti se dokonce podnikem chlubí před svými hosty a chodí jim jej ukazovat. Dokonce sami volají, když si všimnou, že v podniku zapomněl někdo zamknout či zhasnout. Je však nutno podotknout, že podnikatel v místě sídla podniku sám nebydlí. Jiný postoj obyvatel popisuje podnikatel z oblasti potravinářství a prodeje působící v jiné obci, ve které zároveň také bydlí. Provozovny má umístěny ve více obcích v okolí. V obci, kde má podnik sídlo, je však nákupní chování spotřebitelů velmi odlišné. Většina místních pouze nakoupí základní produkty a občas si i postěžují na jejich cenu. Naopak přespolní si nakoupí širší sortiment a vyzdvihují kvalitu. Často si také postesknou, že u nich takovou prodejnu nemají. Jak podnikatel sám přiznává, je pravdou, že na poměry obce mohou být produkty o něco dražší, ale kvalita by měla ceně odpovídat. Ne každý to však ještě ocení, například starší lidé.

S negativním přístupem některých obyvatel se setkal také majitel resp. nájemce pohostinského podniku. Ten jej převzal po dlouholetém majiteli a pokusil se mu také zvýšit úroveň. Někteří hosté, kteří do podniku chodili i za předchozího majitele, se však v podniku někdy chovali, „jako by jim patřil“, a tak se jim majitel pokusil vysvětlit, že tento přístup není výhodný ani pro jednu stranu. Situace se do větší míry uklidnila, avšak nesouhlasné komentáře se ještě objevují. Podle podnikatele

je však dle jeho názoru 90 % ohlasů vztahujících se ke změně pozitivních, ale těch zbylých 10 % jde jednoduše slyšet víc.

Zástupce hospodářské komory uvedl, že se ve zdejším regionu bere podnikání trochu emočně – jestli je mi podnikatel sympatický nebo není, ale už se zapomíná na profesionalitu – kdo umí dobře vyrábět víno, svařovat atd. Tato skutečnost zde dle jeho názoru hraje velkou roli.

#### 5.2.4 MSP, sponzoring, podpora obce, školství a infrastruktury

Všichni dotázaní podnikatelé se nějakým způsobem na sponzoringu podílí. Každý z nich přispívá do tombol na společenských událostech. Podnikatel z oblasti potravinářství a obchodu zásobuje svačinami malé sportovce na turnajích. Podnikatel v pohostinství pořádá akce pro veřejnost. V minulosti to byly například diskotéky, tematická odpoledne s tematickými pokrmy či dětský den. Jeden podnikatel umožňuje i exkurze mateřským školám. Dva podnikatelé umožňují studentské praxe a několik studentů již s chodem svých podniků seznámili. Jeden z nich přímo spolupracuje se střední odbornou školou, odkud k němu praktikanti přicházejí. Tentýž podnikatel také finančně podporuje i sport v obci a jejím blízkém okolí, a to i přes skutečnost, že podniká v odvětví náchylném na sezónní výkyvy a během léta musí šetřit na zimní měsíce. Zástupce obce uvedl, že v minulém roce největší podnik v obci projevil snahu navázat spolupráci s místní základní školou, kdy by žáci mohli do podniku na exkurze, aby si k firmě a především k řemeslu vytvořili vztah, také chtěl podpořit znovuzavedení tzv. dílen ve školách, aby si děti opět prohloubily vztah k řemeslům. Podnik by tak díky tomu mohl v budoucnu snáze získat zaměstnance. Tato spolupráce však dosud nebyla navázána. Podnik se nyní nečekaně potýká s ekonomickými problémy. Je však pozitivní, že podnik spolupráci sám inicioval.

Jeden z podnikatelů uvedl, že se snaží obci vyjít vstříc ve všem, o co jej požádá. Podílel se tak například na působení obce v soutěži Obec roku či poskytoval zázemí pro zasedání mikroregionu. Pro obyvatele také jednou zorganizoval den otevřených dveří, aby se s podnikem mohli blíže seznámit. Na čem dále spolupracují, je oprava komunikací. Pokud obci chybí dostatek finančních prostředků a je třeba opravit místní komunikaci v blízkosti podniku, tak po dohodě s obcí opravu částečně zafinancují nebo zařídí realizaci. Podnikatel také potvrzuje slova zástupce hospodářské komory, že toho jako podnik moc nechtějí, ale naopak se snaží ve všem vyjít vstříc. Podle slov podnikatele nemá cenu si dělat problémy a je důležité, aby vztah fungoval. V okamžiku, kdy problém mohou řešit a podnik to „nepoloží“, tak je lepší situaci řešit než dělat problémy, protože ty nejde nikdy vrátit a podniku už se nesmažou.

Na budování infrastruktury se podílel i další z dotazovaných. U podniku chyběla příjezdová cesta, a tak si ji sám vybudoval. Když pak obec budovala cyklostezku křížící tuto cestu, domluvila se s podnikatelem na tom, že jeho cestu použije jako podklad a umožní mu vjezd i přes zákaz. Na spolupráci obcí a podnikatelů při budování infrastruktury poukázal také zástupce hospodářské komory, který uvedl, že někdy jdou dotace na obec a někdy na podnikatele a dojde k výměně, kdy obec

dá stavbu do bezplatného používání podnikateli a on za to vezme dotaci na sebe, aby komunikace vůbec mohla být vybudována. Obci to uleví a často se zvýší i bezpečnost.

### 5.2.5 MSP na venkově a konkurence

Podnikatelé byli dotázáni, zda nevidí hrozbu v blízkých městech. Žádný z nich konkurenci nepocítil. Jeden z nich naopak v blízkých městech vidí výhodu, jelikož v nich zřídil provozovny, kterým se zde daří. Podnikatel ve vinařství také dodává své produkty do mnoha měst. Podnikatel v pohostinství uvedl, že nevnímá rivalitu ani mezi podobnými podniky v obci, podle něj se každý zákazník sám rozhodne, kam chce jít a každý si oblíbí jiné místo. S podnikateli si dokonce pomáhají, když například jednomu dojdou zásoby, pomůže je doplnit svými. Stejně se vyjádřil i podnikatel v potravinářství provozující prodejny po celém okolí. Uvedl, že pokud od nich stálý klient odejde ke konkurenci, hned se spojí a sdělí si, že k této situaci došlo a snaží se dojít na to proč.

### 5.2.6 MSP a problematika odlivu obyvatel z obcí

Všichni z dotázaných vnímají odchod mladých obyvatel z obcí jako velký problém. Ovšem problém vidí také v tom, jak je zde udržet. Aby zůstali, je podle nich nutné, aby zde měli dostatek pracovních míst. Zástupce obce vidí problém v odlivu lidí s vysokoškolským vzděláním nebo odborným vzděláním do velkých měst, jako je Brno či Praha. Kdyby zde podle něj byl podnik, který zaměstná odborníky, tak tu zůstanou. Proto je důležité přilákat do obcí i takové podnikatele, kteří odpovídající pracovní pozice nabídnou. Je to samozřejmě spojeno i s rozvojem obce, když se mladí obyvatelé odstěhují, bude se v obci rodit méně dětí. Uvedl, že právě proto Evropská unie tlačí na udržitelný rozvoj venkova.

Podle jednoho z podnikatelů je zásadní udržet si místní obyvatele, a to spíše než přilákat nové. Místní mladí obyvatelé již mají vztah k obci a znají ji. U cizích obyvatel je poměrně dlouhá doba aklimatizace. Důležité je také lidem poskytnout prostor pro seznamování se a sdružování se pořádáním různých akcí pro širokou veřejnost. Uvedl také příklad na konkrétní brněnské městské části, kdy zástupci obce zorganizovali košt vín, aby se místní obyvatelé měli kde navzájem seznámit. Podle něj je důležité, aby obec žila. Mnoho obcí zřizovalo „satelitní městečka“ a pozemky v nich prodávaly za velmi nízké peníze, aby na tom neprodělaly, ale přivedly do vesnice lidi. Dle jeho názoru je toto ale málo. Umožnit lidem postavit si dům je hezké, ale to, že tam postaví, neznamená, že tam žijí. Spíše kdyby obec žila, tak se tam lidé dostanou bez extrémní podpory.

Jak již bylo řečeno, s odlivem obyvatel je spojena mimo jiné vybavenost samotné obce. Podnikatelům tedy byla položena následující otázka: „Říká se, že ve správné vesnici musí být kostel a hospoda. Myslíte si, že toto pořekadlo platí i dnes? Jaké podniky musí být ve správné obci v dnešní době?“ Všichni souhlasili s platností výroku i v dnešní době. Jak kostel, tak hospoda podle nich do správné obce patří. Podle jednoho z nich by v ní především mělo být místo, kde by se obyvatelé spo-

lečně scházeli, jako je letní taneční parket, kulturní dům či jiný prostor k pořádání akcí pro veřejnost. Dále pak holič a jiné lokální místní služby. Výhodou je podle něj také všeobecný doktor, který by s pacientem „stárl“ a znal by jej od malička. Podle dalšího z podnikatelů jsou důležité potraviny, případně pekárna a místo ke sportování (bazén apod.). Další z dotázaných se vyjádřil velmi obdobně, podle něj by ve správné obci měl být dostatek kulturního a sportovního vyžití.

Zástupce obce poukázal na to, že zamezení vymírání venkovského regionu má na starost Ministerstvo pro místní rozvoj. Ten musí programy cílit na tuto problematiku. Dále pak zástupci krajů musí vědět, co konkrétně je v kraji potřeba podpořit. A starostové obcí pak již specifikují konkrétní činnosti.

### 5.2.7 MSP a zástupce obcí

Podnikatelé byli dotázáni také na komunikaci se zástupci obce. Všichni ji označili za dostačující. Podnikatel ve vinařství uvedl, že se zástupci obce vychází extrémně dobře. Obec, ve které působí, se snaží vylepšit a aktivity podniku ji zlepšují, takže součinnost s obcí je na dobré úrovni. Za dobu působení podniku v obci se zde vystřídali čtyři starostové a pouze s jedním byla domluva horší. Obec podle něj aktivtám podnikatelů přeje, a to speciálně vinařům, u kterých cítí ze strany obcí velké zvýhodňování. Další z podnikatelů uvedl, že dříve byla komunikace s obcí na horší úrovni než dnes, kdy už je situace poměrně dobrá. Podnikatel v pohostinství provozuje svůj podnik jako nájemce prostor obce. Komunikaci s obcí považuje taktěž za dostačující.

Dále bylo zjišťováno, zda podnikatelé cítí podporu MSP ze strany obce. Podnikatel, který provozuje svou činnost v obecních prostorách, uvedl, že výraznou podporu i přes tuto skutečnost necítí. Obec pouze plní smluvní podmínky. Problém byl shledán také v tom, že při pořádání akcí pro veřejnost v obecním areálu jsou podnikatelé nuceni platit nejen nájem prostor, ale také procento z prodaného vstupného. Zástupce hospodářské komory poukázal na další negativní jednání jedné z obcí ORP Hodonín, která během jednoho roku zdražila pronájem informačních tabulí na pětinasobek původní ceny. Další dva podnikatelé uvedli, že by mohla být přínosem skutečnost, kdyby bylo více zástupců obce z řad současných nebo bývalých podnikatelů. Jeden z nich dokonce uvedl, že by takovou zkušenost mohl mít starosta nebo místostarosta. Zástupce obce však problém v této oblasti nevidí. Zástupce hospodářské komory sdělil, že z pohledu dotací a jiné finanční podpory jsou MSP dle jeho názoru podporovány dostatečně. Zástupci obcí o těchto skutečnostech podnikatele, také díky hospodářské komoře, informují. Mimo dotace však podporu ze strany obcí necítí. A právě na oblast spolupráce podnikatelů a zástupců obcí se nyní chce hospodářská komora zaměřit, a to například prostřednictvím workshopů či setkání starostů a podnikatelů.

Jeden z podnikatelů poukázal na to, že ačkoli ze strany obce podporu cítí, ze strany státu si již není jistý. Narážel tím na administrativní zátěž, která je identická jak pro malé, tak velké podniky, a to nejen v rámci běžného provozu, ale také v oblasti dotací, které využili všichni z dotazovaných podnikatelů. Ale také poukázali na jejich administrativní náročnost, díky které se vždy dotace nevyplatí. Dle

názoru dalšího z podnikatelů se stát vozí po podnikatelích malých, ze kterých se snaží „sedrat“ úplně všechno, protože na ty velké nestačí. Ve velkých podnicích jsou dle jeho názoru mnohem větší daňové úniky, ale stát nemá moc ani kapacitu na to, je dokázat. V této souvislosti mluvil z vlastní zkušenosti z rozhovoru se zástupcem finančního úřadu.

Zástupce obce byl dotázán na podporu MSP na venkově z pohledu státu. Sdělil, že na vyšší úrovni je to o podpoře finanční, stát podpoří kraje a starosty. V období do roku 2022 bude čerpáno velké množství finančních prostředků a je nutné je smysluplně zacílit. Je to i o tom, aby se obec nezaměřila jen na „opravování pomníků“, které až tak nic nepřinesou, ale také na provoz MSP, aby lidé na venkově zůstali. Zde je nutná úzká spolupráce, aby starostové měli připraveny podklady, na co finanční prostředky potřebují.

## 5.2.8 MSP a hospodářská komora

Hospodářská komora o sobě dává vědět prostřednictvím webu, newsletterů či pomocí sociálních sítí. Dle zástupce hospodářské komory se na ni lidé obracejí, až když už si sami nevědí rady. Většinou si u kávy nebo v hospodě postěžují, že už neví, jak nastalou situaci řešit. Z úřadu práce dle jeho názoru často posílají lidi, se kterými si sami nevědí rady, ale zase pokud jim komora pomůže, je to fajn. Popsal to na příkladu začínajících podnikatelů. Jeden z uchazečů o práci chtěl otevřít „už 28. nehtové studio“ a ještě na něm bylo vidět, že na tuto činnost nemá vlohy, tak mu bylo doporučeno, ať se do podnikání raději nepouští a nechá se zaměstnat, ať nespadne do průšvihů, protože bylo evidentní, že na podnikání nemá vlohy a neumí si ani spočítat tržby. Uvedl, že kvůli mediální masáži se lidé o podnikání hlásili, ale spousta z nich ani neví, kvůli tomu, že byli živnostníci několikrát v médiích označeni za „parazity“, že musí platit na odvodech každý měsíc 4 000 Kč. Ještě nejsou dostatečně informovaní. Dle jeho názoru, je to ale logické, protože se uvádí, že jen kolem 7 % lidí je schopno podnikat a vzít zodpovědnost za své zaměstnance apod. Je to vlastně osobnostní rys, jako když je někdo sportovec nebo umí na něco hrát. Nejde to naučit, ale jde to podpořit. Jako člověk s talentem.

Nejčastěji se dle zástupce lidé informují o začátku podnikání a nyní se setkává čím dál tím častěji s novým typem dotazů – jak vyvážet do zahraničí (celní deklarace do zemí mimo EU apod.). „Boom“ představuje Rakousko, a to jak u živnostníků, tak nyní i u větších podniků. Zde již má komora vybudovanou ověřenou síť právních a daňových kanceláří a pomáhá, protože do týdne, kdy tam začnete působit, dojde finanční policie. Dalším typickým dotazem jsou samozřejmě dotace, kdy podnikatelé přijdou s investičním záměrem a ptají se, jestli na něj lze získat dotace.

Dalším novým a aktuálním tématem jsou investiční skupiny. Generace porevolučních podnikatelů se nyní dostává do důchodového věku. Podniky po nich většinou přebírají členové rodiny či dlouholetí kolegové a nebo se o ně přihlásí právě investiční skupiny. Nyní tedy s nimi začínají první jednání. Investiční skupiny hospodářskou komoru oslovují, takže se připravují sezení s nimi a podnikateli a chystá se osvěta. Zde totiž může dle jeho názoru člověk snadno naletět. Mluví ze zkuše-

nosti, kdy jeden podnikatel svůj podnik prodal a investiční společnost jej do roku vytunelovala.

Komora také zahájila aktivitu na základních a středních školách. Zájem je u nich zřejmý, odborné zahraniční stáže studentů se zde velmi podporují. A nejen ty, ale i stáže ve firmách, a to zejména ze strany podniků. Ty si také čím dál tím častěji berou i stážisty z úřadů práce. Bohužel podnikatelům mnohdy nezbývá čas na to, si všechny tyto informace zjistit, případně si svépomocí stážistu či nového zaměstnance zajistit. Proto je důležitá role komory, jako prostředníka, aby tuto spolupráci domluvil. Obdobná je situace i na školách, proto je potřeba školy o této možnosti také informovat a nabídnout jim pomoc se zařízením.

Zástupce komory byl dotázán, v čem v dnešní době v oblasti podnikání všeobecně vidí největší problém. Uvedl, že v nedostatku pracovní síly, především v technických oblastech. Aktuálně je velký nedostatek od dělnických pozic, přes střední pozice mistrů, až po pozice vysoké. Podniky dokonce odmítají zakázky, protože nemají dostatek svářečů nebo soustružníků a s tím souvisí to pozitivní, že dochází k nárůstu zakázek jak z pohledu zakázek tuzemských, tak zahraničních. Podniky chtějí investovat do nových hal a rekonstrukcí a chtějí exportovat do zahraničí. Zlepšuje se pověst českého zboží a máme pověst „německé kvality za ještě pořád čínské ceny“. Podniky si tak přetahují zaměstnance mezi sebou. Cena práce dle jeho názoru půjde také nahoru. Svářeči už nyní pod 18 euro na hodinu nejdou. Podniky by je podle něj měly přilákat penězi, benefity i klimatem ve firmě – dobré zázemí, dobrý duch. Aby se o podniku rozkřiklo, že je dobrý zaměstnavatel. Uvedl, že na Hodonínsku je k vidění učebnicový příklad strukturální nezaměstnanosti. Na ÚP je 12 000 lidí a poptávka je 2 000 pracovních míst, to znamená, že by se trh práce měl bez problémů srovnat, bohužel je však nevhodná struktura. Jsou zde manuálně zdatní pracovníci (dříve např. vojáci nebo zaměstnanci dolů a oblasti zemědělství), kteří ale nebyli zvyklí u práce „moc přemýšlet“. Dnes jsou však na tyto pracovníky požadavky náročnější. V podnicích se pracuje na strojích za desítky milionů korun a pracovníci tak musí v rámci výběrového řízení dělat také psychologické testy, aby se zjistilo, jestli člověk práci na takovém stroji zvládne, zodpovědnost je zde na jiné úrovni. Pokud pokazí výrobek, není to otázka pár tisíců, ale desetitisíců. Stává se tak, že soustružník z interních zdrojů řekne, že práci na novém stroji nezvládne, protože „by se u toho klepal strachy“.



## 6 Definice role MSP v rozvoji ORP Hodonín

Na základě informací získaných primárním a sekundárním výzkumem budou v první části kapitoly popsány přínosy MSP, a to jak ekonomického, tak společenského charakteru. V druhé části budou popsány přínosy MSP v ORP Hodonín pomocí číselných charakteristik zjištěných především primárním výzkumem a na závěr bude role MSP v ORP Hodonín konfrontována s aktuálními teoriemi regionálního rozvoje.

### 6.1 Přínosy MSP v ORP Hodonín

Malé a střední podniky sídlící v ORP Hodonín jeho rozvoj pozitivně ovlivňují v mnoha oblastech. Nejprve budou popsány přínosy společenského charakteru a poté přínosy ekonomického charakteru. Rozdělení na ekonomické a společenské přínosy bylo provedeno na základě informací získaných v kapitole 2 *Literární přehled*.

