

VÝZNAM LOKÁLNYCH FAKTOROV V ROZVOJI MALÉHO PODNIKANIA

doc. Ing. Žárska Elena, CSc., Ing. Miriam Šebová,
Ekonomická univerzita v Bratislave, Národohospodárska fakulta
Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja,
Dolnozemska cesta 1, 852 19 Bratislava
E-mail: zarska@euba.sk, miriam.sebova@tuke.sk

ABSTRAKT

Malé podniky zohrávajú dôležitú úlohu v miestnej ekonomike vzhľadom na ich závislosť voči lokalite, v ktorej pôsobia a úzkeho napojenia na miestny trh. Vzhľadom na nízku možnosť mobility citlivo reagujú na zmeny v kvalite podnikateľského prostredia, ktorá sa líši v regiónoch a obciach SR. Reforma verejnej správy presunula zodpovednosť za lokálny ekonomický rozvoj na samosprávu a rozšírila komplex jej nástrojov na ovplyvňovanie podnikateľskej aktivity. Článok analyzuje čiastkové výsledky dotazníkového prieskumu zameraného na význam lokálnych špecifik v rozvoji malého podnikania, na postoje podnikateľov voči verejnej správe a na možnosti ich ďalšieho rozvoja vo vybraných regiónoch Slovenska.

KEÚČOVÉ SLOVÁ

Verejná správa, lokalizácia, malé podnikanie, regióny

1. Úvod

Celkové podnikateľské prostredie na Slovensku sa podľa zahraničných¹ i domácich monitoríngov každoročne stáva priaznivejším pre rozvoj nových aj existujúcich podnikov, stále však pretrvávajú výrazné rozdiely v jeho parametroch na úrovni regiónov a obcí. [2] 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 regiónmi. Regionálny index obsahoval hodnotenie štyroch oblastí – ekonomická aktivita,

infraštruktúra, ľudské zdroje a verejná správa. Najvyššiu hodnotu indexu dosiahol prirodzene ekonomicky najvyspelejší Bratislavský samosprávny kraj – 145,99 a najnižšiu Košický samosprávny kraj 64,89 bodov.

Práve miestna verejná správa sa na základe procesov decentralizácie a dekoncentrácie v rámci reformy verejnej správy stáva dôležitým aktérom vytvárania pozitívnych impulzov pre rozvoj podnikania v území, keďže územnej 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. [3] „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).“ Malý podnikateľ si za lokalitu svojho podniku prirodzene volí miesto, čo najbližšie k svojmu bydlisku. V prípade nevyhovujúcich lokálnych podmienok na podnikanie, má veľmi obmedzené možnosti na zmenu miesta podnikania.

2. Charakteristika prieskumu

V súvislosti s rozšírením nástrojov samosprávy a s naviazaním malých podnikateľov na lokalitu ich podnikania realizuje Katedra verejnej správy a regionálneho rozvoja na Národohospodárskej fakulte Ekonomickej univerzity v Bratislave prieskum so zámerom získať informácie o vzťahu podnikateľov k lokalite. [4] Prvá etapa dotazníkového prieskumu sa uskutočnila v roku 2004 v rámci ŠPVaV MŠ SR „Analýza podnikateľského prostredia a bariér absorpčnej schopnosti regiónov“ a zúčastnilo sa jej

¹ [1] Svetové ekonomické fórum každoročne zostavuje Správu o globálnej konkurencieschopnosti a v rámci nej rebríček konkurencieschopnosti podnikov, kde zoraďuje krajiny podľa ich aktuálnej ekonomickej situácie a kvality podnikateľského prostredia. Slovensko obsadilo v hodnotení 2005 – 2006 39. miesto zo 116 krajín.

144 respondentov z celého Slovenska. V druhej etape prieskumu v roku 2006 bolo vyhodnotených 83 dotazníkov, pričom respondenti pochádzali prevažne zo západného Slovenska a to najmä z Bratislavského regiónu. V súčasnej etape prieskumu dopĺňujeme respondentov z východného Slovenska. V článku predstavíme výsledky druhej etapy prieskumu.

