



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Disertační práce

**Podpora podnikání ze strany municipalit
v České republice**

Promoting entrepreneurship by municipalities in the Czech Republic

Autor: Ing. Jiří Macháček
Studijní program: P6202 / Hospodářská politika a správa
Studijní obor: 6202V010 / Finance
Školitel prof. RNDr. René Wokoun, CSc.

Zlín, srpen 2017

© Jiří Macháček

Vydala **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně** v edici **Doctoral Thesis Summary**.
Publikace byla vydána v roce 2017

Klíčová slova: územní samospráva (municipalita), podpora podnikání, malé a střední podniky, regionální rozvoj, lokalizace firem

Key words: local government (municipality), business support, small and medium-sized enterprises, regional development, company localization

Plná verze disertační práce je dostupná v Knihovně UTB ve Zlíně

ISBN 978-80-.....

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat svému školiteli panu prof. RNDr. René Wokounovi, CSc. za jeho vedení, podporu a cenné rady v průběhu celého mého doktorského studia a při zpracování této disertační práce.

Dále děkuji všem mým spolupracovníkům z Ústavu veřejné správy, regionálního rozvoje a práva a Ústavu podnikové ekonomiky FaME UTB, a dalším kolegům, kteří mi pomáhali při realizaci a zpracování výsledků výzkumu. Také děkuji všem respondentům z řad podnikatelů a představitelů územních samospráv za vstřícnost a spolupráci při terénním výzkumu.

V neposlední řadě děkuji své rodině za velkou podporu a trpělivost po celou dobu studia.

ABSTRAKT

Řešeným výzkumným problémem v rámci této disertační práce je nesoulad mezi v současné době nabízenými možnostmi podpory podnikání pro malé a střední podniky ze strany územních samosprávných celků a jejich praktickým využíváním se strany jednotlivých firem. Hlavním cílem je navržení systému efektivních nástrojů podpory podnikání na různých úrovních samosprávy, které budou akceptovány podnikatelskou sférou a budou využitelné i za stávajících legislativních podmínek.

Pro naplnění tohoto cíle byly využity techniky jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu. Nejdříve byla provedena kritická literární rešerše dostupných relevantních zdrojů. Poté se uskutečnilo dotazníkové šetření u početného vzorku firem z různých podnikatelských oborů a proběhly řízené rozhovory s představiteli územních samosprávných celků a institucí, zabývajících se podporou podnikání. V rámci tohoto výzkumu se souběžně uskutečnilo dotazníkové šetření zaměřené i na vlastní podnikání obcí. Výsledky byly zpracovány pomocí odpovídajících statistických metod.

Klíčová slova: územní samospráva (municipalita), podpora podnikání, malé a střední podniky, regionální rozvoj, lokalizace firem

ABSTRACT

Research problem to be solved within the framework of this dissertation is a mismatch between the capabilities of currently offered business support for small and medium-sized enterprises (SMEs) by local governments and their practical use by individual companies. The main objective is to devise a system of effective tools of business support at various levels of local government, which will be accepted by the business community and will be usable even under the current legislative conditions.

To achieve this goal, techniques of both quantitative and qualitative research were utilized. First, a critical literature review of available relevant resources was made. Furthermore, the survey among a sample of the numerous companies in various branches of business was conducted and guided interviews with representatives of local governments and institutions engaged in promoting entrepreneurship were done. Within the framework of this research, a questionnaire survey focusing on the self-government of municipalities was also carried out. The results were processed with appropriate statistical methods.

Key words: local government (municipality), business support, small and medium-sized enterprises, regional development, company localization

OBSAH

SEZNAM TABULEK	7
SEZNAM OBRÁZKŮ	9
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	10
ÚVOD	12
1 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	14
1.1 HISTORIE A SOUČASNOST MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V ČR... ..	15
1.2 DŮLEŽITÉ POJMY Z OBLASTI PODNIKÁNÍ	16
1.3 PŘÍNOSY A VÝHODY MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	21
1.4 BARIÉRY ROZVOJE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ	23
1.5 PODPORA MSP	26
1.5.1 Legislativní východiska vztahující se k podpoře podnikání v ČR	27
1.5.2 Podpora nadnárodní	28
1.5.3 Podpora podnikání z úrovně státu	29
1.5.4 Podpora podnikání z úrovně regionu	31
1.5.5 Podpora podnikání v obcích	32
1.5.6 Nevládní podpora podnikání	32
1.5.7 Podpora přímá vs. nepřímá	34
1.6 NÁSTROJE PODPORY PODNIKÁNÍ	34
1.6.1 Nástroje komunální podpory podnikání	35
1.7 PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ V OBCÍCH	37
1.7.1 Faktory ovlivňující umístění provozovny v obci	37
1.8 PODNIKATELSKÁ ČINNOST ÚZEMNÍCH SAMOSPRÁVNÝCH CELKŮ	39
1.8.1 Základní funkce obce	40
1.8.2 Hospodářská činnost obce	41
1.8.3 Obec jako podnikatel	41
1.9 ORGANIZAČNÍ FORMY PODNIKÁNÍ OBCÍ	43
1.9.1 Podnikání vlastním jménem	44
1.9.2 Podnikání obce prostřednictvím vlastních neziskových organizací a obchodních společností	44
1.9.3 Obec jako zřizovatel obchodních společností	46
1.9.4 Podnikání na základě sdružení s jinými subjekty	47
1.9.5 Výběr organizační formy pro podnikání obce	47
2 CÍL PRÁCE A METODY ZPRACOVÁNÍ	49
2.1 CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	49
2.2 METODY A POSTUP ZPRACOVÁNÍ PRÁCE	50
3 VÝSLEDKY VÝZKUMU	54

3.1	VYUŽÍVÁNÍ NÁSTROJŮ NA PODPORU PODNIKÁNÍ.....	54
3.2	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ K PODNIKÁNÍ OBCÍ	66
3.2.1	Použité statistické metody	67
3.3	SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	87
3.4	SOUHRNNÉ VYHODNOCENÍ STANOVENÝCH VÝZKUMNÝCH OTÁZEK....	89
3.5	VYHODNOCENÍ STANOVENÝCH VÝZKUMNÝCH OTÁZEK.....	90
3.6	NÁVRH ZEFEKTIVNĚNÍ SYSTÉMU PODPORY PODNIKÁNÍ ZE STRANY MUNICIPALIT.....	93
4	PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE PRO VĚDU A PRAXI	96
4.1	OČEKÁVANÉ PŘÍNOSY PRO VĚDNÍ ODBOR A TEORETICKÉ POZNÁNÍ.....	96
4.2	PŘÍNOS PRÁCE PRO VĚDU	96
4.3	OČEKÁVANÉ PŘÍNOSY PRO PRAXI	97
5	ZÁVĚR	99
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	101

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Názor všech oslovených podnikatelů na míru podpory ze strany obcí.....	55
Tabulka 2: Názor mikropodniků a MSP na míru podpory ze strany obcí.....	55
Tabulka 3: Názor podnikatelů (dle druhu podnikání) na míru podpory ze strany obcí.....	56
Tabulka 4: Názor MSP na dopravní obslužnost v daném regionu	57
Tabulka 5: Názor MSP na význam průmyslových zón	57
Tabulka 6: Názor MSP na vlastní podnikání v průmyslových zónách.....	58
Tabulka 7: Názor MSP na podnikatelské inkubátory	59
Tabulka 8: Stanovisko podnikatelů k vhodnosti nástrojů navrhovaných na podporu podnikání regionální vládou (mikropodniky x MSP).	60
Tabulka 9: Stanovisko podnikatelů k vhodnosti nástrojů navrhovaných na podporu podnikání regionální vládou (výrobní firmy x firmy poskytující služby).....	62
Tabulka 10: Názor MSP a mikropodniků na formy podpory podnikání ze strany obcí.....	65
Tabulka 11: Zastoupení obcí v regionech.....	66
Tabulka 12: Zastoupení obcí podle jejich velikosti	67
Tabulka 13: Znaménkové schéma důležitosti podnikání v regionech.....	69
Tabulka 14: Znaménkové schéma důležitosti podnikání v závislosti na velikosti obcí.....	70
Tabulka 15: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v regionu	73
Tabulka 16: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v závislosti na velikosti obcí.....	74
Tabulka 17: Znaménkové schéma podnikatelských aktivit obcí.....	75
Tabulka 18: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v závislosti na velikosti obcí.....	76
Tabulka 19: Znaménkové schéma realizace vlastní podnikatelské činnosti obcí.....	77
Tabulka 20: Znaménkové schéma realizace vlastní podnikatelské činnosti obcí.....	77
Tabulka 21: Znaménkové schéma způsobů podpory podnikání ze strany obcí v závislosti na velikosti obcí.....	78
Tabulka 22: Znaménkové schéma nejvhodnějších způsobů podpory podnikání v obcích.....	80
Tabulka 23: Znaménkové schéma nejvhodnějších způsobů podpory podnikání ze strany obcí v závislosti na velikosti obcí	81
Tabulka 24: Vliv podnikatelského sektoru v obci na míru nezaměstnanosti obyvatel na Moravě.....	83

Tabulka 25: Vliv podnikatelského sektoru v obci na míru nezaměstnanosti obyvatel v Čechách.....	83
Tabulka 26: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 500 obyvatel.....	84
Tabulka 27: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 1 000 obyvatel.....	84
Tabulka 28: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 3 000 obyvatel.....	85
Tabulka 29: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 10 000 obyvatel.....	85
Tabulka 30: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 30 000 obyvatel.....	86
Tabulka 31: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích nad 30 000 obyvatel.....	86

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: <i>Základní platformy pro podnikatelské aktivity</i>	20
Obrázek 2: <i>Důležitost podnikání v jednotlivých regionech</i>	69
Obrázek 3: <i>Preferované druhy podnikání v jednotlivých regionech</i>	71
Obrázek 4: <i>Využití jednotlivých druhů podpory podnikání</i>	79
Obrázek 5: <i>Nejvhodnější způsoby podpory podnikání</i>	82

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

AK ČR	Agrární komora České republiky
AMSP ČR	Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky
apod.	a podobně
ASPI	Automatizovaný systém právních informací
atd.	a tak dále
cca	asi, přibližně, okolo, zhruba,
ČMZRB	Českomoravská záruční rozvojová banka
ČR	Česká republika
DPH	daň z přidané hodnoty
ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
ES	Evropské společenství
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
EUR	euro
FS	fond soudržnosti
HDP	hrubý domácí produkt
HK ČR	Hospodářská komora České republiky
JUDr.	doktor práv (juris utriusque doctor)
JZD	jednotné zemědělské družstvo
kol.	kolektiv
MAS	Místní akční skupina
MHD	městská hromadná doprava
mil.	milion
MPO	ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	malý a střední podnik
MVČR	Ministerstvo vnitra České republiky
např.	na příklad
NDR	Německá demokratická republika
NUTS	nomenklatura územních statistických jednotek
Obr.	obrázek
odst.	odstavec
OP	operační program
OZ	obchodní zákoník
písm.	písmeno

Sb.	sbírky
SME	směrnice
SP ČR	Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky
SSPSS	statistická databáze
Tab.	tabulka
tzv.	to znamená
ÚOHS	úřad pro ochranu hospodářské soutěže
ÚS	ústavní soud
VAK	vodovody a kanalizace
VO	výzkumná otázka
zn.	značka

ÚVOD

Úloha malých a středních podniků (MSP) je v každé tržní ekonomice nezastupitelná. Jsou významným protipólem k dominantním tržním subjektům a tendencím. Malý podnik působí jako konkurent, neboť je většinou pohotovější v reakci na změny poptávky. Škála nabídky je rozmanitější a lépe reaguje na subjektivní přání při uspokojování potřeb trhu. Malé a střední podniky svojí přizpůsobivostí přispívají k inovacím a rychlejším změnám výrobních i obchodních struktur. Tato přizpůsobivost společně s určitou flexibilitou vedou ve svém celkovém souhrnu k odolnosti ekonomiky proti konjunkturálním vlivům a zajišťují vysoký podíl zaměstnanosti, což je důležité i z pohledu regionálního. Jejich rychlejší i relativně snadnější vznik dokáže pružněji řešit požadavky trhu práce. Zároveň představují významný přínos do příjmové stránky veřejných rozpočtů, zejména obcí a měst.

Malé a střední podniky se tedy výraznou měrou podílejí na tvorbě HDP, mají zásadní vliv na zaměstnanost i na rozvoj jednotlivých obcí či regionů. Zároveň svojí činností pomáhají vytvářet intenzivnější konkurenční prostředí, což má velký význam ve vztahu k cenám a kvalitě produktů a rozsahu služeb v dané lokalitě. Také svou flexibilitou vhodně doplňují tržní prostor a jsou mnohdy nositelem významných inovací.

Bez stabilních a prosperujících MSP nelze zabezpečit úspěšný rozvoj konkrétního regionu. Podnikatelské aktivity jsou proto nezastupitelné v rozvojových plánech na všech úrovních, od nadnárodní až po obecní. Praktická činnost konkrétních firem je obvykle spojena s výraznými multiplikačními efekty. Jako příklad z nedávné minulosti je možno uvést vliv Agrokombinátu JZD Slušovice na rozvoj daného mikroregionu. V době největšího rozvoje, tj. v osmdesátých letech minulého století, byla v daném regionu rychle budována infrastruktura (výstavba a rekonstrukce silniční sítě, výstavba nových bytů, vznik nových společensko-kulturních zařízení, rozvoj služeb atd.). Dále se několikrát ročně pořádali významné sportovně společenské akce např. dostihy, byly pořádány pravidelné trhy, na které se sjížděli lidé z celé Moravy a počet obyvatel Slušovic a mikroregionu narůstal. Zvýšila se také kupní síla obyvatelstva, což se příznivě projevilo na rozvoji dalších ekonomických aktivit ve zmíněném regionu. Lze namítnout, že vše probíhalo v jiných společensko-ekonomických podmínkách, ale v rámci tržní ekonomiky by tento vliv byl patrně výraznější. Obdobně bychom mohli zmínit působení Baťových závodů na rozvoj Zlínského regionu v třicátých letech minulého století. Jakákoliv významnější změna v hospodářské situaci regionálně významných firem má vliv na municipalitu na jejichž území se nachází. Jinak řečeno – jednotlivé podniky jsou vždy nedílnou součástí daných obcí a regionů, ve kterých se nacházejí a působí. (Belás a kol., 2014)

V současné době mají územní samosprávy omezenou škálu nástrojů na podporu podnikání na jejich území. Navíc z předběžného šetření vyplynulo, že existuje nesoulad mezi nabídkou poskytovaných podpor podnikání ze strany územních samosprávných celků a jejich praktickým využíváním se strany jednotlivých firem. Hlavním cílem této disertační práce je zmapování poskytovaných podpor na úrovni obcí a krajů a navržení systému efektivních nástrojů podpory podnikání na různých úrovních, které by byly v daleko větším rozsahu akceptovány podnikatelskou sférou a budou využitelné i za stávajících legislativních podmínek.

Základem tohoto výzkumu bylo rozsáhlé dotazníkové šetření u početného vzorku malých a středních firem z různých podnikatelských oborů. Současně byly realizovány řízené polostrukturované rozhovory s představiteli územních samosprávných celků a institucí, zabývajících se podporou podnikání a vybranými podnikateli.

Z důvodu časové dostupnosti bylo nejvíce oslovených firem ze Zlínského, Olomouckého a Jihomoravského kraje. Současně, ale byly dotazovány i MSP v Praze a ostatních krajích z důvodu objektivizace výsledků, které by mohly být ovlivněny konkrétní lokalizací těchto firem. Zlínský kraj lze také vnímat jako modelovou lokalitu vzhledem již zmíněnému působení Baťových závodů, které se významně podílely na rozvoji celého regionu.

Pro naplnění tohoto cíle byly využity techniky jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu. Nejdříve byla provedena kritická literární rešerše dostupných relevantních zdrojů. Dále proběhlo rozsáhlé dotazníkové šetření u početného vzorku firem z různých podnikatelských oborů a uskutečnily se řízené polostrukturované rozhovory s představiteli územních samosprávných celků a institucí, zabývajících se podporou podnikání. Výsledky byly vyhodnoceny pomocí odpovídajících statistických metod.

1 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

Malé a střední podnikatelé reprezentují více než 1 milion ekonomických subjektů v ČR, tj. 99,84 % všech podnikatelů, zaměstnávají přes 1,8 mil. zaměstnanců, což představuje 60,88 % všech pracovníků ČR, na vývozu se podílí cca 51 % a na dovozu cca 56 %. Malé a střední podniky hrají významnou roli pro rozvoj endogenního potenciálu jednotlivých krajů v České republice, protože jsou významně podnikatelsky i společensky spjaty s daným regionem a tvoří regionální podnikatelskou páteř. (BusinessInfo, ©1997-2013)

Základním kritériem pro posouzení velikosti firmy je počet zaměstnanců, velikost ročního obratu a bilanční suma roční rozvahy (velikost aktiv). Údaje, které se mají použít pro stanovení počtu zaměstnanců a finančních veličin, jsou údaje vztahující se k poslednímu uzavřenému zdaňovacímu období vypočtené za období jednoho kalendářního roku.

Za drobného, malého a středního podnikatele se považuje podnikatel, který zaměstnává méně než 250 zaměstnanců a jeho roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR nebo jeho bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 milionů EUR. V rámci kategorie malých a středních podniků jsou *malé podniky* vymezeny jako podniky, které zaměstnávají méně než 50 osob a jejichž roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 10 milionů EUR. V rámci kategorie malých a středních podniků jsou *drobní podnikatelé* vymezeni jako podnikatelé, kteří zaměstnávají méně než 10 osob a jejichž roční obrat nebo bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 2 miliony EUR. (www.czechinvest.org)

Evropská komise přijala novou definici SME v doporučení č. 2003/361/ES. Stanovuje limity počtu pracovníků: *mikropodniky* (0 až 10 zaměstnanců), *malé* (10 až 50 zaměstnanců) a *střední podniky* (50 až 250 zaměstnanců). Doporučení zvýšilo finanční stropy (obrat nebo roční bilanční hodnota) s cílem zohlednit inflaci od první definice MSP v roce 1996. Nová definice nabyла účinnosti 1. ledna 2005. Cílem politiky EU je zajistit, aby politiky a opatření Společenství měly příznivý dopad na malé podniky a aby se z Evropy stalo atraktivnější místo pro zakládání podniků a pro samotné podnikání. (www.circa.europa.eu)

Malé a střední podnikání je důležité pro rozvoj ekonomiky v každém státě. Existuje obecně přijímaný názor, že podnikání je významné pro ekonomický rozvoj a konkurenceschopnost států a regionů (Audretsch 2004, Baumol 2014).

Zejména pro transformující se státy bývalého socialistického bloku je jejich význam v období po roce 1989 daleko větší než pro státy s vyspělou ekonomikou. Po změně celospolečenských poměrů sehrál tento typ podnikání pozitivní roli při přechodu na tržní ekonomiku. MSP do sebe postupně etablovaly pracovníky bývalých státních podniků, které z různých důvodů zanikaly nebo se přizpůsobovaly novému prostředí. MSP byly schopné nejen rychle se přizpůsobit

probíhajícími změnami ve společnosti, ale i reagovat na nové potřeby trhu a získávat tak nové příležitosti k dosahování příjmů.

1.1 Historie a současnost malého a středního podnikání v ČR

Uděláme-li krátký historický exkurz a vrátíme bychom se zpět do novodobé historie podnikání na našem území, jak uvádí Bednářová D. a Parmová D. (2003), došlo v období po vzniku samostatného Československa v roce 1918 k jeho velkému rozkvětu. Po rozpadu Rakousko-Uherska se stalo Československo standardní demokratickou evropskou zemí, kde se dařilo rozličným podnikatelským aktivitám. V 30-tých letech dokonce Československo patřilo mezi deset průmyslově nejvyspělejších zemí světa. Značně rozšířené bylo tzv. drobné podnikání. K výraznému nárůstu drobných živností došlo právě mezi válkami, kdy jejich počet přesáhl 700 tis. Z tohoto počtu živnostenských podniků bylo 642 500 o velikosti do 5 pracovníků. Celkem tyto živnostenské podniky zaměstnávaly přes 1,1 mil. osob. Bez mnoha podnikatelů, kteří jsou příslušníky tzv. středního stavu, není možná existence tržní ekonomiky. Do tzv. střední třídy patřili živnostníci, řemeslníci a drobní podnikatelé. Střední třída zahrnovala i představitele svobodných povolání - architekty, lékaře, advokáty a mnoho jiných, kteří tvořili nehomogenní skupinu nabízející na trhu široké spektrum činností a produktů, které by nemohly vzniknout ve velkých průmyslových korporacích. Silný střední stav byl ekonomickým a politickým základem demokracie první republiky a jejího postavení v Evropě.

V důsledku druhé světové války a únorových událostí v roce 1948, bylo v Československu zcela zlikvidováno tržní hospodářství formou znárodnění a byla postupně přiškrncena veškerá soukromá malovýroba. Došlo k znárodnění nejdříve velkých podniků, později i podniků nad 50 zaměstnanců. Byla provedena monopolizace, omezeno soukromé vlastnictví, narušeno fungování tržního mechanismu. Přestože tehdejší nová Ústava 9. května zaručovala ochranu soukromého podnikání závodů do 50 ti zaměstnanců, již od podzimu 1948 docházelo k ostrému vystoupení proti živnostníkům. Vyloučení živnostníků z tzv. vázaného trhu mělo zásadní dopad na živnostníky. Od této chvíle museli veškeré zboží obstarávat na volném trhu za neúnosně vysoké ceny. Řemeslníci a obchodníci byli tak nuceni odhlašovat své živnosti. Už v lednu 1949 zaniklo v českých zemích 2 781 živností, a během jednoho roku ze 110 tisíc prodejen ukončilo činnost více než 65 tisíc. Likvidace soukromých živností se završila v letech 1950-1952. Malé a střední podniky, drobní živnostníci byli postupně začleňováni do státních podniků, výrobních družstev nebo komunálních podniků. Postupně byla také zkonfiskována téměř všechna půda. Podnikatelská iniciativa a hospodářská soutěž byla utlumena, až úplně zanikla. Československo se tak stalo, na rozdíl od Polska, Maďarska a NDR, zemí, kde celá desetiletí vůbec neexistoval ani drobný soukromý sektor. S výjimkou několika soukromých zemědělců,

prakticky od roku 1948 až do roku 1990 soukromé podnikání na území ČR neexistovalo. Zato se ve větší míře vyskytovalo tzv. „melouchaření“, které nahrazovalo nedostatečný rozsah služeb zabezpečovaných státem. Samozřejmě se tehdy jednalo o nelegální a nezdaněnou podnikatelskou činnost, kterou bychom dnes řadili do šedé ekonomiky. Ekonomika v tomto období fungovala na principu centrálního plánování. Situace se částečně změnila v roce 1982, kdy bylo omezeně povoleno drobné podnikání. Zásadní obrat ale nastal až po roce 1989, kdy byly vytvořeny základní zákonné předpoklady pro fungování tržní ekonomiky. Po roce 1989 bylo podnikání pro rozjezd nezbytné, nicméně se objevila řada chyb (liberální přístup, banky, tzv. tunelování). Chyběly zkušenosti, nadšení někdy dlouho nevydrželo, chyběla podnikatelská „kultura“. Podnikatelé se učili sami, nikdo jim s tím nijak zvlášť nepomohl.

Podnikatelské prostředí u nás prošlo po roce 1989 zásadními změnami. V devadesátých letech byla prakticky dokončena privatizace a pokračuje tržně determinovaná restrukturalizace celé komerční sféry. Zásadní vliv na strukturu české ekonomiky měl příliv přímých zahraničních investic do sféry průmyslu (strojírenství – automobilový průmysl, elektrotechnika, chemie) i služeb (telekomunikace a finančnictví).

Se vstupem České republiky do Evropské unie se české ekonomice otevřely nové možnosti. To platí i pro MSP, které postupně získává zpět svoje dřívější významné postavení. Opět tvoří jádro ekonomiky a jejich aktivity mají vliv na rozvoj a hospodářské výsledky naší země a jednotlivých regionů.

1.2 Důležité pojmy z oblasti podnikání

Podnikáním se podle Obchodního zákoníku rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.

Podnikatelství je jedním z oborů lidské činnosti, který musí ovládat každý, kdo se chce věnovat podnikání a stát se podnikatelem nebo dát své podnikatelské vědomosti a nadání k dispozici jiné osobě ať již fyzické či právnické, která podniká ve smyslu obchodního zákoníku nebo živnostenského zákona. Součástí podnikatelství je nejen určitý soubor vědomostí a dovedností, ale také vlastnost, které říkáme **podnikavost** a která v sobě zahrnuje i smysl pro rozvoj a inovace nejrůznějšího charakteru.

Definice: Podnikatelství je proces tvorby něčeho nového, co má hodnotu, čemu se věnuje nezbytný čas a úsilí, předpokládá přijetí finančních, psychických a sociálních rizik a obdržení odměny v podobě peněžního nebo osobního uspokojení. (Hisrich, 1990)

Podnik je soubor osobních, hmotných i nehmotných složek podnikání. Hmotnými složkami jsou pozemky, budovy, stroje, zařízení, dopravní prostředky, atd. Osobní složky jsou lidé pracující v podniku. Nehmotné složky jsou finance a

práva (k obchodnímu jménu, k ochranné známce, k patentům, atd.) (Němec, 1998).

Definice podniku z hlediska Evropské komise (The Commission of the European Communities 2003) popisuje podnik jako subjekt zapojený do ekonomických aktivit bez ohledu na jeho právní formu.

Podnik je obklopen okolím – vším, co leží „za jeho hranicemi“, mimo něj a směřuje ho k určitému způsobu chování a dosahování cílů. Má na podnik velmi silný vliv, naopak podnik na okolí má vliv minimální. Okolí působí na podnik jako vnější síly a faktory, které spolu různě souvisejí.

Okolí podniku má tyto prvky:

Geografické okolí - je vázáno na polohu místa, kde se firma nachází, zda je toto místo výhodné/nevýhodné pro oblast podnikání, jestli je dobře dostupné pro zákazníky i ve vztahu ke konkurenci.

Ekonomické okolí – má zásadní význam, protože z tohoto okolí podnik získává výrobní faktory a kapitál a obrací se na ně svými službami. Jde hlavně o dostupnost a ceny výrobních faktorů, daně, hospodářský růst, měnový a devizový vývoj. Patří sem i odběratelé (zákazníci), dodavatelé a finanční instituce.

Sociální okolí – každý podnik musí zvažovat, jaké budou důsledky jeho činnosti pro společnost; v ideálním případě bude tato činnost prospěšná podniku i společnosti. To je dnes ale v praxi těžké, protože manažeři a vlastníci staví do popředí své zájmy bez ohledu na to, jaké budou dopady na společnost. Výjimku tvořil např. český podnikatel Tomáš Baťa, který svou činnost spojoval se sociálním zázemím a rozvojem obce.

Politické a právní okolí – sem patří vlivy, jako je členství země v Evropské unii, zákony týkající se pracovněprávních vztahů a bezpečnosti práce, různá politická pozadí, ale třeba i vlivy obecních úřadů. Právo tvoří rámec, hranici, pro všechny činnosti, kterého se musí společnost držet. Určuje, jaké chování podniku je ještě dovolené a jaké už ne. Pro podnikání je nejdůležitější obchodní zákoník, který vymezuje právní podmínky podnikání pro všechny podnikatele, živnostenský zákon, zákoník práce. Významnou roli hraje také vymahatelnost práva.

Technologické okolí – technická vybavenost (stroje, počítače, tiskárny, telekomunikační vybavení, dopravní prostředky apod.) – podnik musí sledovat, aby nezaostával za svými konkurenty, a inovovat své technologie.

Ekologické okolí – ochrana životního prostředí, které ve své činnosti musí respektovat. Je to zčásti bariéra pro podnikání, ale může mít i pozitivní vliv.

Etické a kulturně-historické okolí – jde o vzdělanost a kulturní úroveň, která je důležitá zejména pro pokrok v podobě nových, složitějších technologií. Kromě odbornosti sem řadíme také úroveň osobního vystupování v jednání se zákazníky

a zaměstnanci podniku. Také sem patří poskytování pravdivých informací a dobrých služeb zákazníkům

Všechna tato okolí nepůsobí jednotlivě, ale vzájemně se prolínají. Podnikatel musí odhadnout budoucí vývoj významných faktorů a jejich dopad na podnik (Synek, 2010).

Podnikání lze brát jako synonymum pojmu **podnikatelská činnost**, tj. ve smyslu obchodního zákoníku soustavná činnost prováděná samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Ziskem se rozumí to, že výnos z výroby zboží nebo poskytování služeb je větší než náklady na výrobu a chod firmy. Zisku dosáhne podnikatel uspokojením potřeb zákazníků, protože zákazník je ten, na koho se potřebuje soustředit. Takže uspokojuje jeho potřeby buď svými výrobky, nebo službami, které uvádí na trh, a to vede k tomu, že musí čelit riziku. Aby toto riziko bylo co nejmenší, je potřeba zavést co nejlepší strategii podnikání (Synek, 2010).

Podnikatelskou činnost realizuje buď fyzická, nebo právnická osoba. Pokud ji provádí právnická osoba, pak prostřednictvím fyzických osob v pracovním poměru, které ovládají podnikatelství jako obor a vyznačují se podnikavostí jako osobní vlastností. Osoba (fyzická či právnická), která je podle zákona nositelem podnikatelské činnosti, může pověřit konkrétními úkony z oblasti podnikatelství další osoby, které sice z legislativního hlediska nejsou podnikateli, avšak jejich práce má charakter podnikatelské činnosti

Podnikatelem je podle nejobvyklejšího výkladu osoba, která se zabývá podnikáním ve smyslu ustanovení obchodního zákoníku. Podnikatel musí ovládat znalosti a dovednosti, které vyžaduje obor podnikatelství a vyznačuje se podnikavostí zahrnující i inovační aktivity. Bruyat a Julien (2001) na základě historického přístupu definují a člení podnikatele do tří skupin. Podle Cantillona je podnikatelem ten, kdo podstupuje riziko a může profitovat; podle Turgota a Saye je podnikatelem každý, kdo má produkční faktory a organizuje produkci nových hodnot. Schumpeterova definice zase tvrdí, že podnikatel vytváří jakékoliv inovace. Samy autoři pak navrhnou pohled na podnikatele jako jednotlivce tvořícího nové hodnoty.

