

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta  
Katedra aplikované matematiky a informatiky

Bakalářská práce

# Analýza lokalizačního rozhodování v rámci firmy v kraji Vysočina

Vypracovala: Sabina Krátká  
Vedoucí práce: Ing. Ilona Berková

České Budějovice 2021

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2018/2019

**ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**  
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Sabina KRÁTKÁ  
Osobní číslo: E17260  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku  
Téma práce: Analýza lokalizačního rozhodování v rámci firmy v kraji Vysočina  
Zadávací katedra: Katedra aplikované matematiky a informatiky

**Zásady pro vypracování**

Hlavním cílem práce bude nalezení a identifikování faktorů, které ovlivňují rozhodování o umístění společnosti v kraji Vysočina. Dílčím cílem práce bude identifikování faktorů, které firmám v dané lokalitě chybí či nejsou dostatečně rozvinuté. Pro naplnění cílů práce bude využito dotazníkové šetření.

Metodický postup:

1. Studium literatury.
2. Teoretická část:
  - a) Lokalizační teorie – vývoj, popis.
  - b) Lokalizační faktory – popis, vymezení nejdůležitějších faktorů dle jednotlivých autorů.
3. Metodologická část.
4. Praktická část.
  - a) Stručná charakteristika kraje Vysočina.
  - b) Zpracování a interpretace výsledků.
  - c) Zhodnocení nejdůležitějších lokalizačních faktorů v kraji Vysočina.
5. Závěr a doporučení firmám.

Rozsah pracovní zprávy: 40 – 50 stran

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam doporučené literatury:

1. Athiyaman, A. (2011). Location decision making: the case of retail service development in a closed population. *Academy of Marketing Studies Journal*, 15 (1), 87.
2. Čadil, J. (2010). *Regionální ekonomie: Teorie a aplikace*. Praha: C.H. Beck.
3. Černoch, J. (1992). *Vývoj lokalizačních teorií: Úvod do prostorové ekonomiky*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.
4. Damborský, M., & Wokoun, R. (2010). *Lokalizační faktory malého a středního podnikání a podmínkách ekonomiky ČR*. *Ekonomie a Management*, 2, s. 32-43, Liberec: TU.
5. Chan, Y. (2011). *Location Theory and Decision Analysis: Analytics of Spatial Information Technology*. Heidelberg: Springer.
6. Ježek, J. (2002). *Prostorová a regionální ekonomika*. Plzeň: Vydavatelství ZČU.
7. Stejskal, J., & Kovárník, J. (2012). *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál.

8. North, D. C. (1955). Location Theory and Regional Economic Growth. *Journal of Political Economy*, 63 (3), 243-258.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Ilona Berková**  
Katedra aplikované matematiky a informatiky


Datum zadání bakalářské práce: **15. ledna 2019**

Termín odevzdání bakalářské práce: **12. dubna 2020**

V Českých Budějovicích dne 15. března 2019

  
doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová  
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13 (24)  
370 05 České Budějovice

  
doc. RNDr. Jana Klicnarová, Ph.D.  
vedoucí katedry

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum:

Krátká Sabina

## **Poděkování**

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí bakalářské práce Ing. Iloně Berkové, za odborné vedení práce a její cenné rady, které mi pomohly práci zkompletovat, a hlavně za její čas a trpělivost při konzultacích. Také bych ráda poděkovala firmám, které byly ochotny obětovat pár minut svého času vyplněním dotazníku, bez nich by tato práce nemohla vzniknout. Nakonec bych ráda poděkovala i své rodině a příteli za jejich podporu po dobu celého studia.

## Obsah

1.	Úvod .....	8
2.	Teorie lokalizace .....	9
2.1.	Historický vývoj lokalizačních teorií .....	9
2.1.1.	Neoklasické a neoliberalní teorie regionálního rozvoje .....	9
2.1.2.	Keynesiánské období .....	12
2.1.3.	Strukturalistické přístupy .....	14
2.1.4.	Kritickorealistické přístupy .....	16
2.1.5.	Institucionální směry .....	18
2.2.	Lokalizační faktory .....	24
2.3.	Stručný popis kraje Vysočina.....	28
3.	Metodologie.....	31
3.1.	Vymezení lokalizačních faktorů pro vlastní průzkum .....	31
3.2.	Sběr dat.....	31
3.3.	Charakteristika dotazovaných firem .....	32
4.	Analýza získaných výsledků .....	37
4.1.	Dopravní náklady .....	37
4.2.	Náklady na pracovní sílu.....	39
4.3.	Blížkost zákaznické skupiny .....	40
4.4.	Osobní preference .....	41
4.5.	Geografická vzdálenost konkurence .....	43
4.6.	Geografická blízkost dodavatelů.....	44
4.7.	Dostupnost doplňkových služeb .....	45
4.8.	Možnost exkluzivního postavení na trhu .....	46
4.9.	Hospodářský růst regionu .....	47
4.10.	Dostupnost kapitálu.....	49
4.11.	Dostupnost technologií.....	50

4.12. Povaha pracovní síly .....	51
5. Závěr .....	53
6. Seznam použitých zdrojů .....	57
7. Seznam obrázků.....	61
8. Seznam grafů .....	61
9. Seznam příloh .....	61

## 1. Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou lokalizace podniků v kraji Vysočina, laicky řečeno důvodem, proč se firmy rozhodly podnikat právě na tomto území, jaké faktory je k tomu vedly a co může právě tento region podnikům nabídnout.

Už od pravěku platilo, že vhodné umístění vzhledem k potřebám přispívá k úspěchu. Nyní tomu u ekonomických subjektů není jinak. Podniky při svém zakládání hledají to „správné místo“, tj. místo, kde na firmu bude kladně působit řada faktorů jako např. dostatečná a kvalifikovaná pracovní síla, jejíž náklady budou přijatelné nebo dopravní náklady, které budou minimální díky dobré dopravní dostupnosti a stavu infrastruktury.

Přesně takovéto faktory mohou ovlivnit i ekonomické subjekty na Vysočině. Vysočina totiž disponuje velmi dobrým stavem silnic a je umístěna na páteřním spojení Berlín – Praha – Vídeň. Tento faktor by tak mohl mít rozhodující vliv u firem, které dováží nebo vyváží zboží do Rakouska nebo Německa. Vysočina má co nabídnout i u faktoru pracovní síly. Kraj sice nevyniká vysokým stupněm dosaženého vzdělání, ale disponuje velkým množstvím lidí s maturitním nebo výučním vzděláním. Právě tato okolnost by mohla vést ke zvýšenému umístění firem, které přesně takovéto zaměstnance požadují.

Cílem bakalářské práce je tedy zjistit, které lokalizační faktory nejvíce ovlivnily firmy na Vysočině. Toto zjišťování bude probíhat v podnicích sídlících v kraji Vysočina, a to za pomoci dotazníkového šetření.

Práce je rozdělena do tří částí. V první teoretické části jsou popsány nejvýznamnější dosud známé lokalizační teorie a z nich vyplývající lokalizační faktory. Tento úsek je završen stručnou charakteristikou kraje Vysočina, která zahrnuje geografický popis kraje a jeho ekonomickou a průmyslovou situaci. Druhá část se zabývá metodologií, kde jsou vymezeny lokalizační faktory, popsán sběr dat a na konci této části jsou charakterizovány dotazované firmy. Třetí část se zabývá vlastní výzkumnou činností, pro niž byl vytvořen dotazník zkoumající nejen lokalizační faktory, které na podniky působí, ale i velikost firmy a délku jejího podnikání. Tyto dodatečné informace mohou posloužit k upřesnění výsledků. V závěru práce jsou zmíněné dosažené poznatky a také porovnány lokalizační faktory a vybrány ty nejdůležitější.



## 2. Teorie lokalizace

V této kapitole budou popsány lokalizační teorie, jejich funkce a význam pro praxi. Následně bude vyobrazen historický vývoj lokalizačních teorií od první poloviny 19. stol. až do současnosti.

Každá lokalita (region) má určitý počet různých zdrojů a každá podnikatelská činnost má jiné potřeby. Lokalizační proces proto chápeme jako snahu o optimální umístění podniku na určitém území tak, aby na podnik působila kladně řada faktorů. Za základní cíl lokalizačních teorií lze tedy považovat nalezení a identifikování lokalizačních faktorů. Potřeby podniků se však v čase mohou měnit, a právě proto dochází ke změnám v umístění podniků. Pokud si subjekt špatně zvolí vhodné místo k podnikání, může se začít potýkat s velkými problémy, které mohou vést i k jeho ukončení (Damborský & Wokoun, 2010; Ježek, 2014).

### 2.1. Historický vývoj lokalizačních teorií

Lokalizačních teorií je celá řada. V této kapitole bude popsán historický vývoj těch nevýznamnějších.

#### 2.1.1. Neoklasické a neoliberalní teorie regionálního rozvoje

Za nejdůležitější období pro lokalizační teorii je považována 1. polovina 19. století, kdy byla snaha o objevení optimálního modelu pro umístění firem. Prvním ekonomem, který se lokalizací firem začal zabývat, byl Johann Heinrich von Thünen, ten přišel s lokalizační teorií zabývající se zemědělskou činností (Žítek, 2002).

Von Thünen vypracoval model pro zemědělské činnosti, kde se snaží objasnit využívání zemědělské krajiny, kdy jsou činnosti seskupeny v prstenci do zón okolo izolovaného města. Model funguje na snaze podniků koncentrovat se v určitých zónách kolem střediska. Čím dále se podniky od střediska nacházejí, tím méně se produkt vyplatí vyrábět (Krejčí a kol., 2010).

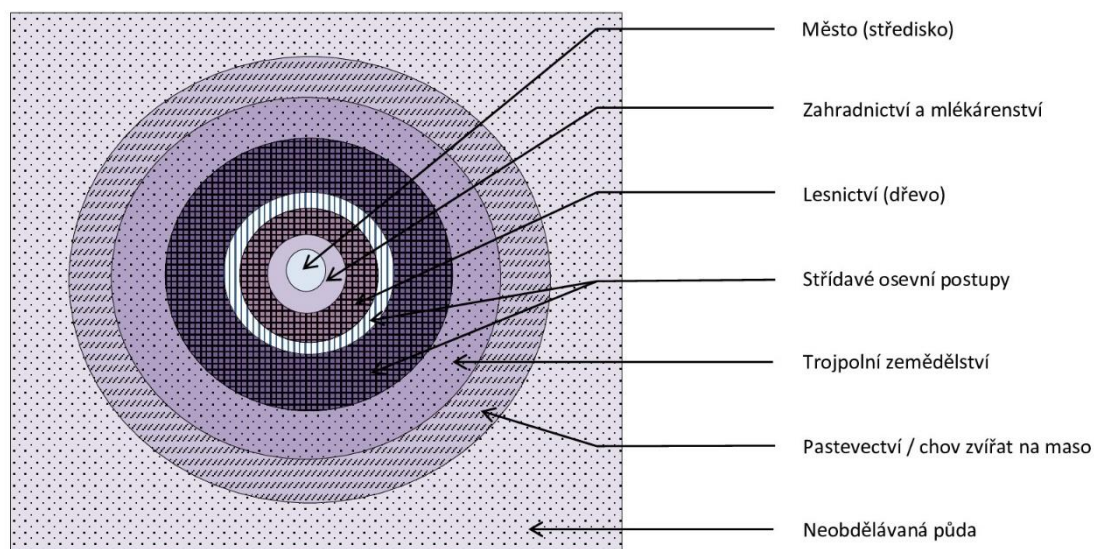
Von Thünenův model však není příliš realistický, a to především kvůli jeho velmi zjednodušeným předpokladům. Například Ivanička (1987) jako nejvýznamnější omezení uvádí to, že:

- náklady na dopravu jsou závislé pouze na vzdálenosti,
- přírodní podmínky pro zemědělství jsou všude stejné,

- zemědělské aktivity směřují pouze k jednomu centru či trhu a současně trh není zásobován z žádného jiného území,
- produkty jsou přepravovány nezpracované.

Obrázek číslo 1, který je zobrazen níže, znázorňuje graficky Von Thünenův model. Jsou zde detailně popsány zemědělské činnosti a jejich optimální umístění okolo města.

Obrázek 1: Von Thünenův model lokalizace zemědělských činností



Zdroj: vlastní návrh dle Ivanička, (1987)

S mnohem propracovanější teorií přišel ve 20. století německý ekonom Alfred Weber, jehož teorie se zabývá průmyslovou výrobou a stala se základem pro moderní lokalizační teorie (Čadil, 2010).

Weberův model se snaží o minimalizaci nákladů s důrazem na přepravní náklady a také doplňuje náklady na pracovní sílu a aglomerační výhody, které vyplývají z větší koncentrace podniků v lokalitě (Damborský & Wokoun, 2010; Blažek & Uhlíř, 2011).

Podle Webera je pro lokalitu průmyslových aktivit nejvhodnější to místo, které má nejmenší náklady, avšak nebere v potaz poptávku ani konkurenci (Damborský & Wokoun, 2010).

Ač je Weberova teorie velmi zdařilá, i na ní můžeme pozorovat značné zobecnění (např. u předpokladu dokonalé konkurence). Alfred Weber zaznamenal úspěch nejen při

sjednocení dosud vyslovených teorií<sup>1</sup>, ale také se podílel na identifikaci lokalizačních faktorů<sup>2</sup> (Žítek, 2002; Damborský & Wokoun 2010).

Dalším představitelem lokalizačních teorií byl americký statistik a ekonom Harold Hotelling, který v roce 1929 přišel s modelem, který v sobě nese makroekonomické stránky a pracuje i s konkurenčním prostředím. Díky těmto novým faktorům mohl Hotelling konstatovat, že každému podniku jde alespoň o malou územní nadvládu, a to tím, že své umístění volí strategicky podle konkurence. Hotelling také naznačuje, že pokud budou podniky ze stejného odvětví seskupeny dohromady, mohou dosáhnout vynikajícího výkonu. (Blažek & Uhlíř, 2011; Athiyman, 2011).

Další, kdo přišel s významnou teorií, byl německý geograf Walter Christaller. Ten v roce 1933 zformuloval teorii centrálních míst (dále označována jako TCM), která je považována za vrchol lokalizačních teorií. TCM se snaží o objasnění prostorové ekonomiky jako jednoho celku. Cílem TCM je vysvětlit lokalizaci a velikost měst v sídelním systému za předpokladu racionálního chování účastníků na straně nabídky a poptávky, a také homogenního prostoru. W. Christaller došel k závěru, že optimální prostorové rozložení měst je takové, které odpovídá síti pravidelných sousedících šestiúhelníků, které mají ve svých středech centrální místa. Šestiúhelníky byly zvoleny, díky ideálnímu rozdělení prostoru. Na rozdíl od kruhů, totiž vyplňují celý prostor, nezůstávají mezi nimi mezery a ani se nepřekrývají (Blažek & Uhlíř, 2011; Ježek, 2002).

TCM říká, že pokud středisko poskytuje více služeb, je také výše postaveno v hierarchii center. Tento předpoklad vychází z Christallerovi velmi zjednodušené domněnky, že každé středisko na vyšší úrovni, může dělat všechny funkce střediska níže hierarchicky postaveného (Blažek & Uhlíř, 2011).

Teorie centrálních míst byla velmi úspěšná a dočkala se četných modifikací. Asi nejvýznamnější rozpracování je přisuzováno Augustu Löschovi a jeho modelu tržních zón (Čadil, 2010).

Stejně jako TCM i Löschův model tržních zón předpokládá homogenní prostor a racionální chování aktérů na straně nabídky a poptávky. Účastníci se snaží o maximalizaci jejich užitku (zisku), a snaží se o monopolní postavení. Na rozdíl od TCM se však Lösch již nepřiklání ke zjednodušování jako u hierarchie středisek, že každé vyšší

---

<sup>1</sup> Tyto teorie se týkají W. Christallera, A. Lösche, W. Isarda – uvedeni níže

<sup>2</sup> Dále viz kapitola 3. Lokalizační faktory

středisko plní úlohu toho na nižší úrovni. Díky tomu se střediska mohla odlišit od jiných center a začít se specializovat (Blažek & Uhlíř, 2011; Čadil, 2010).

Lösch svůj model vytvořil podle modelu centrálních míst, který je založen na rozdělení podle šestiúhelníků do tržních zón. Lösch předpokládá, že v první fázi si firmy nebudou konkurovat, postupně však bude docházet k přibývání dalších výrobců a tržní zóny se budou překrývat, čímž začne docházet ke konkurenčním bojům (Čadil, 2010; Greenhut, 1987).

V Löschově modelu poptávané množství závisí na ceně zboží a vzdálenosti od místa produkce. A díky preferenci spotřebitelů, pořizovat statek co nejlevněji a vlivem dopravních nákladů, dochází k rozhodování spotřebitelů o tom, do které tržní zóny budou patřit (Čadil, 2010).

Walter Isard, zakladatel regionalistiky, navázal v 60. letech na práce Webera a Lösche, snažil se o propojení ekonomie, geografie a prostorového plánování. Jeho snahou bylo transformovat dosud hlavně popisnou regionální ekonomii na exaktní vědu. Isardovy práce měly velký vliv na jednu generaci geografů, a ač byly jeho práce silně kritizovány pro zjednodušování, v 90. letech 20. století došlo k oživení zájmu o Isardovo pojetí regionální vědy, a to ve formě tzv. nové ekonomické geografie. Nové ekonomické geografii se věnovali podporovatelé neoklasických myšlenek, s tím rozdílem, že již nepředpokládali dokonalou konkurenci a přikládali vliv technologickému pokroku na regionální rozvoj (Blažek & Uhlíř, 2011).

### 2.1.2. Keynesiánské období

Keynesiánská ekonomie vznikla jako reakce na hospodářskou krizi v 30. letech 20. století a můžeme ji považovat za protipól k neoklasickému období. Nejvýznamnějšími teoriemi tohoto období se stali: teorie exportní základny, teorie růstových pólů (center) a teorie kumulativních příčin (Krejčí a kol, 2012).

