

Miriám Šebová, Elena Žárska *

Faktory lokálneho ekonomického rozvoja v reflexii malých podnikateľov

Abstract

In the last twenty years foreign scientific institutions pay their attention to the concept of local economic development. The key role of the local government is to initiate the developing processes in the local region. The entrepreneurs could be seen as catalyser of economic development. This paper presents the outputs of a questionnaire survey focused on relation between public administration and small businesses. The small businesses are substantially influenced by the local economic factors. The research conclusions supported close dependence between development of small businesses and favourable local environment. The research also identified the opportunities how to improve business environment more effectively on the local government level.

Úvod

Koncepcia lokálneho ekonomického rozvoja (angl. local economic development – LED) sa vo vyspelých hospodárskych krajinách uplatňuje od 80. rokov 20. storočia. V odbornej literatúre nachádzame rôzne formulované definície lokálneho ekonomického rozvoja, ktoré sa líšia podľa orientácie autorov a inštitúcií a tiež kvôli širokému záberu pojmu, ktorý je problematické vyčerpávajúco definovať. Podľa Svetovej banky „lokálny ekonomický rozvoj ponúka lokálnej vláde, privátnemu sektoru, neziskovému sektoru a lokálnej komunite príležitosť pracovať spolu na zlepšení lokálnej ekonomiky. Cieľom je rast konkurencieschopnosti, ktorá tiež zahŕňa stimuláciu udržateľného rozvoja.“[1] Rôzne formulované definície lokálneho ekonomického rozvoja sa zhodujú na kľúčovej úlohe lokálnej vlády (angl. local government) ako iniciátora rozvojových procesov v území. Ďalším charakteristickým znakom LED je dôraz na rolu podnikov ako katalyzátora ekonomického rozvoja. Lokalizačné rozhodnutia podnikateľov a úroveň lokálneho ekonomického rozvoja vzájomne úzko súvisia – prosperitu podnikov ovplyvňujú faktory lokálneho ekonomického prostredia a na druhej strane konkurencieschopnosť miestnej ekonomiky je limitovaná podnikateľskou aktivitou na danom území.

* Ing. Miriám Šebová, katedra manažmentu a marketingu,
Ekonomická fakulta, Technická univerzita v Košiciach
Doc. Ing. Elena Žárska, CSc., katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja,
Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave

1. Východiská

Jedným z dôvodov plánovania lokálneho ekonomického rozvoja sú socio – ekonomické regionálne a lokálne rozdiely, ktoré stimulujú lokálnych aktérov k príprave konkrétnych stratégií na zvýšenie konkurencieschopnosti svojej lokality v národnom až globálnom prostredí.

Regionálne rozdiely v ekonomickej aktivite sa odvíjajú od rôznych lokálnych faktorov ekonomického rozvoja. V bazálnych európskych a amerických prácach, ktoré sa zaoberajú LED, sa hlavné faktory lokálneho ekonomického rozvoja delia do dvoch skupín:

1. „tradičné“ ekonomické rozvojové faktory (lokalizačné faktory, fyzické faktory, infraštruktúra, ľudské zdroje, finančné zdroje a kapitál, poznatky a technológie a priemyselná štruktúra)
2. „mäkšie“ nehmotné faktory (kvalita života, inštitucionálna kapacita, podnikateľská kultúra, identita a imidž komunity) [2].

Od roku 1990 prebieha vo vyspelých hospodárskych krajinách tretia vlna LED, ktorá trvá dodnes a je charakteristická presunom od tradičných podporných nástrojov (hmotnej alebo finančnej podpory podnikov) k vytváraniu priaznivého lokálneho podnikateľského prostredia. Hlavnými nástrojmi rozvoja sú stimulácia rastu miestnych podnikov, networking a spolupráca, investície do mäkkej infraštruktúry, podpora clustrov a.i.

Význam jednotlivých faktorov LED je relatívny a závisí od preferencií podnikov, ktoré uskutočňujú lokalizačné rozhodnutia. Prínos menovaných faktorov k lokálnemu rozvoju je zložité vyjadriť pomocou kvantitatívnych ukazovateľov, ako vhodnejšia metóda výskumu sa javí využitie kvalitatívneho napr. dotazníkového prieskumu.

Na Slovensku sa v priebehu posledných rokov uskutočnili viaceré prieskumy zamerané na podnikateľov a ich spokojnosť s kvalitou podnikateľského prostredia. Napr. Podnikateľská aliancia Slovenska v roku 2005 porovnávala kvalitu podmienok na podnikanie v regiónoch a okresoch SR na základe tzv. regionálneho indexu podnikateľského prostredia, pričom jej výskum potvrdil výrazné rozdiely medzi slovenskými regiónm. Regionálny index obsahoval hodnotenie štyroch oblastí – ekonomická aktivita, infraštruktúra, ľudské zdroje a verejná správa. Najvyššiu hodnotu indexu dosiahol ekonomicky najvyspelejší Bratislavský samosprávny kraj – 145,99 a najnižšiu Košický samosprávny kraj 64,89 bodov [3].