#### 6.1.1 Společenské přínosy

MSP v ORP Hodonín podle provedeného primárního a sekundárního výzkumu nejvíce pozitivně ovlivňují následující oblasti:

- Vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele
- Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty
- Zaměstnanost
- Omezení odlivu mladých obyvatel pryč z regionu
- Využívání místních zdrojů
- Sponzorování místních spolků, sdružení a akcí pro veřejnost
- Obohacení kulturního života v obci
- Školství
- Zlepšení úrovně poskytovaných služeb a produktů v obci
- Urbanizace

Malé a střední podniky v obci svého působení **vytváří nezbytné služby pro místní obyvatele**, čímž také **zatraktivňují region i pro turisty**. Právě na turistiku je ze stran obcí kladen velký důraz. Čím více turistů přilákají, tím více budou místní podnikatelé podpořeni. Na podpoře vybavenosti se podílí i samotné obce, například stavbou rozhleden, budováním muzeí, cyklostezek, pořádáním akcí apod. Pokud se obci podaří přilákat turisty, kteří se zde ubytují, nakoupí apod., podpoří místní podnikatele, kteří pak budou moci svou činnost například rozšířit a moci tak zaměstnat více obyvatel. Pokud by se v tomto směru obcím dařilo, přiláká do obce např. i nové podnikatele nebo motivuje k podnikání někoho z místních.

Snad nejvýznamnější oblastí je **zaměstnanost**. MSP zaměstnávají v drtivé většině případů místní obyvatele nebo obyvatele z nejbližšího okolí podniku. Výjimku tvoří některé odborné pozice, které musí být doplněny ze zdrojů mimo okolí podniku, jelikož je jich na trhu práce nedostatek.

S předchozími třemi oblastmi je velmi úzce spjat další společenský přínos MSP v ORP Hodonín, a to **omezení odlivu mladých obyvatel z regionu**. Ačkoli si v dotazníkovém šetření tuto skutečnost uvědomilo pouze několik málo dotázaných, v rozhovorech byl na toto téma kladen důraz. Právě MSP zamezují odlivu mladých obyvatel z obcí, protože vytváří pracovní místa a také ztraktivňují obec pro místní obyvatele vytvářením nezbytných služeb. Proto je velmi důležité podporovat rozvoj MSP, aby nedocházelo k vyvlastňování venkova. Tuto skutečnost si uvědomují jak zástupci obcí, tak státní správy. V návaznosti na problematiku nedostatku odborných pozic je nutno podporovat zejména ty podniky, které vytváří odborné pracovní pozice, pro které je nutná vyšší kvalifikace. Tím se zamezí odlivu obyvatel studujících ve velkých městech, kteří v nich z důvodu nedostatku odborných pracovních pozic na venkově zůstávají.

Další oblastí, na kterou podniky pozitivně působí, je **využívání místních zdrojů**, a to nejen lidských, jak bylo uvedeno výše. Pokud si například podnikatel zřídí cukrárnu, bude např. zákusky objednávat u některého z místních cukrářů nebo suroviny na jejich přípravu nakupovat taktéž od místních podniků nebo dokonce obyvatel. Pokud se jiný z podnikatelů rozhodne rozšířit své prostory k podnikání, nakoupí pravděpodobně materiál na stavbu v místních stavebninách. Pokud se restaurace rozhodne vařit sezónní pokrmy, nakoupí na místních farmách apod. Opět tedy dochází k podpoře obyvatel, ale i MSP navzájem, čímž dochází k rozvoji regionu.

Většina podnikatelů podporuje obec, ve které působí nebo její blízké okolí **sponzoringem** konkrétních oblastí. Nejčastěji MSP sponzorují společenské akce, jako plesy, a to darováním výhry do tomboly. Jiní podnikatelé podporují sportovní aktivity, a to jak finančně, tak materiálně, například v podobě zajištění občerstvení pro sportovce. Jakýkoli druh sponzoringu vede obvykle ke zlepšení podporované aktivity, což se pozitivně projeví na spokojenosti jejich aktérů.

Neméně důležitou oblastí, na kterou mají MSP ORP Hodonín pozitivní vliv, je **kulturní život v obci**. V rámci svých podnikatelských aktivit často pořádají akce, které jsou určeny pro širokou veřejnost, například letní taneční zábavy s živou kapelou, diskotéky, tematická odpoledne, dětské dny, dny otevřených dveří, koncerty apod. Restaurace například připravují pokrmy mezinárodní kuchyně, netradiční pokrmy, nebo naopak regionální. Vinařství nabízí řízené degustace apod. Všechny tyto aktivity obohacují kulturní život v obci, což opět vede k vyšší spokojenosti obyvatel a přispívá k omezení jejich stěhování pryč z regionu.

Pozitivní vliv mají MSP také na oblast **školství**. Některé umožňují exkurze školám, jiné poskytují bezplatné praxe studentům nebo pomoc při zpracování závěrečných prací. Pozitivní je také zaměstnávání čerstvých absolventů v místních podnicích.

Poněkud netradičním bodem se může zdát oblast **zlepšení úrovně poskytovaných služeb a produktů v obci**. Jak bylo v rozhovoru uvedeno, pokud přijde do obce nový podnikatel, který nabídne službu, kterou již obec disponuje, avšak ve vyšší kvalitě,lepší se také kvalita již dosud nabízených služeb v obci. Například, přijde-li do obce nový vinař, který bude nabízet netradiční a kvalitní víno,lepší se výroba vín i u ostatních vinařů. Nebo opraví-li podnikatel v obci hospodu a začne vařit netradiční pokrmy, opět se alespoň částečnělepší úroveň i jiných hospod v obci. Tuto skutečnost nelze samozřejmě pozorovat všude, ale dle podnikatelů je všeobecně zřetelná.

Poslední, avšak neméně důležitou oblastí, je **urbanizace**. Vzezření budov a pozemků podniků ovlivňuje obraz venkova. Pokud podnikatel postaví v obci architektonicky zajímavou budovu, může tak do obce nevědomky přilákat turisty, kteří se o ni budou zajímat, nebolepší kvalitu obce v pohledu místních obyvatel, kteří na ni budou více pyšní. V kapitole 2 *Literární přehled* bylo uvedeno, že „*podle výstavby a upravenosti venkova lze usuzovat úroveň rozvoje MSP*“. Výstavba MSP však zejména přiláká do obce nové obyvatele nebo udrží stávající mladé obyvatele, kteří pak v obci začnou stavět rodinné domy, což se také pozitivně podepisuje na rázu celé obce.

Z výše uvedeného je zřejmé, že MSP jsou velmi silně spojeny s obcí, ve které působí.

### 6.1.2 Ekonomické přínosy

Malé a střední podniky v ORP Hodonín nejvíce pozitivně ovlivňují následující oblasti:

- Obecní rozpočet
- Tvorba pracovních míst
- Infrastruktura
- Subdodávky

Malé a střední podniky přispívají do **obecního rozpočtu** nemalými peněžními prostředky. Za objekty, které vlastní, platí daň z nemovitosti, jejíž výši si obec může regulovat, jelikož daň z nemovitostí vybraná na katastrálním území obce vstupuje celá do obecního rozpočtu. Obec má právo prostřednictvím závazné vyhlášky upravit pro konkrétní části obce koeficient, který je pro ni stanoven. Ze schématu rozpočtového určení daně v příloze F je zřejmé, že do obecního rozpočtu vstupují také poměrnou částí daně z příjmů právnických i fyzických osob. Rozpočtové určení daně obsahuje také motivační prvky, jejichž cílem je dle Ministerstva vnitra ČR motivovat obce, aby například podporou podnikání a zaměstnanosti zvyšovaly svůj daňový výnos. Celkem 30 % na dani z příjmů fyzických osob z podnikání je rozdělovaných podle místa jejich bydliště a 1,5 % celostátního výnosu daně z příjmů fyzických osob ze závislé činnosti a funkčních požitků je rozdělováno na základě počtu zaměstnanců s místem výkonu práce v obci. Obec by tedy měla zaměřit svou podporu především na tyto oblasti. Dále obci od podnikatelů plynou poplatky, kte-

ré může taktéž sama regulovat, a to například poplatky ze vstupného či z ubytovací kapacity.

Vyčíslit přesně přínos MSP do obecního rozpočtu je na základě dostupných informací velmi obtížné. Z rozhovorů však vyplynulo, že je pro rozpočet obce důležitý. Zástupce obce poukázal na negativní skutečnost, kdy z obce odešel podnik, který v ní několik let sídlil. Na příkladu této obce tedy bude popsán přínos MSP v oblasti obecních rozpočtů.

Podnik je právnickou osobou, jeho odchod se tedy na obecním rozpočtu mohl podepsat ve sdílených daňových příjmech prostřednictvím motivační složky, která se odvíjí od počtu zaměstnanců, těch podnik zaměstnával kolem 20. Detailnější rozdělení sdílených daňových příjmů bohužel obec v té době neprováděla. Sdílený daňový příjem činil v roce, kdy podnik v obci působil, 27 200 000 Kč. V následujícím roce byl o 3 200 000 Kč nižší. Je jasné, že celý pokles nebyl zapříčiněn odchodem tohoto podniku, avšak jistě se na něm podepsal. Od roku 2012 již obec zveřejňovala alespoň částečné rozdělení sdílených daňových příjmů. V roce 2015 byly podle výňatku z rozpočtu v příloze F schváleny sdílené daňové příjmy obce ve výši 36 500 000 Kč. Z toho 26,3 % tvoří daně z podnikání a 23,6 % daň z příjmů FO ze závislé činnosti, která je závislá mimo jiné na počtu zaměstnanců s místem výkonu práce v obci, na počtu obyvatel obce a na počtu dětí navštěvující školu zřizovanou obcí. Jak vyplynulo ze sekundárního i primárního výzkumu, na všechny tyto oblasti mají MSP vliv. Na celkových vlastních příjmech obce se sdílené daňové příjmy podílí 77,82 %. Sdílená daň z DPH tvoří 39 % vlastních příjmů obce a daně z podnikání a závislé činnosti 38,8 %. Je tedy zřejmé, že obec může díky motivačním složkám ovlivnit příjem do obecního rozpočtu podporou MSP a zaměstnanosti. Podpora nejen MSP je však důležitá také celorepublikově. Čím více se na daních díky úspěchu podniků plošně vybere, tím více se pak dostane i do samotných obcí, jelikož sdílené daně se odvíjí z větší části z celorepublikových výnosů.

Malé a střední podniky jsou **tvůrci pracovních míst**, a to zejména pro místní obyvatele a obyvatele z blízkého okolí. S tím je také spojena **kupní síla obyvatel**. Pokud se bude podnikům dařit, budou moci zaměstnávat více obyvatel, čímž se nejen sníží nezaměstnanost, ale také zvýší kupní síla obyvatel, kteří byli předtím závislí na podpoře v nezaměstnanosti. Pokud se však podnikům dařit nebude, situace bude logicky opačná. Propouštění povede nejen k růstu nezaměstnanosti v regionu, ale také k poklesu kupní síly obyvatel způsobenou ztrátou jejich příjmů. Je proto důležité MSP podporovat, aby byla jejich ekonomická situace co nejlepší. V současné době podniky v ORP Hodonín považují svou situaci za nadprůměrně dobrou a je nutné tento stav podpořit a udržet.

Další oblastí, na kterou mají MSP pozitivní vliv, je **infrastruktura**. Především z rozhovorů vyplynulo, že zde hrají MSP v ORP Hodonín nezanedbatelnou roli. Podniky si opravy komunikací nebo jejich stavbu nejen zařídí, ale často také zaplatí. Je to pro ně mnohdy snazší než žádat o obec, která na ni nemusí mít finanční prostředky. Dalším způsobem spolupráce na budování infrastruktury je čerpání dotací, kde může dojít k situaci, kdy podnik má prostředky na částečné financování opravy a obec ne, proto nedosáhne na dotace. Ty na sebe vezme podnik a komuni-

kaci opraví. Dalším příkladem je budování podnikatelských zón na okrajích obcí, ke kterým se obce snaží přivést kvalitní komunikaci kvůli zásobování. Tato komunikace pak může sloužit samozřejmě i místním obyvatelům, jelikož může navazovat na další cesty v obci nebo mimo ni. Dalším příkladem infrastruktury spojené s MSP je budování cyklostezek. Ty jsou v oblasti Hodonínska kvůli rovinné krajině charakteristické. Obce budují velmi často cyklostezky, aby podpořili nejen místní vinaře (vinné stezky), ale také turistiku v obci vůbec. Pod pojem infrastruktura samozřejmě spadají také inženýrské sítě. Pokud obec vytváří v obci podnikatelskou zónu, musí k ní tyto sítě přivést přes okolní pozemky neurčené k tvorbě podnikatelské zóny, ty se tímto však zhodnotí a získají tak pro majitele větší hodnotu. Pozitivní vliv na infrastrukturu je tedy vzájemný. Její budování podporují jak podniky, aby pomohly nejen sobě, ale i obci, ale také obce, aby pomohly podnikům.

Malé a střední podniky také často působí jako **subdodavatelé** velkých podniků. Tato skutečnost se projevila také v ORP Hodonín. Z rozhovorů vyplynulo, že pokud se v obci staví nové objekty či infrastruktura, jsou dodavateli dílčích služeb často právě místní podniky. Pro stavební podnik je to lepší z důvodu snadné dostupnosti materiálu či služeb a pro obec z důvodu podpory MSP, což se poté pozitivně projeví nejen v obecním rozpočtu, ale třeba také v zaměstnanosti.

Je opět zřejmé, že MSP jsou velmi silně vázány na místo svého působení.

### 6.1.3 Role MSP v ORP Hodonín „v číslech“

Malé a střední podniky hrají v ORP Hodonín **zásadní roli**. V roce 2013 činil podíl MSP v ORP Hodonín na celkovém počtu podniků 99,9 %. Celkem 91,14 % MSP si myslí, že pozitivně působí na rozvoj obce. Největší pozitivní vliv mají MSP na následující oblasti: vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele (44,3 %), zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty (44,3 %), využívání místních zdrojů (39,24 %), sponzorování místních spolků a sdružení (37,97 %) a zaměstnanost (36,71 %). Sponzoringu se věnuje 75,95 % MSP. Nejvíce sponzorovanou oblastí je kultura (65,82 %), sport (29,11 %) a školství (12,66 %). Celkem 91,9 % MSP se zaměstnanci zaměstnává převážně místní obyvatele a obyvatele z blízkého okolí, 32,91 % MSP nabízí místa také absolventům. Exkurze školám umožňuje 22,78 % podniků. V zastupitelstvu obce má svého zástupce 18,99 % MSP.

### 6.1.4 Role MSP v ORP Hodonín z pohledu teorií regionálního rozvoje

Jak již bylo uvedeno v kapitole 2. 5 *Teorie regionálního rozvoje*, v současné době jsou uplatňovány dva přístupy, a to neoliberální a institucionální. Na základě informací uvedených v práci odpovídá aktuální situace v oblasti MSP v ORP Hodonín nejvíce institucionálnímu přístupu a vykazuje charakteristiky všech tří teorií spadajících pod institucionální přístup. Nelze říci, že by přesně spadala pouze pod jednu teorii. **Teorie výrobních okrsků** považuje za nejdůležitější faktor hospodářského růstu specifické socioekonomické podmínky, jako je pocit kolektivní sounáležitosti, důvěra a tradiční hodnoty místních obyvatel. Úspěch regionů tkví dle autorů teorie v mimořádně velkém podílu malých a velmi malých podniků

a v jejich charakteristickém způsobu spolupráce. Z práce vyplynulo, že MSP v ORP Hodonín tvoří 99,9 % všech podniků a jejich role v regionu je zásadní. Podniky spolu vzájemně komunikují a pomáhají si. Důležitá je u nich také důvěra, a to zejména mezi zaměstnanci podniku a vedením. **Teorie flexibility představuje** rozšíření teorie výrobních okrsků a za stěžejní faktory rozvoje regionu považuje sítě mezipodnikových vazeb, vztahy založené na důvěře a spolupráci a konkurenční výhodu plynoucí z inovací a flexibility, nikoli z ceny. Z rozhovorů vyplynulo, že zákazníci u specializovaných prodejen oceňují kvalitu a široký sortiment produktů a jsou ochotni si za ně připlatit, u jiných produktů oceňují zase jejich snadnou dostupnost. Cena stále hraje roli, ale již ne tak velkou, jako tomu bylo v minulosti. Lidé jsou ochotni si čím dál tím víc připlatit za kvalitu, která však musí být úměrná ceně. Konkurenční výhoda podniků tedy netkví v nejnižší ceně. **Teorie učících se regionů** považuje za klíčové faktory rozvoje regionu znalosti, schopnost učit se a vytvářet kulturní klima napomáhající inovacím. Tyto faktory jsou považovány za nemobilní a stávají se konkurenční výhodou regionu, respektive podniků, které jimi disponují. V rozhovorech i v dotaznících byla mnohokrát zmíněna problematika nedostatku kvalitních odborně vzdělaných pracovníků. Pokud by je podniky našly, byly by ochotni je adekvátně ohodnotit, aby si je udržely a získaly tak konkurenční výhodu.

## 7 Návrhy a doporučení

Malé a střední podniky hrají v rozvoji ORP Hodonín významnou roli. Pokud se bude MSP dařit, podepíše se tato skutečnost také na samotné obci a v důsledku i regionu, který bude pro obyvatele atraktivnější. Z práce vyplynulo, že MSP a obce se vzájemně velmi ovlivňují. Proto jsou také návrhy a doporučení vedoucí k podpoře MSP v ORP Hodonín, a tím k jejímu rozvoji, směřovány jak k managementu MSP, tak k managementu obcí a především k jejich vzájemné spolupráci.

V rámci standardizovaného rozhovoru se zástupcem hospodářské komory bylo zmíněno téma tzv. družeb. Několik obcí v ORP Hodonín má tzv. družební obce, se kterými spolupracují zejména v oblasti kulturně-společenské, kdy se zástupci obcí navzájem při různých příležitostech navštěvují. S sebou obvykle berou zástupce místních folklorních či hudebních souborů a navzájem se tak seznamují s kulturou a zvyky druhé země. Dle zástupce však zůstává nevyužitý potenciál těchto spoluprací zejména v podnikatelské oblasti. Obce, které mají „družbu“ by mohly zorganizovat „vzdělávací exkurzi“ pro místní podnikatele a obyvatele, kteří zvažují zahájení podnikání v budoucnu. V rámci například týdenního pobytu by se účastníci exkurze seznámili s místními podnikateli, jejich příběhy a postřehy. Navštíveny by mohly být například také podniky mimo družební město, které jsou oproti českým podnikům něčím jiné, zajímavé a originální, samozřejmě, pokud by z jejich strany byl o tuto činnost zájem. Účastníci by bydleli v družební obci, a to buď u rodin, které by byly ochotny je ubytovat a nebo v místních ubytovacích zařízeních. Exkurze v podnicích by zajistili zástupci družební obce. Celé exkurze by se samozřejmě účastnil také minimálně jeden překladatel, který by komunikaci podnikatelů umožnil. Obec, která se družby účastní, však obvykle má někoho z místních, kdo ovládá jazyk a na společných akcích překládá. Cílem těchto exkurzí by bylo načerpání inspirace pro nové podnikatelské záměry či pro zlepšení již existujících. V obci by díky tomu mohly přibýt nové MSP a nebo se zlepšit činnost již stávajících. Další výhodou této exkurze by mohla být debata zástupců obcí o podpoře MSP, kdy by si navzájem předali vlastní zkušenosti a postřehy. Tento projekt by mohl být financován buď z některého dotačního titulu, pokud by vhodný existoval, nebo z obecního rozpočtu za finanční spoluúčasti podnikatelů. Vhodnější by však byla varianta čerpání dotací, jelikož by byla pro obec i podnikatele finančně méně náročná.