Hlavním představitelem významné teorie růstových pólů byl Francois Perroux. Perroux se zabýval hlavně otázkami růstu ekonomiky a tvrdil, že se hospodářský růst neprojevuje všude stejně. Podle Perrouxe je hospodářský růst podmíněn silnými hospodářskými jednotkami, které vykonávají svou činnost ve hnacích odvětvích, a ty představují póly růstu (Damborský & Wokoun, 2010; Perroux, 1961).

Na Perrouxovy teorie navázal J. R. Boudevillem, který přišel s teorií růstových center a růstových os. Za růstová centra tato teorie považuje vzájemně propojená odvětví,

jež jsou umístěna okolo hnacího odvětví. Jak Boudeville, tak Perroux považují za hlavní faktor regionálního růstu klíčová odvětví (Blažek & Uhlíř, 2011).

Teorie růstových center se stala v 50. a 60. letech 20. století základem pro opatření v rámci regionální politiky několika zemí. Za hnací (motorické) odvětví se považovala zejména chemie, automobilový průmysl nebo ocelářství. Tyto odvětví vykazovala nadprůměrný růst a měla takto hnát vývoj ekonomiky kupředu. Z tohoto důvodu byly nové závody z těchto odvětví zakládány v zaostávajících oblastech, aby zajistily regionální růst. Opatření však nepřinesla kýžené výsledky (Blažek & Uhlíř, 2011; Ježek, 2002).

Získané zkušenosti po aplikaci teorie růstových center však ukázaly, že zaostalé regiony nelze povzbudit pouze umístěním hnacích odvětví, ale je nutné změnit jak sociální, tak ekonomické prostředí regionu. Bez provedení této změny se většina předpokládaných efektů nedostaví, nebo se přesune do vyspělejších regionů (Blažek & Uhlíř, 2011).

Třetí významnou teorií tohoto období je teorie kumulativních příčin, se kterou přišel švédský ekonom a držitel Nobelovy ceny Gunnar Myrdal. Ten ve své teorii tvrdí, že změna nevyvolá reakci opačnou, nýbrž změny, které ji umocní (Blažek & Uhlíř, 2011). Jinými slovy *„když se po nějakém šoku celý systém uvede do pohybu, změny jednotlivých faktorů působí ve stejném směru“* (Myrdal, 1957 cit dle Blažek, 1999).

Další teorie, která se zabývá nestejným rozvojem je teorie nerovnoměrného rozvoje od amerického ekonoma Alberta Hirschmana, kde se věnuje možnostem rozvoje v rozvojových zemích nebo mechanismům ekonomického růstu, a to jak na meziregionální úrovni, tak i na mezinárodní (Blažek & Uhlíř, 2011; Hirschman, 1958).

Do keynesiánského období můžeme zařadit i ekonoma Johna Friedmanna, který jako první ve své práci „obecná teorie polarizovaného rozvoje“ (teorie jádro-periferie), použil pojem jádro-periferie. Jak název napovídá jedná se o vztah mezi centrem (jádrem) a periferií. Hlavním cílem Friedmannovy teorie je poukázání na nerovnosti v rozdělení moci a bohatství v ekonomice. Dále vyzvedává důležitost struktury vzájemných vztahů pro jádro. Za základní rozlišení jádra považuje míru autonomie, tedy závislost na jiných regionech a míru tvorby inovací (Friedmann, 1972; Ježek 2002).

Posledním autorem zabývajícím se rozvojem na regionální úrovni je Douglas C. North. North v padesátých letech 20. století přišel s teorií exportní základny,

ve které odmítá dosavadní teorie regionálního růstu, jelikož nevysvětlují příčiny změn a růstu a také proto, že neodpovídají historickému vývoji v USA a dalších zemích. Podle Northa se regiony nerozvíjely postupně pomocí dělby práce v regionu, ale na základě vnějšího impulzu. Podmínkou pro úspěšný rozvoj regionu je dle Northa schopnost vyrobit komoditu, kterou půjde úspěšně exportovat. North ve své práci také rozdělil ekonomiku do dvou hlavních odvětví. Prvním odvětvím je exportní (základní) sektor, kam spadají služby a zboží určené pro export. Druhým odvětvím je odvětví obslužné (doplňkové), které zabezpečuje plynulý chod exportního sektoru (Blažek & Uhlíř, 2011; North 1955).

### 2.1.3. Strukturalistické přístupy

Tento směr se prolínal prakticky celým 20. stoletím, zabýval se strukturami, které byly nositeli jevů. Díky studiu struktur bylo možné určit kvalitu jevů a faktorů, avšak strukturalismus nezohledňoval individualitu jedince. Původ strukturalistických přístupů lze hledat u K. Marxe, od konce 60. let min. století se marxističtí ekonomové snažili využívat strukturalismu k objasnění rozdílů mezi rozvojovými a vyspělými zeměmi. Nejvýznamnějšími představiteli toho období jsou Raymond Vernon, Michel Aglietta a Ann Roell Markusen (Krejčí a kol, 2012).

Raymond Vernon přišel s teorií výrobních cyklů, která je blízká teoriím ze skupiny jádro-periferie definované Johnem Friedmannem, viz výše. Vernon ve své práci vysvětluje metody, jak dochází k umístování výrobních závodů v regionech. Teorie výrobních cyklů říká, že pro každou fázi výrobku, kterou Vernon nadefinoval, mohou být vhodné jiné regiony. Neboť každý region může nabídnout jiné podmínky vhodné pro kvalitu výroby. Vernon fáze výrobního cyklu definoval takto:

- První fáze výrobku – počáteční fáze výrobku probíhá v nejvyspělejších regionech, a to z důvodu vysoké kvalifikace pracovníků a vyspělé technologie, na velkém trhu, který příznivě přijímá nové výrobky, produkt lze snadno modifikovat.
- Druhá fáze výrobku – výrobek se již prosadil na trhu, stále se zvyšuje objem výroby a produkt je vyvážen do jiných regionů, cena výrobku klesá.
- Třetí fáze – již standardizovaný výrobek dosáhl sériové výroby, výroba tak opouští vyspělé regiony a přesouvá se do méně vyspělých regionů s nižšími náklady na pracovní sílu (Blažek & Uhlíř, 2011).

I tato teorie měla své kritiky. Jedním z nich je například Ann Roell Markusen, americká ekonomka, která teorii výrobních cyklů kritizovala zejména pro zaměření na

objem výroby místo analýz motivace. Proto Markusen přišla se svou alternativou teorie ziskových cyklů. Cílem teorie je vysvětlit rozhodování firem a jejich prostorové chování v 70. letech. Teorie je založena na mínění, že zásadní vliv na regionální rozvoj mají firemní strategie. Dle Markusen se firmy rozhodují o svém umístění podle ziskovosti v různých regionech, dále se na rozhodování kromě jednotlivých fází ziskových cyklů podílí i možnost oligopolizace. Markusen uvádí pět základních fází ziskového cyklu (Blažek & Uhlíř, 2011; Markusen, 1985).

- Fáze nulových nebo záporných zisků – odpovídá vzniku odvětví, objem výroby je pouze malý, to s sebou přináší i nízký počet zaměstnanců, díky nízkému stupni mechanizace vyžaduje výroba manuálně zdatnou pracovní sílu, výroba je nejčastěji koncentrována do jedné lokality.
- Fáze superzisků – tato fáze je umožněna dočasnou monopolní pozicí, a to díky technické nebo inovační výhodě. Je kladen větší důraz na design výrobku a marketingové kampaně, zvyšuje se tak zaměstnanost v odvětví a dochází ke spolupracím mezi specializovanými firmami, které sídlí spíše ve velkých aglomeracích.
- Fáze normálních zisků – fáze kdy je snadný vstup do odvětví, roste počet konkurenčních firem, produkce stále roste, ale blíží se nasycení trhu. Díky velké konkurenci, dochází k cenové konkurenci a hledání úspor ve výrobě (např. levnější pracovní síla), a tak roste poptávka po dělnických profesích.
- Fáze normálních „plus“ nebo normálních „minus“ zisků – fáze po nasycení trhu, podpořit odvětví lze pomocí oligopolizace odvětví, čímž dojde ke zvýšení zisků, nebo ostrým konkurenčním bojem, který zisky sníží ještě více. Tato situace vede podniky k tlaku na vládu, aby jim poskytla podporu (např. pomocí dotace) nebo aby znevýhodnila zahraniční konkurenci (např. uvalení cel na dovoz), může tak docházet k odlivu kapitálu do jiných odvětví.
- Fáze ztráty – odvětví upadává díky zastarání, výroba je omezována, v krajních případech ukončena. Oproti prvním fázím dochází k přesunu podniků do periferních regionů.

V 70. letech 20. století vznikla regulační teorie, na které se podíleli tři francouzští ekonomové Michel Aglietta, Robert Boyer a Alain Lipietz. Teorie regulace tvrdí, že krizové etapy se sice pravidelně opakují, ale lze je překonat díky institucionálním schémátům a procesům. Michel Aglietta ve své práci Regulace a krize kapitalismu tvrdí,

že stabilního ekonomického systému lze dočasně dosáhnout pomocí specifických režimů akumulace. Tyto procesy můžeme rozdělit na extenzivní akumulaci a konkurenčně ekonomickou regulaci. Do extenzivní akumulace spadá např. zapojení dodatečných výrobních faktorů a rozšiřování výroby do nových regionů (Ježek, 2002; Tickell & Peck, 1992; Blažek & Uhlíř, 2011).

Prostorová organizace podniků silně tíhla k aglomeracím díky malému rozvoji infrastruktury a dlouhému pracovnímu dni zaměstnanců. Po krizi v roce 1870 dochází ke koncentračním procesům firem. Velké firmy získávají na významu a dochází ke slučování podniků. Aglomerace, které nedokázaly držet krok s mechanizací, upadly do hospodářské krize (Ježek, 2002).

Ač je regulační teorie pouze teoretickým modelem, lze jako příklad uvést tzv. fordistickou éru. Fordismus, jehož základem byla masová výroba a masová spotřeba, lze dle regulační teorie popsat takto: rostoucí produktivita a kolektivní vyjednávání zajistilo zvýšení mezd a poptávky, optimální využití kapacit vede ke zvýšení zisků a jejich následnou reinvestici (Jessop 1992).

Regulační teorie si našla i své kritiky, kterým se nelíbila hlavně značná nespécifikace některých termínů, které lze chápat odlišnými způsoby (Blažek & Uhlíř, 2011).

#### 2.1.4. Kritickorealistické přístupy

Ve druhé polovině 20. století se stále výrazněji začala projevovat globalizace. Změnila se celková struktura zaměstnanosti, služby posilovaly na významu a docházelo k zvyšování nezaměstnanosti. Ve Velké Británii docházelo k polarizaci mezi prosperujícím Londýnem a severními oblastmi království, došlo k přesunu hospodářského těžiště země z tradičních oblastí na severu Anglie a Skotka, oblastí těžkého průmyslu, do jihovýchodní Anglie, kde sílil lehký průmysl a služby. V tomto období byla snaha o zodpovězení otázky: jak se tyto národní a mezinárodní změny projevují v jednotlivých regionech. Díky tomu byly vytvořeny výzkumné práce reagující na změny ve Velké Británii (Blažek & Uhlíř, 2002).

Do lokalizačních teorií tohoto období zasáhla svými názory další žena, konkrétně britská geografka Doreen Massey. Ta přišla v roce 1984 s teorií prostorových děleb práce. Massey ve své práci spojuje sociální strukturu a geografii průmyslu. Její snahou bylo vytvořit obecnou teorii, která se ale nesnaží o nalezení obecného systému mezi



podobností regionů, nýbrž se snaží o propojení obecné teorie regionálního rozvoje a specifické rysy regionů. Doreen Massey se zaměřila na studium mechanismů lokalizace ekonomických aktivit a změn hospodářských a sociálních rozdílů, a to v rámci měst a regionů (Blažek & Uhlíř, 2011).

Avšak nejznámější je její aplikace dělby práce do prostorového chování firem. Massey ve své práci udává předpoklad, že firmy, které využívají meziregionálních rozdílů, si mohou výrazně polepšit. Podle umístovací strategie firem při využívání meziregionálních rozdílů jsou rozlišovány tři typy firem (Blažek & Uhlíř, 2011; Massey, 1984).

- Lokálně koncentrované – tento typ představuje velké firmy, jejichž všechny útvary jsou umístěny v jednom regionu, firmy tak nevyužívají regionálních disparit.
- Procesně rozčleněné – na rozdíl od koncentrované prostorové struktury se procesně rozčleněná struktura vyznačuje rozmístěním útvaru mezi několik regionů. Tyto firmy využívají regionálních rozdílů a na základě hierarchie útvarů firmy je do jednotlivých regionů umísťují. Útvary, které se nachází nejvýše v hierarchickém žebříčku (např. marketing nebo řízení), jsou umístěny v metropolitních oblastech (regionech). Hierarchicky níže postavené jsou přední výrobní závody, které se podílí na výrobě nejpokrokovějších modelů nebo se podílejí na zavedení nových výrobků. Tyto závody jsou umísťovány do průmyslově vyspělých regionů, kde se nachází i dostatek pracovní síly s potřebnou kvalifikací. Na nejnižší, třetí úrovni jsou umístěny závody zabývající se velkosériovou produkcí. Tyto pobočky jsou umísťovány do periferních regionů, kde je možnost nízkých vstupů (ceny pozemků, mzdové podmínky). Tyto závody ale postrádají intenzivní spojení se svou řídicí jednotkou, která je umístěna v metropolitní oblasti.
- Klonové – tento typ prostorové struktury je postaven na existenci několika závodů, kde každý závod dokáže vyrobit sám celý výrobek. V klonové prostorové struktuře spolu pobočky nejsou příliš propojeny, navazují tak spolupráci s okolními podniky. Nevýhodou pro region činí snadné uzavření jednoho závodu bez ohrožení celé organizace (např. z důvodu ekonomických problémů).

### 2.1.5. Institucionální směry

V roce 1998 přišel americký profesor ekonomie Richard Nelson s myšlenkou, že v tradičním pojetí ekonomie existují tři problémové oblasti, kterým nebyla věnována dostatečná pozornost, ale zároveň jsou velmi důležité pro pochopení existujících rozdílů v míře dosaženého hospodářského růstu (Nelson, 1998).

Těmito oblastmi dle Nelsona (1998) jsou:

- Technologie a technologické inovace – celá řada teoretiků si stále neuvědomila, jak důležité jsou inovace a proces učení v objevování nových postupů.
- Pojetí firmy – podle Nelsona tuto oblast chápe většina ekonomů zjednodušeně. Chápu firmu pouze jako izolovaný a anonymní subjekt, ve kterém působí pouze mechanická pravidla nabídky a poptávky. Místo toho, aby usilovali o pochopení fungování firem a jejich vztahů ke konkurentům a subdodavatelům a způsobu komunikace mezi nimi.
- Instituce – v jeho pojetí se jedná o široký pojem „organizací s adresou“ a zejména institucionální praktiky, rutinní chování, zvyklosti a sdílené hodnoty.

Nelsonova kritika, velmi přesně postihuje omezení, které mají tradiční ekonomické teorie. Tyto nedostatky zabraňují vysvětlit hospodářské rozdíly vznikající mezi zeměmi a regiony. Zároveň tato kritika dává prostor teoriím regionálního rozvoje (institucionálním). Institucionální teorie se věnují buď jednomu nebo více zmíněným problémům, dávají větší význam měkkým (z velké části neekonomickým) faktorům. Dalším znakem institucionálních teorií je nedůvěra k možnosti předvídat vývoj pomocí exaktních metod. Prvním teoretikem, který ve své práci použil prvky institucionálního přístupu, byl Gunnar Myrdal (1957). Počátek institucionálních směrů se však datuje ke konci 70. let 20. století a dnes je to nejdynamičtější se rozvíjející směr (Blažek & Uhlíř, 2011).

K počátku institucionálních směrů se datuje i vznik teorie výrobních okrsků, jejímiž hlavními autory jsou italští ekonomové Bagnasco, Becattini a Brusco. Ti přišli s popisem italských regionů tzv. „třetí Itálie“, tj. oblasti Itálie, které vykázaly významný poválečný ekonomický růst, ač nepatřily mezi tradiční průmyslové oblasti. Tyto regiony „třetí Itálie“ měly na rozdíl od průmyslových oblastí a chudých jižních regionů úspěch díky:

- pocitu kolektivní sounáležitosti obyvatel, místní kultury, důvěry, tradičních hodnot a vlivu místní politické elity,

- vysokému podílu malých a velmi malých firem, jejich specifickému způsobu spolupráce a aglomeračnímu efektu,
- vertikální dezintegraci výroby, díky které byly podniky schopny pružněji reagovat na poptávku a měnící se požadavky a současně dosahovaly značných úspor díky prostorové blízkosti (Bagnasco, 1977; Becattini, 1978; Brusco, 1982 cit. dle Blažka & Uhlíře, 2011).

Úspěch „třetí Itálie“ měl za následek snížení nezaměstnanosti, zvýšení podílu regionů na exportu a vysokou míru ekonomicky aktivních obyvatel. Hlavními předpoklady úspěchu výrobních okrsků jsou tyto charakteristiky:

- vertikální desintegraci výroby: velké množství malých podniků (do 10 zaměstnanců) naproti tomu, aby vznikaly nadnárodní podniky,
- flexibilita a specializace podniků: schopnost podniků rychle reagovat na poptávku a měnící se požadavky malosériové výroby a zároveň dosahovat úspor díky vysoké specializaci,
- úzká spolupráce mezi podniky: např. návaznost výroby, služby nad rámec kapacity konány společně, sdílená infrastruktura,
- specializované agentury: spolupracujícím subjektům nabízí výhodnější služby (např. výhodné úvěry, účetnické služby, velkoobjemové nákupy),
- specifický způsob oceňování pracovníků:
  - jádrová kvalifikovaná pracovní síla – dobře placená, klíčoví zaměstnanci (inženýři, technici),
  - nekvalifikovaná pracovní síla – často zneužívaná skupina (důchodci, studenti, ženy na mateřské dovolené), špatně placená pracovní síla, lehce nahraditelní zaměstnanci (Blažek & Uhlíř, 2011; Skokan, 2004).