Pokud jde o fyzickou osobu, pak uvedené podmínky se týkají bezprostředně podnikatelského subjektu jako osoby. Pokud je podnikatelem právnická osoba, pak tyto znalosti a dovednosti včetně vlastnosti nazvané podnikavost musí být vlastní určitému okruhu zaměstnanců, kteří jsou ve firmě ustanoveni k zabezpečování podnikatelských aktivit. Proto někteří autoři interpretují pojem „podnikatel“ v širším slova smyslu jako osobu vyznačující se podnikavostí bez ohledu na to, zda podniká samostatně nebo zda uplatňuje své podnikatelské vložky jako zaměstnanec firmy - „vnitropodnikatel“.

Dle MacMillanova slovníku (1995) moderní ekonomie lze definovat podnikatele takto:

Podnikatel je organizující prvek procesu výroby. Podnikatelé odpovídají za ekonomická rozhodnutí, co vyrábět, kolik vyrábět a jaké použít výrobní metody. Vzhledem k časovému posunu mezi rozhodnutím o výrobě a uváděním vyráběného produktu na trh musí podnikatel anticipovat poptávku. Z toho plyne, že podnikatelé musí nést riziko, že poptávka během uvedeného intervalu zaznamená změny. Vklad podnikatele do výrobního procesu je považován za svébytný výrobní faktor. Kvalitativní rozdíl mezi ním a vstupem práce plyne z dlouhodobosti rozhodnutí, která jsou podnikatelé nuceni přijímat. Povaha podnikatelského vstupu je odlišná pro různé hlavní formy moderního podniku. Ve firmě vlastněné jednotlivcem podnikatel na sebe bere rizika podniku a jedinečně on odpovídá za jeho vedení. Naproti tomu ve veřejné společnosti jsou tyto dvě hlavní funkce rozděleny mezi akcionáře čili vlastníky, kteří nesou riziko, zatímco do kompetence správní rady spadá řízení a rozhodování (management firmy).

Z modelu vyvinutého Gnyawalem a Foglem (1994), je možné diskutovat o tom, jak různé typy obchodních prostředí ovlivňují náchylnost ke spuštění nových podniků a rozvoj již stávajících. Příležitost (viz obrázek 1), zdůrazňuje, že různé typy trhů poskytují různé podmínky pro podnikání.

Obrázek 1 ukazuje, že příležitost, schopnost podnikat a sklon k podnikání jsou základními platformami pro podnikatelské aktivity. Pravděpodobnost k podnikání, tj. náchylnosti ke konkrétním podnikatelským činnostem, je největší, když jsou přítomny u konkrétního jedince všechny tři moduly (možnost, sklon k podnikání, schopnost podnikat). Model ukazuje důležitost stimulovat podnikatele a vytvářet nové podniky tvorbou prostředí s obchodními příležitostmi, podporou podnikatelských charakteristik a v neposlední řadě vytvářením možností pro vývoj kompetencí

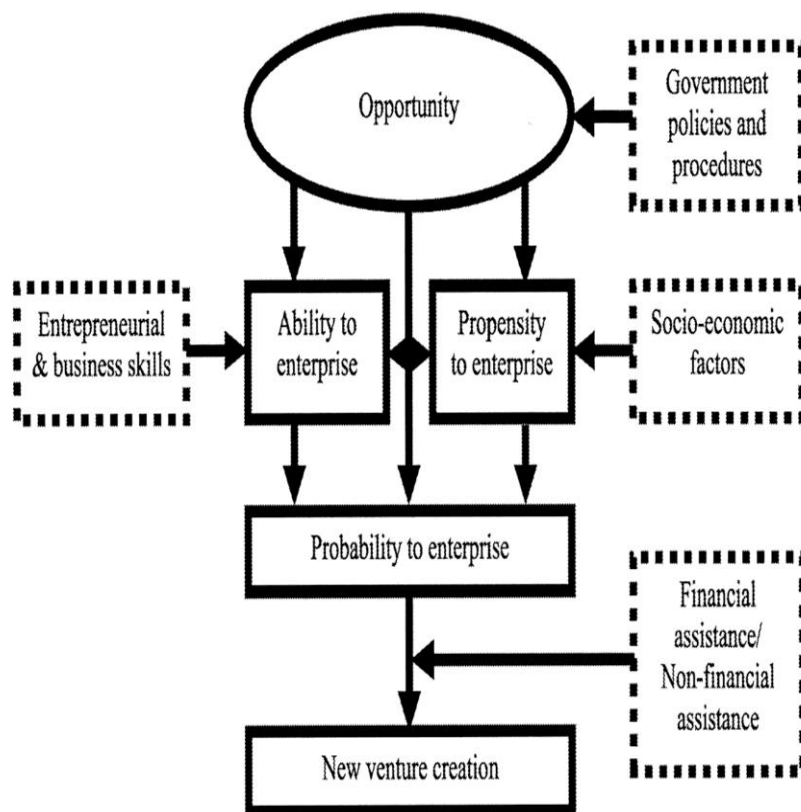


Figure 1.
Core elements of new
venture creation

Source: Gnyawali and Fogel (1994, p. 56)

Obrázek 1: Základní platformy pro podnikatelské aktivity

Pojem **podnikatelské prostředí** je velmi široký a může být vysvětlen mnoha způsoby. Podnikatelské prostředí lze definovat jako široký souhrn vnějších vlivů, které ovlivňují růst, výkonnost a konkurenceschopnost podnikatelských subjektů. Jiná definice říká, že podnikatelské prostředí je „souhrn faktorů ekonomického, politického, právního, technologického, sociálního a kulturního charakteru, které mají dopad na kvalitu podmínek, v nichž podnikatelské subjekty rozvíjejí svoje aktivity, a podstatným způsobem ovlivňují jejich konkurenceschopnost, výkonnost, růstový potenciál a determinují atraktivitu dané země pro zahraniční investory.“ (Kalínská, 2010).

Znamená to tedy, že podle toho jak je podnikatelské prostředí kvalitní, budou kvalitní ekonomické výsledky. Stát má kvalitní prostředí, pokud vhodně podporuje podnikání, má dobrou legislativu a efektivní státní a veřejnou správu (Petříček, 2006).

Rozdělení podnikání podle základních aspektů:

- Právní aspekt – v ČR vychází ze zákona č.513/1991 Sb., Obchodního zákoníku
- Ekonomický aspekt – vnímáno jako proces, který zvyšuje původní hodnotu, při zapojení ekonomických zdrojů (lidských, kapitálových)
- Sociologický aspekt – chápáno jako zdroj blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty pro efektivní využití stávajících zdrojů, jako tvůrce pracovních míst a příležitostí
- Psychologický aspekt – chápáno jako možný prostředek k seberealizaci, sebeuplatnění, ekonomického osamostatnění. (Mandysová, 2009).

Malé a střední podnikání se od korporátního podnikání liší v těchto bodech:

- Personalizované řízení – majitel malého podniku je přímo vtažen do rozhodování a hraje aktivní roli ve všech aspektech řízení. Podnik a jeho existence na tomto majiteli zpravidla závisí.
- Malý podíl na trhu – malé podniky nemohou určovat cenu nebo výrazně ovlivnit objem prodaného zboží. Jejich kupní síla je relativně nízká, protože nenakupují ve velkém objemu, musí nakupovat za vyšší ceny. Malé podniky pak prodávají za vyšší cenu a stávají se tím méně konkurenceschopnými. Vyrovnávají se s tím často tak, že hledají a nacházejí zaplnění mezer na trhu.
- Věrnost zákazníků – malé podniky jsou často závislé na věrné skupině zákazníků. Pokud by ztratili několik těchto zákazníků, může hrozit podniku zánik.
- Finanční zdroje – malí podnikatelé mají obvykle problém nacházet finanční zdroje, zvyšovat jejich objem, jsou tím pádem závislí na okamžité schopnosti zákazníků platit včas. Pokud zákazník nezaplatí nebo zaplatí pozdě, hrozí podniku zánik.
- Malé a střední podniky jsou velmi heterogenní skupinou a mají mnohdy rodinný charakter. (Mandysová, 2009).

1.3 Přínosy a výhody malých a středních podniků

Podnikání funguje jako nedílná součást společnosti a přináší jí užitky ve formě výrobků a služeb. Malé a střední podniky jsou velmi dynamickým prvkem ekonomiky. Ovšem kromě ekonomických přínosů pro společnost, jak uvádí Veber, J. a Srpová, J. (2005), mají tyto podniky i významné sociální a kulturní přínosy. V ČR byl rozvoj MSP ovlivněn transformací ekonomiky a realizovaným privatizačním procesem. Úspěšný rozvoj české ekonomiky předpokládá skloubení zájmů státu se zájmy regionů a podnikatelské sféry. ČR a její ekonomika jsou součástí Jednotného trhu Evropské unie, na kterém se volně

pohybují zboží, služby, osoby a kapitál. MSP dosud nemají v ČR takovou pozici, která jim právem náleží v rozvinutých zemích, střetávají se s problémy v oblasti administrativní, legislativní a ekonomické. (Mandysová, 2009).

Problematika zabývající se podílem malých a středních podniků na úspěšném regionálním rozvoji je široce diskutována mnohými autory (např. Bruce et al. 2009, Wennekers et al., 2010). Zkoumaná otázka, jakým způsobem podnikání ovlivňuje růst a rozvoj ekonomiky v regionech, byla předmětem mnoha vědeckých výzkumů. Ve studii, kterou zpracoval Van Stel et al. (2005) byla porovnána data z 36 států světa a empiricky byla potvrzena závislost tohoto vlivu na celkové vyspělosti ekonomiky státu. Výzkumníci došli k závěru, že v méně vyspělých ekonomikách má podnikání v malých a nezávislých organizačních formách negativní vliv na výši hrubého domácího produktu, což zdůvodňují nedostatkem organizačně větších forem podnikání, které díky výnosům z rozsahu umožňují výrobu technologicky náročnějších produktů a mohou fungovat jako odběratel pro menší podniky. Ve vyspělých ekonomikách je tomu právě naopak.

Další výzkumy se zaměřily zejména na malé nezávislé podnikatele s cílem zjistit, zda současný vývoj směřem k návratu nezávislých podnikatelů má strukturální charakter, nebo se jedná o postupnou stabilizaci. Wennekers et al. (2010) uvádí jako hlavní důvod pro opětovný nárůst počtu nezávislých podnikatelů především změnu spotřebitelských preferencí vyvolanou růstem osobního bohatství jednotlivců ve vyspělých a rozvíjejících se státech na straně poptávky. Z hlediska nabídky se opírá o Maslowovu teorii motivace, kdy v souladu s ní se podnikání stává žádoucí volbou povolání díky možnosti seberealizace a díky vnímané osobní svobodě, kterou přináší. Další příčinou znovuoživení nezávislého podnikání je podle Wennekerse et al. (2010) nástup znalostní ekonomiky charakteristický prudkým rozvojem informačních a komunikačních technologií, rychlým šířením nových informací a inovační aktivitou.

MSP vytvářejí zejména zdravé konkurenční prostředí a působí tak proti monopolním tendencím velkých podniků. Mezi další přednosti malých a středních podniků patří jejich schopnost rychle se přizpůsobovat trhu. Malé a střední podniky jsou nositeli velkého množství drobných inovací, a proto jsou schopny operativně reagovat na změny poptávky na trhu. Tyto podniky mají také menší náklady na řízení a nižší míru byrokracie, což vyplývá z jejich jednodušší organizační struktury. Založení menších firem nebývá obvykle tak kapitálově náročné jako u velkých firem.

Shrneme-li výše uvedené výhody malých a středních podniků (MSP) zjistíme, že tyto podniky mohou:

- dosahovat konkurenčních cen i při výrobě v malých sériích, kdy není možné využít přínosů z rozsahu výroby

- relativní pružnost, rychlost odezvy - citlivěji reagují na potřeby trhu a změny ekonomických podmínek a poskytují tak zákazníkům větší možnosti ve spotřebě
- mohou využívat lokalizačních výhod v malých obcích, kde jsou menší fixní náklady
- relativně vysoká schopnost absorpce pracovní síly díky pružnosti
- důležitá schopnost vyplnit mezeru ve struktuře obchodních vztahů mezi velkými podniky (role subdodavatele). (BusinessInfo, ©1997-2013).

MSP výrazně přispívají ke stabilizaci politické a ekonomické situace v zemi či obci tím, že se snaží vyvarovat výrazným změnám a projevům nestability, které by mohly ohrozit jejich podnikání. Nejdůležitějšími společenskými a kulturními přínosy malých a středních podniků jsou, podle Vebera, J. a Srpové, J. (2005), jejich úzká provázanost s konkrétním regionem, ve kterém působí. Jedná se o vazby na blízké okolí - zákazníky, dodavatele, úřady, školy aj. Na rozdíl od velkých firem jsou tyto podniky vystaveny větším tlakům veřejného mínění a větší zodpovědnosti za své podnikání. Malé a střední podniky představují místní kapitál, efekty z podnikání zůstávají v daném regionu a přispívají k jeho rozvoji. Také vytváří v rámci daného regionu nová pracovní místa pro místní obyvatele. Podnikatelé obvykle pocházejí z daného regionu, a i když jim jde vždy o zisk a realizaci svých záměrů, tak cítí větší odpovědnost ke svým sousedům a regionu, než anonymní korporace s neznámým vlastníkem. Drobní podnikatelé také často podporují a sponzorují kulturní a charitativní akce a napomáhají rozvoji regionů, měst a obcí.

Malé a střední podniky velice často spolupracují s místními vzdělávacími institucemi a podílí se na přípravě mládeže na jejich budoucí povolání například umožněním odborné praxe. U malých a středních podniků také obvykle existuje i větší ochota zaměstnávat čerstvé absolventy škol. Dle Novotného, J. a kol. (2008) se tato skupina podniků, vzhledem k rozsahu činnosti také menší měrou podílí na znečišťování životního prostředí a naopak, řada produktů určených na ochranu životního prostředí je často vynálezem malých a středních podniků. U malých a středních podniků lze vyzdvihnout kromě nižších nákladů na řízení, také pružnost a užší vazby na dodavatele i zákazníky. Úspěšné fungování těchto podniků se, podle mého názoru, opírá o větší loajalitu pracovníků k firmě založenou na důvěře a přímém kontaktu s vedením.

1.4 Bariéry rozvoje malých a středních podniků

V posledních letech dochází k nárůstu počtu MSP, které zaměstnávají stále více lidí, a zvyšuje se také jejich podíl na tvorbě HDP. Vedle již zmíněných výhod, o které se mohou malé a střední podniky opírat, naráží tyto podniky i na řadu bariér. Protože si stát uvědomuje skutečnost, že malí podnikatelé jsou

mnohem zranitelnější než velké korporace, snaží se v posledních letech zavádět opatření zaměřená na vytváření vhodných legislativních a ekonomických podmínek, vedoucích k podpoře vznikajících i rozvoji již existujících MSP.

Mezi hlavní bariéry, které způsobují omezený vliv malých a středních podniků na vývoj trhu, patří jejich:

1. menší možnost získání zakázek z kapacitních důvodů,
2. obtížnější přístup k financování svých záměrů,
3. nižší profesionalita vlastníků i zaměstnanců,
4. relativně větší zranitelnosti vzhledem k negativnímu působení vlivu externího (například vládní rozhodnutí, globalizace), ale i interního prostředí (například nemocnost pracovníků),
5. vyšší závislost na zákaznících a dodavatelích (zejména z důvodu existence menší síly a vyjednávací pozice),
6. nižší až velmi nízké působení ekonomie množství. (Novotný, 2008)

Míra projevování se těchto výše uvedených bariér je závislá na řadě dalších faktorů. Například na charakteru odvětví, charakteru konkurence, zdrojích podniku apod. Dle Klapalové, (2007) mohou jako bariéry dalšího rozvoje malých a středních podniků působit také neprofesionálně prováděné nebo podporované marketingové aktivity.

Častým problémem malých a středních podniků je jejich nedostatečné finanční zabezpečení a komplikovanější přístup k financování běžných aktivit. Typickým příkladem je druhotná platební neschopnost. Z vlastní zkušenosti vím, že malé a střední podniky mají obvykle slabší pozici ve veřejných soutěžích o veřejné zakázky a při financování svého dalšího rozvoje. MSP mají také obtížnější resp. nákladnější přístup k odborným informacím a znalostem. Další nevýhodou malých a středních podniků, podle Kislingerové, E.; Nového, I. a kol. (2005), je problém s pronikáním na zahraniční trhy z důvodu nedostatečných informací o zahraniční legislativě, případných zahraničních partnerech a fungování trhu v dané zemi.

Přístup k financím je v současnosti významným problémem MSP. Dostatečné finanční zdroje umožňují založení vlastní firmy, fungování a hlavně zvyšují jejich inovativní kapacitu a kapacitu k realizaci vlastních výzkumných a vývojových projektů (Ferrando 2012, Todtling, Kaufmann 2001, Müller, Zimmermann 2009, Beck, Demirguc-Kunt 2006). Tento problém se významně projevil v průběhu ekonomické krize (Lee, Sameen et al. 2015) a přispívají k němu další faktory jako neschopnost poskytnutí záruky a absence dřívějších referencí (De Maeseneire, Claeys 2012). Z hlediska přístupu malých podniků k financím jsou také zkoumány otázky vlivu osobnostních charakteristik (Irwin, Scott 2010),

geografického umístění žadatele (Lee, Drever 2014) a vlivu kvalitního poradenství pro malé a střední podniky ve vztahu k jejich možnostem získání bankovních půjček (Han, Benson 2010).

Jak již bylo konstatováno, konkurenceschopnost malých a středních podniků je ve velké míře omezena jak jejich finančními možnostmi, tak jejich teoretickými znalostmi a schopnostmi řídicích a provozních pracovníků využívat poznatků z oblasti managementu, marketingu anebo strategického řízení. Konkurenční výhoda těchto podniků se často opírá o relativně nízkou cenu produktů a levnější pracovní sílu. V okamžiku, kdy dojde k vyčerpání potenciálu těchto konkurenčních výhod, mohou se malé a střední podniky dostat do obtíží. Reálná představa o cílech, vhodná strategie, dobrý management, marketing a také dostatečná podpora ze strany veřejnoprávních subjektů by mohla těmto podnikům pomoci čelit nejen světové konkurenci na domácím trhu, ale i prosadit se na světových trzích. MSP by měly soustředit svoje síly na budování vztahu se zákazníky, na komplexnost poskytovaných služeb, úroveň servisu a na individuální přístup k zákazníkovi.

Dalším velmi důležitým problémem je také postavení MSP a nově vznikajících podniků ve vztahu k veřejným zakázkám (Vincze, Mathis et al. 2010, Jurčík 2013)

Konkurenční výhodou českých MSP je také tradice průmyslové a řemeslné výroby. Určitou předností českého podnikatelského prostředí je kvalitní úroveň vzdělání, geografická poloha, relativně slušná úroveň infrastruktury a informačních technologií. Českým podnikům se nabízí možnost vhodně využít těchto předností a realizovat konkurenční výhodu. Důležitým a cenným aktivem pro podniky jsou kvalifikovaní pracovníci, jejich znalosti a zkušenosti, vytvářejí nebo zvyšují hodnotu nabízených výrobků a služeb.

Obecně lze říci, že veřejná podpora směřovaná do oblasti vzdělávání vyvolává akumulaci lidského kapitálu (Sequeira, Martins 2008), který podporuje ekonomický růst, ovšem na druhé straně ovlivňuje výši mezd směrem vzhůru, což může vést k nárůstu nezaměstnanosti a případně zpomalit ekonomický růst. Kvalifikaci pracovní síly jako důležitý faktor ekonomického rozvoje zmiňuje Hronec (2010) a zabývá se otázkou efektivity investovaných veřejných prostředků do oblasti vzdělávání (Hronec, Štrangfeldová 2013). Dosažené vzdělání má také zásadní vliv na zakládání nových firem a podnikavost lidí, a proto Evropská komise ve svém sdělení v rámci plnění cílů Lisabonské strategie navrhla rámec pro výuku podporující podnikatelské smýšlení na všech stupních vzdělání (The Commission of the European Communities 2006).

1.5 Podpora MSP

Podporou podnikání obvykle rozumíme soubor nejrůznějších ekonomických a právních nástrojů sloužících k rozvoji podnikatelského prostředí, stávajících podniků a ke vzniku nových podniků. Otázkám podpory podnikání je věnována pozornost ve všech vyspělých zemích světa. MSP jsou hybnou silou ekonomiky. Jejich podpora se projeví následně v celkové ekonomické situaci země. MSP jsou flexibilní a schopni se přizpůsobit novým technologiím, trendům a změnám na trhu. (Malach a kol, 2005).

Na základě již popsaného lze konstatovat, že malé firmy a podnikatelé jsou životně důležití pro hospodářský rozvoj na všech úrovních. Acs a Audretsch (2003) odkazují na vznik podnikatelské společnosti. Reynolds et al. (2000) změřil podnikatelskou vitalitu a její význam pro hospodářský rozvoj. Výzkum provedený ve Švédsku v roce 2005 se zaměřuje na vládní podporu vůči malým firmám a podnikatelům a jejich využíváním. Na druhou stranu jsou zde opět pochybnosti, zda by měla vláda asistovat při vývoji malých podniků (Storey, 1994; Hjalmarsson, 1998).

Neoklasicistní ekonomická teorie ustavuje rámec pro analýzu potřeby podpůrných programů. Tento přístup bere jako svůj výchozí bod existenci různých fází v ekonomice, kde nabídka a poptávka zboží a služeb jsou v rovnováze a kde jsou využívány co nejefektivněji zdroje. Nicméně, omezené počáteční zdroje malých a středních podniků často znamenají, že tato skupina společností čelí určitým nevýhodám na trhu a nemohou konkurovat za stejných podmínek jako velké společnosti (Penrose, 1959). Veřejné programy jsou oprávněné, protože jejich podpora působí proti vnějším vlivům a stimuluje konkurenci na trhu. Například, úsilí o usnadnění přístupu k obchodním informacím nebo poskytnutí finanční podpory pro malé podniky údajně odstraňuje nedokonalosti trhu a stimuluje konkurenci (Caves, 1977).

Boter (2005) uskutečnil rozsáhlý výzkum, jehož cílem bylo analyzovat, malé až střední podniky, které využívají stávající systémy podpory. Analýza se zaměřuje na různé velké skupiny podniků v kategorii malých a středních podniků, roli průmyslového sektoru a regionálního umístění. Empirické údaje byly shromažďovány pomocí průzkumů z více než tisícovky švédských malých a středních podniků s jedním až 49 zaměstnanci a to jak ze sféry průmyslu tak služeb a také ze tří různých regionů. V analýze jsou použity jak popisné tak i multivariační statistické techniky. Výsledky ukazují nízkou účast v dostupných programech podpory a také fakt, že v řídké obydlených oblastech jsou jejich nejčastější uživatelé největší výrobní společnosti.

Již zmíněný výzkum přesvědčivě demonstroval důležitou úlohu institucionálních a kulturních dimenzí a jejich konkrétní důsledky pro podnikání (Hofstede, 1994, Dennis, 1997). Jiné vlivy týkající se makroekonomické politiky pro podniky jsou např. daňová legislativa a pracovní právo. Za určitý čas, země,

regiony a sektory vyvinuly určitá pravidla hry, kulturu, která má vliv na podniky v různých fázích vývoje (Putnam, 1993).

Výsledky provedených výzkumů ukazují, že malé a střední firmy častěji využívají některé typy podpory, zatímco jiné jsou využívány pouze okrajově. Nabízené podpůrné služby jsou velmi různorodé a mají různé cílové skupiny - od široké nabídky podpory po specializované společnosti v jednom odvětví. Curran (2000) naznačuje některé obecné důvody pro nízkou úroveň využití. První zahrnuje podnikatelského ducha, který zahrnuje nezávislost a vyhnutí se situacím, které zasahují do jejich autonomie. Za druhé, obsah programů podpory je často standardizovaný, což ho dělá pro mnoho podnikatelů méně užitečným, zejména v sektoru malých a středních podniků.

1.5.1 Legislativní východiska vztahující se k podpoře podnikání v ČR

Základní legislativní rámec podnikání v České republice je upraven v Listině základních práv a svobod, která je součástí ústavního pořádku České republiky. V článku 26 Listiny se píše: *“Každý má právo na svobodnou volbu povolání a přípravu k němu, jakož i právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost.”*

Podnikatelská činnost se dotýká téměř všech odvětví práva soukromého (právo občanské, pracovní, obchodní, mezinárodní) i práva veřejného (právo finanční, správní, trestní).

Nejdůležitějšími právními normami jsou:

Občanský zákoník – jedná se o základní právní předpis soukromého práva, který definuje pojmy, jako je např. fyzická osoba, právnická osoba, vlastnické právo, zástavní právo, atd.

Obchodní zákoník – je základním kodexem obchodního práva, který upravuje postavení podnikatele a obchodní závazkové vztahy. Obchodní zákoník definuje pojmy, jako např. podnikání, podnikatel, obchodní rejstřík. OZ obsahuje úpravu jednotlivých typů obchodních společností a družstev, také úpravu obchodních závazkových vztahů. Obchodní právo jako jediné právní odvětví právního řádu ČR vzniklo až na základě fungujícího trhu.

Zákoník práce – upravuje zejména pracovněprávní vztahy mezi zaměstnavateli a zaměstnanci. Důležitou součástí je také úprava bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

Živnostenský zákon – stanoví podmínky, za kterých mohou podnikatelé vykonávat podnikatelskou činnost.

Podporu podnikání v České republice dále upravují tyto dva zákony:

Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání – tento zákon stanoví zásady pro poskytování podpory při zahájení podnikání, jakož i při upevňování ekonomického postavení malých a středních podnikatelů.

Zákon zde definuje:

- malé a střední podnikatele (nedefinuje jej přímo, ale přejímá definici platnou v EU)
- oblasti, na které se podpora vztahuje. Jedná se např. o projekty zaměřené na investice, zvyšování odbornosti, hospodářské a technické poradenství, projekty sdružení malých a středních podnikatelů, projekty výzkumu a vývoje, jejichž výsledky MSP í vytváření nových pracovních míst, spolupráce se zahraničními partnery, zavedení systémů pro zvýšení konkurenceschopnosti, projekty zaměřené na investice spojené s ochranou životního prostředí. (BusinessInfo, 2013).

Zákon č. 215/2004 Sb., upravuje výkon státní správy vykonávané Úřadem pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) v oblasti veřejné podpory, práva a povinnosti poskytovatelů a příjemců veřejné podpory vůči ÚOHS, dále pak vztahy související s poskytováním veřejné podpory.

Součástí zákona je také odkaz na definici veřejné podpory, která je obsažena v čl. 87 odst. 1 Smlouvy o založení Evropských společenství.

V souladu s touto definicí se rozumí veřejnou podporou každá podpora poskytnutá v jakékoli formě státem nebo ze státních prostředků.

Každý program podpory stanovuje pravidla a podmínky poskytnutí veřejné podpory. Musí být oznámen Evropské komisi. Po schválení je pak poskytována jednotlivým příjemcům. (Klímová, 2007).

Dále právní předpisy Evropského společenství

- všeobecné předpisy ke strukturálním fondům – stanovují pravidla pro využívání prostředků ze strukturálních fondů v oblasti uznatelných výdajů, propagace, finančních toků a kontroly.
- předpisy k ochraně hospodářské soutěže

1.5.2 Podpora nadnárodní

Obecně lze konstatovat, že systém podpory financování MSP je v reálné rovině minimální. Např. podle Evropské komise v letech 1998 – 2010 využilo záruky poskytované evropskými finančními nástroji přibližně půl milionu malých podniků, což představuje průměr na roční bázi cca 0,2%. (Evropská komise, 2011)

V současné době je zvláštní pozornost věnována podpoře MSP. Tato podpora je viditelná i na nadnárodní úrovni, např. v Lisabonské strategii nebo aktuální strategii Evropa 2020. Podpora MSP se stává jedním z klíčových témat diskusí o otázkách ekonomického rozvoje zemí zejména v současné době, kdy se odborná veřejnost zajímá o souvislost mezi rozvojem MSP a stupněm ekonomického vývoje v dané zemi.

Při poskytování veřejné podpory podnikatelům platí omezení, která mají zabránit tomu, aby nebylo poskytováním veřejné podpory zvýhodněno podnikání nebo odvětví výroby v takové míře, která by narušovala konkurenční prostředí na trhu Evropské unie.

Lze definovat dva možné režimy podpory:

- podpora „de minimis“ – podpora malého rozsahu, která nepodléhá oznamovací povinnosti vůči Evropské komisi. Jedná se o podporu poskytnutou jednomu podniku během tříletého období v maximální výši 200 000 EUR.
- podpora, kterou limituje Regionální mapa intenzity veřejné podpory – určuje maximální míru veřejné podpory, která může být podpořenému podniku nebo investorovi poskytnuta v daném režimu soudržnosti NUTS II. Mapa se týká programů podpory a také investičních pobídek. Je určena tzv. Pravidly pro národní regionální pomoc na léta 2007-2013 a stanovují maximální intenzitu veřejné podpory. (Klímová, 2007).

Budeme-li se zabývat podporou rozvoje podnikání z prostředků EU je stěžejní hledisko administrativních regionů. Jedná se o regiony vymezené pro účely realizace plánů a politik (Dawkins 2003), které jsou v našem případě reprezentovány jednotkami NUTS na úrovni EU a jednotkami administrativního členění na úrovni jednotlivých členských států EU.

Hlavním nástrojem realizace evropské politiky hospodářské a sociální soudržnosti jsou fondy EU. Jejich prostřednictvím se rozdělují finanční prostředky určené ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů mezi členskými státy a jednotlivými regiony.

EU má tři základní fondy:

Evropský fond pro regionální rozvoj (ERDF),

Evropský sociální fond (ESF)

Fond soudržnosti (FS) nebo-li Kohezní fond.

Každá členská země si dojednává s Evropskou komisí tzv. operační programy (OP), které jsou zprostředkujícím mezistupněm mezi třemi hlavními evropskými fondy (ERDF, ESF, FS) a konkrétními příjemci finanční podpory v členských státech a regionech. (Centrum pro regionální rozvoj ČR, ©2011-2013)

1.5.3 Podpora podnikání z úrovně státu

Na národní úrovni ovlivňují podnikatelské prostředí následující faktory: platná legislativa, vymahatelnost práva, daňové a administrativní zatížení podnikatelů

Klíčovými vládními institucemi v oblasti podpory podnikání jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu (MPO), které zpravidla nabízí plošné rezortní programy podpory, a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, které nabízí obvykle programy

regionálního rozvoje. Podnikatelé mohou využít jak dotační a grantové programy financované ze státního rozpočtu ČR nebo dotace z evropských fondů, tak finanční prostředky poskytované na regionální úrovni. Poskytnutí těchto finančních prostředků je většinou vázáno mimo jiné sídlem společnosti v daném regionu (v jednotlivých krajích). S jednotlivými podporami a dotacemi se mohou podnikatelé obeznámit v databázi podpor, která je průběžně aktualizována a umožňuje pohodlné vyhledávání dle zvolených kritérií (Evropská komise, 8/2009, ©2013).