Družeb obcí by se dalo využít také ke zlepšení situace v oblasti odborného vzdělávání pracovníků, kterých je dle primárního výzkumu na místním trhu práce nedostatek. Tento problém se vyskytl převážně v technických oborech, ale také v pohostinství. Zejména pohostinství se jeví jako vhodný obor k čerpání zkušeností v zahraničí. Kuchař/ka, ať již zaměstnaný či bez práce, by se přihlásil do vzdělávacího programu obce, který by spočíval v několikadenním až několikátýdenním pobytu v družební obci, ve které by v místním restauračním zařízení absolvoval praxi, ve které by rozšířil své kuchařské schopnosti nejen o znalost přípravy pokrmů místní kuchyně, ale také o celkové fungování kuchyně v jiné zemi. O naučené pokrmy by po návratu mohl doplnit jídelní lístek v restauraci nebo by jen rozšířil své

zkušenosti a znalosti, které by zvedly jeho cenu na trhu práce. V jedné z obcí ORP Hodonín se uskutečnila družební akce, při které bylo v místním pohostinství v rámci francouzského odpoledne připravováno také typické francouzské jídlo, a to za asistence rodilých Francouzů. Tato akce se u návštěvníků setkala s pozitivním ohlasem. Pokrmy však na jídelním lístku natrvalo nezůstaly. Bylo by zajímavé, kdyby některá z restaurací družební obce kromě typických českých nebo místních tradičních pokrmů nabízela také pokrmy z družební země, jejichž přípravu by se v ní také naučila. Restaurace by tak přilákala nejen více místních obyvatel, ale také turistů, kteří by obcí původně třeba jen projížděli. Samozřejmě by restaurace musela svým hostům tuto skutečnost prostřednictvím vhodných marketingových nástrojů sdělit. Tento program by samozřejmě šel aplikovat také na jiná povolání, jako je cukrář, řezbář, kadeřník apod.

Podnikatelé považují dle primárního výzkumu za výhodu podnikání na venkově možnost rozšíření prostor k podnikání a ve většině případů také cenu pronájmu prostor. Obce by tedy měly podpořit tuto skutečnost nabídkou volných obecních prostor k podnikání za symbolickou cenu nebo ideálně zdarma, respektive pouze za úhradu energií. K podnikání by to mohlo motivovat obyvatele, kteří se jej původně báli právě z důvodu výdajů na nájem, který je nutno uhradit, i když se podniku nedaří nebo když má při rozjezdu podnikání ještě nízké tržby. Nyní by v začátcích museli pokrýt menší provozní výdaje. Obec by mohla mít výhodu v tom, že by se o volné prostory k podnikání hlásilo více zájemců a mohla si vybrat toho, který jí přijde jako nejvhodnější kandidát. Pokud obec nedisponuje volnými prostory vhodnými k podnikání, ale cítí v obci potenciál vzniku nových podniků, které by zlepšily úroveň obce, mohla by tyto prostory nově vytvořit, a to například za pomoci vhodných dotačních prostředků. Obec by postavila budovu, ve které by byl prostor například pro menší restaurační zařízení, butik, obchod apod., ve vyšších patrech by pak mohly být umístěny prostory pro kanceláře a v podkroví například i byty. Nájem by však nastavila na co nejnižší úroveň, aby podpořila chuť k podnikání. Případně by stavbu mohl financovat soukromý investor, kterého by obec oslovila. Zde by však mohl nastat problém s výší nájmu. Při umísťování podniků do nově postavené budovy nebo volných obecních prostor, by pak dala přednost například těm podnikatelům, kteří vytvoří nejvíce pracovních míst a nebo nejvíce odborných pracovních míst, aby se zabránilo odlivu místních mladých obyvatel, kteří studují ve větších městech.

Existence volných prostor vhodných k podnikání nebo výstavba nových by mohla být spojena se soutěží o nejlepší podnikatelský návrh, který by mohl být realizován v obci. Místní obyvatelé nebo podnikatelé by se mohli přihlásit se svým návrhem, jehož podmínky by stanovila sama obec a který by musel být realizovatelný v rámci dostupných prostor. Návrhy by posuzovala odborná komise složená z obecních zastupitelů, místních podnikatelů a případně podnikatelů z okolí, kteří se již v oblasti, které jsou v návrzích, pohybují a kteří by o účast v komisi projevíli zájem. Vyjádřit by se mohli také sami obyvatelé obce, a to například hlasováním na internetu. O vítězi by však rozhodla odborná komise. Cenou pro vítěze by pak byl nejen prostor k podnikání, ale také například pětiletý bezplatný nájem, služba



marketingové agentury, která by podniku pomohla vytvořit image a dostat ji k potenciálním zákazníkům nebo u podniků, kde je důležitý jejich interiér či exteriér například služba architekta či designéra.

Ačkoli se obci může zdát, že nízký nájem negativně ovlivní obecní rozpočet, opak může být pravdou. Podnikatelé budou moci více peněžních prostředků vložit do své hlavní činnosti, zlepšit ji a zvýšit tak svůj výdělek, čímž se zvýší také odvod daní, což se pozitivně projeví v obecním rozpočtu a příjem tak může být mnohonásobně vyšší, než kdyby obec stanovila nájem na vyšší úrovni. Pokud by se obec rozhodla postavit nové prostory k podnikání, podpořila by tak nejen začínající podnikatele, ale také již fungující místní podniky, které by stavbu provedly a poskytly například i materiál.

Jak již bylo uvedeno výše, problémem oblasti je nedostatek odborných pracovníků. Aby se tomuto jevu předešlo, je důležité zaměřit se na jejich získávání co nejdříve, tedy ještě v době, kdy studují. MSP, které potřebují odborné pracovníky, by měly navázat spolupráci se středními nebo vysokými školami a nabídnout jim možnost poskytování odborné praxe či vedení závěrečné práce. Velkou výhodou pro podnik je, že si může studenta vyzkoušet „nanečisto“ a pokud bude spokojen, nabídne mu stálé pracovní místo. Pro vyšší motivaci podniků by obce mohly například podnikům, které praxi poskytnou, nabídnout školení na některé zajímavé a aktuální téma zdarma – například sociální sítě, měkké dovednosti, aktuální dotační tituly apod. Spolupráci se školami navazují obvykle podniky, které sídlí ve stejných městech jako škola. Pokud by však praxe nabízely také podniky z obcí v ORP Hodonín, mohli by se o ně hlásit studenti, kteří zde bydlí, čímž by opět vzrostla pravděpodobnost toho, že z obce po dostudování vysoké školy nadobro neodejdou.

V ORP Hodonín a jejím okolí je také nedostatek manuálně zručných pracovníků. Chybí dostatek kvalifikovaných kuchařů, obsluh strojů apod. Tato povolání obvykle vykonávají středoškolsky vzdělaní lidé. Již na základní škole by tedy měli vědět, že tato povolání jsou potřebná a přínosná. Dosud nerealizovaný příklad spolupráce uvedl v rozhovoru zástupce obce na příkladu místního specializovaného podniku, který chtěl započít spolupráci s místní ZŠ, a to prostřednictvím exkurzí do podniku, seznámení s jeho chodem a zavedením konkrétních předmětů, jako jsou dílny, do výuky, aby žáci získali k manuálním pracím pozitivní vztah. Zde by se mohly inspirovat také jiné větší podniky, kterým chybí některý typ zaměstnanců. Avšak předměty, jako dílny, vaření či pozemky, které byly vyučovány v dřívějších letech, by se do výuky mohly vrátit, už jen z důvodu získání pozitivního vztahu a respektu k manuálním pracím. Praktické činnosti jsou součástí vzdělávacího programu základních škol, avšak každá škola se k nim staví jinak a v jiném rozsahu se věnuje jednotlivým jejím oblastem. Bylo by tedy vhodné více se na tyto předměty zaměřit a snažit se žáky s činnostmi seznámit co nejlépe pomocí práce v dílně, na za zahradě či přímo v kuchyni.

Z rozhovorů vyplynulo, že někteří podnikatelé se domnívají, že v obecních zastupitelstvech je malý podíl podnikatelů. Z dotazníkového šetření pak vyplynulo, že čím menší je obec, tím větší podíl podnikatelů je v zastupitelstvu, což je logické,

jelikož zastupitelstvo má také méně členů. Ve větších obcích tedy tento problém pociťují více. Kandidatura do obecního zastupitelstva je však dobrovolná a nejde tedy přesně stanovit podíl, který mají tvořit podnikatelé. Podnikatele je však možno do chodu obce zapojit například zřízením „podnikatelské rady“ obce. Jako je tomu ve městě v sousedím ORP. Tu by tvořily například nejvýznamnější podniky v obci, ať už z pohledu zaměstnanosti nebo z pohledu sponzorství apod. A také ti podnikatelé, kterým chod obce není lhostejný a chtějí se na něm podílet. Rada by se scházela buď pravidelně a nebo nepravidelně dle situace. Starosta obce by s podnikateli řešil aktuální problémy, ke kterým by měli možnost se vyjádřit a navrhnout řešení. Také sami podnikatelé by mohli navrhnout problémy k řešení a nebo by naopak mohli přijít se „zlepšovacími“ návrhy pro obec. Podnikatelé v obci by tak cítili, že jejich názor má váhu, což by je ještě více spojilo s obcí, kterou by se snažili zlepšit, čímž by se stala opět atraktivnější i pro místní obyvatele. Z dotazníkového šetření totiž vyplynulo, že někteří podnikatelé si myslí, že obec se o jejich názory nezajímá a nemají důvod se zasedání obecního zastupitelstva účastnit. Takto by obec dala najevo svůj zájem o podnikatele a dala jim prostor k vyjádření se. Navíc na obecních zastupitelstvech se řeší mnoho problémů, které nejsou pro podnikatele zajímavé, díky „podnikatelské radě“ by svůj čas věnovali jen tématům, ke kterým by měli co říci.

Dalším obdobným typem spolupráce podnikatelů a zástupců obce na nepravdělné a spíše neformální bázi a v menším rozměru (pro menší obce) by mohly být „snídaně se starostou“, jejíž realizaci zvažuje hospodářská komora. Ta by vždy v konkrétní obci uspořádala „snídaní“, na kterou by pozvala starostu a místní podnikatele, kteří by společně diskutovali nad problémy obce, podniků apod. Opět by se tak posílila role MSP, které by měly prostor se k dění v obci vyjádřit a navrhnout jeho zlepšení.

Každý z podnikatelů dotazovaný v rozhovoru se v začátcích podnikání setkal s negativním postojem spoluobčanů. Jeden jej díky včasné komunikaci ihned obrátil. Právě komunikace podniků s obyvateli obce je důležitá. V dnešní době, kdy se sociální sítě staly součástí každodenního života, by navázání kontaktu s obyvateli mělo být samozřejmostí. Jedná-li se o podnik poskytující služby obyvatelům, mohl by si například na Facebooku založit profil, ve kterém by je seznamoval s chodem podniku, novinkami a podobně. Profil by si mohl založit i podnik, který své otevření teprve připravuje. Na svém profilu by prezentoval například fotografie z jeho stavby či úpravy a mohl by budoucí potenciální zákazníky zapojit i do jeho tvorby prostřednictvím ankety o „zákaznický“ nápoj, pokrm, balíček apod., který by po otevření byl v nabídce. Díky včasné prezentaci by získal ihned po otevření klientelu, která si k podniku vybuodovala pozitivní vztah ještě před jeho otevřením. Snížit by se tak mohl i počet obyvatel, kteří by se jeho otevření obávali. Pokud by se jednalo o otevření většího podniku, kde by obavy z hluku, prachu apod. byly na místě, měl by podnikatel uspořádat před otevřením či stavbou podniku sezení s obyvateli obce, kde by zodpověděl všechny jejich dotazy, vyvrátil jejich obavy a nebo případně společně s nimi našel řešení ještě nedořešených problémů.

Sociální sítě by ke své prezentaci a k informovanosti občanů mohly používat také samotné obce. Ty v dnešní době ke komunikaci používají především místní rozhlas či infokanály v televizi. Mladí obyvatelé však již více než televizi sledují internet. Vytvořením oficiálního facebookového profilu obce, by se její informace dostaly k více mladým obyvatelům a podnikatelům. Na profilu by obec mohla prezentovat nejen fotografie z akcí pro veřejnost, pozvánky na události, krátké shrnutí zápisu ze zasedání obecního zastupitelstva, problémy, které obec aktuálně řeší (pokud je možno je prezentovat veřejně), ale také pozvánky na události pořádané hospodářskou komorou a jinými vzdělávacími subjekty v okolí, informace o aktuálních dotačních titulech, tipy na výlety v obci a jejím okolí apod. Stránka by tedy sloužila jak místním obyvatelům, tak podnikatelům k větší informovanosti. Turisté by na stránce našli například fotografie z akcí, z okolí obce apod. Pro ně by bylo ale lepší zřídit buď zvláštní facebookovou stránku a nebo přehlednou sekci „pro turisty“ na oficiálním webu obce, kde by našli všechny potřebné informace na jednom místě.

Dalším způsobem, jak zlepšit vztahy obyvatel obce s podnikateli, by mohlo být pořádání společných akcí. Místní podnikatelé by se například mohli společně domluvit a uspořádat ples, na který by pozvali třeba zajímavého hosta nebo kapelu. V některých obcích větší podniky již plesy pořádají, obvykle jsou od jiných plesů něčím odlišné a zajímavé. Díky spolupráci více podniků by mohl vzniknout ples ještě zajímavější. Obcím, které nemají většího podnikatele, který by pořádal akce pro veřejnost, by to jejich pořádání umožnilo, jelikož více podnikatelů společně si již společnou akci „troufne“ uspořádat.

Zástupce obce považuje za důležitou podporu turismu, která vede k podpoře MSP v obci. Obec jej podporuje prostřednictvím pořádání akcí pro veřejnost (hudební přehlídky, festivaly apod.), výstavbou architektonicky zajímavých objektů (rozhledny), zřizováním turisticky atraktivních objektů (muzea, galerie, šlapací drezíny apod.) a také například podporou vinařství a výstavbou cyklostezek. Obce by mohly využít svého potenciálu a vytvořit turisticky zajímavé balíčky, které by prostřednictvím cestovních kanceláří nabízely. V balíčku by se nacházelo ubytování v místním ubytovacím zařízení, stravování (polopenze, snídaně, plná penze, dle přání zákazníka) buď přímo v ubytovacím zařízení a nebo v blízkém restauračním zařízení za zvýhodněnou cenu, dále také vstup do místních nebo lehce dostupných zařízení v okolí (muzea, výstavy, sportoviště, koupaliště apod.), ochutnávka místních vín s výkladem, zapůjčení kol, mapy obce a okolí s tipy na výlety, jízdní řád apod. Balíčky by obec vytvořila za spolupráce místních podnikatelů, kteří by je také propagovali na svých webových a facebookových stránkách. Tím by došlo k podpoření stávajících místních podnikatelů, což by se díky vyšším příjmům projevilo na zlepšení nabízených služeb nebo rozšíření prostor k podnikání. Časem by mohlo dojít až ke vzniku nových podniků v obci, o jejichž nabídku by se balíčky rozšířily.

V rámci rozhovorů bylo zjištěno, že pokud chce podnikatel zorganizovat akci pro veřejnost na obecním pozemku, musí kromě nájmu platit obci také procento ze vstupného. Tato skutečnost může od pořádání akcí odradit mnoho zájemců. Ob-

zvláště, jedná-li se o prostory venkovní, kdy je úspěch akce závislý také na počasí. Nájem musí podnikatel zaplatit vždy, procento ze vstupného se odvíjí od počtu hostů. Bylo by vhodné zvážit, zda jeden z poplatků nezrušit. Nájem může být pro podnikatele více odrazující. Proto by bylo dobré snížit jej na co nejmenší částku a zrušit poplatek ze vstupného, protože obec se jednak na propagaci akce obvykle nijak nepodílí a také za prostor již obdržela nájem. Neměla by teda na akci profitovat dvakrát. Druhou možností by bylo zrušení nájmu a ponechání procenta z prodaného vstupného. Toto procento by však bylo vyšší. Podnikatel by tak v případě špatného počasí nebyl nucen platit nájem, který by ze vstupného ani nebyl schopen pokrýt a zaplatil by pouze procento z prodaných vstupenek.

Obec by měla také zvážit, v jaké výši stanoví ostatní poplatky vztahující se k podnikání. Ačkoli pro obecní rozpočet je vyšší poplatek na první pohled přínosnější, nemusí tomu tak vždy být, stejně jako bylo uvedeno na příkladu nájmu výše. Některé obce v ORP Hodonín zdražily pronájem informačních cedulí pro podnikatele, aby do obecních rozpočtů připlýnulo více peněz. Avšak z pohledu podpory MSP je tato skutečnost negativní. Podnikatelé tak zváží, zda reklamní ceduli v obci umístit nebo ne, popřípadě omezí jejich počet a o jejich podniku se tak může dovědět méně turistů nebo potenciálních zákazníků, kteří by si za jiných okolností informační cedule mohli všimnout. Nižší poplatky za informační a reklamní prostory by naopak podpořily MSP. Obec by mohla jejich cenu snížit alespoň pro místní podnikatele, jejichž podpora je pro ni klíčová.

Z testování hypotéz vyplynulo, že od počtu zaměstnanců podniku se odvíjí využití služeb hospodářské komory a také čerpání dotací. Podniky s více zaměstnanci se o informace zajímají více. Naopak OSVČ bez zaměstnanců méně a nebo neví, kde informace čerpat. Hospodářská komora by se tedy měla více zaměřit na informovanost těchto menších podniků a OSVČ, a to například pořádáním seminářů týkajících se dotací a jiných typů podpor vhodných pro OSVČ. Důležité je také informace k těmto malým podnikatelům dostat. Způsobů, jak na ně získat kontakty, však není mnoho. Většina OSVČ nemá zaplacenou reklamu na větších internetových portálech. Zástupci hospodářské komory by se tedy měli pokusit kontakty najít i jinde. Například na základě seznamu podnikatelů v konkrétní obci, který lze sestavit na základě informací dostupných na internetu, by se měli pokusit najít kontakty jinde na internetu nebo zkusit oslovit zástupce obcí, zda kontakty nemají, případně dohledat telefonní kontakt v seznamu. Tento způsob by byl však velmi časově náročný, ale důkladný. Rychlejší by bylo oslovení podnikatelů prostřednictvím facebookové kampaně, kterou by hospodářská komora finančně podpořila, avšak zde by byli osloveni jen ti podnikatelé, kteří na Facebooku působí.