Předpokladem průmyslových okrsků je inovační schopnost podniků, autonomie regionů a místní instituce jakou jsou např. inovační centra, která podporují spolupráci. Inovace lze urychlit pomocí součinností podniků a jejich konkurenčních vztahů (Ježek, 2002).

Po teoretických debatách z první pol. 90. let se došlo k závěru, že zdrojem konkurenceschopnosti pro nadcházející období jsou vědomosti a schopnost učit se, které jsou brány jako strategické suroviny podporující inovace (Lundvall 1992, Lundvall a Johnson 1994, Reich 1995, cit. dle Blažka & Uhlíře, 2011).

Učení není spojováno pouze s vyspělými obory ale i s tradičními odvětvími. Konkurence se v tomto případě nebere jako cenová, nýbrž založená na neustálých inovacích. Tvůrci teorie učících se regionů tvrdí, že v současnosti je jen málo faktorů, které mohou být považovány za lokální a téměř nemobilní, výjimku tvoří pouze znalosti a schopnost učit se, a právě zde vznikají regionální rozdíly díky vztahům mezi firmou a jejím prostředím (Malmberg 1997; Blažek & Uhlíř, 2011).

Dle Malmberga můžeme definovat tři důležité charakteristiky učících se regionů:

- ekonomická konfigurace regionu – existence většího množství podobně zaměřených firem, kde probíhá výměna informací a myšlenek,
- technologická infrastruktura – existence výzkumných institucí a jejich spolupráce s místními podniky,
- kultura a instituce regionu – společná identita aktérů, dostatek informací a schopnost učit se, silné podnikatelské asociace a dobrá provázanost mezi všemi institucemi.

V teorii učících se regionů se vyskytuje důležitý prvek a tím je rozdělení znalostí na kodifikované (explicitní) a nekodifikované (implicitní). Kodifikované znalosti jsou takové, jež je možné standardizovat a lze je sepsat do instrukcí a návodů, z nichž se dají vědomosti naučit. Kodifikované znalosti lze také prodávat a vyvážet jako zboží. Naopak nekodifikované znalosti lze získat pouze vlastní zkušeností (např. praxe, zaškolení). Tyto zkušenosti jsou pak základem pro konkurenční výhody (např. metoda stimulace zaměstnanců) (Blažek & Uhlíř, 2011).

Na podobném principu jako výše zmíněná teorie výrobních okrsků fungují i klastrová uskupení. Klastry můžeme definovat jako odvětvové seskupení firem. Ty se staly jedním z nejpopulárnějších konceptů regionálního rozvoje. Klastry jsou běžné jak v Severní Americe, tak po celé Evropě. Klastry jsou součástí průmyslové a inovační politiky i v České republice, a to zejména poté, co Česká republika v roce 2004 vstoupila do Evropské unie. V ten samý rok vznikl „Operační program Průmysl a Podnikání 2004–2006“, ten se mimo jiné zabýval konkurenceschopností a v rámci ní i programem Klastrů (MPO, 2006; Skokan, 2004).

Klastry patří mezi nejkontroverznější koncepty, a to zejména kvůli dvěma různým definicím.

1. Klastry jako objektivní danost – mapování a dokumentace existující prostorové koncentrace oborově podobných podniků. Vychází z předpokladu, že klastry vznikají spontánně působením tržní síly. Jedná se o rozpracování fenoménu od Alfreda Marshalla, který se již v 19. stol. ve svých *Principles of Economics*<sup>3</sup> zabýval seskupováním firem spřízněných podniků.
2. Klastr jako nástroj průmyslové či regionální politiky – vychází z předpokladu, že je možné vytvořit klastr za pomoci impulsu z veřejného sektoru a dosáhnout tak zvýšení konkurenceschopnosti zúčastněných firem. Nemusí se přitom jednat o podniky z podobného oboru, může je spojovat např. využívání identických zdrojů (Blažek & Uhlíř, 2013; Skokan, 2004).

Nejznámějším autorem teorie klastrů je Michael Porter, americký expert na firemní strategii. Podle Portera (1990) úspěch závisí na čtyřech základních činitelích, které definoval takto:

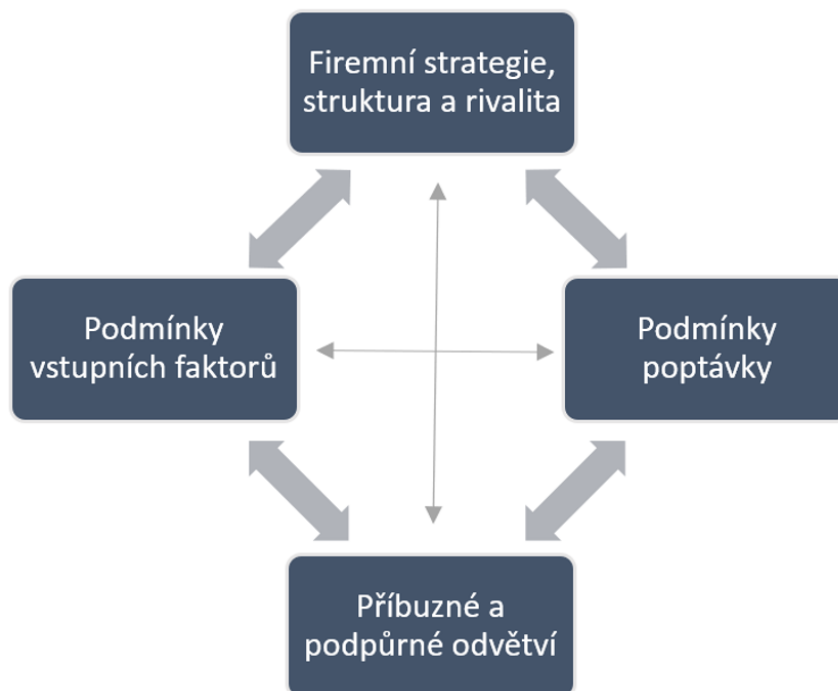
- firemní strategie a vzájemná konkurence na úrovni firem – rivalita podporuje úspěšný rozvoj firem,
- kvalita a cena vstupů – např. kvalifikovaná pracovní síla, přírodní zdroje,
- náročnost trhů a zákazníků – náročnost motivuje podniky k neustálému zlepšování a inovacím,
- kvalita návazných a podpůrných odvětví – z konkurenceschopných odvětví mohou profitovat i ta méně rozvinutá odvětví, také dochází ke snadnějšímu přenosu informací.

Na základě těchto čtyř faktorů vytvořil Porter tzv. diamantový model konkurenčních výhod, který je vyobrazen v obrázku 2 níže (Blažek & Uhlíř, 2011; Skokan, 2004).

---

<sup>3</sup> Marshall, A. (2009). *Principles of economics: unabridged eighth edition*. Cosimo, Inc..

Obrázek 2: Zdroj konkurenčních výhod



Zdroj: vlastní návrh dle Porter, (1990)

Porter definuje klastry jako místní koncentraci vzájemně propojených podniků v konkrétním oboru, kde spolu členové klastru spolupracují, ale čelí i vzájemné konkurenci. Klastry jsou dle Portera hnací silou rozvoje na místní, regionální i národní úrovni (Porter, 1998).

Klastry fungují na základě konkurenční výhody. Ta nezávisí pouze na jednotlivých prvcích Porterova „diamantu“, ale na propojení diamantu jako celku. Výhodou klastrů je koncentrace zdrojů a služeb v místě, kde firmy podnikají. Na rozdíl od firem, které nejsou součástí klastru, využívají tyto zdroje levněji (např. pokles dopravních nákladů a cel). Klastry mezi sebou sdílí i management znalostí, inovace a technologie (Skokan, 2004).

Intenzitu vazeb v klastru posiluje i geografická blízkost, můžeme si všimnout nejschopnějších odvětví, které jsou koncentrovány na jednom místě např.: hlavní „Hi- tech“ klastr sídlící v Silicon Valley, hlavní finanční centrum se sídlem na Wall Street nebo malý parfémový kartel na severu Francie, který vyrábí 70 % všech prodaných parfémů (CzechInvest, 2002).

V České republice vzniklo celkem 79 klastrů, z nichž 57 je stále aktivních. V kraji Vysočina existují jen 4 kartely a stále aktivní je pouze jeden z nich (NCA, 2020).

Kartely v kraji Vysočina:

- Agroklastr Vysočina z.s. (neaktivní),
- CZECH IT CLUSTER, družstvo (aktivní),
- Klastr inovativních technologií o.s. (neaktivní),
- Klastr výrobců potravinářských technologií, družstvo (neaktivní) (NCA, 2020).

Klastry mohou být financovány různými způsoby, a to ze soukromého sektoru, veřejného sektoru nebo ze soukromého i veřejného sektoru. K financování z veřejného sektoru dochází zřídka např. u nových strategicky významných sektorů jako jsou biotechnologie. Při financování ze soukromého sektoru vůdčí podniky přebírají klastrovou iniciativu (např. klastry automobilového průmyslu) (CzechInvest, 2002).

## 2.2. Lokalizační faktory

Již po staletí si lidé vybírali místa pro svá sídla na základě nejrůznějších faktorů. Prvními umisťovacími faktory byly ty, které jim zajišťovaly přežití např. vhodné klimatické podmínky, dostatek obživy nebo dobře chráněná místa. Lokalizace patří mezi stále se měnící procesy, v neolitické době byly důležité díky rozmachu zemědělství podmínky pro pěstování plodin, při rozvoji a koncentraci řemesel dochází ke vzniku měst a další změny přinesl nově vznikající obor energetika. Lokalizační faktory se stále mění, vznikají nové a jiné zase zanikají (Damborský & Wokoun, 2010).

Rychle se mění i požadavky na prostorovou strukturu. To, co kdysi bylo žádoucí, dnes brání adaptaci změn např. staré průmyslové regiony, dříve prosperovaly pro svou orientaci na těžký průmysl, nyní spíše zaostávají. Ty regiony, které mohou nabídnout více příznivých lokalizačních faktorů a optimální prostorovou strukturu, mají lepší předpoklad pro svůj rozvoj (Ježek, 2014).

Lokalizační faktory můžeme členit mnoha způsoby, nejpoužívanějším rozdělením je však členění na tvrdé a měkké faktory takto:

- tvrdé (měřitelné) – stávají se obecně dostupnými např. dálniční spojení, průmyslové zóny,
- měkké (neměřitelné) – vycházejí z psychologické nebo sociologické podstaty, bývají rozhodujícím faktorem investorů např. životní prostředí, přístup veřejné správy k investorům nebo image území. Těchto faktorů lze dosáhnout pouze ve spolupráci různých aktérů (Rumpel, Slach & Koutný, 2008).

Při umístění firmy musí brát podnik v úvahu všechny socio-ekonomické podmínky např. zákony nebo společenské hodnoty. Avšak podle H. A. Stafforda (1985) investoři při lokalizaci hledí na maximalizaci prodeje nebo na minimalizaci nákladů (Damborský & Wokoun, 2010).

M. Viturka (2010) zařadil lokalizační faktory do šesti skupin takto:

- obchodní faktory – považována za nejdůležitější skupinu, která má největší vliv na podnikatelské prostředí,
  - faktor blízkosti trhů – poskytuje důležité informace o výhodách vycházejících z geografického umístění jednotlivých regionů ve spojení s ekonomickým potenciálem dostupných trhů,



- faktor koncentrace významných firem – popisuje výhody, plynoucí ze soustředění hnacích firem v regionu a jejich součinnosti, výhodou pro menší podniky je hlavně spolupráce mezi těmito subjekty, spolupráce se nejčastěji navazuje např. v elektrotechnickém nebo strojírenském průmyslu,
- faktor přítomnosti zahraničních firem – pozitivní vlivy na hostitelskou zemi plynoucí ze zahraničních investic, díky zapojení se do globální ekonomiky se zvyšuje kapitál v zemi, důsledkem může být zvýšení volných pracovních míst nebo zvýšení exportu,
- faktor podpůrných služeb – velký vliv na zvyšování kvality podnikatelského prostředí, který vzniká zvyšující se poptávkou po specializovaných službách,
- pracovní faktory – druhá nejvýznamnější skupina při hodnocení kvality podnikatelského prostředí,
  - faktor dostupnosti pracovních sil – podává informace o dostupnosti pracovních sil v regionu, které mohou uspokojit poptávku ze strany soukromého i veřejného sektoru, dostatečná dostupnost pracovní síly je také rozhodující podmínkou pro uskutečňování rozvojových projektů v regionu,
  - faktor kvality pracovních sil – jeden z nejvýznamnějších faktorů pro ekonomický a společenský rozvoj v zemích a regionech, kvalita pracovních sil je odvozena od maximálního dosaženého vzdělání obyvatel v regionu. Podniky tak hodnotí požadovanou míru vzdělání svých budoucích zaměstnanců a přizpůsobují se,
  - faktor flexibility (podnikavosti) pracovních sil – hodnocení daného faktoru je značně problematické, díky nedostatku kvalitních informací, faktor vyjadřuje míru přizpůsobivosti zaměstnanců na neustálé změny v ekonomice,
- infrastrukturní faktory – jsou základem pro směnu výrobků a služeb a jejich hlavní rolí je usnadnit interakce s ostatními regiony, pokud má region vhodnou infrastrukturu, zvyšuje se tak kvalita podnikatelského prostředí, významné zvýšení dochází u regionů v blízkosti tras mezinárodního významu,

- faktor kvality silnic a železnic – jeden ze základních faktorů, které ovlivňují mobilitu obyvatelstva a územní dělbu práce, usnadňuje zapojení firem do exportu i importu,
- faktor informačních a komunikačních technologií (ICT) – nyní označován jako e-business, tento faktor má velký vliv na konkurenceschopnost nejen firem, ale i regionů. Hlavní význam má ICT ve službách nebo v Hi-tech odvětví, díky ICT mezi sebou podniky mohou komunikovat rychle a snadno v interním prostředí, podniky tak mohou komunikovat např. i se zákazníky,
- faktor blízkosti mezinárodních letišť – blízkost letišť příznivě ovlivňuje atraktivitu regionu, kde se letiště nachází. Kladně ovlivňuje např. logistické aktivity nebo image regionu, hlavní roli mají velká veřejná mezinárodní letiště,
- lokální faktory – ovlivňují kvalitu podnikatelského prostředí hlavně ze strany obcí,
  - faktor podnikatelské a znalostní báze – „*poskytuje základní informace o specifických předpokladech jednotlivých regionů pro budoucí ekonomický rozvoj, indukovaných novými investicemi do vybraných typů infrastruktury.*“ (Viturka, 2010, s. 69). Faktor je orientován na rozvoj průmyslových zón, které by přilákaly nové investory a docházelo by tak ke zvýšení regionální výkonnosti,
  - faktor asistence veřejné správy – hodnocení přístupu veřejné správy k podnikatelům a investorům, kvalita veřejné správy vykonávané městskými úřady může poskytnout konkurenční výhodu a přivést do regionu nové investory,
- cenové faktory – představují méně významné faktory při hodnocení kvality podnikatelského prostředí a zahrnují ceny práce a nemovitostí, cenové faktory jsou ovlivněny makroekonomickými činiteli jako např. minimální mzda nebo výše daňových sazeb,
  - faktor ceny práce – cena práce se v regionech značně liší, její výši lze sledovat v rámci odvětví nebo kvalifikace,
  - Faktory ceny nemovitostí – jedná se o významný faktor při rozhodování firem o umístění podniku, lze je rozdělit na ceny pozemků a ceny pronájmů, oba tyto faktory ovlivňuje lokalita,

- environmentální faktory – jedná se o nejméně významnou skupinu z hlediska kvality podnikatelského prostředí, její význam se však postupně zvyšuje, za hlavní prvek faktorů se pokládají vazby na kvalitu života v souladu s principem udržitelného rozvoje,
  - faktor urbanistické a přírodní atraktivity území – vlivy tohoto faktoru jsou spojeny především s podnikáním v oblasti cestovního ruchu, kde se odráží turistická atraktivita území a s vytvářením „image“ regionů s ohledem na obytnou a investiční aktivitu,
  - faktor environmentální kvality území – tento faktor je spojen převážně s vyspělými firmami, i lidé z výše příjmových rodin přikládají kvalitě životního prostředí větší důležitost. Špatná kvalita životního prostředí zvyšuje náklady firem (zvýšenou nemocností nebo nižší pracovní výkonností), z dlouhodobého hlediska mohou podprůměrné hodnoty faktoru zapříčinit snižování investic, atraktivity regionu a odliv mladší populace s vyšším vzděláním.

Dělení lokalizačních faktorů M. Viturky (2010) však není jediné. Například Damborský & Wokoun (2010) definovali konkrétní významné lokalizační faktory takto:

- geografická blízkost odbytového trhu,
- geografická vzdálenost konkurence,
- geografická blízkost dodavatelů,
- dostupnost komplementárních služeb,
- hospodářský růst regionu,
- možnost získat exkluzivní postavení na daném trhu,
- možnost spolupráce s konkurencí a získávání informací od konkurence,
- kopírování konkurence.

## 2.3. Stručný popis kraje Vysočina

Obrázek 3: Mapa České republiky



Zdroj: Mapa ČR, In: *Vysocina.eu* [online]. 9. března 2021. Dostupné z: <https://www.vysocina.eu/images/stories/mapacr.png>

Kraj Vysočina leží přímo uprostřed České republiky a takřka v srdci Evropy v oblasti Českomoravské vrchoviny. Její hranice sousedí se čtyřmi kraji, konkrétně na severu s Pardubickým krajem, na jihovýchodě s Jihomoravským, na jihozápadě s Jihočeským a na severozápadě se Středočeským krajem viz obrázek č. 3 (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019).

