

# OVlivňuje MOTIVACE K PODNIKÁNÍ VNÍMÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ? PŘÍPADOVÁ STUDIE Z MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE

DOES SELF-MOTIVATION TO START-UP BUSINESS AFFECT  
AN EVALUATION OF BUSINESS ENVIRONMENT? CASE STUDY  
FROM MORAVIAN-SILESIA REGION

**Jarmila Šebestová**

***Abstract:** The main goal of this paper is to compare and contrast relationship between self-motivation to start-up and evaluation of business environment in Moravian-Silesian region. There were used primary research data in comparison with socio economic indicators between districts of the region. Own analysis is divided into four steps, when causal based model is presented to describe differences between two main types of motivation – push and pull. New positive trends could be identified as a source of sustainability in the area of the connection between the motivation to start-up and business environment. Regional business environment represents the supportive infrastructure for entrepreneurship such as entrepreneurship-friendly laws and regulations in the area of establishing a business, the existence of supporting services for business founders as well as for established firms. Spatial analysis is needed to find deeper connections with the location of the company and their local business condition to evaluate regional business environment in Moravian-Silesian Region. The existence of regional entrepreneurship sub-environments is one theoretically plausible explanation for spatial variations in entrepreneurship activity within districts.*

***Keywords:** Motivation, Moravian-Silesian Region, Entrepreneurship environment, Small business.*

***JEL Classification:** L26, R11, C14.*

## Úvod

Podnikání samotné je vždy nerozlučně spjato s osobou podnikatele, s realizovanou podnikatelskou příležitostí, tvorbou hodnoty a finálně s inovacemi. Proces podnikání ovšem nejvíce determinuje podnikatel sám následujícími způsoby [18]: (a) osobní motivací, pramenící z touhy po úspěchu, ale ta nikdy sama nemůže zaručit úspěšné podnikání, pokud nejsou jasně stanovené cíle a dobře implementovaná strategie [16], která v sobě soustřeďuje snášení rizika a kontrolu provedené činnosti; (b) sociálním prostředím, jež může podporovat kariéru podnikatele, nebo ji naopak zcela brzdit. Zde je možno zařadit nalezení nových příležitosti pro podnikání, včetně vhodných zdrojů [24]; (c) vnějším podnikatelským prostředím, kdy na něj působí zejména kulturní a politické faktory, které ovšem mohou povzbudit a urychlit podnikatelské rozhodování [2]. Důvěra jedince ve vlastní podnikání tak finálně ovlivňuje nejen vnímání podnikatelského prostředí, ale také jeho podnikatelský úspěch [13],[22].

Cílem článku je vyvodit závěry z kauzální analýzy mezi motivačními faktory pro podnikání a vnímání podnikatelského prostředí pro rozvoj podnikatelských aktivit

v Moravskoslezském kraji na základě meziokresních rozdílů (LAU 1) z provedeného primárního šetření. Ojedinělost zpracování tématu lze spatřovat v propojení obou vlivů (prostředí a motivace), která se v publikovaných studiích nevyskytuje [14],[37]. Současně byl zvolen segment „zavedených podniků“, kterému je v literatuře věnována minimální pozornost, protože se především zabývá „novým“ podnikáním [3],[8], [9], [15].

## **1 Formulace problematiky**

### **1.1 Vztah podnikatelského prostředí a podnikatelské aktivity**

Podíváme-li se na základní definici podnikání, nacházíme v ní rozpor, co vlastně má podnikání přinášet. Za prvé, stojí tu statická definice o tvorbě něčeho nového [7] a protipól, který jednoznačně tvrdí, že podnikání má vést k inovacím a potom je i udržitelné [5]. Podnikání a inovace jsou z tohoto pohledu prezentovány jako stabilní a měřitelné proměnné, které ovlivňují udržitelnost podnikatelské společnosti. Ovšem známé Druckerově [5] definici předchází Schumpeter [25], který podotkl, že inovace, která bude nabízena na trh, jednoznačně posune ekonomickou rovnováhu na trhu, a to díky tomu, že podnikatel objevil novou příležitost a vytvořil novou hodnotu, podnikatel významně ovlivní další vývoj ve strategickém využívání zdrojů. Lze tedy souhlasit s tím, nerozvojové vlivy regionu jsou generovány podnikatelským sektorem [37]. Tvorba konkurenčních výhod a tím samotného rozvoje podnikání ve vybraném regionu je výsledkem spolupůsobení společenských, politických a tržních sil [26]. Jelikož v prezentovaných studiích je podnikatel definován zejména ve statickém pohledu, za nezměněných podmínek na trhu, často bez vykázaných nejistot v prostředí, proto byla vybrána oblast podnikání v malých a středních podnicích, kdy podnikatel splňuje oba pohledy z předchozích definic, a to tím, že (a) je v každodenním kontaktu se svými zákazníky a zastřešuje jak pozici odborníka, manažera a podnikatele, často v jedné osobě (očekává se dialog), (b) očekává se, že bude tvořit pro zákazníka stále něco nového (očekává se inovace). Prvotní motivace je motorem, který pohání podnikatele také k inovační činnosti.