MSP mají v ČR mnoho zvýhodnění a možností, kterých mohou využít ve své podnikatelské činnosti. Podpora podnikání je primárně v kompetenci MPO, které každým rokem vydává publikaci, která detailně popisuje konkrétní druhy podpor a podmínky k jejich získání.

Podpora se poskytuje ve formě:

- finančního příspěvku
- dotace
- návratné finanční výpomoci
- úvěru se sníženou úrokovou sazbou.
- záruky

Poskytovatelé podpory jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, Agentura pro podporu podnikání a investic Czech-Invest, Česká agentura pro podporu obchodu Czech Trade a Českomoravská záruční a rozvojová banka. Tito poskytovatelé podpory ji poskytují na základě dohody s MPO ČR, která obsahuje podmínky použití prostředků státního rozpočtu, a to podle jednotlivých programů podpory, způsob jejich vyplácení příjemcům podpory, zásady nakládání s těmito prostředky na bankovních účtech poskytovatelů a pravidla pro jejich zúčtování se státním rozpočtem. V případě ČMZRB navíc dohoda obsahuje stanovení výše odměny banky za poskytované služby zahrnující přiměřený zisk. (Klímová, 2007).

Programy na podporu MSP vznikly v roce 1992, od té doby došlo k mnoha změnám a úpravám. Roste objem poskytovaných prostředků a podporovaných oblastí. V přístupu k podnikání a systému podpor byl pro ČR důležitý vstup do EU v roce 2004. Od roku 2005 MPO připravilo novou koncepci na podporu podnikání, která si klade za cíl zdokonalení podpory podnikatelů, zvýšení jejich konkurenceschopnosti, zlepšení přístupu k podnikatelským úvěrům a pomáhání v oblasti výzkumu, vývoje a inovací v ČR. (Business-Info, 1997-2013).

Podle Lukeše (2004) jsou důležitými oblastmi, které ovlivňuje vládní politika a jež souvisí s podnikáním, snadnost založení firmy, složitost administrativy spojené se založením a provozováním podniku. Patří sem zejména vymahatelnost práva (např. pohledávek), komplikovanost daňové soustavy a výše daňového zatížení a odvodů na sociální a zdravotní pojištění. Z výsledků průzkumu, který

autor inicioval, vyplývá, že většina podnikatelů a manažerů firem považuje platnou právní úpravu za celkem nepřehlednou a zapojení podnikatelské veřejnosti do přípravy právních norem upravujících podnikání za nevyhovující.

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014- 2020 má za cíl kontinuální posilování konkurenceschopnosti a ekonomické výkonnosti malých a středních podnikatelů založené na využití a rozvoji jejich inovačního potenciálu, znalostech a vzdělávání, internacionalizaci vyplývající z výhod vnitřního trhu EU a nových trhů ve třetích zemích a snižování energetické náročnosti podnikání. (BusinessInfo, 2013).

Koncepce podpory MSP 2014+ přináší 50 konkrétních opatření rozdělených do čtyř strategických priorit, jejichž cílem je účinně podpořit rozvoj malých a středních podnikatelů a posílit tak národní ekonomiku. V návaznosti na provedené šetření bylo pro rozvoj podnikání v ČR vytipováno následujících šest nevhodnějších opatření, které jsou pro podnikatele nejdůležitější:

- zlepšování podnikatelského prostředí ČR,
- podpora inovačního podnikání, včetně rozšiřování vlastních výzkumných a vývojových aktivit malých a středních podniků a rozvoje spolupráce mezi podniky a výzkumnými organizacemi,
- podpora start—upů zejména prostřednictvím finančních nástrojů,
- podpora technického a přírodovědného vzdělávání,
- podpora internacionalizace malých a středních podnikatelů (podpora exportu),
- snižování energetické náročnosti podnikání.

(BusinessInfo, ©2013).

1.5.4 Podpora podnikání z úrovně regionu

Smyslem regionální podpory podnikání je vytvářet příznivější podmínky pro podnikatele v regionech, kde jsou podmínky pro rozvoj podnikání oproti průměru výrazně horší. Tato podpora je obvykle zdůrazněna v územích vymezených vládou jako strukturálně postižené či hospodářsky slabé regiony. Většina podpory podnikání je v návaznosti na kraj zajišťována regionálními rozvojovými agenturami, hospodářskými komorami, inovačními centry apod. (MPO, 2013). Na regionální úrovni se jedná také o např. grantová schémata vyhlašovaná Krajskými úřady anebo také o podporu poskytovanou prostřednictvím poradenských center, podnikatelských inkubátorů a Vědeckotechnickými parky. (Centrum pro regionální rozvoj ČR, ©2011-2013).

1.5.5 Podpora podnikání v obcích

Podpora podnikání ze strany obce je obvykle spojena s konkrétními lokalitami, případně s konkrétními podnikateli. Jde o záležitost využití potenciálu místních podmínek a o zajištění rozvoje potřebných služeb. Obec může pro podporu podnikání zejména: vymezovat vhodné plochy v rámci územního plánu, budovat technickou infrastrukturu usnadňující využití dostupných ploch a objektů k podnikatelské činnosti, poskytnout prostory pro podnikání v majetku obce za zvýhodněných podmínek (např. zvýhodněné pronájmy pro provoz drobných služeb), zřizovat specifické typy podnikatelské infrastruktury, např. podnikatelské zóny, podnikatelské/inovační inkubátory apod. zprostředkovat kontakty, zkoordinovat podnikatelské aktivity v obci, napomoci propagaci podnikatelů. (MPO, 2013).

1.5.6 Nevládní podpora podnikání

Nevládní podporu podnikání zajišťuje široké spektrum subjektů, které v rámci svých činností poskytují celou řadu velmi užitečných služeb různým podnikatelským subjektům včetně malým a středním podnikům.

Mezi nejvýznamnější organizace a subjekty nevládní podpory podnikání v ČR patří:

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR

Na základě zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, byla založena Asociace malých a středních podniků a živnostníků České republiky (AMSP ČR), která je právnickou osobou. Jedná se o dobrovolné účelové a profesní sdružení právnických a fyzických osob, které působí v různých průmyslových oborech a službách. Ve svém programu, definuje své základní cíle a priority, kterými jsou:

- zlepšení podnikatelského prostředí v ČR,
- větší dostupnost finančních prostředků pro podnikatele,
- širší a kvalitnější informovanost o podnikatelském prostředí,
- organizování vzdělávacích seminářů, školení pro podnikatele,
- spolupráce se státními orgány a institucemi v souvislosti s podporou podnikání.

(AMSP, ©2013).

Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky

Jedná se o zaměstnavatelský svaz soukromých podnikatelů převážně malého a středního stavu, který prosazuje a obhajuje zájmy svých členů, podporuje je a pomáhá jim. Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky (SP ČR) se aktivně podílí na vytváření podmínek a pro rozvoj všech forem podnikatelské a profesní činnosti soukromých podnikatelů a živnostníků. Dále zabezpečuje

navazování obchodních kontaktů a zabývá se informační a konzultační podporou pro podnikatele. Také poskytuje pomoc při řešení ekonomicko-právních vztahů v souvislosti s podnikáním a poradenství ve věci úvěru apod. (Sdružení podnikatelů a živnostníků České republiky, ©2013).

Hospodářská komora České republiky

Hospodářská komora České republiky (HK ČR) zastupuje podnikatelskou veřejnost na základě zákona č. 301/1992 Sb. o HK ČR a AK ČR. Podporuje všechny podnikatelské oblasti mimo zemědělství, potravinářství a lesnictví. Hlavním úkolem HK ČR je vytvářet příležitosti pro podnikání, prosazovat a podporovat opatření, která přispívají k rozvoji podnikání v ČR, a tím i k celkové ekonomické stabilitě státu. Dále poskytuje svým členům i podnikatelské veřejnosti poradenské a konzultační služby v otázkách spojených s podnikatelskou činností, organizuje v rámci své působnosti vzdělávací činnost. Také často spolupracuje s orgány státní správy a místních samospráv, zabezpečuje propagaci a šíření informací o podnikatelské činnosti svých členů, zřizuje v rámci své působnosti zařízení s institucemi na podporu rozvoje podnikání a vzdělanosti.

V současné době sdružujeme téměř 15 000 členů (právnických i fyzických osob). HK ČR je členěna regionálně a oborově - 68 regionálních a 102 oborových asociací a zabývá se podporou podnikatelů v těchto oblastech:

- právo a legislativa,
- podpora a rozvoj malého a středního podnikání,
- exportní a importní poradenství, cla a certifikace,
- vzdělávání a praktická příprava na povolání,
- informační servis pro podnikatele v oblasti programových podpor.

(Hospodářská komora ČR, ©2009)

Agrární komora České republiky (AK ČR)

Agrární komora České republiky (AK ČR) byla zřízena zákonem č. 301/1992 Sb. ve znění zákona č. 121/1993 Sb. a ve znění zákona č. 223/1994 Sb., sdružuje většinu podnikatelů v zemědělství, lesnictví a potravinářství, prosazuje a obhajuje zájmy svých členů, poskytuje poradenství a informační služby na celém území ČR. Důležitá je její funkce spočívající ve sledování a vydávání stanovisek k problematice ochranných opatření týkajících se trhu se zemědělskými produkty a potravinami v rámci EU.

(AGROCR, ©2010-2011).

1.5.7 Podpora přímá vs. nepřímá

Podporu pro podnikatele dělíme dle Klímové (2007) na přímou a nepřímou. Mezi nepřímou podporu podnikání řadíme zejména snižování byrokratické zátěže, což děje obvykle úpravou legislativy a podnikatelského prostředí. Dále zde patří poradenství a poradenská centra pro podnikatele. Jedná se o podnikatelská a inovační centra, informační místa pro podnikatele, Národní registr poradců nebo je podpora poskytována prostřednictvím specializovaných webových portálů. Řadíme sem i budování průmyslových zón, či podporu rozvoje brownfields. Dále do nepřímé podpory patří i zřizování podnikatelských inkubátorů a vědeckotechnických parků, které poskytují odborné poradenství a další služby. Další formou nepřímé podpory je zakládání klastrů a tato podpora hraje v současnosti v ČR důležitou roli. (Klímová, 2007).

Přímá podpora je poskytována přímo konkrétním firmám. Tyto podpory jsou definované i v zákoně o podpoře MSP. Jedná se zejména o dotace a zvýhodněné úvěry, které mají sníženou úrokovou sazbu nebo delší lhůtu splatnosti apod. Další přímou podporou jsou granty, které mají obdobný charakter jako dotace, ale jsou většinou poskytovány v oblasti výzkumných projektů.

1.6 Nástroje podpory podnikání

Podle Novotného a kol. (2008) lze rozdělit nástroje podpory podnikání na dvě základní kategorie - finanční a nefinanční. Pro vytváření příznivého podnikatelského prostředí se využívají zejména nefinanční nástroje, které mají za cíl usnadnit podnikání. Např. zavádění elektronizace veřejné správy a moderních metod řízení umožnilo zkrácení byrokratického postupu při zakládání podniku. Finanční nástroje, se zaměřují na poskytování různých finančních podpor v rámci jednotlivých programů.

Mezi základní rozvojové nástroje obce můžeme řadit:

Administrativní nástroje: Obec může v rámci samostatné působnosti vydávat obecně závazné vyhlášky, pomocí nichž může ovlivňovat podnikatelské aktivity na území obce. Konkrétně se může jednat např. o vyhlášky o provozních řádech. Dále se formou obecně závazné vyhlášky stanovují, koeficienty pro výpočet daně z nemovitosti, výše místních poplatků za lázeňský a rekreační pobyt nebo za užívání veřejného prostranství atd.

Finanční nástroje: Obce mohou poskytnout nenárokovou finanční podporu např. na založení podniku nebo na rozvoj určitého typu podnikatelských aktivit. Nejčastěji obce podporují podnikatelské aktivity, které se významně podílejí nebo budou podílet na rozvoji obce. Vždy je nutno brát na zřetel možné omezení veřejné podpory, které je dáno příslušnou legislativou.

Institucionální nástroje: Jedná se zejména o zapojení podnikatelů do iniciativních forem spolupráce v rámci místních akčních skupin (MAS) či jednotlivých rozvojových sdružení. Zde se mohou podnikatelé aktivně podílet na konkrétních akcích a společně s ostatními aktéry výrazně ovlivňovat plánování rozvojových aktivit dané municipality.

Koncepční nástroje: Obec je zodpovědná za tvorbu a přijímání různých rozvojových koncepcí a územních plánů. Zde by měly být zohledněny také potřeby místních podnikatelů včetně jejich případných rozvojových plánů.

Sociálně-psychologické nástroje: Důležitým nástrojem v oblasti podpory podnikání je vzájemná komunikace představitelů veřejné správy a podnikatelského sektoru. Bude-li obec pravidelně a vhodně informovat o svých rozvojových plánech nejen obyvatelstvo, ale i místní podnikatele, dojde ke zlepšení podnikatelské prostředí v dané obci. Obec může podnikatelům také pomoci zprostředkováním informací z jiných úrovní veřejné správy. Neméně důležitý je i vstřícný a kvalifikovaný přístup zaměstnanců obecního úřadu vůči podnikatelské sféře.

Věcné nástroje: Vzhledem k tomu, že přímá podpora podnikatelských aktivit obvykle naráží na legislativní podmínky, je podpora rozvoje infrastruktury, nabídnutí prostor k podnikání či poskytnutí různých asistenčních služeb nejčastější podporou ze strany obcí. Obce takto de facto soutěží o případné investory a vytváří podmínky pro všeobecný rozvoj.

Pro členění nástrojů existuje více možností, v posledních letech se ve vyspělých zemích západní Evropy vyčlenil komplex nástrojů komunální a regionální hospodářské politiky. Nástroje komunální podpory ekonomiky a podnikání se od sebe odlišují podle druhu, síly vlivu, adresátů, jimž jsou určeny a také svým obsahovým zaměřením. (Belás a kol., 2014)

1.6.1 Nástroje komunální podpory podnikání

Skupina nástrojů

technická infrastruktura

Konkrétní nástroje

Dopravní infrastruktura,
telekomunikační infrastruktura,
technická infrastruktura,
zainvestování podnikatelských
průmyslových ploch, vytváření
průmyslových parků, inovačních
center, inkubátorů

politika nakládání s pozemky
a nemovitostmi

vykupování pozemků a nemovitostí,
zvýhodněné pronájmy, revitalizace

	průmyslových areálů a ladem ležících ploch
územní plánování a stavební řád	vytěsňování průmyslu a průmyslových ploch na okraje měst, přizpůsobování stavebního řízení požadavkům a přáním podnikatelských subjektů, vymezení ploch využitelných k podnikatelským účelům v územních plánech
finanční pomoc a politika daní a poplatků	Subvence (levné pozemky), poskytování a zprostředkování půjček a úvěrů, poskytování záruk za půjčky a úvěry
propagace	podpora všeobecného povědomí o podnikatelských subjektech
měkké a lokalizační faktory	péče a celkový vzhled a atraktivitu města, rozvoj sociální infrastruktury
informace a poradenství	pravidelné informace podnikům o strategii rozvoje města, podpora nových technologií a inovací
zkvalitňování správních činností	transparentnost, plánovitost, spolehlivost při rozhodování o budoucnosti města
ostatní opatření	preferenze místních firem při zadávání veřejných zakázek, přenášení zájmů podnikatelů a občanů do strategií rozvoje města

Zdroj: Ježková, R. a Ježek J.: Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora, 2011

1.7 PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ V OBCÍCH

Podnikatelské prostředí v obci je charakterizováno mnoha různými faktory, které význačným způsobem ovlivňují vznik nových podniků a podniky již zavedené na daném trhu.

Na úrovni obcí či regionů ovlivňují podnikatelské prostředí tyto faktory:

- dostupnost a kvalita pracovní síly
- kvalitní infrastruktury
- vzdálenost k důležitým trhům a zákazníkům,
- přístup ke zdrojům (finančním a materiálně-technickým),
- profesionalita územní samosprávy.

Faktory působící na národní úrovni jsou stejné pro všechny potenciální zájemce o podnikání a také ve všech regionech České republiky. Ovšem určujícími faktory, které bezprostředně ovlivní lidi k soukromému podnikání, jsou faktory působící na úrovni regionů či obcí. Hovoříme o tzv. podnikatelské přívětivosti daného území. U *služeb či obchodu* jsou nejdůležitějšími faktory: vzdálenost k trhům nebo zákazníkům a dostupnost pracovní síly. U *výrobně orientovaného podnikání* jsou nejdůležitějšími faktory: kvalita infrastruktury, dostupnost jednotlivých typů zdrojů a kvalita a profesionalita samospráv. (Binek, 2011).

1.7.1 Faktory ovlivňující umístění provozovny v obci

Správná lokalizace jakékoliv prodejny či provozovny služeb je velice důležité a podnikatel tomuto umístění musí věnovat hned v úvodu podnikání značnou pozornost. Při pochopení důležitosti umístění i ze strany samospráv je třeba na území obce hledat vhodné prostory na pronájmy pro podnikatelskou činnost.

Také výše daňového zatížení podnikatelů v dané obci má vliv na rozhodnutí o lokalizaci firmy. Do této kategorie řadíme i místní poplatky, správní poplatky a některé další poplatky a odvody spojené s životním prostředím. Tyto poplatky jsou spjaty s konkrétní obcí. Správa těchto poplatků i jejich výběr je svěřen obecnímu úřadu. Soustavu místních poplatků upravuje zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů. Většina místních poplatků má v současné době fakultativní charakter. To znamená, že obecní zastupitelstvo rozhoduje o tom, zda obec bude vybírat od fyzických či právnických osob místní poplatky a v jaké výši, Obec má ovšem omezenou daňovou pravomoc při stanovení konkrétní sazby poplatku, neboť v zákoně o místních poplatcích jsou upraveny náležitosti místních poplatků včetně maximální možné sazby, nebo rozpětí sazby. Pro podnikatele, kteří nejsou v pronájmu, je ale daleko důležitější sazba daně z nemovitostí, o jejíž výši také rozhoduje obecní zastupitelstvo.

Jinak se bude rozhodovat podnikatel, který se chystá realizovat činnost výrobního charakteru, jiné faktory musí zohlednit podnikatel, jehož podnik bude poskytovat nějaký druh služby.

V případě podnikatelské činnosti v oblasti obchodu a služeb bude zvažovat podnikatel zejména následující otázky:

- potenciální poptávka (disponibilní příjmy),
 - vzdálenost od konkurence,
 - nájemné,
 - vhodnost lokality (např. frekvence potenciálních zákazníků v blízkosti obchodu),
 - dostupnost pro zákazníky – možnosti parkování, dostupnost veřejnou hromadnou dopravou,
 - sezonní příliv návštěvníků,
 - viditelnost, označení, vchody, východy apod.
- (Binek, 2011).

Pro podnikatele budou atraktivnější obce s rostoucím počtem obyvatel, kde lze očekávat zvyšování okruhu zákazníků. V souvislosti s umístěním podniku, a to především maloobchodu, je vhodné zmínit pojem spádová oblast. Ta je vymezena jako geografická oblast, ze které do provozovny přicházejí zákazníci. Dále je zásadní posouzení konkurence v dané spádové oblasti a možnosti získání dostatečného podílu na trhu pro rentabilitu podnikání. Například v případě restaurace je základním kritériem úspěšnosti jistota zákazníků, tj. pravidelné předkládání denního menu. Bez této jistoty strávníků obvykle restaurace na území obce v dnešní době takřka nejsou ekonomicky provozuschopné.

Z hlediska výrobního podniku vypadá otázka umístění poněkud jinak. Výrobní podnik se může nacházet v podnikatelské zóně, kde otázka poutačů, toku chodců či dopravy nebo profil místního obyvatelstva hraje jen malou roli.

Výrobní podnik může zvažovat následující otázky:

- cena, vnější vzhled, stáří objektu,
- dostupná pracovní síla (vzdělanostní a kvalifikační struktura),
- nájemné,
- využitelná plocha (výrobní, prodejní, skladovací, správní),
- rozdělení a dispoziční řešení prostor,
- vzdálenost od hlavních dopravních tepen,
- vnitropodnikové komunikační cesty
- přístup k hlavním distributorům,
- přístup k hlavním dodavatelům,

- možnosti dostavby a přestavby,
- zdroje pracovních sil.

(Binek, 2011).

Obec může zásadním způsobem ovlivnit lokalizaci podniků, a to jak výrobně orientovaných, tak podniků obchodních či podniků provozujících služby. Co možná nejvyšší zaměstnanost občanů je důležitým cílem obecní samosprávy – se zaměstnaností souvisí kupní síla a sociální situace obyvatel, stav bytového fondu apod. Základním motivem samosprávy je vytváření pracovních míst, v oblastech s nižší nezaměstnaností případně využití stávajících ploch a objektů vhodných pro podnikání (často jde o brownfields). Od těchto faktorů se odvíjí veškeré následné aktivity samosprávy a ve svém důsledku i pozitivní klima obce. (Binek, 2011).

1.8 Podnikatelská činnost územních samosprávných celků

Na podnikání municipalit je třeba se dívat z více úhlů pohledu. Obec či kraj má možnost nejen vytvářet lepší konkurenční prostředí rozličnými způsoby, k čemuž mohou být využity různé dotační tituly, ale může vystupovat v roli podnikatelského subjektu. Obec (kraj) je veřejnoprávní korporací, má vlastní majetek a hospodaří podle svého schváleného rozpočtu. Obec má ze zákona postavení právnické osoby, vystupuje v právních vztazích svým jménem a také nese odpovědnost, která z těchto vztahů vyplývá. Mezi hlavní rysy obcí a krajů patří územní a osobní základ a výkon samosprávy, hospodaření dle rozpočtu a vlastnictví majetku.

V okamžiku, kdy obec vstupuje do soukromoprávních vztahů (např. při uzavírání kupních či nájemních smluv, zakládání společností, atd.) či do dalších, zejména dodavatelsko-odběratelských vztahů (pracovní smlouvy se zaměstnanci obecního úřadu, smlouvy o dodávce zboží nebo některých služeb apod.), má postavení rovné s ostatními subjekty vystupujícími v těchto vztazích a postupuje především dle obchodního a občanského zákoníku. V těchto případech pro ni platí ale přísnější pravidla vycházející ze skutečnosti, že obec „je reprezentantem veřejných zájmů, zájmů občanů a ostatních subjektů (firem) daného územního společenství“ a že hospodaří s prostředky veřejných rozpočtů (např. zákon o veřejných zakázkách atd.). Naopak při veřejnoprávním postavení je možno fyzickým a právnickým osobám ukládat povinnost (např. prostřednictvím vyhlášek či správních aktů) a je proto nutné se řídit nejen občanským a obchodním zákoníkem, ale také zákonem o obcích. (Peková 2004)

1.8.1 Základní funkce obce

Ze zákona č. 128/2000 Sb. vyplývá, že základní funkcí obce je péče o všestranný rozvoj jejího území a o potřeby jejích občanů a ochrana veřejného zájmu. Obec jako základní stupeň územní samosprávy vykonává na svém stanoveném území několik důležitých funkcí, které vycházejí zejména z její samosprávné funkce, tzn. z její samostatné působnosti, ale také z působnosti přenesené. Na základě zákona provádí orgány obce v přenesené působnosti výkon státní správy ve stanoveném rozsahu. „V rámci přenesené působnosti obce zajišťují úkoly z oblasti částečně decentralizované veřejné správy jako čistý veřejný statek, ale zároveň zabezpečují i další veřejné statky nejen pro občany své obce, ale i obcí sousedních, tzn., jde o veřejné statky nadlokálního významu.“ (Peková 2004)

Podle oblastí, ve kterých obec prostřednictvím svých orgánů působí, lze vymezit funkce sociální, územně technickou a ekonomickou.

Sociální funkce obce spočívá zejména v zabezpečování sociální péče a služeb pro sociálně slabší vrstvy obyvatel. V omezené míře dochází ke snižování nespravedlnosti v rozdělování. Pomocí zabezpečování veřejných statků obec zaručuje občanům vhodné podmínky pro výchovu a vzdělávání, rozvoj kulturního a jiného zázemí v dané obci či městě, dbá na ochranu životního prostředí, cestovního ruchu či dopravní obslužnosti. Obec také zajišťuje bezpečnost svých obyvatel, bez ohledu na jejich sociální postavení a podílí se na ochraně jejich majetku pomocí obecní či městské policie nebo zřizováním jednotky dobrovolných hasičů. Obec také může svou činností významně ovlivňovat sociální a ekonomický rozvoj obce.

Územně technická funkce municipalit - znamená optimální využití daného území na základě územního plánu k rozvojovým aktivitám.“ Schvalováním územního plánu obec ovlivňuje obec dlouhodobý vývoj na svém území. Tím má možnost vyjadřovat se k aktivitám soukromého sektoru na svém území, které by mohly závažně zasáhnout do života v obci. Pomocí investic do infrastruktury, vytvářením podmínek pro podnikání či zvyšováním počtu pracovních míst může ovlivňovat i ekonomický potenciál širšího území.

Ekonomická funkce – je zaměřena především na zabezpečování veřejných statků a služeb pro své občany. Patří mezi nejdůležitější. Jak již bylo konstatováno, je obec specifickou právní osobou s právní subjektivitou (veřejnoprávní korporace). Na základě toho vstupuje do právních vztahů, za které ale také nese plnou odpovědnost. Prostřednictvím vlastnictví majetku, se kterým může nakládat, ovlivňuje obec svůj rozvoj a působí na rozvoj sociální péče, uspokojování potřeb bydlení, dopravní obslužnosti či ochrany, rozvoje a péče o zdraví občanů. Obec hospodář podle vlastního rozpočtu, disponuje tedy určitou finanční suverenitou. Využívání finančních prostředků, které slouží především k zabezpečování veřejných statků, by mělo být hospodárné a účelné. Důležitá je

i funkce kontrolní, neboť jen důslednou a pravidelnou kontrolou lze odstranit nedostatky v hospodaření.

1.8.2 Hospodářská činnost obce

Je prováděna ve dvou základních rovinách. První rovinou je finanční hospodaření s peněžními prostředky, které má obec k dispozici v rámci schváleného rozpočtu. Druhou rovinou rozumíme hospodářské využívání majetku, který obec vlastní. Podmínkou pro hospodaření je tedy možnost hospodařit dle vlastního rozpočtu a vlastnictví majetku, který lze užívat a získávat z něj vlastní příjmy. Problémem ale může být struktura a kvalita majetku. „Majetek musí být využíván účelně, hospodárně v souladu s jejími zájmy a úkoly vyplývajícími ze zákonem vymezené působnosti. Obec je povinna pečovat o zachování a rozvoj svého majetku. Majetek obce musí být chráněn před zničením, poškozením, odcizením nebo zneužitím.“ (Zákon č. 128/2000 Sb. o obcích)

To znamená, že „Zákon o obcích“ zavazuje obce používat majetek účelně a hospodárně, ale také používat ho k těm činnostem, které slouží k zabezpečení hlavní činnosti obce – zabezpečování statků pro své občany. Není tedy možné přestavět budovu školky na restaurační, nebo ubytovací zařízení, které by sice přineslo obci více finančních prostředků, ale obec by tak nebyla schopna splnit povinnost zabezpečit vzdělání v obci.

Z výše uvedených informací je zřejmé, že vlastnictví majetku je pro obec klíčovou záležitostí. Nejenže je díky němu schopna uspokojovat potřeby svých občanů, ale také slouží k celkovému rozvoji obce. Již samotný fakt, že obec hospodáří se svěřeným majetkem, znamená, že vystupuje na trhu jako podnikatel. Při rozumném využívání všech možností nakládání s majetkem může být obec úspěšná i ve svých podnikatelských aktivitách, které jsou jedním z důležitých řešených problémů v této práci.

1.8.3 Obec jako podnikatel

Podnikání je vlastně hospodaření ve složitějším a širším pojetí. Podle obchodního zákoníku je podnikání „soustavnou činností prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku“. (Zákon č. 513/1991 Sb.)

Na Ministerstvo vnitra i na Ministerstvo financí České republiky jsou často vznášeny dotazy ohledně podnikání obcí. Jeden z dotazů zaslaný na MVČR byl formulován takto: „*Může obec vlastním jménem vykonávat podnikatelskou činnost, když zákon o obcích tuto možnost výslovně neupravuje a obce se přitom musí řídit ústavně zakotvenou zásadou o uplatňování veřejné moci (tj. že lze činit jen to, co zákon výslovně ukládá)?*“.

Na základě tohoto dotazu vydalo MVČR následující stanovisko **odboru dozoru a kontroly veřejné správy Ministerstva vnitra č. 16/2009:**

„Úvodem je vhodné uvést, že obec nepochybně

- je veřejnoprávní korporací mající svůj vlastní majetek a finanční zdroje, se kterými hospodaří v souladu s právním řádem tohoto státu,
- je vedle státu dalším subjektem veřejné správy, což mj. znamená, že je příslušnými zákony povolána k plnění úkolů v této oblasti (a to jak v rámci přenesené, tak zejména samostatné působnosti).

Obec je tak sice na jedné straně veřejnoprávním subjektem řídícím se nepochybně ústavní zásadou o uplatňování veřejné moci ve státě, na straně druhé se však do její činnosti promítá i její další, tj. soukromoprávní rovina. V této záležitosti můžeme např. i zmínit náleží Ústavního soudu ze dne 6. června 2002, sp. zn. III. ÚS 717/01, v jehož odůvodnění je mj. uvedeno, že „...při výkonu opatrovnictví **nejde o výkon funkce veřejnoprávního orgánu místní veřejné správy**, ale jde o výkon funkce vyplývající z toho, že **obec je právnickou osobou, tedy osobou soukromoprávní**, a že proto musí být s ní zacházeno obdobně jako s každou fyzickou osobou, což znamená, že podle současného znění občanského soudního řádu ji nelze proti její vůli pověřit funkcí opatrovníka“.

Žádný zákon obci nezakazuje, že nemůže být podnikatelem, resp. že nemůže vykonávat podnikatelskou činnost. Obec jistě není takovým subjektem, který by byl primárně povolán k výkonu podnikatelské činnosti, nicméně ani tato možnost není platnou právní úpravou vyloučena. Obec tak může ve smyslu § 2 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, podnikat, tj. samostatně provádět soustavnou činnost vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Pro pochopení podstaty obce a jejího vztahu k podnikání lze odkázat například na starší článek významného odborníka na tuto problematiku JUDr. Meliona, in: Melion, M.: Hospodaření a podnikání obcí, ASPI, 1995 (konec citace).