Velkou část kraje pokrývají pole a zelené louky, husté lesy, rybníky a jak už název kraje napovídá, tak i skály a kopce. Pro kraj Vysočina je charakteristická různorodost území, kraj se vyznačuje vyšší nadmořskou výškou a řídkým osídlením. Rozloha kraje Vysočina činí 6 796 km<sup>2</sup>, což z kraje Vysočina dělá pátý největší kraj, avšak třetí nejméně zalidněný kraj v České republice. V dnešní době dochází k vyliďňování menších obcí a stěhování mladších generací do měst. Regionu však přidává na atraktivnosti poměrně nízká míra znečištění ovzduší, významné vodní zdroje, a v minulých letech i relativně zdravé lesy, které však nyní čekají na svou revitalizaci po zásahu kůrovcem (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019).

Krajským městem je Jihlava, která je druhým nejmenším krajským městem v České republice. Kraj Vysočina je rozdělen do pěti okresů – Jihlava, Havlíčkův Brod, Třebíč, Žďár nad Sázavou a Pelhřimov. V roce 2017 činil počet obyvatel v tomto kraji 508 952 a průměrná měsíční mzda byla podle Českého statistického úřadu 29 301 Kč (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019).

Nejvíce rozšířený průmysl tvoří kovovýroba, strojírenství, dřevozpracující průmysl, potravinářství a kovoobrábění. V objemu těžby dřeva patří kraj k třetímu nejvíce

těžícímu kraji v republice. V mezikrajském srovnání se nachází v kraji nadprůměrné množství zemědělských podnikatelů. Přestože zdejší přírodní podmínky jsou podprůměrné, kvůli vyšší nadmořské výšce a sklonu pozemků, které snižují produkční schopnost půd, a také její dostupnost, pro některé plodiny je takové prostředí vyhovující (např. brambory, olejniny). Pro Vysočinu je stále význačný velkovýrobní způsob hospodaření, s tím, že většina podniků se zabývá jak rostlinnou výrobou, tak tou živočišnou. Díky tomu kraj Vysočina dominuje v produkci mléka mezi všemi kraji v České republice. V kraji se také postupně začínají rozšiřovat menší specializovaní zemědělci. Významnými místy pro podnikání se stala bývalá okresní města, ale i menší města s dobrou dopravní dostupností (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019; Krajský úřad Kraje Vysočina, 2018).

Ke dni 31. 12. 2018 bylo v kraji Vysočina registrováno 114 688 ekonomických subjektů. Došlo tedy k jejich zvýšení oproti roku 2017, kdy jich bylo evidováno 113,1 tisíc. V rámci celé České republiky se tím kraj zařadil na předposlední místo v počtu ekonomických subjektů, menší počet vykazoval pouze Karlovarský kraj. Nejvíce tržních subjektů sídlí v okrese Žďár nad Sázavou naproti tomu nejméně, pouze 15,3 %, jich sídlí v okrese Pelhřimov. Z hlediska formy podnikání převládají fyzické osoby. Příkladem největších podniků na Vysočině je Agrostroj International v Pelhřimově, zabývající se výrobou zemědělské techniky a nástrojů, ITW PRONOVIA ve Velké Bíteši, vyrábějící komponenty pro automobilový průmysl nebo Bosch Diesel v Jihlavě vyrábějící komponenty do dieselových vstřikovacích motorů (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019).

V kraji Vysočina se nachází silniční a železniční sítě, které mají strategický význam pro vnitrostátní, ale i celoevropskou přepravu. Vysočina leží na ose Berlín – Praha – Vídeň a dálnice D1 tak slouží jak národní dopravě, tak i té evropské. Toto strategické umístění v posledních letech přilákalo velké množství zahraničních firem a investorů, kteří sem umisťují výrobní kapacity i svůj vývoj a výzkum (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019).

Ekonomika v kraji Vysočina prošla, jako na většině míst, velkou změnou po roce 1989. Hlavním důvodem byla rychlá privatizace a restrukturalizace hospodářství. Základním souhrnným ukazatelem, který vykazuje celkovou peněžní hodnotu statků a služeb vytvořených na tomto území za určitý čas je hrubý domácí produkt. Kraj v roce 2000 vykazoval hodnotu HDP na obyvatele tak nízkou, že ho to zařadilo na třetí nejnižší

příčku v České republice. Do roku 2010 se stihl vyšplhat na páté místo v České republice. V této růstové tendenci kraj stále pokračuje, kraj zaznamenává zřejmý ekonomický růst, který zapříčinily převážně investice do firem vyrábějící komponenty do automobilů. V roce 2019 patřil kraj Vysočina už na sedmou nejnižší pozici v hodnotě HDP na obyvatele (Krajská správa ČSÚ v Jihlavě, 2019; Český statistický úřad, 2021).

### 3. Metodologie

V této kapitole budou vymezeny lokalizační faktory použité pro dotazování, následně bude popsán průběh sběru dat a kapitolu zakončí charakteristika dotazovaných podniků, která vychází z identifikačních otázek z dotazníku a osobního průzkumu. Některé tyto otázky budou následně podrobeny testu dobré shody pro zjištění rozdílů četností. V bakalářské práci je využit i test nezávislosti. Hladina významnosti je stanovena na 5 %.

#### 3.1. Vymezení lokalizačních faktorů pro vlastní průzkum

V návaznosti na teoretickou část bylo vybráno celkem 12 lokalizačních faktorů, které byly inspirovány významnými faktory dle Damborského (2010). Právě jeho dělení lokalizačních faktorů patří mezi ty nejčastěji se objevující v jiných studiích. Na základě vybraných faktorů bylo v podnicích sídlících v kraji Vysočina provedeno dotazníkové šetření.

Vybranými lokalizačními faktory tedy jsou:

- dopravní náklady,
- náklady na pracovní sílu,
- blízkost zákaznické skupiny,
- osobní preference místa,
- geografická vzdálenost konkurence,
- dostupnost doplňkových služeb,
- možnost exkluzivního postavení na trhu,
- hospodářský růst regionu,
- dostupnost kapitálu,
- dostupnost technologií,
- povaha pracovní síly.

#### 3.2. Sběr dat

Sběr dat probíhal na základě dotazování, a to jak zprostředkovaného (pomocí dotazníků), tak přímého (za pomoci rozhovorů). Dotazování pomocí rozhovorů probíhalo pouze s majiteli firem v okrese Pelhřimov. Naopak dotazníkové šetření probíhalo nejčastěji v ostatních okresech (Jihlava, Žďár nad Sázavou, Třebíč a Havlíčkův Brod).

Osobní dotazování bylo velmi úspěšné a jeho míra zodpovězení dosáhla z 20 rozhovorů 100 % odpovědí. Na rozdíl od rozesílání dotazníků do firem pomocí elektronické pošty, kdy bylo rozesláno 531 dotazníků a odpovědí se vrátilo 118. Jak lze vidět na grafu č. 1 míra návratnosti dotazníků tak činila 22,22 %.

Graf 1: Míra návratnosti dotazníků



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Pomocí dotazníkového šetření, které probíhalo v období od října 2020 do února 2021, se povedlo celkem nasbírat 138 odpovědí od firem sídlících v kraji Vysočina. Vzor dotazníku je uveden v příloze č. 1.

### 3.3. Charakteristika dotazovaných firem

Popis firem je založen na třech identifikačních otázkách v dotazníku a na osobním průzkumu za pomoci veřejného rejstříku firem. Mezi identifikační otázky v dotazníku patřilo identifikační číslo, počet let podnikání a aktuální počet zaměstnanců. K zjišťovaným údajům ve veřejném rejstříku patřilo sídlo firmy a hlavní obor podnikání zjišťovaný podle klasifikace ekonomických činností CZ-NACE.

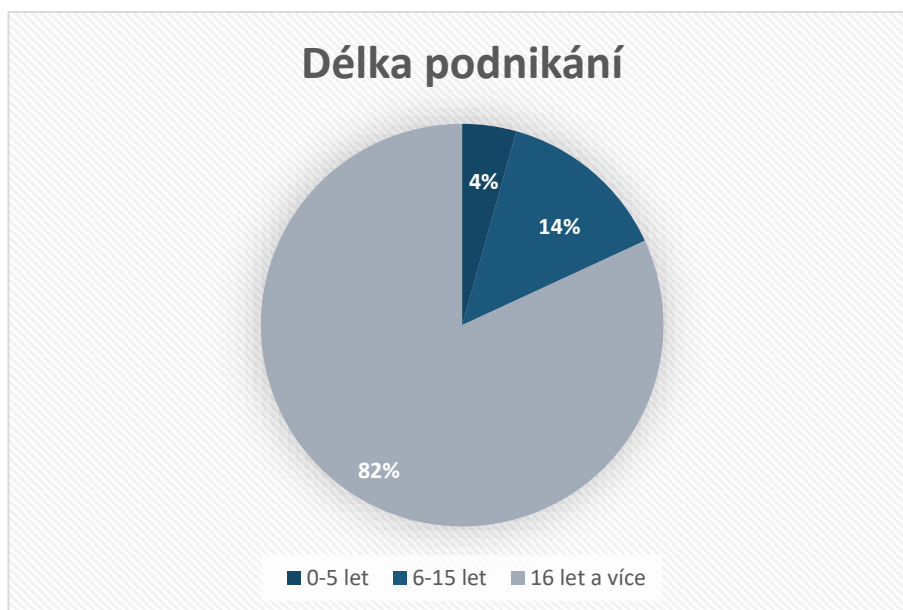
Pro výsledky dotazníkového šetření bylo použito všech 138 nasbíraných dotazníků, přičemž dvě z dotázaných firem jsou členy kartelů.

V otázce zaměřené na trvání podnikání velká většina dotázaných subjektů uvedla, že podnikají již přes 16 let, tato skupina činila 81,9 % z dotázaných. Následovala skupina firem, která na trhu působí 6–15 let, tuto odpověď zaznamenalo 13,8 % subjektů. Nejméně zastoupenou skupinou se staly mladé a začínající firmy s délkou trvání



podnikání do 5 let, tuto informaci uvedlo 4,3 % podniků. Tato situace je graficky znázorněna v grafu č. 2.

Graf 2: Délka existence podniků

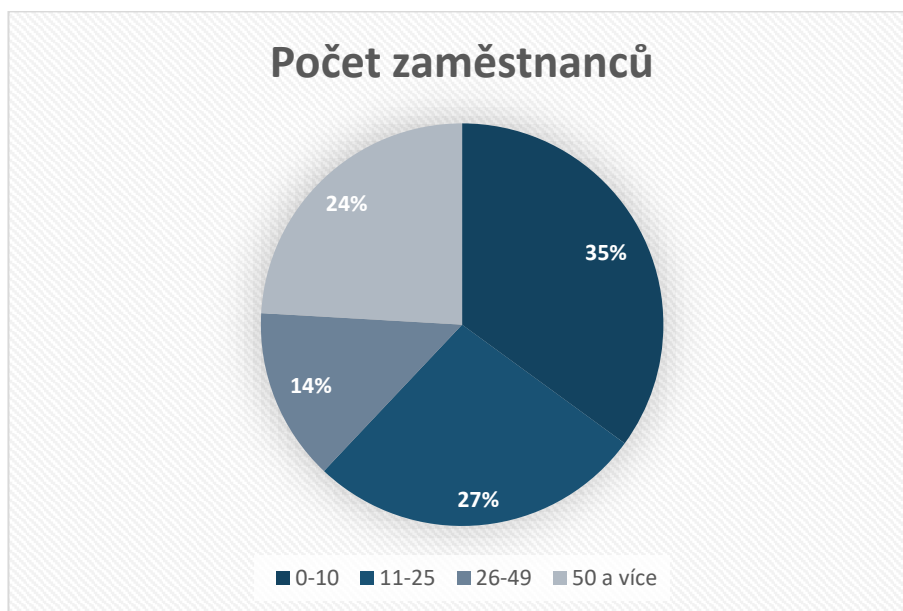


Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Na dotazníkovém šetření se podílely všechny velikostní struktury firem od mikro podniků až po velké podniky<sup>4</sup>. Nejvíce zastoupené firmy v dotazníkovém šetření jsou mikro podniky s 35,5 %. Hned po nich následují malé podniky s počtem zaměstnanců do 25, a to s podílem 26,8 % a střední a velké podniky s 23,9 %. Nejmenší zastoupení mají malé firmy, které mají více než 26 zaměstnanců, a to 13,8 %. Tato situace je znázorněná v grafu č. 3.

<sup>4</sup> Členění podniků dle velikosti: mikro podnik (méně než 10 zaměstnanců, obrat menší než 2 mil. euro), malé podniky (méně než 50 zaměstnanců a obrat pod 10 mil. euro), střední podniky (do 250 zaměstnanců, obrat menší než 43 mil. euro) a velké podniky (nad měřítky středních podniků).

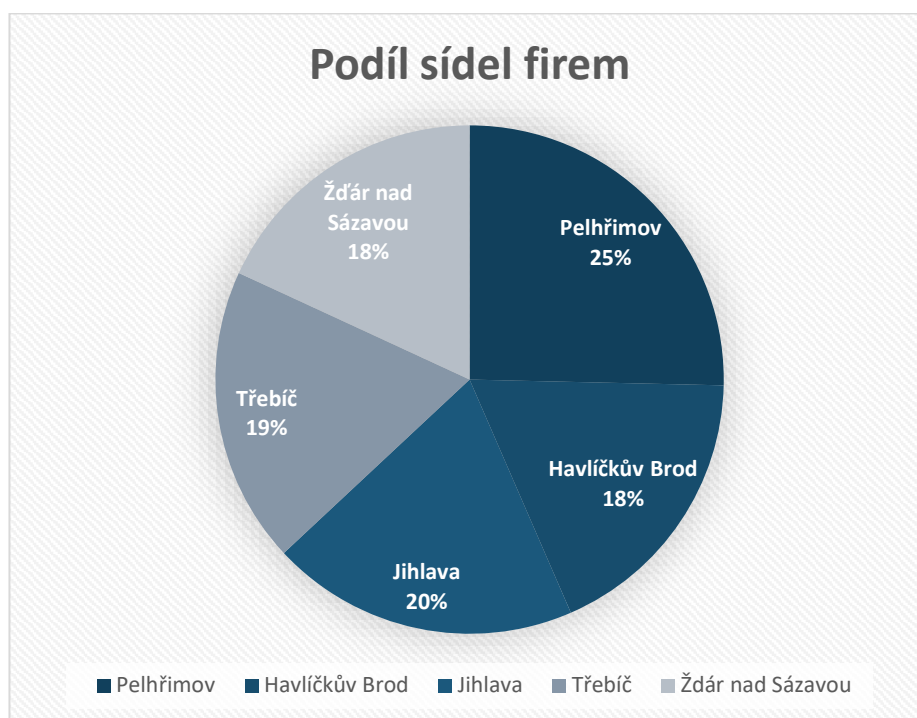
Graf 3: Počet zaměstnanců ve firmách



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Dotazníkového šetření se zúčastnily firmy ze všech pěti okresů kraje Vysočina. Největší podíl odpovědí je z okresu Pelhřimov, a to 26 %. Další okresy měly velmi podobnou míru odpovědí, konkrétně Jihlavsko 20 %, Třebíčsko 19 %, Žďársko a Havlíčkobrodsko shodně 17 %. Tento případ je vykreslen na grafu č. 4. Díky testu dobré shody, lze konstatovat, že je vzorek homogenní a v žádném okrese nebylo nasbíráno významně více či méně odpovědí ( $p$ -hodnot = 0,63 a  $\chi^2 = 2,58$ ).

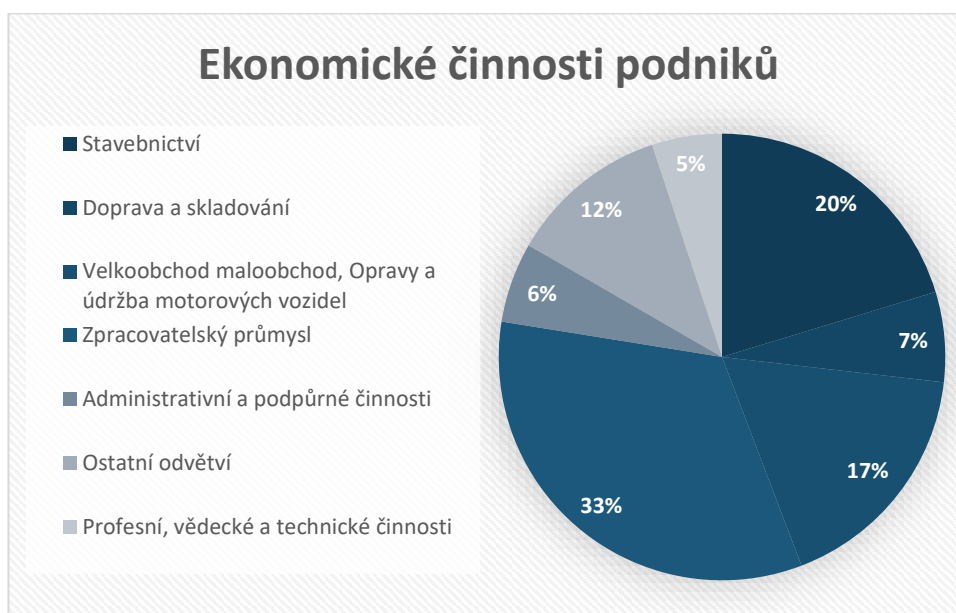
Graf 4: Rozmístění sídel firem v kraji Vysočina



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Odpovídající firmy vykazovaly různorodé ekonomické činnosti zařazené celkem do 13 sekcí dle CZ-NACE. Nejvýraznější skupinou se stala sekce C – Zpracovatelský průmysl, touto činností se zabývá 33 % firem. Druhou nejčastěji zastoupenou sekcí je sekce F – Stavebnictví, vykonává ji 20 % respondentů. Třetí nejvýznamnější skupinou jsou činnosti ze sekce G – Velkoobchod a maloobchod; Opravy a údržba motorových vozidel, které provozuje 17 % odpovídajících. Následuje velký procentuální seskok a další sekce jsou zastoupeny méně jak 7 %. Podle procentuálního zastoupení to jsou sekce H – Doprava a skladování, sekce N – Administrativní a podpůrné činnosti, sekce M – Profesionální, vědecké a technické činnosti, sekce A – Zemědělství, lesnictví a rybářství, sekce E – Zásobování vodou; Činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi, sekce J – Informační a komunikační činnosti. Posledními čtyřmi sekcemi jsou sekce K – Peněžnictví a pojišťovnictví, sekce P – Vzdělávání, sekce B – Těžba a dobývání a sekce L – Činnosti v oblasti nemovitostí, tyto sekce jsou zastoupeny pouze 1 %. Celá situace je pak vyobrazena na grafu č. 5 níže. Pro zjednodušení grafu došlo ke sloučení odvětví spadajících pod sekce A, E, J, K, P, B a L do jedné skupiny nazvané „Ostatní odvětví“.