Procesy decentralizácie a dekoncentrácie v rámci reformy verejnej správy na Slovensku (2002 – 2005) umožnili miestnej verejnej správe stať sa významným aktérom vytvárania pozitívnych impulzov pre rozvoj podnikania v území, keďže miestnej samospráve bola zverená zodpovednosť za lokálny ekonomický rozvoj územia a výrazne sa zvýšili kompetencie na jeho ovplyvňovanie. Kvalita lokálneho podnikateľského prostredia je kľúčová najmä pre malých podnikateľov, ktorí sú bytostne naviazaní na lokalitu, v ktorej pôsobia. „V malých podnikoch sa v úplne inej miere prejavuje závislosť od lokality ako vo veľkých podnikoch. Zatiaľ, čo veľké podniky si svoju lokalitu aktívne hľadajú podľa stanovených

cieľov, v prípade malého podniku sa zakladanie a vývoj vo veľkej miere dá označiť za výsledok lokalizačného prostredia (lokálneho milieua).“ [4] Malý podnikateľ si za lokalitu svojho podniku prirodzene volí miesto, čo najbližšie k svojmu bydlisku a v prípade nevyhovujúcich lokálnych podmienok na podnikanie, má veľmi obmedzené možnosti na zmenu miesta podnikania. Malé podniky, ktoré boli objektom nášho výskumu, sú významnou súčasťou slovenskej ekonomiky na národnej aj lokálnej úrovni. Mikropodniky (0 - 9 zamestnancov) a malé podniky (10 - 49 zamestnancov) predstavujú 95,8 % všetkých podnikov. Malé podniky (právnické aj fyzické osoby) sa podieľali v roku 2005 vyše 50 % na zamestnanosti, realizovali takmer 20 % tržieb a vyše 20% slovenského exportu [5].

2. Výskumná metodika

Analýza väzieb malých podnikateľov k lokalite podnikania bola cieľom výskumu, ktorý realizovala Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja na Národohospodárskej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave počas rokov 2004 - 2006. Prieskum sa uskutočnil v dvoch etapách. Prvá etapa dotazníkového prieskumu sa uskutočnila ako pilotná v roku 2004 v rámci ŠPVaV MŠ SR „Analýza podnikateľského prostredia a bariér absorpčnej schopnosti regiónov“ a zúčastnilo sa jej 144 respondentov z celého Slovenska. V druhej etape prieskumu v roku 2006 bolo vyhodnotených 290 dotazníkov od malých a stredných podnikateľov, pričom rozhodujúca časť respondentov pochádzala z východného Slovenska. To vyplývalo zo snahy zmapovať situáciu v tomto regióne, ktorý trvalo vykazuje nízke hodnoty sociálno-ekonomických ukazovateľov a aj ukazovateľov hodnotiacich kvalitu podnikateľského prostredia. Pri zbere dotazníkov z východného Slovenska katedra spolupracovala s Ekonomickou fakultou Technickej univerzity v Košiciach.

V druhej etape došlo k obsahovému doplneniu dotazníka, obsah tohto článku sa sústreďí na výsledky získané z vybraných otázok z druhej etapy kvalitatívneho prieskumu. Dotazník obsahoval 29 otázok, ktoré boli rozdelené do troch, relatívne nezávislých, no zároveň na seba logicky nadväzujúcich častí. Prvá bola zameraná na získanie identifikačných údajov o respondentoch (región, počet obyvateľov obce, začiatok pôsobenia firmy, predmet podnikateľskej činnosti, počet zamestnancov, právna forma). V druhej časti sa mali respondenti vyjadriť k faktorom, ktoré ovplyvnili ich rozhodnutie podnikat' v danej obci a k možnostiam ďalšieho rozvoja podniku v danej lokalite. Posledná časť výskumu sa zaoberala spoluprácou firmy s verejným a tretím sektorom. V dotazníku boli využité prevažne zatvorené otázky, tri otvorené otázky boli ponúknuté respondentom na záver dotazníka, v ktorých mali možnosť vyjadriť svoje názory k problematike. V rámci zatvorených otázok boli použité rozdelené, viacnásobné aj škálové otázky. Vyhodnotenie dotazníkov sa realizovalo pomocou štatistického programu SPSS verzia 13.0 a Microsoft Excel.

3. Charakteristika respondentov

Prieskum nemal za cieľ získať štatisticky relevantnú vzorku respondentov. Najviac dotazníkov (68,6%) bolo z východného Slovenska a z Bratislavského regiónu.

Tabuľka 1: Respondenti z roku 2006 podľa regiónov

NUTS II	Počet respondentov	% respondentov
Bratislavský región	50	17,3
Západné Slovensko	28	9,7
Stredné Slovensko	13	4,4
Východné Slovensko	199	68,6
Spolu	290	100

Väčšina respondentov (55,5 %) pochádzalo z miest s počtom obyvateľov vyšším ako 100 tis. obyvateľov, teda z Košíc a Bratislavy.

Tabuľka 2: Respondenti podľa veľkosti sídla, v ktorom podnikajú

Veľkosť sídla	Počet respondentov	% respondentov
1 - 5 000 obyv.	42	14,5
5 001 - 20 000 obyv.	49	16,9
20 001 - 100 000 obyv.	38	13,1
Nad 100 000 obyv.	161	55,5

Z 273 firiem, ktoré označili rok založenia, takmer 40% firiem vzniklo po roku 2000. Podľa právnej formy 141 respondentov podnikalo na základe živnostenského oprávnenia, 132 ako spoločnosť s ručením obmedzeným a 15 podnikateľov prevádzkovalo akciovú spoločnosť. Dopytované firmy najčastejšie označili ako predmet činnosti: obchodné služby, stavebníctvo, poradenstvo, servisné služby, doprava a iné.