Hospodářská komora by se měla také zaměřit na podporu podnikání již u studentů, aby je k němu motivovala a nabídla jim podporu nejen v začátcích podnikání, ale také v jeho průběhu. Prostřednictvím přednášek a workshopů na středních odborných školách by studenty seznámila s podnikáním, jeho zahájením, podporou apod. Podpořit by mohla také znalost komunikace na sociálních sítích u podnikatelů, kteří ji dosud ke svému podnikání nepoužívají, a to opět prostřednictvím přednášek, kurzů a workshopů odborníků. Hospodářská komora by také mohla sloužit

jako prostředník při sjednávání odborných praxí na středních a vysokých školách pro podnikatele, kteří by rádi praktikanta využili, ale nemají dostatek času si jej sami zařídit.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že někteří podnikatelé nevyužili dotace, jelikož pro ně neexistoval vhodný dotační titul. Od minulého roku se Jihomoravský kraj snaží co nejefektivněji rozdělovat dotace. Zavedl tzv. karty připravenosti projektů, ve kterých podnikatelé popíší projekt, na který by chtěli čerpat dotaci, tedy připraví jakousi žádost o dotaci nanečisto. Jihomoravský kraj tak zjišťuje tzv. absorpční kapacitu. Cílem sběru těchto karet je zjistit připravenost Jihomoravského kraje pro čerpání prostředků z fondů EU v programovém období 2014–2020 a utřídit tak informace o tom, jaké typy projektů je možné v území Jihomoravského kraje v následujícím období očekávat. Tyto informace tvoří součást Integrovaného plánu rozvoje znevýhodněných území JMK. Tento dokument bude otevřený a každý rok se dle karet bude aktualizovat. Následně se budou výzvy k dotacím cílit dle projektů uveřejněných v kartách. Je tedy v zájmu podnikatele, pokud má nápad, který by chtěl podpořit dotací, aby jej uvedl v kartě připravenosti projektu, čímž zvýší pravděpodobnost toho, že kraj vyhlásí výzvu, která se bude projektu týkat. Navíc díky tomu, že již podnikatel bude mít zpracovávánou kartu připravenosti, bude vyplnění žádosti o dotaci rychlejší.

Podporu podnikání a zaměstnanosti má za cíl stanovena také místní akční skupina Dolní Morava, která zpracovává Strategii komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD). Náměty pro její zpracování sbírá přímo od podnikatelů. Pokud bude schválena realizace této strategie, budou moci podnikatelé čerpat finanční prostředky také v rámci místní akční skupiny. Podnikatelé se tedy mohou zapojit do tvorby tohoto dokumentu a ovlivnit tak oblasti, které budou podporovány.

Způsobů, jak podpořit MSP existuje mnoho, záleží jen kreativitě obecních zastupitelů, veřejné správy, zástupců hospodářské komory a také na iniciativě samotných podnikatelů a občanů. Výše uvedené návrhy a doporučení vedou ke zlepšení role MSP v ORP Hodonín, a tím také k rozvoji tohoto regionu. Některé z nich jsou aplikovatelné také na obdobné obce a oblasti jinde v České republice.



## 8 Diskuze

Malé a střední podniky hrají v rozvoji venkovského regionu nezastupitelnou roli. Přesto bylo při hledání sekundárních údajů zjištěno, že data většího záběru existují pouze pro malé a střední podniky z pohledu celorepublikového a jsou k nalezení v oficiálních zprávách o vývoji malého a středního podnikání v konkrétním roce sestavených Ministerstvem průmyslu a obchodu České republiky. Rok 2014 ve většině případů ještě nebyl zpracován. Data jsou tedy nejčastěji sledována do roku 2013. Pokud existovaly informace, na jejichž základě šel vývoj roku 2014 odhadnout, byl odhad proveden, avšak je velmi pravděpodobné, že skutečná situace bude odlišná. Při hledání stejných informací pro MSP v Jihomoravském kraji a poté i v ORP Hodonín bylo zjištěno, že ukazatelé, které byly sledovány u MSP celorepublikově, zde sledovány nejsou, a nebo pouze pro všechny podniky, tedy i ty s více než 250 zaměstnanci. Proto je srovnatelnost u některých ukazatelů omezena. Avšak byly použity a srovnány také s ukazateli pro všechny podniky z pohledu celorepublikového či krajského, aby bylo umožněno alespoň srovnání v rámci území, nehledě na velikost podniků. Ale všude, kde to situace umožňovala, byly uváděny údaje pouze o MSP.

Bylo by také zajímavé porovnat přístup k MSP na venkově s jinou zemí v EU. Bohužel relevantní informace nebyly při tvorbě teoretické části nalezeny. Nalezeny byly pouze informace týkající se afrických zemí, které jsou však od evropských velmi odlišné, a porovnání by ztratilo na významu.

Kontakty pro rozesílání elektronického dotazníku byly nejprve získány prostřednictvím databáze Amadeus. Hledány byly kontakty pouze na MSP ve vesnicích ORP Hodonín. Bylo však zjištěno, že databáze obsahuje především kontakty na větší podniky. Proto musel být seznam kontaktů doplněn z informací dostupných na internetu. V databázi Firmy.cz byly ručně hledány emailové adresy na podniky ve vesnicích ORP Hodonín. Díky manuálnímu vyhledávání tak bylo omezeno oslovení neadekvátních respondentů. Okruh dotazovaných byl však omezen pouze na ty podniky, které měly kontakt uveřejněný na internetu, konkrétně v databázi Firmy.cz. Dalším problémem byla neaktuálnost některých kontaktů, a to zejména z databáze Amadeus. Výhodou vyhledávání v databázi Firmy.cz byla totiž právě aktuálnost dat, jelikož podniky na sebe chtějí mít na internetu zveřejněný aktuální kontakt. Z tohoto důvodu nebyly některé emaily doručeny. Avšak vzhledem k doplnění kontaktů byl tento podíl poměrně malý. Dalším problémem dotazníkového šetření rozesílaného prostřednictvím emailu je dnes rozšířená antispamová ochrana počítačových sítí, která email automaticky zařadí do složky „spam“, kterou většina podnikatelů samozřejmě nečte. Důvodem nevyplnění dotazníku může být také neochota některých podnikatelů či jejich pracovní vytížení. Ačkoli byl dotazník sestaven na základě informací nabytých v teoretické části práce, mohla být jeho formulace pro některé respondenty nejasná a některé otázky mohly být položeny nevhodně, což je opět mohlo odradit od jeho vyplnění. Toto riziko bylo částečně eliminováno pomocí pretestu, který některé nedostatky odhalil.

Dalším omezením dotazníkového šetření je struktura a počet respondentů. Ačkoli byli osloveni zástupci z řad podnikatelů všech vesnic ORP Hodonín v tom největším rozsahu, jaký dostupné kontakty umožňovaly, nebylo možno ovlivnit, kdo na dotazníky odpoví a jaká bude struktura respondentů. Z některých obcí se sešlo odpovědí více a z jiných méně. Vzorek tedy není zcela reprezentativní a jeho zobecnění není úplně možné. Díky zjednodušení definice MSP pouze na počet zaměstnanců nepřesahující 250 osob, se mohlo stát, že dotazník zodpověděl také zástupce podniku, který patří například zahraničnímu majiteli. Avšak díky manuálnímu výběru oslovovaných podniků bylo riziko oslovení takového podniku minimalizováno.

Omezujícím faktorem je také výběr podnikatelů pro osobní rozhovor. Pokud by byli vybráni jiní podnikatelé, mohly by se odpovědi na otázky a struktura rozhovoru lišit, čímž by mohlo dojít i k jiným závěrům práce. Avšak rozhovory byly zvoleny právě kvůli osobním názorům podnikatelů a k rozšíření informací uvedených v dotaznících. Závěry práce byly vyvozovány zejména z dotazníku a doplněny o informace, které se v průběhu rozhovorů víckrát objevily. Jsou zde však zdůrazněny také závěry, které se neopakovaly tak často, ale byly označeny za důležité a zajímavé a rozšířily tak tradiční pohled na roli MSP.

Na rozdíl od rozhovorů, kde měli dotazovaní možnost vyjádřit se k problematice hlouběji, respondenti dotazníkového šetření tuto možnost neměli, respektive ne do takové míry. Ačkoli prostor pro osobní vyjádření v dotazníku byl téměř u všech otázek, což ztížilo jeho následné zpracování, ale zase práci obohatilo o originální názory, někteří respondenti uvedli, že by prostoru pro osobní vyjádření potřebovali ještě více. Vytvoření dotazníku pouze s otevřenými otázkami by však většinu dotázaných od vyplnění odradilo, proto byla i s rizikem omezené možnosti vyjádření se zvolena forma otázek s možnostmi doplněná o dobrovolné vyjádření se k odpovědi či problematice.

Problém může také nastat s realizací některých návrhů a doporučení. Ačkoli byly všechny návrhy a doporučení sestavovány s ohledem na aktuální situaci v ORP Hodonín a také částečně s ohledem na možnosti regionu, které byly zjištěny díky rozhovorům, je možné, že některé z návrhů jsou v praxi hůře proveditelné. Všechny však byly navrženy tak, aby vedly ke zlepšení regionu díky podpoře MSP.

I přes všechna uvedená omezení je práce považována za přínosnou jak pro management MSP, tak pro management obcí, ale také pro zástupce hospodářské komory. Práce pokládá základy problematice role MSP v rozvoji venkovských regionů z výše zmíněného úhlu. Na základě informací uvedených v práci mohou být provedeny další detailnější výzkumy problematiky.



## 9 Závěr

Hlavním cílem práce bylo definovat roli malých a středních podniků v rozvoji venkovského regionu obec s rozšířenou působností Hodonín, a to jak s ohledem na teorie regionálního rozvoje, tak z hlediska makroekonomických veličin. Hlavní cíl byl naplněn pomocí několika dílů dílčích.

Prvním dílčím cílem bylo popsání struktury malých a středních podniků v České republice, Jihomoravském kraji a v ORP Hodonín. Tento dílčí cíl byl naplněn prostřednictvím sběru a analýzy sekundárních dat, především z Českého statistického úřadu a příslušných ministerstev. Použita byla také data z aktuálního projektu Mikroregionu Hodonínsko, která byla na základě žádosti zaslána emailem. Bylo zjištěno, že MSP se v roce 2013 na celkovém počtu podniků v ČR podílely z 99,83 %. Podíl těchto podniků na celkovém počtu podniků v Jihomoravském kraji činil 99,93 % a v ORP Hodonín 99,90 %. MSP v ORP Hodonín představují 4,34 % všech MSP v Jihomoravském kraji. V tomtéž roce se MSP v České republice podílely na zaměstnanosti z 59,96 %, v Jihomoravském kraji a v ORP Hodonín tento ukazatel nebyl zjištěn. Všeobecně se MSP podílí na HDP z jedné třetiny. Na přidané hodnotě se podílí z 54,79 % v ČR a podíl všech podniků Jihomoravského kraje na přidané hodnotě činí 10,64 %, což představuje třetí největší podíl v zemi. Za ORP Hodonín tyto ukazatele nebyly zjištěny. Nejvíce MSP je zařazeno v kategorii CZ-NACE Velkoobchod, maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel, druhou nejpočetnější skupinu tvoří Profesní, vědecké a technické činnosti a na třetím místě se objevilo Stavebnictví. V Jihomoravském kraji jsou první dvě pozice stejné a na třetím místě je místo Stavebnictví Průmysl. V ORP Hodonín nebylo nalezeno rozdělení MSP dle CZ-NACE, ale pouze rozdělení dle odvětví ekonomických činností pro všechny podniky. Protože však podniků s více než 250 zaměstnanci je v oblasti velmi málo, bylo možno členění podniků do jisté míry srovnat s krajem a republikou. V ORP Hodonín se na prvních třech pozicích umístily kategorie obchod, ubytování, stravování a pohostinství, stavebnictví a průmysl. Průměrná mzda vypočtená ze mzdových nákladů v MSP v ČR v roce 2013 činila 24 213 Kč. V Jihomoravském kraji byl ukazatel sledován pouze pro všechny podniky a činil 24 164 Kč, v ORP Hodonín sledován nebyl, ale byla uvedena průměrná mzda nabízená na webovém pracovním portálu z roku 2011, která činila 15 318,80 Kč.

Druhým dílčím cílem bylo prostřednictvím primárního výzkumu zjistit, zda mají MSP v regionu svého působení vliv. Použit byl jak kvantitativní tak kvalitativní výzkum. V rámci kvantitativního výzkumu bylo prostřednictvím elektronicky rozšířeného dotazníku osloveno 829 podniků sídlících ve vesnicích ORP Hodonín. Doručeno bylo 774 z nich a vyplněno 86. Návratnost činila 11,11 %. Z důvodu neúplnosti bylo 7 dotazníků vyřazeno. Dotazníky vyplnily pouze MSP, tedy podniky splňující pro účely práce podmínku méně než 250 zaměstnanců. Celkem dotazník vyplnilo 42 podniků bez zaměstnanců, 21 podniků s 1–9 zaměstnanci, 11 MSP s 10–49 zaměstnanci, 2 podniky v kategorii 50–99 zaměstnanců, v kategorii 100–149 také 2 podniky 1 podnik s více než 149 zaměstnanci. Nejvíce zastoupe-

ným odvětvím se stal obchod. MSP nejvíce sídlily v obcích s 2 001 – 3 000 obyvateli, nejméně pak v obcích s 1 – 1 000 obyvateli. Celkem 74,03 % podniků označilo aktuální situaci v podniku za nadprůměrnou (na škále od 1 do 10 zvolily hodnotu vyšší než 5).

Za největší výhodu podnikání na venkově podnikatelé označili „*práci doma*“, tedy „*absenci dojíždění*“ (88,61 %). Za největší nevýhodu naopak považují „*kupní sílu obyvatel*“ (78,48 %). Na otázku „*Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?*“ odpovědělo 91,14 % MSP kladně. MSP se domnívají, že mají největší pozitivní vliv v oblasti „*vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele*“ (44,30 %), nejméně pak pozitivně ovlivňují „*jízdní řády veřejné dopravy*“ (2,53 %). Pozitivní bylo zjištění, že 75,95 % MSP sponzoruje alespoň jednu oblast sponzoringu. Nejčastěji je sponzorována oblast kultury (65,82 %) a sportu (29,11 %). Absolvování bezplatných praxí umožňuje studentům 32,91 % podniků a 24,05 % tuto možnost zvažuje. Exkurze školám umožňuje 22,78 % MSP, 58,52 % to povaha podniku neumožňuje. Převážně místní obyvatele a obyvatele nejbližšího okolí zaměstnává 91,90 % podniků se zaměstnanci. Absolventům nabízí práci 32,91 % MSP. Zasedání obecního zastupitelstva se zástupci podniků účastní nejvíce tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku. Patnáct respondentů má ve svých řadách člena zastupitelstva. Za dostatečnou považuje komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci 57,69 % podniků. Dotaci k podnikání využilo 41,77 % MSP a v budoucnu ji zvažuje využít 49,37 %. Celkem 43,04 % MSP ví, kde informace o dotacích čerpat a 58,97 % MSP si myslí, že má dostatek informací o podpoře podnikání. O nabídce služeb Hospodářské komory ČR má povědomí 41 MSP. Jejich služeb využilo 24,39 % z nich, což představuje 12,66 % MSP. Nejčastějším důvodem, který vedl dotazované k podnikání, byla „*nezávislost*“ (72,15 %), druhým nejčastějším důvodem bylo „*uplatnění svých znalostí, schopností a kvalifikace*“ (44,30 %).

Z testování hypotéz vyplynulo, že existuje závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím služeb hospodářské komory. Největší podíl podniků, které využily služeb HK ČR, byl v kategorii s 50–99 zaměstnanci a 100–149 zaměstnanci. Zjištěna byla také závislost mezi počtem zaměstnanců podniku a využitím dotace k podnikání. Nejméně podnikatelů, kteří využili dotace, bylo v kategorii bez zaměstnanců, naopak u největších tří kategorií byl podíl stoprocentní. Třetí závislost byla zjištěna mezi počtem obyvatel obce, ve které podnik sídlí a tím, jak často se zástupce podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva. Nejvíce byla závislost na počtu obyvatel zřejmá u možnosti, kdy se zástupce podniku účastní zastupitelstva pravidelně, protože je sám zastupitelem. Čím menší obec byla, tím větší měla podíl zastupitelů z MSP.

Kvalitativní výzkum byl proveden prostřednictvím standardizovaných rozhovorů. Zúčastnilo se jich 6 osob, z nichž 4 představovaly zástupce MSP v ORP, jeden dotazovaný byl z řad zástupců obce a současně byl i zástupcem státní správy a mezi dotazovanými byl i zástupce hospodářské komory. Čtyři z šesti dotázaných uvedli, že MSP hrají v rozvoji venkovského regionu ORP Hodonín zásadní roli. Podle zástupce obce by bez rozvoje podnikání obec nemohla rozkvétat. Přítomnost

podniků je pro obce důležitá i z ekonomického pohledu. Díky nim totiž plynou do obecních rozpočtů nemalé finanční prostředky. Obce podporují podnikatele především prostřednictvím změn územních plánů a snaží se na podnikatele myslet především při schvalování územního plánu obce. Vytváří tak prostor pro rozšiřování stávajících podniků a také pro stavbu podniků nových. Podpora MSP je však především otázkou přiměřenosti. Není totiž možné mít fabriky kolem celé vesnice. Podpora podnikatelů probíhá také prostřednictvím podpory turismu. Obce se snaží vytvářet turistické cíle, které budou pro turisty dostatečně atraktivní a přilákají je do obce na delší dobu. Dalším způsobem podpory je zprostředkovávání setkání místních podnikatelů s výherci výběrových řízení, aby jim mohli nabídnout své služby. ORP Hodonín je také jedním z nejúspěšnějších regionů v čerpání dotačního titulu Jihomoravského kraje – Podnikání a inovace. Velký podíl na tom má hospodářská komora a úřad práce, kteří se snaží o možnostech dotací podnikatele informovat a pomoci jim je zařídit. O možnostech dotací informují podnikatele také obce prostřednictvím infokanálu.

Všichni dotázaní podnikatelé zaměstnávají převážně místní obyvatele a obyvatele blízkého okolí. Kromě místních obyvatel dávají přednost také členům rodiny a svým známým, a to především z důvodu vyšší důvěry. Tři ze čtyř podnikatelů čelili problému s nedostatkem kvalitních pracovníků. Všichni dotázaní se také při začátku svého podnikání setkali s negativní reakcí místních obyvatel. U většiny se tato situace postupem času zlepšila. Podle zástupce hospodářské komory se podnikání v regionu „bere emočně“ a právě tato skutečnost zde hraje velkou roli.

Každý z podnikatelů se podílí na sponzoringu, a to kultury, sportu nebo školství. Dva z dotázaných se podíleli na výstavbě infrastruktury v obci. Žádný z podniků nevidí hrozbu v blízkých městech. Rivalitu necítí ani mezi podniky přímo v obci. Dokonce si navzájem pomáhají. Naopak všichni z dotázaných vnímají jako velký problém odchod mladých obyvatel z obcí.

Podnikatelé byli dotázaní také na komunikaci se zástupci obce, kterou všichni označili za dostačující. Výraznou podporu MSP ze strany obce však necítí. Dva podnikatelé uvedli, že by mohla být přínosem skutečnost, kdyby bylo více zástupců obce z řad současných nebo bývalých podnikatelů. Velkou nevýhodu MSP vidí také v přemíře administrativy, která je stejně náročná jak pro malé, tak velké podniky.

Poslední podkapitola se týkala hospodářské komory. V ní se podnikatelé nejčastěji informují o začátku podnikání, možnostech dotací a nově také o možnostech vyvážení do zahraničí, převážně do Rakouska a o investičních skupinách, jejich fungování a možnostech. Největší problém v současné době vidí zástupce HK v nedostatku pracovní síly, především v technických oblastech.