#### **1.1.1 Motivační faktory podnikání**

Motivační faktory můžeme rozdělit dle metodiky výzkumné organizace GEM [14] na push a pull motivy podnikání. Dle Segala et al. [23] je můžeme charakterizovat takto: (a) *Push motivy* jsou vnímány jako negativní externí síly, které působí na motivaci k podnikání a do podnikání je podnikatel tlačěn negativními událostmi a nespokojeností s pracovištěm, rizikem nezaměstnanosti nebo nedostatkem růstových možností do podnikatelských aktivit. (b) *Pull motivy* lze charakterizovat jako motivy, kdy člověk podnikat chce, protože je vnitřně motivován, je přitahován existujícími atraktivními a úspěch slibujícími hospodářskými příležitostmi. Má svoji představu a svůj nápad, který má reálný základ.

Z tohoto faktu vyplývá, že někteří podnikatelé mají malou šanci uspět již na začátku [9], [13], [15]. Motivace zároveň ovlivňuje typ podnikání a plány na růst podniku[3].

#### **1.1.2 Hodnocení podnikatelského prostředí**

Metodika hodnocení podnikatelského prostředí je založena především na podnikatelských preferencích. Je využíváno multifaktorového hodnocení kvality podnikatelského prostředí (KPP), kde jsou soustředěny významné faktory, ovlivňující podnikání ve zkoumaném regionu [37]. Příkladem mohou být indexy Doing Business, hodnocení plnění Small Business Act. Alternativou této iniciativy je index Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) a jeho analogický sub-index REDI

(regionální verze). REDI zohledňuje regionální specifika a disparity [30]. Další možností je využití indexu kvality podnikatelského prostředí podle slovenské podnikatelské aliance, který je prováděn mezi majiteli podniků. Zahrnuje tři pilíře – makroekonomické ukazatele, vliv legislativy a vliv podniku [32]. Základem všech soustav je kombinace čtyř skupin indikátorů, které jsou převzaty z metodiky Evropské komise [6], kdy první skupinou indikátorů jsou indikátory vstupu, které tvoří základní zdroj pro následné hodnocení výstupu. Jsou především tvořeny finančními ukazateli. Na ně navazují indikátory výstupu, které hodnotí efektivnost přijatých opatření na úrovni kraje či okresu. S výstupy úzce souvisí indikátory výsledkové, které přináší informaci o přidané hodnotě provedených opatření. Celkový výstup je měřen indikátory dopadu, které mohou pomoci k rozvoji kraje (okresu) a větší růst konkurenceschopnosti malých a středních podniků [35]. Faktory jsou finálně rozděleny dle závažnosti (tab. 1).

**Tab. 1: Příklad faktorů podnikatelského prostředí**

Faktory podnikatelského prostředí		
Nejvýznamnější	Středně významné	Méně významné
Znalosti, blízkost trhů	Nemovitosti, infrastruktura	Přítomnost zahr. firem
Dostupnost, kvalita pracovních sil	Podpůrné služby, atraktivita území	Asistence veřejné správy

*Zdroj: [37]*

Využití soustav indikátorů a jimi zjištěné rozdíly (např. na místní úrovni) lze ekonomicky chápat jako součást ekonomické alokace zdrojů, kdy chceme maximalizovat podnikatelský výstup, což znamená kauzalitu mezi podmínkami pro podnikání, motivací a výsledkem [10], [37].

## 2 Metody

Ke zkoumání vlastní problematiky byly využity dva zdroje dat. Prvním z nich byla sekundární makroekonomická data o Moravskoslezském (MS) kraji a jeho okresech (LAU 1) v socioekonomické studii. Druhým zdrojem pro následnou kauzální analýzu bylo získávání primárních dat v podnikatelském sektoru pomocí dotazníkového šetření.

Teoretický základ pro tvorbu otázek do dotazníku byl převzat z přístupu Barneye [1] a jeho teorie o efektivní alokaci zdrojů a z modelu předvídavosti a pružnosti podniků od Slávika a Romanové [27]. Koncepce otázek dotazníku byla převzata z již provedeného výzkumu ke zkoumání chování podniků a jejich adaptability [21], [31]. První část dotazníku byla koncipována tak, aby u vybraných podniků odhalila důvody jejich vzniku, zdali motivačním faktorem pro vznik společnosti bylo poslání, vycházející ze stavovské cti, rodinné tradice nebo bude převládat přístup vydělat si více než v zaměstnání (tedy přístup sebezáchovný), anebo třetí způsob, expanzivní podnikání – založeno nápadem [36]. Z tohoto pohledu následná analýza dotazníku směřovala na propojenost podnikatelské aktivity a krystalizaci názoru na změny v podnikatelském prostředí, čímž se podpořila dle identifikace podnikatelských příležitostí v dynamickém prostředí, nazývaná také nalézání příležitostí (sensing). Díky tomu musí podnik finálně měnit svoji strategii a dynamiku svých zdrojů, aby mohl příležitost uchopit (opportunity seizing) [33].

Pro získání kvantitativních dat bylo využito písemné dotazování, spojené s předchozím telefonickým či osobním kontaktem. Nevýhodami tohoto šetření byla nutnost preference užití jednoduchých a uzavřených typů otázek. Z hlediska analýzy podnikání a evaluace

podnikatelského prostředí v Moravskoslezském kraji nebyly vybírány podniky mladší tři let, tj. bylo požadováno, aby vzorek tvořily podniky, které existovaly k datu 01.01.2011. Klasifikace stáří podniku vycházela z metodiky výzkumu Global Entrepreneurship Monitor (GEM), která považuje za zavedené podniky subjekty starší 42 měsíců [14].