V prieskume boli v najväčšej miere zastúpení malí podnikatelia do 50 zamestnancov [7].

Tabuľka 3: Respondenti podľa počtu zamestnancov

Počet zamestnancov	% respondentov
Mikropodniky (1 - 9)	67,2
Malé podniky (10 - 49)	27,6
Stredné (nad 50)	5,1

V prieskume sme sa pýtali na zamestnávanie rodinných príslušníkov, čo potvrdilo 67 (23%) podnikateľov, ktorí spolu zamestnávali 140 osôb z blízkej rodiny. Získaný výsledok prispieva k informáciám, že malé podnikanie má často charakter rodinného podnikania.

4. Význam lokálních faktorů při lokalizaci malého podniku

Vázy podnikatelů k lokalitě jsme skúmali prostřednictvím otázek, týkajících se místa bydliště zaměstnanců a zákazníků příslušné firmy. Podnikatelé nejčastěji označili možnost, že ich zaměstnanci/zákazníci pocházejí z obce/mesta ich působení, což dokumentuje úzke napojenie malých podniků na lokální trh. Na otázku o faktorech, které ovplyvnili rozhodnutí podnikat v obci/meste mohli respondenti ohodnotit význam každého faktora z ponúknutých 12 na škále od 1 do 5, pričom „5“ predstavovala „veľmi významný faktor“. Keďže odpovede respondentů predstavovali nesymetrické rozdelenie, pri hodnotení otázky sme využili štatistický medián ako prostrednú hodnotu štatistického súboru (zaokrúhlenú na celé čísla), štatistický priemer (angl. mean) a prihliadali sme aj na počet respondentů, ktorí označili možnosti 4 a 5 „veľmi významná“.

Tabuľka 4 Faktory rozhodujúce pre podnikanie podľa preferencií respondentů

Faktor	Medián	Priemer	Najčastejšie označená známka
1. Vhodné priestory, budovy	4,00	3,86	5 (117 respondentů)
2. Dopravná dostupnosť	4,00	3,46	5 (71 respondentů)
3. Blízkosť veľkého mesta (BA, KE)	4,00	3,36	5 (109 respondentů, ale až 66 označilo 1)
3. Veľkosť miestneho trhu	3,00	3,37	5 (70 respondentů)
4. Kúpyschopnosť obyvateľstva	3,00	3,21	3 (76 respondentů, druhá najčastejšie označená možnosť 5 – 64 respondentů)
5. Infraštruktúrna sieť	3,00	3,19	3 (68 respondentů, ale 109 respondentů spolu označili hodnoty 4 a 5)
6. Kvalifikovaná pracovná sila	3,00	3,06	3 (71 respondentů, 100 respondentů spolu označilo hodnoty 4 a 5)
7. Malá konkurencia	3,00	2,94	3 (77 respondentů, 89 respondentů spolu označilo hodnoty 4 a 5)
8. Dostupnosť a cena pozemkov	3,00	2,59	1 (98 respondentů, druhá najčastejšie označená neutrálna možnosť 3 – 52 respondentů)
9. Zachovanie tradície	1,00	2,03	1 (143 respondentů)
10. Zánik bývalého podniku	1,00	1,90	1 (178 respondentů)
11. Pokračovanie v rodinnom podniku	1,00	1,51	1 (198 respondentů)

Odpovede respondentů naznačujú, že podnikatelia prikladajú veľký význam vybavenosti lokality, v ktorej podnikajú, najmä fyzickou infraštruktúrou a kvalifikovanou pracovnou silou. Prirodzene dôležité sú aj ďalšie faktory, ktoré vytvárajú podmienky pre úspešnú podnikateľskú činnosť, napr. veľkosť trhu, kúpyschopnosť obyvateľstva, malá konkurencia.

Vzhľadom na pestré zastúpenie respondentov sme sa pokúsili zistiť diferencie v odpovediach na uzatvorené rozdelené a škálové otázky podľa veľkosti podniku, veľkosti lokality podnikania a podľa regiónu. Keďže prieskum obsahoval pomerne malú vzorku respondentov, využili sme neparametrický test, zisťovanie štatisticky významných diferencií pomocou χ^2 - testu o nezávislosti [7]. Pri využití χ^2 ako testovacej charakteristiky je potrebné splniť podmienku - teoretické početnosti musia byť väčšie ako 5 [9]. Z tohto dôvodu sme zlúčili škálu odpovedí od 1 – 5: ponechali sme neutrálnu možnosť 3, odpovede 1 a 2 sme zlúčili do „málo významnej“ možnosti 2 a odpovede 4 a 5 sme zlúčili do „významnej“ možnosti 4. Nulovú hypotézu: *V nami sledovanej vzorke neexistujú závislosti vo významne faktorov, ktoré ovplyvnili ich podnikanie v obci podľa regiónu, veľkosti sídla a veľkosti firmy, sme testovali na hladine významnosti 0,05 oproti alternatívnej hypotéze: Závislosti existujú.*