Na základě informací zjištěných ze sekundárních a primárních dat byla v další kapitole definována role MSP v rozvoji ORP Hodonín, a to jak z pohledu společenských tak ekonomických přínosů. Následně byla konfrontována s teoriemi regionálního rozvoje, čímž byl naplněn hlavní cíl práce. Mezi společenské přínosy MSP v ORP Hodonín bylo zařazeno: vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele, zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty, zaměstnanost, omezení odlivu mladých obyvatel pryč z regionu, využívání místních zdrojů, sponzorování

místních spolků, sdružení a akcí pro veřejnost, obohacení kulturního života v obci, školství, zlepšení úrovně poskytovaných služeb a produktů v obci a urbanizace. Mezi ekonomické přínosy pak bylo zařazeno následující: obecní rozpočet, tvorba pracovních míst, infrastruktura a subdodávky. Zařazení všech přínosů bylo zdůvodněno a popsáno. Poté byla role MSP v ORP Hodonín konfrontována s teoriemi regionálního rozvoje uvedenými v literárním přehledu. Bylo shledáno, že současná situace MSP v ORP Hodonín nejvíce odpovídá institucionálnímu přístupu a vykazuje charakteristiky všech tří teorií spadajících pod institucionální přístup, tedy teorie výrobních okrsků, teorie flexibility a také teorie učících se regionů.

Předposlední kapitola obsahuje návrhy a doporučení vedoucí k podpoře MSP v ORP Hodonín, a tím k jejímu rozvoji. Z práce vyplynulo, že MSP a obce se vzájemně velmi ovlivňují. Proto byly také návrhy a doporučení směřovány jak k managementu MSP, tak k managementu obcí a zejména k jejich společné spolupráci.

Na závěr byly diskutovány všechny omezující faktory, limity a případné nedostatky práce, které by mohly ovlivnit vyvozené závěry.

Problematika MSP v rozvoji venkovského regionu je v současné době aktuálním tématem. Jak podniky, tak obce, si významnost role uvědomují a je nezbytné zaměřit se na aktivity, které jejich pozitivní vliv na rozvoj regionu ještě více prohloubí.

## 10 Literatura

- BINEK, J. *Synergie ve venkovském prostoru: aktéři a nástroje rozvoje venkova*. Vyd. 1. Brno: GaREP, 2009, 94 s. ISBN 978-809-0430-808.
- BINEK, J. *Obce a regiony pro podnikatele; Podnikatelé pro obce a regiony*. Vyd. 1. Brno: GaREP, 2011, 64, 58 s. ISBN 978-80-905139-0-7.
- BINEK, J. A KOL. *Venkovský prostor a jeho oživení*. Brno: Georgetown, 2007. 137 s. ISBN 978-80-86251-19-6.
- BLAŽEK, J. A D. UHLÍŘ. *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, implikace*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. 342 s. ISBN 978-80-246-1974-3.4
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Varianty vymezení venkova a jejich zobrazení ve statistických ukazatelích v letech 2000 až 2006*. Praha: ČSÚ Praha, odbor informačních služeb, 2008.
- GHOBIAN, A. A D. N. GALLEAR. *Total quality management in SMEs*. In: *Omega*. 1996, s. 83-106. ISSN 03050483. DOI: 10.1016/0305-0483(95)00055-0. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/0305048395000550>
- HEBÁK, P. *Vícerozměrné statistické metody*. 2., přeprac. vyd. Praha: Informatorium, 2007.
- KUČERA, Z. A S. KULDOVÁ. *Vnímání venkova: klíčový fenomén jeho rozvoje?*. In: *Venkov je náš svět: sborník příspěvků z mezinárodní konference = Countryside - our world : collection of papers of international conference : Český Krumlov 1.-3.3.2006*. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, 2006, 394 - 402. ISBN 8021315393.
- LEDNICKÝ, V. A VANĚK, J. *Strategie rozvoje malého a středního podnikání v marginálních příhraničních oblastech : sborník referátů z mezinárodního kolokvia*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, 2006. 156 s. ISBN 80-7248-396-X.
- LEVY, M. A P. POWELL. *Strategies for growth in SMEs: the role of information and information systems*. 1. ed. Amsterdam [u.a.]: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005. ISBN 07-506-6351-0.
- MAJEROVÁ, V. *Český venkov 2008: proměny venkova*. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, c2009, 187 s. ISBN 978-80-213-1911-0.
- MAJEROVÁ, V. *Český venkov 2002: podniky a podnikání*. Vyd. 1. Praha: Česká zemědělská univerzita, 201 s. ISBN 80-213-1002-2.
- MALACH, A. *Jak podnikat po vstupu do EU: právo a podnikání, podnikatelské řízení, podpora podnikání v ČR a EU, podnikatelské a podpůrné instituce, podnikání a veřejná správa*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 524 s. ISBN 80-247-0906-6.
- MAŘÍKOVÁ, P. *Kde je venkov? (vymezení hranic venkova v podmínkách ČR)*. In: *Venkov je náš svět: sborník příspěvků z mezinárodní konference = Countryside -*

- our world : collection of papers of international conference : Český Krumlov 1.-3.3.2006. Vyd. 1. V Praze: Česká zemědělská univerzita, 2006, s. 420 - 432. ISBN 8021315393.
- SLEPIČKA, A. *Venkov anebo město: Lidé, sídla, krajina*. Praha: Svoboda, 1981.
- STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 2007, xiv, 199 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 978-80-7179-926-9.
- Strategie území správního obvodu ORP Hodonín v oblasti předškolní výchovy a základního školství, sociálních služeb, odpadového hospodářství, podnikání a nezaměstnanosti, životního prostředí a cestovního ruchu na období 2015 až 2024*. Mikroregion Hodonínsko, 2015.
- SVOBODA, T. *Výzkum stavu drobného, malého a středního podnikání na venkově* Tomáš Svoboda. 2008. Dostupné z: [http://www.equal.cpkp.cz/polozky\\_menu/dokumenty/produkty/System\\_podpory\\_zamestnanosti/uverove\\_schema/vyzkum\\_podnikani.pdf](http://www.equal.cpkp.cz/polozky_menu/dokumenty/produkty/System_podpory_zamestnanosti/uverove_schema/vyzkum_podnikani.pdf)
- ŠEVČÍKOVÁ, A. *Vliv regionální politiky EV v Česku a Německu na rozvoj venkovských obcí: Případová srovnávací studie*. Praha, 2010. Disertační práce. Česká zemědělská univerzita v Praze. Vedoucí práce Doc. Mgr. Helena Hudečková, CSc.
- TETŘEVOVÁ, L. *Veřejný a podnikatelský sektor*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2009, 190 s. ISBN 978-80-86946-90-0.
- VEBER, J. A J. SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 332 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.
- Velký sociologický slovník: II. svazek P-Z*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, s.749-1627. ISBN 80-718-4310-5.
- WOKOUN, R. A KOL. *Regionální rozvoj a jeho management v České republice*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2007. 244 s. ISBN 978-80-245-1301-0.

### Seznam použitých zákonů

- Doporučení Komise 2003/361/ES ze dne 6. května 2003 o definici mikropodniků, malých a středních podniků
- Zákon č. 47/2002 Sb. o podpoře malého a středního podnikání

### Webové zdroje

- Agrární komora České republiky*. Agrární komora ČR [online]. 2014 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: <http://www.agrocr.cz/>
- Cíle sdružení*. Sdružení podnikatelů a živnostníků ČR [online]. 2013 [cit. 2014-10-20]. Dostupné z: <http://www.spzcr.cz/cile-sdruzeni/>
- Definice mikropodniků, malých a středních podniků*. EU Europa [online]. 2003, 2007 [cit. 2014-10-13]. Dostupné z: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/enterprise/business\\_environment/n26026\\_cs.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26026_cs.htm)

- EU, Evropská komise. *Nová definice malých a středních podniků: Uživatelská příručka a vzor prohlášení*. Lucemburk: EUR-OP, 2006. ISBN 92-894-7917-5. Dostupné z: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme\\_definition/sme\\_user\\_guide\\_cs.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_cs.pdf)
- EVROPSKÝ ZEMĚDĚLSKÝ FOND PRO ROZVOJ VENKOVA. *Podnikání na venkově: Zápis ze semináře*. 2010. Dostupné z: [file:///C:/Users/Ivona/Desktop/%C5%A0kola/Diplomka/zapis\\_lukavice.pdf](file:///C:/Users/Ivona/Desktop/%C5%A0kola/Diplomka/zapis_lukavice.pdf)
- Hospodářská komora České republiky. Hospodářská komora ČR [online]. 2014 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: [http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/](http://www.komora.cz/hospodarska-komora-ceske-republiky/hospodarska-komora-ceske-republiky-hk-cr/)
- Charakteristika okresu Hodonín. Český statistický úřad [online]. 2015 [cit. 2015-03-21]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/charakteristika\\_okresu\\_hodonin](http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_hodonin)
- JOSEPH, CH. *Steps to Starting a Small Business in a Small Town*. In: Houston Chronicle [online]. 2014 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z: <http://smallbusiness.chron.com/steps-starting-small-business-small-town-2299.html>
- Kdo je SME/MSP. Unie malých a středních podniků ČR: SME UNION Czech Republic [online]. 2014 [cit. 2014-10-11]. Dostupné z: <http://www.sme-union.cz/index.php?p=kdo-je-SMEMSP>
- Malé a střední firmy v ekonomice ČR v letech 2003-2010. Český statistický úřad, 2013. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/20004AE271/\\$File/116111a.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/20004AE271/$File/116111a.pdf)
- Malé a střední firmy v ekonomice ČR v letech 2003-2010: Zaměstnanost v malých a středních firmách v ČR. Český statistický úřad, 2013. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/20002C3FA7/\\$File/116111a02.pdf](http://www.czso.cz/csu/2011edicniplan.nsf/t/20002C3FA7/$File/116111a02.pdf)
- MARTINS, A. T. *Small Business ideas for Small Towns*. In: MyTopBusinessideas.com [online]. 2015 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z: <http://www.mytopbusinessideas.com/rural-small-towns/>
- Místní akční skupiny. NS MAS České republiky [online]. 2015 [cit. 2015-01-26]. Dostupné z: <http://nsmas.cz/o-nas/mistni-akcni-skupiny/>
- Necelá třetina českých firem čeká oživení svého podnikání. Finanční noviny [online]. Česká tisková agentura, 2015 [cit. 2015-03-15]. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/podnikatele/zpravy/necela-tretina-ceskych-firem-ceka-oziveni-sveho-podnikani/1190624>
- O CzechInvestu. CzechInvest: Agentura pro podporu podnikání a investic [online]. 2014 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/o-czechinvestu>

- O CzechTrade*. CzechTrade: Česká agentura na podporu obchodu [online]. 2014 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/>
- O portálu*. BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. 2014 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/specialni-stranky/o-portalu.html>
- Organizační statistika - časové řady*. Český statistický úřad, 2014. Dostupné z: [http://csugeo.i-server.cz/csu/redakce.nsf/i/res\\_cr](http://csugeo.i-server.cz/csu/redakce.nsf/i/res_cr)
- Public Private Partnership*. BusinessInfo.cz [online]. 2015 [cit. 2015-01-23]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/dotace-a-financovani/public-private-partnership-ppp.html>
- Podnikáme na venkově*. In: Podnikátor [online]. 2014 [cit. 2015-02-04]. Dostupné z: <http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/sidlo-firmy/n:16632/Podnikame-na-venkove>
- Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2009*. Ministerstvo zemědělství, 2010. Dostupné z: [http://eagri.cz/public/web/file/61379/Zelena\\_zprava\\_2009.pdf](http://eagri.cz/public/web/file/61379/Zelena_zprava_2009.pdf)
- Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2008*. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2009. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument61124.html>
- Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2009*. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument76524.html>
- Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2012*. Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2013. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument142895.html>
- Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013*. Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO) [online]. 2014 [cit. 2014-10-13]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument151050.html>
- Zvyšovat mzdy chce příští rok podle průzkumu skoro 43 % firem*. Finanční noviny [online]. Česká tisková kancelář [cit. 2015-03-14]. Dostupné z: <http://www.financninoviny.cz/podnikatele/zpravy/zvysovat-mzdy-chce-pristi-rok-podle-pruzkumu-skoro-43-firem/1159479>
- 90 minut o trendech ve spolupráci firem a neziskových organizací* [fórum]. Praha: 90 minut CSR fóra, 2013. Dostupné z: <http://www.publicon.cz/Novinky/Zpravy/90-minut-o-trendech-ve-spolupraci-firem-a-neziskovych-organizaci.html>



## 11 Seznam použitých zkratk

apod.	a podobně
atd.	a tak dále
ČEKIA	Česká kapitálová informační agentura
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
FO	fyzická osoba
HDP	hrubý domácí produkt
HK ČR	Hospodářská komora České republiky
HPH	hrubá přidaná hodnota
MSP	malé a střední podniky
např.	například
NS MAS	Národní síť Místních akčních skupin
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
ORP	obec s rozšířenou působností
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
RES	Registr ekonomických subjektů
resp.	respektive
SCLLD	Strategie komunitně vedeného místního rozvoje
ÚP	úřad práce
ZŠ	základní škola

## 12 Seznam obrázků

Obr. 1	Oblast ORP Hodonín	58
Obr. 2	Rozdělení podniků dle počtu zaměstnanců	64
Obr. 3	Podniky dle odvětví působení	65
Obr. 4	Podniky dle počtu obyvatel obce, ve které sídlí	66
Obr. 5	Hodnocení situace v podniku	66
Obr. 6	Odpověď na otázku: „Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?“	69
Obr. 7	Oblasti sponzoringu	71
Obr. 8	Podniky, které působí v obecním zastupitelstvu dle počtu zaměstnanců	73
Obr. 9	Odpověď na otázku: Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou?	73
Obr. 10	Využití dotací v podnicích dle počtu zaměstnanců	74
Obr. 11	Odpověď na otázku: Myslíte si, že máte o možnostech podpory podnikání dostatek informací?	75
Obr. 12	Důvody podnikání	76
Obr. 13	Schéma rozpočtového určení daní	158

## 13 Seznam tabulek

<b>Tab. 1</b>	<b>Nové prahy členění podniků</b>	<b>17</b>
<b>Tab. 2</b>	<b>Matice aktérů</b>	<b>27</b>
<b>Tab. 3</b>	<b>Obecný příklad kontingenční tabulky</b>	<b>41</b>
<b>Tab. 4</b>	<b>Vývoj počtu aktivních MSP v ČR a jejich podílu na celkovém počtu aktivních podniků v %</b>	<b>44</b>
<b>Tab. 5</b>	<b>Rozdělení podniků dle počtu zaměstnanců</b>	<b>44</b>
<b>Tab. 6</b>	<b>Procento podniků se zaznamenanou aktivitou v kategorii podniků bez zaměstnanců</b>	<b>45</b>
<b>Tab. 7</b>	<b>Členění MSP podle CZ-NACE</b>	<b>46</b>
<b>Tab. 8</b>	<b>Vývoj zaměstnanosti v MSP</b>	<b>47</b>
<b>Tab. 9</b>	<b>Vývoj mzdových nákladů v mil. Kč</b>	<b>48</b>
<b>Tab. 10</b>	<b>Vývoj průměrných mezd v ČR</b>	<b>49</b>
<b>Tab. 11</b>	<b>Vývoj účetní přidané hodnoty a výkonů v mil. Kč</b>	<b>51</b>
<b>Tab. 12</b>	<b>Vývoj počtu podniků v Jihomoravském kraji podle počtu zaměstnanců a podíl MSP v %</b>	<b>52</b>
<b>Tab. 13</b>	<b>Členění MSP v Jihomoravském kraji dle CZ-NACE</b>	<b>53</b>
<b>Tab. 14</b>	<b>Vývoj zaměstnanosti v Jihomoravském kraji</b>	<b>54</b>
<b>Tab. 15</b>	<b>Vývoj průměrných mezd v Jihomoravském kraji v Kč</b>	<b>55</b>
<b>Tab. 16</b>	<b>Hrubá přidaná hodnota v Jihomoravském kraji v mil. Kč</b>	<b>56</b>
<b>Tab. 17</b>	<b>Vývoj počtu MSP v ORP Hodonín</b>	<b>58</b>
<b>Tab. 18</b>	<b>Rozdělení podniků ORP Hodonín dle počtu zaměstnanců</b>	<b>59</b>
<b>Tab. 19</b>	<b>Podíl ekonomických subjektů ORP Hodonín podle vybraných odvětví ek. činnosti v %</b>	<b>60</b>
<b>Tab. 20</b>	<b>Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 200–249 zaměstnanců</b>	<b>61</b>

<b>Tab. 21</b>	<b>Největší výhody podnikání ve venkovském regionu</b>	<b>68</b>
<b>Tab. 22</b>	<b>Největší nevýhody podnikání ve venkovském regionu</b>	<b>68</b>
<b>Tab. 23</b>	<b>Oblasti, na které mají MSP v ORP Hodonín největší pozitivní vliv</b>	<b>70</b>
<b>Tab. 24</b>	<b>Oblasti, na které mají MSP v ORP Hodonín nejmenší pozitivní vliv</b>	<b>70</b>
<b>Tab. 25</b>	<b>Zástupci MSP a jejich účast na obecním zastupitelstvu</b>	<b>72</b>
<b>Tab. 26</b>	<b>Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 100–199 zaměstnanců</b>	<b>120</b>
<b>Tab. 27</b>	<b>Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 50–99 zaměstnanců</b>	<b>121</b>
<b>Tab. 28</b>	<b>Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 250–999 zaměstnanců</b>	<b>123</b>
<b>Tab. 29</b>	<b>ORP Hodonín – venkovský region</b>	<b>134</b>
<b>Tab. 30</b>	<b>Tabulka četností k otázce č. 1</b>	<b>135</b>
<b>Tab. 31</b>	<b>Tabulka četností k otázce č. 2</b>	<b>135</b>
<b>Tab. 61</b>	<b>Tabulka četností k otázce č. 6</b>	<b>142</b>
<b>Tab. 76</b>	<b>Tabulka četností k otázce č. 23</b>	<b>150</b>
<b>Tab. 77</b>	<b>Tabulka četností k otázce č. 25</b>	<b>152</b>
<b>Tab. 78</b>	<b>Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)</b>	<b>153</b>
<b>Tab. 79</b>	<b>Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)</b>	<b>153</b>
<b>Tab. 80</b>	<b>Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům? (20)</b>	<b>154</b>

---

<b>Tab. 81</b>	<b>Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Využil Váš podnik někdy služeb HK ČR? (21)</b>	<b>154</b>
<b>Tab. 82</b>	<b>Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Využil Váš podnik k podnikání dotace? (14)</b>	<b>154</b>
<b>Tab. 83</b>	<b>Kontingenční tabulka: Počet obyvatel obce (určeno dle obce, ve které podnik sídlí) (25) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)</b>	<b>155</b>
<b>Tab. 84</b>	<b>Kontingenční tabulka: Počet obyvatel obce (určeno dle obce, ve které podnik sídlí) (25) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)</b>	<b>155</b>
<b>Tab. 85</b>	<b>Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)</b>	<b>156</b>
<b>Tab. 86</b>	<b>Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)</b>	<b>156</b>
<b>Tab. 87</b>	<b>Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům? (20)</b>	<b>157</b>
<b>Tab. 88</b>	<b>Výňatek z rozpočtu obce v ORP Hodonín v tis. Kč</b>	<b>159</b>



# **Přílohy**

## A Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín

Tab. 26 Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 100–199 zaměstnanců

Název	Obec	Odvětví
Bas s.r.o.	Hodonín	Výstavba bytových a nebytových budov
Integrovaná střední škola, Hodonín, Lipová alej 21	Hodonín	Střední odborné vzdělávání na středních odborných školách
Mart s.r.o.	Hodonín	Výroba průmyslových chladicích a klimatizačních zařízení
OMNIKA, spol. s r.o.	Hodonín	Výroba ostatních kovodělných výrobků j. n.
Pozemní stavitelství Hodonín, spol. s r.o.	Hodonín	Výstavba bytových a nebytových budov
S - centrum Hodonín, příspěvková organizace	Hodonín	Sociální péče v domovech pro seniory
TESPRA Hodonín, s.r.o.	Hodonín	Shromažďování a sběr odpadů, kromě nebezpečných
Woodline CZ s.r.o.	Hodonín	Výroba pilařská a impregnace dřeva
AGROPODNIK Hodonín a.s.	Ratíškovice	Smíšené hospodářství
Kornfeil spol. s r.o.	Čejč	Výroba strojů na výrobu potravin, nápojů a zpracování tabáku
LISI AUTOMOTIVE FORM a.s.	Čejč	Kování, lisování, ražení, válcování a protlačování kovů; prášková metalurgie
ZEMAS, a.s.	Čejč	Smíšené hospodářství
PNEU PLUS s.r.o.	Sudoměřice	Opravy a údržba motorových vozidel, kromě motocyklů
Vinařství Mutěnice, s.r.o.	Mutěnice	Výroba vína z vinných hroznů
Zemědělská a.s. Čejkovice	Čejkovice	Smíšené hospodářství

Zdroj: Mikroregion Hodonínsko, 2015.