Výzkum u vlastníků malých a středních podniků by proveden na celkovém vzorku 400 respondentů, kteří byli vybráni nahodile v rámci Moravskoslezského kraje. Návratnost dotazníku byla 53,8 %, což znamená 215 validních odpovědí. Konkrétně byla velikost minimálního požadovaného vzorku předem vypočítána na základě vzorce [20], kdy akceptovatelná míra chybovosti byla stanovena na 5% a minimální velikost vzorku měla být 153 respondentů. Celková vnitřní reliabilita dotazníku byla měřena pomocí ukazatele Cronbachovy  $\alpha$ , kdy měla hodnotu 0,845, při parciálních analýzách se pohybovala vnitřní reliabilita hodnoceného souboru dat kolem 0,79, což splňovalo podmínku pro další analýzu dat [19].

Pro modelování vztahů byly využívány základní statistické metody, zejména pro zkoumání závislostí jednotlivých faktorů mezi sebou k získání charakteristických rysů podniků v MS kraji (MSK). Mezi nejdůležitější patřil Cramerův kontingenční koeficient V, který představuje míru nejvhodnější asociace mezi dvěma nominálními proměnnými. Pro predikční interpretaci byla využita formulace, kterou nalezneme v práci Liebetraua [12], kde míra významnosti mezi 0,25 a 0,5, představuje faktor s kauzální vazbou a hodnota mezi 0,7 a 0,9 dává možnost predikovat chování faktoru v dalším období. Zkoumané podniky splňovaly kritéria velikosti a obratu dle požadavků EU pro klasifikaci malých a středních podniků (MSP). Výzkum byl realizován ve všech okresech MS kraje, přičemž procentuální zastoupení respondentů v jednotlivých okresech odpovídá procentnímu zastoupení ekonomicky aktivních subjektů v MS kraji (tab. 2). Podíváme-li se na vzorek z hlediska počtu zaměstnanců, nejčastěji zastoupenou kategorií je skupina podniků do devíti zaměstnanců, tedy ve velikosti mikropodniku, nejčastěji v okresech Bruntál (BR), Karviná (KA) a Nový Jičín (NJ; nejčastější forma je s.r.o.). Na druhém místě jsou podniky ve velikosti malé (10-49 zaměstnanců), kde skutečný počet zaměstnanců je blíže ke spodní hranici skupiny, jež se nachází nejčastěji v okresech Opava (OP), Karviná a Ostrava – město (OV). Střední velikost je zastoupena nejčastěji v okrese Frýdek-Místek (FM).

**Tab. 2: Rozložení vzorku podniků dle právní formy se srovnáním se statistickými údaji**

	BR	FM	KA	NJ	OP	OV	MSK*
Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ)	50,00 %	38,50 %	43,70 %	45,50 %	40,00 %	33,30 %	63,02 %
Společnost s ručením omezeným	33,30 %	53,80 %	39,10 %	45,50 %	46,60 %	47,80 %	17,73 %
Akciová společnost	16,70 %	7,70 %	14,10 %	4,50 %	6,70 %	15,90 %	1,69 %
Družstvo	0,00 %	0,00 %	1,50 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	1,51 %
Nezisková organizace	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,50 %	0,00 %	1,50 %	8,94 %
Státní podnik	0,00 %	0,00 %	1,60 %	0,00 %	0,00 %	1,50 %	0,01 %
Veřejná obchodní společnost/komanditní společnost	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	6,70 %	0,00 %	chybí*

*Zdroj: vlastní výzkum, [4]\*v rámci oficiální statistiky MSK spolu s právní formou s.r.o.*

V kraji převládají již zavedené podniky, ve věkové skupině 16-25 let, které tvoří 45,6 % vzorku. Zde převládá zastoupení okresu Ostrava-město (72,4 %), Frýdek-Místek (53,9 %), Bruntál 50 % a Karviná (39,1 %). Nejmladší podniky nalezneme v okrese Nový Jičín (45,4 %). Pozitivním faktorem je, že převládajícím stádiem, i přes uvedené stáří podniků, je růst v posledních třech letech (49,77 %), tuto skupinu doplňují podniky, které zažívají vrchol svého podnikání (15,81 %). Naproti tomu pokles zaznamenalo 31,63 % podniků, nejvíce v okresech Karviná (42,19 %) a Nový Jičín (36,36 %). Současnou situaci v kraji ovlivňuje obor podnikání, kde ve vzorku převládá obchod (36,28 %), který je dominantou pro okresy Frýdek-Místek (38,46 %) a Karvinou (42,19 %). Druhým sektorem je sektor služeb, který tvoří 33,95 % vzorku a je výrazně zastoupen v okresech Karviná (37,50%), Ostrava-město (37,68 %) a Nový Jičín (36,36 %). Shrneme-li demografii zkoumaných podniků, můžeme je dle zkoumaných charakteristik zařadit do dvou hlavních proudů, a to: (a) *Průmyslová výroba a obchod*, která je typická pro okresy Bruntál (66,67 %) a Opava (46,67 %), kde podniky jsou ve stádiu růstu (Opava 73,33 %, Bruntál 66 %) a zároveň jsou ve věku 10-20 let od založení (Bruntál 49 %, Opava 73,3 %), v celkovém obratu je převládající skupinou 10 – 100 mil. Kč (Bruntál 50 %, Opava 40 %). (b) *Obchod a služby*, které jsou typické pro zbytek okresů MS kraje (Karviná 79,69 %, Ostrava-město 72,46 %), kde nejdynamičtější částí oblasti je okres Nový Jičín s vysokým podílem podniků mladších 10 let (45,4 %) a zároveň s druhým největším podílem podniků v poklesu (36,36 %, Karviná 42,19 %).