Na základe χ^2 - testu o nezávislosti sme zistili *štatisticky významnejšiu diferenciáciu pri odpovediach na danú otázku len u respondentov z rôzne veľkých sídiel. Zaznamenali sme rôzne sústredenie odpovedí respondentov z malých obcí a veľkých miest pri nasledujúcich faktoroch:*

▪ *Dostupnosť a cena pozemkov*

Podnikatelia, ktorí podnikajú v obciach do 5 tis. obyvateľov najčastejšie označili možnosť 4. Takmer 70% ich odpovedí sa sústredilo okolo neutrálnej možnosti 3 alebo pozitívnej 4. S pribúdajúcim počtom obyvateľov sídla podnikatelia označovali dostupnosť a cenu pozemkov ako menej významnú, pričom 76% respondentov z veľkých miest (nad 100 tis. obyvateľov) označilo hlavne možnosť 2 alebo neutrálnu 3. Hypoteticky možno predpokladať, že v malých obciach podnikatelia využívajú na podnikateľskú činnosť vlastné priestory, zväčša rodinné domy, ktoré kupujú aj s pozemkami. Respondenti z oblasti poľnohospodárskej výroby, pre ktorých je otázka pozemkov dôležitá, pravdepodobne pochádzajú z menších vidieckych sídiel. Pri možnosti „vhodné priestory a budovy“ nenastala diferenciácia odpovedí, všetky kategórie označili faktor prevažne za významný.

▪ *Infraštruktúrna sieť*

Rozdielne preferencie voči vybavenosti územia infraštruktúrou prejavujú podnikatelia z dedín a z veľkých miest $p = 0,000$ (p – hodnota predstavuje úroveň pravdepodobnosti, že rozdelenie odpovedí je náhodné). Vo veľkých mestách prikladajú kvalite infraštruktúry väčší význam. Podnikatelia vo veľkých sídlach majú k dispozícii rozsiahlejší trh, obsluhujú zákazníkov na veľkej ploche, a preto sú ich nároky na kvalitu a hustotu miestnych komunikácií vyššie. Tento predpoklad potvrdzujú aj preferencie respondentov pri faktore „dopravná dostupnosť“, pri ktorom sme opäť zaznamenali najvyššiu významnosť pri podnikateľoch z veľkých miest.

Tabuľka 5: Význam infraštruktúry pre podnikateľov z rozdielne veľkých obcí

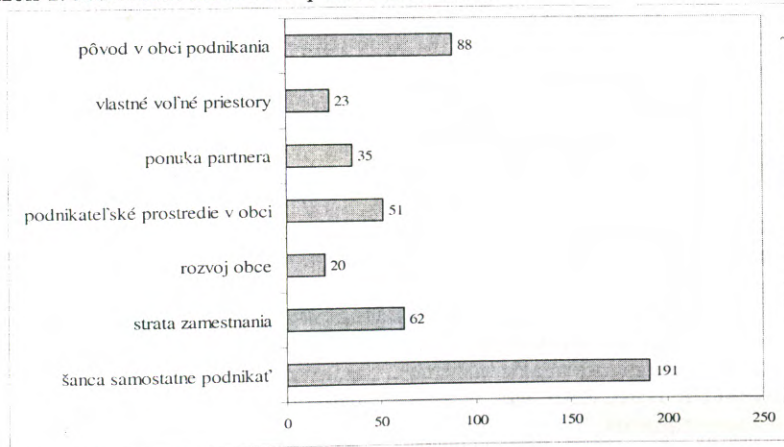
Počet obyvateľov obce	Počet odpovedí v % na uvedené možnosti		
	1 (bezvýznamná) + 2	3	4 + 5 (veľmi významná)
1 – 5 000 obyv.	50	21,9	28,1
5.000 – 20 000 obyv.	50	31,8	18,2
20 001 – 100 000 obyv.	21,2	33,3	45,5
Nad 100 001 tis.	21,3	25,5	53,2

▪ *Kúpyschopnosť obyvateľstva, veľkosť miestneho trhu, blízkosť veľkého mesta*

Štatisticky významnú diferenciaciu sme ešte zistili pri faktoroch „kúpyschopnosť obyvateľstva“, „veľkosť miestneho trhu“ a „blízkosť veľkého mesta“, ktoré za dôležitejšie považovali opäť podnikatelia z väčších miest. Malí podnikatelia z menších sídiel nepovažovali uvedené faktory za kľúčové pri svojej podnikateľskej činnosti, čo možno odvodit' od skutočnosti, že títo podnikatelia obsluhujú malý miestny trh a zákazníci sú z nižších príjmových skupín v porovnaní s mestami.

Lokalita a kvalita miestneho podnikateľského prostredia zohráva úlohu aj ako motivačný faktor pri rozhodovaní o založení nového podniku. Tejto téme bola venovaná ďalšia otázka o **osobnej motivácii podnikat' v obci**? Aj keď rozhodnutie podnikateľov najviac ovplyvnili sociálne faktory ako „šanca samostatne podnikat'" a „strata zamestnania“, za veľmi dôležité označili respondenti aj lokalizačné predpoklady. Až 88 respondentov označilo dôvod, že „pochádzajú z obce, v ktorej podnikajú“ a tým môžu mať firmu v mieste bydliska, za motiváciu pre podnikanie. 51 respondentov vyzdvihlo ako motivačný faktor „dobré podnikateľské prostredie v obci“, 20 respondentov „dynamický rozvoj obce“.