Graf 5: Hlavní podnikatelské činnosti dotázaných podniků



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Toto rozložení vyplývá ze struktury podniků na Vysočině (dle Národního pedagogického institutu, 2020). Největšími zaměstnavateli jsou v kraji Vysočina obory ze zpracovatelského průmyslu, jako je kovozpracující, strojírenský a automobilový průmysl. Následujícím nejvíce rozšířeným odvětvím je velkoobchod a maloobchod, nezanedbatelnou roli v kraji hraje i obor stavebnictví. Po stavebnictví následuje svým počtem odvětví zemědělství, rybářství a lesnictví. Toto odvětví je v grafu zařazeno do sekce „Ostatní odvětví“, a to z důvodu, že dotazníkové šetření probíhalo především přes elektronickou poštu a velké množství těchto podniků nemá založené internetové stránky, popřípadě uvedené e-mailové adresy. Naopak k nejméně zastoupeným odvětvím na Vysočině patří peněžnictví a pojišťovnictví, informační a komunikační činnosti, zásobování vodou a činnosti související s odpadními vodami, činnosti v oblasti nemovitostí a vůbec nejméně zastoupeným odvětvím je těžba o dobývání, proto jsou tyto odvětví v průzkumu nejméně zastoupeny.

## 4. Analýza získaných výsledků

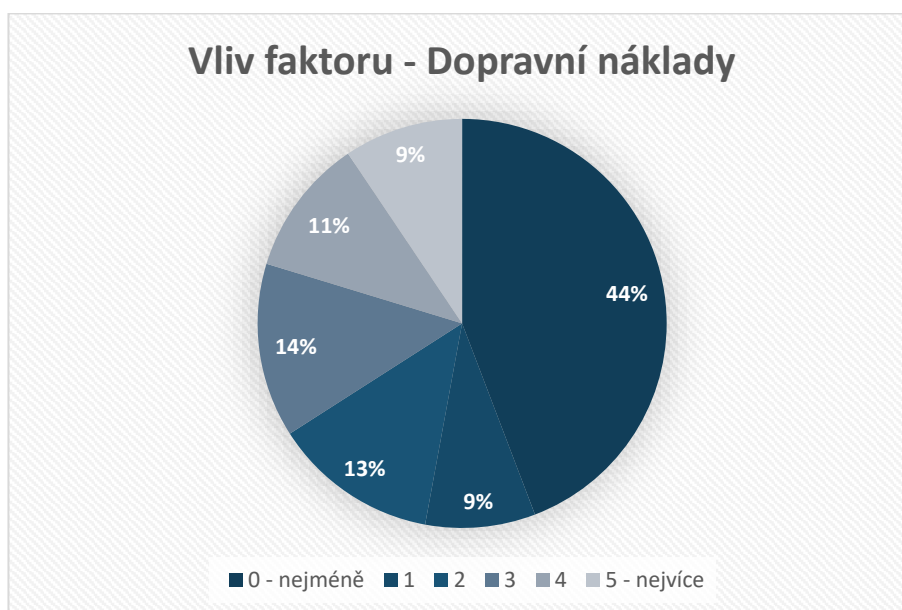
V této kapitole budou rozebrány odpovědi jednotlivých respondentů na otázky ohledně vlivu faktoru (viz kapitola 5.1. Vymezení lokalizačních faktorů) na umístění podniku. Respondenti mohli na jednotlivé otázky ohledně lokalizačních faktorů odpovídat na škále 0–5. Kde odpověď 0 znamenala, že daný faktor nemá žádný vliv na umístění podniku, 1 – faktor je nedůležitý, 2 – méně důležitý faktor, 3 – středně ovlivňující faktor, 4 – vysoce ovlivňující faktor a 5 – nejvíce důležitý faktor.

Následně bude každý faktor podroben testu dobré shody pro porovnání rozdílů v celkovém vlivu a testu nezávislosti pro zjištění, zda jsou na sobě faktory závislé, nebo ne. Respektive, zda můžeme pozorovat významné rozdíly mezi odpověďmi.

### 4.1. Dopravní náklady

Vliv faktoru dopravních nákladů nezaznamenal, i přes dobrou dostupnost dálnice D1 a vysokou kvalitu dopravních komunikací, viditelný vliv při rozhodování o umístění firem. Na stupnici od 0–5 uvedlo tento faktor jako nejvíce ovlivňující pouhých 9 % respondentů. Jako vysoce ovlivňující, tedy číslo 4, ho označilo 11 % dotazovaných. Stupeň číslo 3 označilo v dotazníku 14 % účastníků dotazníku. Za méně důležitý faktor (stupeň 2) považuje dopravní náklady 13 % firem. Jako nedůležitý byl faktor označen 9 % dotázaných a zbylých 44 % nepovažuje tento faktor vůbec za ovlivňující a označil ho stupněm 0. Tato situace je vyobrazena na grafu č. 6 níže. Uvedená situace byla podrobena testu dobré shody, díky tomu lze konstatovat, že existuje významně více respondentů, kteří tento faktor považují za nevýznamný. Zamítáme zde nulovou hypotézu o rovném rozdělení na základě p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 76,9$ .

Graf 6: Vliv faktoru dopravních nákladů



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Dle porovnání vlivu faktoru v rámci okresů, dopravní náklady nejvíce ovlivňují podniky na Jihlavsku. Z celkového počtu 27 firem dopravní náklady vysoce nebo nejvíce ovlivňují 33,33 % z nich. K této odpovědi může vést dostupná D1, která leží přímo u města Jihlava a také fakt, že z okresu Jihlava odpovídaly nejčastěji firmy, které sídlí přímo v Jihlavě nebo poblíž dálnice.

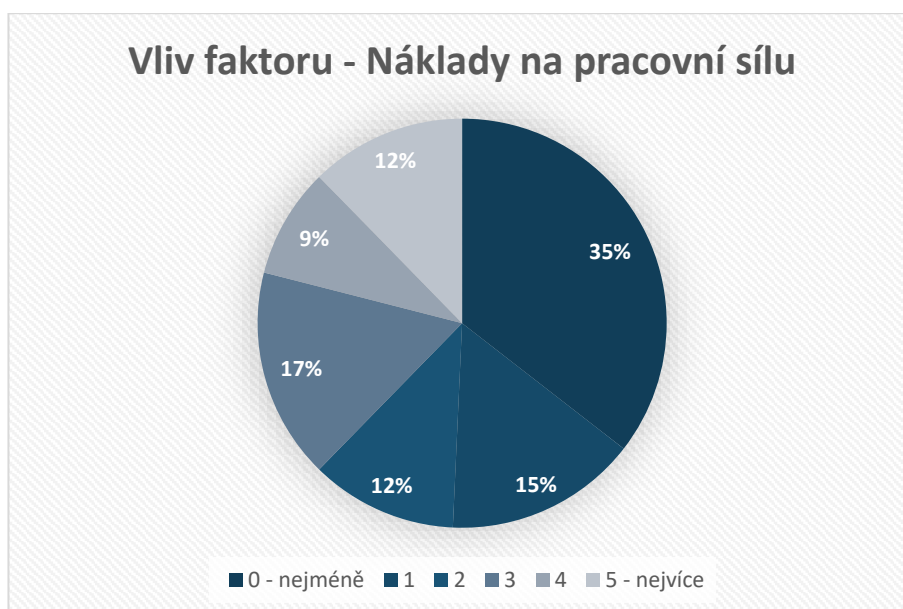
Naopak nejmeně faktor dopravních nákladů ovlivňuje podniky na Třebíčsku. Zde tento faktor vysoce ovlivňuje pouze 7,69 % z 26 firem. Tuto nízkou míru ovlivnění může způsobovat skutečnost, že přes okres Třebíč nevede dálnice D1. Její nejbližší dostupnost je přes okres Žďár nad Sázavou, ten má přístupné nájezdy na dálnici hned 3, možná i proto uvedlo škálu 4–5 24 % firem ze Žďárska. Provedený test nezávislosti faktoru dopravních nákladů a okresu však neprokázal statisticky významnou závislost mezi danými faktory ( $p$ -hodnota = 0,385,  $\chi^2 = 21,2$ ).

Následně z porovnání faktoru v rámci velikosti firem vyplývá, že dopravní náklady nejvíce ovlivňují malé firmy do 25 zaměstnanců, a to v míře 29,7 %. Naopak nejmeně faktor ovlivnil střední a velké firmy, kde z 33 respondentů uvedlo pouze 9 % vyšší míru ovlivnění. Při testování nezávislosti tohoto faktoru a velikosti firem se nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost ( $p$ -hodnota = 0,092;  $\chi^2 = 22,6$ ).

## 4.2. Náklady na pracovní sílu

Ač je v kraji Vysočina výrazně nižší podíl vysokoškolských absolventů, kteří by vyžadovali vyšší mzdu, ani tento faktor nepatří k těm, které by výrazně ovlivňovaly lokalizaci podniků. Jako nejvíce ovlivňující tento faktor uvedlo 12 % respondentů. Za vysoce ovlivňující ho považuje 9 % firem. Středně důležitý je tento faktor pro 17 % dotázaných a jako méně důležitý faktor ho uvedlo 12 % odpovídajících. Nedůležitý faktor je to pro 15 % podniků a 35 % uvedlo, že na ně tento faktor nemá žádný vliv. Výsledky odpovědí vlivu faktoru jsou zobrazeny na grafu č. 7. Při provedeném testu dobré shody se podařilo zjistit, že existuje významný rozdíl mezi jednotlivými odpověďmi. Zamítáme tedy nulovou hypotézu na základě p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 38,5$ .

Graf 7: Vliv faktoru náklady na pracovní sílu



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

K nejvyššímu ovlivnění vzhledem k okresům dochází na Havlíčkovobrodsku, tam faktor ovlivňuje 32 % firem. Podobně je na tom okres Pelhřimov s mírou ovlivnění 31,4 %. Naopak nízkou mírou vlivu zaznamenaly okresy Žďár nad Sázavou a Třebíč. Žďársko vykazuje vliv pouze u 8 % firem, na Třebíčsko působí tento vliv ještě méně, a to 7,69 %, avšak dle provedeného testu nezávislosti faktoru nákladů na pracovní sílu a okresu se nepodařilo prokázat tuto závislost za statisticky významnou (p-hodnota = 0,119,  $\chi^2 = 27,6$ ).

Průměrné hrubé mzdy v kraji Vysočina jsou nyní takovým „zlatým středem“ v rámci České republiky. Zatímco ještě v roce 2002–2003, dle studie od

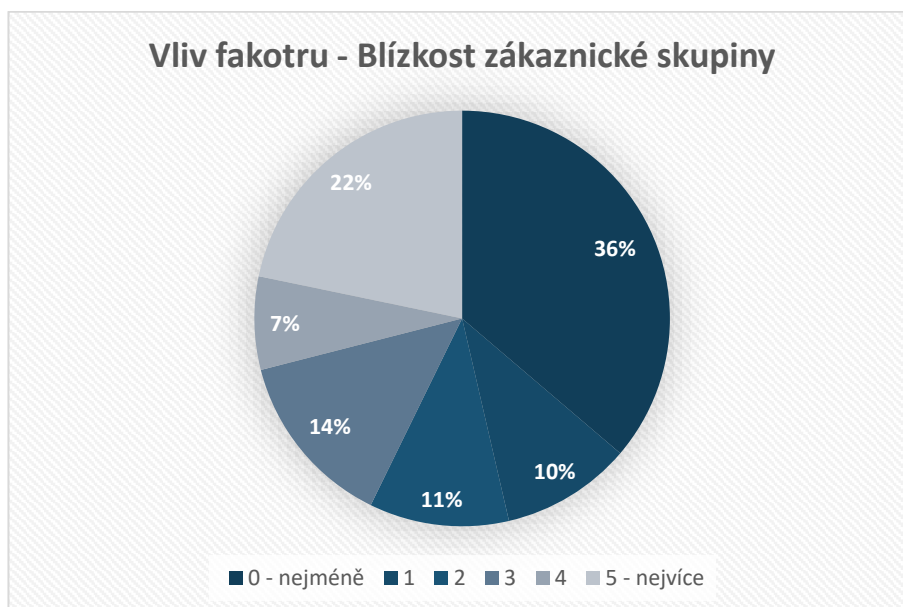
Gajdová & Tuleja (2013), byla průměrná hrubá mzda na Vysočině nejnižší v České republice, právě to mohlo ovlivnit firmy zakládané v těchto letech.

V porovnání vlivu faktoru v rámci doby podnikání vykazovaly firmy založené před rokem 2005 vyšší míru ovlivnění, než firmy založené po roce 2005, a to 20,35 %. V tomto případě se podařilo zamítnout nulovou hypotézu o nezávislosti. Je zde tedy prokázána významná závislost faktoru nákladů na pracovní sílu a délky podnikání. Nulová hypotéza byla zamítnuta na základě p-hodnoty = 0,013 a  $\chi^2 = 22,4$ .

### 4.3. Blížkost zákaznické skupiny

Při zkoumání blízkosti zákaznické skupiny bylo zjištěno, že tento faktor nejvíce ovlivnil k umístění svého podniku 22 % respondentů. Vysokou ovlivňující schopnost měl činitel pouze na 7 % firem. 14 % dotázaných tento vliv označilo jako středně důležitý. Za méně důležité je faktor považován 11 % a jako na nedůležitý faktor na něj pohlíží 10 % podniků. Největší procentuální zastoupení, a to 36 %, zabrala odpověď 0, tedy že faktor nemá žádný vliv na rozhodování a lokalizaci. Výsledný vliv je vykreslen na grafu č. 8. Po provedení testu dobré shody, můžeme konstatovat, že existuje významně více firem, které tento faktor považují za nedůležitý. Podařilo se tak zamítnout nulovou hypotézu o rovném rozdělení na základě p-hodnoty  $<0,001$  ( $\chi^2 = 48,1$ ).

Graf 8: Vliv faktoru blízkosti zákaznické skupiny



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Tento faktor nejvíce ovlivnil firmy působící v okrese Jihlava. Podíl jejich odpovědí se stupni 4 a 5 činí 37 %. Druhé nejvyšší ovlivnění zaznamenaly firmy na Třebíčsku



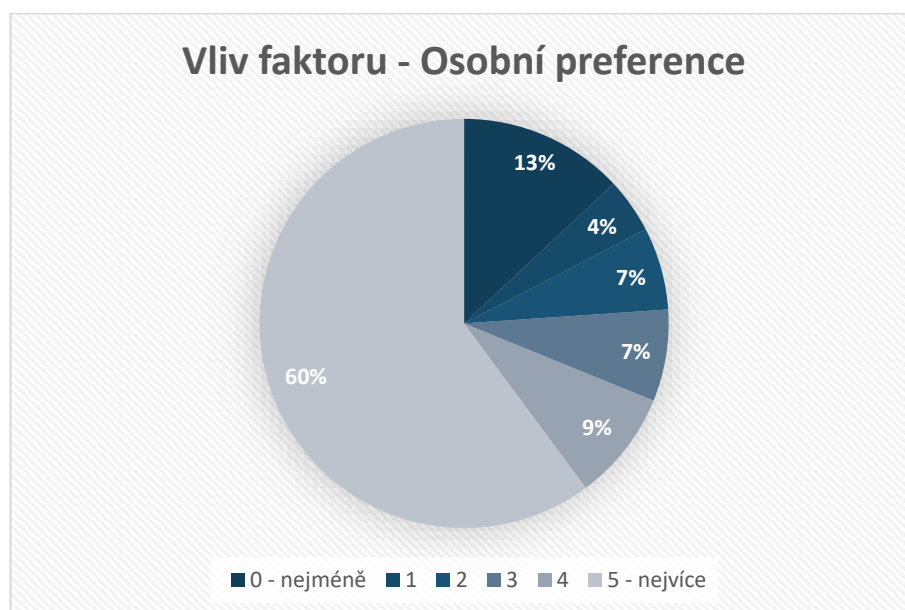
s 34,6 %. Hranici 30 % přesáhly i odpovědi firem z Pelhřimovska. Nejmenší ovlivnění uvedly firmy z Havlíčkobrodsko a Žďárska, oba okresy měly podíl odpovědí 20 %. Při provedeném testu nezávislosti nebylo možné zamítnout nulovou hypotézu, nebyla zde prokázána žádná statisticky významná závislost mezi faktorem blízkosti zákaznické skupiny a okresem ( $p$ -hodnota = 0,21,  $\chi^2 = 24,8$ ).