### 3 Rozbor problému

Samotný problém vztahu motivace a současného podnikatelského prostředí má dvě roviny. První rovinou je současný socioekonomický profil kraje a jeho šesti okresů a druhou rovinou jsou výsledky samotného šetření.

#### 3.1 Socioekonomický profil MS kraje a jeho okresů

Pokud zaměříme naši pozornost na jednotlivé okresy v rámci Moravskoslezského kraje, potom lze simplexním srovnáním určit, že za sledované období existovaly citelné rozdíly. Ty můžeme rozdělit do několika úrovní. Za prvé, z tabulky 3 lze vysledovat, že největší úbytek obyvatelstva zaznamenal okres Karviná (KA) následovaný okresem Ostrava-město (OV). Záporné saldo je typické také pro okres Bruntál (BR). V případě okresů Nový Jičín (NJ) a Opava (OP) nedošlo v průběhu sledovaného období k zásadní změně počtu obyvatel. Naproti tomu okres Frýdek-Místek (FM) byl jediným, který v průběhu sledovaného období zaznamenal nárůst počtu obyvatel, což souvisí jednak s blízkostí atraktivního horského prostředí, jednak s příchodem velkého investora [35].

**Tab. 3: Vybrané socioekonomické ukazatele**

Vybrané ukazatele	MS kraj	BR	FM	KA	NJ	OP	OV
Počet obyvatel v tis. obyv.	1 215	94, 12	213, 06	254, 5	151,6	176,6	325, 03
Čistá migrace v tis. obyv.	-1,5	-0,3	0,2	-0,9	-0,06	-0,04	-0,379
<b>Podíl migrace na počtu obyvatel</b>	<b>-0,12%</b>	<b>-0,33%</b>	<b>0,10%</b>	<b>-0,36%</b>	<b>-0,04%</b>	<b>-0,03%</b>	<b>-0,12%</b>
Podíl nezaměstnaných osob v %	8,56	10,64	5,59	11,31	5,31	6,63	10,31
Počet ekonomických subjektů (PES)	250 260	19 660	44 056	40 756	30 783	38 242	76 763
PES na 1000 obyvatel	205,96	208,87	206,77	160,11	202,97	216,45	236,17
Vzniklé subjekty	8 294	585	1 496	1 404	870	1 127	2 812
Zaniklé subjekty	6 746	532	970	1 374	723	833	2 314
Čistý přírůstek	1 548	53	526	30	147	294	498
Čistý přírůstek PES v %	<b>18,66%</b>	<b>9,06%</b>	<b>35,16%</b>	<b>2,14%</b>	<b>16,90%</b>	<b>26,1%</b>	<b>17,7%</b>
Čistý přírůstek na obyvatele	<b>0,13%</b>	<b>0,06%</b>	<b>0,25%</b>	<b>0,01%</b>	<b>0,10%</b>	<b>0,17%</b>	<b>0,15%</b>

*Zdroj: [4], vlastní dopočty*

Za druhé, oblast, na kterou jsme zaměřili pozornost, je vývoj výkonnosti trhu práce. Mezi základní problémy regionální nezaměstnanosti patří nízká mobilita pracovních sil, kvalifikace uchazečů o zaměstnání, zejména těch dlouhodobě, jež neodpovídá požadavkům trhu práce, vysoký podíl uchazečů o zaměstnání s nižším vzděláním a v neposlední řadě to je kvalifikační struktura nabídky pracovních sil, jež neodpovídá poptávce po vytvářených pracovních místech. Částečnou odpověď na neuspokojivý vývoj fungování trhu práce může poskytnout ukazatel vývoje počtu nově zaregistrovaných ekonomických subjektů a těch zaniklých. Z rozborů je zřejmé, že počet nově vzniklých subjektů trvale klesá, zatímco počet zaniklých subjektů roste. Největší čistý nárůst zaznamenal Frýdek-Místek a Opava, které jsou nad průměrem kraje. To s sebou přináší pnutí na trhu práce, kdy poptávka po práci nevytváří odpovídající počet pracovních sil [34],[35].

### 3.2 Základní motivační faktory podnikatelů

V rámci dotazníku byly faktory rozděleny do dvou skupin (dle kap. 1.1.1) – push (ekonomická situace, vliv trhu práce) a pull motivy (seberealizace, pán svého času apod., tab. 4), kdy výsledky reprezentují celý vzorek. Respondenti měli pouze vybrat jednu možnost (tedy hlavní zdroj motivace) z nabídky, nebo dopsat svou myšlenku. Současně hodnotili spokojenost s podnikatelským prostředím ve svém okrese, kdy byla použita škála 1-5 (5-nejhorší, 1- nejlepší).