For the body of your document, use Times New Roman font, 10-point type size, single-spaced. The whole document should be fully justified (not only left-justified). Headings should be 12-point, upper- and lower-case, bold. Subheadings should be 10-point upper- and lower-case.

Tab.1. Respondenti z roku 2004

NUTS II	Počet respondentov	% respondentov
Bratislavská kraj	34	23,6
Západné Slovensko	38	26,4
Stredné a východné Slovensko	36	25,0
Východné Slovensko	36	25,0
Spolu	144	100

Tab.2. Respondenti z roku 2006

NUTS II	Počet respondentov	% respondentov
Bratislavská kraj	50	60,2
Západné Slovensko	27	32,5
Stredné a východné Slovensko	5	6,0
Východné Slovensko	1	1,2
Spolu	83	100

Väčšina opýtaných firiem vznikla po roku 1992 (74), z toho až 31 firiem po roku 2000. Podľa právnej formy 29 respondentov podnikalo na základe živnostenského oprávnenia, 45 ako spoločnosť s ručením obmedzeným a 9 podnikateľov prevádzkovalo akciovú spoločnosť. Tretina firiem realizuje svoju podnikateľskú činnosť v obchodných službách, 15 % v stavebníctve, takmer 10 % v priemyselnej výrobe, v informačných systémoch a.i. V prieskume boli v najväčšej miere zastúpení malí podnikatelia do 50 zamestnancov².

Tab.3. Respondenti podľa počtu zamestnancov

Počet zamestnancov	% respondentov
Mikropodniky (1 – 9)	57,9
Malé podniky (10 – 49)	26,5
Stredné (nad 50)	15,6

V prieskume sme sa pýtali na zamestnávanie rodinných príslušníkov, čo potvrdilo 18 podnikateľov, ktorí spolu zamestnávali 37 osôb z blízkej rodiny. Tým je možné prispieť k potvrdeniu charakteru malého podnikania ako rodinného podnikania.

3. Vzťah podnikateľov k lokalite

Väzby podnikateľov k lokalite sme skúmali prostredníctvom otázok, týkajúcich sa miesta bydliska zamestnancov a zákazníkov príslušnej firmy. Podnikatelia najčastejšie označili možnosť, že ich zamestnanci/zákazníci pochádzajú najmä „z obce/mesta ich pôsobenia“, čo dokumentuje úzke napojenie malých podnikov na lokálny trh Graf 1.

Respondenti mali tiež k dispozícii otázku „*Ktoré faktory ovplyvnili vaše rozhodnutie podnikat' v obci/meste?*“ Otázku mohli ohodnotiť bodmi od 1 – 5, pričom 5 predstavovalo najvyššie bodové hodnotenie. Spomedzi ponúknutých možností najvyššiu známku (až 33 respondentov mu pridelilo hodnotu 5) dosiahol faktor „vhodné priestory a budovy“, ďalej „blízkosť Bratislavy (veľkého) mesta (26 krát 5 bodov), „veľkosť miestneho trhu“ (26 krát 5 bodov), „dopravná dostupnosť (19 krát 5 bodov), za nimi nasledovali „infraštruktúrna sieť“, kvalifikovaná pracovná sila, zánik bývalého podniku a.i. Uvedené lokalizačné preferencie respondentov úzko súvisia s orientáciou prieskumu na podnikateľov prevažne v Bratislavskom regióne. Región disponuje veľkým miestnym trhom, dobrou infraštruktúrou, kvalifikovanou pracovnou silou. Na druhej strane naráža na nedostatok podnikateľských priestorov, čo sa prejavilo aj v prieskume. Predpokladáme, že vyhodnotenie dotazníkov z východného Slovenska môže ukázať posun v lokalizačných preferenciách podnikateľov.