Obrázok 1: Motivácia na začatie podnikania v obci



5. Význam lokálních faktorů v rozvoji malého podnikání

Podnikatelův sme sa v nasledujúcich otázkach pýtali na ich **očekávania do budúcnosti**, či predpokladajú rozvoj, útlm alebo stagnáciu a ktoré faktory podľa nich najviac ovplyvnia budúcnosť ich firmy. Väčšina respondentov prejavila optimizmus 62 % predpokladá v najbližších rokoch **expanziu firmy** (zvyšovanie zisku, rast počtu zamestnancov) 30,8 % predpokladá **zotrvanie na súčasnej pozícii** a len 7,8 % vidí svoju budúcnosť pesimisticky a očakáva **útlm podnikateľskej činnosti**.

Zaujímalo nás, či existujú rozdiely v očakávaniach respondentov podľa regiónov, veľkosti sídla a veľkosti firmy. Opäť sme využili χ^2 - test nezávislosti, pričom aby sme splnili podmienku teoretických početností väčších ako 5, sledovali sme odpovede, ktoré očakávajú expanziu a ostatné. Nulovú hypotézu: *V nami sledovanej vzorke neexistujú závislosti v očakávaní podnikateľov ohľadom ich podnikateľskej budúcnosti podľa regiónu, veľkosti sídla a veľkosti firmy*, sme testovali na hladine významnosti 0,05 oproti alternatívnej hypotéze: *Závislosti existujú*. Testom sa nám podarilo zamietnuť nulovú hypotézu v dvoch prípadoch - podľa regiónov a podľa veľkosti firmy.

▪ Očakávania podnikateľov podľa regiónov

Podľa regiónov na úrovni NUTS 2 (pozri Tab.1) , z ktorých podnikatelia pochádzajú, sa líšili ich očakávania do budúcnosti. 50% respondentov z východného Slovenska a tiež 50 % respondentov zo stredného Slovenska síce predpokladá rast podniku, ale druhá polovica respondentov z oboch regiónov pozitívny vývoj neočakáva. Iná situácia nastala v odpovediach podnikateľov zo západného Slovenska a z Bratislavského regiónu, ktorí sú vo svojich očakávaniach výrazne optimistickjší. Až 87 % zo západného Slovenska a 94 % z Bratislavského regiónu očakáva expanziu svojho podnikania. Optimizmus podnikateľov zo západného Slovenska môžeme vysvetliť vyššou ekonomickou úrovňou týchto regiónov v porovnaní s východným a stredným Slovenskom, ktoré dlhodobo zaostáva v ekonomickom a sociálnom rozvoji.

▪ Očakávania podnikateľov podľa veľkosti sídiel

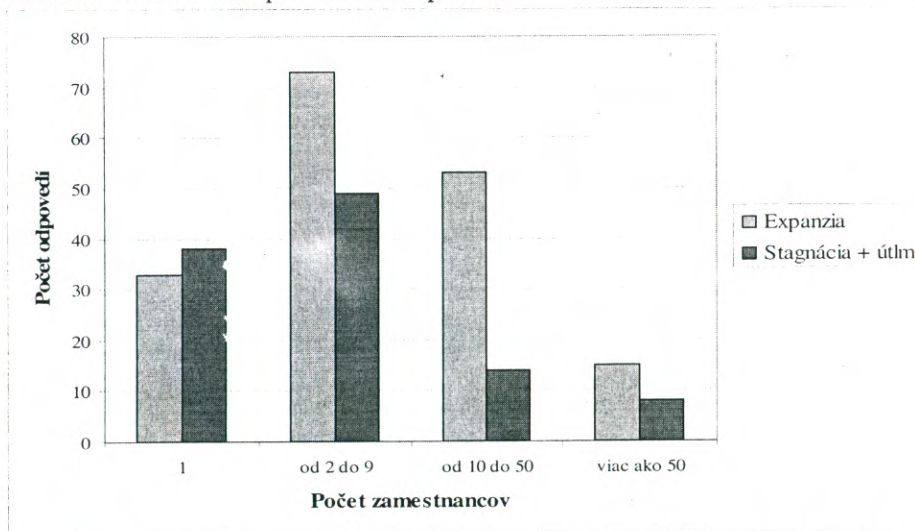
V tomto prípade sa nám nepodarilo zamietnuť nulovú hypotézu, keďže test vyjadril $p = 0,259$, čo je viac ako určená hladina významnosti. Rozdiely v odpovediach respondentov sa neprejavili.

▪ Očakávania podnikateľov podľa počtu zamestnancov firmy

Pomocou χ^2 - testu nezávislosti sme zistili rozdielne očakávania mikropodnikov, malých podnikov a stredných podnikov (pozri Tab. 3) $p = 0,001$. Najpesimistickjšie reagovali najmenší podnikatelia – samozamestnávateľia, ktorí skôr očakávajú stagnáciu alebo útlm podnikania. Optimistickjšie sa vyjadrila najväčšia vzorka respondentov – mikropodnikatelia, ktorí sa priklonili k pozitívnej odpovedi. Ešte lepší vývoj očakávajú malé a stredné podniky s väčším počtom zamestnancov.