**Tab. 4: Vztah okresu a motivu podnikání a celkové spokojenosti**

Okres	Známka spokojenosti	Push Motiv (ekon.situace)	Pull motiv (Pán svého času, vyzkoušet něco nového, seberealizace)
Bruntál (3,5)	Bez odpovědi	33,30%	33,35%
	Známka 3,4	0,00%	33,35%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>33,30%</b>	<b>66,70%</b>
Frýdek-Místek (2,83)	Bez odpovědi	7,70%	17,95%
	Známka 1-3	23,05%	41,10%
	Známka 4-5	2,55%	7,65%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>33,30%</b>	<b>66,70%</b>
Karviná (3,29)	Bez odpovědi	11,10%	12,70%
	Známka 1-3	22,20%	27%
	Známka 4-5	11,10%	15,90%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>44,40%</b>	<b>55,60%</b>
Nový Jičín (3,22)	Bez odpovědi	4,50%	13,70%
	Známka 1-3	13,55%	50,25%
	Známka 4-5	4,50%	13,50%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>22,55%</b>	<b>77,45%</b>
Opava (2,58)	Bez odpovědi	13,40%	6,70%
	Známka 1-3	19,90%	46,75%
	Známka 4-5	0,00%	13,25%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>33,30%</b>	<b>66,70%</b>
Ostrava-město (2,94)	Bez odpovědi	14,70%	10,30%
	Známka 1-3	14,70%	45,60%
	Známka 4-5	4,50%	10,20%
	<b>Celkem za okres</b>	<b>33,90%</b>	<b>66,10%</b>

*Zdroj: vlastní šetření*

Při meziokresním srovnávání nejčastějším motivem k zahájení činnosti byl pocit seberealizace (27,90%), kromě okresu Nový Jičín, kde převládá faktor času a touha vyzkoušet něco nového (36,3%). V okresech Bruntál a Karviná mají zvýšený faktor „podnikání z nutnosti“ (push motiv), kde převládá faktor ekonomická situace a nedostatečné příležitosti na trhu práce (33,30%), což odráží propojenost se socioekonomickým profilem okresů v tab. 3. Spokojení podnikatelé využívali škálu v nižších stupních 1-3 a využili celou škálu (Ostrava, Frýdek-Místek), negativně naladěni podnikatelé (Karviná, Bruntál) využívali zejména hodnot od 3-5.

#### 4 Diskuze

Vztah motivace a hodnocení podnikatelského prostředí můžeme rozdělit do čtyř kroků. V prvním kroku jsme zjistili celkovou spokojenost podnikatelů dle okresů ve vztahu k jednotlivým prvkům motivace. Mezi nejspokojenější podnikatele patřili zejména ti, jež začali podnikat s cílem „pull“. Nejméně spokojeni jsou ti, co začali podnikat s motivem push. Současně vidíme odraz socio-ekonomické situace okresů v průměrné známce hodnocení spokojenosti (bez započítání hodnot bez odpovědi), kdy nejhůře Bruntál (3,5), Karviná (3,29), následované Novým Jičínem (3,22).

Ve druhém kroku zjistíme, který faktor motivace je nejvíce citlivý na vybraný faktor podnikatelského prostředí (tab. 5).

**Tab. 5: Vztah okresu a motivu podnikání**

Motivace obecně		Zdroj motivace	
Faktor	Cramer V	Sig.	Faktor (Cramer V; Sig.)
Celková spokojenost	0,273	0,005 <sup>a</sup>	Touha vyzkoušet něco nového (0,532;0,035 <sup>a</sup> )
<b>Nejvíce podporující faktory</b>			
Dostatek pracovních sil	0,264	0,015 <sup>a</sup>	Seberealizace (0,536;0,236)
Spolupráce s klastry	0,288	0,001 <sup>a</sup>	Být pánem svého času (0,473;0,013 <sup>a</sup> )
			Nedostatečné příležitosti na trhu práce (0,821;0,017 <sup>a</sup> )
Dostatek zákazníků	0,274	0,005 <sup>a</sup>	Ekonomická situace (0,463;0,283)
Prostory k podnikání	0,287	0,001 <sup>a</sup>	Seberealizace (0,435;0,000 <sup>a</sup> )
Dodavatelé	0,251	0,054 <sup>b</sup>	Nedostatečné příležitosti na trhu práce (0,861;0,100 <sup>b</sup> )
Podpora exportu	0,252	0,065 <sup>b</sup>	Nespokojenost v zaměstnání (0,655;0,015 <sup>a</sup> )
			Nedostatečné příležitosti na trhu práce (0,799;0,085 <sup>b</sup> )
Dostupné bydlení pro zaměstnance	0,217	0,461	Ekonomická situace (0,565;0,023 <sup>a</sup> )
<b>Nejvíce ovlivňující faktory</b>			
Lokalizace regionu	0,218	0,457	Nespokojenost v zaměstnání (0,522;0,100 <sup>b</sup> )
Pozůstatky předchozí průmyslové činnosti	0,208	0,635	Být pánem svého času (0,553;0,000 <sup>a</sup> )
Legislativa	0,214	0,528	Seberealizace (0,337;0,074 <sup>b</sup> )
Podpora podnikání na úrovni obce	0,217	0,463	Ekonomická situace (0,516;0,092 <sup>b</sup> )

*Zdroj: vlastní šetření. Statistická významnost standardně na hladině významnosti  $\alpha = 0,05$ , v případě (b) je hladina významnosti  $\alpha = 0,1$ .*

Zde si můžeme všimnout toho, že některé faktory nejsou statisticky významné na úrovni motivace obecně, ale na úrovni jednotlivých faktorů (lokalizace při nespokojenosti v zaměstnání pozůstatky průmyslové činnosti, podpora obce). Neprojevila se závislost na tradicích, což se projevuje i ve studiích [11], [37].