Podnikání obce má svoje dopady i v daňové oblasti (např. je důležité rozlišovat hlavní a vedlejší činnost obce z hlediska uplatňování daně z přidané hodnoty). Dále i některé zákony nepřímou „počítají“ s podnikatelskou činností obce – viz např. § 7 odst. 1 písm. b) zákona č. 250/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů, ve znění pozdějších předpisů, podle něhož příjmy rozpočtu obce tvoří příjmy z výsledků vlastní hospodářské činnosti (srov. s písm. a) a písm. c) citovaného ustanovení).

Závěrem nelze nezmínit, že ani jednotlivé živnostenské úřady nemají „problém“ s podnikatelskou činností obcí. Nejsou výjimkou obce, které mají příslušná živnostenská oprávnění na zprostředkovatelskou činnost, na nákup zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej, atd.“ (MVČR 2009)

Jak je výše uvedeném stanovisku zmíněno, není podnikání obcí nijak našim právním řádem omezováno. Ovšem obce jako veřejnoprávní korporace mají významná specifika, kterými se od ostatních podnikajících právnických osob odlišují. U obcí je nutno vzít v úvahu, že hospodaří s veřejnými prostředky. Proto by měly omezovat aktivity, které by znamenaly větší či menší riziko ztráty. Každé podnikání je do jisté míry rizikovou aktivitou. Proto je velmi důležité, aby se obec snažila míru tohoto rizika co nejvíce snížit. Jednou z možností je využívání odborníků z řad profesionálních ekonomů, daňových poradců a právníků. Znalosti a zkušenosti zaměstnanců obecních úřadů či členů zastupitelstev a obecních rad, byť jsou jistě vzdělanými lidmi, nemusí být dostatečné pro složitější podnikatelské činnosti.

Peněžní operace související s podnikatelskou činností územního celku se sledují mimo rozpočtové příjmy a výdaje. V případě podnikání se obec stejně jako ostatní podnikající subjekty musí řídit ustanoveními obchodního zákoníku a živnostenského zákona. Podle těchto předpisů tedy obec musí tyto příjmy (výnosy) sledovat v účtové třídě 6 a výdaje (náklady) v účtové třídě 5. Toto „mimorozpočtové“ zaznamenávání příjmů a výdajů může obec využít i v jiných případech, kdy je potřeba detailněji sledovat určitou její hospodářskou činnost (např. vysledovat rentabilitu zabezpečování dopravy). V obou případech ale platí, že se hospodářské výsledky promítají do rozpočtu vždy nejpozději ke konci kalendářního roku tak, aby byly součástí závěrečného účtu obce. Lze je samozřejmě do rozpočtu zahrnout kdykoliv během roku, a to především v případech, kdy je z podnikatelské činnosti vytvořen zisk a obec hodlá „vydělané“ peníze použít na jinou činnost, která není takto „mimorozpočtově“ sledována. To samé pochopitelně platí i v případě vzniku ztráty, kdy je nutné z rozpočtu uvolnit finanční prostředky na její úhradu. (Melion 2000)

1.9 Organizační formy podnikání obcí

Při své podnikatelské činnosti může obec využít různé organizační formy a záleží jen na ní, kterou si zvolí. Vybrat si ovšem pro své podnikání tu správnou organizační formu je pro obce velmi důležité, protože každá z těchto forem má své výhody i nevýhody. Také je nutné přihlídnout i k platné legislativě, která může obci v případě volby určité formy přinést např. daňové či jiné výhody.

Těmito formami jsou:

- podnikání vlastním jménem;
- zřízení nebo založení vlastních neziskových organizací a obchodních společností;
- stát se spoluzakladatelem obchodních společností či vložit do nich svůj majetek;

- sdružování se s ostatními subjekty a hospodařit tak se sdruženými prostředky;

1.9.1 Podnikání vlastním jménem

Obec podniká sama, svým vlastním jménem, prostřednictvím svých orgánů, především obecního úřadu a také svých zálohových zařízení, která jsou též vnitřní organizační jednotkou obce. (Melion,2000) Pro menší obce, které nemají ve vlastnictví tolik majetku, aby se jim vyplatilo zřizovat speciální organizace na jeho správu, je jistě výhodnější, když si jeho hospodářské využití zajišťují samy. Žádný legislativní předpis nestanovuje, pro kterou oblast hospodaření má obec využít tuto formu organizace. V případě, že se obec rozhodne provozovat živnostenskou činnost vlastním jménem, musí se řídit živnostenským zákonem jako všechny ostatní subjekty a získat živnostenské oprávnění. Pro obce je poměrně praktické, že živností je jen takový pronájem nemovitostí, bytových a nebytových prostor, při němž jsou vedle pronájmu poskytovány též jiné než základní služby spojené s pronájmem, např. služby hotelového typu jako úklidy pokojů, praní prádla, pečovatelská služba apod. V případě, že obec nepodniká jen vlastním jménem, ale pomocí jiného subjektu, nestává se obec živností, ale podnikatelem. Do této role se obec dostává zjednodušeně řečeno vždy, pokud je vlastníkem takového majetku, ze kterého obci plyne určitý zisk anebo má dočasně volné finanční prostředky, které stojí za to uložit na výhodnější úroky, popř. je vložit do výnosného podniku.(Melion, 2000)

1.9.2 Podnikání obce prostřednictvím vlastních neziskových organizací a obchodních společností

Municipality zakládají neziskové organizace zejména pro zabezpečení veřejných statků pro občany obce. Důvodem je, že se obvykle jedná o poskytování čistých veřejných statků, jejichž zabezpečování je obci svěřeno zákonem (například vzdělání, péče o zdraví, ekologie apod.). Dále obce podnikají prostřednictvím neziskových organizací, když neexistuje konkurenční prostředí a monopol soukromé firmy by mohl znemožnit či ztížit využívání veřejných statků pro sociálně slabší občany. Někdy také nelze najít soukromou firmu, která by byla ochotna tyto veřejné statky pro obyvatele obce zajišťovat. (Peková 2004)

Takovéto organizace jsou většinou zakládány na neziskovém principu, ačkoli někdy mohou dosahovat i určitého zisku. Tento případný zisk pak bývá obvykle navrácen do rozpočtu zřizovatele, kde se následně používá opět na financování veřejných statků. Organizační forma a institucionální struktura neziskových organizací je vždy zakotvena ve zřizovací listině, ve které je také uveden jejich účel a podrobné informace o jejich povinnostech a právech.

V České republice jsou na úrovni obcí (krajů) zakládány neziskové organizace ve formách organizačních složek, příspěvkových organizací a obecně prospěšných společností.

Organizační složka obce vzniká rozhodnutím zastupitelstva obce a hospodaří jménem svého zřizovatele, ale nemá vlastní rozpočet. Organizační složky jsou většinou zřízeny za účelem zabezpečování čistých veřejných statků a nahradili dřívější tzv. rozpočtové organizace. Takováto forma hospodaření bývá obcemi využívána především pro takové činnosti, které nevyžadují velký počet zaměstnanců, nepotřebují složité a rozsáhlé strojní nebo technické vybavení (např. MHD nebo VAK apod.), nemají složité vnitřní odvětvové či jiné organizační členění a zároveň nevstupují do složitých ekonomických nebo právních vztahů. Obec vydá zřizovací listinu, ve které jsou stanovena především pravidla pro její hospodaření, vymezení prostředků, které má složka k dispozici, vymezení účelu a předmětu činnosti složky, vymezení majetku zřizovatele, který předává do správy organizační složce, a případná majetková práva nutná k řádnému využívání tohoto majetku. Organizační složky všechny příjmy z hospodaření odvádí složka do rozpočtu obce.

Příspěvková organizace je zřizována pro zabezpečování smíšených veřejných statků, které jsou uživatelům poskytovány za stanovený poplatek, ovšem jejich činnosti jsou převážně neziskové. Na rozdíl od organizační složky má příspěvková organizace vlastní právní subjektivitu tzn., že je zapsána v obchodním rejstříku. Obec je zřizuje rozhodnutím zastupitelstva. Tyto organizace hospodaří formou vlastního rozpočtu a příjmy, které jim z jejich činnosti vzniknou, si ponechávají na financování svých výdajů. Obec může být poskytovatelem prostředků na provoz a na investice, odvody do rozpočtu obce nejsou tak vysoké a konají se jen v některých případech. Příspěvkové organizace mohou vytvářet vlastní peněžní fondy, jako např. investiční, fond odměn či rezervní. Typickým příkladem příspěvkových organizací jsou základní školy, informační centrum či zoologická zahrada. Lze konstatovat, že příspěvkové organizace jsou jakýmsi „mezičlánkem“ mezi organizační složkou bez právní subjektivity a vysloveně ziskovými obchodními společnostmi. Jejich zřizování je vhodné pro činnosti, které jsou dostatečně hospodářsky rozvinuté, aby bylo vhodné jim přiznat postavení samostatné právnické osoby, ale zároveň je potřeba jejich působení kontrolovat, neboť poskytují služby, které zpravidla nejsou rentabilní. (Melion 2000)

Obecně prospěšná společnost je právnickou osobou, která poskytuje veřejnosti obecně prospěšné služby za předem stanovených a pro všechny uživatele stejných podmínek. Důležité je, že její případný zisk nesmí být použit

ve prospěch zakladatele, ale musí být využit na poskytování služeb, pro které byla společnost založena. Kromě zajišťování obecně prospěšných služeb může společnost vykonávat i jiné tzv. doplňkové činnosti. Podmínkou ovšem je, že pomocí této doplňkové činnosti bude dosaženo účinnějšího využití majetku a zároveň tím nebude ohrožena kvalita, rozsah a dostupnost nabízených obecně prospěšných služeb. Základním zdrojem financování společnosti je její jmění, které je tvořeno hodnotou vkladů zakladatelů, přijatými dary či dědictvími, fondy společnosti a dotacemi.

1.9.3 Obec jako zřizovatel obchodních společností

Municipality mohou pro účely hospodářské a podnikatelské činnosti zřizovat i obchodní společnosti a podílet se na jejich zisku. Obec jako vlastník či společník v obchodní společnosti tak může zabezpečovat veřejné statky pro své občany a zároveň také poskytovat služby jiným fyzickým a právnickým osobám. K této formě podnikatelské činnosti je vhodné přistoupit především v tom případě, že obec vlastní výnosný majetek, u kterého je předpoklad, že podnikání s ním bude ziskové. Je možno zřídit společnost s ručením omezeným, akciovou společnost nebo družstvo. Právě tyto formy obchodních společností též mohou být založeny i za jiným účelem, než je podnikání, pokud to zvláštní zákon nezakazuje.

Jestliže obec chce být výlučným vlastníkem společnosti s ručením omezeným, učiní tak tehdy, když nepotřebuje cizí kapitál pro podnikatelské využití vlastního, dostatečně rentabilního majetku a bylo by pro ni zbytečné, aby se o zisk z něho plynoucí s někým dělila. (Melion 2000)

V praxi se ovšem s takovýmito společnostmi, které disponují majetkem výlučně ve vlastnictví obce, příliš nesetkáváme. Pro obec je výhodnější, pokud si přizve do této společnosti spoluvlastníky. Na rozdíl od akciových společností, si v této formě společnosti může obec sama vybrat své společníky. Samozřejmě musí být s výběrem obezřetná, poněvadž případné vystoupení či vyloučení závisí vždy až na rozhodnutí soudu. Společníci do této společnosti vstupují na základě svých vkladů, jež jsou předem stanoveny jako část základního jmění společnosti. Protože ale majetek společnosti závisí především na jejím hospodaření s majetkem a obchodní společnost také ručí tímto majetkem za své závazky, je zcela nezbytné, aby mělo zastupitelstvo obce nad tímto hospodařením určitou kontrolu. (Dědič, J. a kol., Právo obchodních společností, Prospektrum spol. s.r.o., Praha, 1998)

Druhou možností je založení akciové společnosti, zejména v těch případech, kdy obec potřebuje cizí kapitál a předem neví, kdo by mohl mít zájem stát se jejím společníkem při zakládání obchodní společnosti. Obec jako akcionář má stejná práva jako každý jiný majitel akcií v akciové společnosti. Mezi nejdůležitější práva akcionářů patří právo na podíl na zisku a právo účastnit se valné hromady a hlasovat na ní.

Jednou z možností je podnikání formou družstva. Dle zákona je družstvo společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo jiných potřeb svých členů. V případě obcí či krajů budou oblastí podnikání např. lesní družstva, ale lze konstatovat, že v našich podmínkách není tato forma podnikání obcí příliš obvyklá.

1.9.4 Podnikání na základě sdružení s jinými subjekty

Obce se v rámci své podnikatelské činnosti mohou sdružovat ve formě zájmových sdružení a dobrovolných svazků obcí. V tomto případě se jedná o tzv. kolektivní podnikání s jinými právními subjekty, které se řídí ustanoveními občanského zákoníku. Sdružené právní osoby mohou mít celou řadu různých zájmů a pro jejich uspokojování se mohou setkávat (sdružovat) s jinými právními osobami. Mohou tak činit buď na základě smlouvy o sdružení anebo také na základě zakladatelské smlouvy. (Melion, 1997)

Obce se také často stávají členy dobrovolného svazku obcí za účelem ochrany a prosazování svých společných zájmů. Členem dobrovolného svazku obcí mohou být pouze obce, nikoli jiné právní osoby. Náplní činnosti svazku mohou být jen ty hospodářské činnosti, které smí vykonávat obec ve své samostatné působnosti. Konkrétní výčet oblastí, ve kterých může svazek obcí hospodařit, je uveden v § 50 zákona o obcích. Jedná se např. o oblast školství, sociální péče, zdravotnictví, ochrany ovzduší, nebo při správě, údržbě či provozování zařízení sloužících k uspokojování potřeb občanů, jsou-li ve vlastnictví obce.

1.9.5 Výběr organizační formy pro podnikání obce

Pro obce je velmi důležité vybrat si pro své podnikání tu vhodnou organizační formu. Každá z výše uvedených forem má své výhody i nevýhody a ty musí brát každá obec zřetel. Vždy je nutno se řídit platnou legislativou, která může obci v případě volby určité formy přinést např. daňové výhody či dotace, a zvýšit tím zisk, který by obec z podnikání mohla získat. Jak již bylo výše uvedeno, příjmy, které plynou obci např. z hospodaření prostřednictvím příspěvkové organizace, připadnou rozpočtu této organizace. Pokud by se jednalo o vysoké příjmy, bylo by vhodnější vytvořit obchodní společnost, neboť při této formě by měla obec právo na část zisku. U příspěvkové organizace to nemusí být zaručeno - záleží totiž na formulaci ve zřizovací listině. Obdobná situace nastává i v případě rozhodování mezi organizační složkou a příspěvkovou organizací. Daň ze zisku právnických osob, potažmo i obcí, se zdaňují dle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu, ve znění pozdějších předpisů. Tím pádem i případný zisk příspěvkové organizace (organizace s právní subjektivitou) je dle toho zákona zdaněn. Obec ovšem obdrží z celostátního výnosu těchto daní jen poměrnou část. Naopak daň ze zisku, který vznikne přímou činností obce, tedy její organizační složky, jde celá

do rozpočtu obce. I proto někdy obce zřizují organizační složky pro činnosti, pro které by bylo vzhledem k této činnosti lépe založit příspěvkovou organizaci.

Vložení majetku obce, který je při daném podnikání využíván, do obchodní společnosti by sice mohlo dojít k jeho lepšímu zhodnocení, ale tímto se obec vzdává možnosti s ním jakkoli disponovat, neboť majetek se stane vlastnictvím obchodní společnosti. Jak již bylo zmíněno, v případě spolupráce s dalšími právníckými osobami je třeba náležitě zvážit jejich výběr, aby se neúměrně zvýšila míra rizikovosti obecního podnikání, protože se jedná v tomto případě o hospodaření s veřejnými prostředky. Proto je důležité věnovat rozhodování o organizační formě hospodaření obcí důslednou péči.

Další formou podnikání obcí může být i tzv. „finanční podnikání“. Obce k němu přistupují, mají-li v daném okamžiku k dispozici volné finanční prostředky, které je možno zhodnotit. Lze využít různých finančních produktů, jako jsou např. termínované vklady s vyšším úrokem nebo nakupovat cenné papíry, které by obci mohly přinést další finanční zisk. V současné době se tak děje pouze výjimečně, protože finanční prostředky potřebují obce hlavně na zajištění nákladných služeb pro obyvatelstvo.

Významný vliv na podnikání obcí má také daňová politika České republiky. Obec, i když se jedná o veřejnoprávní subjekt, je v některých případech nucena platit daň z přidané hodnoty, což má určitě velký vliv na rozhodování jak o formě, tak i o činnosti, kterou bude obec provádět. Jako příklad lze uvést provozování odtahové služby. Pokud si obec bude chtít sama zabezpečovat odtahy nesprávně zaparkovaných vozidel, bude nucena dle přílohy č. 3 k zákonu č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, platit z případných příjmů DPH. A i tuto povinnost je důležité při rozhodování obce vzít v úvahu. Na druhou stranu je nutno konstatovat, že pro obce existují i daňové úlevy. (Melion 2000)

2 CÍL PRÁCE A METODY ZPRACOVÁNÍ

2.1 Cíle a výzkumné otázky

Předložená disertační práce zkoumá nesoulad mezi v současné době poskytovanými možnostmi podpory podnikání ze strany municipalit a jejich praktickým využíváním se strany konkrétních firem. Hlavním cílem je identifikovat problémy při využívání současných nástrojů na podporu podnikání a navržení systému efektivních nástrojů podpory podnikání na úrovni krajů a obcí, které budou plně akceptovány podnikatelskou sférou ze skupiny malých a středních podniků. Současně bude zkoumána problematika vlastního podnikání obcí z hlediska výhod a nevýhod a způsobů tohoto podnikání v rámci platné legislativy.

Na základě provedené literární rešerše a kritické analýzy dalších dostupných informačních zdrojů, poznatků získaných v rámci strukturovaných rozhovorů, dotazníkového šetření a vlastních zkušeností a znalostí z dané problematiky byly zformulovány tyto výzkumné otázky:

VO1: Jsou současně využívané nástroje pro podporu podnikání MSP dostatečně účinné, aby měly významný vliv na lokalizaci MSP v dané obci či regionu?

VO2: Jaké nástroje na podporu podnikání nabízejí regionální municipality a jak jsou využívány malými a středními podniky?

VO3: Jaká opatření na podporu podnikání nabízejí obce a jak jsou využívána?

VO4: Jak velký význam pro obce a kraje má úspěšné podnikání na jejich území?

VO5: Je pro obec lépe podnikat prostřednictvím vlastních firem nebo podporovat místní podnikatele?

V souladu se stanoveným hlavním cílem disertační práce a po vymezení vědeckých otázek byly stanoveny tyto dílčí cíle disertační práce:

1. Analyzovat dostupné literární zdroje a strategické dokumenty vlády a příslušných institucí, získat komplexní informaci o postupech a metodách podpory podnikání MSP v České republice.
2. Identifikovat bariéry využívání stávajících nástrojů využívaných na podporu podnikání a na základě vlastního výzkumu vyhodnotit reálnou využitelnost jednotlivých nástrojů na podporu podnikání MSP.
3. Vyhodnotit reálný přínos podnikatelské činnosti MSP s ohledem na velikosti obce.
4. Získat informace o podnikatelské činnosti obcí a jejím přínosu pro obce.

2.2 METODY A POSTUP ZPRACOVÁNÍ PRÁCE

Prvním krokem v procesu zpracování této práce bylo v souladu s prací Roberta Yina (2003) stanovení výzkumného cíle, tj. *zmapování problémů při využívání stávajících nástrojů na podporu podnikání a návržení systému efektivních nástrojů podpory podnikání na úrovni municipalit*. Dále byla provedena kritická literární rešerše z dostupných domácích a zahraničních zdrojů a na jejím základě byly zformulovány výzkumné vědecké otázky a hypotézy. V rámci dalšího kroku byly vybrány vhodné metody zkoumání daného problému. Jednalo se o metody a techniky kvalitativního i kvantitativního výzkumu. Získaná data byla zpracována pomocí matematicko- statistických metod a dalších, které jsou vhodné pro zpracování kvalitativních údajů. V posledním kroku budou ověřeny stanovené hypotézy a bude provedena kontrola vytyčeného cíle.

Implementace *kvalitativních metod* výzkumu umožňuje definovat základní (podstatné) determinanty systémů, procesů a přístupů k problematice podpory MSP, existující vazby a souvislosti a základní faktory úspěchu. *Kvantitativní metody* výzkumu umožňují změřit a exaktně porovnat proces a jeho výsledky s podobnými procesy a výsledky, např. v rámci jednotlivých odvětví podnikání či z územního hlediska podle krajů.

Pro účely této disertační práce budou využity metody empirické i metody logické.

Logické metody

Jsou aplikovány na zjištění příčin daného jevu a využívají principů logiky a logického myšlení. Jedná se tyto párové metody

Indukce představuje metodu, v rámci které je definován všeobecný závěr na základě částečných konkrétních poznatků.

Dedukce představuje opačný logický postup, kdy vychází ze známých, ověřených a všeobecně platných závěrů a tyto jsou poté aplikovány na konkrétní případy

Abstrakce zkoumá podstatné, všeobecné znaky konkrétních jevů, což umožňuje vyčlenit charakteristické znaky, rysy a souvislosti a abstrahovat od nepodstatných znaků systému, procesu, informace a podobně.

Konkretizace představuje opačný logický postup, v rámci kterého jsou zkoumanému objektu přiřazené všeobecně známé znaky podobných systémů.

Analýza představuje proces myšlenkového rozdělení zkoumaného jevu, předmětu nebo procesu na jednotlivé části. Představuje postup od celku k jeho jednotlivým částím, který umožňuje poznat charakteristické a podstatné vlastnosti procesů, jevů a informací. Analytické metody lze využít v rámci procesu hodnocení jednotlivých nástrojů podpory podnikání nebo formou komparativní analýzy

Syntéza představuje logickou metodu výzkumníka, v rámci které se při výzkumu postupuje od jednotlivých částí k celku. To znamená, že celek se postupně se skládá z jednotlivých jeho částí, zkoumají se nové vlastnosti rostoucího celku a odhalují nové souvislosti. Tato metoda bude aplikována v procesu návrhu nového systému využívání podpory podnikání.

Empirické metody

Jsou založené na přímém pozorování a zkoumání objektivně existující reality. Tyto metody umožňují zjistit konkrétní a jedinečné vlastnosti systému a porovnat je s odlišnými a jedinečnými vlastnostmi jiného systému.

V rámci empirických metod bude používána především *metoda pozorování*, to znamená, že bude účelově sledováno chování jednotlivých systémů, které jsou hlavním objektem zkoumání a výsledky těchto pozorování budou konfrontovány s definovanými cíli a hypotézami disertační práce.

V rámci práce budou využity následující techniky sběru dat:

- Analýza dostupných informačních zdrojů.
- Polostrukturované řízené rozhovory
- Dotazníková šetření

Pomocí analýzy dostupných informačních zdrojů byla získána důležitá sekundární data a informace, zejména z oblasti využívání různých nástrojů podpory podnikání na jednotlivých úrovních správní struktury.

Polostrukturovaných řízených rozhovorů bylo využito pro objektivizaci získaných dat v rámci dotazníkového šetření. Reálně není možné (z časových důvodů) provést několik set rozhovorů s jednotlivými podnikateli. Dále tato metoda bude použita při zjišťování názorů představitelů vybraných územních samosprávných celků na využívání konkrétních nástrojů podpory podnikání.

Hlavním zdrojem dat bylo provedené dotazníkové šetření mezi oslovenými podnikateli, které bude sloužit ke zjištění názoru podnikatelů na jednotlivé nástroje podpory podnikání, které obce a kraje v současné době nabízejí. Tento výzkum se uskutečnil ve dvou obdobích, jak bylo popsáno v této práci.

Pro vyhodnocení získaných dat lze využít metodologie vyhodnocování testování hypotéz na základě „*p-value*“.

Princip testování hypotéz:

Za platnosti nulové hypotézy a splnění předpokladů pro použití testu tvrdíme, že bude testové kritérium, jakožto náhodná veličina, sledovat určité rozdělení. Testovým kritériem rozumíme hodnotu, vypočtenou na základě náhodného výběru z dat, jež testujeme. Oproti nulové hypotéze (H_0) obvykle stojí hypotéza alternativní (H_A), která popírá hypotézu nulovou. Poté hodnoty testového kritéria, které jsou málo pravděpodobné za platnosti nulové hypotézy, pak tzv. „obětujeme“ a nulovou hypotézu zamítneme, i když by mohla platit. Pak tvrdíme, že se nám podařilo prokázat hypotézu alternativní. Chyba prvního druhu - nulová

hypotéza platí a my ji zamítáme - je kvantifikována prostřednictvím hladiny významnosti α , obvykle volené 0,1, 0,05, 0,01 či 0,001. Obětované hodnoty testového kritéria vymezujeme v kritických oborech pomocí kritických hodnot. Kritické hodnoty jsou vlastně kvantily rozdělení, jež testové kritérium sleduje, a odpovídají hladině významnosti. Kritické obory jsou navíc konstruovány tak, aby hodnoty v nich obsažené byly přijatelné pro alternativní hypotézu a pro nulovou málo pravděpodobné. Pokud tedy hodnota testového kritéria spadne do kritického oboru, zamítáme nulovou hypotézu ve prospěch alternativní na hladině významnosti α . Čím nižší je hladina významnosti, tím obtížnější je zamítnutí nulové hypotézy (kritické obory jsou menší), ale test zároveň ztrácí svou sílu. Srovnání tedy probíhá v hodnotách náhodné veličiny a hladina významnosti je pro tento účel převáděna na kritické hodnoty. Modifikovaná hodnota testového kritéria bývá označována pvalue.

Má-li být hodnota p-value jasně definována, potřebujeme vedle testu, který provádíme, znát hodnotu testového kritéria a alternativní hypotézu. Podstata hodnoty p-value a hladiny významnosti α je v podstatě stejná (jedná se o pravděpodobnosti, vypovídající cosi o nulové hypotéze). Hladina významnosti je předpokládaná pravděpodobnost zamítnutí nulové hypotézy za předpokladu, že byla správná a určujeme ji vždy před výpočtem testového kritéria. P-value je taková nejnižší možná hladina významnosti – určená na základě hodnoty testového kritéria, při které lze ještě zamítnout nulovou hypotézu. P-value nám poskytuje obecněji více informací o výsledku statistického testování než pouhé zamítnutí nebo nezamítnutí nulové hypotézy.

Nejjednodušší způsob, jak rozhodovat o výsledku testu spočívá v porovnání p-value (vypočte počítač – např. program STATISTICA) a hladiny významnosti α (určíme před testem sami). Platí následující pravidlo:

- Zamítni nulovou hypotézu H_0 , když $p\text{-value} \leq \alpha$.
- Nezamítej nulovou hypotézu H_0 , když $p\text{-value} > \alpha$.

(home.ef.jcu.cz/~birom/stat/cviceni/09/p_value.pdf)

Pro vyhodnocení získaných údajů z tohoto výzkumu budou využity další nástroje popisné a analytické statistiky. To znamená, že se budou využívat procenta, průměrné hodnoty a další relevantní ukazatele, např. chí-kvadrát s cílem zjistit, zda existují statisticky významné odchylky mezi porovnávanými soubory dat a teoretickými četnostmi.

Pearsonův chí-kvadrát test je základním a nejpoužívanějším testem nezávislosti v kontingenční tabulce. Nulovou hypotézou je zde tvrzení, že náhodné veličiny X a Y jsou nezávislé, což znamená, že pravděpodobnost nastání určité varianty náhodné veličiny X neovlivňuje nastání určité varianty náhodné veličiny Y . Shoda podle „Chí – kvadrátu“ je definována následovně. V rámci

vědeckého výzkumu se testuje hypotéza $H_0: \pi_i = \pi_{i,0}$, kde $i = 1, 2, \dots, K$ (K je počet kategorií) a $\sum \pi_{i,0} = 1$, vůči alternativní hypotéze $H_1: H_0$ neplatí. Pokud se konstanty $\pi_{i,0}$ rovnají, potom se nulová hypotéza vyjádří jako $H_0: \pi_1 = \pi_2 = \dots = \pi_k$. Pro $n\pi_{i,0} \geq 5$ se používá statistika chí-kvadrát daná vztahem

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^K \frac{(n_i - n\pi_{i,0})^2}{n\pi_{i,0}},$$

kde $n\pi_{i,0}$ je teoretické (očekávané) obsazení i -té kategorie při výběru o rozsahu n . Tato náhodná veličina má za předpokladu, že platí hypotéza H_0 , chí - kvadrát rozdělení s $(K - 1)$ stupněm volnosti, tj. $\chi^2 \sim \chi^{2[K-1]}$. Vypočtená hodnota uvedeného testovaného kritéria χ^2 proto musí být porovnána s kvantilem $\chi^2_{1-\alpha}[K - 1]$. (Řezánková, 2007)

Předpoklady Pearsonova chí-kvadrát testu, které musíme před výpočtem vždy ověřit, jsou tyto:

- Jednotlivá pozorování sumarizovaná v kontingenční tabulce jsou nezávislá, tedy každý prvek výběrového souboru je zahrnut pouze v jedné buňce kontingenční tabulky.
- Alespoň 80 % buněk kontingenční tabulky má očekávanou četnost (e_{ij}) větší než 5 a všechny buňky tabulky (tedy 100 % buněk) mají očekávanou četnost (e_{ij}) větší než 2. Tento předpoklad souvisí s asymptotickými vlastnostmi statistiky χ^2 a je to tedy stejně důležitý předpoklad jako např. předpoklad normality pozorovaných hodnot v případě skupiny t -testů.

Všechny popsané metody výzkumu budou použity ve vzájemné kombinaci, aby byl zachován vyvážený přístup k jejich použití, protože preference jedné metody by mohla znamenat významné zkreslení výsledků.

3 VÝSLEDKY VÝZKUMU

3.1 Využívání nástrojů na podporu podnikání

Na základě kritické literární rešerše byly identifikovány hlavní nástroje podpory rozvoje MSP, které vycházející z platné legislativy a možností jednotlivých municipalit. Pro zjištění míry podpory podnikatelských aktivit z hlediska územních samosprávných celků bylo realizováno poměrně rozsáhlé dotazníkové šetření. Představitelům malých a středních podniků (majitelé firem, případně vedoucí řídicí pracovníci) bylo položeno celkem sedm otázek plus tři identifikační, viz příložený dotazník. Dvě z těchto otázek měly více alternativních možností odpovědi a respondenti mohli označit maximálně 3 v druhém případě 5 odpovědí.

Celkem bylo osloveno cca 400 MSP, z nichž 268 projevilo ochotu vyplnit předložený dotazník. Dotazovatelé osobně navštívili 227 firem a 41 firem poslalo vyplněný dotazník prostřednictvím e-mailu.