Väčšie podniky sú stabilnejšie a menej podliehajú konjunkturálnym výkyvom ako aj vývoju na dynamicky sa meniacom miestnom trhu. Mikropodniky s malým počtom zamestnancov sú charakteristické rýchlym vznikom a zánikom, čo odrzkadľujú aj očakávania našich respondentov.

Obrázok 2: Očakávania podľa veľkosti podniku



Respondentov sme sa pýtali na faktory, ktoré ovplyvnia ich pozitívny resp. negatívny vývoj v budúcnosti. Mohli si vybrať z ponúknutých faktorov vo viacnásobných otázkach príp. vypísať iný špecifický faktor vplyvu. Očakávania rozvoja podnikania zdôvodňovali respondenti najčastejšie rozvojom miestneho trhu a zvyšovaním kúpyschopnosti obyvateľstva, ktorá súvisí s makroekonomickým vývojom v krajine. Očakávania útlmu činnosti vychádzali z rastúcej konkurencie, stále nízkej kúpyschopnosti zákazníkov a z nástupu zahraničných obchodných reťazcov, ktoré vlastne predstavujú tiež formu konkurencie.

Tabuľka 6: Porovnanie faktorov, ktoré ovplyvnia expanziu alebo útlm firmy v budúcnosti

Poradie	Faktor expanzie firmy	Počet respondentov	Faktor útlmu firmy	Počet respondentov
1	Rozvoj miestneho trhu	117	Silná konkurencia v obci	53
2	Iné (uviedli napr. vstup SR do EÚ)	42	Nedostatočná kúpyschopnosť obyvateľstva	42
3	Rastúca kúpyschopnosť obyvateľstva	38	Rozvoj veľkých obchodných reťazcov	20

4	Získanie dodatočných zdrojov (napr. úver)	33	Pomalý rozvoj miestneho trhu	14
5	Malá konkurencia	31	Celkové obmedzenie podn. činnosti	14
6	Vstup investora	18	Iné	8
7	Spojenie s inou firmou	15	Presun podnikania mimo obce	4

V súčasnom trhovom prostredí, kedy vzhľadom na globalizačné a integračné procesy silnie konkurencia vo všetkých sférach ekonomiky, má výrazný vplyv na úspech firmy komunikácia so zákazníkom a marketing. Preto sme zaradili do dotazníka aj otázku, akú **formu propagácie** realizujú malí podnikatelia a či využívajú aj lokálne komunikačné médiá (napr. webová stránka obce, lokálne noviny, lokálna televízia). Malí podnikatelia najčastejšie označili osobný kontakt (205 – krát). To môžeme interpretovať v súvislosti s typickým znakom malého podnikania, ktoré je veľmi osobné, keďže podnikateľ sa väčšinou stretáva tvárou v tvár so zákazníkom, a tak sa uskutočňuje obchodná transakcia. Ďalej respondenti označili štandardné formy propagácie – reklamná tabuľa pri vstupe, vlastná webová stránka a letáky. Málo respondentov využilo miestne médiá, len 18 inzerovalo na webovej stránke obce a len 16 v lokálnej televízii. Respondenti v pomerne veľkom počte využili printové médiá, pričom viac lokálne (lokálne noviny) ako celoštátne. V lokálnych novinách inzerovalo až 90 podnikateľov, v celoštátnych 23, čo súvisí so zacielením malých podnikateľov na lokálny trh, odkiaľ pochádza väčšina ich zákazníkov a zamestnancov. Prírodzene úlohu môže zohrávať aj cena za inzerciu, ktorá je mnohonásobne vyššia v celoštátnych médiách.

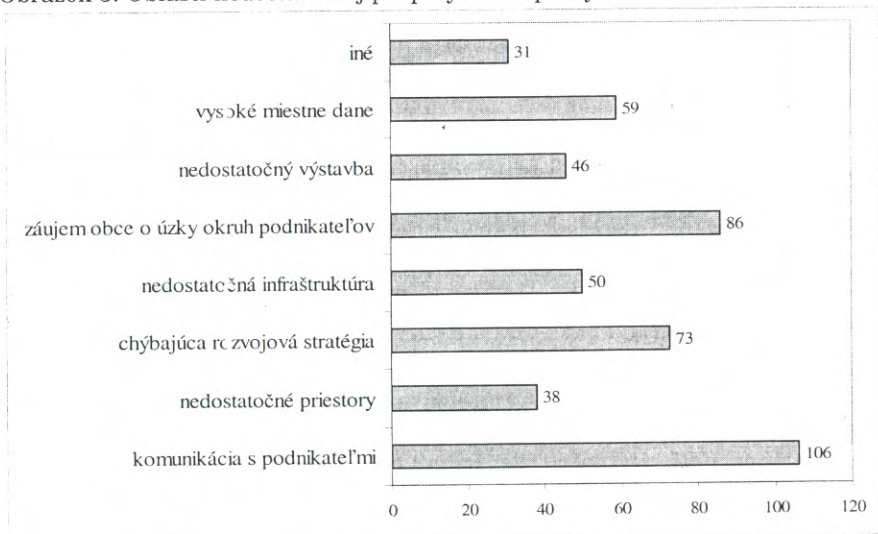
6. Vplyv lokálnej verejnej správy na podnikateľské prostredie