Podnikateľov sme sa pýtali na ich zámery, či uvažujú nad dlhodobým podnikaním v príslušnej obci, meste. Až 84,3 % odpovedalo kladne a len 2,4% (2 podnikatelia) záporne, ostatní respondenti nevedeli

² [5] Definícia malých a stredných podnikov z nariadenia 2003/361/EC z 1.1. 2005 rozlišuje mikropodniky (0 – 9

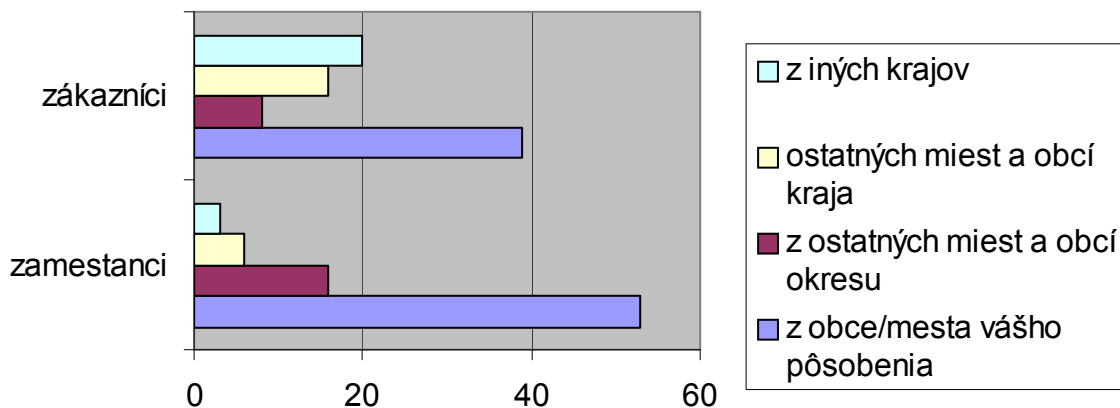
zamestnancov), malé podniky (10 – 49 zamestnancov) a stredné podniky (50 – 249 zamestnancov).

špecifikovať dlhodobý vývoj firmy vo vzťahu k lokalite.

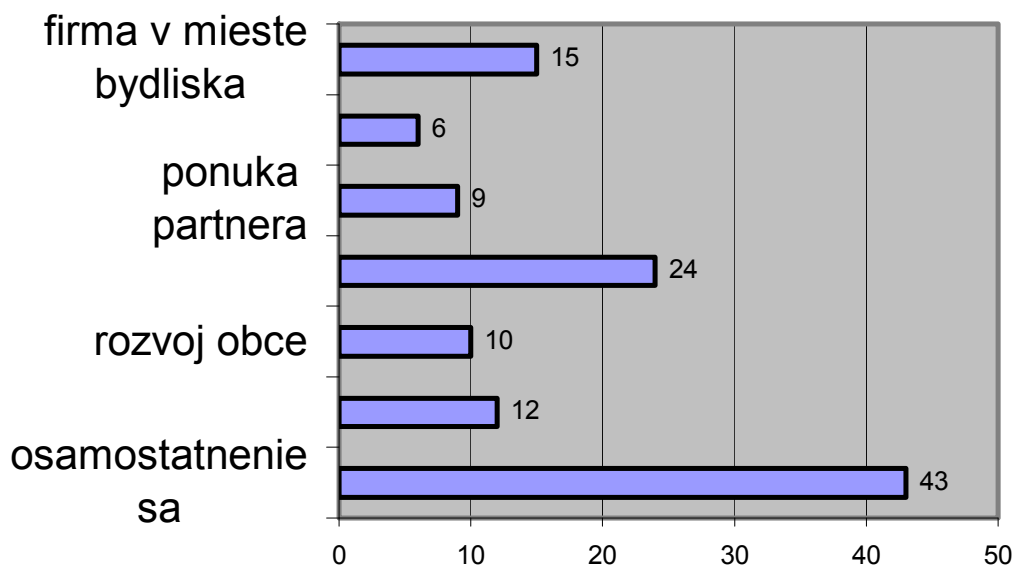
Lokalita a kvalita miestneho podnikateľského prostredia zohráva úlohu aj ako motivačný faktor pri rozhodovaní o založení nového podniku. Aj keď rozhodnutie podnikateľov najviac ovplyvnili sociálne faktory ako „šanca samostatne podnikat“ „strata