S uvedených 268 podnikatelských subjektů bylo cca 66 % tzv. mikropodniků a pouze šest oslovených firem měly více než 100 zaměstnanců. Z celkového počtu bylo 96 firem zaměřených na výrobu, 162 na poskytování služeb (opravárenství, doprava, obchod, servis, pohostinství atd.) a 10 firem nelze jednoznačně klasifikovat (více druhů činností – zařazeny dle převládajícího druhu činnosti).

Vlastní výzkum se uskutečnil ve dvou fázích, nejdříve v období březen – duben 2015 a poté v září – prosinec 2016. Z důvodu dopravních nákladů a časové dostupnosti bylo nejvíce oslovených firem ze Zlínského kraje (cca 65 % firem). Dále z Olomouckého (cca 12 %), Jihomoravského kraje (cca 7%). Současně také byly dotazovány i MSP v Praze (cca 11 %) a dalších krajích (cca 5%) z důvodu objektivizace výsledků, které by mohly být ovlivněny konkrétní lokalizací těchto firem. Zlínský kraj lze také vnímat jako modelovou lokalitu vzhledem již dříve zmíněnému působení Baťových závodů, které se významně podílely na rozvoji celého regionu.

Otázka č.1a: *Domníváte se, že územní samosprávy (obce, kraje) dostatečně podporují podnikatelskou činnost ve vašem regionu?*

Tabulka 1: Názor všech oslovených podnikatelů na míru podpory ze strany obcí

Odpověď	Počet firem	% podíl odpovědí	Významnost
Ano	43	16,05	Ne
Ne	59	22,01	
Pouze někde	81	30,22	
Nijak zvlášť	85	31,72	
celkem	268	100	

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 2: Názor mikropodniků a MSP na míru podpory ze strany obcí

Odpověď	Počet firem	Mikropodniky počet odpovědí	MSP počet odpovědí	P value	Významnost
Ano	43	28	16	0,75	Ne
Ne	59	41	17		
Pouze někde	81	51	29		
Nijak zvlášť	85	58	28		
celkem	268	178	90		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 3: Náзор podnikatelů (dle druhu podnikání) na míru podpory ze strany obcí

Odpověď	Počet firem	Výrobní firmy	Služby	P value	Významnost
Ano	43	16	27	0,02	Ano
Ne	59	15	44		
Pouze někde	81	39	43		
Nijak zvlášť	85	21	58		
celkem	268	96	172		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

První otázka byla zaměřena na subjektivní vnímání oslovených MSP ohledně podpory podnikání ze strany územních samosprávných celků (krajů a obcí). Na základě získaných a vyhodnocených odpovědí lze konstatovat, že tuto podporu nepovažují oslovení podnikatelé za dostačující. Kladně odpovědělo pouze 16,05 % oslovených subjektů. Vzhledem k subjektivnímu charakteru otázky se dala předpokládat negativní odpověď, ale velmi nízká míra kladných hodnocení je překvapující. Soukromě představitelé firem zmiňovali i kladné příklady podpory podnikání, ale obvykle z jiného teritoria.

Když se lépe podíváme na výsledky šetření, zjistíme, že mezi MSP a mikropodniky není žádný významný rozdíl ve vnímání míry podpory podnikání ze strany municipalit. Ovšem pokud vyhodnotíme odpovědi firem poskytujících služby a výrobních podniků zjistíme již statisticky rozdílné názory na míru podpory podnikání (p-value 0,02). Výrobní firmy totiž, jako obvykle významnější zaměstnavatel jsou schopny získat větší míru podpory od obcí. Je to většinou dáno konkrétními podmínkami v dané obci (čtenější odpověď – pouze někde), jak potvrdili podnikatelé při diskusích na dané téma.

Otázka č.2a: *Považujete dopravní obslužnost ve vašem kraji za vyhovující?*

Tabulka 4: Názor MSP na dopravní obslužnost v daném regionu

Odpověď	počet firem	% podíl odpovědí
Ano	110	41,1
Ne	69	25,6
jen v okolí spádových měst	89	33,3
celkem	268	100

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Na základě literární rešerše byla také zkoumána otázka dopravní obslužnosti a jejím vlivu na lokalizaci a fungování konkrétních firem. MSP považují dopravní obslužnost v rámci jednotlivých regionů za dostatečnou, zejména okolí spádových center. Pouze podnikatelé, kteří podnikající odlehlých částech regionu mají problémy například s dopravou zaměstnanců do svých firem. Daleko větší problémy má část podnikatelů, zejména výrobních firem, s dopravní infrastrukturou. Některé komunikace v odlehlých částech regionů jsou nezpůsobilé pro provoz větších vozidel a jsou velmi často neudržované, zejména v zimě. Zde by uvítali výraznější pomoc jednotlivých krajů.

Otázka č.3a: *Domníváte se, že průmyslové zóny výrazně napomáhají rozvoji podnikání ve vašem kraji*

Tabulka 5: Názor MSP na význam průmyslových zón

Odpověď	počet firem	% podíl odpovědí
Ano	48	17,9
Ne	57	21,4
nijak zvlášť	163	60,7
celkem	268	100

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka č. 3 byla zaměřena na přínos průmyslových zón z hlediska rozvoje podnikání v daném regionu. Většina oslovených podnikatelských subjektů, více než 60%, se domnívá, že průmyslové zóny nemají výraznější vliv na rozvoj podnikání v daném regionu. Zejména ve Zlínském kraji byl tento názor výrazný. Pravděpodobně to vyplývá z nevydařené realizace projektu strategické průmyslové zóny Holešov. Dle předpokladů přínos průmyslových zón více oceňovali představitelé výrobních firem, než drobní podnikatelé s oblasti služeb.

Otázka č.4a: *Uvažoval jste o umístění své firmy v nějaké průmyslové zóně ve vašem kraji?*

Tabulka 6: Názor MSP na vlastní podnikání v průmyslových zónách

Odpověď	počet firem	% podíl odpovědí
Ano	44	16,2
Ne	135	50,4
záleželo by na konkrétních podmínkách	89	33,4
celkem	268	100

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Další otázka č. 4 navazuje na předcházející téma a s výše zmíněnou problematikou přímo souvisí. Dotaz zněl, zda oslovené firmy uvažovaly o své lokalizaci v konkrétní průmyslové zóně. Většina kontaktovaných firem (50,4%) neuvažovala a neuvažuje o umístění svých podnikatelských aktivit v nějaké průmyslové zóně. O lokalizaci nebo přemístění své firmy do průmyslové zóny logicky častěji uvažují výrobní podniky, pro které kvalitně zasíťovaná infrastruktura je výhodou. Firmy poskytující služby zejména opravárenské a servisní by uvažovali o umístění v rámci průmyslové zóny na základě konkrétních podmínek – výše nájmu, přítomnost konkrétních firem atd.. Pro malé firmy či živnostníky je takováto lokace provozovny nezajímavá, protože preferují blízkost zákazníků.

Otázka č.5a: *Mají podnikatelské inkubátory pro začínající podnikatele zásadní význam?*

Tabulka 7: Názor MSP na podnikatelské inkubátory

Odpověď	počet firem	% podíl odpovědí
Ano	55	20,5
Ne	30	11,1
nevím	85	31,6
dobrý podnikatelský záměr se dá realizovat kdekoliv	98	36,8
celkem	268	100

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tato otázka podnikatele výrazně zaskočila, protože s touto problematikou nemají obvykle žádnou osobní zkušenost. S výjimkou dvou podnikatelů, kteří prošli podnikatelským inkubátorem se ostatní na danou formu pomoci dívali přezíravě. Podnikatelské inkubátory nemají dle mínění oslovených podnikatelů zásadní význam pro začínající podnikatele. Na základě doplňujících otázek při vyplňování dotazníku lze konstatovat, že většina podnikatelů má na danou problematiku spíše ambivalentní názor, protože se jich přímo netýká. Na druhou stranu uznávají, že jakákoliv výhoda v prvních letech podnikání je dobrá. Ovšem dle jejich mínění je výhodná jen pro určité typy podnikání a neumožňuje požadovanou lokaci v malých obcích (podnikatelské inkubátory jsou většinou ve větších městech). V těchto obcích sice možná není kvalitní infrastruktura, ale jsou zde obvykle výhodné pronájmy a levnější a dostupná pracovní síla.

Otázka č.6a: *Jakým způsobem lze, dle Vašeho názoru, na regionální úrovni nejlépe pomoci rozvoji Vašeho podnikání? (Uveďte maximálně pět odpovědí.)*

Tabulka 8: Stanovisko podnikatelů k vhodnosti nástrojů navrhovaných na podporu podnikání regionální vládou (mikropodniky x MSP).

Druh podpory	Celkový počet odpovědí	Mikropodniky počet odpovědí	MSP počet odpovědí	P value	Významnost
asistenčními službami při přípravě podnikatelských záměrů a při získávání dotací na jejich realizaci	79	59	20	0	ANO
dotační podporou týkající se inovací nebo tvorby nových pracovních míst	88	46	42	0,33	NE
zvýhodněnými úvěry na realizaci nových podnikatelských záměrů	145	113	32	0	ANO
propagací místních firem a jejich produktů na regionální úrovni	172	138	34	0	ANO
podporou při získání nových obchodních partnerů (např. formou podnikatelských misí či propagací firmy mimo region)	38	17	21	0,51	NE
asistenčními službami usnadňujícími obchodování se zahraničím (pomoc při exportu)	45	6	39	0	ANO
nabídkou vhodných ploch (průmyslové zóny, technologické parky, podnikatelské inkubátory) a servisních služeb pro realizaci nových podnikatelských záměrů	89	28	61	0	ANO
přiblížením odborného vzdělávání konkrétním potřebám podnikatelů a prohloubením spolupráce s praxí	92	61	31	0	ANO

Druh podpory	Celkový počet odpovědí	Mikro. počet odpovědí	MSP počet odpovědí	P value	Významnost
asistenčními službami v oblasti energetických úspor (konzultace, příprava projektů, hledání dotačních možností na úrovni ČR a EU)	47	28	19	0,19	NE
zlepšením dopravní dostupnosti lokality, kde podnikáte	163	102	61	0	ANO
zlepšením technické infrastruktury (inženýrské sítě, internet) v lokalitě, kde podnikáte	58	39	19	0	ANO
asistenčními službami při spolupráci s akademickou sférou a při uplatňování výsledků výzkumu a vývoje v podnikání (centrum transferu technologií)	23	2	21	0	ANO
podporou vzájemné spolupráce firem v regionu (např. formou klastrů)	41	4	37	0	ANO
jiným způsobem	15	9	6	- 0,052	NE
celkem	1095	652	443		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Korelační koeficient 0,396 naznačuje střední statistickou závislost. Jeho hodnota je významná.

Mikropodniky 178
MSP 90

Tabulka 9: Stanovisko podnikatelů k vhodnosti nástrojů navrhovaných na podporu podnikání regionální vládou (výrobní firmy x firmy poskytující služby)

Druh pomoci	Celkový počet odpovědí	Výrobní firmy	Služby	P value	Významnost
asistenčními službami při přípravě podnikatelských záměrů a při získávání dotací na jejich realizaci	79	23	56	0	ANO
dotační podporou týkající se inovací nebo tvorby nových pracovních míst	88	42	46	0,33	NE
zvýhodněnými úvěry na realizaci nových podnikatelských záměrů	145	41	104	0	ANO
propagací místních firem a jejich produktů na regionální úrovni	172	56	116	0	ANO
podporou při získání nových obchodních partnerů (např. formou podnikatelských misí či propagací firmy mimo region)	38	16	22	0,17	NE
asistenčními službami usnadňujícími obchodování se zahraničím (pomoc při exportu)	45	36	9	0	ANO
nabídkou vhodných ploch (průmyslové zóny, technologické parky, podnikatelské inkubátory) a servisních služeb pro realizaci nových podnikatelských záměrů	89	78	11	0	ANO
přiblížením odborného vzdělávání konkrétním potřebám podnikatelů a prohloubením spolupráce s praxí	92	57	35	0,01	ANO
asistenčními službami v oblasti energetických úspor (konzultace, příprava projektů, hledání dotačních možností na úrovni ČR a EU)	47	21	26	0,24	NE
zlepšením dopravní dostupnosti lokality, kde podnikáte	163	58	105	0	ANO

Druh pomoci	Celkový počet odpovědí	Výrobní firmy	Služby	P value	Významnost
zlepšením technické infrastruktury (inženýrské sítě, internet) v lokalitě, kde podnikáte	58	12	46	0	ANO
asistenčními službami při spolupráci s akademickou sférou a při uplatňování výsledků výzkumu a vývoje v podnikání (centrum transferu technologií)	23	19	4	0	ANO
podporou vzájemné spolupráce firem v regionu (např. formou klastrů)	41	33	8	0	ANO
jiným způsobem	15	2	13	0,01	ANO
celkem	1095	494	601		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Korelační koeficient 0,388 naznačuje střední statistickou závislost. Jeho hodnota je významná.

Výrobní firmy 96
Služby 162

Municipality na regionální úrovni mohou významným způsobem ovlivnit lokalizaci podniků a rozvoj podnikatelské činnosti na území daného kraje. K tomuto využívají celou škálu nástrojů na podporu podnikání. Nabízené formy podpory vycházejí z legislativních a finančních možností jednotlivých krajů. Bohužel v České republice neexistuje možnost daňových úlev na krajské úrovni, takže krajská zastupitelstva mají omezené možnosti v rámci tzv. meziregionální konkurence. Jak bylo provedeným výzkumem zjištěno, také ne všechny nabízené formy podpory podnikání, jsou MSP plnohodnotně využívány. Firmy hledají vždy takovou podporu, která jim zajistí nějakou komparativní výhodu.

Prostřednictvím dotazníku bylo testováno využívání uvedených typů podpor podnikání ze strany MSP.

Výsledky jsou uvedeny v jednotlivých tabulkách, ze kterých je zřejmé, že největší zájem ze strany MSP je o propagaci místních firem a jejich produktů v rámci daného regionu. O tuto formu pomoci měly zájem zejména mikropodniky zaměřené na poskytování služeb. Dále mnoho firem by rádo využilo nabídky zvýhodněných úvěrů, které by poskytly či garantovaly územní samosprávy. Zde je ovšem problém se stávající platnou legislativou, která de facto neumožňuje municipalitám ručit třetím osobám svým majetkem. Opět o tuto pomoc měly podstatně větší zájem mikropodniky zaměřené na poskytování služeb, vzhledem k tomu, že obtížněji shání finanční prostředky než větší, již zavedené firmy.

Jedním z důležitých výsledků výzkumu bylo zjištění, že také významný počet MSP požadoval přiblížení odborného vzdělávání konkrétním potřebám podnikatelů a prohloubení spolupráce s praxí. Tento požadavek vznášeli zejména představitelé výrobních firem a řemeslníci. Ovšem překvapivě i firmy z oblasti ubytovacích a pohostinských služeb či obchodu tuto formu podpory zmiňovaly. Výrazný byl také požadavek na zlepšení dopravní dostupnosti, zejména ze Zlínského kraje, což pravděpodobně vyplývá z jeho periferní polohy.

O některé typy podpory byl ze strany podniků zájem minimální bez ohledu na jejich velikosti či podnikatelský obor. Jednalo se například o využití asistenčních služeb při spolupráci s akademickou sférou, nebo o podporu municipalit při získávání nových obchodních partnerů či propagaci firmy mimo region. Tento typ podpory využívají hlavně větší, technologicky inovativní firmy.

Otázkou č. 7 byl zjišťován názor podnikatelů na nabízené formy podpory podnikání ze strany obcí. Na základě vyhodnocených dotazníků je zřejmé, že MSP by nejvíce preferovali zadávání menších veřejných zakázek místním podnikatelům. V současné době je nejčastěji využívanou podporou výhodný pronájem v obecních budovách. Tuto podporu využívají zejména mikropodniky poskytující služby. Také dotační podporu zaměřenou na tvorbu nových pracovních míst považují MSP za smysluplnou. Zajímavé je zjištění, že podnikatelé by také uvítali častější komunikaci mezi představiteli veřejné správy a místními podnikateli ohledně jejich potřeb.

Otázka č.7a: *Jakým způsobem, dle vašeho názoru, by mohly obce pomoci rozvoji MSP? (Prosíme, uveďte maximálně tři odpovědi)*

Tabulka 10: Názor MSP a mikropodniků na formy podpory podnikání ze strany obcí

Způsob pomoci	počet odpovědí	Mikropodniky počet odpovědí	MSP počet odpovědí	Výrobní firmy	Služby
nabídkou vhodných prostor pro podnikání	137	98	39	38	99
dotační podporou týkající se tvorby nových pracovních míst	126	88	38	55	71
menší veřejné zakázky směřovat na místní podnikatele	241	157	84	103	138
propagací místních firem v obecních tiskovinách a na stránkách obce	92	61	31	34	58
častěji komunikovat s místními podnikateli ohledně jejich potřeb	138	94	44	37	101
obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci	8	6	2	1	7
jiným způsobem	7	5	2	0	7
celkem	749	509	240	268	481

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

V rámci individuálních návrhů bylo několikrát zmíněno, že obce by se měly zaměřit také na zvyšování kvalifikace a ochoty úředníků obce. Úředníci by měli být schopni podnikatelům kvalifikovaně a ochotně poradit a v rámci zákonných možností vyjít vstříc a ne jim „házet klacky pod nohy“.

3.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření k podnikání obcí

Obec je veřejnoprávní korporací, má vlastní majetek a hospodaří podle svého schváleného rozpočtu. Obec má ze zákona postavení právnické osoby, vystupuje v právních vztazích svým jménem a také nese odpovědnost, která z těchto vztahů vyplývá. Ekonomická funkce obce patří mezi nejdůležitější. Jejím účelem je především zabezpečování veřejných statků a služeb pro své občany. Díky vlastnictví majetku, se kterým může nakládat, ovlivňuje obec svůj rozvoj a působí na sociální, vzdělávací, zájmovou i hospodářskou oblast.

Majetek obce musí být využíván účelně, hospodárně v souladu s jejími zájmy a úkoly vyplývajícími ze zákonem vymezené působnosti. Obce občas podnikají právě proto, aby majetek neležel ladem.

Podnikatelská činnost obce se může stát významným zdrojem příjmů obce. V rámci probíhajícího výzkumu na téma podpory podnikání ze strany obcí se souběžně uskutečnilo dotazníkové šetření zaměřené i na vlastní podnikání obcí. Jednalo se celkem o rozsáhlý výzkum, který zahrnoval celkem 467 obcí v regionech Čechy a Morava (Tab. 11).

Tabulka 11: Zastoupení obcí v regionech

Region	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)
Čechy	157	33,62
Morava	310	66,38
Celkem	467	100,00

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Z výše uvedené tabulky je zřejmé, že byly osloveny obce zejména na Moravě. Opět to bylo z důvodu lepší dostupnosti a nutnosti snížit časovou náročnost šetření a náklady na dopravu. Obce v Čechách také projevovaly nižší zájem o uvedený výzkum. Většinu obcí osobně navštívili tazatelé, kteří pokládali i doplňující otázky v případě nejasností. Ovšem u 26 obcí se nepodařilo dohodnout schůzky, ale po předchozí telefonické domluvě a vysvětlení, vyplnily dotazníky a zaslaly elektronicky.

Velikost obce (počet obyvatel obce) má významný vliv na podnikatelské aktivity obce. Proto byly jednotlivé obce rozděleny na základě počtu obyvatel do šesti skupin. Bylo využito standartní členění obcí podle počtu obyvatel, tak jak je využíváno např. Ministerstvem vnitra ČR. (Tab. 12):

Tabulka 12: Zastoupení obcí podle jejich velikosti

Počet obyvatel obce	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)
do 500	92	19,70	19,07
501 - 1 000	103	22,06	41,76
1 001 - 3000	126	26,98	68,74
3 001 - 10 000	81	17,34	86,08
10 001 – 30 000	48	10,28	96,36
nad 30 000	17	3,64	100
Celkem	467	100	

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Ve zkoumaném vzorku mají největší zastoupení obce mezi 1 000 až 3 000 obyvateli. V České republice je sice cca 80 % obcí do 1000 obyvatel, ale z hlediska zkoumané oblasti podnikání obcí, je výhodnější oslovit středně velké obce, které vlastní podstatně více majetku, a tím jsou zde větší předpoklady pro vlastní podnikání obcí. Obce nad 30 000 obyvatel představují v posuzovaném vzorku necelá 4 %, což odpovídá sídelní struktuře České republiky.

3.2.1 Použité statistické metody

K analýze získaných dat byly použity dvě standartní statistické metody. Jednalo se o jednovýběrový proporční test a testy nezávislosti doplněné o znaménková schémata odchylek.

Jednovýběrový proporční test byl použit pro vyhodnocení první a třetí otázky. V tomto případě jsme zjišťovali, zda většina obcí považuje podnikatelskou činnost za důležitou pro rozvoj obce a dále, zda by měly obce samostatně podnikat.

U otázek 1 až 8 byly aplikovány *testy nezávislosti*. Tyto testy zjišťují, zda existuje závislost mezi proměnnými. Pokud test nezávislosti prokáže, že existuje závislost mezi proměnnými, měří se tato závislost pomocí koeficientů síly závislosti. Podle velikosti tabulek byly vypočteny koeficienty phi (pro tabulky typu 2×2), případně Cramérův koeficient (pro tabulky typu $m \times n$).

Jestliže byla závislost mezi proměnnými prokázána, byla pro účely podrobného zjišťování použita znaménková schémata odchylek. Toto schéma nám ukazuje, ve kterých polích tabulky je možné očekávat statisticky významné rozdíly.

Znaménková schémata jsou založena na výpočtu tzv. adjustovaných reziduí, což je rozdíl mezi empirickou a očekávanou četností. Je-li hodnota adjustovaného residua v absolutní hodnotě vyšší než 2,00, můžeme si s 95 % pravděpodobností být jisti, že v konkrétním políčku je rozdíl mezi empirickou a očekávanou četností statisticky významný, a nevznikl jako důsledek výběrové chyby.

Byla zvolena takováto škála hodnot:

- u hodnot vyšších než 3,28 dáváme znaménka +++
případně --- u záporných hodnot,
- u hodnot vyšších než 2,58 dáváme znaménka ++
případně -- u záporných hodnot
- u hodnot vyšších než 1,96 dáváme znaménka +
případně - u záporných hodnot

Všechny statistické testy byly testovány na hladině významnosti 5 %. K analýze dat byly použity statistické aplikace SPSS a XLStatistics.

Při použití testů nezávislosti muselo v některých případech dojít k redukci používané škály členění obcí tím, že došlo ke sloučení některých řádků, případně sloupců původní tabulky. Týká se to především velikostí obcí, kdy se u vybraných velikostí obcí vyskytovaly očekávané četnosti nižší než 5. Jedná se o otázku 1, kdy byly zkoumány jen obce do 1 000 obyvatel, do 3 000 obyvatel a obce nad 3 000 obyvatel.

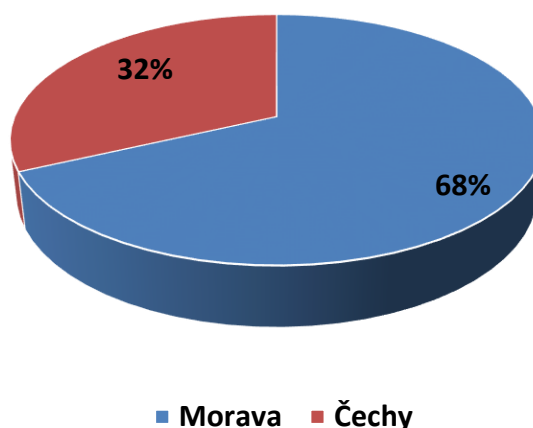
U otázky 2 byly sloučeny obce od 10 000 obyvatel výše. U otázky 5 byly zkoumány pouze obce do 3 000 obyvatel a nad 3 000 obyvatel. Otázka 8 původně obsahovala odpověď „jiné způsoby podnikání“, kterou volilo minimální množství obcí (tuto možnost obce buď nezvolily, nebo odpověděla maximálně jedna obec). Tato odpověď byla proto sloučena s odpovědí „obce nemají na podnikatelskou činnost žádný vliv“. I přes sloučení těchto odpovědí na otázku byly zkoumány obce do 1 000 obyvatel, obce do 3 000 obyvatel, obce do 10 000 obyvatel a obce nad 10 000 obyvatel. Vzhledem k malé četnosti odpovědí nedošlo k výraznějšímu zkreslení výsledků.

Otázka 1b: Považují obce podnikatelskou činnost za důležitou pro rozvoj jejich obce?

Tato otázka byla analyzována pomocí tří různých statistických testů. Předně nás zajímalo, zda většina obcí podporuje podnikatelskou činnost na jejich území. *Jednovýběrový proporční test* na hladině významnosti 5 % prokázal, že většina obcí považuje podnikatelskou činnost na území dané obce za statisticky významnou (testová statistika $Z = 19,58$, $p\text{-value} < 0$, síla testu 0,99). Při porovnání regionů zjistíme, že obce na Moravě jsou více nakloněny podnikatelské činnosti než obce nalézající se v Čechách (testová statistika $Z = 3,43$, $p\text{-value} < 0$, síla testu 1).

Statistickou významnost důležitosti podnikání na území dané obce prokázal i test nezávislosti. Vzhledem k tomu, že se jednalo o kontingenční tabulku 2 x 2, byla k vyhodnocení dat použita Yatesova korekce (10,787). Síla závislosti měřená koeficientem phi (0,163) byla slabší.

Důležitost podnikání v jednotlivých regionech



Obrázek 2: *Důležitost podnikání v jednotlivých regionech*
Zdroj: *Vlastní zpracování*

Tabulka 13: Znaménkové schéma důležitosti podnikání v regionech

		Region	
		Morava	Čechy
Důležitost podnikání	ANO	+++	---
Důležitost podnikání	NE	---	+++

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Zajímavé zjištění vyplývá z tabulky č. 13. Důležitost podnikání je statisticky významnější u moravských obcí na hladině významnosti 0,001 než u obcí v Čechách.

Porovnáme-li důležitost podnikání na území obcí v závislosti na velikosti obcí, zjistíme zajímavé skutečnosti. Test nezávislosti na hladině významnosti 5 % prokázal statistickou závislost mezi velikostí obcí a důležitostí podnikání (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 22,94, p-value < 0). Síla závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,22) je prokázala slabší.

Znaménkové schéma (Tab. 14) na hladině významnosti 0,1 % ukazuje, že u obcí do 1000 obyvatel není důležitost podnikání statisticky významná. U obcí nad 3000 obyvatel je naopak důležitost podnikání na hladině významnosti 1 % statisticky významná. U obcí do 3000 obyvatel je důležitost podnikání statisticky významná s rizikem chyby 5 %.

Tabulka 14: Znaménkové schéma důležitosti podnikání v závislosti na velikosti obcí

		Velikost obce		
		Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Nad 3000 obyvatel
Důležitost podnikání	ANO	---	+	++
Důležitost podnikání	NE	+++	-	--

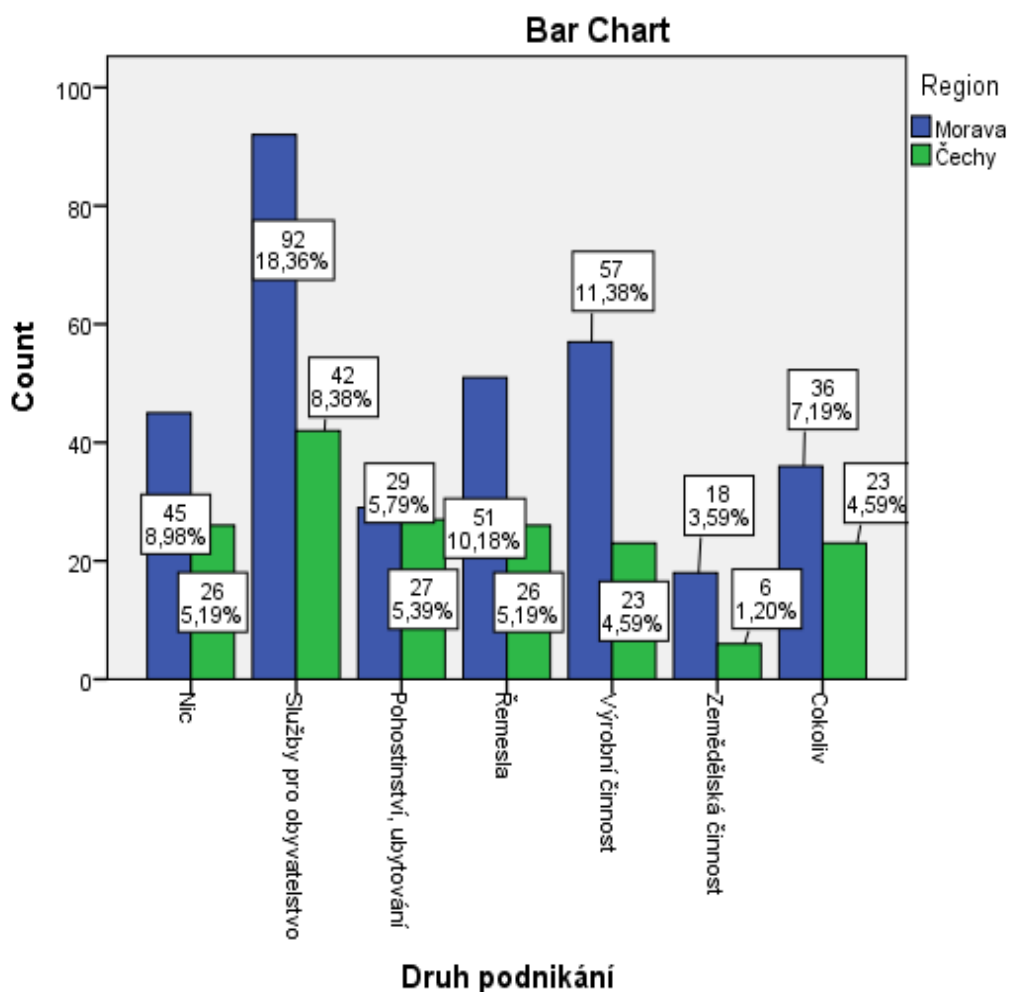
Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka 2b: *Jaký další druh podnikání by obce uvítaly?*

Odpovědi jednotlivých obcí byly rozděleny do sedmi kategorií: služby pro obyvatelstvo, řemesla, služby v oblasti pohostinství a ubytování, výroba, zemědělská činnost, jakákoliv podnikatelská činnost a dále se obce vyjádřily ve smyslu, že další druh podnikání není potřeba.