Největší ovlivnění můžeme dle velikosti firem pozorovat u mikro podniků. U mikro podniků uvedlo 38,78 % z nich, že je pro ně faktor vysoce důležitý nebo dokonce nejvíce ovlivňující. Dle zastoupení dále následují malé firmy od 26 do 50 zaměstnanců s mírou 36,84 %. Další skupinou je druhá část malých podniků, zde se ovlivňující faktor projevil ve 24,32 % případů. Jako na nejméně důležitý faktor na něj pohlíží střední a velké firmy tam faktor zaznamenal pouze 15,15 % vliv. Provedený test nezávislosti faktoru blízkosti zákaznické skupiny a velikosti podniku nezaznamenal statisticky významnou závislost mezi danými faktory ( $p$ -hodnota = 0,199,  $\chi^2 = 19,3$ ).

#### 4.4. Osobní preference

Už od prvních přijatých dotazníků bylo viditelné, že osobní preference budou jedním z nejvíce ovlivňujících faktorů. Na grafu č. 9 lze pozorovat, že osobní preference mají viditelně vysoký vliv na umístění podniků v kraji Vysočina, tato odpověď v dotazníku činila 60 %. Dalších 9 % firem se na tento faktor dívá jako na vysoce ovlivňující. Shodný podíl odpovědí 7 % náleží středně důležitým a méně důležitým faktorům. Jako nedůležitý byl faktor uveden pouze 4 % respondentů a 13 % firem uvedlo, že na jejich umístění neměl žádný vliv. Uvedené odpovědi byly podrobeny testu dobré shody, ten zde prokázal existenci významných rozdílů mezi jednotlivými odpověďmi, zamítáme tak nulovou hypotézu o rovných odpovědích ( $p$ -hodnota <0,001,  $\chi^2 = 191$ ). Z výsledků lze dokázat, že existuje významně více lidí, co tento faktor považují za důležitý.

Graf 9: Vliv faktoru osobních preferencí



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

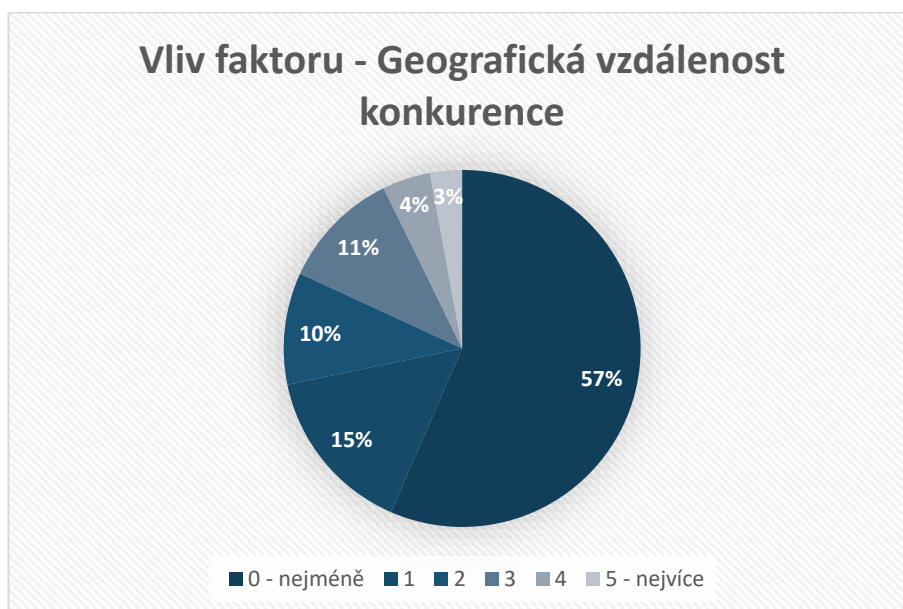
Při porovnání vlivu faktoru v rámci okresů ani jeden okres nezaznamenal menší procentuální zastoupení jak 60 %. Nejmenší vliv 60 % uvedly firmy z Pelhřimovska, velkou roli při nižším ovlivnění mohl hrát fakt, že Pelhřimovsko má od ostatních okresů nejvíce odpovědí ze středních a velkých firem, u kterých právě osobní preference jako např. bydliště nebo rodina nemusí hrát tak velkou roli. Naopak nejvyšší míru vlivu uvedly firmy z Třebíčska, Jihlavska a Žďárska, tyto okresy vykazovaly větší míru odpovědí od firem mikro a malých. Výjimku tvoří okres Havlíčkův Brod, tam firmy uvedly nižší míru ovlivnění 64 %, ale také v tomto okrese odpovědělo nejvíce mikro a malých firem. Provedeným testem nezávislosti mezi faktorem osobních preferencí a okresem se nepodařilo zamítnout nulovou hypotézu a prokázat tak statisticky významnou závislost mezi těmito faktory ( $p$ -hodnota = 0,528;  $\chi^2 = 18,9$ ).

Při srovnání vlivu podle velikosti firem můžeme pozorovat postupnou klesající tendenci s růstem velikosti podniku. Mikro podniky jsou tímto faktorem ovlivněny z 87,7 %, naopak střední a velké podniky faktor ovlivňuje pouze ze 42,4 %. Po provedeném testu nezávislosti faktoru osobních preferencí a velikosti podniku zamítáme nulovou hypotézu ve prospěch výrazné statistické závislosti jednotlivých faktorů. Nulovou hypotézu bylo nutné zamítnout na základě  $p$ -hodnoty = 0,007 a  $\chi^2 = 31,8$ .

#### 4.5. Geografická vzdálenost konkurence

Dále byl zkoumán vliv geografické vzdálenosti konkurence, na rozhodování o umístění. Zde můžeme na rozdíl od vlivu osobních preferencí naopak pozorovat největší zastoupení odpovědi 0 – faktor nemá žádný vliv na lokalizaci podniku, tuto odpověď uvedlo 57 % respondentů. Jako na nedůležitý aspekt na něj hledí 15 % firem. Malý vliv tohoto faktoru se projevil u lokalizace 10 % podniků, které vyplnily dotazník. 11 % ho považuje za středně důležitý a pouze 4 % a 3 % na něj hledí jako na vysoce důležitý nebo na nejvíce ovlivňující. Vylíčený výsledek je vyobrazen na grafu č. 10. Při provedeném testu dobré shody bylo prokázáno, že existuje významně více firem, které tento faktor považují za nevýznamný. Nulová hypotéza o rovnosti byla zamítnuta na základě p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 166$ .

Graf 10: Vliv faktoru geografické vzdálenosti konkurence



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Nejvíce firem, které tento faktor považují za důležitý, pochází z okresu Pelhřimov tj. 11,4 % firem. Ostatní okresy se pohybují pod 10 % a nejmenší důležitost tomuto faktoru přiřadily firmy z Třebíčska 3,85 %. Dle testování nezávislosti faktoru geografické vzdálenosti a okresu na tyto faktory nemůžeme hledět jako na faktory s významnou statistickou závislostí ( $p$ -hodnota = 0,071,  $\chi^2 = 29,9$ ).

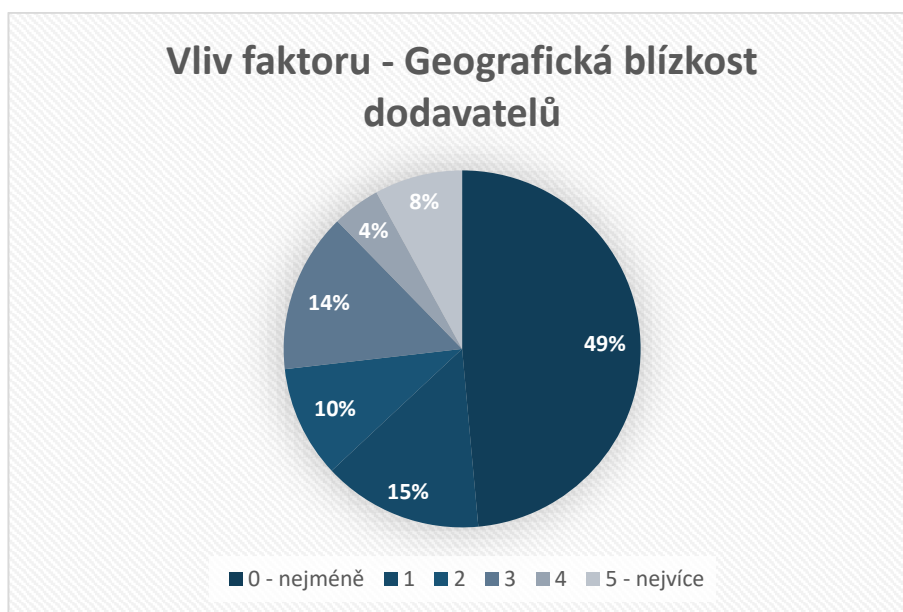
Ze srovnání vlivu tohoto lokalizačního faktoru podle velikosti firem faktor ovlivnil nejvíce malé podniky od 26 do 50 zaměstnanců, a to mírou 15,79 %. Naopak nejmenší ovlivnění 3,03 % zaznamenaly střední a velké firmy. Při provedeném testu nezávislosti

se nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost faktoru geografické vzdálenosti konkurence a velikosti podniku (p-hodnota = 0,938 a  $\chi^2 = 7,63$ ).

#### 4.6. Geografická blízkost dodavatelů

Při zkoumání vlivu geografické blízkosti dodavatelů bylo zjištěno, že ani tento faktor nezaznamenal vysokou ovlivňující funkci. Pro 49 % firem neměl činitel žádný význam při jejich situování v kraji. 14 % na něj pohlíží jako na nepodstatný. Pro 10 % respondentů je to méně významné hledisko. 14 % dotázaných ho zařadilo ke středně podstatným. Vysoce důležitý je faktor blízkosti dodavatelů pro 4 % podniků a pouze 8 % ho rozhodně považuje za nejvíce významnou okolnost. Situace s vlivem geografické blízkosti dodavatelů je vykreslena na grafu č. 11. Test dobré shody pak prokázal významné rozdíly mezi jednotlivými odpověďmi, lze tedy říct, že je významně více firem, které tento faktor nepovažují za významný. Nulová hypotéza byla zamítnuta na úrovni p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 107$ .

Graf 11: Vliv faktoru geografické blízkosti dodavatelů



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Nejvíce ovlivňujícím se tento faktor stal pro firmy sídlící v okrese Třebíč s podílem 23 %. Nejmenší ovlivnění 4 % pak zaznamenaly firmy v okrese Žďár nad Sázavou. Test nezávislosti faktoru geografické blízkosti dodavatelů a okresů ani zde neprokázal statisticky významnou závislost (p-hodnota = 0,59,  $\chi^2 = 18$ ).

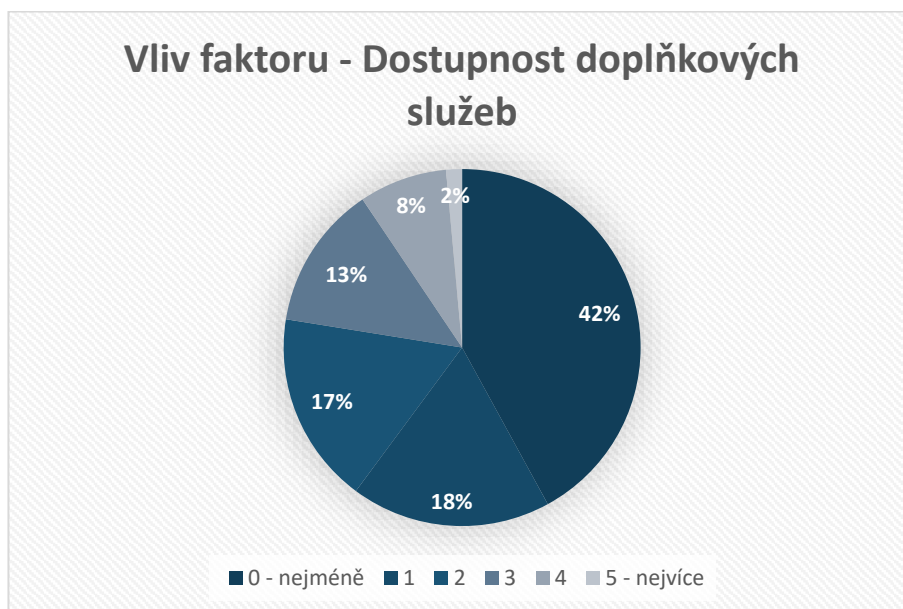
U srovnání vlivu podle velikosti firem můžeme pozorovat klesající míru ovlivnění vzhledem ke zvětšující se velikosti podniků. U mikro podniků lze pozorovat míru

ovlivnění 14,29 %, u malých podniků do 25 zaměstnanců 13,51 %, u malých podniků do 50 zaměstnanců 10,53 % a u středních a velkých podniků pozorujeme pouze 9,1 % ovlivnění. V rámci testování nezávislosti faktoru blízkosti dodavatelů a velikosti podniku se však nepodařilo prokázat významnou statistickou závislost zmíněných faktorů (p-hodnota = 0,804,  $\chi^2 = 10,2$ ).

#### 4.7. Dostupnost doplňkových služeb

Dalším vysoce neovlivňujícím faktorem se stala dostupnost doplňkových služeb. Tento vliv považují za hlavní pouze 2 % respondentů. Ani druhý stupeň škály, vysoce ovlivňující, nezaznamenal výrazný podíl odpovědí, a to jen 8 %. Následující stupně se již v dotazníku objevovaly častěji. Středně důležitým faktorem ho označilo 13 %. Pro 17 % firem jsou doplňkové služby méně důležitým aspektem a za nedůležitá ho považuje 18 % podniků. Celých 42 % pak usuzuje, že při lokalizaci podniku na ně tento vliv neměl žádný dopad. Graf 12, zobrazující tuto situaci je uveden níže. Po podrobení faktoru dostupnosti doplňkových služeb testu dobré shody zamítáme nulovou hypotézu o rovných odpovědích (p-hodnota <0,001 a  $\chi^2 = 80$ ). Existuje zde tedy významně více lidí, kteří faktor považují za nevýznamný.

Graf 12: Vliv faktoru dostupnosti doplňkových služeb



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

V rámci okresů, připadá tento faktor důležitý nejvíce firmám na Pelhřimovsku, avšak pouze 17,14 %. Dále je faktor důležitý pro podniky na Žďársku. Naopak na Havlíčkovobrodsku ani jeden dotázaný nevedl stupeň ovlivnění 4–5 a tak zde faktor získal

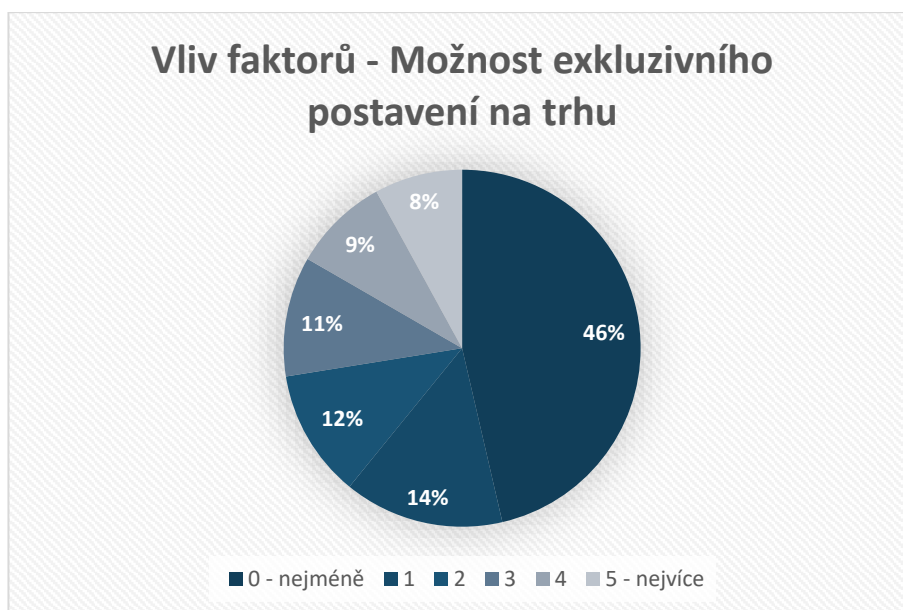
0 %. Nulovou hypotézu se při testování nezávislosti faktoru dostupnosti doplňkových služeb a okresu nepodařilo zamítnout (p-hodnota = 0,5,  $\chi^2 = 19,3$ ), nelze zde prokázat statisticky významnou závislost.

V procentuálním zastoupení vlivu dle velikosti firem dominují malé firmy. Malé podniky do 25 zaměstnanců dosáhly 16,22 % ovlivnění a malé podniky do 50 zaměstnanců 15,79 %. Nejméně ovlivněné vlivem dostupnosti doplňkových služeb se staly střední a velké firmy s 3,03 %. Při testování nezávislosti faktoru dostupnosti doplňkových služeb a velikosti podniku se nepodařilo dokázat existenci statisticky významné závislosti těchto faktorů (p-hodnota = 0,148,  $\chi^2 = 20,7$ ).

#### 4.8. Možnost exkluzivního postavení na trhu

Možnost exkluzivního postavení na trhu zaznamenala opět převažující počet odpovědí typu: faktor nemá žádný vliv na rozhodování o místě podnikání. Tuto odpověď uvedlo 46 % dotázaných. 14 % firem se na tento faktor dívá jako na nedůležitý. Další čtyři škály jsou zastoupeny podobně, a to následovně: 12 % podniků považuje aspekt postavení na trhu za méně důležitý, 11 % hledí na faktor jako na středně ovlivňující, 9 % respondentů ho v dotazníku uvedlo jako vysoce ovlivňující a 8 % jako faktor s největším významem. Tuto situaci lze vidět na grafu č. 13. Provedeným testem dobré shody můžeme opět konstatovat, že existuje významně více podniků, které považují faktor za nevýznamný. Nulová hypotéza byla zamítnuta na základě p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 90$ .