V rámci prieskumu podnikatelia odpovedali na otázky, ktorých zámerom bola analýza vzťahov medzi podnikateľmi a orgánmi verejnej správy v príslušnej obci. Na otázku: „**Vytvára obec vhodné podmienky na podnikateľskú činnosť?**“ mierna väčšina respondentov – takmer 55 % odpovedala, že *áno*, 43 % vyjadriло nespokojnosť a 2% odpovedalo *nie*. Tento výsledok bol porovnateľný s výsledkami z prvého kola prieskumu v roku 2004. Vzhľadom na veľké množstvo negatívnych odpovedí možno predpokladať, že podnikatelia si uvedomujú zodpovednosť samosprávy za komplexný rozvoj územia a jej súčasné aktivity vnímajú ako nedostatočné.

Ďalšia otázka rozvíja túto problematiku - **nedostatky v podpore podnikania zo strany obce**. Respondenti mohli označiť aj viac odpovedí z 8 možností, vrátane možnosti „iné“, kde mohli napísať konkrétny nedostatok. Podnikatelia pocítovali najväčšie nedostatky „v komunikácii obce s podnikateľmi“, v tom, že obec prejavuje „záujem len o úzky okruh vybraných podnikateľov“ a že „chýba stratégia rozvoja podnikania“. Až ako štvrtý nedostatok vyčítali podnikatelia miestnej samosprávy „vysoké miestne dane a poplatky“, ďalej

„nedostatočnú infraštruktúru“, „nedostatočnú podporu výstavby“ a „chýbajúce podnikateľské priestory“.

Obrázok 3: Oblasť nedostatočnej podpory samosprávy



Na to nadväzovala otázka o návrhoch na zlepšenie spolupráce obce s podnikateľmi a vytvorenie vhodnejšieho podnikateľského prostredia. Uvedené možnosti mohli respondenti ohodnotiť podľa významnosti na škále od 1 do 5, pričom „1“ znamenalo „málo významný“ a „5“ „veľmi významný faktor“.

Keďže odpovede respondentov predstavovali nesymetrické rozdelenie, pri hodnotení otázky sme podobne ako pri otázke o faktoroch lokalizácie použili štatistický medián a štatistický priemer.

Tabuľka 7: Faktory zlepšenia lokálneho podnikateľského prostredia

Faktor podľa významnosti	Me-dián	Prie-mer	Najčastejšie označená známka
1. Podpora podnikania úľavami na miestnych daniach	5,00	4,08	5 (139 respondentov)
2. Zintenzívnenie komunikácie obce s podnikateľmi	4,00	3,81	5 (93 respondentov)
3. Zlepšiť informovanosť o možnostiach podnikania	3,00	3,52	3 (84 respondentov, ale spolu 114 respondentov označilo 4 a 5)
4. Priama finančná podpora z rozpočtu mesta	3,00	3,35	5 (73 respondentov)
5. Vytvorenie priemyselného parku	3,00	3,26	5 (80 respondentov)

6. Poskytnutie vhodných obecných pozemkov a budov na podnikateľské účely	3,00	3,24	3 (65 respondentov, spolu označilo 4 a 5 111 respondentov)
7. Riešenie dopravnej situácie v obci	3,00	3,10	5 (60 respondentov)
8. Zintenzívniť prácu obecnej podnikateľskej komisie	3,00	3,09	3 (87 respondentov)
9. Vytvoriť spoločný subjekt na báze partnerstva	2,00	2,53	1 a rovnako 2 (po 65 respondentov)

Napriek tomu, že respondenti nepovažovali výšku miestnych daní za najväčší nedostatok, vidia v tomto finančnom nástroji komunálnej politiky potenciál na zlepšenie podnikateľského prostredia v obci. Tento výsledok prieskumu korešponduje aj so závermi projektu Podnikateľskej aliancie Slovenska: Mapovanie regionálnych podmienok na podnikanie, ktorý označil tému miestnych daní za najdiskutovanejší problém vo vzťahu podnikateľa a samosprávy. Na druhom mieste podnikatelia prejavili dopyt po zlepšení informačných nástrojov komunálnej politiky – „zintenzívniť komunikáciu obce s podnikateľmi“, „poskytovať viac informácií o možnostiach podnikania a podpory na webovej stránke obce, v lokálnych médiách“. Na štvrtom mieste sa nachádzala „podpora prostredníctvom priamych finančných grantov z rozpočtu obce“, teda opäť žiadosť o využitie finančného nástroja. Ďalej žiadali respondenti posilniť infraštruktúrne nástroje, „urýchlene riešiť dopravnú situáciu v obci/meste, vytvoriť priemyselný park“. Naši respondenti neprejavili záujem vstupovať do projektov súkromno – verejného partnerstva a zabezpečovať verejné služby prostredníctvom spoločného subjektu. Taktiež vyjadrili slabú dôveru voči poradným orgánom miestnej samosprávy napr. podnikateľským komisiám, keďže zintenzívnenie jej činnosti neviazali so zlepšením podnikateľského prostredia v obci. Podobné názory sme zaznamenali aj v ďalších otázkach, ktoré smerovali ku konkrétnej forme spolupráce podnikateľov a verejnej správy. Vyhodnotenie týchto otázok, ktoré nie je predmetom článku, však prinieslo niekoľko povšimnutiahodných informácií: dopytovatelia majú podnikatelia sa len vo veľmi malej miere angažovali v profesijných združeniach a v organizáciách alebo komisiách na podporu miestneho rozvoja. Takmer tretina však spolupracovala s rôznymi strednými školami napr. umožnili študentom prax alebo poskytli sponzorstvo.