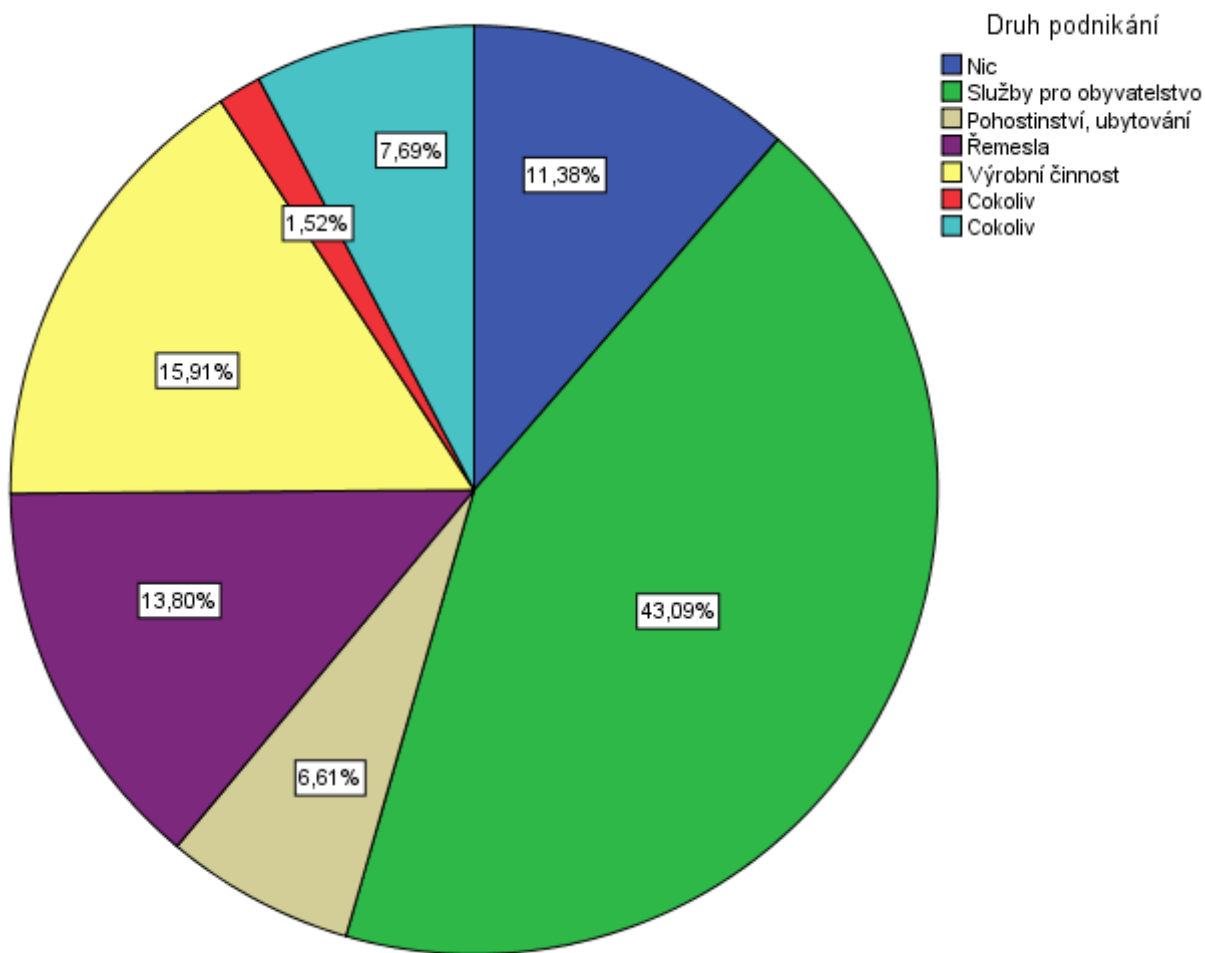
Jednotlivé druhy podnikání preferované obcemi v regionech znázorňuje Obr. 3. Z tohoto grafu je patrné, že převážně moravské obce mají zájem o služby pro obyvatelstvo a o výrobní činnost. Největší zájem obcí nacházející se v Čechách je o služby pro obyvatelstvo.

Druhy podnikání preferované obcemi



Obrázek 3: Preferované druhy podnikání v jednotlivých regionech
Zdroj: Vlastní zpracování

Zastoupení jednotlivých druhů podnikání z celkového počtu analyzovaných obcí znázorňuje obrázek 3. Na základě průzkumu by obce nejvíce uvítaly rozšíření služeb pro obyvatelstvo. Za nimi následují výrobní činnosti a řemeslná činnost.



*Obr. 4: Preferované druhy podnikání
Zdroj: Vlastní zpracování*

Test nezávislosti neprokázal statistickou závislost mezi druhem podnikatelské činnosti a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 8,06, p-value 0,234).

Znaménkové schéma (Tab. 15) na hladině významnosti 5 % prokázalo, že u obcí v Čechách hraje zajištění služeb v oblasti pohostinství a ubytování významnou roli oproti moravským obcím. Z testu lze dovodit, že v moravských obcích je služeb v oblasti pohostinství a ubytování pravděpodobně dostatek kapacit. V ostatních druzích podnikání není žádný významný statistický rozdíl mezi Čechami a Moravou.

Tabulka 15: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v regionu

Druh podnikání	Morava	Čechy
Služby pro obyvatelstvo	O	O
Pohostinství, ubytování	-	+
Řemeslná činnost	O	O
Zemědělská činnost	O	O
Výrobní činnost	O	O
Cokoliv	O	O
Žádný druh podnikání	O	O

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Statistická závislost byla na hladině významnosti 5 % prokázána mezi druhem podnikatelské činnosti a velikostí obcí (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 135,96, p-value <0). Síla závislosti byla opět slabší (Cramerův koeficient 0,26).

Znaménkové schéma (Tab. 16) na hladině významnosti 0,001 prokázalo, že u obcí do 500 obyvatel hraje začlenění služeb v oblasti pohostinství a ubytování významnou roli. Obce s počtem obyvatel nad 10 000 obyvatel nepreferují žádnou další podnikatelskou činnost (riziko omylu je 0,1 %). Lze se tedy domnívat, že v těchto obcích je nabídka podnikatelských služeb dostačující.

Zajímavým zjištěním bylo, že obce do 3000 obyvatel s rizikem omylu 1 % preferují spíše rozšíření služeb pro obyvatelstvo. Obce do 1000 obyvatel preferují výrobní činnosti nebo zařazení libovolného druhu podnikatelské činnosti na svém území. Obce do 10 000 obyvatel preferují spíše řemesla (riziko omylu u obou typů obcí je 1 %).

Obce do 3000 obyvatel s rizikem omylu 0,1 % nepreferují zařazení služeb v oblasti pohostinství a ubytování. Se stejným rizikem omylu 0,1 % nepreferují obce do 500 obyvatel výrobní činnost, mají spíše zájem o služby v oblasti pohostinství a ubytovacích služeb. Tyto obce nepreferují ani žádný další druh podnikatelské činnosti na svém území.

Zvláštním zjištěním je i to, že obce do 10 000 obyvatel nepreferují zavedení dalších služeb pro obyvatelstvo (riziko omylu 1 %). Spíše mají zájem o řemeslnou činnost (riziko omylu 1 %).

Tabulka 16: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v závislosti na velikosti obcí

	Velikost obce				
	Do 500 obyvatel	Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Do 10000 obyvatel	Nad 10000 obyvatel
Služby pro obyvatelstvo	O	O	++	--	O
Pohostinství, ubytování	+++	O	---	O	O
Řemeslná činnost	O	O	O	++	O
Zemědělská činnost	O	O	O	O	O
Výrobní činnost	---	++	O	O	O
Cokoliv	O	++	O	O	--
Žádný druh podnikání	---	---	+	+	+++

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka 3b: *Měla by obec sama podnikat?*

Ze zjištěných odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že postoj jednotlivých obcí je rozdílný. Výsledky proporčního testu na hladině významnosti 5 % nenaznačují, že by většina obcí neměla podnikat (testová statistika Z -1,25, p-value 0,894, síla testu 0,99). Celkově bylo odpovědí ano/ne (220/247). Rozdíly ve vnímání této důležité otázky byly patrné pouze mezi českými a moravskými obcemi. Vlastní podnikání obcí více podporují obce na Moravě a to celkem 50,5 % obcí. V Čechách se domnívá, že by obce měly samy podnikat pouze 40,7 % všech oslovených obcí.

Z dotazníkového šetření lze vymezit tři základní druhy podnikatelských aktivit obcí: technické činnosti, sociální činnosti a jiné činnosti, které není možné jednoznačně zařadit.

Pokud by se obce rozhodly samy podnikat, nejsou pro obce na Moravě ani v Čechách důležité technické ani sociální podnikatelské činnosti. Pro obce v Čechách, s rizikem omylu 5 %, je zajímavé se zaměřit na jiné podnikatelské aktivity. O této skutečnosti nás informuje znaménkové schéma (Tab. 17).

Tabulka 17: Znaménkové schéma podnikatelských aktivit obcí
(kdyby podnikaly)

Druh podnikání	Morava	Čechy
Technické činnosti	O	O
Sociální činnosti	O	O
Jiné činnosti	-	+

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Test nezávislosti neprokázal statistickou závislost mezi druhem podnikatelské činnosti a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 5,22, p-value 0,073).

Oproti tomu byla mezi druhem podnikatelské činnosti a velikostmi obcí na hladině významnosti 5 % prokázána statistická závislost (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 47,96, p-value 0,073). Síla této závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,33) je střední (průměrná).

Znaménkové schéma (Tab. 18) na hladině významnosti 0,001 ukazuje, že obce do 10000 obyvatel považují technické činnosti za velmi důležité pro rozvoj obce, a proto by dle jejich názoru měla tyto služby zabezpečovat sama obec. Naopak technické činnosti nejsou vůbec významné pro obce nad 30000 obyvatel. Obce nad 30000 obyvatel preferují s rizikem omylu 1 % spíše jiné podnikatelské činnosti. Se stejným rizikem omylu preferují obce do 500 obyvatel sociální činnosti.

Obce do 3000 obyvatel nemají zájem o sociální činnosti, spíše se zajímají o podnikatelskou činnost v technické oblasti.

Dále bylo zjištěno, že pro obce do 1000 obyvatel a pro obce do 30000 obyvatel nejsou uvedené druhy podnikatelských činností vůbec důležité.

Tabulka 18: Znaménkové schéma dalšího druhu podnikání v závislosti na velikosti obcí

	Velikost obce					
	Do 500 obyvatel	Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Do 10000 obyvatel	Do 30000 obyvatel	Nad 30000 obyvatel
Technické činnosti	O	O	+	+++	O	---
Sociální činnosti	++	O	--	--	O	O
Jiné činnosti	-	O	O	O	O	++

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka 4b: *Realizuje obec vlastní podnikatelskou činnost?*

Výsledky proporčního testu na hladině významnosti 5 % nenaznačují, že většina obcí nerealizuje vlastní podnikatelskou činnost s výjimkou pronájmů obecního majetku, (testová statistika Z 1,25, p-value 0,105, síla testu 0,99).

Test nezávislosti na hladině významnosti 5 % neprokázal statistickou závislost mezi realizací podnikatelské činnosti na území daných obcí a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 0,042, p-value 0,839). Mezi obcemi v Čechách a na Moravě není statistický rozdíl v chápání realizace vlastní podnikatelské činnosti.

Oproti tomu byla mezi druhem podnikatelské činnosti a velikostmi obcí na hladině významnosti 5 % prokázána statistická závislost (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 75,33, p-value 0). Síla této závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,402) je střední (průměrná).

Znaménkové schéma (Tab. 19) na hladině významnosti 0,001 ukazuje, že obce do 1000 obyvatel většinou nerealizují podnikatelskou činnost. U obcí od 1000 do 10 000 obyvatel nehraje vlastní podnikání obcí žádnou důležitou roli. Z odpovědí získaných při osobních rozhovorech to představitelé obcí zdůvodňovali tím, že rozsah služeb v jejich obci je dostatečný a pro případné podnikání obce nemají vhodný majetek. U obcí do 30 000 obyvatel je realizace vlastního podnikání obcí velmi důležitá. Obce nad 30 000 obyvatel považují realizaci vlastního podnikání za důležitou s rizikem omylu 1 %.

Tabulka 19: Znaménkové schéma realizace vlastní podnikatelské činnosti obcí

		Velikost obce					
		Do 500 obyvatel	Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Do 10000 obyvatel	Do 30000 obyvatel	Nad 30000 obyvatel
Podnikání obce	ANO	---	---	O	O	+++	++
Podnikání obce	NE	+++	+++	O	O	---	--

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Otázka 5b: *Jaké jsou hlavní důvody podnikání obcí?*

Test nezávislosti na hladině významnosti 5 % neprokázal statistickou závislost mezi hlavními důvody podnikání obcí a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 1,86, p-value 0,599). Obce v Čechách i na Moravě nepovažují hlavní důvody podnikání obcí za statisticky významné.

Test nezávislosti prokázal statistickou závislost mezi hlavními důvody podnikání ze strany obcí a jejich velikostmi na hladině významnosti 5 % (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 35,30, p-value 0). Síla této závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,286) je slabší.

Tabulka 20: Znaménkové schéma realizace vlastní podnikatelské činnosti obcí

Hlavní důvody podnikání	Velikost obce	
	Do 3000 obyvatel	Nad 3000 obyvatel
Zabezpečení chybějících služeb	+++	---
Dodatečný příjem obce	O	O
Využití vlastního majetku obce	---	+++
Jiné důvody	+	-

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Znaménkové schéma (Tab. 20) na hladině významnosti 0,001 ukazuje, že obce do 3000 obyvatel považují za hlavní důvody podnikání obcí zajištění chybějících služeb. Obce nad 3000 obyvatel naopak považují za hlavní důvody podnikání obcí využití vlastního majetku obce. Dodatečné příjmy obcí nejsou pro obě kategorie obcí statisticky významné. Obce do 3000 obyvatel zčásti zajímají jiné důvody podnikatelské činnosti obcí

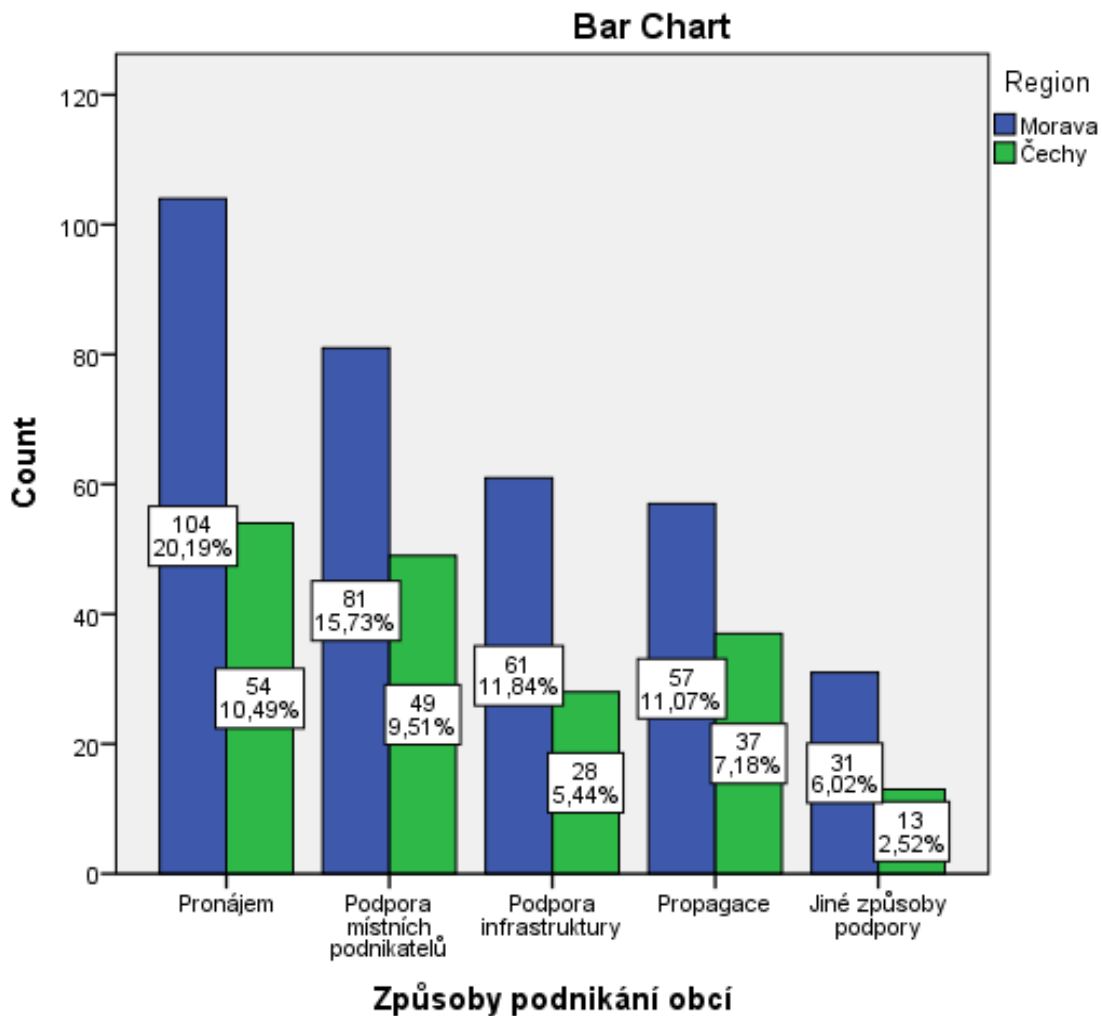
Otázka 7b: Jakým způsobem podporují obce podnikání v obcích?

Drtivá většina obcí odpověděla, že podporuje podnikání v jejich obci. Test nezávislosti na hladině významnosti 5 % neprokázal statistickou závislost mezi tím, jakým způsobem podporují obce podnikání v obcích a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 2,30, p-value 0,68). Obce v Čechách i na Moravě přistupují k volbě jednotlivých způsobů podpory podnikání obdobně.

Test nezávislosti prokázal statistickou závislost mezi způsoby podpory podnikání ze strany obcí a jejich velikostmi na hladině významnosti 5 % (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 67,41, p-value 0). Síla této závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,181) je velmi slabá.

Tabulka 21: Znaménkové schéma způsobů podpory podnikání ze strany obcí v závislosti na velikosti obcí

	Velikost obce					
	Do 500 obyvatel	Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Do 10000 obyvatel	Do 30000 obyvatel	Nad 30000 obyvatel
Pronájem	-	0	0	0	0	0
Podpora místních podnikatelů	++	0	-	0	0	-
Podpora infrastruktury	0	0	0	0	0	0
Propagace	0	0	0	0	0	0
Jiné způsoby	0	-	+++	0	0	+++



Obrázek 4: *Využití jednotlivých druhů podpory podnikání*
Zdroj: *Vlastní zpracování*

Znaménkové schéma (Tab. 21) na hladině významnosti 0,001 ukazuje zajímavou okolnost, že obce do 3000 obyvatel, ale i obce nad 30 000 obyvatel často uvažují i o alternativních způsobech podpory podnikatelské činnosti. Obce do 500 obyvatel mají spíše zájem zajistit podporu místních podnikatelů zadáváním veřejných zakázek (riziko chyby 1 %). Nabídku výhodných pronájmů nepovažují za dostatečně efektivní či důležitou (riziko chyby 5 %). Obce od 3001 do 30 000 obyvatel nepreferují žádný konkrétní způsob podpory podnikání ze strany obcí. Obce do 1000 obyvatel mají nižší zájem o jiné způsoby podpory podnikání ze strany obcí (riziko chyby 1 %).

Otázka 8b: *Jakým způsobem mohou obce nejvhodněji podpořit podnikání na svém katastru?*

U této otázky volily obce, dle předpokladu, nejméně odpovědi „Obce nemají na podnikatelskou činnost žádný vliv“ nebo „jiné způsoby podnikání“. Proto obě odpovědi byly z důvodu vyhodnocení sloučeny pod odpověď „Obce nemají na podnikatelskou činnost žádný vliv“.

Test nezávislosti na hladině významnosti 5 % neprokázal existenci závislosti mezi nejvhodnějšími způsoby podpory podnikání a regiony (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 15,74, p-value 0,07).

Znaménkové schéma (Tab. 22) na hladině významnosti 5 % naznačuje, že obce na Moravě více nabízí podnikatelům výhodné pronájmy jako nejvhodnější způsob podpory podnikatelských aktivit. Obce v Čechách se s rizikem chyby 5 % se častěji domnívají, že obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci.

Tabulka 22: Znaménkové schéma nejvhodnějších způsobů podpory podnikání v obcích

Způsob podpory podnikatelů v obci	Region	
	Morava	Čechy
Pronájem	+	-
Dotace	0	0
Podpora místních podnikatelů	0	0
Propagace	0	0
Komunikace s místními podnikateli	0	0
Vybudování průmyslových zón	0	0
Vybudování a údržba kvalitní infrastruktury	0	0
Nabídka asistenčních služeb	0	0
Zvýšení kvalifikace úředníků	0	0
Obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci	-	+

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Test nezávislosti prokázal statistickou závislost mezi nejvhodnějšími způsoby podpory podnikání ze strany obcí a jejich velikostmi na hladině významnosti

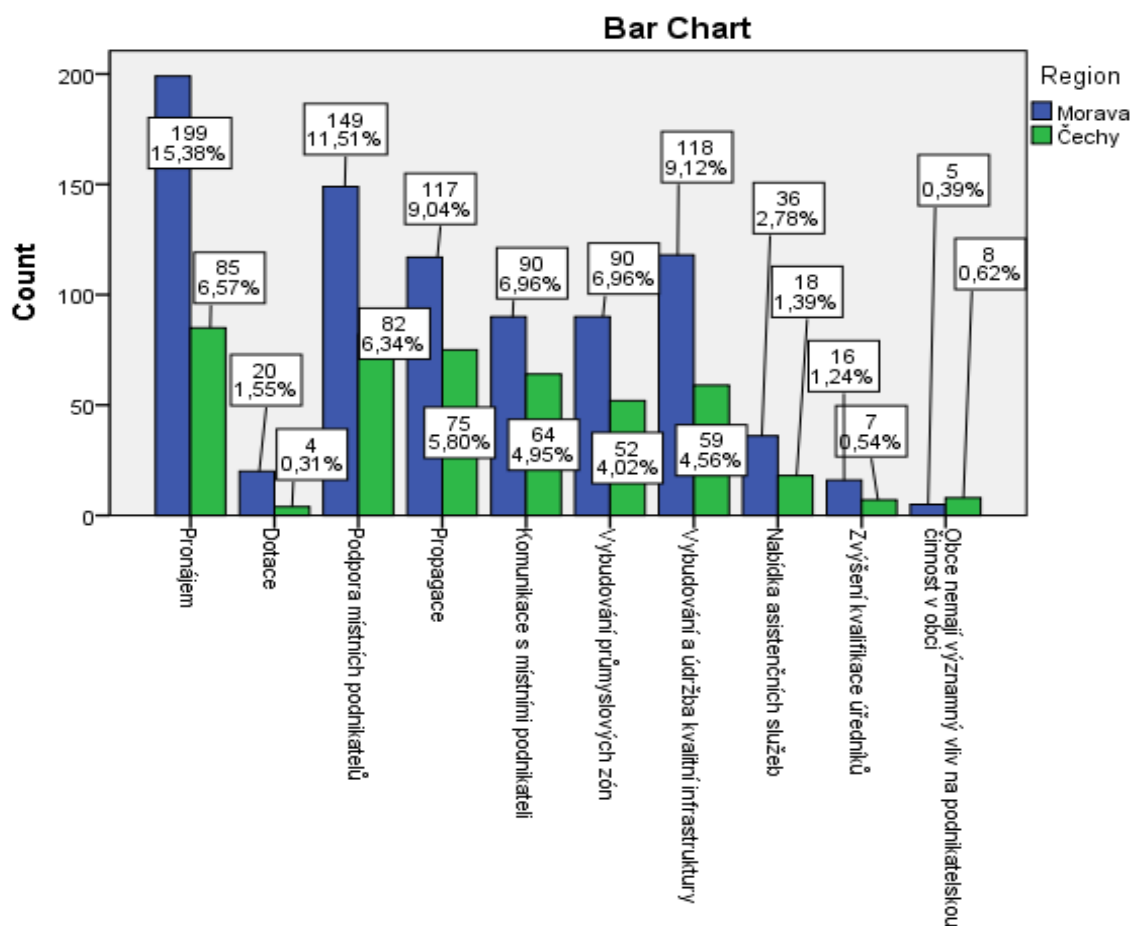
5 % (Pearsonova Chi-kvadrát statistika 149,72, p-value 0). Síla této závislosti měřená Cramerovým koeficientem (0,196) je velmi slabá.

Znaménkové schéma (Tab. 23) na hladině významnosti nižší než 0,1 % naznačuje, že obce nad 10 000 obyvatel nejvíce preferují uplatnění dotací pro vybrané firmy. Dále se domnívají, že nabídka asistenčních služeb a zvyšování kvalifikace úředníků může podpořit lokalizaci firem v jejich obci. Obce do 1000 obyvatel považují za efektivní nástroj podporu místních podnikatelů (riziko omylu 1 %) a nabídku výhodných pronájmů. Naopak nabídku asistenčních služeb a zvyšování kvalifikace úředníků nepovažují za účelné, vzhledem k tomu že nemají k dispozici dostatek kvalifikovaných úředníků (riziko omylu 1 %). Obce do 3000 obyvatel nepovažují dotace a zvyšování kvalifikace úředníků za důležité (riziko omylu 5 %). U obcí s počtem obyvatel mezi 3001 až 10 000 obyvateli nejsou mezi způsoby podpory podnikatelské činnosti významné rozdíly.

Tabulka 23: Znaménkové schéma nejvhodnějších způsobů podpory podnikání ze strany obcí v závislosti na velikosti obcí

Způsob podpory podnikání v obci	Velikost obce			
	Do 1000 obyvatel	Do 3000 obyvatel	Do 10000 obyvatel	Nad 10000 obyvatel
Pronájem	+	0	0	-
Dotace	0	-	0	+++
Podpora místních podnikatelů	++	0	0	-
Propagace	0	0	0	-
Komunikace s místními podnikateli	0	0	0	-
Vybudování průmyslových zón	0	0	0	0
Vybudování a údržba kvalitní infrastruktury	0	0	0	0
Nabídka asistenčních služeb	--	0	0	+++
Zvýšení kvalifikace úředníků	--	-	0	+++
Obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci	0	0	0	0

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření



Nejvhodnější způsoby podnikání obcí

Obrázek 5: Nejvhodnější způsoby podpory podnikání

Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka 9: Jaký vliv má podnikatelský sektor v obci na míru nezaměstnanosti obyvatel?

K analýze otázky 9 byly použity nástroje popisné statistiky v podobě absolutních a relativních četností, kumulativních absolutních a relativních četností. Pořadí jednotlivých hodnot ve škále bylo vyhodnoceno pomocí váženého aritmetického průměru.

Tato otázka byla vyhodnocena pomocí škály hodnot v rozpětí 1 = nízký až 5 = velmi vysoký. Data byla rozdělena podle jednotlivých regionů i podle velikosti obcí. Výsledky uvádějí tabulky 24 až 31.

Tabulka 24: Vliv podnikatelského sektoru v obci na míru nezaměstnanosti obyvatel na Moravě

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	39	12,58	12,58	2,90
2 = nízký vliv	63	20,32	32,90	
3 = průměrný vliv	125	40,33	73,23	
4 = vysoký vliv	56	18,06	91,29	
5 = velmi vysoký vliv	27	8,71	100	
Celkem	310	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 25: Vliv podnikatelského sektoru v obci na míru nezaměstnanosti obyvatel v Čechách

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	19	12,10	12,10	2,80
2 = nízký vliv	38	24,20	36,30	
3 = průměrný vliv	64	40,77	77,07	
4 = vysoký vliv	24	15,29	92,36	
5 = velmi vysoký vliv	12	7,64	100	
Celkem	157	100,		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Moravské obce stejně jako obce v Čechách odpověděly, že podnikatelský sektor má průměrný vliv na míru nezaměstnanosti obyvatel v obcích. Průměrné hodnocení u moravských obcí se neliší od obcí v Čechách.

Tabulka 26: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 500 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	22	23,91	23,91	2,49
2 = nízký vliv	21	22,83	46,74	
3 = průměrný vliv	35	38,04	84,78	
4 = vysoký vliv	10	10,87	95,65	
5 = velmi vysoký vliv	4	4,35	100	
Celkem	92	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 27: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti v obcích do 1 000 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	13	12,62	12,62	2,64
2 = nízký vliv	33	32,04	44,66	
3 = průměrný vliv	39	37,87	82,53	
4 = vysoký vliv	14	13,59	96,12	
5 = velmi vysoký vliv	4	3,88	100	
Celkem	103	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 28: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti
v obcích do 3 000 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	15	23,91	23,91	2,91
2 = nízký vliv	23	22,83	46,74	
3 = průměrný vliv	56	38,04	84,78	
4 = vysoký vliv	22	10,87	95,65	
5 = velmi vysoký vliv	10	4,35	100	
Celkem	126	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 29: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti
v obcích do 10 000 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	7	8,64 %	8,64 %	2,95
2 = nízký vliv	17	20,99 %	29,63 %	
3 = průměrný vliv	36	44,44 %	74,07 %	
4 = vysoký vliv	15	18,52 %	92,59 %	
5 = velmi vysoký vliv	6	7,41 %	100,00 %	
Celkem	81	100,00 %		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 30: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti
v obcích do 30 000 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	2	4,17	4,17	3,42
2 = nízký vliv	6	12,50	16,67	
3 = průměrný vliv	19	39,58	56,25	
4 = vysoký vliv	12	25,00	81,25	
5 = velmi vysoký vliv	9	18,75	100	
Celkem	48	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Tabulka 31: Vliv podnikatelského sektoru na míru nezaměstnanosti
v obcích nad 30 000 obyvatel

Hodnotící stupnice	Absolutní četnost	Relativní četnost (%)	Kumulativní relativní četnost (%)	Průměrné hodnocení
1 = velmi nízký vliv	0	0,00	0,00	3,94
2 = nízký vliv	1	5,88	5,88	
3 = průměrný vliv	4	23,53	29,41	
4 = vysoký vliv	7	41,18	70,59	
5 = velmi vysoký vliv	5	29,41	100	
Celkem	17	100		

Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Z tabulek 26 až 31 je patrné, že čím více obyvatel daná obec má, tím vyšší vliv má podnikatelský sektor na míru nezaměstnanosti v obcích. Je to celkem logické, neboť v malých obcích není tolik podnikatelských příležitostí jako ve větších obcích či městech. Obce do 30 000 obyvatel tvrdily, že podnikatelský sektor má v obcích spíše průměrný vliv na míru nezaměstnanosti v obci. Naopak obce nad 30 000 obyvatel tvrdily, že podnikatelský sektor výrazně ovlivňuje míru nezaměstnanosti v dané obci. Závislost mezi velikostí obce a vlivem podnikatelského sektoru na zaměstnanost je přímo úměrná a logická. Pouze výjimečně jsou v menších sídlech lokalizovány firmy zaměstnávající více zaměstnanců. Zmiňovanou výjimkou jsou např. Slušovice.

