

Hodnocení podnikatelského prostředí obce z pohledu podniků MSP

**Ing. Miroslava Vašíková
OPF v Karviné, SU v Opavě**

Úvod:

- **Cílem je** prezentovat výsledky primárního výzkumu zaměřeného na posouzení kvality podnikatelského prostředí obce a úrovně komunikace obce s organizacemi MSP se sídlem na jejich území.
- **Výzkum byl realizován na přelomu roku 2011 a 2012 katedrou marketingu OPF v Karviné, jako součást řešení výzkumného úkolu: „Výzkum klíčových faktorů rozvoje MSP v turbulentním a rychle se měnícím tržním prostředí“, projektu: CZ.1.07/2.3.00/20.0016.**

Základní východiska:

- **Podnikání v oblasti MSP je ovlivňováno celou řadou faktorů. My jsme si pro náš průzkum vybrali místo, kde má firma své sídlo, tj. obec (město).**
- **Platí, že image podniku je částečně svázána s obcí, ve které působí, a naopak i image obce, včetně všech jejich marketingových aktivit, dotváří podnikatelské prostředí a může tím podpořit i podnikatelskou činnost podniku.**
- **Podnikatelské prostředí obce je tvořeno vlastní obcí, organizacemi, které zde působí a historicko-kulturními prostředím (zvyky, tradicemi, etikou a morálkou).**
- **Velkou roli může mít i prvek partnerství při realizaci marketingových cílů jak obce, tak i mnohdy i podniků.**

Vlastní primární marketingový výzkum:

- **Cílem** bylo zjistit, zda jsou podnikatelé spokojeni s podnikatelským prostředím své obce, a s úrovní marketingové komunikace obce kde má firma sídlo, a to v závislosti na velikosti obce (podle počtu obyvatel).
- **Respondenty** byli podnikatelé **MSP ze 165 firem, se sídlem ve 48 obcích ČR. Tito byli rozděleni do 2 skupin:**
- **Skupina malých obcí, s počtem obyvatel do 6 tisíc, kde jsme zařadili 23 obcí. V této skupině mělo sídlo 47 respondentů (28,49 %).**
- **Skupina velkých obcí, s počtem obyvatel nad 6 tisíc obyvatel, kde jsme zařadili 25 obcí. V této skupině mělo sídlo 118 respondentů (71,51 %).**

Zájem podnikatelů o činnost obce:

- 53,33 % respondentů se o dění v obci zajímá pouze v rámci své občanské povinnosti.
- Aktivní zájem projevuje 35,8 % respondentů a přímo se na činnosti obce podílejí 2 podnikatelé.
- 9,7 % se vůbec o dění obce nezajímá.
- Ve skupině malých obcí se aktivně o činnost obce zajímá 19 firem, tj. 40,43 %. Ve skupině velkých obcí to bylo 40 firem (33,9 %).
- **Byla potvrzena hypotéza H1, že respondenti ze skupiny malých obcí se budou více zajímat o dění v obci, než respondenti ze skupiny velkých obcí.**

Hodnocení vybraných nástrojů marketingové komunikace obce (známkou 1-5, jako ve škole):

Nástroje marketingové komunikace	Průměr u obcí celkem	Průměr u malých obcí	Průměr u velkých obcí
Webové stránky obce	1,95	2,00	1,93
Propagační materiály obce	2,63	2,58	2,66
Společenské a veřejné akce	2,16	1,89	2,28

- **Hypotéza H2:** Respondenti ze skupiny velkých obcí, budou lépe hodnotit úroveň marketingové komunikace obce, než respondenti ze skupiny malých obcí, **byla potvrzena pouze u webových stránek.**

Odkazy na firmy v obci uváděných na webových stránkách obcí:

- Součástí podnikatelského prostředí obce, být i to, zda obec na svých webových stránkách uvádí odkazy na firmy, mající v obci své sídlo. **Lepší provázanost obce s podniky, by přinesla výhody na obou stranách a přispěla by i ke zvýšení vzájemného porozumění.** I pro obce by mělo být přínosem, že návštěvníci jejich stránek zde naleznou komplexnější informace a pro podnikatele by to znamenalo praktický krok k požadovanému, kvalitnějšímu podnikatelskému prostředí.

Skupiny podnikatelů podle velikosti obce	Uváděné odkazy v %	Neuváděné odkazy v %
Malé obce	76,60	21,27
Velké obce	86,44	13,56
Podnikatelé celkem	83,64	15,76

Hodnocení podnikatelského prostředí obce:

	Obce celkem (%)	Malé obce (%)	Velké obce (%)
Velmi dobré	3,03	4,26	2,54
Dobré, ale je co zlepšovat	64,85	65,961	64,41
Není dobré	20,60	4,89	22,88
Nevím	11,52	14,89	10,17

- **Hypotéza H3:** Spokojenost s podnikatelským prostředím v obci, bude v obou skupinách obcí dosahovat hodnotu nad 50 %. **Pozitivním zjištěním je skutečnost, že celkem 67,88 % oslovených respondentů, je s podnikatelským prostředím své obce spokojeno. Hypotéza H3 byla tímto potvrzena.** Ale jako velmi dobré podmínky pro podnikání je považuje pouze 3,03 %, tj. pouhých 5 firem.

Závěr:

- Na vytvoření kvalitního podnikatelského prostředí obce pro podniky MSP, lze ještě mnoho zlepšovat. A to nejen ze strany obcí, ale i samotných podnikatelů. Tito by se měli více zajímat o činnosti obce a to zejména aktivním způsobem, což nečiní 64,24 % všech oslovených respondentů.
- Pozitivním zjištěním je skutečnost, že spokojenost s podnikatelským prostředím ve své obci vyjádřilo celkem 67,88 % všech oslovených podnikatelů a ve skupině tzv. malých obcí to bylo 70,22 % .
- Téměř ve všech ukazatelích z našeho šetření, vyznívají výsledky ve prospěch malých obcí do 6 tis. obyvatel a to je skutečnost hodná k zamyšlení.

**DĚKUJI VÁM VŠEM ZA
POZORNOST!**