Tab. 27 Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 50–99 zaměstnanců

Název	Obec	Odvětví
Domov na Jarošce, příspěvková organizace	Hodonín	Sociální péče v zařízeních pro osoby s chronickým duševním onemocněním
Domov pro seniory Bažantnice, příspěvková organizace	Hodonín	Sociální péče v domovech pro seniory
Dům kultury Hodonín, příspěvková organizace	Hodonín	Ostatní zábavní a rekreační činnosti j. n.
FLACHS, a.s. - v likvidaci	Hodonín	Ostatní těžba a dobývání j. n.
Gymnázium, Hodonín, Legionářů 1	Hodonín	Střední všeobecné vzdělávání
HBS spol. s r.o.	Hodonín	Činnosti soukromých bezpečnostních agentur
HORS - CZ s.r.o.	Hodonín	Výroba kaka, čokolády a cukrovinek
KAMPI OFFICE GROUP, s.r.o.	Hodonín	Velkoobchod s ostatními výrobky převážně pro domácnost
LUTO Automotive CZ, s.r.o.	Hodonín	Činnosti agentur zprostředkujících práci na přechodnou dobu
Městská bytová správa, spol. s r.o.	Hodonín	Výroba a rozvod tepla a klimatizovaného vzduchu, výroba ledu
MONTGAS, a.s.	Hodonín	Výstavba inženýrských sítí pro kapaliny a plyny
Moravia Systems a.s.	Hodonín	Velkoobchod s železářským zbožím, instalatérskými a topenářskými potřebami
O.S.E. Security Consulting, s.r.o.	Hodonín	Činnosti soukromých bezpečnostních agentur
OKRESNÍ SOUD V HODONÍNĚ	Hodonín	Činnosti v oblasti spravedlnosti a soudnictví
PETRA spol. s r.o.	Hodonín	Těžba dřeva

RENOVA stavební a obchodní společnost s r.o.	Hodonín	Výstavba bytových a nebytových budov
SPOROBYT, spol. s r.o.	Hodonín	Stravování v restauracích, u stánků a v mobilních zařízeních
Střední škola průmyslová a umělecká, Hodonín, Brandlova 32	Hodonín	Střední odborné vzdělávání na středních odborných školách
ŠEVČÍK OKNA, s.r.o.	Hodonín	Výroba plastových výrobků pro stavebnictví
TECH-TRADE, s.r.o.	Hodonín	Výroba průmyslových chladicích a klimatizačních zařízení
TEZA Hodonín, příspěvková organizace	Hodonín	Provozování sportovních zařízení
VISTA car s.r.o.	Hodonín	Obchod s automobily a jinými lehkými motorovými vozidly
Základní škola Hodonín, Očovská 1, příspěvková organizace	Hodonín	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
Základní škola Hodonín, U Červených domků 40, příspěvková organizace	Hodonín	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
Základní škola Hodonín, Vančurova 2, příspěvková organizace	Hodonín	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
ZP Mikulčice a.s.	Mikulčice	Smíšené hospodářství
Základní škola Dubňany, příspěvková organizace	Dubňany	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
Základní škola a Mateřská škola Ratíškovice	Ratíškovice	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol
D.A.V. a.s.	Rohatec	Balící činnosti
Karel Kaňák, s.r.o.	Rohatec	Výroba strojů a přístrojů na výrobu papíru a lepenky
Ed. Haas CZ s.r.o.	Čejč	Velkoobchod s cukrem, čokoládou a cukrovinkami

Templářské sklepy Čejkovice, vinařské družstvo	Čejkovice	Výroba vína z vinných hroznů
FG, spol. s r.o.	Čejkovice	Výroba spojovacích materiálů a spojovacích výrobků se závity
Sonnentor s.r.o.	Čejkovice	Zpracování čaje a kávy
Město DUBŇANY	Dubňany	Všeobecné činnosti veřejné správy
Základní škola a mateřská škola Dolní Bojanovice, okres Hodonín příspěvková organizace	Dolní Bojanovice	Základní vzdělávání na druhém stupni základních škol

Zdroj: Mikroregion Hodonínsko, 2015.

Tab. 28 Největší zaměstnavatelé v ORP Hodonín v kategorii 250–999 zaměstnanců

Název	Činnost	Odvětví
The Candy Plus Sweet Factory, s.r.o.	Výroba kaka, čokolády, cukrovinek	Výroba potravinářských výrobků
TPK, spol. s r.o.	Zpracování mléka, výroba mléčných výrobků a sýrů	Výroba potravinářských výrobků
ČSAD Hodonín a.s.	Silniční nákladní doprava	Pozemní a potrubní doprava
Jednota, spotřební družstvo v Hodoníně	Maloobchod s převahou potravin, nápojů a tabákových výrobků v nesespecializovaných prodejnách	Maloobchod, kromě motorových vozidel
DELIMAX, a.s.	Výroba ostatních potravinářských výrobků j.n.	Výroba potravinářských výrobků
Nemocnice TGM Hodonín, příspěvková org.	Ústavní zdravotní péče	Zdravotní péče
Jihomoravská armaturka spol. s r.o.	Výroba strojů a zařízení pro všeobecné účely	Výroba ostatních potrubních armatur

KM Beta a.s.	Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků	Výroba betonových výrobků pro stavební účely
Lázně Hodonín	Ústavní zdravotní péče	Zdravotní péče
MND Drilling & Services a.s.	Podpůrné činnosti při těžbě ropy a zemního plynu	Podpůrné činnosti při těžbě ropy a zemního plynu
MND a.s.	Těžba ropy a zemního plynu	Těžba ropy
Vodovody a kanalizace Hodonín, a.s.	Shromažďování, úprava a rozvod vody	Shromažďování, úprava a rozvod vody
Okna Macek s.r.o.	Specializované stavební činnosti	Truhlářské práce
T Machinery a.s.	Výroba strojů a zařízení pro všeobecné účely	Výroba strojů pro těžbu, dobývání a stavebnictví
Město HODONÍN	Veřejná správa a obrana	Všeobecné činnosti veřejné správy

Zdroj: Mikroregion Hodonínsko, 2015.

## B Dotazník

Vážený respondente,

jsem studentkou 2. ročníku navazujícího magisterského studia Mendelovy univerzity v Brně a v mé diplomové práci se zaměřuji na definování role malých a středních podniků v rozvoji venkovských regionů. Dovoluji si Vás požádat o vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který je zcela anonymní a bude využit pouze pro účely mé diplomové práce. Jeho vyplnění Vám zabere přibližně 5 minut. Za vyplnění dotazníku Vám předem srdečně děkuji. Bc. Ivona Zemánková, studentka Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity v Brně

### **1. Sídlí Váš podnik v oblasti obce s rozšířenou působností Hodonín (ORP Hodonín)?**

Oblast ORP Hodonín: Čejč, Čejkovice, Dolní Bojanovice, Dubňany, Hodonín, Josefov, Karlín, Lužice, Mikulčice, Mutěnice, Nový Poddvorov, Petrov, Prušánky, Ratíškovice, Rohatec, Starý Poddvorov, Sudoměřice, Terezín.

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Ano
- Ne (Poděkování a konec dotazování)

### **2. Kolik má Váš podnik zaměstnanců?**

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Bez zaměstnanců
- 1–9
- 10–49
- 50–99
- 100–149
- 150–199
- 200–249
- 250 a více

**3. U každé z možností zaškrtněte, zda ji považujete za výhodu nebo nevýhodu podnikání ve venkovském regionu (případně možnost nevím - nemůžu posoudit, nepovažuji za důležité apod.).**

*Z následujících možností vyberte pro každý řádek jednu.*

	Výhoda	Nevýhoda	Nevím
Práce doma (absence dojíždění)			
Ceny pronájmu prostor (nemovitosti, pozemky)			
Možnost rozšíření prostor k podnikání			
Výše mezd			
Méně agresivní konkurenční prostředí			
Zdroje surovin - možnost využití regionálních zdrojů			
Přímý prodej výrobků zemědělců			
Rostoucí poptávka po místních produktech			
Možnost navázat na tradice			
Možnost dlouhodobé spolupráce (po zahájení podnikání)			
Pracovní návyky střední generace			
Výše vstupního kapitálu při zahájení podnikání			
Jste známý/známá mezi místními obyvateli			
Klidná a čistá příroda			
Podpora podnikání ze strany obce			
Dostupnost kapitálu pro rozvoj podnikání			
Infrastruktura pro podnikání			
Výše nákladů na dopravu a marketing			
Dostupnost spolehlivých pracovníků			
Omezení zemědělské výroby a dalších podnikatelských aktivit na vesnici			
Větší manuální a potravinová soběstačnost obyvatel			
Stav regionální dopravy			
Počet zakázek a příležitostí k odbytu			
Výše daní a odvodů státu			
Kupní síla obyvatel			
Výkupní ceny zemědělských produktů			
Konkurence supermarketů a obchodních řetězců			
Byrokracie			

**4. Zde můžete uvést výhody a nevýhody podnikání ve venkovském regionu, které nebyly v předchozím výčtu uvedeny, ale považujete je za významné.**

---

**5. Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?**

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**6. Na jaké oblasti v obci (regionu) má pozitivní vliv Váš podnik?**

*Z následujících možností můžete vybrat několik, všechny nebo žádnou, případně doplnit vlastní.*

- Zaměstnanost
- Příliv mladých obyvatel do obcí
- Infrastruktura obcí
- Omezení stěhování místních mladých obyvatel pryč z regionu
- Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro obyvatele
- Vyšší kvalita školství
- Více praxe pro studenty
- Pozitivní změna jízdního řádu veřejné dopravy
- Vyšší ekonomická nezávislost obcí
- Vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele
- Využívání místních zdrojů
- Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty
- Kulturní vyžití v obcích
- Sportovní vyžití v obcích
- Sponzorování regionu či obce, ve které podnik působí
- Sponzorování místních spolků a sdružení
- Jiné – uveďte \_\_\_\_\_

**7. Sponzoruje nebo sponzoroval Váš podnik některou z následujících oblastí v obci a jejím okolí?**

*Z následujících možností můžete vybrat několik, všechny nebo žádnou, případně doplnit vlastní.*

- Sport
- Kulturní akce (ples - např. dar do tomboly, dětský den, výstava, koncert, benefice apod.)
- Školství (výlet, akademie, vybavení, pomůcky, přednáška ve škole apod.)
- Zdravotnictví
- Kulturní zařízení (kino, divadlo apod.)
- Věda a výzkum
- Muzeum
- Zoologická zahrada

- Sociální a jiná zařízení (dětský domov, dům s pečovatelskou službou apod.)
- Jiné – uveďte \_\_\_\_\_

**8. Poskytuje Váš podnik možnost absolvování bezplatných studentských praxí?**

- Ano
- Ne, ale v budoucnu tuto možnost uvažuje
- Ne – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**9. Umožňuje Váš podnik exkurze školám?**

- Ano
- Ne – povaha podniku to neumožňuje
- Ne – jiný důvod (uveďte) \_\_\_\_\_

**10. Zaměstnává Váš podnik převážně místní obyvatele a obyvatele nejbližšího okolí?**

- Ano
- Ne – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**11. Zaměstnává Váš podnik absolventy?**

- Ano
- Ne – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**12. Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva?**

- Pravidelně – někdo v podniku je také členem zastupitelstva
- Pravidelně – ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva
- Téměř vždy
- Méně než poloviny zasedání
- Pouze výjimečně
- Pouze tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku
- Nikdy – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**13. Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou?**

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

**14. Využil Váš podnik k podnikání dotace?**

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Ano (Otázka č. 16)
- Ne (Otázka č. 15)



**15. Proč Váš podnik nikdy nevyužil dotace?**

---

**16. Uveďte poskytovatele a účel, na jaký byla dotace použita.**

---

**17. Zvažujete dotace využít v budoucnu?**

- Ano
- Ne – uveďte důvod \_\_\_\_\_

**18. Myslíte si, že máte o možnostech podpory podnikání dostatek informací?**

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

**19. Víte, kde čerpat informace o dotacích?**

- Ne a neplánuji si tyto informace zjišťovat
- Ne, ale chci tuto situaci napravit
- Ano – uveďte zdroje, ze kterých byste čerpal/a \_\_\_\_\_

**20. Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům?**

*Z následujících možností vyberte jednu.*

- Ano
- Ne

**21. Využil Váš podnik někdy jejích služeb?**

- Ano
- Ne – nevím, že mám tuto možnost
- Ne – nepotřebuji její služby
- Ne – jiný důvod (uveďte) \_\_\_\_\_

**22. Z jakého důvodu podnikáte?**

*Z následujících možností můžete vybrat několik, všechny nebo žádnou, případně doplnit vlastní.*

- Nezávislost, samostatnost
- Očekávání vyššího výdělku
- Uplatňuji své znalosti, schopnosti a kvalifikaci
- Touha zkusit něco nového
- Nechci dojíždět za prací
- Byl(a) jsem nezaměstnaný/á
- Rodinná tradice

- Získal(a) jsem podnik v restituci
- Jiné důvody – uveďte \_\_\_\_\_

**23. Jak je na tom v současné době Váš podnik?**

*1 - velmi špatné, 10 - výborné - rozvíjí se, přijímá nové zaměstnance apod.*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Současná situace v podniku										

**24. V jakém odvětví Váš podnik působí?**

- Zemědělství
- Stavebnictví
- Obchod
- Dřevozpracující průmysl
- Doprava
- Potravinářský průmysl
- Ubytovací a stravovací služby
- Komunální služby
- Strojírenství
- Zdravotnictví
- Textilní průmysl
- Lesnictví, vodní hospodářství
- Elektrotechnický průmysl
- Jiné – uveďte \_\_\_\_\_

**25. Obec, ve které má Váš podnik sídlo**

\_\_\_\_\_

**26. Zde je prostor pro Vaše názory a připomínky jak tématu, tak k dotazníku.**

\_\_\_\_\_

**27. Pokud si přejete zaslat výsledky výzkumu, uveďte prosím Vaši emailovou adresu.**

\_\_\_\_\_

Děkuji za Váš čas a přeji krásný a úspěšný den!

## C Standardizovaný rozhovor – osnova rozhovoru

Jedná se o osnovu sestavenou před prvním rozhovorem. V průběhu jednotlivých rozhovorů se pořadí i obsah otázek přizpůsoboval dotazovanému. Cíl rozhovoru samozřejmě zůstal zachován, stejně jako jeho srovnatelnost s ostatními rozhovory.

### **Původní osnova rozhovoru s podnikateli**

1. Jak byste definoval(a) roli MSP v rozvoji venkovského regionu ORP Hodonín? (Druhá otázka – v rozvoji obce)
2. Jak se podle Vás tato role vyvíjela v posledních 10 letech?
3. Myslíte si, že hraje Váš podnik důležitou roli v zaměstnanosti obce? (Další otázky - Myslíte si, že hraje Váš podnik důležitou roli v zaměstnanosti regionu? Myslíte si, že MSP hraje důležitou roli v zaměstnanosti obce?)
4. Pochází zaměstnanci Vašeho podniku převážně z obce, případně jejího nejbližšího okolí? (Proč ne, proč ano)
5. Myslíte si, že Váš podnik zlepšuje kvalitu obce (a oblasti), ve které působí?
6. Myslíte si, že Váš podnik zlepšuje kvalitu kulturního a společenského života v obci (regionu)?
7. Myslíte si, že Váš podnik zlepšuje kvalitu školství v obci či regionu? Pokud ne, jak by mohl? Co by pro to mohl udělat? Pokud ano, jak?
8. Říká se, že ve správné vesnici musí být kostel a hospoda. Myslíte si, že toto pořekadlo platí i dnes? Jaké podniky musí být ve správné obci v dnešní době?
9. Myslíte si, že pokud bude region rozvinutý, tak do něj lidé půjdou? Nebo naopak? Jestli musí region nějak přilákat lidi, aby přišli a mohl se rozvíjet?
10. Nevidíte hrozbu v Hodoníně? Zda lidé jezdí nakupovat raději tam, pořizují si zde raději i služby (kadeřnictví, zábava, kosmetika apod.).
11. Případně, nevidíte hrozbu v Brně (Vídni)?
12. Existuje v okolí velký zaměstnavatel, který „bere“ zaměstnance ostatním podnikům? Pociťujete něco takového?
13. Myslíte si, že jsou MSP dostatečně podporovány?
14. Kde vidíte nedostatky spolupráce MSP (podniku) a obce (regionu)?
15. Kde vidíte přednosti spolupráce MSP (podniku) a obce (regionu)?

16. Jak probíhá komunikace MSP (podniku) a veřejné správy (se zástupci obce)? Je účinná?

17. Má působení Vašeho podniku v obci vliv na rozhodnutí místní samosprávy? Případně působení jiných MSP v obci.

18. Co by se dle Vašeho názoru stalo, kdyby MSP začaly omezovat svou činnost v obci (regionu)?

19. Co Vás motivuje k tomu, že jste zůstali v regionu? Proč jste nešli jinam?

20. Změnil se po našem rozhovoru Váš názor na roli MSP v rozvoji venkovského regionu? Pokud ano, jak?

### **Původní osnova rozhovoru se zástupcem komory a obce**

1. Jak byste definoval(a) roli MSP v rozvoji venkovského regionu ORP Hodonín?

2. Jak se tato role vyvíjela v posledních 10 letech?

3. Jak se měnil počet subjektů?

4. Které odvětví je nejvíce zastoupeno?

5. Myslíte, že jsou MSP dostatečně podporovány?

6. Jaké oblasti by podle Vás měly být podporovány?

7. Kde vidíte nedostatky spolupráce MSP a regionu?

8. Kde vidíte přednosti spolupráce MSP a regionu?

9. Jmenujte příklady vydařené spolupráce.

10. Jmenujte příklady nevydařené spolupráce a na čem spolupráce ztroskotala.

11. Jak probíhá komunikace MSP a veřejné správy či státu? Je účinná?

12. Jak velkou roli hrají MSP v zaměstnanosti regionu (obci)?

13. Má působení MSP dle Vašeho názoru pozitivní vliv na obydlenost venkovského regionu (obce)? Zabraňují odchodu zejména mladých lidí?