zamestnania“, za dôležité označili respondenti aj lokalizačné predpoklady. Až 24 respondentov označilo „dobré podnikateľské prostredie v obci/meste“ za ich osobnú motiváciu na podnikanie, 10 označilo „dynamický rozvoj obce“ a 15 skutočnosť, že môžu mať „firmu v mieste bydliska“ Graf č.2.

Graf 1. Väzba podnikateľa k lokalite



Graf 2. Motivácia pre podnikanie



4. Rozvojové možnosti firiem

Väčšina opýtaných podnikateľov reagovala na otázky týkajúce sa rozvoja firmy optimisticky. Skoro 40% očakáva, že počet jej zamestnancov v budúcnosti narastie, 55 % myslí, že ostane stabilný. 63 podnikateľov predpokladá, že ich zisk sa zvýši, 39 označilo možnosť zvýšenia investícií a 20 zvyšovanie kvalifikácie zamestnancov. Možnosť útlmu činnosti uviedlo len 5 respondentov. Tento optimizmus podnikateľov spája s geografickou orientáciou výskumu do ekonomicky vyspelého Bratislavského regiónu. Za hlavnú príčinu očakávanej expanzie firiem respondenti označili „rozvoj miestneho trhu“ Graf č.3.

4. Spolupráca podnikateľov s verejným sektorom

V rámci prieskumu podnikatelia odpovedali na otázky, ktorých zámerom bolo analyzovať rozmer vzťahov medzi podnikateľmi a orgánmi verejnej správy v príslušnej obci/meste. Mierna väčšina respondentov – takmer 64 % mala kladnú skúsenosť v lokalite ich podnikania s orgánmi verejnej správy, takmer 38 % negatívnu. V porovnaní s výsledkami z prvého kola prieskumu, bol tento pomer viac v prospech verejnej správy. Vzhľadom na negatívne odpovede možno predpokladať, že podnikatelia si uvedomujú zodpovednosť samosprávy za komplexný rozvoj územia a jej súčasné aktivity vnímajú ako nedostatočné.

Za hlavné nedostatky v podpore podnikania zo strany obce/mesta považujú najmä „nedostatočnú komunikáciu s podnikateľmi“, „záujem mesta/obce len o úzky okruh podnikateľov“ a to, že v obciach absentujú rozvojové zámery podnikania Graf č.4.

Podnikatelia uviedli ako najdôležitejší nástroj na zlepšenie spolupráce samosprávy s podnikateľmi „podporu podnikania úľavami na dani z nehnuteľností, na miestnych daniach a nájomnom v obecných priestoroch a budovách“. Ponúknuté možnosti ohodnotili bodmi od 1 – 5 (5 – najvyššia bodová hodnota), vyhodnotenie tejto otázky sme zvolili podľa priemernej známky, akú daná odpoveď získala. Spomínaná možnosť dostala aj najviac 5 – bodových preferencií, spolu až 43 respondentov ju označilo najvyššou hodnotou. Podobný výsledok sme zaznamenali v prvom kole dotazníkového prieskumu a korešponduje aj zo závermi projektu Podnikateľskej aliancie Slovenska - Mapovanie regionálnych podmienok na podnikanie, ktorý označil tému miestnych daní za najdiskutovanejší problém vo