3.3 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

V rámci provedeného dotazníkového šetření zkoumajícího oblast podnikání obcí byly zjištěny zajímavé výsledky. Zkoumaný vzorek obcí se skládal zejména z moravských obcí (cca 2/3 všech dotazovaných obcí). Při porovnání regionů zjistíme první zajímavý výsledek a to, že obce na Moravě jsou více nakloněny podnikatelské činnosti než obce nalézající se v Čechách. Výzkum také potvrdil domněnku, že velikost obce má významný vliv na realizaci podnikatelských aktivit obce. Jednotlivé obce byly rozděleny na základě počtu obyvatel do šesti skupin. Bylo využito standartní členění obcí podle počtu obyvatel, tak jak je využíváno např. Ministerstvem vnitra ČR.

Porovnáme-li důležitost podnikání na území obcí v závislosti na velikosti obcí, zjistíme, že představitelé obcí do 1000 obyvatel nevnímají důležitost podnikání v obci za zásadní rozvojový faktor obce. Naopak u obcí nad 3000 obyvatel je důležitost podnikání v obci vnímána jako významná.

Při otázce o jaký další druh podnikání by obce měly zájem, bylo zjištěno, že moravské obce mají zájem jak o rozšíření služeb pro obyvatelstvo a také o výrobní činnosti. Největší zájem obcí nacházejících se v Čechách je o služby pro obyvatelstvo, zejména o zajištění služeb v oblasti pohostinství a ubytování. Lze se domnívat, že v moravských obcích je, oproti Čechám, služeb v oblasti pohostinství a ubytování pravděpodobně dostatek kapacit.

Zajímavým zjištěním bylo, že obce do 3000 obyvatel preferují spíše rozšíření služeb pro obyvatelstvo. Obce do 1000 obyvatel by také podpořily rozvoj výrobních činností, aby nemuseli obyvatelé obce v takové míře dojíždět za prací mimo obec.

Velmi důležité bylo zjištění názorů jednotlivých obcí na vhodnost vlastního podnikání obcí. Počet odpovědí ano/ne byl v poměru 220/247. Rozdíly ve vnímání této důležité otázky byly patrné pouze mezi českými a moravskými obcemi. Vlastní podnikání obcí více podporují obce na Moravě a to celkem 50,5 % obcí. V Čechách se domnívá, že by obce měly samy podnikat pouze 40,7 % všech

oslovených obcí. Z hlediska velikostní struktury obcí se menší obce do 1000 obyvatel domnívají, že by obec sama neměla podnikat. Kdežto velká města jednoznačně preferují vlastní podnikání obcí. Je to dáno tím, že tato města mají dostatek majetku a kvalifikovaných zaměstnanců, aby byla schopna takového podnikání zabezpečit. Výsledky proporčního testu na hladině významnosti 5 % nenaznačují, že by většina obcí neměla podnikat.

Názory obcí na oblast vlastního podnikání se lišily podle velikostní struktury obcí. Například nejmenší obce by rády zabezpečovaly oblast sociálních služeb. Obce do 10 000 obyvatel považují technické činnosti, např. technické služby, za velmi důležité pro rozvoj obce, a proto by tyto služby měla zabezpečovat sama obec.

Odpovědi na otázku ohledně důvodů vlastního podnikání obcí se také významně lišily. Obce do 3000 obyvatel považují za prioritní oblast podnikání obcí zajištění chybějících služeb. Pro obce nad 3000 obyvatel je hlavním důvodem k podnikání obce využití vlastního majetku obce. Velké obce nemají potřebu zajišťovat ve větší míře služby pro obyvatelstvo, protože v těchto obcích je dostatečný rozsah služeb zabezpečen komerční sférou.

Dotazníkové šetření ukazuje zajímavou okolnost, že obce do 3000 obyvatel, ale i obce nad 30 000 obyvatel často uvažují i o alternativních způsobech podpory podnikatelské činnosti. Obce do 500 obyvatel mají spíše zájem zajistit podporu místních podnikatelů prostřednictvím zadávání veřejných zakázek. Od 1. 9. 2017 vzhledem ke změně legislativy, bude větší prostor pro tento způsob podpory, než byl nyní.

Výzkumem bylo také zjištěno, že obce na Moravě více nabízí podnikatelům výhodné pronájmy jako nejvhodnější způsob podpory podnikatelských aktivit. Obce v Čechách se často domnívají, že municipality nemají zásadní významný vliv na podnikatelskou činnost v obci.

Z hlediska způsobu podpory podnikání mají obce nad 10 000 obyvatel specifické názory na jednotlivé druhy podpory. Daleko více než malé obce preferují uplatnění dotací pro vybrané firmy. Dále se domnívají, že nabídka asistenčních služeb a zvyšování kvalifikace úředníků může podpořit lokalizaci firem v jejich obci. Obce do 1000 obyvatel považují za efektivní nástroj podpory podnikání v obci podporu místních podnikatelů a nabídku výhodných pronájmů. Naopak nabídku asistenčních služeb a zvyšování kvalifikace úředníků nepovažují za účelné, vzhledem k tomu že nemají k dispozici dostatek kvalifikovaných úředníků.

3.4 Souhrnné vyhodnocení stanovených výzkumných otázek

Jednotlivé výzkumné otázky byly průběžně vyhodnocovány v rámci posuzování odpovědí na položené otázky při dotazníkovém šetření. V první fázi byli dotazováni představitelé malých a středních podniků, kteří mají rozhodující pravomoci v daných firmách. (majitelé firem, případně vedoucí řídicí pracovníci). Celkem bylo položeno sedm otázek zaměřených na podporu podnikání ze strany municipalit. Některé z těchto otázek nabízely možnost více alternativních odpovědí. Z oslovených 397 MSP, 268 projevilo ochotu vyplnit, ve spolupráci s dotazovatelem, předložený dotazník. Některé firmy (41) poslaly vyplněný dotazník prostřednictvím e-mailu.

Ve zkoumaném náhodně vybraném vzorku podnikatelských subjektů byly zastoupeny firmy různých velikostí a rozmanitých oborů podnikání. S uvedených 268 podnikatelských subjektů bylo nejvíce firem z kategorie tzv. mikropodniků (cca 66 %), ale také bylo osloveno šest firem, které měly více než sto zaměstnanců a spadaly ještě do kategorie MSP. Z hlediska oborového zaměření bylo zkoumáno 96 firem zabývajících se výrobou a 162 firem poskytujících služby např. dopravní, obchodní, opravárenství, pohostinství či řemeslné služby.

Nejvíce oslovených firem působilo ve Zlínském kraji (cca 65 % firem). Také byly zkoumány podnikatelské subjekty z Olomouckého (cca 12 %) a Jihomoravského kraje (cca 7%). Současně také byly dotazovány i MSP v Praze (cca 11 %) a dalších krajích (cca 5%) z důvodu objektivizace výsledků, které by mohly být ovlivněny konkrétní lokalizací těchto firem. Zlínský kraj, jako stěžejní region, byl vybrán z pragmatických důvodů (nižší dopravní náklady a lepší časová dostupnost). Lze jej také vnímat jako modelovou lokalitu vzhledem, již dříve zmíněnému působení Baťových závodů, které se významně podílely na rozvoji celého regionu.

Ve druhé fázi výzkumu proběhlo rozsáhlé dotazníkové šetření na úrovni obcí, které bylo zaměřeno na výzkum podpory podnikání za strany obcí a také na vlastní podnikání obcí. Jednalo se celkem o rozsáhlý výzkum, který zahrnoval celkem 467 obcí jak z oblasti Moravy, tak i z Čech. Celkem se jednalo o 310 moravských obcí a 157 obcí na území Čech.

Ekonomická funkce obce patří mezi základní funkce, které musí obec zajišťovat. Jejím účelem je především zabezpečování veřejných statků a služeb pro své občany. Díky vlastnictví majetku, se kterým může nakládat v souladu s legislativou, ovlivňuje obec svůj socioekonomický rozvoj. Podnikatelská činnost obce může být také významným zdrojem příjmů obce. Ale je tu známé dilema zda má obec podnikat sama, nebo raději vytvářet kvalitní podnikatelské prostředí, které zabezpečí výše zmíněné požadavky na bezproblémový rozvoj obce.

3.5 Vyhodnocení stanovených výzkumných otázek

Výzkumná otázka číslo 1

Jsou současně využívány nástroje pro podporu podnikání MSP dostatečně účinné, aby měly významný vliv na lokalizaci MSP v dané obci či regionu?

Tato výzkumná otázka byla ověřována prostřednictvím dotazníkového šetření, které se uskutečnilo v rámci již zmíněného výzkumu. V první řadě byl zjišťován názor podnikatelů na míru podpory ze strany municipalit. Tuto podporu kladně hodnotilo pouze 16,05 % oslovených subjektů. Převažující počet záporných odpovědí se dal předpokládat, ale velmi nízká míra kladných hodnocení je svým způsobem překvapující.

Z hlediska velikostní struktury zkoumaných MSP nebyly zjištěny žádné významnější rozdíly. Budeme-li ovšem hodnotit odpovědi firem dle jejich činnosti (služby, výroba) zjistíme již statisticky rozdílné názory na míru podpory podnikání (p-value 0,02). Výrobní firmy obvykle zaměstnávají více obyvatel daného regionu, a proto jsou schopny získat větší míru podpory od obcí či krajů.

V průběhu dotazníkového šetření se uskutečnilo několika předem dohodnutých polostrukturovaných pohovorů. Celkem se uskutečnilo 54 takovýchto rozhovorů. Většina firem, bez ohledu na jejich velikost či zaměření, se shodla, že podpora podnikání je nedostatečná a sama o sobě nemotivuje podnikatele k založení a provozování firmy v dané lokalitě. Bohužel současná legislativa výrazně omezuje využití některých dalších nástrojů na podporu podnikání MSP. Jeden z nejžádanějších nástrojů podpory podnikání - směřovat menší veřejné zakázky na místní podnikatele, je limitován aplikací současně platného zákona o zadávání veřejných zakázek.

Na rozdíl od Botera (*Boter, 2005*) při rozhodování o lokalizaci firem hrají v České republice zásadní roli často na první pohled iracionální, nebo spíše osobní vazby podnikatele k dané lokalitě. Mezi důležité faktory ovlivňující lokalizaci firmy patří zejména bydliště podnikatele či specifický vztah k danému regionu, např. narodil se zde, vystudoval tam, nebo zde má známé. Česká republika na rozdíl od západní Evropy nemá zavedeny místní a regionální daně, takže všechny firmy jsou zdaňovány stejně v celém státě, s výjimkou firem využívajících speciální vládní pobídky. Tím nelze využít rozdílnou míru zdanění jako motivační faktor pro lokalizaci firmy v dané obci či regionu.

Výzkumná otázka číslo 2

Jaké nástroje na podporu podnikání nabízejí regionální municipality a jak jsou využívány malými a středními podniky?

Prostřednictvím dotazníků bylo testováno využívání uvedených typů podpor podnikání ze strany MSP. Konkrétní výsledky jsou vždy uvedeny pod

jednotlivými tabulkami a je zřejmé, že největší zájem projevily malé a střední podniky o propagaci místních firem a jejich produktů v rámci daného regionu. Dále by mnoho firem rádo využívalo zvýhodněné úvěry na realizaci nových podnikatelských záměrů. To souvisí s již zmíněnou problematikou obtížného zajištění finančních zdrojů pro MSP na realizaci podnikatelských záměrů. Zajímavým zjištěním byl důrazný požadavek na zvýšení kvality odborného vzdělávání a jeho přiblížení konkrétním potřebám podnikatelské sféry, včetně prohloubení spolupráce škol s praxí. Velmi častý byl také požadavek na zlepšení dopravní dostupnosti, což může vyplývat z periferní polohy Zlínského kraje. Ovšem obdobnou formu podpory žádali i podnikatelé v jiných krajích.

Další konkrétní nástroje na podporu podnikání byly již požadovány výrazně méně. Po vyhodnocení odpovědí z této oblasti lze vyvodit závěr, že některé formy podpory podnikání jsou představiteli územních samospráv i zodpovědnými úředníky výrazně přeceňovány. Jedná se například o přepokládaný kladný vliv průmyslových zón či zřizování podnikatelských inkubátorů na rozvoj podnikatelských aktivit v daném regionu. Zde se ale mohla projevit negativní zkušenost firem ze Zlínského kraje se strategickou průmyslovou zónou Holešov. Firmy ze Zlínského kraje tvořily rozhodující část respondentů dotazníkového šetření. Také když zvážíme téměř 2/3 nové zastoupení mikropodniků, z nichž většina poskytuje služby, není zjištěná skutečnost tak překvapující.

Výzkumná otázka číslo 3

Jaká opatření na podporu podnikání nabízejí obce a jak jsou využívána?

Na základě vyhodnocených dotazníků je zřejmé, že MSP by nejvíce preferovali zadávání menších veřejných zakázek místním podnikatelům. Zde se jejich názor překrývá s názorem malých obcí do 1000 obyvatel, které by takto chtěly udržet rozsah služeb v obci. Zajímavé je, že velká města nad 10 000 obyvatel tento způsob podpory podnikání nepovažují za vhodný. Dle oslovených starostů nemají potřebu regulovat a podporovat rozvoj služeb v těchto městech, protože to spolehlivě zajistí konkurenční prostředí. Zatím nejčastěji nabízenou a využívanou podporou je výhodný pronájem v obecních budovách, zejména v menších obcích, kde není k dispozici dostatek komerčních prostor pro podnikatelskou činnost. Tuto podporu často využívají mikropodniky poskytující služby. Nejzajímavějším zjištěním provedeného dotazníkového šetření je poznatek, že podnikatelé by také uvítali častější komunikaci mezi představiteli veřejné správy a místními podnikateli ohledně jejich potřeb. Podnikatelé mají ale pocit, že se na ně obrací představitelé územní samosprávy pouze tehdy, když potřebují něco zajistit ze strany podnikatelů. Komunikace funguje obvykle pouze na úrovni MAS, pokud je v daném regionu zřízena.

Výzkumná otázka číslo 4

Jak velký význam má pro obce a kraje podnikatelská činnost na jejich území?

Pro zodpovězení této otázky bylo opět využito dotazníkové šetření na úrovni představitelů územních samospráv. V první řadě nás zajímalo, zda většina municipalit podporuje podnikatelskou činnost na jejich území. Jednovýběrový proporční test na hladině významnosti 5 % prokázal, že většina obcí považuje podnikatelskou činnost na území jejich obce či regionu za významnou. Při porovnání jednotlivých regionů bylo zjištěno, že obce na Moravě jsou více nakloněny podnikatelské činnosti než obce nalézající se v Čechách. Statistickou významnost důležitosti podnikání na území dané obce prokázal i test nezávislosti. Vzhledem k tomu, že se jednalo o kontingenční tabulku 2 x 2, byla k vyhodnocení dat použita Yatesova korekce (10,787).

Byla také posuzována důležitost podnikání na území obcí v závislosti na velikosti obce. Bylo zjištěno, že u obcí do 1000 obyvatel není důležitost podnikání statisticky významná. Tento celkem překvapivý závěr vychází ze skutečnosti, že na menších obcích, po zániku JZD, provozují svoji podnikatelskou činnost většinou mikropodniky nebo samostatní živnostníci, kteří zásadním způsobem neovlivňují socioekonomický rozvoj obcí. Přesto se obce snaží pomáhat těmto podnikatelům, aby udržely dostatečný rozsah služeb v obci. U obcí nad 3000 obyvatel je naopak podnikatelská činnost považována za významnou. Podnikající subjekty zde zabezpečují potřebné služby a výrazně se podílí na zaměstnanosti místních obyvatel.

Výzkumná otázka číslo 5

Je pro obec lépe podnikat prostřednictvím vlastních firem nebo podporovat místní podnikatele?

Podnikání obcí není nijak naším právním řádem omezováno. Obec, jako veřejnoprávní korporace, není primárně určena k tomu, aby vykonávala podnikatelskou činnost. Jsou zde významná specifika, kterými se obce od ostatních podnikajících právnických osob odlišují. U obcí je nutno vzít v úvahu, že hospodaří s veřejnými prostředky, a proto musí minimalizovat podnikatelské riziko. Pro svou podnikatelskou činnost může obec využít různé organizační formy a vybrat si tu správnou, je pro obce velmi důležité, protože každá má své výhody i nevýhody. Nejčastěji obce volí podnikání vlastním jménem, nebo zřizují vlastní neziskové organizace či obchodní společnosti.

V rámci dotazníkového šetření byli představitelé územních samospráv dotazováni na tuto problematiku. Již bylo konstatováno, že obec je veřejnoprávní korporací, má vlastní majetek a hospodaří podle svého schváleného rozpočtu. Hospodářská funkce obce patří mezi nejdůležitější. Jejím účelem je především zabezpečování veřejných statků a služeb pro své občany. Díky vlastnictví

majetku, se kterým může nakládat, ovlivňuje obec svůj rozvoj. Obce občas podnikají právě proto, aby jejich majetek neležel ladem. Pro zabezpečení všestranného rozvoje svého území a obyvatel potřebuje obec také dostatek finančních zdrojů. Podnikatelská činnost obce může být významným zdrojem příjmů obce. Ale obce řeší často dilema, zda má obec podnikat sama, nebo raději vytvářet kvalitní podnikatelské prostředí podporou místních podnikatelů, a tak zabezpečit výše zmíněné veřejné statky a služby v potřebném rozsahu.

Ze zjištěných odpovědí na tuto otázku vyplývá, že postoj jednotlivých obcí k této otázce je rozdílný. Výsledky proporčního testu na hladině významnosti 5 % nenaznačují, že by většina obcí měla snahu sama podnikat. Celkový poměr odpovědí ano/ne byl 220/247.

Rozdíly ve vnímání této důležité otázky byly patrné i mezi českými a moravskými obcemi. Podnikání obcí vlastními silami více podporují obce na Moravě a to celkem 50,5 % obcí. V Čechách tento názor sdílí pouze 40,7 % ze všech oslovených obcí.

Rozhodování v této věci je z hlediska stabilního rozvoje obcí velmi důležité. Ovšem ani již zmíněné rozsáhlé dotazníkové šetření nedalo jednoznačnou odpověď nato, zda má obec podnikat svým jménem nebo se zaměřit na podporu místních podnikatelů. Vždy je nutno vycházet z konkrétních podmínek dané obce a zvážit přínosy a rizika různých forem podnikání.

3.6 Návrh zefektivnění systému podpory podnikání ze strany municipalit

Municipality mohou významným způsobem ovlivnit lokalizaci podniků na jejich území. K tomuto využívají celou škálu nástrojů na podporu podnikání. Jak bylo provedeným výzkumem zjištěno, ne všechny nabízené formy podpory podnikání, jsou malými a středními podniky plně využívány. Podnikatelské subjekty hledají vždy takovou podporu, která jim zajistí nějakou komparativní výhodu. O některé typy podpory byl ze strany podniků zájem minimální vzhledem k jejich velikosti či zaměření. Jednalo se například o využití asistenčních služeb při spolupráci s akademickou sférou nebo o podporu municipalit při získávání nových obchodních partnerů či propagaci firmy mimo region.

Naopak se výzkumem jednoznačně prokázalo, že podnikatelé preferují, kromě běžně využívaného výhodného pronájmu prostor v obecních nemovitostech, podporu zaměřenou na zadávání menších veřejných zakázek pro místní podnikatele. Zde bylo dosud výrazné legislativní omezení s ohledem na aplikaci zákona o zadávání veřejných zakázek. Ovšem od 1. 9. 2017 by se mohla situace výrazně zlepšit, protože začne platit novela zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání

veřejných zakázek, která umožní rozhodnout o přidělení zakázky i na základě širšího spektra kritérií, nejen dle výše nabídnuté ceny jako dosud.

Ze strany podnikatelů byl také značný zájem o dotační podporu od obcí a krajů zaměřenou na tvorbu nových pracovních míst. V tomto případě je nutno zvažovat i aspekty tzv. nepřipustné veřejné podpory. Problémem je také výše poskytovaných prostředků na tento typ podpory, protože obce i kraje mají daleko více omezené množství finančních prostředků než stát. Kraje ovšem mohou pomoci podnikatelům zpracovat žádosti na čerpání dotačních prostředků z fondů EU, nebo dotačních titulů jednotlivých resortů.

Podměrně překvapivým zjištěním byl požadavek značné části firem na zlepšení komunikace mezi orgány veřejné správy a MSP. Podnikatelé se domnívají, že se na ně představitelé municipalit obracují pouze tehdy, když sami něco potřebují a nedostatečně řeší potřeby podnikatelských subjektů v obci či regionu. Zde vzniká velký prostor pro kultivaci podnikatelského prostředí v dané obci. Tento typ podpory také nevyžaduje vynaložení velkých finančních prostředků. Oslovené firmy by také uvítaly tzv. „osvětovou činnost municipalit“. MSP na rozdíl od velkých firem nemají speciálně vyškolené pracovníky, kteří by průběžně sledovali vývoj v oblasti podpory podnikání na všech úrovních. Tím často přicházejí o možné finanční zdroje, které by pomohly rozvoji jejich podnikání. Zde je prostor zejména pro kraje, které mají dostatek vyškolených úředníků, aby zorganizovaly pravidelná školení a workshopy na dané téma. MSP jsou v této oblasti zatím informováni prostřednictvím profesních organizací, jako je např. Hospodářská komora ČR nebo Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Vzhledem k tomu, že výzkum probíhal zejména na území Zlínského kraje, který má v rámci České republiky periferní polohu, byl často vznášen požadavek na zlepšení dopravní infrastruktury a dopravní obslužnosti. Zde je také velký prostor pro zlepšení stávající situace a kraje, které jsou zodpovědné za tuto oblast, by měly častěji komunikovat s podnikatelskou sférou, aby znaly lépe její potřeby.

Dalším zajímavým zjištěním bylo, že podnikatelé si občas stěžovali na kvalifikovanost a ochotu odpovědných úředníků, zejména na obecní úrovni. Pokud se podnikatel obrátí na příslušný orgán obce, měl by dostat vyčerpávající informace od příslušného úředníka. Toto je také oblast, která je zatím představiteli územních samospráv podceňována a rozhodně by přispěla ke zlepšení podnikatelského prostředí v obci. Takovýto přístup úředníků může mít negativní vliv na rozhodování podnikatelů o lokalizaci své firmy. Zde může také významně pomoci elektronizace veřejné správy, která může tyto negativní vlivy částečně eliminovat. Oblast zavádění eGovernmentu v rámci veřejné správy, může snížit byrokratickou zátěž podnikatelů a umožnit jim lokalizaci i v menších obcích, kde nejsou potřebné úřady, s kterými podnikatel potřebuje komunikovat. Ale municipality musí být na implementaci jednotlivých nástrojů eGovernmentu připraveny.

Závěrem lze konstatovat, že škála nabízených forem podpory podnikání je dosti široká, ale ne všechny nabízené druhy podpory mají adekvátní odezvu u MSP. Jsou ovšem možnosti jak podpořit podnikatele, a to často bez větších finančních nákladů. Jedná se např. o navrhované pravidelné konzultace s podnikateli nebo o pořádání seminářů na téma podpory podnikání a aktuálních změn legislativy. Samosprávy by také měly zabezpečit pravidelné vzdělávání úředníků, a to nejen v oblastech, které předpokládá zákon č. 312/2002 o úřednících územních samosprávných celků, a které je povinné. Ale měly by umožnit úředníkům i zastupitelům zúčastnit se kurzů zaměřených na podporu podnikání či asertivní komunikaci.

4 PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE PRO VĚDU A PRAXI

Výsledky této disertační práce jsou v následujících podkapitolách rozděleny na přínosy pro teoretické poznání, přínos pro vzdělávací a výzkumnou činnost fakulty a praktické poznání.

4.1 Očekávané přínosy pro vědní odbor a teoretické poznání

Disertační práce se zabývá možnostmi podpory podnikání ze strany obcí, regionů a státu. Hlavním přínosem předkládané disertační práce je objasnění nesouladu mezi současně nabízenými možnostmi podpory podnikání pro malé a střední podniky ze strany územních samosprávných celků a jejich praktickým využíváním se strany rozličných velikostních i odvětvových skupin zkoumaných firem.

V rámci této práce byly zanalyzovány a utříděny současné poznatky z praktického využívání jednotlivých forem podpory reálnými uživateli a byly zjištěny a vyhodnoceny jejich názory na tuto problematiku. Přínos provedeného výzkumu spočívá v prohloubení znalostí o rolích jednotlivých účastníků a jejich postojích k této problematice.

Současně se uskutečnily řízené rozhovory s představiteli územních samosprávných celků a institucí, zabývajících se podporou podnikání. Výsledky šetření byly zpracovány pomocí odpovídajících statistických metod a na jejich základě byl navržen soubor teoretických postupů pro zvýšení efektivity současně používaných nástrojů na podporu podnikání ze strany municipalit. Představitelé obcí byli také dotazováni na problematiku vlastního podnikání obcí s cílem posoudit teoretické předpoklady pro úspěšné podnikání obcí s reálným pohledem zodpovědných představitelů územních samosprávných celků.

4.2 Přínos práce pro vědu

Tato disertační práce zabývá také teoretickým zdůvodněním potřeby podpory podnikatelských aktivit malých a středních firem na území jednotlivých municipalit v souvislosti s konkrétními aspekty rozvoje obcí a krajů. Z metodického hlediska je práce založena na obvyklých standartních metodách, inovativní je především zájem o praktickou využitelnost jednotlivých nástrojů na podporu podnikání na lokální a regionální úrovni. Na úrovni teoretických poznatků v této oblasti je vedena rozsáhlá diskuse o vzájemném vlivu využívání těchto nástrojů na regionální rozvoj jednotlivých lokalit a regionů. Z pohledu přínosu pro teoretické poznání nepřináší tato práce sama o sobě nové metody, ale je založena spíše na specifickém spojení klasických proudů teoretického poznání

a sběru a vyhodnocování příslušných dat, která jsou do značné míry limitována náročností ve smyslu dostupnosti.

V rámci vzdělávací činnosti mají poznatky získané při řešení této disertační práce stěžejní význam pro kurzy zabývající výukou podnikání a pro kurzy zabývající se regionálním rozvojem. Výsledky výzkumu popsané v této disertační práci umožní aktualizaci a rozšíření kurzů o problematiku správného využívání nástrojů na podporu podnikání na úrovni územních samosprávných celků. Tyto informace budou využitelné jak v bakalářském tak zejména v navazujícím magisterském studiu pro studenty, kteří již znají základy regionální politiky.

Z hlediska výzkumné činnosti je problematika podpory podnikání důležitým tématem vědecko - výzkumné činnosti Ústavu podnikové ekonomie i Ústavu regionálního rozvoje, veřejné správy a práva. Poznatky ze zpracování této disertační práce mohou také přispět k řešení budoucích projektů na podobné téma, jako byl např. projekt IGA/FaME/2012/009 „Analýza strategického plánování regionálního rozvoje a provázanosti s rozpočtováním na krajské a municipální úrovni České republiky (se zaměřením na podporu podnikání a inovací)“. Relativně nezmapovaná je také oblast podnikání obcí, ve které lze navázat na získané zajímavé výsledky provedeného výzkumu v rámci této disertační práce.

Výsledky výzkumu a závěry této disertační práce budou publikovány v odborných časopisech a prezentovány na odborných a vědeckých konferencích.

4.3 Očekávané přínosy pro praxi

Očekávaným přínosem pro praxi bude navržení systému efektivních nástrojů podpory podnikání na různých úrovních, které budou výrazně akceptovány podnikatelskou sférou a budou využitelné i za stávajících legislativních podmínek. Praktické využití těchto nástrojů povede k výraznému rozvoji jednotlivých obcí a regionů. Dojde k maximálně efektivnímu nasměrování omezených veřejných prostředků v oblasti přímé a nepřímé intervence. Občanům i podnikatelům i budou vytvořeny daleko lepší podmínky pro ekonomické aktivity.

Výsledky disertační práce mohou významným způsobem pomoci segmentu MSP k tomu, aby se zlepšilo podnikatelské prostředí v České republice, zejména v menších obcích a zaostávajících regionech. Realizace navržených opatření by mohla být využita územními samosprávnými celky při nastavování budoucích schémat podpory rozvoje podnikání s důrazem na podporu rozvoje MSP. Předložené návrhy by mohly mít vliv na formování praktického přístupu k podpoře podnikání a na jejich zacílení na konkrétní územní jednotky a na konkrétní typy podnikatelů.

Z hlediska podnikání obcí lze využít zjištěné a vyhodnocené názory představitelů územních samosprávných celků na podnikatelskou činnost obcí, jako vodítko při rozhodování o této závažné věci. Značná část zastupitelů zejména na malých obcích má občas zkreslené představy o realizaci a důsledcích podnikání územně samosprávných celků, kde zisk nemusí být tím hlavním cílem. Tato práce jim na základě zjištěného názoru jiných obcí může rozhodování usnadnit.

5 ZÁVĚR

Malé a střední podniky hrají v mnoha ohledech klíčovou roli v ekonomice jednotlivých států. Tyto podniky představují významnou ekonomickou sílu na poli ekonomického růstu a zaměstnanosti, tvorbě domácího produktu, atd. Segment MSP má své specifické znaky a plní významné úkoly v ekonomickém systému. MSP ovšem také velmi často narážejí na nedokonalosti trhu. Mají obvykle problémy se získáváním potřebného kapitálu nebo úvěru, zejména v počáteční fázi. Jejich omezené zdroje mohou způsobit i horší přístup k novým technologiím a inovacím.

Zabezpečit dostatečný rozsah služeb v obci a podporovat zaměstnanost jejich obyvatel patří k hlavním úkolům samospráv. Soukromé firmy, zejména MSP, hledají komparativní výhody využíváním nabízených podpor podnikání v daných obcích či regionech. Škála nabízených podpor je limitovaná a nerovnoměrně využívaná podnikatelskými subjekty..

Územní samosprávy ve vlastním zájmu podporují vznik, příchod i rozvoj MSP v daném území. Uvědomují si totiž důležitost rozvoje tohoto typu podnikání. Podpora podnikání ze strany obce je obvykle spojena s konkrétní lokalitou, případě s konkrétním podnikatelem. Jde o záležitost využití potenciálu místních podmínek a o zajištění rozvoje potřebných služeb, což je problém zejména malých obcí. Více podnikatelů v obci znamená prakticky větší konkurenci, což se příznivě projeví v cenách a kvalitě produktů a služeb v dané lokalitě.