14. Přilákají podle Vás do regionu více pracovně produktivních obyvatel?

15. Má působení MSP dle Vašeho názoru vliv na kvalitu školství venkovského regionu?

16. Má působení MSP dle Vašeho názoru vliv na kvalitu kulturního a společenského života v regionu?

17. Co by se dle Vašeho názoru stalo, kdyby MSP začaly omezovat svou činnost v regionu?

18. Změnil se po našem rozhovoru Váš názor na definici role MSP v rozvoji venkovského regionu? Pokud ano, jak?

## D ORP Hodonín – venkovský region

Tab. 29 ORP Hodonín – venkovský region

Název obce	Počet obyvatel k 1. 1. 2015	Rozloha v km <sup>2</sup>	Počet obyvatel na km <sup>2</sup>
Čejč	1 238	13,29	93,15
Čejkovice	2 511	25,00	100,44
Dolní Bojanovice	2 959	19,91	148,62
Dubňany	6 376	22,57	282,50
Hodonín	24 935	63,35	393,61
Josefov	413	7,08	58,33
Karlín	204	2,24	91,07
Lužice	2 858	7,62	375,07
Mikulčice	1 991	15,30	130,13
Mutěnice	3 666	32,37	113,25
Nový Poddvorov	192	2,97	64,65
Petrov	1 328	11,65	113,99
Prušánky	2 188	14,14	154,74
Ratíškovice	4 061	12,60	322,30
Rohatec	3 540	17,45	202,87
Starý Poddvorov	975	5,46	178,57
Sudoměřice	1 234	9,33	132,26
Terezín	395	3,74	105,61
<b>Celkem</b>	<b>61 064</b>	x	x

Zdroj: Zpracováno na základě dat Ministerstva vnitra České republiky a Ministerstva pro místní rozvoj

Zjištění, zda je ORP Hodonín venkovským regionem, bylo provedeno na základě definice venkovského regionu uvedené v kapitole 2. 2. *Venkov*. Venkovský region se stanovuje na základě podílu obyvatel žijících ve venkovských obcích, tedy v obcích s hustotou zalidnění menší než 150 obyvatel na m<sup>2</sup>. V těchto obcích žije celkem 16 131 obyvatel, což představuje 26,42 % obyvatel ORP Hodonín. ORP Hodonín tedy splňuje definici významně venkovského regionu.

## E Vyhodnocení dotazníků

*Otázka č. 1: Sídli Váš podnik v oblasti ORP Hodonín?*

Tab. 30 Tabulka četností k otázce č. 1

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	83	83	96,51	96,51
Ne	3	86	3,49	100

*Otázka č. 2: Kolik má Váš podnik zaměstnanců?*

Tab. 31 Tabulka četností k otázce č. 2

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
10–49	11	11	13,92405	13,9241
1–9	21	32	26,58228	40,5063
Bez zaměstnanců	42	74	53,16456	93,6709
150–199	2	76	2,53165	96,2025
100–149	1	77	1,26582	97,4684
50–99	2	79	2,53165	100,0000

*Otázka č. 3: U každé z možností zaškrtněte, zda ji považujete za výhodu nebo nevýhodu podnikání ve venkovském regionu (případně možnost nevím – nemůžu posoudit, nepovažuji za důležité apod.)*

Tab. 32 Práce doma (absence dojíždění)

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	70	70	88,60759	88,6076
Nevím	5	75	6,32911	94,9367
Nevýhoda	4	79	5,06329	100,0000

Tab. 33 Ceny pronájmu prostor (nemovitosti, pozemky)

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	20	20	25,31646	25,3165
Nevím	22	42	27,84810	53,1646
Výhoda	37	79	46,83544	100,0000

Tab. 34 Možnost rozšíření prostor k podnikání

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	59	59	74,68354	74,6835
Nevýhoda	5	64	6,32911	81,0127
Nevím	15	79	18,98734	100,0000

Tab. 35 Výše mezd

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	26	26	32,91139	32,9114
Výhoda	34	60	43,03797	75,9494
Nevím	19	79	24,05063	100,0000

Tab. 36 Méně agresivní konkurenční prostředí

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	11	11	13,92405	13,9241
Výhoda	45	56	56,96203	70,8861
Nevím	23	79	29,11392	100,0000

Tab. 37 Zdroje surovin - možnost využití regionálních zdrojů

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	36	36	45,56962	45,5696
Nevím	36	72	45,56962	91,1392
Nevýhoda	7	79	8,86076	100,0000



Tab. 38 Přímý prodej výrobků zemědělců

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	44	44	55,69620	55,6962
Nevím	31	75	39,24051	94,9367
Nevýhoda	4	79	5,06329	100,0000

Tab. 39 Rostoucí poptávka po místních produktech

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	47	47	59,49367	59,4937
Nevím	30	77	37,97468	97,4684
Nevýhoda	2	79	2,53165	100,0000

Tab. 40 Možnost navázat na tradice

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	47	47	60,2564103	60,2564103
Nevím	29	76	37,1794872	97,4358974
Nevýhoda	2	78	2,5641026	100,00

Tab. 41 Možnost dlouhodobé spolupráce (po zahájení podnikání)

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	51	51	64,55696	64,5570
Nevím	25	76	31,64557	96,2025
Nevýhoda	3	79	3,79747	100,0000

Tab. 42 Pracovní návyky střední generace

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	35	35	44,30380	44,3038
Nevím	26	61	32,91139	77,2152
Nevýhoda	18	79	22,78481	100,0000

Tab. 43 Výše vstupního kapitálu při zahájení podnikání

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	33	33	41,77215	41,7722
Nevím	27	60	34,17722	75,9494
Nevýhoda	19	79	24,05063	100,0000

Tab. 44 Jste známý/známá mezi místními obyvateli

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	55	55	69,62025	69,6203
Nevím	10	65	12,65823	82,2785
Nevýhoda	14	79	17,72152	100,0000

Tab. 45 Klidná a čistá příroda

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	65	65	82,27848	82,2785
Nevím	14	79	17,72152	100,0000

Tab. 46 Podpora podnikání ze strany obce

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	43	43	54,43038	54,4304
Nevýhoda	13	56	16,45570	70,8861
Nevím	23	79	29,11392	100,0000

Tab. 47 Dostupnost kapitálu pro rozvoj podnikání

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	15	15	19,2307692	19,2307692
Výhoda	25	40	32,0512821	51,2820513
Nevím	38	78	48,7179487	100,00

Tab. 48 Infrastruktura pro podnikání

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	31	31	39,7435897	39,7435897
Nevýhoda	25	56	32,0512821	71,7948718
Nevím	22	78	28,2051282	100,00

Tab. 49 Výše nákladů na dopravu a marketing

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	32	32	40,50633	40,5063
Nevím	20	52	25,31646	65,8228
Výhoda	27	79	34,17722	100,0000

Tab. 50 Dostupnost spolehlivých pracovníků

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	26	26	32,91139	32,9114
Nevýhoda	21	47	26,58228	59,4937
Nevím	32	79	40,50633	100,0000

Tab. 51 Omezení zemědělské výroby a dalších podnikatelských aktivit na vesnici

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	30	30	38,4615385	38,4615385
Nevím	43	73	55,1282051	93,5897436
Výhoda	5	78	6,4102564	100,00

Tab. 52 Větší manuální a potravinová soběstačnost obyvatel

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	34	34	43,03797	43,0380
Nevím	32	66	40,50633	83,5443
Nevýhoda	13	79	16,45570	100,0000

Tab. 53 Stav regionální dopravy

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	24	24	30,37975	30,3797
Nevýhoda	28	52	35,44304	65,8228
Nevím	27	79	34,17722	100,0000

Tab. 54 Počet zakázek a příležitostí k odbytu

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Výhoda	21	21	26,58228	26,5823
Nevýhoda	36	57	45,56962	72,1519
Nevím	22	79	27,84810	100,0000

Tab. 55 Výše daní a odvodů státu

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	38	38	48,10127	48,1013
Nevím	33	71	41,77215	89,8734
Výhoda	8	79	10,12658	100,0000

Tab. 56 Kupní síla obyvatel

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	62	62	78,48101	78,4810
Výhoda	6	68	7,59494	86,0759
Nevím	11	79	13,92405	100,0000

Tab. 57 Výkupní ceny zemědělských produktů

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	25	25	32,0512821	32,0512821
Nevím	44	69	56,4102564	88,4615385
Výhoda	9	78	11,5384615	100,00

Tab. 58 Konkurence supermarketů a obchodních řetězců

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	41	41	51,89873	51,8987
Nevím	29	70	36,70886	88,6076
Výhoda	9	79	11,39241	100,0000

Tab. 59 Byrokracie

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Nevýhoda	55	55	69,62025	69,6203
Výhoda	5	60	6,32911	75,9494
Nevím	19	79	24,05063	100,0000

*Otázka č. 4: Zde můžete uvést výhody a nevýhody podnikání ve venkovském regionu, které nebyly v předchozím výčtu uvedeny, ale považujete je za významné.*

Stále jsou ještě všude komunisti a jejich systémy; Nevýhoda: chybí kvalifikovaní pracovníci. Pokud už seženeme kvalifikovaného pracovníka, tak je nejčastěji z Brna a musí dojíždět - to znamená, že chce vyšší plat a později má větší tendenci k opuštění firmy; Závist !!!!; Ke každému bodu bych potřebovala prostor pro vlastní komentář, neboť: není nevýhodou dostupnost spolehlivých pracovníků, ale realitou je jejich nedostatek; Malá cílová skupina, velká kontrola (IT); Katastrofální byrokracie poslední doby; Nemožnost výsadby vinic; Menší provozní náklady; Osobní kontakt, přehlednost prostředí, jméno firmy; Málo zákazníků.

*Otázka č. 5: Mají podle Vás malé a střední podniky pozitivní vliv na rozvoj Vaší obce?*

Tab. 60 Tabulka četností k otázce č. 5

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	48	48	60,75949	60,75949
Spíše ano	24	72	30,37975	91,13924
Spíše ne	6	78	7,59494	98,73418
Ne	1	79	1,26582	100,00000

**Důvod u ne:** obec nekomunikuje

*Otázka č. 6: Na jaké oblasti v obci (regionu) má pozitivní vliv Váš podnik?*

Tab. 61 Tabulka četností k otázce č. 6

<b>Kategorie</b>	<b>Četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
Zaměstnanost	29	36,70886
Příliv mladých obyvatel do obcí	6	7,59494
Infrastruktura obcí	7	8,86076
Omezení stěhování místních mladých obyvatel pryč z regionu	7	8,86076
Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro obyvatele	18	22,78481
Vyšší kvalita školství	3	3,79747
Více praxe pro studenty	9	11,39241
Pozitivní změna jízdního řádu veřejné dopravy	2	2,53165
Vyšší ekonomická nezávislost obcí	8	10,12658
Vytváření nezbytných služeb pro místní obyvatele	35	44,30380
Využívání místních zdrojů	31	39,24051
Zvýšení atraktivity venkovského regionu pro turisty	35	44,30380
Kulturní vyžití v obcích	19	24,05063
Sportovní vyžití v obcích	21	26,58228
Sponzorování regionu či obce, ve které podnik působí	23	29,11392
Sponzorování místních spolků a sdružení	30	37,97468
Jiné	15	20,25316
Žádné (nevyplnili)	4	5,063291

**Jiné:** Dostupnější služby pro místní; Turistika; Konkurence; Poradenská činnost; Rozšiřuje nabídku zboží v obci, hlavně pro staré lidi, kteří nemají možnost jezdit pro zboží do obchodních domů.

*Otázka č. 7: Sponzoruje nebo sponzoroval Váš podnik některou z následujících oblastí v obci a jejím okolí?*

Tab. 62 Tabulka četností k otázce č. 7

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Sport	23	29,11392
Kulturní akce (ples - např. dar do tomboly, dětský den, výstava, koncert, benefice apod.)	52	65,82278
Školství (výlet, akademie, vybavení, pomůcky, přednáška ve škole apod.)	10	12,65823
Zdravotnictví	2	2,531646
Kulturní zařízení (kino, divadlo apod.)	1	1,265823
Věda a výzkum	0	0
Muzeum	3	3,797468
Zoologická zahrada	1	1,265823
Sociální a jiná zařízení (dětský domov, dům s pečovatelskou službou apod.)	7	8,860759
Jiné	5	6,329114
Nic	19	24,05063

**Jiné:** FOD (Fond ohrožených dětí); Farnost; Útulek pro psy a kočky ve Skalici (Sk); Finanční dary obci; folklorní soubor; **Ostatní komentáře:** Ne (nic); Žádný; Již ne, bylo zneužíváno a pokládáno za naši povinnost; Nesponzoruji.

*Otázka č. 8: Poskytuje Váš podnik možnost absolvování bezplatných studentských praxí?*

Tab. 63 Tabulka četností k otázce č. 8

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	26	26	32,91139241	32,91139241
Ne, ale v budoucnu tuto možnost uvažuje	19	45	24,05063291	56,96202532
Ne	34	79	43,03797468	100,000

**Důvody:** Není zájem; Nedostatečné profesionální technické a sociální zázemí; Proč?; Jsem živnostník; Převažují negativa, učně platí stát střediskům ne nám; Není možné – revize jsou specifické a nebezpečné; Poskytuji, ale stejně o to nemají zájem; Povaha podniku to neumožňuje; OSVČ; Jsme velmi malý podnik; Zatím není; Specifické odvětví podnikání; Vlastním trafikou; OSVČ; Není potřeba; Jsme malý podnik; Není tak velká kupní síla, aby obohatila studenta o praxi.; Nikdo neměl zájem.

*Otázka č. 9: Umožňuje Váš podnik exkurze školám?*

Tab. 64 Tabulka četností k otázce č. 9

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	18	18	22,78481013	22,78481013
Ne - povaha podniku to neumožňuje	46	64	58,2278481	81,01265823
Ne	15	79	18,98734177	100,000

**Důvody:** Bezpečnost; Jsem živnostník, pracuji na stavbách; Nebyla příležitost; Není možné – revize jsou specifické a nebezpečné; Nemám co nabídnout; Špatný stav komunikací, dočasná překážka; Jsme velmi malý podnik; Není na tom nic zajímavého; Zatím nebyl zájem.

*Otázka č. 10: Zaměstnává Váš podnik převážně místní obyvatele a obyvatele nejbližšího okolí?*

Tab. 65 Tabulka četností k otázce č. 10

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost
Ano	42	53,1646

Někteří z dotazovaných na tuto otázku neodpověděli nebo se k ní jen vyjádřili v komentáři. Vzhledem k povaze otázky je tedy v tabulce zachycena pouze možnost *Ano*.

**Důvody (případně komentáře) u možnosti ne:** Skrze dotace zaměstnáváme i lidi např. z Brna; Nemám zaměstnance. Naštěstí; Jsem živnostník; Podnikám bez zaměstnanců; Jsem sám; Bez zaměstnanců; Nemám zaměstnance; Zatím nemáme zaměstnance; Jsem OSVČ; OSVČ; Nemáme zaměstnance; Nemám zatím zaměstnance; Nemám zaměstnance; Firmu nemám na HPP, spolupracuji s ostatními živnostníky v oboru; Podnik bez zaměstnanců; OSVČ; Nezaměstnává nikoho; Pracuji sám; Bez zaměstnanců.



*Otázka č. 11: Zaměstnává Váš podnik absolventy?*

Tab. 66 Tabulka četností k otázce č. 11

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost
Ano	26	32,9114
Ne	53	67,2886

Někteří z dotazovaných na tuto otázku neodpověděli nebo se k ní jen vyjádřili v komentáři. Vzhledem k povaze otázky tedy je v tabulce zachycena pouze možnost Ano.

**Důvody u možnosti ne:** nedostatek praxe; Jedná se o malý podnik; Pouze nahodile prostřednictvím DPP; Nejsou potřeba; Jsem živnostník; Podnikám bez zaměstnanců; Jsem sám; Nemám zaměstnance; Zatím nemáme zaměstnance; Nezkušenost; Nemám zaměstnance; OSVČ; Nemáme zaměstnance; Nemám zatím zaměstnance; Firmu nemám na HPP; Podnik bez zaměstnanců; 20 let stálý zaměstnanci; Malý trh; Nedisponujeme vhodnými pracovními pozicemi pro absolventy. Momentálně máme plné stavy; Rozhodují jeho schopnosti.

*Otázka č. 12: Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva?*

Tab. 67 Tabulka četností k otázce č. 12

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Pravidelně – někdo v podniku je také členem zastupitelstva	15	18,98734
Pravidelně – ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva	1	1,265823
Téměř vždy	2	2,531646
Méně než poloviny zasedání	2	2,531646
Pouze výjimečně	21	26,58228
Pouze tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku	22	27,8481
Nikdy – uveďte důvod	17	21,51899

**Důvody:** Obecní zastupitelstvo nebere ohled na názory občanů; Není zájem ze strany obce; Nemám čas na blbosti!!!; Není důvod se zúčastnit; OSVČ.

*Otázka č. 13: Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou?*

Tab. 68 Tabulka četností k otázce č. 13

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	11	11	14,1025641	14,1025641
Spíše ano	34	45	43,58974359	57,69230769
Spíše ne	18	63	23,07692308	80,76923077
Ne	15	78	19,23076923	100,0000

*Otázka č. 14: Využil Váš podnik k podnikání dotace?*

Tab. 69 Tabulka četností k otázce č. 14

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ne	46	46	58,22785	58,22785
Ano	33	79	41,77215	100,0000

*Otázka č. 15: Proč Váš podnik nikdy nevyužil dotace?*

Nedosáhli jsme na ně, resp. byly pro nás nevhodné; Neumíme si to zařídit; Jsme moc malí a papírová byrokracie ?????!!!; Podnik je soběstačný; Dotace jsou zlo – vezme se všem a dá se to vyvoleným.; Nedosáhnou na ně, nemám tak dlouhé prsty a pár milionů do začátku, chudák jako já na to nemá; Již byl podnik rozjetý a nebyla možnost dotací; Není možnost; Není důvod; Nenašel jsem využitelný dotační titul; Nezajímá jsem se; V době rozvoje nebyly; Neznalost informací k vyřízení dotací; Nesplňoval podmínky; Nebylo třeba; Byrokracie; Nebyly; Nepotřebuje; Neumožňuje to povaha podnikání; Nejsou určeny do mé oblasti podnikání; Nebyl vypsán dotační program v oboru podnikání; Nebyl důvod; Nesouhlasím s principem dotací; Dotace neuznávám, nabourávají přirozenou nabídku a poptávku; Není dotační titul; Složitě papírování...; Nevýhodné; Nebyly nabídnuty; Nevím; K typu mého podnikání bych dotaci nikdy nedostal – pronájem výčepních zařízení.

*Otázka č. 16: Uveďte poskytovatele a účel, na jaký byla dotace použita.*

ÚP – cesta na trh práce; SZIF; Stát – zateplení fasády. Stát – investiční pobídka; Úřad práce – vytvoření pracovního místa; MPSV – Zaměstnanost; Zemědělské dotace, MZe, SZIF, ŽP; Stavba nové dílny; ÚP Hodonín, začátek podnikání; Další vzdělávání; MPO, ÚP – technologie, nová pracovní místa; Ministerstvo zemědělství; Stáže, dotace na mzdu; SZIF – nákup zemědělské techniky; JMK – podpora začínajícím podnikatelům; ÚP zaměstnanost; Úřad práce dotace na zaměstnance; Úřad práce – zaměstnanci, vinařský fond, zařízení laboratoře, pro sanitaci atd.; Zelená úsporám; ÚP, na účelně vzniklá pracovní místa; Stavebnictví; Výsadba vinice; MAS

kyjovské Slovácko v pohybu; Úřad práce – Dotace na vytvoření pracovní pozice; SZIF dotace na zemědělskou půdu; Úřad práce.