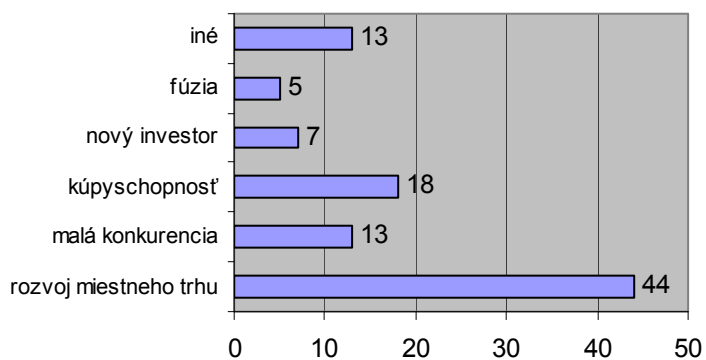
vzťahu podnikateľa a samosprávy. Na druhom mieste podnikatelia prejavili dopyt po zlepšení informačných nástrojov komunálnej politiky – „zintenzívniť komunikáciu obce/ mesta s podnikateľmi“, „poskytovať viac informácií o možnostiach podnikania a podpory na webovej stránke obce/mesta, v lokálnych médiách“. Na treťom mieste žiadali respondenti posilniť nástroje infraštruktúrne „urýchlene riešiť dopravnú situáciu v obci/meste“, vytvoriť priemyselný park“. Až medzi troma poslednými požiadavkami sa nachádza „podpora prostredníctvom priamych finančných grantov z rozpočtu obce/mesta“ Graf č.5.

Dotazníky tiež preverovali angažovanie podnikateľov v záujmových spolkoch, združeníach a profesijných komorách. Z opýtaných 83 respondentov sa len 21 prihlásilo k členstvu v nejakej stavovskej organizácii, z nich išlo najmä o väčšie firmy, ktoré spolupracujú s obchodnou a priemyselnou komorou. Napriek málo skúsenostiam si väčšina respondentov myslí, že profesijné združenia sú nápomocné podnikaniu (54 %), 42 % uviedlo, že ich nepovažuje za prospešné. Na Slovensku pretrváva nízka organizovanosť najmä malých podnikov do spoločných záujmových združení, na rozdiel napr. od Nemecka a Rakúska nemáme zakotvené v legislatíve len nepovinné členstvo v Slovenskej živnostenskej komore.

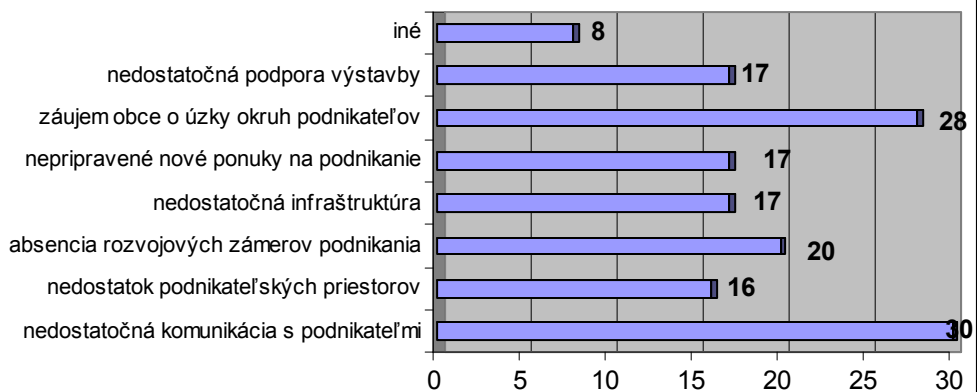
Pomerne priaznivé odpovede sme zaznamenali v otázke, či podnikatelia niekedy spolupracovali s nejakou strednou školou v obci/meste. Až 45% podnikateľov v minulosti mali nejakú spoločnú aktivitu so strednými školami, celkovo 20 % z opýtaných dokonca pravidelnú aktivitu a to najčastejšie vo forme umožnenia praxe študentov vo firme (21 odpovedí) a sponzorskej podpory (14 odpovedí).

Naopak veľmi málo opýtaných podnikateľov (celkovo 4) sa angažovalo v poradných orgánoch a komisiách na podporu regionálneho rozvoja, ktoré sa utvárajú pri Obecných/ Mestských zastupiteľstvách.