7. Závěry

Prieskum s názvom „Podnikatelia a verejná správa“, ktorý v rokoch 2004 – 2006 uskutočnila Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja na Ekonomickej univerzite v Bratislave nesplňa kritéria kladené na reprezentatívny prieskum, napriek tomu získané výsledky ponúkajú zaujímavý pohľad na málo skúmanú kategóriu podnikateľov – malé podniky a na ich väzby k lokalite, v ktorej pôsobia. Odpovede 290 oslovených malých podnikateľov v druhej fáze prieskumu potvrdili, že majú podnikatelia vnímať ako dôležitý vplyv miestnej verejnej správy na lokálny ekonomický rozvoj. Podnikatelia považujú za rozhodujúce faktory pre lokalizáciu svojho podnikania komplexné vybavenie lokality infraštruktúrou,

kvalifikovanou pracovnou silou a prirodzene posudzujú charakter miestneho trhu – konkurenciu, kúpyschopnosť obyvateľstva atď. Dopravná infraštruktúra a veľkosť miestneho trhu zohráva väčší význam u malých podnikateľov z veľkých miest.

Na základe odpovedí respondentov podnikatelia očakávajú do budúcnosti skôr rozvoj svojej činnosti, pričom optimistickejší sú podnikatelia z ekonomicky vyspelejšieho západného Slovenska a majitelia firiem s väčším počtom zamestnancov. Práve rozvoj miestneho trhu považujú podnikatelia za faktor, ktorý môže významne ovplyvniť ich budúci vývoj. Vo vzťahu podnikateľov k verejnej správe cítia podnikatelia nedostatky najmä v komunikácii inštitúcií miestnej verejnej správy s ich predstaviteľmi. Pritom podnikatelia prejavili len malý záujem ovplyvňovať rozhodnutia miestnej samosprávy napr. aktívnou účasťou v miestnych rozvojových združeniach alebo v poradných orgánoch samosprávy. Podnikatelia sú tiež málo združovaní do profesijných združení a komôr, oproti bežnej praxe v západných európskych krajinách. Ako zdruzenie by sa viac „zviditeľnili“ pre predstaviteľov miestnej samosprávy a mali i väčšie šance ovplyvňovať miestny rozvoj.

Výskum poukázal na potenciál a potrebu miestnej samosprávy viac vplývať na rozvoj podnikateľského prostredia v obci, a tým motivovať podnikateľov k intenzívnejšej spolupráci s verejným sektorom.

Poznatky získané prieskumom sa môžu stať zdrojom inšpirácie pre predstaviteľov samosprávy pri spracovaní stratégie rozvoja v obciach a mestách na Slovensku, pri stimulovaní podnikania a podnikavosti, resp. pri ďalších rozhodovaniach o postupe v spolupráci a angažovaní podnikateľov do ekonomického rozvoja svojej územnej jednotky.

Literatúra:

- [1] Worldbank website, 20.6.2006 <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/TC-PICS/EXTURBANDEVELOPMENT/EXTLED/0,,menuPK:341145~pagePK:149018~piP:149093~theSitePK:341139,00.html>.
- [2] WONG, C.: Determining factors for Local economic development: The Perception of Practitioners in the North West and Eastern Regions of the UK, *Regional Studies*, Vol. 32.8. pp. 707 – 720, 1998 Regional Studies Association.
- [3] Mapovanie regionálnych podmienok pre podnikanie, štúdia. Podnikateľská alianci Slovenska. Bratislava 2005.
- [4] MAIER, G., TÖDLING, F.: Regionálna a urbanistická ekonomika. Elita Bratislava 1992, str. 108.
- [5] Stav Malých a stredných podnikov 2005, studia. NADSME Bratislava 2006 http://www.nadsme.proxia.sk/mediafiles//Publikacie/StavMSP_2005_final.pdf.
- [6] Definícia malých a stredných podnikov z nariadenia 2003/361/EC z 1.1. 2005, ktorá rozlišuje mikropodniky (0 – 9 zamestnancov), malé podniky (10 – 49 zamestnancov) a stredné podniky (50 – 249 zamestnancov).

- [7] HUDEC, O. – SISÁKOVÁ, J. – TARTANOVÁ, A. – ŽELINSKÝ, T.: Štatistické metódy v ekonomických vedách. Technická univerzita. Košice 2007, s. 161.
- [8] HUDEC, O.: Pravdepodobnosť a indukčná štatistika. Technická univerzita. Košice 2004, s. 170.
- [9] Výsledky prieskumu Katedry verejnej správy a regionálneho rozvoja z 290 dotazníkov. Národohospodárska fakulta. Ekonomická univerzita. Bratislava 2006.