Srovnáme-li ve třetím kroku (tab. 6) výsledky s rozdělením podle místa podnikání, zjistíme souvislost a závislost na socioekonomickém profilu daného okresu, kdy největší závislost místa a spokojenosti najdeme v okrese Ostrava, totéž u spolupráce s klastry. Podporu podnikání na úrovni obce očekává nejvíce podnikatelů v okrese Nový Jičín.



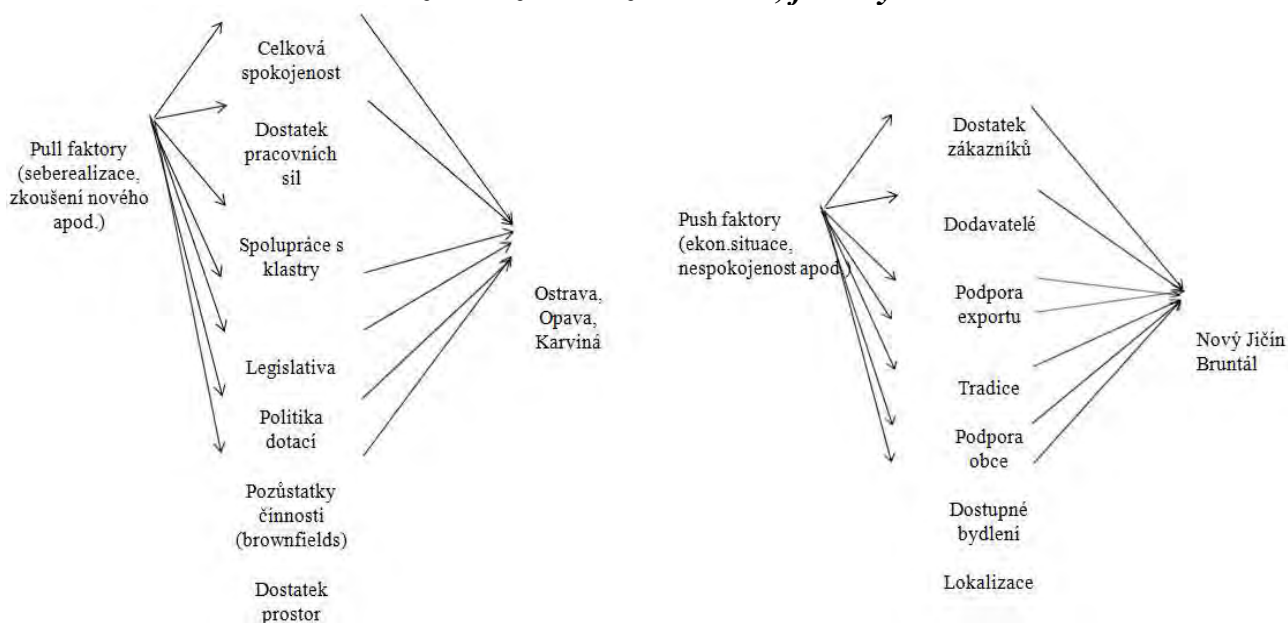
**Tab. 6: Vztah okresu a faktorů podnikatelského prostředí**

Faktor	Místo podnikání		
	Cramer V	Sig.	Okres (Cramer V; Sig.)
<b>Celková spokojenost</b>	<b>0,160</b>	<b>0,337</b>	<b>OV (0,397;0,022<sup>a</sup>)</b>
<b>Nejvíce podporující faktory</b>			
Dostatek pracovních sil	0,177	0,118	KA (0,351;0,130)
Spolupráce s klastry	0,184	0,067 <sup>b</sup>	OV (0,383;0,049 <sup>a</sup> )
			OP (0,707;0,071 <sup>b</sup> )
			OV (0,397;0,022 <sup>a</sup> )
Prostory k podnikání	0,212	0,003 <sup>a</sup>	KA (0,401;0,011 <sup>a</sup> )
			FM (0,523;0,037 <sup>a</sup> )
Dodavatelé	0,144	0,611	NJ (0,652;0,040 <sup>a</sup> )
Podpora exportu	0,137	0,73	NJ (0,675;0,012 <sup>a</sup> )
Šířka výběrových řízení	0,188	0,048 <sup>a</sup>	NJ (0,576;0,238)
<b>Nejvíce ovlivňující faktory</b>			
Lokalizace regionu	0,189	0,043 <sup>a</sup>	NJ (0,553;0,310)
Státní/regionální politika dotací	0,185	0,062 <sup>b</sup>	NJ (0,611;0,1 <sup>b</sup> )
Pozůstatky předchozí průmyslové činnosti	0,194	0,026 <sup>a</sup>	BR (0,816;0,261)
Legislativa	0,169	0,203	KA (0,354;0,117)
Podpora podnikání na úrovni obce	0,138	0,718	NJ (0,698;0,010 <sup>a</sup> )

Zdroj: vlastní šetření. Statistická významnost standardně na hladině významnosti  $\alpha = 0,05$ , v případě (b) je hladina významnosti  $\alpha = 0,1$ .