Graf 13: Vliv faktoru možnosti exkluzivního postavení na trhu



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

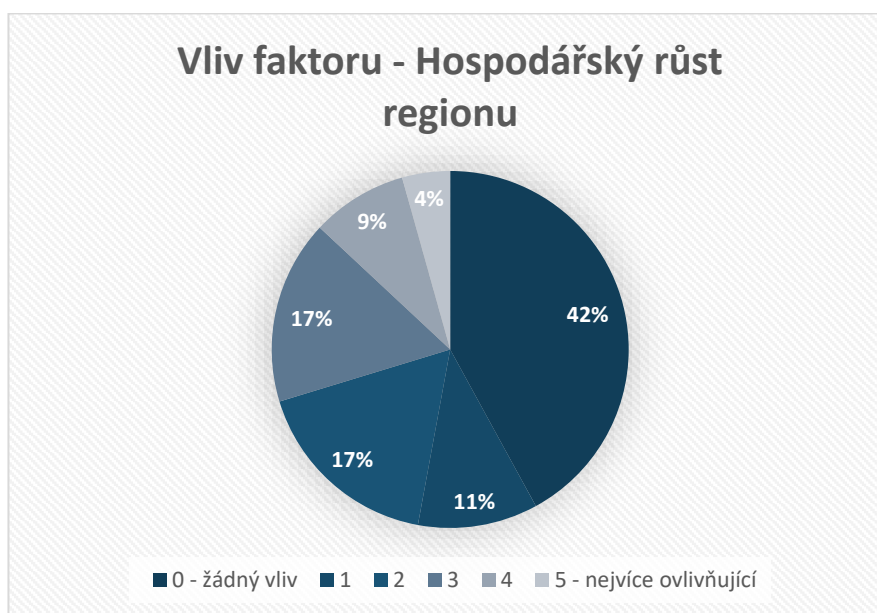
Silné ovlivnění tímto faktorem uvedly firmy z okresu Pelhřimov, stupněm 4–5 byl označen 31,43 %. Následuje velký procentuální seskok a dalším nejvíce ovlivněným okresem je Jihlavsko s 14,81 %. Nejmenší dopad na umístění podniku měl vliv opět u firem na Havlíčkobrodsku, tentokrát s 8 %. V tomto případě zamítáme nulovou hypotézu o nezávislosti na úrovni p-hodnoty = 0,013 a  $\chi^2 = 36,7$ . U tohoto faktoru je tedy prokázána významná závislost v jednotlivých regionech. Možným vysvětlením výsledku, proč právě firmy na Pelhřimovsku považují tento faktor za významný je, že v okrese Pelhřimov existuje nejméně ekonomických subjektů z celé Vysočiny, zároveň okres disponuje třetí největší rozlohou, firmy zde mají tedy více prostoru pro své působení. Dalším možným vysvětlením může být fakt, že z okresu Havlíčkův Brod odpovídaly převážně firmy ze zpracovatelského průmyslu, můžeme zde tedy pozorovat větší koncentraci firem z odvětví, a tudíž větší konkurenci.

U ovlivnění firem podle velikosti jsou na tom mikro a malé podniky téměř totožně a pohybují se okolo 20 %. Naproti tomu střední a velké podniky v tomto faktoru nevidí žádné velké ovlivnění, pouze 6,06 % z nich ho pasovalo na více ovlivňující. Při provedení testu nezávislosti se však nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost faktoru možnosti exkluzivního postavení na trhu a velikosti firem (p-hodnota = 0,770,  $\chi^2 = 10,7$ ).

#### 4.9. Hospodářský růst regionu

Při zkoumání vlivu hospodářského růstu podniku vyšlo najevo, že z celkového počtu 138 odpovědí, nepovažuje tento faktor za ovlivňující 42 % z nich. Odpověď 1 – nedůležitý faktor v dotazníku uvedlo 11 % firem. Jako méně důležitý vidí tento faktor 17 %, stejný počet respondentů tuto okolnost považuje za středně ovlivňující. 9 % na faktor pohlíží jako na vysoce ovlivňující a k odpovědi 5 – nejvíce ovlivňující se přiklání 4 % podniků. Výsledná situace je vykreslena na grafu č. 14 níže. Test dobré shody u tohoto faktoru taktéž zaznamenal existenci významně větší skupiny lidí, která faktor nepovažuje za důležitý. Nulová hypotéza o rovných odpovědích byla tedy zamítnuta (p-hodnota <0,001,  $\chi^2 = 73,9$ ).

Graf 14: Vliv faktoru hospodářského růstu regionu



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Ve srovnání vlivu mezi okresy jasně vyniká vliv faktoru na firmy v okrese Pelhřimov, ten jako jediný zaznamenal 31,43 % význam. Naopak všechny ostatní okresy vykazují působení faktoru pod 10 %. Vysoký úspěch Pelhřimovského okresu může mít na svědomí skutečnost, že jak město Pelhřimov, tak město Humpolec (taktéž ležící v okrese Pelhřimov) dosahují vynikajících výsledků ve výzkumu „Město pro byznys“. Obě tyto města mají na kontě alespoň jednu výhru v celorepublikovém srovnání a za uplynulých deset let se tyto města skoro pokaždé umístila na prvních třech příčkách v krajském srovnání. Tento faktor zaznamenal i v testu nezávislosti významný rozdíl mezi jednotlivými odpověďmi, podařilo se zamítnout nulovou hypotézu o nezávislosti na základě p-hodnoty = 0,005 ( $\chi^2 = 40$ ). Byla tak prokázána významná závislost faktorů, tj. hospodářského růstu regionu a okresu.

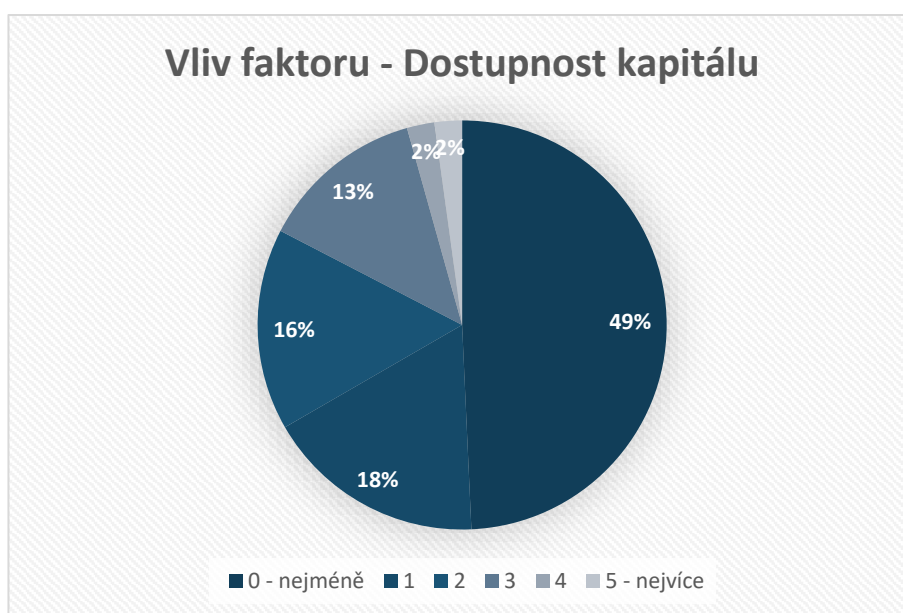
Když srovnáme vliv faktoru podle délky trvání podnikání, lze pozorovat klesající tendenci s růstem doby podnikání. Firmy, které podnikají již přes 16 let, uvedly míru ovlivnění 10,62 %. U firem s délkou podnikání do 15 let je míra vlivu 21,05 % a nejvíce jsou tímto faktorem ovlivněny nové firmy, které na trhu působí méně než 5 let. Právě u srovnání dle doby podnikání můžeme vidět, že postupný růst významu faktoru vzhledem k délce podnikání může záviset na vzrůstajícím HDP v kraji Vysočina. Provedený test nezávislosti však neprokázal žádnou statisticky významnou závislost mezi faktorem hospodářského růstu a dobou podnikání (p-hodnota = 0,190,  $\chi^2 = 13,7$ ).



#### 4.10. Dostupnost kapitálu

Zkoumání celkového vlivu dostupnosti kapitálu nepřineslo žádnou výraznou změnu od předchozího faktoru. V grafu č. 15 níže je popsána situace, kdy pro 49 % dotázaných dostupnost kapitálu neměla žádný význam při hledání vhodného umístění jejich podniku. O nepodstatný faktor se jedná u 18 % respondentů. Celkem 13 % firem tomuto faktoru přiřadilo střední míru ovlivnění. Dvě nejsilnější míry ovlivnění zaškrtnuly v dotazníku shodně pouze 2 % firem. Provedený test dobré shody zde opět prokázal, že existuje významně více firem, které faktor považují za nedůležitý. Nulová hypotéza byla zamítnuta na základě p-hodnoty  $<0,001$  a  $\chi^2 = 125,7$ .

Graf 15: Vliv faktoru dostupnosti kapitálu



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

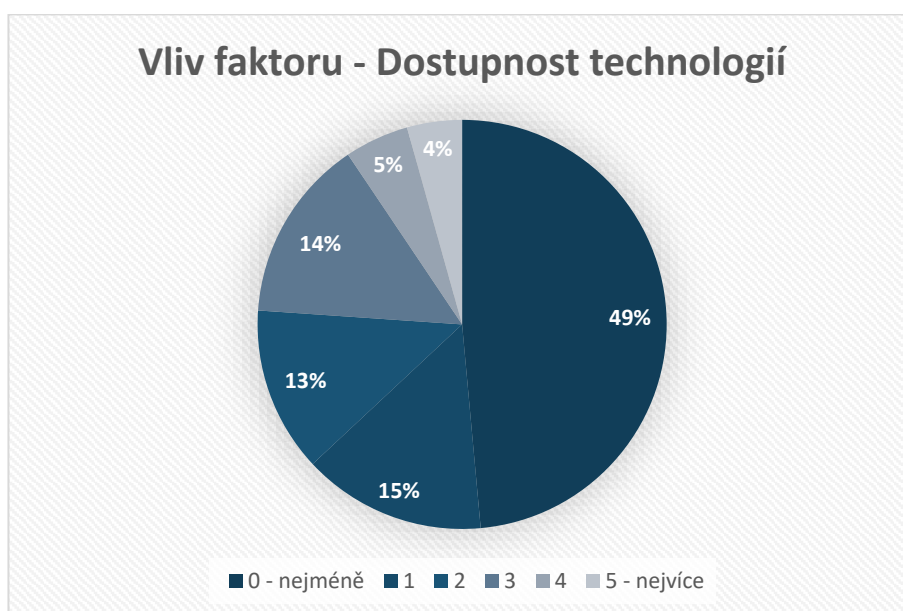
Jediným okresem, u kterého došlo k výraznějšímu ovlivnění, je Pelhřimovsko, zde uvedlo 11,43 % firem větší míru ovlivnění. Ostatní okresy zaznamenaly podíl nižší než 5 %. Třebíčsko a Jihlavsko zaznamenalo dokonce 0 %. Podle provedeného testu nezávislosti se nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost faktoru dostupnosti technologií a okresu, a to díky p-hodnotě = 0,198 a  $\chi^2 = 25,1$ .

Srovnání vlivu dle velikosti nezaznamenalo žádný výrazný vliv u alespoň jedné skupiny. Všechny skupiny se pohybují pod 7 %. V rámci testování nezávislosti faktoru dostupnosti kapitálu a velikostí firem se nepodařilo dokázat významnou statistickou závislost mezi danými faktory (p-hodnota = 0,845,  $\chi^2 = 9,58$ ).

#### 4.11. Dostupnost technologií

Dalším zkoumaným faktorem byl vliv dostupnosti technologií. Tento faktor získal stejně jako předešlá okolnost dostupnosti kapitálu největší podíl odpovědi 0, ve stejné míře 49 %. Stupeň nedůležitý a méně důležitý dosáhly podobného procentuálního zastoupení, a to 15 % a 13 %. Od tohoto zastoupení se nevzdaluje ani podíl odpovědi u středně ovlivňujícího faktoru 14 %. Naopak mnohem menší míru zastoupení vykazují odpovědi největší míry vlivu. Jako na vysoce ovlivňující faktor na dostupnost technologií pohlíží 5 % a za nejvíce ovlivňující faktor ho považují 4 % firem. Výkres situace můžeme pozorovat na grafu č. 16 níže. Provedený test dobré shody dokládá, že existuje významně více lidí, kteří faktor nepovažují za důležitý. Nulová hypotéza tak byla zamítnuta při p-hodnotě  $<0,001$  a  $\chi^2 = 109,7$ .

Graf 16: Vliv faktoru dostupnosti technologií



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Větší vliv dostupnosti technologií se projevil u firem na Pelhřimovsku a Žďársku. Na Pelhřimovsku firmy uvedly 17,14 % míru ovlivnění a na Žďársku 12 %. Ostatní okresy se pohybují pod 8 %. V rámci testování nezávislosti faktoru dostupnosti technologií a okresu se nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost těchto faktorů (p-hodnota = 0,158 a  $\chi^2 = 26,2$ ).

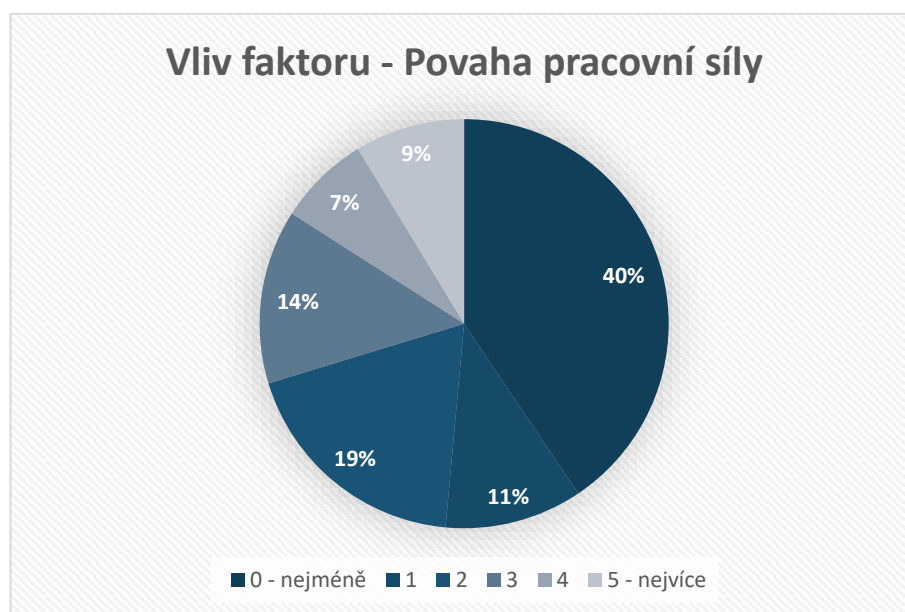
Ve srovnání dle velikosti firem jasně vyčnívají malé firmy od 26 do 50 zaměstnanců, ty uvedly, že dostupnost technologií ovlivňuje 15,8 % z nich. Ostatní velikostní skupiny se opět pohybují pod 8 %. U provedeného testu nezávislosti se

nepodařilo prokázat významnou statistickou závislost mezi faktorem dostupnosti technologií a velikostí firem ( $p$ -hodnota = 0,380,  $\chi^2 = 16$ ).

#### 4.12. Povaha pracovní síly

Jelikož v kraji Vysočina existuje pouze jedna vysoká škola, znamená to, že velká většina vysokoškoláků se z kraje vystěhovává pryč. Proto z hlediska složení podniků na Vysočině vyplývá, že zde sídlí především firmy, které po svých zaměstnancích nepožadují vysokoškolské vzdělání a převládá zájem o odborné profese (dle Úřadu práce České republiky, 2020). Možná i z tohoto důvodu se nejčastější odpovědí u faktoru povahy pracovní síly stala odpověď 0 – faktor neměl žádný vliv na umístění, a to v míře 40 %. 11 % firem ohodnotilo faktor jako nepodstatný. U 19 % firem patří faktor povahy pracovní síly v kraji k méně důležitým vlivům. 14 % respondentů uvedlo, že pro volbu místa jejich podnikání měl faktor střední vliv. Menší míru zastoupení mají opět stupně více ovlivňující. Jako na vysoce ovlivňující faktor na něj pohlíží 7 % podniků a největší ovlivnění v něm vidí 9 % odpovídajících. Výsledná situace popsaného vlivu je zobrazena níže na grafu č. 17. I u tohoto faktoru test dobré shody prokázal existenci významně velké skupiny lidí, kteří nepovažují vliv za důležitý. Nulová hypotézu o rovných odpovědích byla zamítnuta při  $p$ -hodnotě  $<0,001$  a  $\chi^2 = 63,8$ .

Graf 17: Vliv faktoru povahy pracovní síly



Zdroj: vlastní zpracování podle výstupů z dotazníků

Největší ovlivnění tímto faktorem uvedly firmy na Havlíčkobrodsku, zde ohodnotilo 24 % podniků faktor škálou 4–5. Následně stejné zastoupení 20 % mají firmy

z okresu Pelhřimov a Žďár nad Sázavou. Naopak pouze 3,85 % firem z Třebíčska na faktor pohlíží jako na ovlivňující. V tomto případě se na základě p-hodnoty 0,04 ( $\chi^2 = 39$ ) podařilo zamítnout nulovou hypotézu o nezávislosti. Je tedy prokázána významná závislost faktoru povahy pracovní síly a okresů. Tento výsledek může mít na svědomí fakt, že Havlíčkobrodsko vykazovalo největší zastoupení firem ze zpracovatelského průmyslu. Zde je, díky stále se vyvíjejícím technologiím, vyžadována kvalifikovanější pracovní síla, která rozumí daným technologiím a umí s nimi pracovat.

Vysoký podíl dle velikosti firem zaznamenala skupina malých firem s 26–50 zaměstnanci, a to 26,32 %. Za nimi následuje druhá skupina malých firem s 21,62 %. Dále pokračují střední a velké firmy s 15,15 %. Nejméně ovlivněnou skupinou se staly mikro podniky s 8,16 %. V rámci testování nezávislosti faktoru povahy pracovní síly a velikosti podniku se nepodařilo prokázat statisticky významnou závislost mezi těmito faktory (p-hodnota = 0,97 a  $\chi^2 = 6,39$ ).

## 5. Závěr

Rozhodování o lokalizaci je prvotní zkouškou každého začínajícího podniku. Firmy před svým rozhodnutím musí zvážit řadu lokalizačních faktorů, které na podnik budou působit. Jeho lokalizace hraje totiž velkou roli v budoucím úspěšném podnikání. Ač známe řadu lokalizačních teorií a z nich plynoucích lokalizačních faktorů, díky neustále se měnícímu světu a zvyšujícímu se tempu života je řada z nich značně zastaralá. To, co bylo vhodné dříve, už nemusí být dobré dnes. A to, co platí dnes, už zítra platit nemusí.

Cílem bakalářské práce tak bylo odhalit lokalizační faktory, které se nejvíce podílely na ovlivnění lokalizace firem v kraji Vysočina a poukázat na faktory, které v kraji neměly příliš velkou roli a firmy na ně při svém rozhodování příliš nepomýšlely.

Pro dotazníkové šetření bylo využito celkem 12 vybraných lokalizačních faktorů, které se zabíraly dopravními náklady, náklady na pracovní sílu a povahou pracovní síly, dostupností doplňkových služeb, kapitálu a technologií, vzdáleností od konkurence, dodavatelů a zákazníků, hospodářským růstem regionu, možností exkluzivního postavení na trhu nebo vlastními preferencemi. Data získaná z navrácených dotazníků byla následně zpracována, a to jak za celou otázku, tak z hlediska jednotlivých vedlejších ovlivňujících faktorů jako okres podnikání, velikost podniku nebo doba podnikání.

Z výsledků provedeného dotazníkového šetření můžeme vyzdvihnout 4 lokalizační faktory, které se nejvíce podílely na alokaci firem. Jsou jimi sestupně osobní preference, blízkost zákaznické skupiny, náklady na pracovní sílu a dopravní náklady. Faktor osobních preferencí se ve velké míře projevil ve všech okresech na Vysočině, ukázalo se však menší procentuální ovlivnění vzhledem k růstu podniků. Fakt o výrazném celkovém vlivu faktoru potvrdil i test dobré shody. Ostatní faktory nezaznamenaly výrazný celkový vliv. U faktoru blízkosti zákaznické skupiny můžeme pozorovat podobnou tendenci jako u faktoru osobních preferencí, projevil se v podobné míře ve všech okresech a nejvíce ovlivnil právě mikro firmy, na velké a střední podniky neměl značný dopad. U faktoru nákladů na pracovní sílu můžeme konstatovat, že nejvíce ovlivnil firmy, které byly založené před rokem 2005. Tehdy byly v kraji Vysočina velmi nízké průměrné mzdy. Posledním faktorem jsou dopravní náklady, ty se na seznam nejvíce ovlivňujících faktorů mohly dostat kvůli dobré kvalitě dopravní infrastruktury a snadné dostupnosti dálnice D1.

Naopak k faktorům, které odpovídající firmy nazvaly jako nejméně ovlivňující a potvrdily to i provedené testy dobré shody spadají: geografická vzdálenost konkurence,

dostupnost kapitálu, geografická blízkost dodavatelů, dostupnost technologií, dostupnost doplňkových služeb, možnost exkluzivního postavení na trhu, hospodářský růst regionu a povaha pracovní síly.

Dle provedeného průzkumu, můžeme konstatovat, že ač se některé faktory mohly zdát jako méně ovlivňující, mohou i tak hrát svou roli v umístění podniků, ať už podle velikosti, podle umístění v okresu nebo podle délky podnikání. Příkladem může být faktor hospodářského růstu regionu, který sice nezaznamenal významný celkový vliv, ale ze srovnání podle okresů můžeme pozorovat značný vliv v okresu Pelhřimov, města z tohoto okresu patří každý rok na přední příčky výzkumu „Město pro byznys“. Nebo faktor nákladů na pracovní sílu, zde byla prokázána významná závislost faktoru a délky podnikání, největší ovlivnění uvedly firmy založené před rokem 2005, možným vysvětlením mohou být velmi nízké hrubé mzdy v kraji, které zde před rokem 2005 byly. Dále se významná závislost projevila například u možnosti exkluzivního postavení na trhu, kde významný vliv zaznamenaly firmy na Pelhřimovsku, a naopak nejmenší vliv firmy na Havlíčkovsku. Zde existuje více možných odpovědí, roli může hrát například malé množství firem na Pelhřimovsku v porovnání s ostatními okresy, nebo naopak velká koncentrace zpracovatelských firem na Havlíčkovsku, kde může docházet k významné konkurenci. Dalším příkladem je závislost povahy pracovní síly na okresu, tímto faktorem jsou nejvíce ovlivněny firmy na Havlíčkovsku, možným vysvětlením tohoto jevu je zvyšující se potřeba kvalifikovaných pracovníků ve zpracovatelském průmyslu, který je na Havlíčkovsku hojně zastoupen.

Je nutné poznamenat, že bakalářská práce se zabývala pouze úzkou skupinou lokalizačních faktorů, lze předpokládat existenci jiných lokalizačních faktorů a vlivů, které by se mohly podílet na rozhodování firem ohledně jejich umístění. Ty však již nebyly předmětem této práce. Nové faktory by pak mohly být dalším krokem pro rozšíření dosavadního výzkumu.

## **Shrnutí:**

Záměrem bakalářské práce je najít a identifikovat lokalizační faktory, které se podílejí na rozhodování při hledání vhodných možností, kde mohou firmy zahájit podnikání a provozovat svou ekonomickou činnost. Pro tuto bakalářskou práci budou použity společnosti, které mají sídlo v kraji Vysočina.

Práce je rozdělena do tří částí. První část popisuje nejznámější lokalizační teorie a lokalizační faktory. Konec této části zachycuje stručný popis regionu Vysočina. Druhá část se zabývá metodologií, kde jsou vymezeny použité lokalizační faktory, popsán sběr dat a na konci této části jsou charakterizovány dotazované firmy. Třetí část se pak zabývá vlastní výzkumnou činností, pro níž byl vytvořen dotazník, který zkoumá nejen lokalizační faktory, které na podniky působí, ale i velikost firmy a délku podnikání. V této části jsou následně vyhodnoceny jednotlivé lokalizační faktory podle odpovědí z dotazníku. Vyhodnocení se týká vlivu faktorů na všechny podniky z Vysočiny, ale také vlivu faktorů podle různých kritérií, jako je velikost podniku, okres podnikání nebo délka podnikání.

V závěru práce je poukázáno na faktory, které nejvíce nebo naopak nejméně ovlivňují lokalizaci podnikání. Za nejvíce ovlivňující faktor lze považovat osobní preference. Lehké ovlivnění se projevilo u faktorů blízkosti zákaznické skupiny, nákladů na pracovní sílu a dopravních nákladů. Naopak nejméně ovlivňujícími faktory se staly: dostupnost kapitálu, geografická vzdálenost konkurentů a dodavatelů a dostupnost technologií.

**Klíčová slova:** kraj Vysočina, lokalizační faktory, lokalizační teorie, umístění podniku

## **Summary:**

The thesis aims to find and identify factors that play part a in decision-making while looking for suitable options for where to set up business and conduct economic activities. Companies, which have their registered offices in the Vysočina region, will be used for this thesis.

The thesis is divided into three parts. The first part describes the best-known localization theories and localization factors. At the end of this part, a brief description of the Vysočina region is added. The second part deals with the methodology, where the used localization factors are defined, data collection is described, and at the end of this part, the interviewed companies are characterized. The third part deals with own research activities, for which a questionnaire was created, examines not only the localization factors that affect companies but also the size of the company and the length of business. In this part, individual localization factors are evaluated according to the answers from the questionnaire. The evaluation relates the effect of factors on all companies from the Vysočina region, but also the effect of factors according to various criteria such as the size of the company, business district, or length of the business.

At the end of the thesis, the factors, that most or least affect the localization of the business are pointed out. Personal preferences can be considered as the most influencing factor. Factors with slight influence were: proximity to customers, labour, and transportation costs. On the contrary, the least influencing factors were: the availability of capital, the geographical distance of competitors and suppliers, and the availability of technology.

**Keywords:** Vysočina region, localization factors, localization theories, business location



## 6. Seznam použitých zdrojů

Athiyaman, A. (2011). Location decision making: the case of retail service development in a closed population. *Academy of Marketing Studies Journal*, 15(1), 87.

Blažek, J. (1999). Teorie regionálního vývoje: je na obzoru nové paradigma či jde o pohyb v kruhu? *Geografie – Sborník ČGS*, 104, 3. Dostupné z: [geo\\_1999104030141.pdf](http://geo_1999104030141.pdf) ([geografie.cz](http://geografie.cz))

Blažek, J. & Uhlíř, D. (2011). *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, implikace*. Vyd. 2., přeprac. a rozš. Praha: Karolinum. ISBN 978-80-246-1974-3.

Čadil, J. (2010). *Regionální ekonomie. Teorie a aplikace*. Nakladatelství CH Beck. ISBN: 978-80-7400-191-8

Damborský, M. & Wokoun, R. (2010). *Lokalizační faktory malého a středního podnikání v podmínkách ekonomiky ČR*. E+ M Ekonomie a management.

Friedmann, J. R. P. (1972). *A general theory of polarized development*. The Free Press. New York.

Greenhut, M. L., Norman, G., & Hung, C. S. (1987). *The economics of imperfect competition: a spatial approach*. Cambridge University Press.

Hirschman, A. O. (1958). *The strategy of economic development*. Yale University Press (No. 04; HD82, H5.).

Ivanička, K. (1987). *Základy teórie a metodológie socioeconomickej geografie*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Jessop, B. (1992). Fordism and post-Fordism: a critical reformulation in Storper M and Scott A eds *Pathways to industrialization and regional development* Routledge. London Routledge, 46–69.

Ježek, J. (2002). *Prostorová a regionální ekonomika*. 2. vyd. Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 80-7082-575-8.

Ježek, J. (2014). *Regionální rozvoj*. Západočeská univerzita v Plzni. ISBN 978-80-261-0462-9. Dostupné z: [https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/16467/1/Regionalni\\_rozvoj.pdf](https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/16467/1/Regionalni_rozvoj.pdf)

Krejčí, T., Klusáček, P., Konečný, O., & Ruda, A. (2010). *Regionální rozvoj-teorie, aplikace, regionalizace*. Mendelova univerzita v Brně.

Malmberg, A. (1997). Industrial geography: location and learning. *Progress in human geography*, 21(4), 573-582.

- Markusen, A. R. (1985). *Profit Cycles, Oligopoly, and Regional Development*. MIT Press, Cambridge.
- Massey, D. (1984). *Spatial divisions of labour: social structures and the geography of production*. Macmillan International Higher Education.
- Myrdal, G. (1957): *Economic Theory and Under-developed Regions*. London: Gerald Duckwords
- Nelson, R. (1998): The agenda for growth theory: a different point of view. *Cambridge Journal of Economics*, roč. 22
- North, D. C. (1955). Location theory and regional economic growth. *Journal of political economy*, 63(3), 243-258.
- Perroux, F. (1961). *Economie et société*. Presses universitaire de France, Paris.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 1(1), 14-14. Dostupné z: [CompetitiveAdvantageOfNations.pdf \(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net\)](#)
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review. Dostupné z: [Michael-E.-Porter-Cluster-Reading.pdf \(marasbiber.com\)](#)
- Rumpel, P., Slach, O., & Koutný, J. (2008). *Měkké faktory regionálního rozvoje*. Ostravská univerzita
- Skokan, K. (2004). *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. Ostrava: Repronis. ISBN 80-7329-059-6.
- Stafford, H. A. (1985). Environmental protection and industrial location. *Annals of the Association of American Geographers*, 75(2), 227-240.
- Tickell, A., & Peck, J. A. (1992). Accumulation, regulation and the geographies of post-Fordism: missing links in regulationist research. *Progress in Human Geography*, 16(2), 190-218.
- Viturka, M. (2010). *Kvalita podnikatelského prostředí, regionální konkurenceschopnost a strategie regionálního rozvoje České republiky*. Grada Publishing as. ISBN 978-80-247-3638-9
- Žitek, V. (2002). *Regionální ekonomie a politika I*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-2767-3.

## Internetové zdroje:

CzechInvest, (2002). Průvodce klastrem. Dostupné z: <http://old.czechinvest.org/data/files/pruvodce-klastrem-63.pdf>

Český statistický úřad, (17.09.2020). Porovnání krajů – Vývoj ukazatele. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/porovnani-kraju-vyvoj-ukazatele>

Český statistický úřad, (30.06.2009). Statistická ročenka kraje Vysočina. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/13002e6484>

Gajdová, K., & Tuleja, P (2013). Vývoj mezd v jednotlivých krajích České republiky s důrazem na kraj Moravskoslezský. Doi: 10.5817/CZ.MUNI.P210-6257-2013-10.

Krajská správa Českého statistického úřadu, (31.01.2019). Ekonomické subjekty v Kraji Vysočina k 31. 12. 2018. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xj/ekonomicke-subjekty-v-kraji-vysocina-k-31-12-2018>

Krajská správa Českého statistického úřadu v Jihlavě, (21.01.2021). Charakteristika kraje. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika\\_kraje](https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika_kraje)

Krajská správa Českého statistického úřadu v Jihlavě, (30.12.2019). Regionální HDP. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xb/regionalni\\_hdp](https://www.czso.cz/csu/xb/regionalni_hdp)

Krajský úřad Kraje Vysočina, (12.2018). Profil KRAJE VYSOČINA. Dostupné z <https://samosprava.kr-vysocina.cz/priloha/download/ZK-08-2018-60pr01.pdf>

Mapa ČR, In: Vysocina.eu, (2021). Dostupné z: <https://www.vysocina.eu/images/stories/mapacr.png>

Město pro byznys, Hodnocení. (2020). Dostupné z: <https://www.mestoprobyznys.cz/#result>

Ministerstvo průmyslu a obchodu, (13.01.2006). Operační program Průmysl a podnikání 2004-2006 Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/podnikani/dotace-a-podpora-podnikani/opp-2004-2006/opp-2004-2006-a-souvisejici-dokumenty/operacni-program-prumysl-a-podnikani-2004-2006--6345/>

Národní klastrová asociace, Mapa klastrů v ČR (2020). Dostupné z: <https://nca.cz/mapa-klastru-v-cr/>

Národní pedagogický institut, (2020). Struktura zaměstnanosti Kraj Vysočina. Dostupné z: [file:///C:/Users/sabin/Downloads/V-2.0.31\\_Struktura\\_zamestnanosti\\_VYS\\_2020.pdf](file:///C:/Users/sabin/Downloads/V-2.0.31_Struktura_zamestnanosti_VYS_2020.pdf)

Úřad práce České republiky, Krajská pobočka v Jihlavě, Zpráva o situaci na krajském trhu práce, o realizaci APZ v roce 2019 a strategie APZ pro rok 2020. Dostupné z:

[https://www.uradprace.cz/documents/37855/920318/Rocni\\_VYK\\_2019.pdf/5e97dc19-456a-3e08-d2da-c5db9f9fe700](https://www.uradprace.cz/documents/37855/920318/Rocni_VYK_2019.pdf/5e97dc19-456a-3e08-d2da-c5db9f9fe700)

## 7. Seznam obrázků

Obrázek 1: Von Thünenův model lokalizace zemědělských činností.....	10
Obrázek 2: Zdroj konkurenčních výhod.....	22
Obrázek 3: Mapa České republiky .....	28

## 8. Seznam grafů

Graf 1: Míra návratnosti dotazníků .....	32
Graf 2: Délka existence podniků .....	33
Graf 3: Počet zaměstnanců ve firmách.....	34
Graf 4: Rozmístění sídel firem v kraji Vysočina.....	35
Graf 5: Hlavní podnikatelské činnosti dotázaných podniků .....	36
Graf 6: Vliv faktoru dopravních nákladů .....	38
Graf 7: Vliv faktoru náklady na pracovní sílu.....	39
Graf 8: Vliv faktoru blízkosti zákaznické skupiny.....	40
Graf 9: Vliv faktoru osobních preferencí .....	42
Graf 10: Vliv faktoru geografické vzdálenosti konkurence .....	43
Graf 11: Vliv faktoru geografické blízkosti dodavatelů.....	44
Graf 12: Vliv faktoru dostupnosti doplňkových služeb .....	45
Graf 13: Vliv faktoru možnosti exkluzivního postavení na trhu.....	46
Graf 14: Vliv faktoru hospodářského růstu regionu.....	48
Graf 15: Vliv faktoru dostupnosti kapitálu.....	49
Graf 16: Vliv faktoru dostupnosti technologií .....	50
Graf 17: Vliv faktoru povahy pracovní síly .....	51

## 9. Seznam příloh

Příloha 1: Vzor dotazníku	
---------------------------	--

## Analýza lokalizačního rozhodování v rámci firmy v kraji Vysočina

Dobrý den,  
jsem studentka třetího ročníku Jihočeské univerzity oboru Řízení a ekonomika podniku a pro svou bakalářskou práci potřebuji získat informace o vlivech, které podnikatele ovlivňují při zahájení podnikání právě na Vysočině. Věnujte prosím minutu svého času vyplněním následujícího dotazníku.

**\*Povinné pole**

IČO \*

(slouží pouze pro kontrolu)

Vaše odpověď

---

Jak dlouho Vaše firma existuje? \*

- 0-5 let
- 6-15 let
- 16 a více

Kolik má Vaše firma zaměstnanců? \*

- 0-10
- 11-25
- 26-49
- 50 a více



Pokud bylo Vaše rozhodnutí o lokalitě ovlivněno i jinými faktory, napište prosím jakými

Vaše odpověď

---