*Otázka č. 17: Zvažujete dotace využít v budoucnu?*

Tab. 70 Tabulka četností k otázce č. 17

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	39	39	49,367089	49,367089
Ne	40	79	50,632911	100,0000

#### Důvod u možnosti ne:

Příliš vysoké požadavky na bezchybnost účetnictví; Nemám zájem; Nepotřebuji a nechci; Příliš složitá legislativa; Výše dotace neodpovídá výši úsilí na její dosažení; Nevím; Dotace pokrývají trh, protože vznikají projekty, které by jinak nevznikly. A hlavně se jedná o peníze, které někdo jiný vydělal, stát je zdanil a přerozdělil. Peníze mají zůstat těm, co si je vydělali; Komplikované vyřizování; Nepotřebuji je; Možná v budoucnu; Nepotřebuje; Dotace je jako jednou rukou darovat krev a do druhé ruky dostávat transfuzi; Byrokracie; Nechci – příliš byrokracie; Nesouhlasím s principem dotací.

*Otázka č. 18: Myslíte si, že máte o možnostech podpory podnikání dostatek informací?*

Tab. 71 Tabulka četností k otázce č. 18

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	14	14	17,94871795	17,94871795
Spíše ano	32	46	41,02564103	58,97435897
Spíše ne	26	72	33,33333333	92,30769231
Ne	6	78	7,692307692	100,0000

*Otázka č. 19: Víte, kde čerpat informace o dotacích?*

Tab. 72 Tabulka četností k otázce č. 19

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ne a neplánuji si tyto informace zjišťovat	24	24	30,37974684	30,37974684
Ne, ale chci tuto situaci napravit	21	45	26,58227848	56,96202532
Ano	34	79	43,03797468	100,0000

**Odkud čerpáte informace:**

Kontakty, weby, ÚP; OHK, Ministerstva, krajský úřad JMK; Veškerá ministerstva, MAS apod.; Různé; HK; Na ÚP – ale nám pocit, že o nich nechtějí ani mluvit; MPO, CI; WEB; Úřad práce, web, odborný pracovník; Výzvy k podání žádostí; Internet, samostudium; JMK; Internet; SZIF; MPSV, SZIF; Neustále chodí nabídky do mailu; OHK; Internet, osobní kontakt na HK ČR.

*Otázka č. 20: Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům?*

Tab. 73 Tabulka četností k otázce č. 20

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	41	41	53,24675325	53,24675325
Ne	36	77	46,75324675	100,0000

*Otázka č. 21: Využil Váš podnik někdy jejích služeb?*

Tab. 74 Tabulka četností k otázce č. 21

Kategorie	Četnost	Kumulativní četnost	Relativní četnost	Kumulativní relativní četnost
Ano	10	10	12,65822785	12,65822785
Ne – nevím, že mám tuto možnost	23	33	29,11392405	41,7721519
Ne – nepotřebuji její služby	38	71	48,10126582	89,87341772
Ne – jiný důvod	8	79	10,12658228	100,0000

**Důvody:**

Nevím, jaké máme možnosti; Ať se podnikatelům do života nikdo nemotá a o ušetřené peníze, ať se sníží daně; Nebyla vysáána využitelná výzva; Nevím, že existuje.

*Otázka č. 22: Z jakého důvodu podnikáte?*

Tab. 75 Tabulka četností k otázce č. 22

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Nezávislost, samostatnost	57	72,15189873
Očekávání vyššího výdělku	27	34,17721519
Uplatňuji své znalosti, schopnosti a kvalifikaci	35	44,30379747
Touha zkusit něco nového	12	15,18987342
Nechci dojíždět za prací	8	10,12658228
Byl(a) jsem nezaměstnaný/á	11	13,92405063
Rodinná tradice	14	17,72151899
Získal(a) jsem podnik v restituci	7	8,860759494
Jiné	17	21,51898734

**Jiné důvody:**

K vyplnění volného času; Vyšší možnost ovlivnit úspěch; Péče o děti; Byl jsem propuštěn pro nadbytečnost po 30 letech praxe; Po výpovědi jsme mohli okamžitě podnikat, dnes setrvačnost; Změna zdravotního stavu; Přivýdělek, podnikání je jen jako vedlejší činnost.

*Otázka č. 23: Jak je na tom v současné době Váš podnik?*

Tab. 76 Tabulka četností k otázce č. 23

<b>Kategorie</b>	<b>Četnost</b>	<b>Kumulativní četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>	<b>Kumulativní relativní četnost</b>
1	2	2	2,597402597	2,597402597
2	1	3	1,298701299	3,896103896
3	3	6	3,896103896	7,792207792
4	6	12	7,792207792	15,58441558
5	8	20	10,38961039	25,97402597
6	6	26	7,792207792	33,76623377
7	15	41	19,48051948	53,24675325
8	20	61	25,97402597	79,22077922
9	11	72	14,28571429	93,50649351
10	5	77	6,493506494	100,0000

*Otázka č. 24: V jakém odvětví Váš podnik působí?*

Tabulka četností k otázce č. 24

Kategorie	Četnost	Relativní četnost
Zemědělství	14	17,72152
Stavebnictví	13	16,4557
Obchod	24	30,37975
Dřevozpracující průmysl	6	7,594937
Doprava	7	8,860759
Potravinářský průmysl	6	7,594937
Ubytovací a stravovací služby	13	16,4557
Komunální služby	5	6,329114
Strojírenství	6	7,594937
Zdravotnictví	2	2,531646
Textilní průmysl	2	2,531646
Lesnictví, vodní hospodářství	1	1,265823
Elektrotechnický průmysl	6	7,594937
Jiné	19	24,05063

**Jiné:** Služby v oblasti povrchových úprav výrobků; Automobilový průmysl; Účetnictví; Vinařství; Služby; IT; Autoopravárenství; Energetický průmysl; Realitní činnost a projektování pozemkových úprav; Revize jsou potřeba všude; Design; Umělecké řezbářství; Dotační poradenství; Právo; Nakládání s odpady a bezpečnostním materiálem; Účetnictví a daně - poskytování služeb; Truhlářství.

*Otázka č. 25: Obec, ve které má Váš podnik sídlo*

Tab. 77 Tabulka četností k otázce č. 25

<b>Kategorie</b>	<b>Četnost</b>	<b>Relativní četnost</b>
Čejč	6	8,450704225
Čejkovice	5	7,042253521
Dolní Bojanovice	12	16,90140845
Josefov	1	1,408450704
Lužice	7	9,85915493
Mikulčice	2	2,816901408
Mutěnice	9	12,67605634
Petrov	4	5,633802817
Prušánky	3	4,225352113
Ratíškovice	13	18,30985915
Rohatec	4	5,633802817
Starý Poddvorov	1	1,408450704
Sudoměřice	1	1,408450704
Terezín	3	4,225352113

*Otázka č. 26: Zde je prostor pro Vaše názory a připomínky jak tématu, tak k dotazníku.*

Stát je přebyrokratizovaný, předotovaný, neefektivní a přisáté organizace (např. zmiňovaná Hospodářská komora) k tomu jen přispívají. Neberme peníze všem, abychom je mohli účelově rozdělovat privilegovaným; Katastrofálně rostou byrokratické požadavky všech; Umrtvený průmysl, odchod mladých mimo okres (do center)

*Otázka č. 27: Pokud si přejete zaslat výsledky výzkumu, uveďte prosím Vaši emailovou adresu.*

Zájem projevilo 26 účastníků výzkumu.



Tab. 78 Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)

(2)	(13)					Řádkové součty
	Spíše ne	Ano	Spíše ano	Ne	Neuvedeno	
Bez zaměstnanců	8	4	18	11	1	42
1-9	6	3	9	3	0	21
10-49	4	3	3	1	0	11
50-99	0	0	2	0	0	2
100-149	0	0	1	0	0	1
150-199	0	1	1	0	0	2
Vš. skup.	18	11	34	15	1	79

Tab. 79 Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)

(2)	(12)								
	Pouze tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku	Pravidelně – někdo v podniku je také členem zastupitelstva	Pouze výjimečně	Téměř vždy	Nikdy	Pravidelně – ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva	Méně než polovina zasedání	Neuvedeno	Řádkové součty
Bez zaměstnanců	7	5	12	0	14	1	2	1	42
1-9	5	7	4	2	3	0	0	0	21
10-49	4	2	4	0	1	0	0	0	11
50-99	2	0	0	0	0	0	0	0	2
100-149	1	0	0	0	0	0	0	0	1
150-199	0	1	1	0	0	0	0	0	2
Vš. skup.	19	15	21	2	18	1	2	1	79

Tab. 80 Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům? (20)

(2)	(20)			Řádkové součty
	Ne	Ano	Neuvedeno	
Bez zaměstnanců	23	18	1	42
1-9	8	12	1	21
10-49	4	7	0	11
50-99	0	2	0	2
100-149	0	1	0	1
150-199	1	1	0	2
Vš. skup.	36	41	2	79

Tab. 81 Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Využil Váš podnik někdy služeb HK ČR? (21)

(2)	(21)			Řádkové součty
	Ne	Ano	Neuvedeno	
Bez zaměstnanců	39	1	2	42
1-9	17	4	0	21
10-49	10	1	0	11
50-99	0	2	0	2
100-149	0	1	0	1
150-199	1	1	0	2
Vš. skup.	67	10	2	79

Pro účely zjištění nezávislosti možnost Ano substituuje možnosti Ano a Spíše ano a možnost Ne možnosti Ne a Spíše ne.

Tab. 82 Kontingenční tabulka: Kolik má Váš podnik zaměstnanců? (2) x Využil Váš podnik k podnikání dotace? (14)

(2)	(14)		Řádkové součty
	Ne	Ano	
Bez zaměstnanců	33	9	42
1-9	8	13	21
10-49	5	6	11
50-99	0	2	2
100-149	0	1	1
150-199	0	2	2
Vš. skup.	46	33	79

Tab. 83 Kontingenční tabulka: Počet obyvatel obce (určeno dle obce, ve které podnik sídlí) (25) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)

(25)	(13)				Řádkové součty
	Spíše ne	Ano	Spíše ano	Ne	
1 - 1 000	0	1	3	1	5
1 001 - 2 000	3	0	7	3	13
2 001 - 3 000	4	6	14	3	27
3 001 - 4 000	5	1	5	2	13
4 001 - 5 000	4	3	2	4	13
Vš. skup.	16	11	31	13	71

Tab. 84 Kontingenční tabulka: Počet obyvatel obce (určeno dle obce, ve které podnik sídlí) (25) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)

(25)	(12)							Řádkové součty
	Pouze tehdy, projednávali se záležitosti týkající se podniku	Pravidelně - někdo v podniku je také členem zastupitelstva	Pouze výjimečně	Téměř vždy	Nikdy	Pravidelně - ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva	Méně než polovina zasedání	
1 - 1 000	0	3	1	1	0	0	0	5
1 001 - 2 000	3	3	3	0	4	0	0	13
2 001 - 3 000	10	5	9	0	2	1	0	27
3 001 - 4 000	4	2	1	0	5	0	1	13
4 001 - 5 000	0	1	7	1	4	0	0	13
Vš.skup.	17	14	21	2	15	1	1	71

Tab. 85 Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Považujete komunikaci zastupitelů obce s podniky v obci za dostatečnou? (13)

(25)	(13)				Řádkové součty
	Spíše ne	Ano	Spíše ano	Ne	
Čejč	2	0	2	2	6
Dolní Bojanovice	2	2	6	2	12
Čejkovice	1	2	2	0	5
Lužice	1	2	3	1	7
Terezín	0	1	1	1	3
Mikulčice	1	0	1	0	2
Mutěnice	2	1	5	1	9
Petrov	0	0	4	0	4
Ratíškovice	4	3	2	4	13
Prušánky	0	0	3	0	3
Starý Poddvorov	0	0	1	0	1
Rohatec	3	0	0	1	4
Sudoměřice	0	0	0	1	1
Josefov	0	0	1	0	1
Vš. skup.	16	11	31	13	71

Tab. 86 Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Jak často se zástupce Vašeho podniku účastní zasedání obecního zastupitelstva? (12)

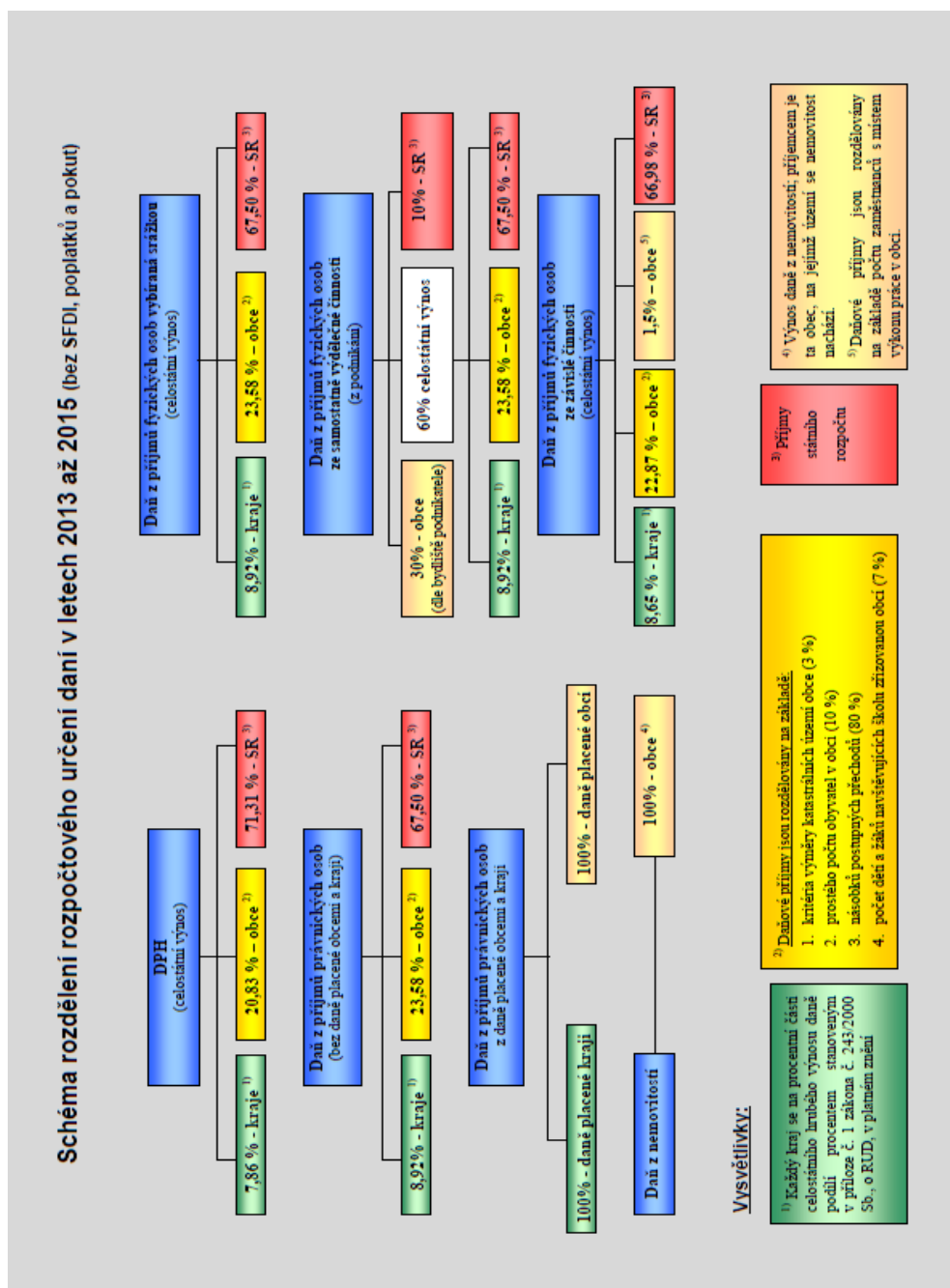
(25)	(12)							Řádkové součty
	Pouze tehdy, projednává-li se záležitost týkající se podniku	Pravidelně – někdo v podniku je také členem zastupitelstva	Pouze výjimečně	Téměř vždy	Nikdy	Pravidelně – ale nikdo z podniku není členem zastupitelstva	Méně než polovina zasedání	
Čejč	2	1	2	0	1	0	0	6
Dolní Bojanovice	6	2	4	0	0	0	0	12
Čejkovice	2	2	1	0	0	0	0	5
Lužice	2	0	3	0	2	0	0	7
Terezín	0	2	0	1	0	0	0	3

Mikulčice	0	1	1	0	0	0	0	2
Mutěnice	2	2	1	0	3	0	1	9
Petrov	0	1	0	0	3	0	0	4
Ratíškovice	0	1	7	1	4	0	0	13
Prušánky	0	1	1	0	0	1	0	3
Starý Poddvorov	0	1	0	0	0	0	0	1
Rohatec	2	0	0	0	2	0	0	4
Sudoměřice	1	0	0	0	0	0	0	1
Josefov	0	0	1	0	0	0	0	1
Vš. skup.	17	14	21	2	15	1	1	71

Tab. 87 Kontingenční tabulka: Obec, ve které má Váš podnik sídlo (25) x Víte, že Hospodářská komora ČR (a její okresní hospodářské komory) poskytuje bezplatné i zpoplatněné služby podnikatelům? (20)

(25)	(20)			Řádkové součty
	Ne	Ano	Neuvedeno	
Čejč	2	0	2	6
Dolní Bojanovice	2	2	6	12
Čejkovice	1	2	2	5
Lužice	1	2	3	7
Terezín	0	1	1	3
Mikulčice	1	0	1	2
Mutěnice	2	1	5	9
Petrov	0	0	4	4
Ratíškovice	4	3	2	13
Prušánky	0	0	3	3
Starý Poddvorov	0	0	1	1
Rohatec	3	0	0	4
Sudoměřice	0	0	0	1
Josefov	0	0	1	1
Vš. skup.	16	11	31	71

# F Rozpočtové určení daní a obecní rozpočet



Obr. 13 Schéma rozpočtového určení daní  
 Zdroj: Finanční správa České republiky

Tab. 88 Výňatek z rozpočtu obce v ORP Hodonín v tis. Kč

<b>Č. Ř.</b>	<b>Název a náplň</b>	<b>Schváleno 2015</b>
1.	Sdílené daňové příjmy	36 500
	daň z DPH	18 300
	daň z příjmů FO ze závislé činnosti	8 600
	daň z OSVČ	300
	daň z příjmů PO	8 400
	daň FO z výnosů	900
2.	Poplatek za vypouštění odpadních vod	0
3.	Odvody za odnětí zem. půdy	2
4.	Místní poplatek za domovní odpad	2 200
5.	Poplatek za odpad - neobydlené domy	40
6.	Poplatek ze psů	100
7.	Poplatek za už. veř. prostranství	40
8.	Poplatek ze vstupného	8
9.	Odvod z výtěžku z provozování VHA	500
10.	Správní poplatky	100
11.	Daň z nemovitostí	1 500
	Daňové příjmy celkem	40 999

Zdroj: oficiální webová stránka obce