Ve čtvrtém kroku jsme schopni identifikovat kauzální vztah mezi motivem a hodnocením faktorů podnikatelského prostředí, kdy jsme schopni propojit poznatky dílčích analýz a dostat se na úroveň okresů (obr. 2). Z tohoto rozboru vyplynulo, že pull motivy budou hrát významnou roli při podnikatelské činnosti v okresech Ostrava, Opava a Karviná, v závislosti na vybraných ukazatelích kvality podnikatelského prostředí. V dalších okresech, tj. Nový Jičín a Bruntál se více projevil vliv push faktorů a spoléhání se na podporu z veřejného sektoru.

**Obr. 2: Kauzální vztah mezi motivem, faktory a okresem**



Zdroj: vlastní šetření

Okres Frýdek-Místek výrazně nezasáhl do výsledků studie (faktory zde nebyly statisticky významné), což může být limitem této studie, odvíjející se od struktury získaného vzorku. Tento rozbor může posloužit k nastavení místní metriky spokojenosti podnikatelů s prací veřejné správy a rovněž k nastavení zájmových oblastí pro další zkoumání (vliv nedostatku prostor na rozvoj podniků nebo problémy trhu práce).

## **Závěr**

V této kauzální analýze vlivu motivace k podnikání a evaluaci podnikatelského prostředí se projevil fakt, že negativní vliv socioekonomických podmínek v okresech regionu ovlivňuje motivaci a lokální růst zavedené podnikatelské komunity. Region tedy hraje roli při provozování činnosti podniku, nehraje však roli při jeho založení, což odpovídá výsledkům předchozích studií [8],[15],[17],[29]. Je tedy nutné zkoumat lokální příčiny problémů, provázat spolupráci podnikatelských subjektů s místní komunitou, aby malé a střední podnikání bylo nejen páteří co do počtu podnikatelských subjektů, ale co do počtu aktivních ovlivňovatelů a zlepšovatelů regionálních podmínek podnikání.

## **Poděkování**

Tento článek byl zpracován s podporou výzkumného projektu: „Udržitelné podnikání a jeho podpora v kontextu očekávaného socioekonomického vývoje Moravskoslezského (MS) kraje“ v rámci programu podpory vědy a výzkumu v Moravskoslezském kraji 2014, RRC/07/2014, reg. číslo projektu 14/2014.

## **Reference**

- [1] BARNEY, J. B. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1997. ISBN 0-20-151285-8.
- [2] BAUMOL, W. J., 1990. Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. In *Journal of Political Economy*, 1990, roč. 98, č. 5, s. 893–921. ISSN 0022-3808.
- [3] CASSAR, G. Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth. In *Journal of Business Venturing*, 2006, roč. 21, č. 5, s. 610–632. ISSN 0883-9026.
- [4] Český statistický úřad. *Statistický bulletin - Moravskoslezský kraj - 1. až 2. čtvrtletí 2015*. [cit. 2015-11-25]. Dostupné na WWW: <<https://www.czso.cz/csu/czso/c-meziokresni-srovnani-vybranych-ukazatelu-fadvjpew1h>>.
- [5] DRUCKER, P. F. *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row, 1995. ISBN 978-088-7306-181.
- [6] European Commission. *Entrepreneurship determinants: culture and capabilities*. Luxembourg: Publications Office, 2012. ISBN 978-92-79-25308-9.
- [7] GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. In *Academy of Management Review*, 1985, roč. 10, č.4, s. 696-706. ISSN 0363-7425.
- [8] GNYAWALI, D. R., FOGEL, D. S. Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. In *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1994, roč. 18, č. 2, s. 43-62. ISSN 1540-6520.

- [9] HAYWARD, M., SHEPHERD, D., GRIFFIN, D. A Hubris Theory of Entrepreneurship. In *Management Science*, 2006, roč. 52, č. 2, s. 160–172. ISSN 0025-1909.
- [10] HUČKA M., KUTSCHERAUER, A., TOMÁNEK, P. Metodologická východiska zkoumání regionálních disparit. In *Regionální disparity. Working papers*, 2008, roč. 1, č. 2, s. 5-32. ISSN 1802-9450.
- [11] KIM, P., ALDRICH, H., KEISTER, L. Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. In *Small Business Economics*, 2006, roč. 27, č. 1, s. 5–22. ISSN 0921-898X.
- [12] LIEBETRAU, A. M. *Measures of association. (Quantitative Applications in the Social Sciences Series)* Newbury Park: Sage Publications, 1983. ISBN 0-8039-1974-3.
- [13] LUKEŠ, M., ZOUHAR, J. No experience? No problem – it's all about yourself: Factors influencing nascent entrepreneurship outcomes. In *Ekonomický časopis*, 2013, roč. 61, č. 9, s. 934-950. ISSN 0013-3035.
- [14] LUKEŠ, M., M. JAKL. *Podnikání v České republice: Podnikatelské postoje, aktivita a aspirace, podmínky pro podnikání*. Praha: Oeconomica, 2012, 133 s. ISBN 978-80-245-1884-8
- [15] LUKEŠ, M., ZOUHAR, J., JAKL, M., OČKO, P. Faktory ovlivňující vstup do podnikání: začínající podnikatelé v České republice. In *Politická Ekonomie*, 2013, č. 2, s. 229-247. ISSN 0032-3233.
- [16] McCLELLAND, D. C. *The achieving society*. London: Collier-Macmillan, 1967. ISBN 978-002-9205-105.
- [17] MOKRY, B. W. *Entrepreneurship and public policy: can government stimulate business startups?* New York: Quorum Books, 1988. 155 p. ISBN 0-89930-239-4.
- [18] NIJKAMP, P., 2003. Entrepreneurship in a modern network economy. In *Regional Studies*, 2003, roč. 37, č. 4, s. 395–405. ISSN 0034-3404.
- [19] NUNNALLY, J. C. *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill, 1978. 752 p.
- [20] OLARU, M., DINU, V., STOLERIU, G., et al. Responsible Commercial Activity of SMEs and Specific Values of Sustainable Development in Terms of the European Excellence Model. In *Amfiteatru Economic*, 2010, roč. 12, č. 27, s. 10-26. ISSN 1582-9146.
- [21] PAWLICZEK, A., RYLKOVÁ, Ž., ŠEBESTOVÁ, J., et al. *Adaptabilita podnikání v reakci na turbulentní politicko-ekonomické prostředí a technologický pokrok v kontextu udržitelného rozvoje. Výzkumná zpráva katedry managementu a podnikání*. Karviná: SU OPF, 2011.
- [22] RAUCH, A., FRESE, M. Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation and success. In *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 2007, č. 16, s. 353–385. ISSN 1464-0643.
- [23] SEGAL, G., BORGIA, D. SCHOENFELD, J. The motivation to become an entrepreneur. In *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 2005, roč. 11, č. 1, s. 42-57. ISSN 1355-2554.

- [24] SHAPERO, A. The entrepreneurial event. In Kent, C. A. The Environment for entrepreneurship. Lexington: Lexington Books, 1984. ISBN 0669075078. p. 21-40.
- [25] SCHUMPETER, J. A. Capitalism, socialism and democracy. 5th ed. London, 1976. 437 s. ISBN 04-151-0762-8.
- [26] SKOKAN, K. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. Ostrava: Repronis, 2004, 159 s. ISBN 80-7329-059-6.
- [27] SLÁVIK, Š., ROMANOVÁ, A. Predvídavosť a pružnosť podnikov. Výsledky prieskumu”, In: *Nové trendy v podnikovom managemente*. Košice: PHF EU Bratislava, 2005. ISBN 80-969181-3-3.
- [28] STEYAERT, C., 2007. Entrepreneurship as a Conceptual Attractor? A Review of Process Theories in 20 Years of Entrepreneurship Studies. In *Entrepreneurship & Regional Development*, 2007, roč. 19, č. 11, s. 453-477. ISSN 0898-5626.
- [29] SWANSON, D., WEBSTER, L. Private sector manufacturing in Czech and Slovak Federal Republic : a survey of firms. Industry and Energy Department working paper. Industry series paper ; no. 68. Washington, DC: World Bank, 1992. [cit. 2015-12-05]. Dostupné na WWW: <<http://documents.worldbank.org/curated/en/1992/12/699483/private-sector-manufacturing-czech-slovak-federal-republic-survey-firms>>.
- [30] SZERB, L., ACS, Z., AUTIO, E., et al. *REDI, the regional entrepreneurship and development index*. Luxembourg: Publications Office, 2013. ISBN 978-92-79-37334-3.
- [31] ŠEBESTOVÁ, J. *Analýza faktorů ovlivňujících rozvoj malého a středního podnikání v Moravskoslezském kraji*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě, 2007. 143 s. ISBN 978-807-2484-270.
- [32] ŠÚBERTOVÁ, E. KINČÁKOVÁ, M. *Podpora podnikania pre malé a stredné podniky*. Bratislava: Vydavateľstvo Ekonóm, 2014. 158 s. ISBN 978-80-225-3967-8.
- [33] TEECE, D. J. *Dynamic capabilities and strategic management: organizing for innovation and growth*. New York: Oxford University Press, 2009. 286 p. ISBN 01-995-4512-X.
- [34] TVRDOŇ, M. Moravskoslezský kraj z pohledu makroekonomických ukazatelů. In Klímová, V., Žitek, V. (eds.) *18th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masarykova univerzita, 2015. pp. 72-80. ISBN 978-80-210-7861-1.
- [35] TVRDOŇ, M., ŠEBESTOVÁ, J., KLEPEK, M. et al. *Vliv podnikatelského prostředí na udržitelnost podnikání: Příklad Moravskoslezského kraje. Závěrečná zpráva*. Karviná: IIV, SU OPF, 2015.
- [36] VEBER, J., SRPOVÁ, J., et al. *Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [37] VITURKA, M. *Kvalita podnikatelského prostředí, regionální konkurenceschopnost a strategie regionálního rozvoje České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 227 s. ISBN 978-80-247-3638-9.

**Kontaktní adresa****Ing. Jarmila Šebestová, Ph.D.**

Slezská Univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná, Česká republika

E-mail: sebestova@opf.slu.cz

Tel. číslo:+420 596 398 643

Received: 01. 01. 2016

Reviewed: 01. 02. 2016, 24. 03. 2016

Approved for publication: 28. 11. 2016