Je-li zabezpečena systematická komunikace a rozvíjení vztahů obcí či regionů s podnikateli, projeví se to v celkové atmosféře života v obci (regionu). Důležitá je vzájemná dohoda na společných cílech a spolupráci, např. v rámci MAS. Od podnikatelů obec také získává zpětnou vazbu o své aktivitě např. ve formě různých výzkumů či žebříčků spokojenosti s podnikatelským prostředím.

Obce i kraje mohou pro vytváření příznivého podnikatelského prostředí využít jak finanční tak nefinanční nástroje, které mají za cíl pomoci rozvoji podnikání. Hospodářská prosperita firem v daných obcích či regionu ovlivňuje významným způsobem příjmovou a výdajovou stránku obecních i krajských rozpočtů - zákon o rozpočtovém určení daní. Úspěšná místní firma působí pozitivně i na obyvatele daných obcí, protože v případě dosahování dobrých hospodářských výsledků firma podporuje rozvoj obce.

Dojde-li ke zlepšení hospodaření jednotlivých firem na základě implementace propracovaného systému podpor podnikání, dojde zajisté také k zlepšení socioekonomické situace v jednotlivých obcích a regionech. Obce budou schopny pro své občany zabezpečit širší rozsah služeb a tak zvýší atraktivitu dané obce jak pro občany, tak pro další podnikatele. Implementací jednotlivých nástrojů podpory podnikání může vzniknout tzv. multiplikační efekt, který vždy nějakým způsobem stabilizuje daný region. Koordinovaným postupem veřejné správy a podnikatelského sektoru lze dosáhnout významnějších výsledků, než kdyby každá

část usilovala o dosažení svých cílů samostatně. Díky úspěšnému rozvoji nejrůznějších forem pro rozvoj podnikání v EU i v České republice, dochází k odstraňování nadbytečných bariér podnikání a posílení konkurenceschopnosti. To potažmo působí na lepší ekonomický rozvoj a situaci v podnikatelské sféře.

Provedený výzkum potvrdil, že podnikatelé z řad MSP výrazně diferencují mezi nabízenými podporami. Bylo zjištěno, že nejvíce jsou využívány možnosti zadávání menších zakázek místním podnikatelům a využití výhodného pronájmu v obecních nemovitostech. Naopak využitelnost některých pobídek je pro MSP málo atraktivní, například pomoc při propagaci firmy a jejich výrobků mimo region či asistenční služby nabízející zprostředkování spolupráce s akademickou sférou při uplatňování výsledků vědy a výzkumu. Zajímavým výsledkem dotazníkového šetření bylo, že podnikatelé by uvítali vyšší míru komunikace s představiteli jednotlivých municipalit a přívětivější a kvalifikovanější přístup příslušných orgánů municipalit. Také byla zjištěna neochota části podnikatelů podnikat mimo místo svého bydliště.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ACS, Zoltan.J. and AUDRETSCH, D.B. (Eds) (2003), *Handbook of Entrepreneurs hip Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*, Kluwer Academic Publishers, Boston, MA.
2. Analýza konkurenceschopnosti České Republiky, Ministerstvo průmyslu a obchodu 2010 [online]. 27.1.2011 [cit. 2012-05-31]. Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument72288.html>
3. AUDRETSCH, D.B., 2004. Sustaining innovation and growth, Public policy support for entrepreneurship. *Industry and Innovation*, **11**(3), pp. 167-191.
4. BAUMOL, W.J., 2014, *The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism*. New Jersey: Princeton University Press.
5. BECK, V., 2012. Financial Support versus Economic Development of Selected Regions in the EU, I. HONOVÁ, L. MELECKY and M. STANICKOVÁ, eds. In: *1st International Conference on European Integration 2012*, VŠB, pp. 8-18.
6. BECK, Thorsten, DEMIRGÜÇ-KUNTAND, Asli, MAKSIMOVIC, Vojislav, *Journal of Banking and Finance*, Vol 30:11, 2995-3015. November 2006.
7. BEDNÁŘOVÁ, Dagmar, PARMOVÁ, Dagmar, *Malé a střední podnikání*. Jihočeská univerzita České Budějovice, 2003 [on-line]. [cit.2009-02-13]. Dostupné na:
< <http://www.muweb.cz/www/kapari/msp/skripta%20MSP.doc>>
8. BELÁS, Jaroslav, BUGANOVÁ, Katarina, HOŠŤÁK, Peter., LUSKOVÁ, Maria, MACHÁČEK, Jiří, MÁJKOVÁ SOBEKOVÁ, Monika: *Podnikatelské prostředí malých a středních firem v České a Slovenské republice*: Georg, Žilina 2014, ISBN 978-80-8154-074-5
9. BELÁS, Jaroslav, CIPOVÁ, Eva, The quality and accuracy of bank internal rating model. A case study from Czech Republic. *International Journal of Mathematics and Computers in Simulation*, Issue 1, Vol. 7, 2013, pp. 206-214.
10. BINEK, Jan, et al. *Obce a regiony pro podnikatele; Podnikatelé pro obce a regiony*. Vyd. 1. Brno: GaREP, 2011. 64, 58 s. ISBN 978-80-905139-0-7.
11. BOTHER, H.; Lundstöm, A.,. SME Perspectives on Business Support Services. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2005, vol. 12, no. 2 s. 244-258. ISSN:1462-6004.

12. BRUCE, D., DESKINS, J., HILL, B. and RORK, J., 2009. (Small) Business Activity and State Economic Growth: Does Size Matter? *Regional Studies*, **43**(2), pp. 229-245.
13. BRUYAT, Christine and JULIEN, P., 2001. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, **16**(2), pp. 165-180.
14. Businessinfo.CZ - *Oficiální portál pro podnikání a export* [on-line]. [cit.2013-05-02].
15. CAVES, Richard, (1977), *American Industry: Structure, Conduct, Performance*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. I
16. CURRAN, J. (2000), "What is small business policy in the UK for? Evaluation and assessing small business policies", *International Small Business Journal*, Vol. 18 No. 3, pp. 36-50.
17. DAWKINS, C.J., 2003. Regional development theory: Conceptual foundations, classic works, and recent developments. *Journal of Planning Literature*, **18**(2), pp. 131-171.
18. DE MAESENEIRE, W. and CLAEYS, T., 2012. SMEs, foreign direct investment and financial constraints: The case of Belgium. *International Business Review*, **21**(3), pp. 408-424.
19. EGGERS, F., KRAUS, S., HUGHES, M., LARAWAY, E., SNYGERSKI, S. Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Management Decision* 51, 2012, (3): 524 – 546.
20. EUROPSKÁ KOMISIA. *Veľké zámery pre malé podniky-čo robí EÚ pre MSP*. Luxemburg: Úrad pre vydávanie publikácií EÚ, 2011.
21. FERRANDO, A., 2012. Access to finance in the euro area: What are SMEs telling us about the crisis? In: CALCAGNINI G. and FAVARETTO I., eds, *Small Businesses in the Aftermath of the Crisis*. Berlin: Springer, pp. 173-188.
22. GNYAWALI, Devi,R. and FOGEL, O.S. (1994), "Environment for entrepreneurship development: key dimensions and research implications", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18 No. 4, pp. 43-62.
23. HAN, L. and BENSON, A., 2010. The use and usefulness of financial assistance to UK SMEs. *Environment and Planning C: Government and Policy*, **28**(3), pp. 552-566.
24. HISRICH, Robert, D.: *Entrepreneurschip/Intrapreneurschip*. American psychologist, 45 (2), 1990
25. HJALMARSSON, D. (1998), *Programteon för statlig företagservice (Program Theory for Publicly Financed Business Support)*, Department of Business Administration, Uppsala.

26. HRONEC, M., 2010. *Ekonomické aspekty výchovy a vzdelávania*. Banská Bystrica: Pedagogická fakulta UMB.
27. HRONEC, M. and ŠTRANGFELDOVÁ, J., 2013. Socio-economic effects of education in the context of economic return. *New Educational Review*, **32**(2), pp. 172-183.
28. IRWIN, D. and SCOTT, J.M., 2010. Barriers faced by SMEs in raising bank finance. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, **16**(3), pp. 245-259.
29. JEŽKOVÁ, Renata, JEŽEK, Jiří, *Podnikanie a jeho komunálna a regionálna podpora*. Bratislava: Paneurópska vysoká škola, 2011, 248 s. ISBN 978-80-89447-47-3
30. JURČÍK, R., 2013. Small and Medium Size Enterprises (SME) and public procurement, P. LORCA and C. POPESCU, eds. In: *Recent Researches in Applied Economics & Management. Business Administration and Financial Management 2013*, pp. 335-339.
31. KALÍNSKÁ, Emilie, *Mezinárodní obchod v 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 228 s. ISBN 978-80-247-3396-8.
32. KEH, H.T., NGUYEN, T. T. M., Ng, H. P. The effect of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 2007, 22: 592 – 611.
33. KALÍNSKÁ, Emilie, *Mezinárodní obchod v 21. století*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 228 s. ISBN 978-80-247-3396-8.
34. KISLINGEROVÁ, Eva, NOVÝ, Ivan a kol. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. Praha: C.H. Beck, 2005. 422 s. ISBN 80-7179-847-9.
35. KLAPALOVÁ, Alena, SUCHÁNEK, Petr, in BLAŽEK, Ladislav ed. *Vývojové tendence podniků III*. Svazek II. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 870 s. ISBN 978-80-210-4466-1.
36. KLÍMOVÁ, Viktorie, *Regionální podpora podnikání*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2007. 145 s. ISBN 978-80-210-4399-2.
37. LEE, N. and DREVER, E., 2014. Do SMEs in deprived areas find it harder to access finance? Evidence from the UK Small Business Survey. *Entrepreneurship and Regional Development*, **26**(3-4), pp. 337-356.
38. Listina základních práv a svobod
Dostupné na <<http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>>
39. Lukeš, M., Stephan, U., RICHTER, P. G., a kol. *Úspěšné podnikání v České republice, Německu a Polsku. Výzkumná zpráva*. Praha; VŠE. 2004 [on-line]. [cit.2009-02-26]. Dostupné na <http://nb.vse.cz/~LUKESM/index_CZ.htm>

- 40.MALACH, Antonín a kol. *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. Expert. ISBN 80-247-0906-6.
- 41.MANDÝSOVÁ, Ivana. *Podpora podnikání v České republice a v Evropské unii*. Vyd. 1.
- 42.MELION, Miloslav: *Finance územních samospráv*. 1. vydání. Hradec Králové: E.I.A 2000. Stran 213. ISBN 80-85490-79-X.
- 43.MELION, Miloslav: *Podnikání obcí*. 1. vydání. Hradec Králové: E.I.A 1995. Stran 24. ISBN 80-85490-53-6.
- 44.MELION, Miloslav, *Hospodaření a podnikání obcí*, Ekonomická a informační agentura, 1997, stran 125, ISBN 8085490684
- 45.MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR. *Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014-2020*. Praha: MPO, 2013.
- 46.MORO, A., FINNK, M. Loan managers' trust and credit access for SMEs. *Journal of Banking & Finance*, 2013, 37: 927 – 936.
- 47.MÜLLER, E. and ZIMMERMANN, V., 2009. The importance of equity finance for R&D activity. *Small Business Economics*, **33**(3), pp. 303-318.
- 48.NĚMEC, Vladimír, *Řízení a ekonomika firmy*. Vydání 1. U Průhonu 2, Praha 7 : Grada Publishing, spol. s.r.o., 1998. 320 s. ISBN 80-7169-613-7.
- 49.NOVOTNÝ, Jiří. *Činitelé podněcující a tlumící zakládání a rozvoj malých a středních podniků v České republice jako členské zemi Evropské unie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008, 206 s. ISBN 978-807-3800-925.
- 50.PEKOVÁ, J.: *Hospodaření a finance územní samosprávy*. 1. vydání. Praha: Management Press 2004. Stran 375. ISBN 80-7261-086-4.
- 51.PENROSE, E.T. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford.
- 52.PERNSTEINER, H., Wagner, E., Kabát, L., *Podnikanie v nových ekonomických a sociálnych podmienkach*. Bratislava: Euro kodex, 2011.
- 53.PETŘÍČEK, Václav, *Vývoj podnikatelského prostředí v České republice*. 1. vyd. Praha: Corona, 2006. 138 s. ISBN 80-903363-6-1.
- 54.ŘEZÁNKOVÁ, Hana, (2007). *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing.
- 55.SEQUEIRA, T.N. and MARTINS, E.V., 2008. Education public financing and economic growth: an endogenous growth model versus evidence. *Empirical Economics*, **35**(2), pp. 361-377.
- 56.SME č. 2003/361/ES,

- Dostupné na < http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_cs.htm
57. SOININEN, J., MARTIKAINEN, M., PUUMALAINEN, K., KYLAHEYKO, K. Entrepreneurial orientation: Growth and profitability of Finnish small- and medium-sized enterprises. *Int. J. Production Economics*, 2012, 140: 614 – 621.
 58. SYNEK, Miloslav, KISLINGEROVÁ, Eva, *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010, xxv, 445 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.
 59. TETŘEVOVÁ, Liběna, *Veřejný a podnikatelský sektor*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2009, 190 s. ISBN 978-80-86946-90-0
 60. THE COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2003. *Commission Recommendation of 6 May 2003 Concerning the Definition of Micro, Small and Medium-sized Enterprises, (2003/361/EC)*. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex:32003H0361>.
 61. TODTLING, F. and KAUFMANN, A., 2001. The Role of the Region for Innovation Activities of SMEs. *European Urban and Regional Studies*, **8**(3), pp. 203-215.
 62. VEBER Jaromír, SRPOVÁ Jitka a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada Publishing, 2005. 304 s. ISBN 8024710692.
 63. VINCZE, M.P., MATHIS, J., DUMITRESCU, A., ERBILGIC, A., COSCIA, E. and MEGLIOLA, M., 2010. *Evaluation of SMEs' access to public procurement markets in the EU*. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/smart-regulation/evaluation/search/download.do;jsessionid=lCF8TT1Nfy2MJwBDWQC1Jx8g8rXtjwDlhK1vqn8M1f32kYbpfBXQ!1601440011?documentId=4289>.
 64. WENNEKERS, S., VAN STEL, A., THURIK, R. and REYNOLDS, P., 2005. Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, **24**(3), pp. 293-309.
 65. WENNEKERS, S., VAN STEL, A., CARREE, M.A. and THURIK, R., 2010. The Relationship between Entrepreneurship and Economic Development: Is it U-Shaped? *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, **6**(3), pp. 167-237.
 66. Zákon č. 121/1993 Sb., zákon, kterým se mění a doplňuje zákon České národní rady č. 301/1992 Sb., o Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky
 67. Zákon č. 47/2002 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů
 68. Zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek,

69. Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů
70. Zákon č. 215/2004 Sb., *zákon o úpravě některých vztahů v oblasti veřejné podpory a o změně zákona o podpoře výzkumu a vývoje*
71. Zákon č. 235/2004 Sb., zákon o dani z přidané hodnoty
72. Zákon č. 250/2000 Sb., *zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů*
73. Zákon č. 301/1992 Sb., *zákon České národní rady o Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky*
74. Zákon č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků
75. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
76. Zákon č. 586/1992 Sb., zákon o dani z příjmu
77. Zpráva pro Zlínský kraj 2014, dostupné na < <https://www.kr-zlinsky.cz/vyrocnizprava-zlinskeho-kraje-2014-cl-3256.html>
78. http://circa.europa.eu/irc/opoce/fact_sheets/info/data/policies/smenterprises/article_7312_sk.htm
79. <http://www.czechinvest.org/definice-msp>
80. <http://www.msponline.sk/content/hlavne-nevyhody-rizika-podnikania>
81. <http://www.mpo.cz/dokument105614.html>

SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA

Článek v recenzovaném vědeckém časopise bez IF

BARTOŠ, Přemysl; KLJUČNIKOV, Aleksander; POPESKO, Boris; MACHÁČEK, Jiří (20). Are men more innovative and aggressive in business? Case study from the Czech republic.. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 2015, roč. III, č. 2, s. 29-39. ISSN 2336-2960. AE - Řízení, správa a administrativa

BELÁS, Jaroslav, MACHÁČEK, Jiří (20)., BARTOŠ, Přemysl, HLAWICZKA, Roman., HUDÁKOVÁ, Mária (2014). *Business Risks and the Level of Entrepreneurial Optimism among SME in the Czech and Slovak Republic*. *Journal of Competitiveness*, 6 (2), 30-41

BELÁS, Jaroslav; BILAN, Yuriy; KLJUČNIKOV, Aleksander; VINCÚROVÁ, Zuzana; MACHÁČEK, Jiří (20). Actual problems of business risk in SME segment. Case study from Slovakia. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 2015, roč. III, č. 3, s. 46-56. ISSN 2336-2960. AE - Řízení, správa a administrativa

MACHÁČEK, Jiří (100). Promoting entrepreneurship on the part of municipalities. *Administratie si Management Public*, 2017, roč. 2017, č. 9, ISSN 1583-9583. AE - Řízení, správa a administrativa

SMÉKALOVÁ, Lenka., HÁJEK, Oldřich., BELÁS, Jaroslav., MACHÁČEK, Jiří (5). (2014). Perception of Small and Medium Entrepreneurship in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, 6 (4), 41-49

Odborné knižní publikace

BELÁS, Jaroslav., BUGANOVÁ, Katarína, HOŠTÁK, Peter., LUSKOVÁ, Mária., MACHÁČEK, Jiří. (20), MÁJKOVÁ SOBEKOVÁ, Monika.: *Podnikatelské prostředí malých a středních firem v České a Slovenské republice*: Georg, Žilina 2014, ISBN 978-80-8154-074-5

BEDNÁŘ, Pavel., MACHÁČEK, Jiří., ŠNĚDAR, Libor., ZICHA, Jiří.: *Veřejné politiky v České republice*, Kleinwächter, Frýdek-Místek 2015

Příspěvek ve sborníku

MACHÁČEK, Jiří (100): Promoting entrepreneurship in municipalities, recenzovaný sborník z konference *Current Trends and Challenges of Modern Management and Human Resource Development Praha 2014*, ISBN 978-80-01-05660-8

CURRICULUM VITAE AUTORA

OSOBNÍ ÚDAJE

Jméno a příjmení, titul: Jiří Macháček, ing.

Datum narození: 27. 8. 1958

Bydliště: U Splavu 1539, 760 01 Zlín

E – mail: machacek@fame.utb.cz

Nejvyšší vzdělání:

1977 - 1983, VUT Brno – Fakulta technologická Zlín

Jiné vzdělání:

1995 – 1996, VŠE Praha – Fakulta národohospodářská, čtyřsemestrální postdiplomní studium-Regionální rozvoj a správa / 1996

1996–1997, VŠE Praha – Ehsal Management School Brussels, vzdělávací program „Master of public administration, roční kurz pod záštitou vlámské vlády / 1996

Průběh zaměstnání:

1983 – 1986 samostatný výzkumný pracovník VÚGPT

1986 - 1990 vedoucí výzkumného týmu VÚGPT

1990 – 1996 poslanec PSP ČR

1996 – 1997 soukromý podnikatel (ekonomicko organizační poradenství)

1/97 - 3/97 vědecký pracovník, Institut regionálních a správních věd VŠE Praha

4/97 - 3/98 poradce ministra vnitra České republiky pro oblast veřejné správy

4/98 - 3/99 ředitel závodu speciální výroby MAGNETONU a.s.

4/99 - 12/00 soukromý podnikatel (tvorba projektů)

10/01 – 9/07 koordinátor výkonu státní správy pro Zlínský a Olomoucký kraj, Ministerstvo vnitra České republiky

1/01 - dosud odborný asistent FAME UTB – Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Jazykové znalosti: angličtina – středně pokročilý

ruština - středně pokročilý

němčina – mírně pokročilý

Oblasti vědeckého zájmu:

- Financování obcí, měst a regionů, Problematika organizace a fungování veřejné správy, Podpora podnikání, e-Government

Řešené projekty a granty:

- spolupráce na projektu OP VK „Výuka podnikatelství na UTB ve Zlíně“
- spolupráce na projektu OP VK „Inovace výuky regionálního rozvoje“
- Zpracování analýzy podnikatelského prostředí ve Zlínském a Trenčínském kraji
- Podnikatelské rizika malých a středních firem v turbulentním ekonomickém prostředí
- Spolupráce na projektu VaV-IP-RO 02 – prof. Belás

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – dotazník „Podpora podnikání ze strany obcí a podnikání a obcí“.

Příloha B – dotazník „Názor MSP na podporu podnikání“

Příloha C – tabulka „Podnikání obcí – celkové odpovědi“

Příloha A - dotazník – „Názor MSP na podporu podnikání“

1. *Domníváte se, že územní samosprávy (obce, kraje) dostatečně podporují podnikatelskou činnost ve vašem regionu?*

- Ano Ne pouze někde nijak zvlášť

2. *Považujete dopravní obslužnost ve vašem kraji za vyhovující?*

- Ano Ne jen v okolí spádových měst

3. *Domníváte se, že průmyslové zóny výrazně napomáhají rozvoji podnikání ve vašem kraji?*

- Ano Ne nijak zvlášť

4. *Uvažoval jste o umístění své firmy v nějaké průmyslové zóně na území kraje?*

- Ano Ne záleželo by na konkrétních podmínkách

5. *Mají podnikatelské inkubátory pro začínající podnikatele zásadní význam?*

- Ano Ne nevím dobrý podnikatelský záměr
se dá realizovat kdekoliv

6. *Jakým způsobem lze, dle Vašeho názoru, na regionální úrovni nejvíce pomoci rozvoji Vašeho podnikání?*

(Prosíme, uveďte maximálně pět odpovědí)

- asistenčními službami při přípravě podnikatelských záměrů a při získávání dotací na jejich realizaci
- dotační podporou týkající se inovací nebo tvorby nových pracovních míst
- zvýhodněnými úvěry na realizaci nových podnikatelských záměrů
- propagací místních firem a jejich produktů na regionální úrovni
- podporou při získání nových obchodních partnerů
(např. formou podnikatelských misí či propagací firmy mimo region)

- asistenčními službami usnadňujícími obchodování se zahraničím (pomoc při exportu)
- nabídkou vhodných ploch (průmyslové zóny, technologické parky, podnikatelské inkubátory) a servisních služeb pro realizaci nových podnikatelských záměrů
- přiblížením odborného vzdělávání konkrétním potřebám podnikatelů a prohloubením spolupráce s praxí
- asistenčními službami v oblasti energetických úspor (konzultace, příprava projektů, hledání dotačních možností na úrovni ČR a EU)
- zlepšením dopravní dostupnosti lokality, kde podnikáte
- zlepšením technické infrastruktury (inženýrské sítě, internet) v lokalitě, kde podnikáte
- asistenčními službami při spolupráci s akademickou sférou a při uplatňování výsledků výzkumu a vývoje v podnikání (centrum transferu technologií)
- podporou vzájemné spolupráce firem v regionu (např. formou klastrů)
- jiným způsobem:

.....

7. Jakým způsobem, dle vašeho názoru, by mohly obce pomoci rozvoji MSP?

(Prosíme, uveďte maximálně tři odpovědi)

- nabídkou vhodných prostor pro podnikání
- dotační podporou týkající se tvorby nových pracovních míst
- menší veřejné zakázky směřovat na místní podnikatele
- propagací místních firem v obecních tiskovinách a na stánkách obce
- častěji komunikovat s místními podnikateli ohledně jejich potřeb
- obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci
- jiným způsobem

8. *V jakém oboru podnikáte?*

(Prosíme, uveďte pouze hlavní obor podnikatelské činnosti)

- průmyslová výroba
- zemědělská výroba
- doprava
- opravárenské služby
- pohostinství, ubytovací služby
- kultura, vzdělávání, zdravotnictví
- obchodní činnost
- v jiném oboru

9. *Kolik zaměstnanců má Vaše firma?*

- samostatný živnostník
- do 10 ti zaměstnanců
- do 25 ti zaměstnanců
- do 50 ti zaměstnanců
- do 250 ti zaměstnanců
- více

10. *V kterém kraji realizujete svou hlavní podnikatelskou činnost?*

-

Název firmy:

(razítko)

Příjmení a jméno majitele firmy:

Kontakt:

Tazatel:

Příloha B - dotazník - „Podpora podnikání ze strany obcí a podnikání a obcí“.

Návod na vyplnění:

U každé otázky označte odpověď, která co nejvíce odpovídá skutečnosti. Lze vybrat i více možností. Na konci dotazníku je prostor pro rozsáhlejší vyjádření k jednotlivým otázkám.

Obec (okres):

Typ obce (I, II, III) :

Počet obyvatel:

Rozpočty obce v posledních třech letech:

1. Považujete podnikatelskou činnost na území vaší obce za důležitou pro rozvoj obce?

Ano Ne

Proč?

2. Jaký další druh podnikání byste uvítali ve vaší obci?

3. Měla by dle vašeho názoru obec sama podnikat?

Pokud ano, v jakých oborech?

4. Realizuje vaše obec vlastní podnikatelskou činnost?

Pokud ano, jakou?

5. Hlavním důvodem podnikání vaší obce je:

zabezpečení chybějících služeb

dodatečný příjem obce

využití vlastního majetku obce

jiné důvody

6. Jaký finanční či jiný přínos má vaše obec z vlastního podnikání?

7. Podporujete podnikání ve vaší obci, pokud ano - jak?

8. Jakým způsobem, dle vašeho názoru, mohou obce nejvhodněji podpořit podnikání na svém katastru?:

(vyberte max. pět možností)

- nabídkou vhodných prostor pro podnikání
- dotační podporou týkající se tvorby nových pracovních míst
- menší veřejné zakázky směřovat na místní podnikatele
- propagací místních firem v obecních tiskovinách a na stánkách obce
- častěji komunikovat s místními podnikateli ohledně jejich potřeb
- vybudováním průmyslových zón
- vybudováním a údržbou kvalitní infrastruktury
- asistenčními službami při přípravě podnikatelských záměrů a při získávání dotací na jejich realizaci
- zvýšením kvalifikace zaměstnanců obce a vstřícností vůči podnikatelům
- obce nemají významný vliv na podnikatelskou činnost v obci
- jiným způsobem

9. Jaký vliv má podnikatelský sektor ve vaší obci na míru nezaměstnanosti obyvatel obce?

Vyberte na stupnici odpovídající hodnotu, 1 = nízký, 5 = velmi vysoký

1 2 3 4 5

Další vyjádření k předchozím otázkám:

Dotazník vyplnil:

jméno:

funkce:

e-mail:

telefon:

Dotazník zpracoval:

Podnikání obcí - tabulka počtu odpovědí na otázky 1 - 5

otázka	odpověď	500		1 000		3 000		10 000		30 000		nad 30 000	
		M 55	Č 37	M 70	Č 33	M 86	Č 40	M 56	Č 25	M 34	Č 14	M 9	Č 8
1	Ano	49	26	69	31	86	39	56	24	34	14	9	8
	Ne	6	11	1	2	0	1	0	1	0	0	0	0
2	nic	1	0	3	1	16	12	13	6	8	3	4	4
	služby pro obyv.	17	8	22	12	37	16	9	2	6	3	1	1
	pohost., ubytování	9	14	5	5	3	2	7	2	5	3	0	1
	řemesla	11	9	7	6	14	3	14	8	4	0	1	0
	výroba	4	0	21	11	18	4	9	4	2	2	3	2
	zemědělská výroba	5	0	6	4	6	2	1	0	0	0	0	0
	cokoli	6	7	17	8	6	5	7	3	0	0	0	0
	technické činnosti	8	4	16	3	16	4	18	6	14	5	3	3
3	sociální činnosti	7	2	12	2	14	7	4	1	11	4	2	1
	jiné činnosti	2	2	2	1	14	8	11	6	0	2	2	3
	Ne	38	29	40	27	42	21	23	12	9	3	2	1
4	Ano	18	13	24	11	47	23	36	14	32	14	8	7
	Ne	37	24	46	22	39	17	20	11	2	0	1	1
5	a	6	6	9	6	28	16	5	2	1	0	0	0
	b	5	12	8	5	41	19	17	7	16	5	2	3
	c	18	4	14	8	48	21	28	12	28	11	7	6
	d	3	2	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0
a	zabezpečení chybějících služeb												
b	dotatečný příjem obce												
b	využití vlastního majetku obce												
b	jiné důvody												
						Čechy - 157 obcí							
						Morava - 310 obcí							
						celkem - 467 obcí							

Podnikání obcí - tabulka počtu odpovědí na otázky 7 - 9

otázka	odpověď	500		1 000		3 000		10 000		30 000		nad 30 000	
		M 55	Č 37	M 70	Č 33	M 86	Č 40	M 56	Č 25	M 34	Č 14	M 9	Č 8
7	pronájem	12	8	28	16	31	12	18	9	12	5	3	4
	pod. místních pod.	21	14	25	12	16	9	12	9	7	5	0	0
	infrastruktura	9	4	14	6	18	5	10	7	9	5	1	1
	propagace	13	6	14	7	13	10	11	11	5	3	1	0
	jiné	3	1	3	1	17	6	2	1	2	1	4	3
8	pronájem	16	12	53	16	66	30	42	16	14	7	4	4
	dotace	2	0	2	0	3	0	3	1	6	2	4	1
	pod. místních pod.	20	11	42	17	57	32	19	14	11	7	4	1
	propagace	8	6	28	14	44	34	26	13	10	6	1	2
	komunikace	8	5	18	9	38	29	17	17	7	3	2	1
	prům. zóny	9	4	12	9	35	17	18	12	12	7	4	3
	infrastruktura	14	9	15	12	53	15	19	11	12	8	5	4
	asistenční služby	2	0	4	2	11	7	8	3	9	4	2	2
	kval. úředníků	0	0	0	0	4	0	2	0	6	4	4	3
	obce nemají vliv	1	1	2	2	2	2	0	0	0	1	0	1
	jinak	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
9	hodnocení 1	14	8	9	4	10	5	5	2	1	1	0	0
	hodnocení 2	12	9	19	14	18	5	10	7	4	2	0	1
	hodnocení 3	20	15	27	12	35	21	28	8	13	6	2	2
	hodnocení 4	7	3	12	2	15	7	9	6	9	3	4	3
	hodnocení 5	2	2	3	1	8	2	4	2	7	2	3	2

Ing. Jiří Macháček

**Podpora podnikání ze strany municipalit
v České republice**

Promoting entrepreneurship by municipalities in the Czech Republic

Disertační práce

Vydala Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně,
nám. T. G. Masaryka 5555, 760 01 Zlín.

Náklad: 5 výtisků

Sazba: Ing. Jiří Macháček

Publikace neprošla jazykovou ani redakční úpravou.

Rok vydání 2017

ISBN 978-80-.....