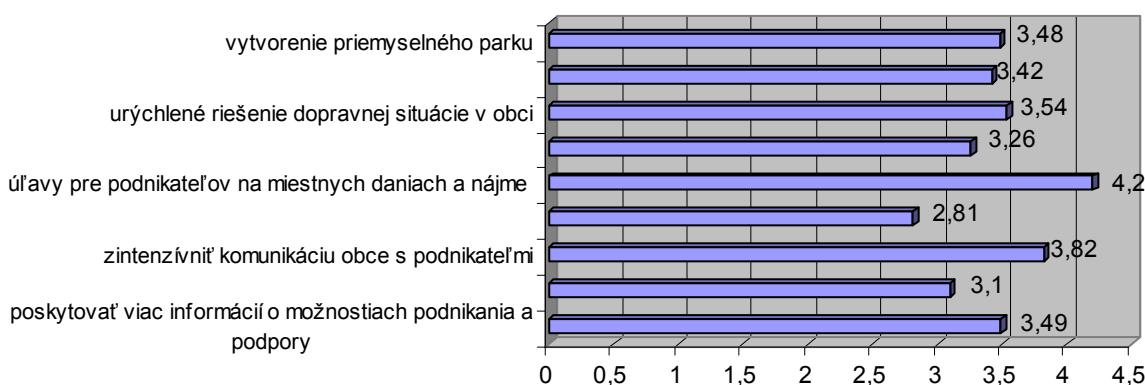
Graf 3. Čo bude príčinou expanzie vašej firmy?



Graf 4. Aké sú najväčšie nedostatky v podpore podnikania zo strany obce/mesta?



Graf 5. Čo navrhujete na zlepšenie spolupráce obce/mesta s podnikateľmi a na vytvorenie vhodnejšieho podnikateľského prostredia?



5. Závery

Predstavený prieskum nespĺňa nároky kladené na reprezentatívne prieskumy a preto jeho vypovedacia hodnota je limitovaná. Zároveň prieskum nie je ukončený a jeho súčasťou v budúcnosti sa stane porovnanie odpovedí respondentov v ekonomicky rôzne vyspelých regiónoch Západného a Východného Slovenska. Napriek tomu doteraz získané výsledky ponúkajú zaujímavý pohľad na málo skúmanú kategóriu podnikateľov – malé podniky a na ich väzby k lokalite, v ktorej pôsobia. Výskum potvrdil naviazanosť malých podnikateľov na lokalitu. Potvrdil tiež, že samospráva má potenciál viac vplývať na rozvoj podnikateľského prostredia v obci a to i snahou motivovať podnikateľov k intenzívnejšej spolupráci s verejným sektorom. Poznatky získané prieskumom sa môžu stať zdrojom inšpirácie pre predstaviteľov samosprávy pri spracovaní stratégie rozvoja podnikania v obciach a mestách na Slovensku.

- [1] Správa o globálnej konkurencieschopnosti za rok 2005-2006, Svetové ekonomické fórum a Podnikateľská aliancia Slovenska
- [2] Mapovanie regionálnych podmienok pre podnikanie, štúdia. Podnikateľská aliancia Slovenska. Bratislava 2005,
- [3] Maier, G. – Todtling, F.: Regionálna a urbanistická ekonomika – Teória lokalizácie a priestorová štruktúra, Elita 1997, ISBN 80-8044-044-1
- [4] Analýza podnikateľského prostredia a bariér absorpčnej schopnosti regiónu. ŠPVaV MŠ SR č.2003 SP 200280302 Ekonomická univerzita v Bratislave. Bratislava, str. 32 – 48
- [5] Nariadenie Európskej komisie č.2003/361/EC

Použité výsledky prieskumu Katedry verejnej správy a regionálneho rozvoja na základe 83 dotazníkov, Národohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave, Bratislava 2006.

References: