

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA ŘÍZENÍ

Studijní program: **B 6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Řízení a ekonomika podniku**

**Analýza podnikatelských subjektů a podpor podnikání ve
zvoleném regionu**

Vedoucí bakalářské práce:

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka:

Martina Bečvářová

České Budějovice 2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina BEČVÁŘOVÁ**
Osobní číslo: **E08444**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Řízení a ekonomika podniku**
Název tématu: **Analýza podnikatelských subjektů a podpor podnikání ve zvoleném regionu**
Zadávací katedra: **Katedra řízení**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Cílem práce bude zanalyzování tržních podmínek, makro a mikroprostředí vč. podpor podnikání a vypracování návrhů na zefektivnění produkce, zkvalitnění výstupů a udržení konkurenceschopnosti v návaznosti na aktuální tržní podmínky.

Metodický postup:

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu podmínek pro rozvoj a udržení konkurenceschopnosti podniků ve zvolených odvětvích a regionu České republiky. V rámci řešení práce autorka provede analýzu produkce, organizace a marketingu ve zvolených odvětvích národního hospodářství. V práci budou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Návrhy budou doplněny příslušnou kalkulací.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Cíle a metodika, 3. Literární přehled, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Návrhová část, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **30 - 50**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

JANEČKOVÁ, L., VAŠTÍKOVÁ, M.: *Marketing služeb*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180s., ISBN 80-7169-995-0.

KOTLER, P. , KELLER, K. L.: *Marketing Management*. Prentice Hall; 12 edition. 816 s. ISBN: 978-0131457577.

PARMOVÁ, D.: *Řízení služeb: přednášky*. 1.vyd. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích Zemědělská fakulta, 2004. 96 s., ISBN 80-7040-673-9.


SPÁČIL, A.: *Péče o zákazníky: co od nás zákazník očekává a jak dosáhnout jeho spokojenosti*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 116s., ISBN 80-247-0514-1.

STORBACKA, K., LEHTINEN, J.: *Řízení vztahů se zákazníky*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. 168 s., ISBN 80-7169-813-X.

Vedoucí bakalářské práce: **Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová**
Katedra řízení


Datum zadání bakalářské práce: **18. února 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. dubna 2011**


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc., prof.h.c.

děkanka




doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 22. března 2010

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě – v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - 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 prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, dne 14.4.2011

.....
Martina Bečvářová

Děkuji Dr. Ing. Dagmar Škodové Parmové, vedoucí bakalářské práce, za cenné rady a odbornou pomoc a velice vstřícný přístup při zpracovávání mé bakalářské práce.

Děkuji také Místní akční skupině LAG Strakonicko, zejména paní Bc. Jiřině Karasové, za ochotnou spolupráci a poskytnutí údajů a materiálů potřebných pro vypracování této bakalářské práce.

Obsah

1.	Úvod.....	7
2.	Literární rešerše	8
2.1	Konkurenceschopnost.....	8
2.1.1	Marketing konkurenceschopnosti	8
2.1.2	Konkurenční výhoda	9
2.1.3	Udržení stability v odvětví	9
2.1.4	Obranná strategie	9
2.1.5	Obecné konkurenční strategie	10
2.1.6	Konkurenceschopnost ekonomiky	12
2.2	Analýza tržních podmínek	14
2.2.1	Vnější prostředí	14
2.3	Podpora malým a středním podnikům	18
2.3.1	Celostátní síť pro venkov	20
2.3.2	Program LEADER.....	21
2.4	Ekonomika neziskových organizací	22
2.5	Národní hospodářství.....	23
2.5.1	Podniky podle sektorů a hospodářských odvětví.....	23
2.5.2	Právní úprava podnikání	24
2.5.3	Drobné podniky a živnosti	25
2.5.4	Podniky podle velikosti.....	26
3.	Cíle a metodika zpracování	28
3.1	Cíl práce.....	28
3.2	Metody a techniky zpracování	28
4.	Charakteristika podnikatelských subjektů	30
5.	Podpory podnikání	36
5.1	MAS LAG Strakonicko	36
5.1.1	Realizace Strategického plánu Leader	39
5.1.2	1. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.	40
5.1.3	2. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.	43
5.1.4	3. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.	47
5.1.5	Shrnutí výzev MAS LAG Strakonicko, o.s.	50

5.2	MAS Svazku obcí Blatenska.....	50
5.3	MAS Vodňanská ryba	51
6.	Grafické řešení dotazníkového šetření	53
6.1	Shrnutí dotazníkového šetření.....	64
6.2	SWOT analýza	66
7.	Návrhová část	69
7.1	Přesunutí podnikání na venkov	69
7.2	Rozvoj podnikání pomocí informačních tabulí pro veřejnost	69
8.	Závěr	72
9.	Summary.....	73
	Seznam použitých zdrojů	74
	Použitá literatura	74
	Internetové zdroje	75
	Seznam obrázků.....	78
	Seznam tabulek.....	79
	Seznam příloh.....	79

1. Úvod

V bakalářské práci je zacíleno na analýzu podnikatelských subjektů a podpory podnikání ve strakonickém regionu, kde se nachází mnoho podnikatelských subjektů. Díky nepříznivému podnikatelskému prostředí, které se v poslední době díky hospodářské krizi ještě více prohlubuje, je jejich primárním cílem konkurenceschopnost. Ve městech jsou velké firmy s dlouholetou tradicí, které zaměstnávají mnoho zaměstnanců, kteří často musí za prací dojíždět, a tím se prohlubují rozdíly mezi městem a venkovem. Díky tomu se také snižuje kvalita života na venkově. Právě proto je práce též zaměřena na činnost místních akčních skupin, které pomáhají podnikatelům, obcím, které mají méně než 5 tisíc obyvatel a neziskovým organizacím s podporami podnikání (dotacemi). Význam činnosti místních akčních skupin zaměřené na rozvoj regionu v posledních letech roste také díky vstupu České republiky do Evropské unie, který umožnil čerpat finanční pomoc na podporu podnikání prostřednictvím fondů.

Cílem bakalářské práce tedy bude především zhodnocení stavu podnikatelských subjektů na Strakonicku. V rámci jednotlivých kapitol budou hodnoceny ekonomické subjekty jednotlivých činností národního hospodářství, jejich počet, organizační statistika a vývoj v jednotlivých letech. Dále budou hodnoceny formy podpory podnikání a dalších činností, které realizuje Místní akční skupina LAG Strakonicko, o.s. Pro získání podrobnějších informací o podnikatelském prostředí na Strakonicku bude vytvořen dotazník, se kterým bude dále pracováno. Závěrečná kapitola bakalářské práce bude obsahovat návrhy možných zlepšení podnikatelského prostředí, jak ve městech, tak v menších obcích okresu Strakonice.

2. Literární rešerše

2.1 Konkurenceschopnost

V ekonomickém pojetí konkurenční prostředí vytváří umělé mantinely hřiště, kde v čase a prostoru s maximální vytrvalostí soutěží a bojují podnikatelské subjekty o dosažení co nejvyšší efektivity a úspěšnosti při realizaci ekonomických, obchodních a jiných operací, směřujících k dosažení jednak zisku a jednak uspokojení z podnikatelských či jiných aktivit.

Konkurenceschopnost je pozitivní vlastnost konkurenta a jeho výsledný projev interakce s řadou a spektrem konkurentů v konkurenčním prostředí. Konkurenceschopnost je tak faktorovým a vektorovým výsledkem působení konkurenčních sil konkurentů v konkurenčním prostředí (Čichovský, 2002).

Podnikání je ohroženo zejména konkurenční rivalitou, která se může omezit jen na jednu dimenzi, např. cenovou, může však mít a zpravidla má dimenzí více – jakost výrobku nebo služby, poprodejní servis, inovace výrobku nebo služby, úvěr poskytovaný kupujícím a dodavatelům, propagace atd.

Konkurenční rivalita je intenzivní zejména tam, kde se

- zvyšuje počet konkurentů srovnatelných ve velikosti a schopnosti;
- pomalu stoupá poptávka po výrobku nebo službě;
- přílišná podobnost výrobků a služeb konkurentů (Bednářová & Škodová Parmová, 2010).

2.1.1 Marketing konkurenceschopnosti

Marketing konkurenceschopnosti je cílené, uvědomělé a časoprostorové teoreticky zdůvodněné (metodologické) hledání strategií, taktik (včetně jejich praktických uplatnění) jednotlivými producenty při zajišťování odbytových možností v globálním segmentovaném tržním prostředí a při aktivním boji s konkurenty a konkurencí v dané komoditě, odvětví, funkci, čase a prostoru (Čichovský, 2002).

2.1.2 Konkurenční výhoda

Konkurenční výhoda je jádrem výkonnosti podniku na trzích, kde existuje konkurence. Konkurenční výhoda vyrůstá v podstatě z hodnoty, kterou je podnik schopen vytvořit pro své zákazníky. Může mít podobu nižších cen, než mají konkurenti za rovnocenné výrobky nebo služby, nebo poskytnutí zvláštních výhod, které více než vynahradí vyšší cenu.

Schopnost konkurence je jádrem úspěchu nebo neúspěchu podniků. Konkurence rozhoduje o vhodnosti těch činností podniku, které mohou přispět k jeho výkonnosti, např. inovací, soudržného chování nebo dobré realizace záměrů. Konkurenční strategie je hledání příznivého konkurenčního postavení v určitém odvětví, v základní aréně, v níž se konkurence projevuje. Konkurenční strategie má za cíl vybudovat výnosné a udržitelné postavení vůči silám, které rozhodují o schopnosti konkurence v daném odvětví (Porter, 1993).

Konkurenční výhoda je předpokladem dosažení vyššího tržního podílu, vyšší ziskovosti a má schopnost bránit podnik vůči útokům konkurentů (Horáková, 2003).

Odborná literatura uvádí, že výrobní činnost v rozhodující míře ovlivňuje efektivnost podniku a konkurenční schopnost jeho výrobků. Při přípravě výroby a ve výrobě samotné se rozhoduje o snižování výrobních nákladů, o zkracování dodacích lhůt, o zvyšování užitečnosti výrobků a o širší sortimentu (počtu typů a variant včetně nových výrobků), které jsou v současné době považovány za hlavní konkurenční výhody podniku (Synek & Kislingerová, 2010).

2.1.3 Udržení stability v odvětví

Udržet stabilitu v odvětví vyžaduje od podniku neustálou pozornost a úsilí, i když jako konkurenti jsou dobrými konkurenty. Změny ve struktuře odvětví mohou rovněž vytvořit tlak na konkurenta, aby v krátkém nebo delším časovém období zvětšil svůj podíl na trhu v zájmu své životaschopnosti (Porter, 1993).

2.1.4 Obranná strategie

Každá firma je zranitelná tím, že může být napadena konkurenty. Útoky podnikají dva typy konkurentů – noví příchozí do daného odvětví a už zavedení konkurenti, kteří si chtějí

zlepšit své postavení – tedy vyzyvatelé. Jedinou nejlepší obranou proti útoku vyzyvatele je dobře prováděná útočná strategie. Obranná strategie má za cíl snížit pravděpodobnost napadení, odklonit útoky do méně nebezpečných směrů nebo snížit jejich intenzitu (Porter, 1993).

2.1.5 Obecné konkurenční strategie

Porter říká, že vypracovat konkurenční strategii v podstatě znamená vypracovat širší zásady určující, jak bude podnik konkurovat, jaké by měly být jeho cíle a jaká opatření budou nezbytná k dosažení těchto cílů (Porter, 1994).

2.1.5.1 Tři obecné strategie

Při zdolávání pěti konkurenčních sil existují tři potenciální úspěšné obecné strategické přístupy k předstížení jiných firem v odvětví:

- prvenství v celkových nákladech;
- diferenciaci;
- soustředění pozornosti.

Někdy se mohou firmy úspěšně rozhodnout pro sledování více než jednoho z uvedených přístupů. Efektivní využití kterékoli z těchto obecných strategií obvykle vyžaduje plné nasazení a podpůrná organizační opatření, jejichž účinek se při sledování více než jednoho hlavního cíle zeslabí. Obecné strategie jsou přístupy k předstížení konkurentů v odvětví (Porter, 1994).

2.1.5.1.1 Prvenství v celkových nákladech

Prvenství v nákladech vyžaduje energicky zavést výkonné výrobní zařízení, důsledně sledovat možnosti ve snižování nákladů vlivem zkušeností, přísně kontrolovat přímé a režijní náklady, vyhýbat se účtům zákazníků s minimálním krytím a minimalizovat náklady v takových oblastech, jako jsou výzkum, služby, prodej, reklama atd. K dosažení těchto cílů je nezbytné věnovat značnou pozornost kontrole nákladů manažerské sféře. Nízké náklady v porovnání s konkurencí jsou tématem, jež prolíná celou strategií, ačkoli nelze ignorovat ani jiné oblasti, jako jsou kvalita, služby a další.

Jakmile firma dosáhne nízkých nákladů, přináší jí to nadprůměrné výnosy v jejím odvětví bez ohledu na přítomnost vlivných konkurenčních sil. Nízké náklady jí rovněž poskytují

ochranu před soupeřením konkurentů, neboť její nižší náklady znamenají, že jí stále ještě zůstává zisk, zatímco její konkurenti ho obětovali na soupeření. Nízké náklady chrání firmu před vlivnými odběrateli, protože ti mohou stlačit ceny pouze na úroveň nejúspěšnějšího konkurenta. Nízké náklady přinášejí rovněž ochranu proti vlivným dodavatelům a to tím, že skýtají větší pružnost vypořádat se s růstem vstupních nákladů. Dosáhnout pozice celkových nízkých nákladů často vyžaduje získat vysoký relativní podíl na trhu nebo jiné přednosti, jako je výhodný přístup k surovinám (Porter, 1994).

2.1.5.1.2 Diferenciace

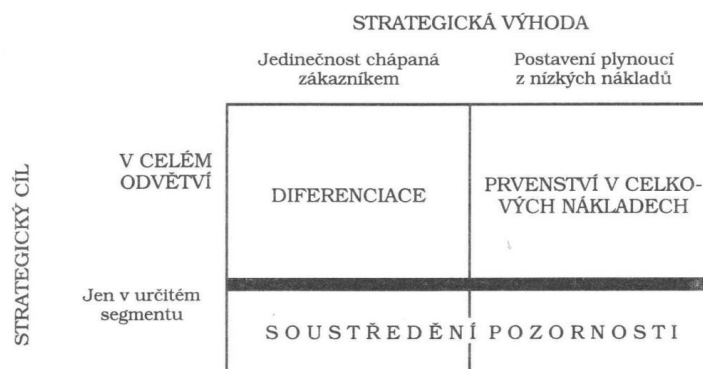
Druhou obecnou strategií je diferencování produktu nebo služeb nabízených firmou, vytvoření něčeho, co je přijímáno v celém odvětví jako jedinečné. Přístupy diferenciaci mohou mít mnoho forem: design nebo image značky, technologie, vlastnosti, zákaznický servis, prodejní síť nebo jiné způsoby. V ideálním případě se firma odlišuje hned v několika ohledech najednou.

Diferenciace, pokud se jí podaří dosáhnout, je životaschopnou strategií pro získání nadprůměrných výnosů, neboť vytváří dobrou pozici pro vypořádání se s pěti konkurenčními silami, i když jiným způsobem, než je prvenství v nákladech. Diferenciace vytváří ochranu proti konkurenčnímu soupeření, protože zákazníci jsou věrní osvědčené značce, a tím i méně citliví vůči cenám (Porter, 1994).

2.1.5.1.3 Soustředění pozornosti

Poslední obecnou strategií je soustředění se na konkrétní skupinu odběratelů, segment výrobní řady nebo geografický trh; podobně jako u diferenciaci to může mít různé formy. Na rozdíl od strategií nízkých nákladů a diferenciaci, které se zaměřují na celé odvětví, je strategie soustředění pozornosti založena na principu vyhovět velmi dobře zvolenému objektu a veškerá přijímaná funkční opatření musí mít toto na zřeteli. Tato strategie vychází z předpokladu, že firma je schopna sloužit svému zvolenému strategickému cíli efektivněji či účinněji než konkurenti, kteří mají širší záběr činnosti. Výsledkem je, že firma buď dosáhne diferenciaci, neboť slouží svému vybranému cíli lépe, než ostatní, nebo vykazuje při této činnosti nižší náklady, případně dosáhne obojího (Porter, 1994).

Obrázek č. 1 Tři obecné strategie



Zdroj: M. E. Porter – Konkurenční strategie (1994)

2.1.6 Konkurenceschopnost ekonomiky

Obchodní politika státu je jedním z faktorů, který může příznivě působit na posilování vnější konkurenceschopnosti ekonomiky. V podmínkách EU jde o obchodní politiku společnou všem členským státům. Cílem národní obchodní politiky je využít všech mechanismů společné obchodní politiky EU k tomu, aby prosadila své zájmy a vytvořila českým podnikatelským subjektům podmínky pro posílení jejich vnější konkurenceschopnosti.

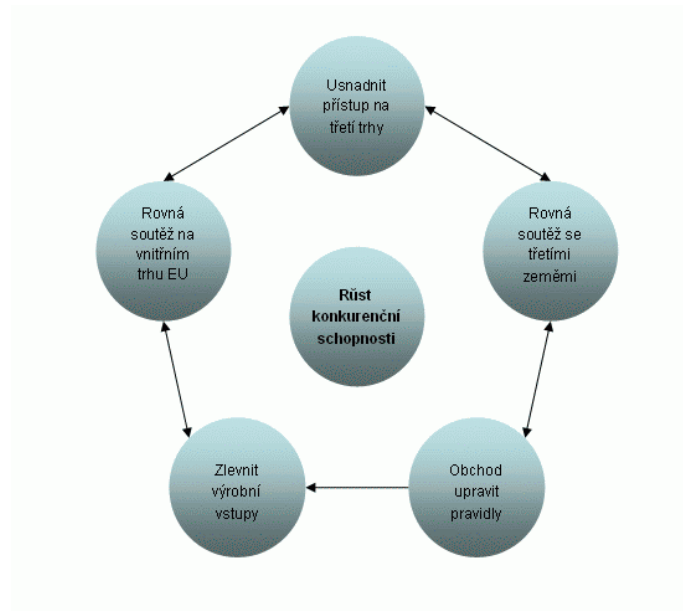
EU a v jejím rámci i ČR dnes čelí celé řadě výzev, jež plynou z prudké expanze rychle se rozvíjejících mladých ekonomik a jejich nových, dravých vývozců, kteří efektivní výrobou velmi snadno likvidují konkurenci.

Jejich schopnost vyrábět a prodávat se ziskem zboží a služby v dlouhodobějším časovém horizontu je dociována díky nižším nákladům, rychlejšímu zavádění inovací, růstem produktivity práce, lepším využitím provozních kapacit a také uplatněním náležitých manažerských schopností a dovedností.

Na tyto „vnitřní aspekty“ jejich konkurenceschopnosti mají významný vliv jejich „vnější“ předpoklady, tj. především zajištění rovných podmínek všem výrobcům a prodejcům stejného výrobku či poskytovatelům stejné služby. Vnější parametry tak podstatnou měrou podmiňují vnitřní předpoklady konkurenceschopnosti, tj. umožňují pořizovat základní vstupy (suroviny, energie, výrobní komponenty atd.) výhodněji. Vystavení domácích výrobců otevřenější konkurenci také vede k potřebě urychlovat inovace, zavádět výsledky výzkumu a

vývoje, zvyšovat produktivitu práce, rozvíjet investiční činnosti a realizovat úspory (MPO in www.businessinfo.cz, 2006).

Obrázek č. 2 Atomium konkurenceschopnosti



Zdroj: MPO in www.businessinfo.cz, 2011

Atomium konkurenceschopnosti vyjadřuje vazby (vzájemnou podmíněnost) vnitřních a vnějších komponentů konkurenceschopnosti. Za výchozí předpoklad schopnosti účinně konkurovat je považována cena výrobních vstupů, od níž se odvíjí výše prodejní/exportní ceny, kterou si firma zajišťuje možnost přístupu na unijní i třetí trhy. Významnou podmínkou je přitom otevřenost těchto trhů – u třetích trhů hraje roli nejen např. výše dovozních a vývozních cel, ale též další překážky obchodu; u unijního trhu je podmínkou konkurenceschopnosti dodržování pravidel hospodářské soutěže. Vyrovnanou soutěž s ekonomickými operátory ze třetích zemí by měly zajistit obchodně politické ochranné nástroje, využívané v souladu s mezinárodními obchodními pravidly. Jistotu a „manévrovací prostor“ podnikatelů samozřejmě podmiňuje i to, v jaké celkové šíři tato pravidla upravují obchod a na něj navazující sféry. Pokud jsou všechny tyto předpoklady naplněny a firma je řádně využije, její schopnost konkurovat se zvyšuje - na třetích trzích i na jednotném vnitřním trhu. Čím otevřenější a překážek zbavené jsou tyto trhy, tím je tato schopnost vyšší. Otevřenost ekonomik a vysoká konkurenceschopnost vyvíjí tlak na snižování cen, vstupy se zlevňují. Konkurenceschopnost se ještě více posiluje (MPO in www.businessinfo.cz, 2006).

2.2 Analýza tržních podmínek

2.2.1 Vnější prostředí

Pojem prostředí je zpravidla charakterizován jako „souhrn okolností, ve kterých někdo žije nebo se něco děje“ (Kotler, 2003).

Je důležité zjistit podmínky odvětví, vnějšího prostředí a zhodnotit vlastní silné a slabé stránky firmy. V rámci analýz prostředí lze rozlišovat tzv. makroprostředí a mikroprostředí, jež se liší tím, že makroprostředím je nazývána celá ekonomika, její politický, ekonomický, sociální, technicko-technologický a ekologický rámec, naopak mikroprostředím je míněno prostředí přímo ovlivňující podnikání v daném odvětví (vnější prostředí) a prostředí uvnitř podniku (vnitřní prostředí). Ke zhodnocení makroprostředí se používá tzv. STEP analýza (někdy nazývaná PEST), jejíž název je odvozen od prvních písmen dílčích prostředí a která analyzuje podmínky v jednotlivých oblastech národního či mezinárodního hospodářství. Naopak mikroprostředí vnější napomáhá mapovat např. Porterův model pěti sil (Parmová, 2004).

Podle odborné literatury marketingové prostředí zahrnuje jak faktory, které firma do jisté míry určitými postupy ovlivnit může, tak faktory, na které nemá téměř žádný vliv a jež legálními formami ovlivnit nelze. Podle kritéria – ovlivnitelný nebo neovlivnitelný faktor – rozeznáváme mikroprostředí a makroprostředí (Boučková, 2003).

2.2.1.1 Mikroprostředí

Do této skupiny patří faktory, které může podnik jistým způsobem využít a jež bezprostředně ovlivňují možnost podniku realizovat svou hlavní funkci – uspokojovat potřeby svých zákazníků (Boučková, 2003).

Faktory mikroprostředí

Hlavními faktory mikroprostředí jsou:

- daný subjekt – podnik, firma, organizace – jako hlavní článek,
- zákazníci,
- dodavatelé,
- distribuční kanály a prostředníci,
- konkurence (Boučková, 2003).

2.2.1.1.1 Porterův model pěti sil

Podle Portera je podstatou formulování konkurenční strategie uvedení podniku do vztahu k jeho prostředí. Ačkoliv relevantní prostředí je velmi široké a obsahuje sociální i ekonomické vlivy, klíčovým aspektem prostředí, v němž firma působí, jsou ta odvětví, v nichž soutěží. Úroveň konkurence v odvětví závisí na pěti základních konkurenčních silách. Souhrnné působení těchto pěti sil určuje potenciál konečného zisku v odvětví, kde se potenciál měří z hlediska dlouhodobé návratnosti investovaného kapitálu. Cílem konkurenční strategie pro podnikatelský subjekt je nalézt v odvětví takové postavení, kdy podnik může nejlépe čelit konkurenčním silám, nebo jejich působení obrátit ve svůj prospěch.

Pět konkurenčních sil – nově vstupující firmy, nebezpečí substitučních výrobků, vyjednávací vliv odběratelů, vyjednávací vliv dodavatelů a soupeření stávajících konkurentů – odrážejí skutečnost, že konkurence v odvětví daleko přesahuje zavedené hrací pole (Porter, 1994).

- **Ohrožení ze strany nově vstupujících firem**

Nově vstupující firmy přinášejí do odvětví novou kapacitu, snahu získat podíl na trhu a často značné zdroje. Hrozba vstupu nových firem do odvětví závisí na existujících překážkách vstupu v kombinaci s reakcí stávajících účastníků, kterou může vstupující firma očekávat. Existuje šest hlavních překážek vstupu: úspory z rozsahu, diferenciací produktu, kapitálová náročnost, přechodové náklady, přístup k distribučním kanálům, vládní politika (Porter, 1994).

- **Intenzita soupeření mezi stávajícími konkurenty**

Soupeření mezi stávajícími konkurenty má známou formu obratného manévrování k získání výhodného postavení. Používají se metody, jako cenová konkurence, reklamní kampaně, uvedení produktu a zlepšený servis zákazníkům nebo záruky. K soupeření dochází z důvodu, že jeden nebo více konkurentů buď pociťují tlak, anebo vidí příležitost k vylepšení své pozice (Porter, 1994).

- **Tlak ze strany náhradních výrobků – substitutů**

Substituty limitují potenciální výnosy v odvětví tím, že určují cenové stropy, jež si mohou firmy v odvětví se ziskem účtovat. Identifikování substitutů znamená vyhledávání jiných produktů, které mohou splnit tutéž funkci jako produkt daného odvětví (Porter, 1994).

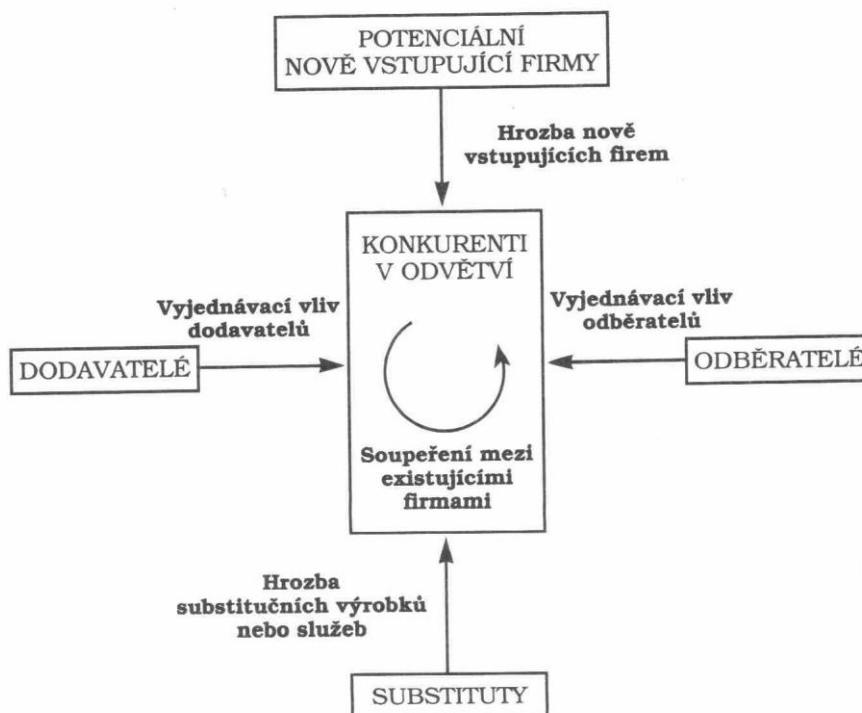
- **Vyjednávací vliv odběratelů**

Odběratelé soutěží s odvětvím tak, že tlačí ceny dolů, usilují o dosažení vyšší kvality nebo lepších služeb a staví konkurenty navzájem proti sobě – to vše na úkor ziskovosti odvětví. Vliv každé důležité skupiny odběratelů odvětví závisí na řadě charakteristických rysů její tržní situace a na relativní důležitosti jejích nákupů v odvětví v porovnání s jeho celkovým objemem prodeje (Porter, 1994).

- **Vyjednávací vliv dodavatelů**

Dodavatelé mohou uplatnit převahu při vyjednávání nad ostatními účastníky odvětví hrozbou, že zvýší ceny nebo sníží kvalitu nakupovaných statků a služeb (Porter, 1994).

Obrázek č. 3 Hybné síly konkurence v odvětví



Zdroj: Porter, 1994

2.2.1.2 Makroprostředí

Společenské faktory, které působí na mikroprostředí všech aktivních účastníků trhu, tvoří makroprostředí (Boučková, 2003).

Faktory makroprostředí

Jestliže se určitý vybraný soubor faktorů mikroprostředí zpravidla týká pouze konkrétní organizace, pak faktory makroprostředí ovlivňují všechny instituce, které v daném období a v daném ekonomickém systému působí. Toto širší okolí vytváří prostor, v němž respektování existujících faktorů makroprostředí může podniku přinášet řadu zajímavých příležitostí pro podnikání. Jejich dodržování omezuje počet rizikových situací, s nimiž se subjekt setkává a které musí, chce-li být úspěšný, zdárně vyřešit (Boučková, 2003).

Faktory makroprostředí lze shrnout do akronymu STEP; jedná se o faktory:

- Sociální;
- Technické a technologické;
- Ekonomické;
- Politicko-legislativní.

K nim se přiřazují ještě přírodní a ekologické faktory, které právě s současné době hrají významnou omezující podmínku pro řadu rozvojových programů (Boučková, 2003).

2.3 Podpora malým a středním podnikům

V České republice je podpora malého a středního podnikání založena zákonem č. 47/2002 Sb. Podpora může být poskytnuta na:

- projekty zaměřené na investice,
- výchovu a vzdělávání ve vzdělávacích programech středních škol ukončených výučním listem,
- zvyšování odbornosti dospělých,
- hospodářské a technické poradenství,
- projekty sdružení pro rozvoj malých a středních podnikatelů a k posílení jejich postavení na trhu,
- získávání informací o podnikání,
- projekty výzkumu a vývoje, jejichž výsledky malí a střední podnikatelé využívají,
- projekty v regionech se soustředěnou podporou státu a v ostatních regionech, jejichž podporování státem je žádoucí z jiných důvodů,
- vytváření nových pracovních míst,
- navazování kontaktů a spolupráce se zahraničními partnery a účast na vnitrostátních i zahraničních výstavách a veletrzích,
- zavedení systémů zajišťujících zvýšení kvality produkce a řízení podniků a využití služeb podporujících zvýšení konkurenceschopnosti,
- projekty zaměřené na investice spojené s ochranou životního prostředí, poskytování technických informací a poradenských služeb nebo vybraných provozních nákladů

určených na činnosti spojené s ochranou životního prostředí (Synek & Kislingerová, 2010).

Poskytování podpory musí být v souladu s pravidly pro poskytování veřejné podpory.

Podpora se poskytuje ve formě:

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

Synek & Kislingerová, 2010 uvádí, že v souladu se zákonem byla zřízena Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest jako státní příspěvková organizace. Agentura má právo hospodařit s majetkem státu a při své činnosti se řídí zvláštními zákony. Agentura je podřízena Ministerstvu průmyslu a obchodu.

Vedle národních programů podpory mohou malé a střední podniky využívat i pomoc vyplývající z iniciativ EU. Pro rozpočtové období 2007-2013 lze čerpat zejména z prostředků v rámci Operačního programu Podnikání a inovace, který obsahuje 7 prioritních os.

Prioritní osa:

1. Vznik firem.
2. Rozvoj firem.
3. Efektivní energie.
4. Inovace.
5. Prostředí pro podnikání a inovace.
6. Služby pro rozvoj podnikání.
7. Technická pomoc (Synek & Kislingerová, 2010).

2.3.1 Celostátní síť pro venkov

V souladu s nařízením Rady (ES) č.1698/2005 o podpoře rozvoje venkova z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova byla Česká republika stejně jako ostatní členské země EU povinna zřídit do 31. prosince 2008 Celostátní síť pro venkov (dále jen Síť). Zřizovatelem je Ministerstvo zemědělství ČR (dále jen MZe). Síť je součástí Evropské sítě pro rozvoj venkova, kterou zřizuje Evropská komise za účelem zefektivnění spolupráce mezi jednotlivými členskými státy EU v oblastech týkajících se rozvoje venkova a zemědělství (Leader budoucnost venkova, 2009).

Cíle Sítě jsou:

1. seskupit organizace a státní správu zapojenou do podpory rozvoje venkova a zemědělství;
2. vytvářet vhodné podmínky pro partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem;
3. podpořit implementaci a hodnocení politiky rozvoje venkova a zemědělství sdružením expertů;
4. sběr informací a údajů o nejlepší praxi, poznatcích a osvědčených postupech;
5. organizace seminářů, setkání a pracovních sekcí;
6. vytvoření databáze expertů a poradců a systém certifikace poradců pro venkov a zemědělství Osy III a IV Programu rozvoje venkova;
7. být komunikačním a marketingovým nástrojem Programu rozvoje venkova (Leader budoucnost venkova, 2009).

Celostátní síť pro venkov v Jihočeském kraji byla zřízena na úvodním jednání dne 2.4.2009.

Hlavní myšlenkou Sítě je sdílení zkušeností a poznatků a jejich předávání směrem k aktérům podílejících se na rozvoji venkova a zemědělství. Velmi důležitý je i přístup zdola nahoru, který umožní získávání zpětné vazby pro orgány státní správy. Síť není řízena direktivně ze strany EU nebo MZe, ale pro plně funkční a efektivní Síť je nezbytná aktivní účast jejích členů. Aby tato podmínka mohla být splněna, je činnost Sítě zabezpečena prostřednictvím regionálních (okresních) a krajských subsítí, jejichž provoz zajišťují Agentury pro zemědělství a venkov (dále jen AZV) a Krajské agentury pro zemědělství a venkov (dále jen KAZV). Tyto agentury sdružují subjekty působící na úrovních okresů a krajů a zprostředkovávají přenos informací mezi řídicím orgánem (MZe) a aktéry na krajské a regionální úrovni. Tím mají všechny regiony možnost podílet se na rozvoji venkova a zemědělství prostřednictvím aktivit

Sítě. Členem Sítě se může stát každý, kdo se chce aktivně zapojit do řešení problémů venkova a podílet se na spolupráci v oblasti rozvoje venkova a zemědělství. Tyto aktivity nejsou honorovány (Leader budoucnost venkova, 2009).

2.3.2 Program LEADER

Pojem LEADER je zkratkou francouzského „Liaison Entrée Actions de Développement de l’Economie Rurale“, tedy „Propojení rozvojových aktivit a venkovské ekonomiky“. Tato iniciativa Evropské unie vznikla roku 1991 s cílem přispět k rozvoji venkovských oblastí pomocí zapojení místních subjektů. Z původních členských zemích EU (15) byly postupně od roku 1991 realizovány iniciativy LEADER I., LEADER II. a LEADER +. Na tyto aktivity plynule navazuje LEADER 2007 – 2013. Metoda LEADER se řídí sedmi hlavními principy, ukotvenými v nařízení Rady (ES) č. 1698/2005. Podpora rozvoje venkova je definována v „Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova – EZFRV“ (anglická zkratka – EAFRD), článek 61:

- strategie místního rozvoje podle jednotlivých oblastí, určené pro řádně vymezená subregionální venkovská území;
- partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem na místní úrovni – tzv. místní akční skupiny (MAS);
- přístup zdola („BOTTOM UP“) spojený s tím, že rozhodovací pravomoc týkající se vypracování a provádění strategií místního rozvoje náleží místním akčním skupinám;
- více odvětvové navrhování a provádění strategie založené na součinnosti mezi subjekty i projekty z různých odvětví místního hospodářství;
- uplatňování inovačních postupů;
- provádění projektů spolupráce;
- vytváření sítí místních partnerství (Leader budoucnost venkova, 2009).

Těmito hlavními principy se řídí všechny MAS = LAG EU. Místní akční skupina MAS z angl. Local Action Group – „LAG“) jsou neziskové organizace založené na principu partnerství a spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru na místní úrovni. Pomocí programu LEADER, ale i dalších dotačních titulů získávají pro svůj region nemalé finanční prostředky (Leader budoucnost venkova, 2009).

V rámci politiky rozvoje venkova EU je LEADER inovačním principem. Evropská unie uznala metodu LEADER za nejlepší metodu rozvoje venkova. Program LEADER vznikl jako iniciativa Evropské unie již v roce 1991 cílem přispět k rozvoji venkovských oblastí pomocí zapojení místních subjektů. V České republice jsou principy LEADER při rozvoji venkova uplatňovány od roku 2000. Z počátku jako pilotní projekty v rámci Programu obnovy venkova Ministerstva pro místní rozvoj, později v rámci programu LEADER ČR Ministerstva zemědělství ČR. Po rozšíření EU o deset nových členských států v roce 2004 bylo novým členům umožněno účastnit se části programovacího období EU 2000 – 2006. Před rozšířením bylo ve starých členských zemích již 893 místních akčních skupin. Po vstupu do EU v roce 2004 bylo v ČR vybráno prvních deset místních akčních skupin, které získaly na období 2004 – 2006 možnost čerpat pro realizaci své připravené strategie rozvoje území dotaci prostřednictvím programu LEADER + z Operačního programu „Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství“. V programovacím období 2007 – 2013 se stal LEADER čtvrtou osou Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD). V tomto období je podporováno 112 místních akčních skupin, které realizují své strategie. Většina z těchto 112 MAS je registrována v NS MAS ČR a současně i v Krajských sdruženích NS MAS ČR (Leader budoucnost venkova, 2009).

Geografické podmínky pro LEADER 2007 – 2013

- geograficky homogenní území,
- hustota obyvatel do 150 obyvatel/km²,
- minimálně 10 tisíc, maximálně 100 tisíc obyvatel,
- obce a města max. do 25 tisíc obyvatel (Leader budoucnost venkova, 2009).

2.4 Ekonomika neziskových organizací

Velmi často se neziskové organizace zaměřují s veřejným sektorem, ale i stát nebo municipalita mohou vlastnit organizace zaměřené na zisk. Proto se pro podrobnější členění používá i pojem neziskový sektor. Neziskový sektor tvoří organizace, které jsou založeny na jiných motivech, než je zisk. Neziskové organizace nemusí bezprostředně souviset s veřejným sektorem. V případě, že zřizovateli jsou soukromé fyzické nebo právnické osoby, pak hovoříme o tzv. nevládních neziskových organizacích (NNO). V ČR sem řadíme občanská sdružení, nadace, nadační fondy, obecně prospěšné společnosti, účelová zařízení církví a zahraniční

neziskové organizace s působností na našem území (např. Greenpeace), (Synek & Kislingerová, 2010).

Neziskové organizace se zabývají něčím, co se velmi liší od podnikatelských organizací nebo vládních organizací. Podnikatelský sektor poskytuje výrobky nebo služby a realizuje přitom přiměřený zisk, stát řídí (Vašítková, 2008). Podle Druckera (Drucker in Vašítková, 2008) je produktem neziskové organizace změněná lidská bytost. Komplexní a mezinárodně uznávanou charakteristiku nestátních neziskových organizací, která se snaží sledovat problematiku z nejrůznějších možných úhlů, přinesli ve svých studiích profesori Salamon a Anheier. Oba autoři chápou nestátní neziskový sektor jako soubor institucí, které existují vně státních struktur, avšak slouží v zásadě veřejným zájmům, na rozdíl od zájmů nestátních. Za určující považují pět základních vlastností, podle nichž nestátní neziskové organizace jsou: institucionalizované (organised), soukromé (private), neziskové (non – profit), samosprávné a nezávislé (self – governing), dobrovolné (voluntary).

Neziskové organizace operují v sektoru služeb, jako jsou nadace, charity, občanská sdružení, církve a další. Neziskové organizace vyplňují prostor mezi občanem a státem a umožňují mu participovat na veřejné politice jiným způsobem než prostřednictvím voleb (Vašítková, 2008).

2.5 Národní hospodářství

2.5.1 Podniky podle sektorů a hospodářských odvětví

Podle Synka se sektorem rozumí část národního hospodářství, do níž je národní hospodářství podle určitého hlediska rozčleněno. Hovoří se např. o sektoru veřejném, soukromém a smíšeném, nebo o

- sektoru primárním - podniky prvovýroby, které získávají statky přímo z přírody, jako je zemědělství, lesnictví, těžební průmysl aj.
- sekundárním - podniky druhovýroby, zpracovávající statky získané prvovýrobou na výrobní prostředky nebo spotřební předměty, jako je strojírenství, potravinářský a textilní průmysl

- terciárním - podniky „nevýrobní“, většinou podniky služeb, jako je obchod, doprava, banky, někdy i energetika a hospodaření s vodou atd. (Synek & Kislingerová, 2010).

Tradičním členěním ekonomiky je členění do tří hlavních sektorů:

- sektor zemědělství (A – agriculture), který zahrnuje vlastní zemědělství, rybolov a lesní hospodářství,
- sektor průmyslu (I – industry), který zahrnuje těžební a zpracovatelský průmysl, výrobu a distribuci elektrické energie, plynu a vody, navíc i stavebnictví
- sektor služeb (S – services), který zahrnuje obchod, peněžnictví a pojišťovnictví, dopravu, skladování a spoje, školství, zdravotnictví, veterinární a sociální činnost a ostatní služby (Synek & Kislingerová, 2010).

Historicky nejstarší strukturou národního hospodářství je struktura s převažujícím zemědělstvím následovaným průmyslem a službami (je označována AIS), v současné době v nejmodernějších ekonomikách převládají služby (struktura SIA). Sektorová struktura hospodářství se mění především vlivem změn poptávky a nabídky, vědeckotechnického rozvoje a produktivity práce.

Podrobnějším členěním je třídění podniků podle jejich příslušnosti k hospodářským odvětvím. Těmi se rozumí části národního hospodářství, které vyrábí určitou skupinu výrobků stejných nebo si podobných, nebo poskytují určité služby. Tak můžeme rozlišit podniky zemědělské, lesnické, vodního hospodářství, průmyslové, stavební, podniky dopravy a spojů, obchodní, peněžní atd. (Synek & Kislingerová, 2010).

Podle převládajícího výrobního faktoru můžeme podniky rozřadit na:

- pracovně náročné (vysoký podíl ruční práce, resp. mezd),
- investičně náročné (vysoký podíl dlouhodobého hmotného majetku, resp. odpisů),
- materiálově náročné (vysoký podíl materiálových nákladů),
- energeticky náročné (vysoký podíl spotřeby energie), (Synek & Kislingerová, 2010).

2.5.2 Právní úprava podnikání

Podnikání je v České Republice upraveno obchodním zákoníkem (zákon č. 531/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů). Ten definuje podnikání jako „soustavnou činnost

prováděnou samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.“ Podnikatelem může být buď fyzická nebo právnická osoba, která získala živnostenské oprávnění podle živnostenského zákona (zákon č.455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů). Průkazem živnostenského oprávnění je živnostenský list nebo koncesní listina. Za živnost se podle živnostenského zákona považuje jakákoliv podnikatelská činnost, pokud není zákonem zakázaná nebo není ze živnostenského zákona vyloučena.

Podnik je v obchodním zákoníku definován jako soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží:

- věci,
- práva,
- jiné majetkové hodnoty náležející podnikateli, které slouží nebo mají sloužit k provozu podniku (Synek & Kislingerová, 2010).

2.5.3 Drobné podniky a živnosti

Malé a střední podniky působí ve všech sektorech a odvětvích národního hospodářství. Živnostenské podnikání se ve velké míře orientuje na řemeslnou výrobu. Řemeslné podnikání zahrnuje přibližně 126 řemesel. Významnou oblastí drobného podnikání je také průmysl. Malé a střední podniky zde působí jako subdodavatelé velkých průmyslových podniků. Mnoho menších a středních podniků působí ve stavebnictví a obchodě. Nejvíce malých a středních podniků ovšem vzniká a může se také uplatnit v oblasti služeb.

V České republice se živnostenské podnikání řídí zákonem č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, ve znění pozdějších předpisů. Živnost je definována následovně: „Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ Živnost je určitou ekonomickou, organizační a právní jednotkou, kterou vlastní jeden, případně několik podnikatelů. Je charakteristická malým počtem zaměstnanců a omezenou kapitálovou silou (Synek, 1999).

Známou a používanou klasifikací drobných podniků a živností je klasifikace prof. Hruschky (SRN), který rozlišuje následující skupiny drobného podnikání:

- živnostenské podnikání, pod které zahrnuje:
- řemesla, pro které je charakteristické, že působí jen na místním trhu s nevelkým počtem trvalých zákazníků, jde o podnikání bez výraznější kapitálové expanze, soustředěné převážně na udržení existence firmy a jejího vlastníka,
- obchod a cestovní ruch,
- služby,
- malé průmyslové podniky, které se vyznačují značnou kapitálovou expanzí, větším počtem zaměstnanců a působením na trhu většího rozsahu (často celý národní trh),
- služby a výkony, z nichž některé mají dokonce charakter hromadné výroby; do této skupiny zahrnuje především velkoobchodní podniky, dopravní podniky, samoobslužné distribuční jednotky, velké restaurace a hotely (Synek & Kislingerová, 2010).

V rozvinutých ekonomikách představují malé a střední podniky téměř 90% z celkového počtu podniků. Podíl této velikostní skupiny na celkové zaměstnanosti se zde pohybuje mezi 50 – 70%, na tvorbě hrubého národního důchodu (Synek & Kislingerová, 2010).

2.5.4 Podniky podle velikosti

Podle velikosti můžeme podniky členit na velké, střední a malé, případně podrobněji do velikostních tříd. Kritériem třídění je počet zaměstnanců, velikost obratu, velikost kapitálu nebo zisku (Synek & Kislingerová, 2010).

Počet zaměstnanců je nejpoužívanějším kritériem. V Evropské unii se používá toto třídění:

Tabulka č. 1 Kritéria pro vymezení malých a středních podniků

Kategorie podniků	Počet zaměstnanců	Roční obrat	Aktiva celkem
Střední	<250	≤ € 50 milionů	≤ € 43 milionů
Malé	<50	≤ € 10 milionů	≤ € 10 milionů
Mikro	<10	≤ € 2 milionů	≤ € 2 milionů

Zdroj: Synek & Kislingerová, 2010

V České republice se v současné době používá kombinované kritérium, a to počet zaměstnanců a výše obrátu. Svaz průmyslu České republiky klasifikuje malé a střední podniky takto:

- za malý podnik se považuje podnik, který má méně než 100 zaměstnanců a jehož roční obrát je maximálně 30 mil. Kč,
- za střední podnik se považuje podnik, který má méně než 500 zaměstnanců a jehož roční obrát nepřesahuje 100 mil. Kč,
- ostatní podniky jsou považovány za velké (Synek & Kislíngrová, 2010).

3. Cíle a metodika zpracování

3.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je zanalyzování tržních podmínek, makro a mikroprostředí včetně podpor podnikání a vypracování návrhů na zefektivnění produkce, zkvalitnění výstupů a udržení konkurenceschopnosti podniků v návaznosti na aktuální tržní podmínky.

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu podmínek pro rozvoj a udržení konkurenceschopnosti podniků ve zvolených odvětvích a regionu České republiky. Autorka si zvolila podnikatelské subjekty v rámci Strakonického regionu. V rámci řešení práce je prováděna analýza produkce, organizace a marketingu ve zvolených odvětvích národního hospodářství. V práci jsou použity analytické metody historické, logické a komparační s využitím analýzy statistických údajů. Návrhy jsou doplněny příslušnou kalkulací.

3.2 Metody a techniky zpracování

- Literární přehled

V teoretické části autorka čerpá z odborné literatury českých i zahraničních autorů. Literární rešerše se zabývá tématy konkurenceschopnosti, konkurenční výhody, obecných konkurenčních strategií, podporou malých a středních podniků prostřednictvím Celostátní sítě pro venkov a programu Leader. Dále se autorka v literárním přehledu zabývá analýzou tržních podmínek a problematikou národního hospodářství.

- Řešení problematiky

Další část práce je zaměřena na charakteristiku podnikatelských subjektů, jejich počet, strukturu, produkci, organizaci, členění podle odvětví a formy podpory podnikání těchto subjektů. Sekundární data jsou čerpána ze statistické databáze Českého statistického úřadu. Autorka se zaměřuje na činnost Místní akční skupiny LAG Strakonicko, o.s. Dále je čerpáno z odborné literatury, internetových zdrojů a příruček, které autorka získala přímo kanceláři v MAS LAG Strakonicko, o.s.

- Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je specifická technika terénního sběru informací bez přímého styku výzkumníka s respondenty. Pomocí dotazníkového šetření se získají jednoduché snadno zpracovatelné údaje. Jeho cílem je zjistit pomocí konkrétních otázek požadované informace týkající se podnikatelského prostředí na Strakonicku, napojení podnikatelů na MAS, problematiku podpor podnikání a zjišťování obecných informací o podnikatelích.

Dotazníky byly vytvořeny jak v písemné podobě, tak v elektronické a byly rozeslány podnikatelům na Strakonicku. Autorka oslovila 419 vybraných podnikatelských subjektů, jejichž kontakty byly uvedeny v publikaci s názvem „Katalog podnikatelů a neziskových organizací“. Dotazníky byly rozeslány pomocí emailových adres. Dále bylo prováděno šetření osobního charakteru, které bylo prováděno ve firmě Prillinger s.r.o. Zde bylo získáno 20 dotazníků. Šetření probíhalo po dobu jednoho měsíce.

- Provedení analýzy

Poté se autorka zaměřuje na provedení analýzy v odvětví. Autorka provede SWOT analýzu, konkrétně příležitosti a ohrožení MAS LAG Strakonicko. Výstupem dotazníkového šetření je analýza silných a slabých stránek ekonomických subjektů, které podnikají v rámci území působení MAS LAG Strakonicko, o.s.

- Návrhová část

V této části bakalářské práce autorka navrhne změny, které by mohly vést ke zlepšení podmínek podnikání na venkově a jeho rozvoji. Tyto návrhy budou doplněny příslušnou kalkulací.

4. Charakteristika podnikatelských subjektů

V rámci okresu Strakonice je celkem 112 obcí, z toho 6 měst (Strakonice, Volyně, Blatná, Sedlice, Bavorov, Vodňany) a 3 městyse (Čestice, Katovice, Radomyšl). Je zde 283 částí obcí a celkem 70 807 obyvatel. V Registru ekonomických subjektů, který je k dispozici na internetových stránkách Českého statistického úřadu, bylo celkem 15 966 zapsaných ekonomických subjektů (31.12.2010). Ekonomickým subjektem se rozumí každá právnická osoba, fyzická osoba s postavením podnikatele a organizační složka státu, která je účetní jednotkou.

V okrese Strakonice má nejvyšší podíl průmysl a stavebnictví, ale zanedbatelné není ani zemědělství, kde počty zaměstnaných představují druhý nejvyšší podíl v Jihočeském kraji. Zemědělství je hlavním zdrojem pracovních míst. Podstatný vliv na zaměstnanost mají velké podniky ve Strakonících a to ČZ a.s., ČZ Řetězy s.r.o., Fezko Thierry a.s., Tonak a.s. Přestože kvůli hospodářské recesi byly v těchto podnicích omezeny některé výrobní programy, podniky musely propouštět a průmyslová zóna je lokalizována do omezeného prostoru, tyto podniky si stále udržují dominantní pozici v zaměstnanosti. Do Strakoníc dojíždí za zaměstnáním převážná část venkovského obyvatelstva a to je také jeden z důvodů, proč se stále více prohlubují rozdíly mezi městem a venkovem. V obcích je minimální počet nezemědělských podniků, chybí zde řemesla a služby, o kterých je na venkově zájem a lidé jsou nuceni za prací, ale i službami dojíždět do města. Tím se snižuje kvalita života na venkově.

Tabulka č. 2 Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE

Převažující činnost (sekce, oddíl)	kraj 31.12.2009	okres Strakonice	kraj 31.12.2010	okres Strakonice
Kraj celkem	151 993	15 696	155 762	15 966
v tom:				
A Zemědělství, lesnictví a rybářství	9 902	1 244	10 206	1 284
B Těžba a dobývání	36	3	38	4
C Zpracovatelský průmysl	18 866	1 930	18 827	1 938
D Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla, klimatizovaného vzduchu	248	28	530	56
E Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi	536	38	575	47
F Stavebnictví	20 471	2 054	20 905	2 070
H Doprava a skladování	3 870	437	3 868	458
I Ubytování, stravování a pohostinství	10 687	910	10 932	905
J Informační a komunikační činnosti	2 220	176	2 373	190
K Peněžnictví a pojišťovnictví	4 243	496	3 572	351

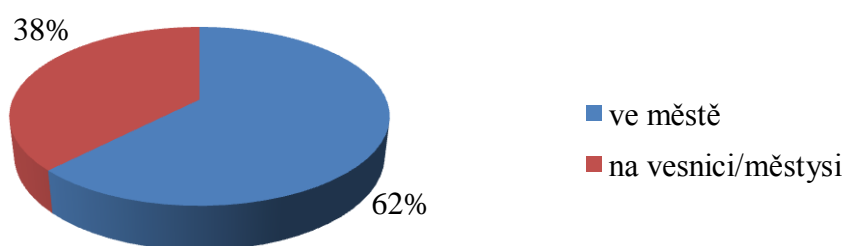
L Činnosti v oblasti nemovitostí	6 465	604	6 846	645
M Profesionální, vědecké a technické činnosti	15 929	1 469	17 368	1 575
N Administrativní a podpůrné činnosti	2 263	215	2 251	214
O Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1 690	274	1 716	277
P Vzdělávání	2 309	203	2 366	212
Q Zdravotní a sociální péče	1 791	179	1 803	177
R Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3 610	341	3 760	357
S Ostatní činnosti	10 258	1 109	10 751	1 160
Bez uvedení činnosti	2 218	287	3 090	390

Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011

V rámci Jihočeského kraje stoupl celkový počet ekonomických subjektů meziročně o 2,42% a v rámci okresu Strakonice o 1,69%. K 31.12.2010 představovaly registrované subjekty v okrese Strakonice 10,25% celkového počtu v Jihočeském kraji, zatímco k 31.12.2009 to bylo 10,32%. Celkově v kraji klesl počet subjektů ve zpracovatelském průmyslu, dopravě a skladování a peněžnictví a pojišťovnictví a v okrese Strakonice to bylo ubytování, stravování a pohostinství a také peněžnictví a pojišťovnictví. Tyto poklesy jsou ale minimální. V okrese Strakonice je nejvíce subjektů registrovaných ve stavebnictví a ve zpracovatelském průmyslu. Naopak nejmenší podíl má těžba a dobývání.

V příloze č.2 bakalářské práce je uvedena tabulka, která zobrazuje počet registrovaných subjektů v rámci SO ORP Strakonice, Blatná a Vodňany. Vedle celkového počtu subjektů, jsou zde i vybrané činnosti podle odvětví CZ – NACE.

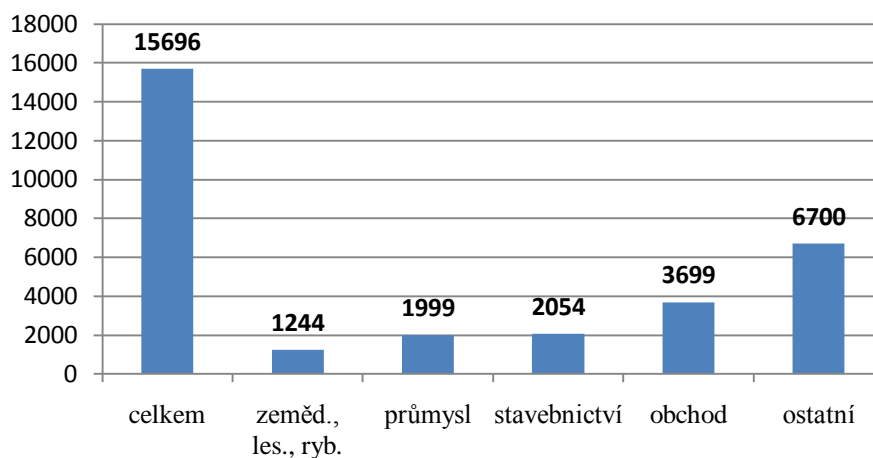
Obrázek č. 4 Podíl registrovaných subjektů ve městě / na vesnici, v městysi



Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011 – vlastní propočty

Podíl registrovaných subjektů ve městě a na vesnici/ městysi v okrese Strakonice, tedy na území obcí s rozšířenou působností Strakonice, Blatná a Vodňany, je 62% ku 38%. Ve městě působí 9 791 subjektů, což představuje 62% celku a na vesnici či městysi působí 5 905 subjektů s 38% celkového počtu (Obrázek č.4).

Obrázek č. 5 Podíl jednotlivých registrovaných subjektů / sfěře podnikání



Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011; vlastní propočty

Obrázek č. 5 znázorňuje podíl jednotlivých registrovaných subjektů na vybraných sférách podnikání v okrese Strakonice k 31.12.2009. Zohledňovalo se pouze zemědělství, lesnictví, rybářství jako primární sféra podnikání, dále průmysl a stavebnictví jako sekundární sféra podnikání a obchod jako sféra terciární. Nejpočetnější skupinou jsou ostatní sféry podnikání (6700 subjektů), neboť se v tomto případě zohledňovaly pouze výše uvedené oblasti podnikání. Druhou nejpočetnější skupinou je obchod, v jehož odvětví je registrováno 3699 subjektů. Zde se ukazuje, že terciární sféra má velice dobrý potenciál pro podnikání. Třetí nejpočetnější skupinou jsou oblasti podnikání ze sekundární sféry a to stavebnictví (2054 subjektů) a průmysl (1999 subjektů). Nejméně podnikatelských subjektů působí v primární sféře, tedy v zemědělství, lesnictví a rybářství (1244 subjektů), ovšem rozdíl není razantní (Obrázek č.5).

Následující tabulka zobrazuje počet registrovaných subjektů, v jednotlivých okresech Jihočeského kraje a to k 31.12.2009.

Tabulka č. 3 Organizační statistika jednotlivých okresů v Jihočeském kraji

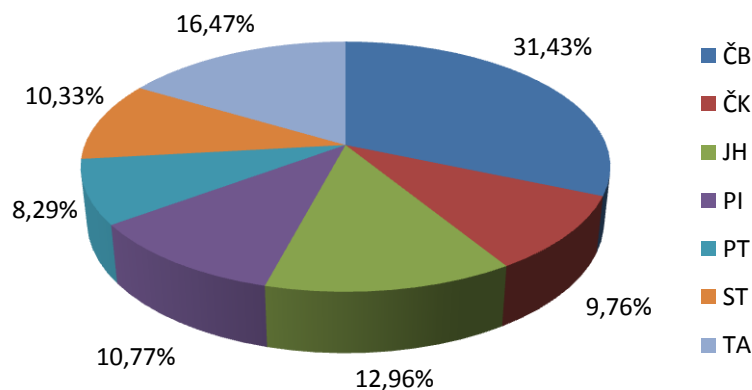
	Jihočeský kraj	v tom okresy						
		ČB	ČK	JH	PI	PT	ST	TA
Registrované subjekty	151 993	47 772	14 827	19 693	16 374	12 594	15 696	25 037
PO celkem	31 259	11 402	3 223	4 028	3 022	2 349	3 210	4 025
obchodní společnosti	13 645	6 146	1 289	1 472	1 075	913	1 055	1 695

z toho a.s.	793	370	42	87	57	44	60	133
družstva	706	369	35	77	67	29	64	65
státní podniky	14	4	2	2	2	1	1	2
ostatní	16 894	4 883	1 897	2 477	1 878	1 406	2 090	2 263
FO celkem	120 734	36 370	11 604	15 665	13 352	10 245	12 486	21 012
živnostníci	110 216	33 454	10 631	14 321	12 220	9 225	11 184	19 181
zemědělský podnik.	3 699	616	379	590	413	537	552	612
podnikající dle zvláštních předpisů	6 819	2 300	594	754	719	483	750	1 219

Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011

V tabulce č.3 je uveden počet registrovaných subjektů v rámci Jihočeského kraje a další rozdělení na okresy, kterými jsou: České Budějovice, Český Krumlov, Jindřichův Hradec, Písek, Prachatice, Strakonice a Tábor. Tabulka je rozdělena na právnické osoby a jejich další členění a fyzické osoby, které se také dále člení. Okres Strakonice má celkem 15 696 registrovaných subjektů, což je 10,33 % z celkového počtu subjektů Jihočeského kraje. Řadí se tedy na 5. největší okres s registrovanými ekonomickými subjekty. Za zmínku stojí fakt, že k 31.12.2009 bylo v okrese Strakonice 71 038 obyvatel a 15 696 subjektů, což je 4,5 registrovaného subjektu na obyvatele. V okrese Písek bylo 70 536 obyvatel a 16 374 subjektů, tedy 4,3 registrovaného subjektu na obyvatele (Tabulka č.3).

Obrázek č. 6 Počet ekonomických subjektů v jednotlivých okresech Jihočeského kraje



Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011; vlastní propočty

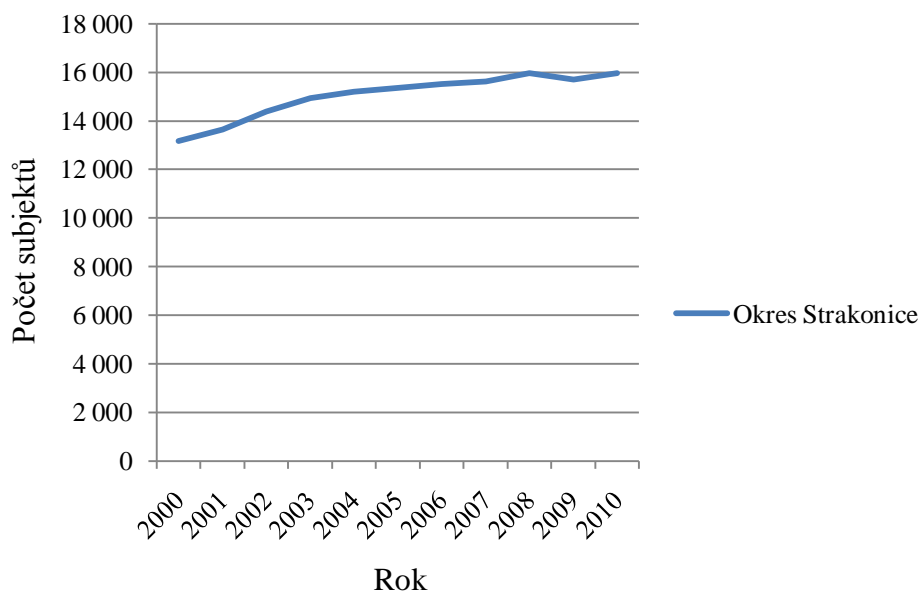
Obrázek č.6 udává počet registrovaných subjektů (právnických osob) v Jihočeském kraji k 31.12.2009. Největší je okres České Budějovice, který má 47 772 subjektů, což představuje 31,43% celku. Druhý největší počet registrovaných subjektů je v okrese Tábor a to 25 037 subjektů (16,47%). Další je okres Jindřichův Hradec, v němž je 16 693 subjektů a představuje 12,96% celku. Na 4.místě je okres Písek se 16 374 subjekty (10,77%). Okres Strakonice má 15 696 registrovaných subjektů a zaujímá 10,33% celkového počtu subjektů v Jihočeském kraji. Druhý nejmenší počet registrovaných subjektů je v okrese Český Krumlov a to 14 827 (9,76%). Nejméně subjektů (12 594) v rámci Jihočeského kraje je v okrese Prachatice (8,29%), (Obrázek č.6).

Tabulka č. 4 Vývoj počtu ekonomických subjektů

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Jihočeský kraj	122 996	128 073	135 717	141 375	142 796	144 260	146 325	148 679	151 989	151 993	155 762
Okr. Strakonice	13 176	13 655	14 387	14 935	15 212	15 362	15 510	15 609	15 967	15 696	15 966

Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011; vlastní propočty

Obrázek č. 7 Vývoj počtu ek. subjektů v okrese Strakonice v letech 2000 – 2010



Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011; vlastní propočty

Počet ekonomických subjektů v okrese Strakonice od roku 2000 převážně vzrůstal. Jediný pokles byl zaznamenán mezi lety 2008 a 2009, kdy počet klesl meziročně o 1,7%. Tento pokles lze vysvětlit hospodářskou krizí. K 31.12.2010 již ale počet subjektů opět stoupal. Růst mezi roky 2000 až 2010 byl 17,5%. Růst v Jihočeském kraji mezi lety 2000 – 2010 byl 21%. V případě Jihočeského kraje pokles mezi roky 2008 a 2009 nebyl zaznamenán, ale zaregistrovaly se pouze 4 nové subjekty, což je ve srovnání s ostatními roky zanedbatelné číslo (Obrázek č.7).

5. Podpory podnikání

V rámci okresu Strakonice existují tři místní akční skupiny a to: LAG Strakonicko, MAS Svazku obcí Blatenska a MAS Vodňanská ryba. Do jejich činnosti lze zařadit realizaci strategie regionu metodou LEADER, koordinování spolupráce veřejného sektoru, podnikatelské sféry a nestátních neziskových organizací a naplňování společných zájmů a jejich ochrana. Tyto skupiny spolupracují na rozvoji venkova, zemědělství a při získávání finanční podpory z EU a z národních programů pro svůj region, metodou LEADER. Podrobněji jsou tyto tři místní akční skupiny představeny níže.

5.1 MAS LAG Strakonicko

Obrázek č. 8 Logo MAS LAG Strakonicko



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

Tabulka č. 5 Základní informace o MAS LAG Strakonicko

Název MAS (oficiální)	Místní akční skupina LAG Strakonicko, o.s.	
Forma	Občanské sdružení	
Vznik	Březen 2004	
Počet obcí	57 obcí	2 města – Strakonice, Volyně – 12% rozlohy území 55 obcí – 88% rozlohy území
Počet obyvatel	41 961	
Rozloha	457,76 km ²	
Hustota obyvatel	90,6 obyvatel/km ² , venkovská oblast 37 ob/km ²	
Počet členů MAS	34	
Členství	svazky obcí, státní organizace, podnikatelské subjekty, nestátní	

	neziskové organizace
Prioritní oblasti	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora plnohodnotného života na venkově
	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora rozvoje zemědělství a lesnictví
	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora podnikání na venkově

Zdroj: LEADER budoucnost venkova, 2009

Region MAS LAG Strakonicko se rozkládá na území ORP (Obec s rozšířenou působností) Strakonice v Jihočeském kraji, oblast NUTS II Jihozápad. Větší část území leží v povodí Otavy, přesto se však jedná o území značně členité. Do jižní části regionu zasahuje rozsáhlé území šumavského podhůří, které je zvané Podlesím. V územním složení regionu dominuje město Strakonice, malé město Volyně, několik větších obcí a velký počet malých vesniček. Většina území regionu je oblastí typicky zemědělskou. Zemědělská výroba však poklesla za posledních deset let více než o polovinu. Proto hospodářskou úroveň celého území určuje především město Strakonice, kde se nacházejí větší podniky s určitou tradicí (Fezko Thierry, a.s., ČZ, a.s.). I zde však transformační proces zasáhl všechna odvětví. Ekonomické změny přinášejí zvyšování počtu nezaměstnaných v regionu (MAS LAG Strakonicko).

LAG Strakonicko vznikla v roce 2004 jako logické vyústění dlouhodobé spolupráce čtyř svazků obcí a to: Svazku obcí středního Pootaví, Svazku obcí Dolního Pootaví, Svazku obcí Strakonicka a Svazku obcí šumavského Podlesí. Původně měla LAG 17 zakládajících členů, dnes 34 členů.

MAS LAG Strakonicko zaujímá velmi strategickou pozici na rozhraní Jihočeského a Plzeňského kraje, v blízkosti hranic s Bavorskem a Rakouskem. Dalším významným geografickým prvkem je poloha v povodí řek Otavy a Volyňky. Historický a kulturní punc tomuto území dodává i území Prácheňska, jehož význam pro české království od dob Přemyslovců přetrval až do minulého století. Zásadním spojovacím prvkem je město Strakonice, které představuje centrum zaměstnanosti, kultury, obchodu i služeb. Je zároveň správním centrem ORP (Obec s rozšířenou působností) pro všechny obce zařazené v území MAS. Obce jsou převážně malé, do 500 obyvatel. To vytváří předpoklady pro rozvoj zemědělství a lesnictví, ale i venkovského cestovního ruchu. Poloha v blízkosti státních hranic vybízí ke vstupu MAS do mezinárodních projektů v nejrůznějších oblastech spolupráce a partnerství v rámci EU (MAS LAG Strakonicko).

Existence místních akčních skupin je základní podmínkou pro realizaci metody LEADER, která je v EU uznávána jako nejlepší metoda rozvoje venkova. Umožňuje přistupovat k rozvoji území zdola spoluprací všech zmíněných stran. Touto metodou dlouhodobě a úspěšně pracují místní akční skupiny v rámci celé Evropské unie. V České republice jich vzniklo od roku 2003 více než 150.

Hlavním úkolem místní akční skupiny je zpracování integrované strategie rozvoje území působnosti MAS. Z té potom vyhází při zpracování jednotlivých projektů, tedy při získávání a rozdělování finančních prostředků z národních zdrojů, ale hlavně z různých dotačních programů Evropské unie. V praxi to znamená, že vyhledává možnosti získání dotací pro své členy i další subjekty na území MAS, poskytuje poradenství a školení při zpracování projektů, atd. (MAS LAG Strakonicko).

Z integrované strategie vychází strategický plán LEADER na dané plánovací období EU, se kterým se MAS uchází o přidělení evropských prostředků na jeho realizaci. Pokud uspěje, získá tak finanční prostředky na podporu realizace projektů na svém území. Následně provádí příjem a výběr projektů na základě schválených kritérií, vybrané a schválené projekty potom postupuje SZIF (Státní zemědělský intervenční fond), který výběr potvrzuje a podepisuje smlouvy o výši dotace s konečnými žadateli. Touto činností se MAS významně podílí na získávání finančních prostředků pro rozvoj venkova. Zkvalitňování života na venkově je jednou z priorit, které si MAS LAG Strakonicko stanovila v rámci integrované strategie a která se promítla i do priorit realizace Strategického plánu LEADER. MAS LAG Strakonicko do období 2007 – 2013 vstoupila s rozsáhlým strategickým plánem „Cesty od kořenů k vizi“, jehož realizace je podporována prostřednictvím Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova. Díky tomu může MAS rozdělovat na realizaci projektů zhruba 12 milionů Kč ročně žadatelům ze svého zájmového sdružení a to až do konce roku 2013. Podávané projekty by měly vycházet z priorit MAS:

- podpora plnohodnotného života na venkově,
- podpora rozvoje zemědělství,
- podpora podnikání na venkově.

Výběr nejvhodnějších projektů probíhá dvakrát do roka. Začíná tzv. výzvou definující oblast, které se konkrétní kolo rozdělování finančních prostředků týká. Zároveň stanoví podmínky a termín příjmu žádostí. Vzhledem k tomu, že žádosti musí být podány na speciálních formulářích, obsahovat množství nejrůznějších příloh jako je výpis z katastru, podrobný

rozpočet či stavební povolení, apod. jedná se o poměrně náročný administrativní proces. Projekty by měly zároveň respektovat Strategický plán LEADER a přispívat k jeho naplnění.

Od zveřejnění výzvy se proto kancelář MAS stává poradenským a konzultačním místem pro všechny zájemce o podání žádosti o dotaci na realizaci zamýšleného projektu. Zároveň MAS pořádá pro žadatele semináře k jednotlivým výzvám a to vždy ke konkrétním vypsáním tématům. Jen tak je možné zajistit podání kvalitních a smysluplných projektů, jejichž realizace významně přispěje k rozvoji celého území (MAS LAG Strakonicko).

MAS LAG Strakonicko zaujímá většinu území správního obvodu obce s rozšířenou působností Strakonice (SO ORP), který je počtem obcí druhý největší v Jihočeském kraji. Do území MAS je zapojen téměř celý správní obvod ORP Strakonice a jedná se o území celistvé. Je tvořeno územím čtyř svazků obcí:

- Svazek obcí středního Pootaví,
- Svazek obcí dolního Pootaví,
- Svazek obcí Strakonicka
- Svazek obcí šumavského Podlesí.

5.1.1 Realizace Strategického plánu Leader

MAS LAG Strakonicko vytvořila strategii pro realizaci Strategického plánu Leader 2007 – 2013 „Cesty od kořenů k vizi“. MAS se umístila na 6. místě při výběru dalších 32 MAS k podpoře realizace SPL. Dne 7.7.2009 byla podepsána dohoda o poskytnutí dotace v rámci Programu rozvoje venkova.

Předmětem jednotlivých výzev jsou tzv. Fiche. Fiche je termín užívaný pro vyjádření oblasti podpory a přesně vymezuje téma a zaměření žádosti o dotaci. Valná hromada MAS schvaluje výběr Fichí pro jednotlivé výzvy na základě zájmu potenciálních žadatelů a výsledku průzkumu regionu. Projekty jednotlivých Fichí dále procházejí administrativní kontrolou a kontrolou přijatelnosti a poté se mohou realizovat.

Oprávněnými žadateli jsou:

- Obce, svazky obcí (Fiche č. 2, 3, 8, 9, 10);
- Neziskové organizace (Fiche č.6, 8, 9, 10);
- Podnikatelé nezemědělci (Fiche č.5, 6, 7);

- Podnikatelé zemědělci (Fiche č.1, 4, 6, 7);
- FO, PO hospodařící v lesích (Fiche č.2, 3).

Tabulka č. 6 Přehled jednotlivých Ficheí

Číslo Fiche	Název Fiche	Název opatření
1	Moderní hospodaření – budoucnost venkova	Modernizace zemědělských podniků
2	Udržme si lesy	Lesnická technika
3	Krása a energie lesa	Neproductivní investice v lesích
4	Nová šance pro venkov	Diverzifikace činností nezemědělské povahy
5	Nové firmy – nové příležitosti	Podpora zakládání podniků a jejich rozvoje
6	Strakonickem za zážitky a poznání	Rozhledny, pěší trasy, vinařské stezky, hippostezky a další tematické stezky
7	Poznejte a zamilujte si náš venkov	Ubytování, sport
8	Vesnice jak malovaná	Obnova a rozvoj vesnic
9	Venkov místo pro život	Občanské vybavení a služby
10	Strakonicko jako obrázek	Ochrana a rozvoj kulturního dědictví venkova

Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

5.1.2 1. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.

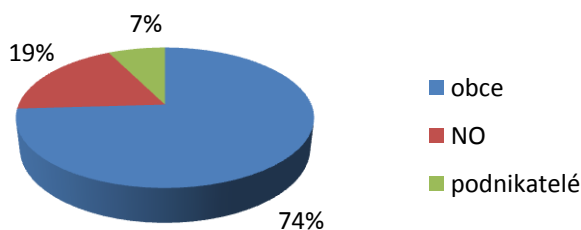
Dne 11.8.2009 vyhlásila MAS LAG Strakonicko svoji první výzvu k předkládání projektů. Jejich příjem byl ukončen 11. 9. 2009.

Předmětem této výzvy byly 4 Fiche:

- Fiche č.1 - Moderní hospodaření – budoucnost venkova,
- Fiche č.8 – Vesnice jako malovaná,
- Fiche č.9 – Venkov – místo pro život,
- Fiche č.10 – Strakonicko jako obrázek.

Přihlásilo se 27 projektů, z nichž 16 bylo z Fiche č.9, 7 z Fiche č.8, 2 z Fiche č.1 a 2 z Fiche č. 10. Z těchto žadatelů bylo 20 obcí nebo jejich svazků, 5 žadatelů z neziskových organizací a pouze 2 podnikatelé. Celková suma požadované dotace činila 19 640 356 Kč, což byl téměř dvojnásobek celkové alokace na tuto výzvu. K realizaci bylo vybráno 14 projektů, jejichž suma požadované dotace činila 10 161 487 Kč. Z těchto 14 projektů bylo 11 obcí, 1 podnikatel a 2 neziskové organizace.

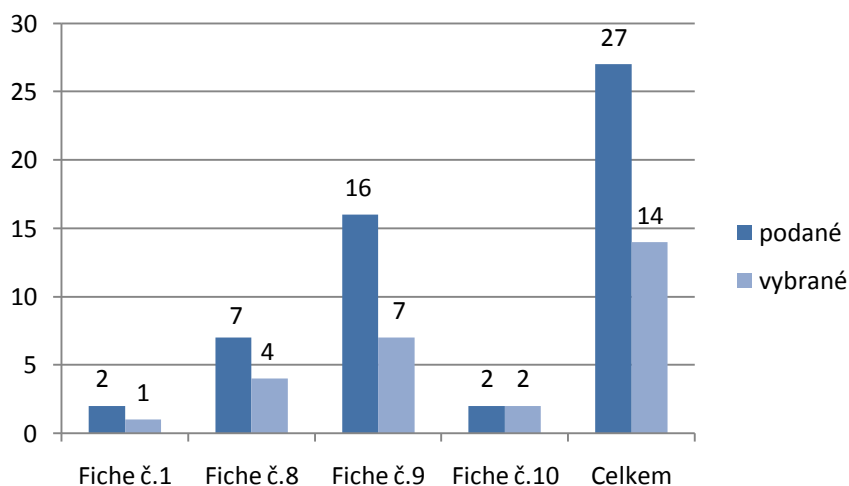
Obrázek č. 9 Struktura žadatelů 1.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

Obrázek č. 9 znázorňuje strukturu žadatelů, kteří podali projekty. Obcí a jejich svazků bylo 20 (74%). Dalším žadatelem byly neziskové organizace a to v počtu 5 NO (19%). Překvapivě nejméně bylo žadatelů z podnikatelské sféry a to pouze 2 (7%). Tato skutečnost se příkládá zatím malému povědomí o možnostech čerpání dotací tímto způsobem (Obrázek č.9).

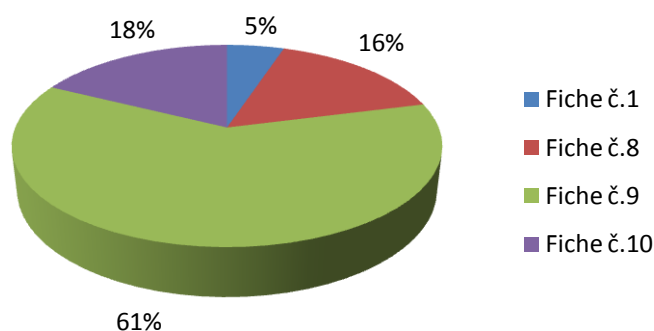
Obrázek č. 10 Poměr podaných a vybraných projektů 1.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.cz, 2011

Obrázek č. 10 znázorňuje poměr podaných k vybraným projektům. Ve Fichi č.1 byla úspěšnost vybraných projektů 50%, neboť se přihlásili dva žadatelé, oba podnikatelé a byl vybrán pouze jeden. Ve Fichi č.8 byla úspěšnost 57%, protože se přihlásilo 7 obcí a z toho byly vybrány 4. Ve Fichi č. 9 se přihlásilo 16 projektů, z nichž 13 byly obce nebo jejich svazky a 3 NO. Úspěšnost byla 44%. Ve Fichi č.10 podaly projekty NO a obě je získaly, úspěšnost tedy byla 100%. Celková úspěšnost vybraných projektů dle Fiche byla 52% (Obrázek č.10).

Obrázek č. 11 Finanční alokace na jednotlivé Fiche 1.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.cz, 2011

Nejvíce finančních prostředků bylo alokováno na Fiche č.9 (61%) a nejméně bylo alokováno na Fiche č.1 (5%), což je způsobeno malým počtem žadatelů a také nižším procentem dotace pro žadatele (Obrázek č. 11).

Tabulka č. 7 Přehled všech realizovaných projektů 1.výzvy

Fiche	Žadatel	Název projektu	Celkové náklady	Požadovaná dotace
1	Ekochov s.r.o.	Oprava skladu biomateriálu	1 482 291,-	518 932,-
8	Obec Pracejovice	Rekonstrukce veřejného osvětlení	534 124,-	400 592,-
8	Obec Dřešín	Obecní bezdrátový rozhlas Dřešín	676 513,-	514 134,-
8	Obec Střelské Hoštice	Úprava veřejného prostranství před ZŠ	615 090,-	435 177,-

8	Obec Chrášťovice	Rekonstrukce obecního rozhlasu	357 900,-	268 425,-
9	Obec Novosedly	Školka v novém kabátě – modernizace objektu MŠ	1 770 891,-	1 331 440,-
9	Svazek obcí Dolního Pootaví	Vybavení pro pořádání společenských akcí v mikroregionu	591 617,-	447 645,-
9	Obec Zvotoky	Rekonstrukce střechy víceúčelového zařízení v obci	837 900,-	405 379,-
9	Město Volyně	Pošumavská tržnice (tradice, kvalita, zručnost, nápady)	2 250 751,-	1 702 248,-
9	Město Strakonice	Rekonstrukce venkovního areálu MŠ Stavbařů	1 834 461,-	1 472 047,-
9	Městys Katovice	Pohádková proměna MŠ v Katovicích	469 234,-	318 217,-
9	Obec Strunkovice n. Volyňkou	Zkvalitnění sportoviště v obci	736 274,-	551 070,-
10	Římskokatolická farnost Kraselov	Rekonstrukce sociálního zázemí poutního místa u sv. Anny	1 477 993,-	1 319 217,-
10	Římskokatolická farnost Čestice	Rekonstrukce poutních kaplí na vrchu Kalvárie v Česticích	529 960,-	476 964,-
CELKEM			14 164 999,-	10 161 487,-

Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

5.1.3 2. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.

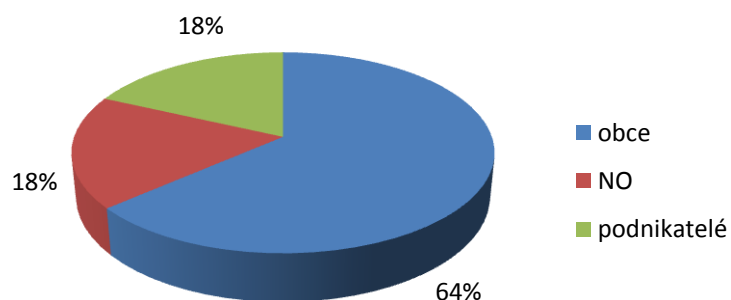
Dne 29.3.2010 vyhlásila MAS LAG Strakonicko druhou výzvu k předkládání projektů. Jejich příjem byl ukončen 30.4.2010.

Předmětem této výzvy bylo 5 Fichí:

- Fiche č.1 - Moderní hospodaření – budoucnost venkova,
- Fiche č.2 – Udržme si lesy,
- Fiche č.5 – Nové firmy – nové příležitosti,
- Fiche č.8 – Vesnice jako malovaná,
- Fiche č.9 – Venkov – místo pro život.

Přihlásilo se 22 projektů, z nichž 2 byly z Fiche č.1, po jednom projektu z Fiche č.2 a 5, dalších 6 z Fiche č.8 a 12 z Fiche č.9. Z těchto žadatelů bylo 14 obcí nebo jejich svazků, 4 žadatelé z neziskových organizací a 4 z podnikatelského sektoru. Celková suma požadované dotace činila 14 694 373 Kč. K realizaci bylo vybráno 11 projektů, jejichž suma požadované dotace činila 8 450 884 Kč.

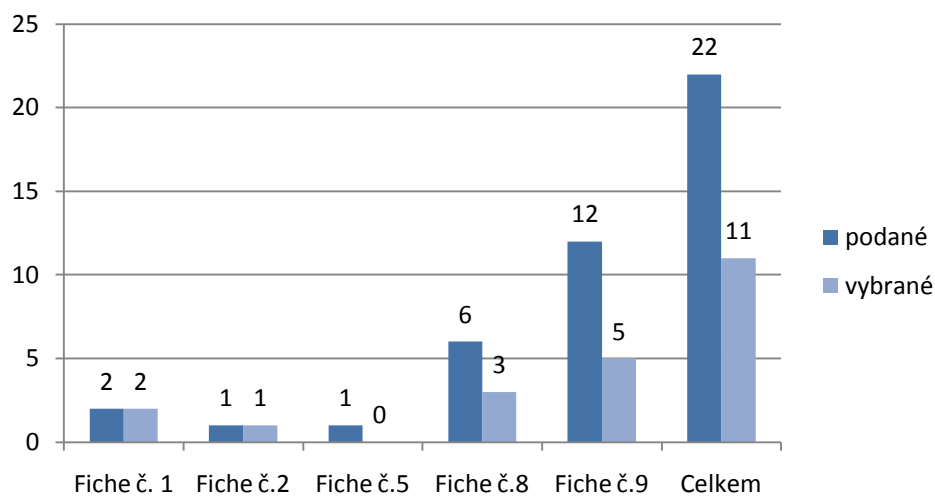
Obrázek č. 12 Struktura žadatelů 2.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

Celkem bylo zaregistrováno 22 projektů. Mezi žadateli o dotaci převládaly obce, stejně jako tomu bylo u první výzvy. Obcí žádalo 14, což představuje 64% všech žadatelů. Žadatelů z podnikatelského a neziskového sektoru byl stejný počet a to 4 (18%), (Obrázek č.12).

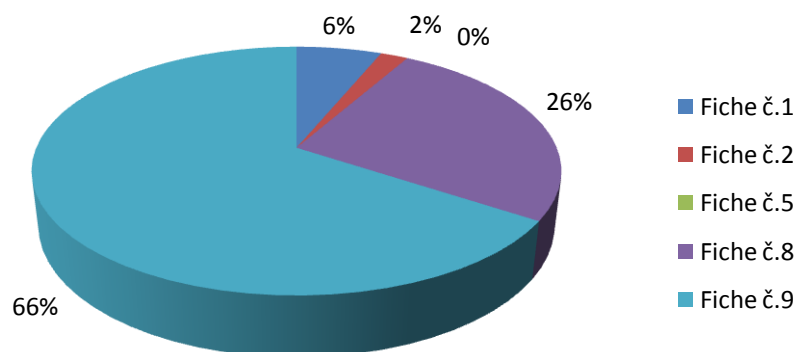
Obrázek č. 13 Poměr podaných a vybraných projektů 2.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

Obrázek č. 13 znázorňuje poměr podaných a vybraných projektů. Ve Fichi č.1 byla úspěšnost vybraných projektů 100%, neboť se přihlásili dva žadatelé, jejichž projekty byly vybrány. Ve Fichi č.2 byla opět úspěšnost 100%, protože se přihlásil 1 podnikatelský subjekt a ten byl také vybrán. Ve Fichi č. 5 se přihlásil 1 projekt, který nakonec nebyl vybrán, neboť neprošel schvalovací komisí. Jeho úspěšnost je tedy 0%. Ve Fichi č.8 žádalo 6 subjektů a dotaci získaly 3 obce, což představuje 50% úspěšnosti. Nejvíce žádostí bylo ve Fichi č.9 a to 12. Úspěšné byly 3 obce a 2 NO a jejich procento úspěšnosti bylo 42%. Celkový poměr podaných a přijatých projektů byl 50% (Obrázek č.13).

Obrázek č. 14 Finanční alokace na jednotlivé Fiche 2.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

Nejvíce finančních prostředků bylo alokováno na Fiche č.9 (66%) a nejméně bylo alokováno na Fiche č.2 (2%). Téměř čtvrtina (26%) finančních prostředků byla na Fiche č.8, a protože Fiche č.5 nebyla vybrána, nealokovaly se na ni žádné zdroje (Obrázek č.14).

Tabulka č. 8 Přehled všech realizovaných projektů 2.výzvy

Fiche	Žadatel	Název projektu	Celkové náklady	Požadovaná dotace
1	Náhoří s.r.o.	Volné ustájení koní	598 310,-	249 296,-
1	Josef Sluka	Manipulační sestava a bezzámrazové napáječky pro chov skotu	555 914,-	277 957,-
2	Dolejš s.r.o.	Optimalizace lesního hospodaření – Dolejš s.r.o.	408 000,-	170 000,-
8	Obec Cehnice	Instalace obecního rozhlasu, parkové a terénní úpravy v Cehnicích a Dunovicích	558 421,-	418 815,-
8	Městys Čestice	Bezdrátový rozhlas – nový způsob komunikace	756 420,-	567 315,-
8	Město Strakonice - Virt	Odpočinková zóna Virt	1 614 284,-	1 210 712,-
9	Oblastní charita Strakonice	Výstavba skladů a keramické dílny v domě klidného stáří v Sousedovicích	1 351 701,-	1 216 530,-
9	Obec Volenice	Výstavba víceúčelového hřiště v Tažovicích	1 291 213,-	971 757,-
9	Obec Kalenice	Komunitní a vzdělávací centrum Kalenice	2 328 340,-	1 746 254,-
9	Česká provincie Congregatio Jesu	Zkvalitnění péče o seniorky řádu C.J. ve Štěkni	1 622 970,-	1 237 500,-
9	Obec Řepice	Zázemí pro sportovní aktivity	501 537,-	384 748,-
CELKEM			11 587 110,-	8 450 884,-

Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

5.1.4 3. výzva MAS LAG Strakonicko, o.s.

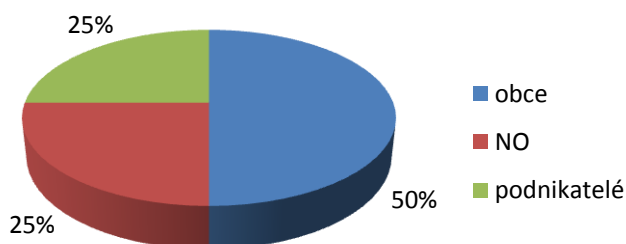
Svoji třetí výzvu k předkládání žádostí o dotaci na realizaci projektů v rámci Opatření IV.1.2 Realizace místní rozvojové strategie Programu rozvoje venkova vyhlásila MAS LAG Strakonicko dne 20.7.2010 a příjem projektů trval do 10.9.2010.

Předmětem této výzvy byly pouze 3 Fiche:

- Fiche č.2 – Udržme si lesy,
- Fiche č.8 – Vesnice jako malovaná,
- Fiche č.10 – Strakonicko jako obrázek.

Protože se jednalo o dočerpání alokace MAS na rok 2010, byla celková suma požadované dotace nižší než u předchozích výzev a to 2 903 433 Kč. K administraci bylo zaregistrováno 12 projektů ve složení 4 projekty pro Fiche č.2, 4 projekty pro Fiche č.8 a taktéž 4 projekty pro Fiche č.10. Celková suma požadované dotace činila 7 508 284 Kč, z toho suma požadované dotace byla 4 856 240 Kč. Plánovaná alokace na třetí výzvu byla 2 903 433 Kč, což znamená přesah ve výši 1 952 807 Kč. K realizaci bylo vybráno Programovým výborem 9 projektů – alokace na 8 plně podpořených projektů činila 2 802 791 Kč a zbývajících 100 642 Kč bylo alokováno na první náhradní projekt (Městys Katovice – Rozšíření veřejného rozhlasu v Katovicích). Dne 23.2.2011 byly schváleny v NUTS II. Jihozápad žádosti o dotaci v rámci 11.kola (= 3.výzva MAS LAG Strakonicko). Pro třetí výzvu MAS LAG Strakonicko to znamenalo, že bylo přijato pouze 8 projektů a náhradní projekt byl zamítnut.

Obrázek č. 15 Struktura žadatelů 3.výzvy

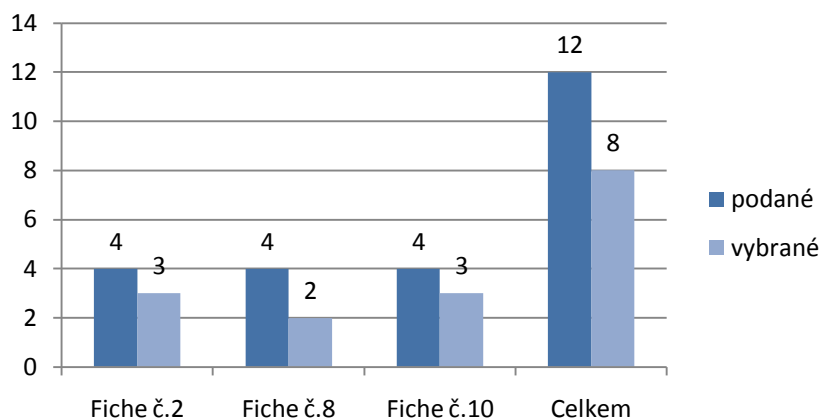


Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

Na obrázku č.15, je znázorněna struktura žadatelů o dotaci. V této výzvě byla struktura nejrovnoměrnejší, neboť obce a jejich svazky poprvé nevytvořily nadpoloviční většinu všech

žadatelů. Přesto mezi žadatelí bylo 6 obcí, tedy převážná část (50%), žadatelé z neziskového sektoru byli 3 (25%) a taktéž 3 podnikatelé (25%) (Obrázek č.15).

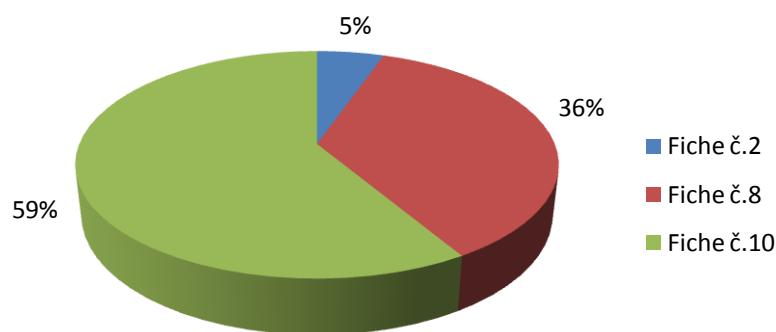
Obrázek č. 16 Poměr podaných a vybraných projektů 3.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

Obrázek č. 16 znázorňuje poměr podaných ku vybraným projektům. Ve Fichi č.2 byla úspěšnost vybraných projektů 75%, neboť se přihlásili 4 žadatelé a pouze jeden projekt nebyl přijat. Ve Fichi č.8 byla úspěšnost 50%, protože se přihlásili 4 žadatelé a byly vybrány 2 podnikatelské subjekty. Ve Fichi č. 10 byla opět úspěšnost vybraných projektů 75%, stejně jako u Fiche č.2. V této Fichi byly vybrány 2 obce a jedna nezisková organizace. Celkový poměr podaných a přijatých projektů byl 67%, což představuje největší úspěšnost ze všech třech výzev (Obrázek č.16).

Obrázek č. 17 Finanční alokace na jednotlivé Fiche 3.výzvy



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

Z obrázku č.17 je zřejmé, že nejvíce finančních prostředků bylo alokováno na Fichi č.10 a to ve výši 59% celkové požadované dotace. Na Fichi č.8 bylo alokováno 36% a na Fichi č.2 pouze 5% (Obrázek č.17).

Tabulka č. 9 Přehled všech realizovaných projektů 3.výzvy

Fiche	Žadatel	Název projektu	Celkové náklady	Požadovaná dotace
2	Josef Sluka	Pořízení mulčovacího stroje – Josef Sluka	240 000,-	100 000,-
2	Vladislav Uhlík	Nákup vybavení pro hospodaření v lese	66 000,-	24 750,-
2	Obec Němčice	Konkurenceschopné hospodaření v lesích obce Němčice	59 280,-	25 000,-
8	Obec Drážov	Zavedení bezdrátového veřejného rozhlasu Drážov	406 112,-	307 584,-
8	Obec Čejetice	Stavební obnova místní komunikace v obci Čejetice	932 793,-	703 344,-
10	Krušlovský včelín, o.s.	Rekonstrukce Krušlovského včelína	292 449,-	263 204,-
10	Římskokatolická farnost Štěkeň	Rekonstrukce kostela sv.Máří Magdaleny v Řepici	812 000,-	730 800,-
10	Městys Čestice	Obnova nemovité kulturní památky – poustevna na Kalvárii v Česticích	864 146,-	648 109,-
CELKEM			3 672 780,-	2 802 791,-

Zdroj: www.strakonicko.net, 2011; vlastní propočty

Dne 7.3.2011 zasedala valná hromada MAS LAG Strakonicko, kde byly schváleny Fiche, které budou předmětem 4.výzvy. Vyhlášení 4. výzvy proběhlo dne 13.4.2011. Schváleny byly tyto Fiche:

- Fiche č.1 – Moderní hospodaření – budoucnost venkova,

- Fiche č.5 – Nové firmy – nové příležitosti,
- Fiche č.6 – Strakonickem za zážitky a poznáním,
- Fiche č.7 – Poznejte a zamilujte si náš venkov,
- Fiche č.9 – Venkov místo pro život.

5.1.5 Shrnutí výzev MAS LAG Strakonicko, o.s.

MAS LAG Strakonicko vyhlásila tři výzvy k podávání návrhů projektů, které pomohly již mnoha žadatelům zrealizovat své projekty. Celkem dotaci díky MAS dostalo 33 subjektů, ať už soukromým podnikatelům, obcím, svazkům obcí nebo neziskovým organizacím. Celkové náklady požadovaných dotací se vyšplhaly na 21 415 162 Kč. MAS LAG tak významně podporuje rozvoj regionu a podnikatelské prostředí na Strakonicku.

5.2 MAS Svazku obcí Blatenska

Obrázek č. 18 Logo MAS Svazku obcí Blatenska



Zdroj: www.blatensko.cz, 2011

Tabulka č. 10 Základní informace o MAS Svazku obcí Blatenska

Název MAS (oficiální)	Místní akční skupina Svazku obcí Blatenska, o.p.s.	
Forma	Obecně prospěšná společnost	
Vznik	Březen 2004	
Počet obcí	32 obcí	2 města – Blatná , Sedlice
		30 obcí
Počet obyvatel	16 427	
Rozloha	336,5 km ²	

Hustota obyvatel	46,6 obyvatel/km ²
Počet členů MAS	16
Členství	svazky obcí, státní organizace, podnikatelské subjekty, nestátní neziskové organizace
Prioritní oblasti	• Zachování a rozvoj řemeslných tradic a podnikání
	• Podpora aktivit pro cestovní ruch
	• Obnova a rozvoj vesnic
	• Občanské vybavení a služby
	• Přenos informací a vzdělávání

Zdroj: LEADER budoucnost venkova, 2009

Svazek obcí Blatenska vznikl v srpnu 1998. Cílem byla ochrana společných zájmů a zmnožení sil a prostředků při prosazování záměrů, přesahujících svým rozsahem a významem každou účastnickou obec. Zakládání MAS probíhalo v letech 2006 – 2007 metodou LEADER. Místní akční skupina působí na území Blatenska. MAS Svazku obcí Blatenska, o.p.s již zrealizovala 3.výzvy. První vyhlášení proběhlo v listopadu 2009 a k administraci bylo zaregistrováno 18 projektů. Celková suma požadované dotace činila 3 121 141 Kč. K realizaci bylo vybráno 8 projektů, jejichž suma požadované dotace činila 1 284 096 Kč. Druhou výzvu vyhlásila MAS v březnu 2010. Zaregistrováno bylo 11 projektů a celková suma dotace činila 1 916 203 Kč. K realizaci bylo nakonec vybráno 10 projektů, jejichž suma požadované dotace činila 1 786 603 Kč. Třetí výzva byla vyhlášena v červnu 2010. K administraci bylo zaregistrováno 10 projektů a celková suma požadované dotace činila 2 057 904 Kč. K realizaci bylo vybráno 8 projektů, jejichž suma požadované dotace činila 1 521 879 Kč (www.blatensko.cz, 2011).

5.3 MAS Vodňanská ryba

Obrázek č. 19 Logo MAS Vodňanská ryba



Zdroj: www.vodnanskaryba.eu, 2011

Tabulka č. 11 Základní informace o MAS Vodňanská ryba

Název MAS (oficiální)	Vodňanská ryba, o.s.	
Forma	Občanské sdružení	
Vznik	Květen 2004	
Počet obcí	35 obcí	3 města – Protivín, Vodňany, Bavorov
		32 obcí
Počet obyvatel	22 082	
Rozloha	461,29 km ²	
Hustota obyvatel	47,44 obyvatel/km ²	
Počet členů MAS	22	
Členství	svazky obcí, státní organizace, podnikatelské subjekty, nestátní neziskové organizace	
Prioritní oblasti	<ul style="list-style-type: none"> • Rozvoj doprovodné turistické infrastruktury • Obnova a zhodnocení kulturního dědictví regionu • Rozvoj venkovského cestovního ruchu • Proaktivní podnikatelské prostředí 	

Zdroj: LEADER budoucnost venkova, 2009

MAS Vodňanská ryba je občanským sdružením, které vzniklo v roce 2004 s cílem vytvářet a realizovat partnerské projekty, které jsou prospěšné celému regionu MAS. Území MAS se nachází na území dvou sousedních jihočeských okresů (Strakonice, Písek), které pomyslně objímá od severu až po jihozápad město Písek, až na hranice okresů České Budějovice a Prachatic. Centry oblasti jsou města Vodňany a Protivín. Území MAS zaujímá cca 461 km² a žije zde kolem 22 tisíc obyvatel. Původní působnost MAS byla na území Blanicko – Otavského regionu, během první poloviny roku 2007 bylo území MAS rozšířeno o území svazku obcí mezi Vltavou a Otavou (www.vodnanskaryba.eu, 2011).

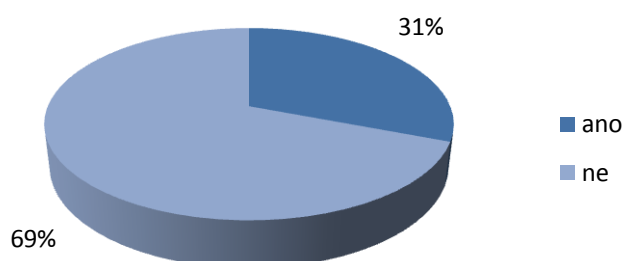
6. Grafické řešení dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit podnikatelskou situaci na Strakonicku a jejich napojení na MAS. Bylo osloveno 419 podnikatelů, jejichž kontakty byly získány z publikace „Katalog podnikatelů a neziskových organizací“. Tento katalog je součástí projektu Venkovská tržnice a je souhrnem informací o podnikatelích, živnostnících, zemědělciích a dalších. Dotazník byl vytvořen pomocí aplikace spreadsheets.google.com a rozeslán formou emailu. Dále bylo prováděno terénní šetření a to ve firmě Prillinger s.r.o., kde dotazníky vyplnilo 20 respondentů. Návratnost vyplněných dotazníků dosáhla 28,7 %. Doba provádění dotazníkové šetření trvala po dobu jednoho měsíce.

1. Slyšel(a) jste již o Místní akční skupině LAG Strakonicko nebo jiné MAS?

Obrázek č. 20 Povědomí o MAS LAG Strakonicko

n=120 (počet dotazovaných)



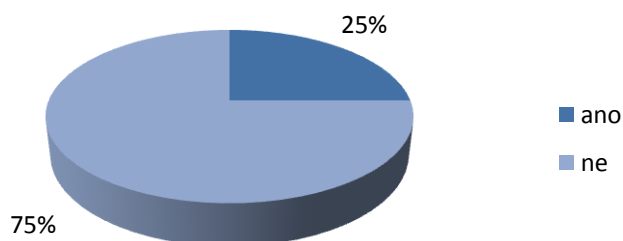
Zdroj: vlastní

Na otázku č.1 odpovědělo kladně 37 respondentů, což představuje 31% z celkového počtu dotazovaných a záporně odpovědělo 83 respondentů, kteří představují 69% z celkového počtu (Obr. č.20).

2. Žádal(a) jste již někdy o dotaci podporující Vaše podnikání?

Obrázek č. 21 Žádost o dotaci

n=120



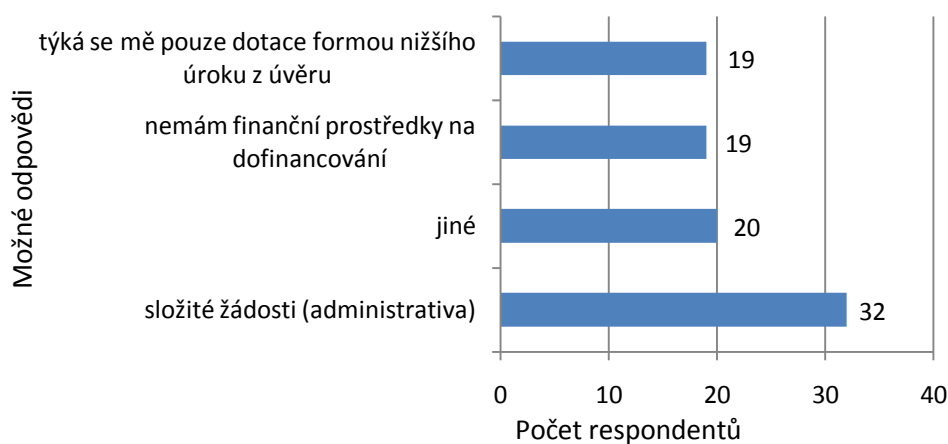
Zdroj: vlastní

Na otázku č.2 se vyjádřila kladně přesně čtvrtina, což představuje 30 respondentů. O dotaci nikdy nežádalo 90 dotazovaných, což dává 75% z celkového počtu (Obr. č.21).

3. Pokud jste nežádal(a), jaké pro to byly důvody?

Obrázek č. 22 Důvody pro nepodání žádosti o dotaci

n=90



Zdroj: vlastní

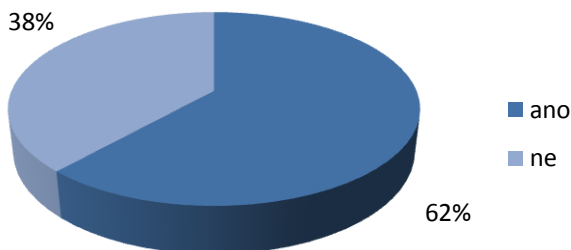
Nejčastějším důvodem, proč podnikatelé nepodali žádost o dotaci, je administrativní složitost žádostí na podporu podnikání. Takto odpovědělo 32 respondentů. Devatenáct respondentů, kteří bydlí v obci nad 5000 obyvatel, nemohou žádat o dotaci a proto zvolili možnost č.1 „týká se mě pouze dotace formou nižšího úroku z úvěru“. Stejný počet odpovědí vyplynul u odpovědi č.2 „nemám finanční prostředky na dofinancování“. Zbylí respondenti v počtu 20 podnikatelů uvedli jiné důvody a to:

- dotace ke svému podnikání nepotřebuji (13x),
- jsem proti dotacím (2x),
- nenarazil jsem na dotaci vhodnou pro mé podnikání (2x),
- jsem student (1x),
- jsem občan SK (1x),
- začínám podnikat (1x), (Obr. č.22).

4. Chtěl(a) byste v budoucnu využít možnost získání dotace pro své podnikání?

Obrázek č. 23 Využití dotace v budoucnosti

n=120



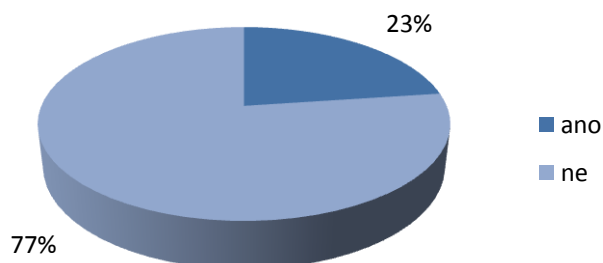
Zdroj: vlastní

Na otázku č.4 odpovědělo 74 dotazovaných, že by v budoucnu mělo zájem o podání dotace pro své podnikání. Naopak 38% odpovědělo záporně a nikdy by si žádost o dotaci nepodali (Obr. č.23).

5. Byli byste ochotni přemístit své podnikání z města do menší obce (vesnice)?

Obrázek č. 24 Eventuální přemístění podnikatelské činnosti na vesnici

n=70



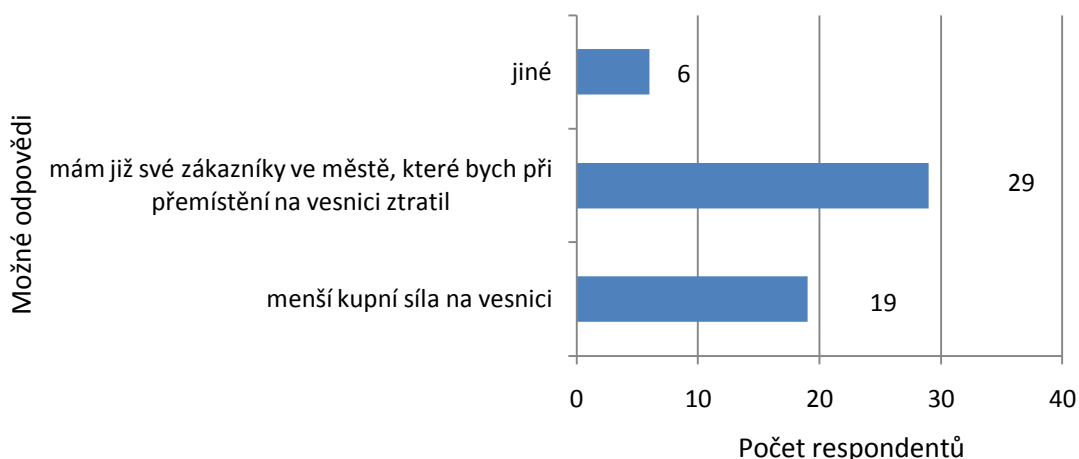
Zdroj: vlastní

Z tohoto grafu vyplývá, že respondenti, kteří podnikají ve městě, nemají příliš zájem přesunout svou činnost na vesnici a podpořit tak podnikatelské prostředí v obcích. Takto odpovědělo 54 dotazovaných, což představuje 77%. Ochotná přemístit se by byla téměř čtvrtina, tedy 16 podnikatelů (Obr. č.24).

6. Pokud ne, jaké jsou vaše důvody?

Obrázek č. 25 Důvody proti podnikání na vesnici

n=54



Zdroj: vlastní

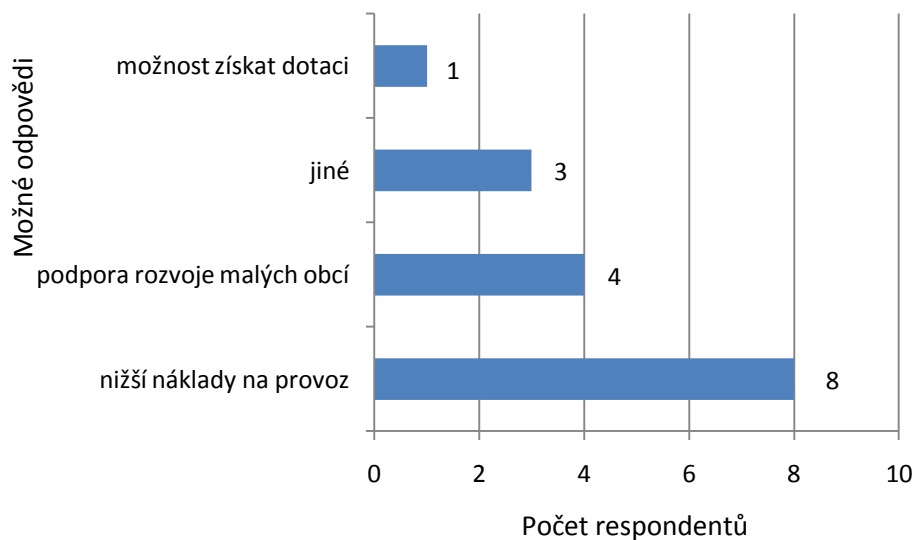
Na otázku č.6 odpovědělo nejvíce respondentů, že již mají své zákazníky ve městě a při přemístění sídla podnikání na vesnici by je ztratili (29). Dalších 19 tázaných si myslí, že je na vesnici menší kupní síla, a proto by své podnikání nepřesunuli. Zbylí respondenti v počtu šesti podnikatelů zvolili možnost „jiné“ a odpověděli takto:

- místo bydliště,
- nemám důvod přemístit podnikatelskou činnost,
- pracovní tým je z města, měl bych vysoké náklady na dopravu na vesnici,
- nejsem závislá na obyvatelstvu města ani vesnice,
- mám ve městě nemovitost k podnikání,
- vzhledem k charakteru podnikání je to nerozumné, i vzhledem k zákazníkům i mým pracovním podmínkám (Obr. č.25).

7. Pokud ano, jaké jsou vaše důvody?

Obrázek č. 26 Důvody pro podnikání na vesnici

n=16



Zdroj: vlastní

Na otázku č.7 nejvíce respondentů odpovědělo, že by své podnikání přesunuli do menší obce kvůli nižším nákladům na provoz, jako je nižší nájem, levnější stavební pozemky apod.

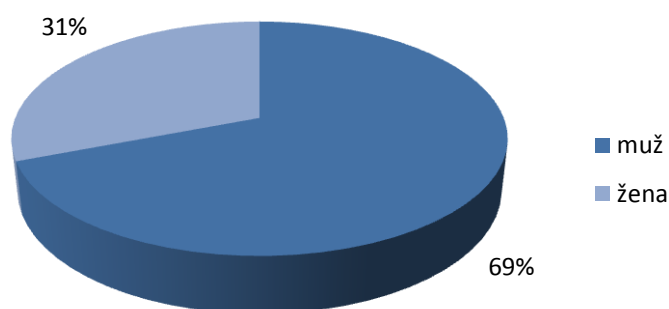
(8). Svou činností by podpořili rozvoj malých obcí 4 respondenti. Pro možnost získání dotace by se přesunul pouze 1 dotazovaný. Poslední 3 dotazovaní odpověděli na tuto otázku možnostmi „jiné“ a to:

- místo, kde podnikám pro mě není důležité,
- širší pole působnosti,
- nižší ceny pozemků pro výstavbu sídla firmy (Obr. č.26).

8. Jste?

Obrázek č. 27 Pohlaví

n=120



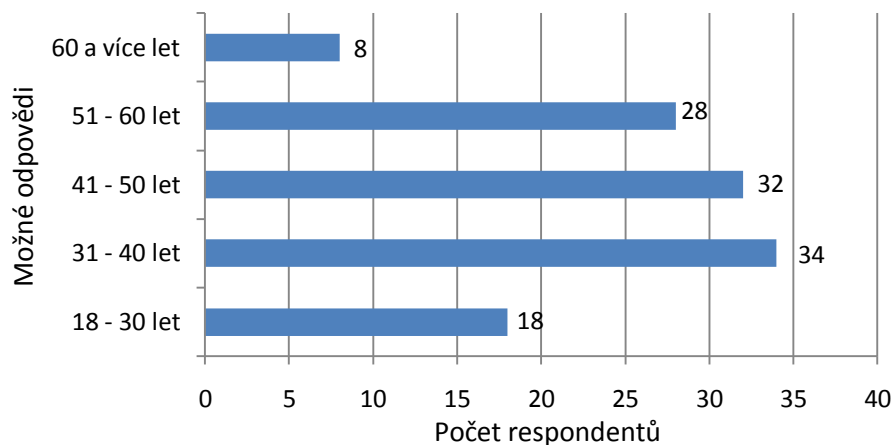
Zdroj: vlastní

Z otázky č.8 vyplývá, že podniká více mužů než žen. Mužů podniká 83 z celkového počtu dotázaných, což dává 69% a žen podnikatelek je 37, což představuje 31% z celkového počtu (Obr. č.27).

9. Do jaké věkové kategorie zapadáte?

Obrázek č. 28 Věkové kategorie

n=120



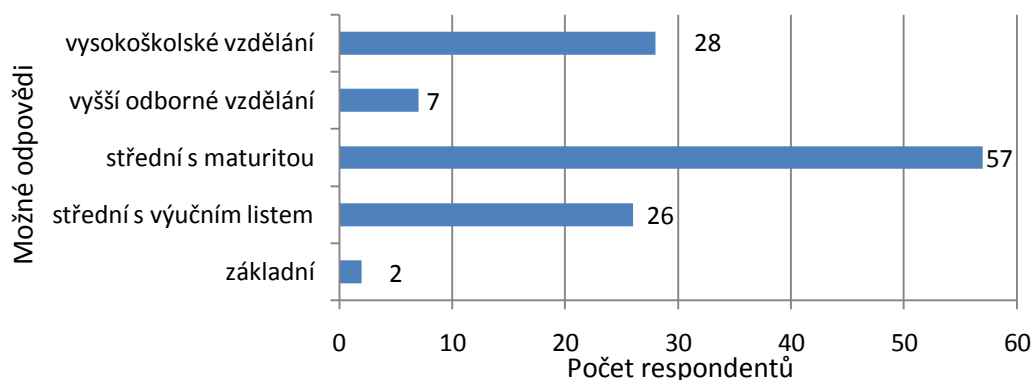
Zdroj: vlastní

Nejvíce činných podnikatelů je ve věkovém rozmezí 31 – 40 let (34). Druhá nejsilnější je skupina mezi 41 – 50 lety (32). Mezi 51 – 60 letými je 28 respondentů a mezi 18 – 30 letými je 18 respondentů. Nejméně je respondentů, kteří jsou starší šedesáti let (8), (Obr. č.28).

10. Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Obrázek č. 29 Vzdělání respondentů

n=120



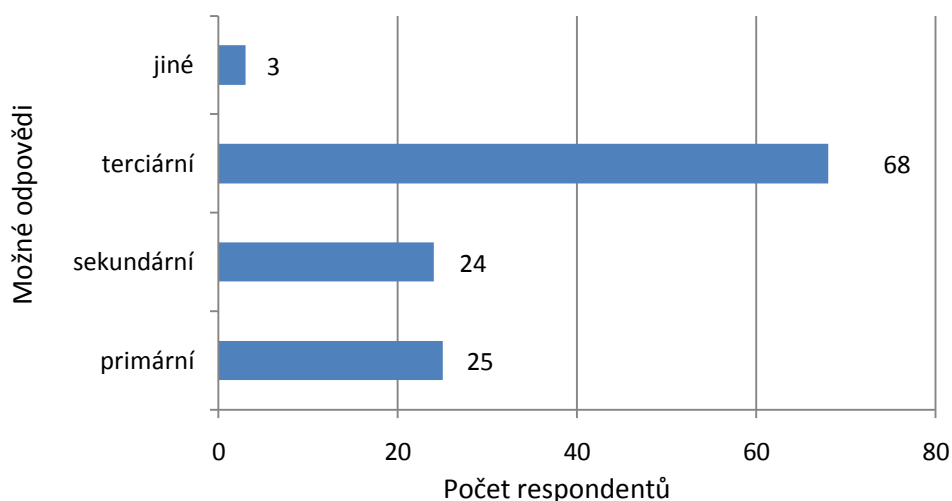
Zdroj: vlastní

Nejvíce respondentů (57), dosáhlo úplného středního vzdělání s maturitou, dále 28 respondentů je vysokoškolsky vzdělaných, 26 respondentů má střední vzdělání s výučním listem, 7 dotázaných dosáhlo vyššího odborného vzdělání a pouze 2 zaškrtili odpověď, že dosáhli základního vzdělání (Obr. č.29).

11. V jaké sféře podnikáte?

Obrázek č. 30 Podnikatelská sféra

n=120



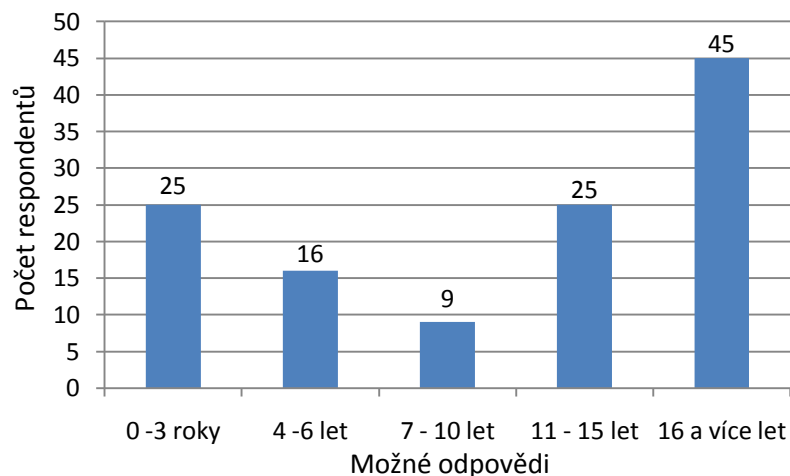
Zdroj: vlastní

Nejvíce respondentů vyvíjí svou činnost v oblasti terciární sféry, jako jsou služby, obchod, opravy motorových vozidel a zboží, pohostinství a ubytování, cestovní ruch, doprava a spoje, peněžnictví, pojišťovnictví, činnosti v oblasti nemovitostí a pronájem, školství, zdravotnictví, ochrana a sociální zabezpečení (68). Druhé největší zastoupení má sekundární sféra, tedy zemědělství, myslivost, lesnictví, rybolov, těžba nerostných surovin (25). Nejméně tázaných je ze sekundární sféry, tedy ze zpracovatelského průmyslu, strojírenství, potravinářského a textilního průmyslu nebo stavebnictví (24). Rozdíl u primární a sekundární sféry je ale nepatrný. Tři dotazovaní uvedli možnost „jiné“ (Obr. č.30).

12. Jak dlouho podnikáte?

Obrázek č. 31 Doba podnikání u respondentů

n=120



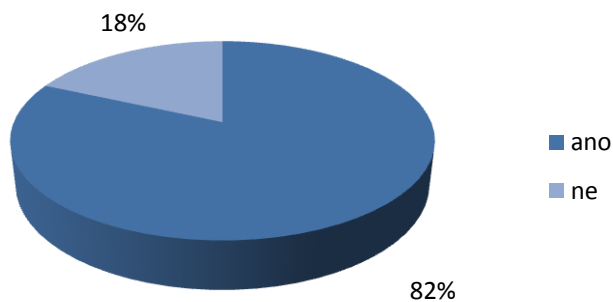
Zdroj: vlastní

Nejvíce dotázaných podniká 16 a více let (45). Stejný počet respondentů (25) odpověděl, že podniká 0 – 3 roky nebo 11 – 15 let. Další podnikají v rozmezí 4 – 6 let a to v počtu 16 respondentů. Nejméně odpovědělo, že podnikají v rozmezí 7 – 10 let a to 9 dotázaných (Obr. č.31).

13. Je sídlo vaší firmy ve stejném místě jako provozovna?

Obrázek č. 32 Umístění sídla a provozovny firmy

n=120



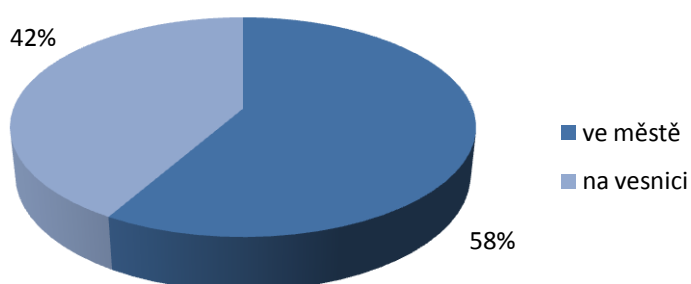
Zdroj: vlastní

Tato otázka byla položena proto, aby bylo zjištěno, zda jsou daně podnikatelských subjektů odváděny do obce, kde podnikají. Kladně odpovědělo 98 všech dotázaných, což představuje 82%. Pouze 22 respondentů má sídlo firmy jinde než provozovnu (18%) (Obr. č.32).

14. Kde provozujete podnikatelskou činnost?

Obrázek č. 33 Místo podnikání

n=120



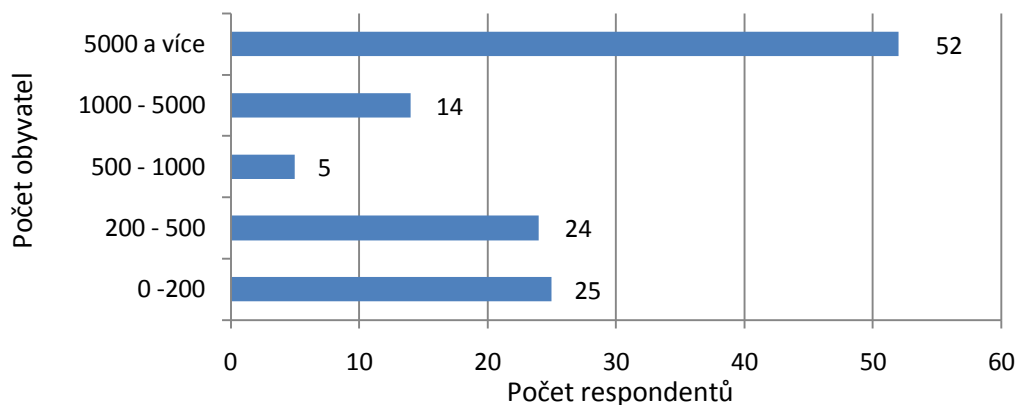
Zdroj: vlastní

U otázky č.14 je největší vyrovnanost. Ve městě totiž podniká 70 dotázaných, což představuje 58% a na vesnici nebo v menší obci podniká 50 respondentů, což je 42% (Obr. č.33).

15. Kolik obyvatel má obec / město, ve které(m) podnikáte?

Obrázek č. 34 Počet obyvatel

n=120



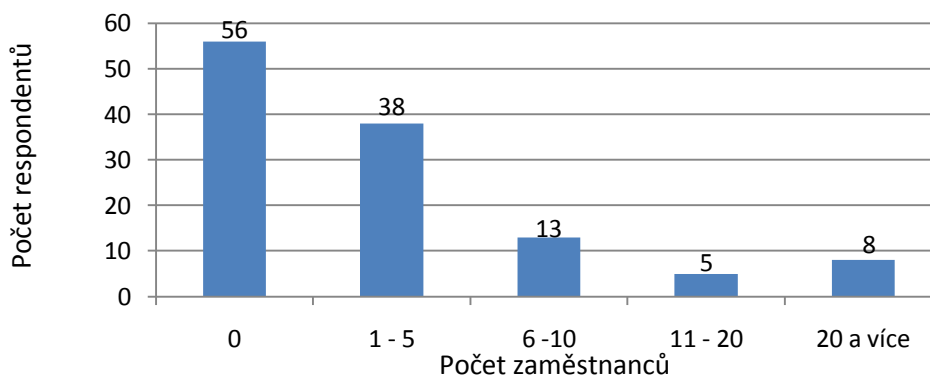
Zdroj: vlastní

Nejvíce respondentů podniká ve městě větším než 5000 obyvatel (52). Čtrnáct dotázaných podniká v obci, která má 1000 – 5000 obyvatel, dále pouze 5 dotázaných působí v obci, která má 500 – 1000 obyvatel, 24 dotázaných podniká v obci s 200 – 500 obyvateli a druhý nejvyšší počet respondentů (25) působí v malé obci, která má 0 – 200 obyvatel (Obr. č. 34).

16. Kolik máte zaměstnanců?

Obrázek č. 35 Počet zaměstnanců

n=120



Zdroj: vlastní

Nejvíce respondentů (56) nemá žádné zaměstnance a podnikají samostatně. Druhou největší skupinou jsou respondenti, kteří zaměstnávají 1 až 5 zaměstnanců (38). Dalších 13 dotázaných zaškrtnulo, že má rozmezí od 6 do 10 zaměstnanců a 8 dotázaných má 20 a více zaměstnanců. Nejméně respondentů (5) zaměstnává 11 až 20 zaměstnanců (Obr. č 35).

6.1 Shrnutí dotazníkového šetření

Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit současnou situaci o podnikatelských subjektech v rámci okresu Strakonice. Protože byly dotazníky rozesílány pomocí emailů podnikatelům a jiným subjektům, lze říci, že vypovídající hodnota dotazníků je vysoká, a to díky tomu, že respondenti byli z celého Strakonického regionu. Vyplněné dotazníky byly získány od 120 respondentů, což představuje 28,3 % návratnost.

Jedním z cílů šetření bylo zjistit, jak jsou podnikatelé napojeni na místní akční skupiny a jaké o nich mají povědomí. Vyplynulo, že 31% respondentů již o nějaké místní akční skupině slyšelo. Dalo by se tedy předpokládat, že využili i spolupráce s některou touto skupinou. Je zde zřejmá provázanost mezi povědomím o MAS a žádostí o dotace, neboť 81% respondentů, kteří již o MAS slyšeli, také zkoušelo žádat o dotaci. Toto jednoznačně vypovídá o tom, že činnost MAS je velice prospěšná pro rozvoj podnikatelského prostředí na Strakonicku a úzce s ním souvisí a je třeba zvyšovat povědomí podnikatelské veřejnosti o její činnosti.

Naopak ti respondenti, kteří nevěděli o existenci MAS, o dotaci nikdy nežádali. Nejčastější důvody, proč tak neuskutečnili, byly v problematice administrativy, v nedostatku finančních prostředků na dofinancování jejich projektu nebo se jich týkala pouze dotace formou nižšího úroku z úvěru. Žádat o dotaci přes MAS mohou totiž pouze ty subjekty, které podnikají v obci s méně než 5000 obyvateli. Ostatní subjekty, které podnikají ve větší obci, mohou podpořit své podnikání prostřednictvím zvýhodněného úvěru. Tyto zvýhodněné regionální úvěry poskytuje Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. (ČMZRB) a to pro drobné a malé podnikatele v Jihočeském kraji. Úvěry jsou poskytovány až do výše 1 mil. Kč s dobrou splatností až 5 let a s pevnou úrokovou sazbou 5% p.a. Úvěr může být použit na pořízení investic či nákup zásob pro podnikatelskou činnost v průmyslu, stavebnictví, velkoobchodu a maloobchodu, ubytování, stravování a dalších činnostech podnikání.

Více než polovina respondentů (62%) by chtěla v budoucnu žádat o podporu svého podnikání, což by mohlo být dalším impulsem pro MAS, jak poskytnout její služby podnikatelské veřejnosti a rozšířit její působnost. Je tedy zřejmé, že jsou si respondenti vědomi

toho, že je důležité se snažit podporovat své podnikání. Díky tomu totiž mohou využít své znalosti, nápady, potenciál a tím získají stabilitu v odvětví, budou více konkurenceschopní, získají spokojené zákazníky, zvýší se jim tržby a tím pádem i zisk.

Další otázka, která byla respondentům položena, se týkala ochoty přemístit jejich činnost z větší obce na vesnici. Odpovídali ti respondenti, kteří podnikají ve městě. Tato otázka byla položena mimo jiné také proto, aby bylo zjištěno, zda se respondenti přizpůsobují současnému trendu stěhování mladých lidí na vesnice, které jsou poblíž větších měst. Toto se příliš nepotvrdilo, neboť ze šetření vyplynulo, že 77% dotazovaných by svou činnost na vesnici nepřesunulo. Jejich nejčastějším důvodem, proč by své podnikání nepřesunuli, byla menší kupní síla na vesnici nebo tvrzení, že by při přemístění ztratili své zákazníky ve městě. Toto tvrzení je zřejmé, protože ve městech je větší kupní síla obyvatelstva. Pokud ale podnikatelé poskytují své služby na vysoké úrovni, poskytují svým zákazníkům určitou přidanou hodnotu a ti jsou pak spokojeni, budou se ke svým dodavatelům vracet bez ohledu na to, zda podnikají ve městě nebo na vesnici či v menší obci. Samozřejmě je toto bezpředmětné u takových služeb, které nejsou asistované a lze je čerpat z domova pomocí internetu, telekomunikace a dalších prostředků. Dalšími důvody pro neochotu přemístit se na vesnici bylo i to, že pracovní tým je z města, ve kterém subjekt působí, a proto by se nevyplatilo dojíždění zaměstnanců na vesnici a zbytečně by se tím zvyšovaly náklady podnikatele.

Respondenti, kteří by byli ochotni svou činnost přemístit do menší obce, byli v menšině, neboť jich bylo pouze 23%. Své rozhodnutí odůvodnili například tím, že v menších obcích jsou nižší náklady na provoz. Ve městech jsou dražší ceny pozemků pro stavbu provozovny, v případě pronájmu prostor je dražší nájemné atd. Dalším důvodem byla podpora rozvoje malých obcí a s tím spojený rozvoj regionu. Pokud by podnikatelé přemístili své provozovny do menších obcí, odváděli by všechny daně místně příslušným správcům daně a podporovali by tím region Strakonicka. Většinou totiž firmy sídlí v hlavním městě Praha a tím pádem odvádějí daně jinam než do místa jejich podnikání. Tím se region velice ochuzuje o potřebné finanční prostředky.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že nejvíce respondentů podniká v terciární sféře, což vyšlo podle očekávání. V Jihočeském kraji totiž jednoznačně převažuje obchod, služby a cestovní ruch nad průmyslem. Proto je důležité dbát na rozvoj terciární sféry, neboť se dnes staví stále nová nákupní centra, existuje mnoho prodejných řetězců, hotelů a rozrůstá se bankovníctví a pojišťovnictví. Menší počet podnikatelů (20%), kteří působí v sekundární sféře,

může být také způsoben hospodářskou recesí, která byla v roce 2008 a 2009. Podnikatelů, kteří působí v primární sféře bylo podle dotazníkového šetření 20% a to může být způsobeno velkou konkurencí z EU, neboť se z EU dováží levnější potraviny díky dotacím. Výsledky šetření ohledně podnikatelské sféry jsou téměř shodné s údaji z Českého statistického úřadu, neboť ten uvádí, že v rámci okresu Strakonice nejvíce subjektů působí v terciární sféře a nepatrný rozdíl je v počtu subjektů působících v primární a sekundární sféře.

Je zajímavé, že téměř 38% všech dotázaných podniká 16 a více let, což dokazuje, že v okrese Strakonice jsou stabilní ekonomické subjekty a odolávají nástrahám dnešního podnikání, mají vybudovanou tradici a udržují ekonomickou vyrovnanost regionu. Vyšší počet respondentů (20%) je v začátcích a podniká v rozmezí 0 - 3 roky. Takto odpověděla většina respondentů, kteří byli ve věku 18 – 40 let. Stejný počet dotazovaných odpověděl, že podniká 11 – 15 let. Téměř 8% dotázaných uvedlo, že podnikají 7 – 10 let.

6.2 SWOT analýza

Byla provedena SWOT analýza v rámci území MAS LAG Strakonicko, kde také bylo prováděno dotazníkové šetření.

SWOT analýza se je základní metodou pro posouzení silných a slabých stránek podniku a příležitostí a ohrožení, která jsou závislá na vlivu vnějšího prostředí podniku. V bakalářské práci je zaměřeno na příležitosti a ohrožení v rámci celého území MAS LAG Strakonicko. Bylo analyzováno tedy celé podnikatelské prostředí.

- **Příležitosti**

1. Existence Programu rozvoje venkova a fondů k rozvoji podnikání;
2. Možnost dotací z Programu rozvoje venkova na rozvoj kvality venkova;
3. Rozvoj zemědělského podnikání a hospodaření v lesích;
4. Propopulační politika státu;
5. Investice do revitalizace brownfields;
6. Rozšiřování bioprodukce;
7. ČR v Schengenském prostoru;
8. Legislativní podpora malého středního podnikání;
9. Investice do obnovy a rozvoje tradičních výrob;

10. Zájem o nové formy cestovního ruchu (agroturistika, hippoturistika);
11. Certifikace produktů, služeb (regionální značky);
12. Českomoravská rozvojová banka – regionální úvěry pro drobné a malé podnikatele s výhodnou úrokovou sazbou;
13. Růst efektivity výrobních faktorů;
14. Zvýšení atraktivity regionu pro příliv zahraničních investic – potenciál pro lokalizaci výroby a služeb s vyšší přidanou hodnotou;
15. Podpora hledání forem alternativních a obnovitelných zdrojů energie;
16. Možnost rozšířit nabídku výrobků a uspokojit tak další potřeby zákazníků;
17. Nové průmyslové zóny na území města Strakonice;

- **Ohrožení**

1. Změny úvěrové politiky bank;
2. Politické změny a špatná politická rozhodnutí;
3. Zvýšení DPH;
4. Nadměrné rušení škol a ostatní vybavenosti na venkově;
5. Ztráta zájmu mladých lidí o život a podnikání na venkově;
6. Omezující kvóty v rámci společné zemědělské politiky EU;
7. Omezující legislativa pro prodej ze dvora, bioprodukty;
8. Nezájem spotřebitelů o bioprodukty (vyšší cena);
9. Nedostatek finančních prostředků na předfinancování;
10. Nedostatek finančních prostředků na záchranu stávajících kulturních památek;
11. Administrativní náročnost při získávání jakýchkoliv finančních prostředků;
12. Ztráta konkurenčních výhod pro podnikové prostředí;
13. Nedostatečná informovanost o politických nástrojích regionálního rozvoje;
14. Pomalu rostoucí trhy;
15. Měnící se požadavky zákazníků;
16. Konkurence ze strany cizích výrobců s nižšími náklady;
17. Nepříznivé demografické změny.

Jedním z výstupů dotazníkového šetření bylo také určení slabých a silných stránek pro podnikání ve Strakonickém regionu.

- **Silné stránky**

1. Zájem o život na venkově;

2. Zakořeněná tradice v zemědělské výrobě;
3. Velké množství rodinných a malých farem
4. Rostoucí povědomí o MAS LAG Strakonicko;
5. Zájem subjektů o poskytování dotací;
6. Zvyšování využívání služeb MAS LAG Strakonicko;
7. Zájem o podnikání na venkově;
8. Nižší náklady na podnikatelskou činnost na vesnici;
9. Velký počet mladých podnikatelů;
10. Rozvoj služeb, cestovního ruchu (agroturistika, hippoturistika, cykloturistika);
11. Velký počet dlouhodobě podnikajících.

- **Slabé stránky**

1. Nízké povědomí o MAS LAG Strakonicko;
2. Nízký počet žadatelů o dotaci;
3. Velký počet subjektů ve městech – nevýhoda pro venkovský rozvoj;
4. Neochota přemístit podnikání na venkov;
5. Nedostatečná kvalita v obcích regionu;
6. Nedostatečný rozvoj malého a středního podnikání na venkově;
7. Nedostatek pracovních příležitostí ve venkovských oblastech.

7. Návrhová část

7.1 Přesunutí podnikání na venkov

Jedním z možných zlepšení podnikatelského prostředí by mohlo být přesunutí podnikání na venkov. Tento projekt již našel ve světě své uplatnění, konkrétně na jihozápadě Francie v regionu Gers, který se nachází v Gaskoňsku. Projekt „Soho Solo Gers“, spočívá v utváření pracovní komunity přímo na venkově a sdružuje přes 260 nezávislých profesionálů a podnikatelů. Byl založen v roce 2004 místní pobočkou CGI (obdoba naší České hospodářské komory), aby zpomalil trend postupného vyliďňování krajiny. Principem tohoto projektu je přesunout podnikatele, kteří pracují z domu, na venkov. Pokud se tak podnikatel rozhodne, manažer projektu mu najde dům v jedné z vesnic v okolí městečka Auch a v případě, že disponuje i podnikatelským záměrem, jsou mu přiděleni 4 konzultanti, kteří poskytují poradenství, informační služby a pomáhají s případným financováním podnikatelského záměru. Vznikající komunita staví na základech svobodného podnikání. Členové se mohou účastnit společných setkání, srazů či přednášek, docházet do talecenter, které poskytují vybavení a zázemí pro kancelářskou práci, obchodní jednání a navazování kontaktů. Služby Soho Solo Gers jsou bezplatné. Financování jde převážně z místních zdrojů, tedy z příspěvků členských obcí a dobrovolníků. Tento projekt přináší přínos pro region, což deklaruje i ocenění v mezinárodní soutěži European Business Awards 2008. Strakonický region by mohl začít podporovat podobné snahy jako ve Francii a měl by tak šanci odstartovat nový trend i v České republice.

7.2 Rozvoj podnikání pomocí informačních tabulí pro veřejnost

V rámci opáření IV.2.1. Programu rozvoje venkova – Realizace projektů spolupráce připravilo projekt Venkovská tržnice pět partnerských regionů, resp. MAS a to: MAS Sdružení Růže, MAS Jemnicko, MAS LAG Strakonicko, MAS Lípa pro venkov a MAS Podlipansko. Díky tomuto projektu vzniklo v každé partnerské MAS informační centrum pro podnikatele a neziskové organizace, které je vybaveno informačním systémem, jehož součástí je databáze místních a neziskových subjektů. Tato databáze je přístupná na internetu, konkrétně u každé MAS je katalog subjektů, působících na území dané MAS. Kompletní informační systém byl

doplněn o tištěné katalogy. Z tohoto katalogu bylo čerpáno i při získávání kontaktů na jednotlivé podnikatele a NO potřebných k dotazníkovému šetření.

- **Informační tabule**

Informační tabule jsou součástí projektu Venkovská tržnice II. Myšlenka vznikla ve Finsku, kde projekt již řadu let úspěšně funguje a proto byl tento projekt přenesen do České republiky. Na internetových stránkách Venkovské tržnice může každý přidat inzerát, akci, kterou pořádá či nějakou aktualitu o své činnosti. Výstupy z internetové aplikace jsou v terénu zajištěny také v tištěné podobě na informačních tabulích, prostřednictvím kterých je zajištěno informování i těch obyvatel, kteří neumí nebo nemají možnost internet užívat. Internetové stránky jsou propojeny s vitrínami. Pokud se na internetových stránkách objeví v sekci inzeráty, aktuality a akce, nový příspěvek, je ihned uveřejněn také ve vitrínách.

Celkový rozpočet projektu Venkovská tržnice II. byl 4, 5 mil. Kč, z toho se podílela MAS LAG Strakonicko 570 tis. Kč. Část finančních prostředků byla určena právě pro výrobu a distribuci informačních tabulí. Vitrín bylo vyrobeno 103, tedy pro všechny MAS, které se na projektu podílely. Výrobu vitrín zajišťovaly dvě partnerské MAS a náklady na jeden kus vitríny byly 5 500 Kč i s příslušenstvím. Na území MAS LAG Strakonicko připadlo 20 vitrín, které byly umístěny v následujících obcích: Strakonice, Cehnice, Kraselov, Chrášťovice, Štěkeň, Osek, Katovice, Dřešín, Čestice, Volenice, Krejnice, Krty – Hradec, Mnichov, Novosedly, Pracejovice, Radošovice, Řepice, Střelské Hoštice, Strunkovice nad Volyňkou, Volyně.

Tabulka č. 12 Kalkulace projektu informační tabule

Celkové náklady na projekt	566 500,-
Náklady na vyrobení vitrín pro MAS Strakonicko	110 000,-
Cena 1 vitríny	5 500,-
Počet vyrobených vitrín	103 ks
Počet vitrín pro MAS Strakonicko	20 ks

Zdroj: vlastní

Tyto tabule jsou vhodné také pro opačnou vazbu, než je přenos informací z internetu do vývěsky tabule. U vitríny je umístěna schránka, do které může veřejnost dávat své inzeráty. Například při větší úrodě ovoce či zeleniny může majitel napsat inzerát, kde uvede bližší

informace o prodeji, vloží ho do schránky, která je pravidelně vybírána správcem tabule. Správce inzerát vyvěsí na internetové stránky Venkovské tržnice a zároveň ho dá do vitríny.

Tímto způsobem může docházet ke zlepšení rozvoje regionu, protože díky informačním tabulím dochází ke směně zboží, výměně informací a k vzájemnému setkávání. Podpoří se tím místní prodejci, kteří budou více vydělávat a navíc peníze zůstanou v regionu. Díky Venkovské tržnici mohou organizátoři akcí informovat o tom, co připravují a zajistit si tak větší návštěvnost.

8. Závěr

V první části vlastní práce bylo zjišťováno pomocí dat z Českého statistického úřadu, kolik podnikatelských subjektů působí na území okresu Strakonice a v jakých odvětvích národního hospodářství a kolik z nich působí ve městech a na vesnicích či v menších obcích. Byla analyzována produkce, organizace a podpory podnikání těchto subjektů. Toto bylo provedeno u všech odvětví v okrese Strakonice, nikoliv jeden konkrétní podnik nebo odvětví. Více bylo zaměřeno na činnost MAS LAG Strakonicko, její realizaci strategického plánu a metody LEADER, která je v Evropské unii uznávána jako nejlepší metoda rozvoje venkova. Tím, že MAS LAG Strakonicko byla vybrána k podpoře realizace SPL, může čerpat dotace z Programu rozvoje venkova a vyhlašovat výzvy k podávání projektů podnikatelů, neziskových organizací a obcí či jejich svazků. Podrobněji byly rozpracovány jednotlivé výzvy MAS LAG Strakonicko, které podporují podnikatelské prostředí v regionu.

Cílem provedeného dotazníkového šetření bylo zjistit podnikatelskou situaci na Strakonicku a napojení podnikatelských subjektů na MAS LAG Strakonicko, tedy zda subjekty využívají dotací pro jejich podnikání nebo zda přesunují svou činnost na venkov. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že ti, kteří již o dotaci v minulosti žádali, měli informace o nějaké místní akční skupině. Je zde tedy přímá souvislost mezi podnikatelským prostředím a činností MAS. Ukázalo se, že podnikatelé mají do budoucna o dotace zájem, a proto je pravděpodobné, že budou chtít využít služeb MAS, což deklaruje smysluplnost její činnosti. Výsledky šetření by mohly být nápomocny při zpracování nové strategie MAS LAG Strakonicko a to při rozdělování finančních prostředků do jednotlivých oblastí regionu.

Jako výstup dotazníkového šetření byla provedena SWOT analýza, konkrétně silné a slabé stránky, jež má MAS LAG Strakonicko. Poté byly zanalyzovány příležitosti a ohrožení podnikatelských subjektů, jež působí na území okresu Strakonice.

V závěru bakalářské práce byla navržena dvě možná řešení, která by mohla zlepšit podnikatelskou situaci na Strakonicku. První možností, jak oživit podnikání ve venkovských oblastech, by mohla být inspirace francouzským projektem „Solo Soho Gers“, který pomáhá rozvíjet region tím, že přesouvá podnikatele, jež mohou pracovat z domu, na venkov. Druhou možností je inspirace z Finska. Podnikatelskou situaci by mohly rozvinout informační tabule, které jsou rozmístěny do jednotlivých obcí na území MAS LAG Strakonicko. Tyto tabule slouží jako komunikační nástroj mezi podnikateli a veřejností, čímž také pomáhají k rozvoji venkova.

9. Summary

The bachelor thesis is focused on market conditions analysis and the business entities promotion in Strakonice district. The amount of entities operating in Strakonice district was examined. The activities of entities in various villages and small municipalities were also studied. Subsequently, the analyses of production, organisation and business support of studied entities were done. Moreover, the bachelor thesis focuses on activities of Local action group Strakonicko (LAG Strakonicko). LAG Strakonicko follows the strategic plan „Leader“ which is realised through the challenges of „Fiche“. These challenges determine the support area and specify the focus of grant application.

The state of business entities in Strakonice district and their cooperation with LAG Strakonicko were examined through questionnaires. The research has shown activities of LAG Strakonicko are significantly effective. More and more business entities tend to get the grant opportunity in order to support their business development in the future. Local active groups appear to be the most successful device to fill this goal.

Two possible scenarios are suggested at the end of bachelor thesis. Both scenarios are inspired with abroad examples and should help to improve the state of business in Strakonice district.

Seznam použitých zdrojů

Použitá literatura

1. KOTLER, Philip. *MARKETING MANAGEMENT*. 10. rozšířené vydání. Praha : Grada Publishing, 2003. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.
2. VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Vyd. 1. Praha : Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-1.
3. PORTER, Michael E. *Konkurenční výhoda*. Praha : Victoria publishing, 1993. 626 s. ISBN 80-85605-12-0.
4. PORTER, Michael E. *Konkurenční strategie*. Praha : Victoria publishing, 1994. 403 s. ISBN 80-85605-11-2.
5. BOUČKOVÁ, Jana, a kol. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN 80-7179-577-1.
6. SYNEK, M., KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Podniková ekonomika*. 5. přepracované a doplněné vydání. Praha : C. H. Beck, 2010. 498 s. ISBN 978-80-7400-336-3.
7. BEDNÁŘOVÁ, Dagmar; ŠKODOVÁ PARMOVÁ, Dagmar. *Malé a střední podnikání*. 2. rozšířené vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2010. 146 s. ISBN 978-80-7394-229-8.
8. PARMOVÁ, Dagmar. *Řízení služeb : Přednášky*. 1. vyd. České Budějovice : Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2004. 96 s. ISBN 80-7040-673-9.
9. HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2.rozš. a aktualiz. vyd. Praha : Grada Publishing, 2003. 200 s. ISBN 80-247-0447-1.
10. ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketing konkurenceschopnosti (I)*. první vyd. Praha : Radix, 2002. 272 s. ISBN 80-86031-35-7.
11. *LEADER - budoucnost venkova 2009 - Jihočeský kraj*. Praha : Ministerstvo zemědělství, 2009. 40 s. ISBN 978-80-7084-879-1.

Internetové zdroje

1. 311011-10, *Statistická ročenka Jihočeského kraje - 27. ÚZEMNÍ SROVNÁNÍ | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-03-26]. Statistická ročenka Jihočeského kraje 2010. Dostupné z WWW: <<http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/311011-10-2010-27>>.
2. 311011-10, *Statistická ročenka Jihočeského kraje - 27. ÚZEMNÍ SROVNÁNÍ | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2010 [cit. 2011-03-26]. Vybrané ukazatele podle okresů v roce 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/311011-10-2010-27>>.
3. 311302-09, *Statistický bulletin - Jihočeský kraj , obsah | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-13]. Statistický bulletin - Jihočeský kraj za rok 2009. Dostupné z WWW: <<http://www.cbudejovice.czso.cz/xc/edicniplan.nsf/p/311302-09>>.
4. 311302-10, *Statistický bulletin - Jihočeský kraj - H. Organizační statistika | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-13]. Statistický bulletin - Jihočeský kraj 1. až 4. čtvrtletí 2010. Dostupné z WWW: <http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/311302-10-1_az_4_ctvrtleti_2010-06>.
5. *Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Blatná | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-02]. Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Blatná. Dostupné z WWW: <http://www2.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_obci_a_podnikatelska_sfera_blatna>.
6. *Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Strakonice | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-02]. Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Strakonice. Dostupné z WWW: <http://www2.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_obci_a_podnikatelska_sfera_orp_strakonice>.
7. *Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Vodňany | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-02]. Charakteristika obcí a podnikatelská sféra - ORP Vodňany. Dostupné z WWW:

- <http://www2.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_obci_a_podnikatelska_sfera_orp_vodnany>.
8. *311011-10, Statistická ročenka Jihočeského kraje - 27. ÚZEMNÍ SROVNÁNÍ | ČSÚ Jihočeský kraj* [online]. 2011 [cit. 2011-04-13]. Statistická ročenka Jihočeského kraje 2010. Dostupné z WWW: <<http://www.cbudejovice.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/311011-10-2010-27>>.
 9. *Místní akční skupina LAG Strakonicko, Impuls centrum : Činnost* [online]. 2009 [cit. 2011-03-26]. Činnost MAS v roce 2009 - výroční zpráva. Dostupné z WWW: <<http://www.strakonicko.net/mas/user/2009/Zaverecna%20zprava%202009.pdf>>.
 10. *Místní akční skupina LAG Strakonicko, Impuls centrum : Strategický plán LEADER 2007-2013* [online]. 2007 [cit. 2011-03-29]. Strategický plán LEADER 2007 - 2013. Dostupné z WWW: <<http://www.strakonicko.net/mas/user/2010/SPL%20Cesty%20od%20kořenů%20k%20vizi.pdf>>.
 11. *Místní akční skupina LAG Strakonicko, Impuls centrum : Fiche MAS LAG Strakonicko, o.s.* [online]. 2010 [cit. 2011-03-26]. Fiche MAS LAG Strakonicko, o.s. Dostupné z WWW: <<http://www.strakonicko.net/mas/fr.asp?tab=masst&id=73&burl=>>>.
 12. *Venkovská tržnice* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. O projektu. Dostupné z WWW: <<http://www.venkovskatrznice.eu/?ident=o-projektu>>.
 13. *Místní akční skupina LAG Strakonicko, Impuls centrum : O nás* [online]. 2010 [cit. 2011-04-10]. Území MAS. Dostupné z WWW: <<http://www.strakonicko.net/mas/onas.asp>>.
 14. *Místní akční skupina LAG Strakonicko, Impuls centrum : Strategický plán LEADER 2007 - 2013* [online]. 2010 [cit. 2011-04-26]. Strategický plán LEADER 2007 - 2013. Dostupné z WWW: <http://www.strakonicko.net/mas/spl_leader.asp>.
 15. *Businessinfo* [online]. 2006 [cit. 2011-02-12]. Otázka současnosti - konkurenceschopnost. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/strategie-oez-cr-v-zahranici/otazka-soucasnosti-konkurenceschopnost/1001537/38516/>>.
 16. *Soho Solo Gers: The official site for self-employed individuals wishing to live and work in the Gers* [online]. 2011 [cit. 2011-04-06]. Dostupné z WWW: <<http://www.soho-solo-gers.com/en/>>.

17. *Založení MAS* [online]. 2010 [cit. 2011-04-10]. SPL 2008 - 2013. Dostupné z WWW: <<http://www.blatensko.cz/mas/dokumenty-spl.htm>>.
18. *Svazek obcí Blatenska* [online]. 2010 [cit. 2011-04-10]. Svazek obcí Blatenska. Dostupné z WWW: <<http://www.blatensko.cz/mas/index.htm>>.
19. *MAS - VODŇANSKÁ RYBA* [online]. 2006 - 2011 [cit. 2011-04-10]. Místní akční skupina aneb kdo jsme. Dostupné z WWW: <<http://www.vodnanskaryba.eu/mistni-akcni-skupina-aneb-kdo-jsme>>.

Seznam obrázků

<i>Obrázek č. 1</i>	Tři obecné strategie	12
<i>Obrázek č. 2</i>	Atomium konkurenceschopnosti.....	13
<i>Obrázek č. 3</i>	Hybné síly konkurence v odvětví.....	17
<i>Obrázek č. 4</i>	Podíl registrovaných subjektů ve městě / na vesnici, v městysi	31
<i>Obrázek č. 5</i>	Podíl jednotlivých registrovaných subjektů / sféře podnikání	32
<i>Obrázek č. 6</i>	Počet ekonomických subjektů v jednotlivých okresech Jihočeského kraje	33
<i>Obrázek č. 7</i>	Vývoj počtu ek. subjektů v okrese Strakonice v letech 2000 – 2010.....	34
<i>Obrázek č. 8</i>	Logo MAS LAG Strakonicko.....	36
<i>Obrázek č. 9</i>	Struktura žadatelů 1.výzvy	41
<i>Obrázek č. 10</i>	Poměr podaných a vybraných projektů 1.výzvy	41
<i>Obrázek č. 11</i>	Finanční alokace na jednotlivé Fiche 1.výzvy	42
<i>Obrázek č. 12</i>	Struktura žadatelů 2.výzvy	44
<i>Obrázek č. 13</i>	Poměr podaných a vybraných projektů 2.výzvy	45
<i>Obrázek č. 14</i>	Finanční alokace na jednotlivé Fiche 2.výzvy	45
<i>Obrázek č. 15</i>	Struktura žadatelů 3.výzvy	47
<i>Obrázek č. 16</i>	Poměr podaných a vybraných projektů 3.výzvy	48
<i>Obrázek č. 17</i>	Finanční alokace na jednotlivé Fiche 3.výzvy	48
<i>Obrázek č. 18</i>	Logo MAS Svazku obcí Blatenska	50
<i>Obrázek č. 19</i>	Logo MAS Vodňanská ryba	51
<i>Obrázek č. 20</i>	Povědomí o MAS LAG Strakonicko	53
<i>Obrázek č. 21</i>	Žádost o dotaci.....	54
<i>Obrázek č. 22</i>	Důvody pro nepodání žádosti o dotaci	54
<i>Obrázek č. 23</i>	Využití dotace v budoucnosti	55
<i>Obrázek č. 24</i>	Eventuální přemístění podnikatelské činnosti na vesnici	56
<i>Obrázek č. 25</i>	Důvody proti podnikání na vesnici	56
<i>Obrázek č. 26</i>	Důvody pro podnikání na vesnici	57
<i>Obrázek č. 27</i>	Pohlaví.....	58
<i>Obrázek č. 28</i>	Věkové kategorie	59
<i>Obrázek č. 29</i>	Vzdělání respondentů.....	59
<i>Obrázek č. 30</i>	Podnikatelská sféra	60
<i>Obrázek č. 31</i>	Doba podnikání u respondentů	61
<i>Obrázek č. 32</i>	Umístění sídla a provozovny firmy	61
<i>Obrázek č. 33</i>	Místo podnikání	62
<i>Obrázek č. 34</i>	Počet obyvatel.....	63
<i>Obrázek č. 35</i>	Počet zaměstnanců	63

Seznam tabulek

<i>Tabulka č. 1</i>	Kritéria pro vymezení malých a středních podniků	26
<i>Tabulka č. 2</i>	Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE	30
<i>Tabulka č. 3</i>	Organizační statistika jednotlivých okresů v Jihočeském kraji	32
<i>Tabulka č. 4</i>	Vývoj počtu ekonomických subjektů	34
<i>Tabulka č. 5</i>	Základní informace o MAS LAG Strakonicko	36
<i>Tabulka č. 6</i>	Přehled jednotlivých Fichí	40
<i>Tabulka č. 7</i>	Přehled všech realizovaných projektů 1.výzvy	42
<i>Tabulka č. 8</i>	Přehled všech realizovaných projektů 2.výzvy	46
<i>Tabulka č. 9</i>	Přehled všech realizovaných projektů 3.výzvy	49
<i>Tabulka č. 10</i>	Základní informace o MAS Svazku obcí Blatenska	50
<i>Tabulka č. 11</i>	Základní informace o MAS Vodňanská ryba	52
<i>Tabulka č. 12</i>	Kalkulace projektu informační tabule	70

Seznam příloh

<i>Příloha č. 1</i>	Dotazník	80
<i>Příloha č. 2</i>	Obce v okrese Strakonice a počet registrovaných subjektů	83
<i>Příloha č. 3</i>	Území MAS LAG Strakonicko	86
<i>Příloha č. 4</i>	Vitrína projektu venkovská tržnice	87

Přílohy

Příloha č. 1 Dotazník

1. Slyšel(a) jste již o Místní akční skupině LAG Strakonicko nebo jiné MAS?
 ano
 ne

2. Žádal(a) jste již někdy o dotaci podporující Vaše podnikání?
 ano
 ne

3. Pokud jste nežádal(a), jaké pro to byly důvody?
 složité žádosti (administrativa)
 nemám finanční prostředky na dofinancování
 týká se mě pouze dotace formou nižšího úroku z úvěru
 jiné (uved'te):.....

4. Chtěl(a) byste v budoucnu využít možnost získání dotace pro své podnikání?
 ano
 ne

5. Byli byste ochotni přemístit své podnikání z města do menší obce (vesnice)?(pokud podnikáte na vesnici, prosím, neodpovídejte)
 ano
 ne

6. Pokud ne, jaké jsou vaše důvody?(neodpovídáte na otázku č.7)
 menší kupní síla na vesnici
 mám již své zákazníky ve městě, které bych při přemístění na vesnici ztratil
 jiné (uved'te):.....

7. Pokud ano, jaké jsou Vaše důvody? (neodpovídejte na otázku č.6)
 podpora rozvoje malých obcí
 nižší náklady na provoz (nižší nájem, ...)
 možnost získat dotaci
 jiné (uved'te):.....

8. Jste

- muž
- žena

9. Do jaké věkové kategorie zapadáte?

- 18 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- 51 – 60 let
- 60 a více let

10. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní
- střední s výučním listem
- střední s maturitou
- vyšší odborné vzdělání
- vysokoškolské vzdělání

11. V jaké sféře podnikáte?

- primární (zemědělství, myslivost, lesnictví, rybolov, těžba nerostných surovin)
- sekundární (zpracovatelský průmysl, strojírenství, potravinářský, textilní průmysl, stavebnictví)
- terciární (služby, obchod, opravy motorových vozidel a zboží, pohostinství a ubytování, cestovní ruch, doprava a spoje, peněžnictví, pojišťovnictví, činnosti v oblasti nemovitostí a pronájem, školství, zdravotnictví, ochrana a sociální zabezpečení)
- Jiné

12. Jak dlouho podnikáte?

- 0 – 3 roky
- 4 - 6 let
- 7 – 10 let
- 11 – 15 let
- 16 a více let

13. Je sídlo vaší firmy ve stejném místě jako provozovna?

- ano
- ne
- pokud ne, uveďte kde:

14. Kde provozujete podnikatelskou činnost?

- ve městě
- na vesnici

15. Kolik obyvatel má město / obec, ve které(m) podnikáte?

- 0 – 200 obyvatel
- 200 – 500 obyvatel
- 500 – 1000 obyvatel
- 1000 – 5000 obyvatel
- 5000 a více obyvatel

16. Kolik máte zaměstnanců?

- 1 – 5 zaměstnanců
- 6 – 10 zaměstnanců
- 11 – 20 zaměstnanců
- 20 a více zaměstnanců
- nemám žádné zaměstnance

- Elektronická verze dotazníku je přístupná na:

[https://spreadsheets.google.com/viewform?hl=cs&formkey=dEITOHBUYkltSWFYQ29wc
nR0YWdWMGc6MQ#gid=0](https://spreadsheets.google.com/viewform?hl=cs&formkey=dEITOHBUYkltSWFYQ29wc
nR0YWdWMGc6MQ#gid=0)

Příloha č. 2 Obce v okrese Strakonice a počet registrovaných subjektů

Název obce	Počet registrovaných subjektů				
	celkem	zeměděl., lesnictví, rybolov	průmysl	stavebnictví	obchod
SO ORP Strakonice	10 123	649	1227	1256	2439
v tom obce:					
Cehnice	109	4	24	15	18
Čejetice	199	20	33	30	42
Čepřovice	50	6	4	5	20
Čestice	212	39	31	19	40
Doubravice	67	6	11	15	11
Drachkov	44	3	6	5	12
Drážov	45	7	8	9	7
Droužetice	32	4	6	2	5
Dřešín	59	9	15	8	4
Hlupín	12	4	0	1	1
Horní Poříčí	55	6	10	7	9
Hoslovice	56	15	10	4	7
Hoštice	34	3	5	0	8
Chrást'ovice	45	9	10	6	10
Jinín	32	2	3	1	8
Kalenice	17	1	5	3	1
Katovice	304	19	50	37	69
Kladruby	18	1	1	7	5
Kraselov	40	7	2	11	7
Krejnice	26	6	8	3	2
Krty - Hradec	30	8	6	4	2
Kuřimany	7	2	2	1	0
Kváskovice	21	5	1	2	5
Libětice	8	2	1	2	1
Litochovice	40	5	3	4	10
Malenice	161	15	23	20	33
Mečichov	46	6	8	13	6
Mílejovice	28	10	0	1	3
Miloňovice	44	5	5	3	10
Mnichov	39	14	5	1	7
Mutěnice	41	1	9	8	5
Nebřehovice	25	2	4	2	3
Němčice	24	4	4	4	5
Němětice	20	0	6	6	3
Nihošovice	66	12	9	12	11

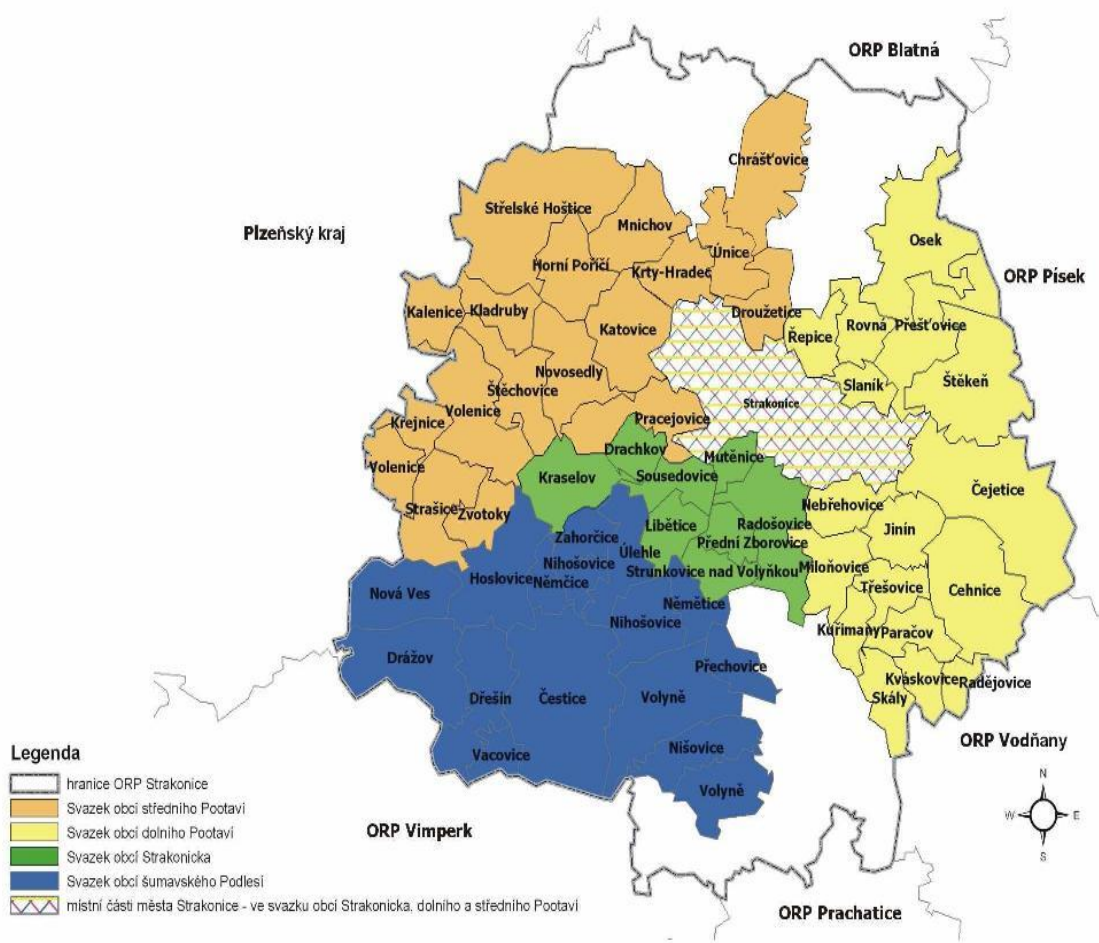
Nišovice	67	11	8	8	11
Nová Ves	31	9	1	4	4
Novosedly	55	7	6	6	15
Osek	80	9	6	11	16
Paračov	16	3	2	0	3
Pracejovice	75	7	12	8	13
Přední Zborovice	18	5	2	0	4
Předslavice	56	8	4	12	11
Přechovice	32	8	3	4	6
Přešťovice	80	18	5	10	14
Radějovice	10	4	0	0	3
Radomyšl	273	29	37	40	73
Radošovice	137	19	32	20	28
Rovná	59	4	4	8	19
Řepice	105	1	14	26	30
Skály	13	5	1	0	3
Slaník	20	1	0	3	5
Sousedovice	69	6	8	16	12
Strakonice	5399	105	565	599	1415
Strašice	34	5	6	2	7
Strunkovice nad Volyňkou	27	7	1	1	9
Střelské Hoštice	169	19	38	17	38
Štěchovice	31	6	5	10	4
Štěkeň	192	12	28	30	53
Třebohostice	54	12	7	8	8
Třešovice	16	3	3	1	4
Úlehle	11	1	1	2	2
Únice	13	2	2	2	1
Vacovice	10	1	2	2	1
Velká Turná	35	5	4	6	7
Volenice	111	18	10	15	26
Volyně	735	31	78	106	200
Zahorčice	17	3	3	4	3
Zvotoky	17	3	1	4	1
SO ORP Blatná celkem	2834	281	408	405	577
v tom obce:					
Bělčice	214	44	30	40	35
Bezdědovice	64	5	16	10	10
Blatná	1399	62	199	164	338
Bratronice	16	3	1	2	5

Březí	16	5	3	1	3
Buzice	40	4	3	8	7
Čečelovice	27	2	6	6	2
Hajany	37	5	8	6	5
Hornosín	14	3	1	2	0
Chlum	49	12	8	10	10
Chobot	9	1	0	0	3
Kadov	54	11	8	8	10
Kocelovice	29	4	4	3	8
Lažánky	14	1	2	5	2
Lažany	17	2	4	2	3
Lnáře	154	26	23	19	28
Lom	42	7	5	8	0
Mačkov	40	2	5	5	7
Myštice	74	13	5	15	11
Předmít	53	10	12	4	12
Sedlice	229	15	36	36	45
Škvořetice	66	19	10	11	6
Tchořovice	47	2	4	12	12
Uzenice	27	6	5	0	1
Uzeničky	28	5	4	5	6
Záboří	75	12	6	23	8
SO ORP Vodňany					
celkem	2739	314	364	393	683
v tom obce:					
Bavorov	313	58	49	52	66
Bílsko	32	7	4	3	4
Budyně	8	6	1	0	0
Čičenice	109	9	17	21	21
Drahonice	66	15	10	6	13
Hájek	12	2	0	1	3
Chelčice	105	17	15	15	22
Krajníčko	22	5	2	5	4
Krašlovice	40	8	4	5	11
Libějovice	105	28	14	16	16
Měkyněč	8	3	0	1	2
Pivkovice	19	4	1	0	27
Pohorovice	20	5	1	3	6
Skočice	47	9	6	5	12
Stožice	78	14	12	19	10
Truskovice	39	5	7	8	5
Vodňany	1 716	119	221	233	481

okres Strakonice					
celkem:	15 696	1244	1999	2054	3699

Zdroj: www.cbudejovice.czso.cz, 2011

Příloha č. 3 Území MAS LAG Strakonicko



Zdroj: www.strakonicko.net, 2011

Příloha č. 4 Vitrína projektu venkovská tržnice



Zdroj: vlastní fotografie