

SLOVENSKÁ POĽNOHOSPODÁRSKA UNIVERZITA
V NITRE
FAKULTA EURÓPSKÝCH ŠTÚDIÍ A REGIONÁLNEHO
ROZVOJA

ZALOŽENIE PODNIKATELSKÉHO SUBJEKTU A VYUŽITIE
JEHO ROZVOJOVÉHO POTENCIÁLU VO VYBRANOM
REGIÓNE SR

(Diplomová práca)

Študijný program: Regionálny rozvoj
Študijný odbor: 6218800 Verejná správa a regionálny rozvoj
Školiace pracovisko: Katedra európskych politík
Školiteľ: Ing. Ivan Takáč, PhD.

Nitra 2011

Bc. Lukáš Miček

Čestné vyhlásenie

Podpísaný Bc. Lukáš Miček vyhlasujem, že som záverečnú prácu na tému „Založenie podnikateľského subjektu a využitie jeho rozvojového potenciálu vo vybranom regióne SR“ vypracoval samostatne s použitím uvedenej literatúry.

Som si vedomý zákonných dôsledkov v prípade, ak uvedené údaje nie sú pravdivé.

V Nitre, 29. apríla 2011

Bc. Lukáš Miček

Pod'akovanie

Touto cestou vyslovujem pod'akovanie pánovi Ing. Ivanovi Takáčovi, PhD. za pomoc, odborné vedenie, cenné rady a pripomienky pri vypracovaní tejto diplomovej práce.

ABSTRAKT

Rozvoj regiónov a ich ekonomický rast je bez zakladania nových podnikateľských subjektov a príchodu nových investorov do regiónu takmer nemožný. V dnešnej dobe nadobúda cestovný ruch čoraz väčší ekonomický a sociálny význam a preto sa stáva predmetom činností veľkého množstva nových podnikateľských subjektov, ktorí vstupujú na trh. Hlavným cieľom diplomovej práce je zozbierať informácie o vybranom regióne, založiť v ňom podnikateľský subjekt a zhodnotiť jeho vplyv na región. Postupným dosahovaním stanovených parciálnych cieľov práce bol zanalyzovaný myjavský región, v ňom založený podnikateľský subjekt v oblasti cestovného ruchu, poskytovania rekreácie hlavne pre deti a rôznych iných spoločenských podujatí pre firmy. Poslednú časť práce tvorí vzťah regiónu so založeným subjektom a jeho prínos pre myjavský región. V závere práce sú na základe spracovaných údajov o myjavskom regióne a vyhodnotením vlastných výsledkov práce vyjadrené návrhy a odporúčania pre zlepšenie rozvoja regiónu prostredníctvom zakladania nových podnikov.

Kľúčové slová: podnikateľský subjekt, región, rozvoj, cestovný ruch

ABSTRACT

The development of regions and their economic growth is almost impossible without the creation of new businesses and new investors coming into the region. Nowadays tourism gains increasing economic and social importance and has therefore become subject to operations of a large number of new businesses entering the market. The main objective of this thesis is to collect information about the selected region, to establish it in a business entity and assess its impact on the region. The Myjava region was analyzed by gradual achievement of set targets partial thesis' objectives wherein established a business entity in the field of tourism, especially the provision of recreation for children and various other events for the company. The last part is the relationship with region-based operator and its contribution to the Myjava region. The conclusion is based on analysis of the region and processed data evaluated the impact of business creation for the selected Myjava region.

Keywords: business entity, region, development, tourism

ZOZNAM ILUSTRÁCIÍ

Obrázok 1: Myjavský región	34
Obrázok 2: Štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne	36
Obrázok 3: Vzdelanostná štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne	37
Obrázok 4: Štruktúra hospodárstva v okrese Myjava	38
Obrázok 5: Počet základných škôl	45
Obrázok 6: Počet žiakov základných škôl	45
Obrázok 7: Preferencia mesiacov na pobyt v škole v prírode	46
Obrázok 8: Miera nezamestnanosti v myjavskom regióne	60

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1: Vývoj počtu uchádzačov o zamestnanie a miera nezamestnanosti v okrese Myjava	38
Tabuľka 2: Splátkový kalendár	55
Tabuľka 3: Plánované náklady na prvý rok pôsobenia spoločnosti	55
Tabuľka 4: Plánované výnosy za prvý rok pôsobenia spoločnosti.....	56
Tabuľka 5: Výpočet sumy daní z ubytovania	58

OBSAH

Úvod	9
1 Prehľad riešenej problematiky doma i v zahraničí	11
1.1 Podnik, podnikanie, podnikateľská činnosť	11
1.2 Funkcie a ciele podniku.....	15
1.3 Podnikateľské riziko, kríza, konkurencieschopnosť	16
1.4 Podnikateľské okolie	19
1.5 Plánovanie, podnikateľský plán	21
1.6 Zdroje financovania podniku, finančná analýza	24
1.7 Región	25
1.8 Podnik a jeho vplyv na rozvoj regiónu.....	26
2 Cieľ práce	30
3 Metodika práce	31
4 Vlastná práca.....	33
4.1 Charakteristika myjavského regiónu	33
4.1.1 Základná charakteristika.....	33
4.1.2 Dostupnosť	33
4.1.3 Vymedzenie riešeného územia	34
4.1.3.1 Obec Myjava.....	34
4.1.3.2 Obec Stará Myjava.....	35
4.1.4 Obyvateľstvo a jeho štruktúra v regióne.....	36
4.1.5 Úroveň vzdelania.....	37
4.1.6 Nezamestnanosť	37
4.1.7 Hospodárstvo	38
4.1.8 Cestovný ruch.....	39
4.1.9 Vybavenosť regiónu	40
4.1.9.1 Technická infraštruktúra	40
4.1.9.2 Sociálna štruktúra	40
4.1.10 SWOT analýza regiónu.....	41
4.1.10.1 Silné stránky	41
4.1.10.2 Slabé stránky.....	42
4.1.10.3 Príležitosti	42
4.1.10.4 Ohrozenia.....	42
4.2 Charakteristika spoločnosti	43
4.2.1 Plánovaný predmet podnikania.....	43

4.2.2	Miesto podnikania	43
4.2.3	Identifikácia trhovej príležitosti.....	44
4.2.4	SWOT analýza spoločnosti.....	47
4.2.4.1	Silné stránky	47
4.2.4.2	Slabé stránky.....	48
4.2.4.3	Príležitosti	48
4.2.4.4	Ohrozenia.....	48
4.2.5	Ciele a stratégie spoločnosti	48
4.2.6	Marketingový mix	49
4.2.6.1	Výrobok (služba)	49
4.2.6.2	Cena	51
4.2.6.3	Propagácia.....	51
4.2.6.4	Distribúcia.....	51
4.2.7	Konkurencia.....	52
4.2.8	Návrh organizačnej štruktúry	53
4.2.9	Finančný plán	54
4.3	Využitie rozvojového potenciálu spoločnosti v danom regióne	57
4.3.1	Prísun finančných prostriedkov do rozpočtu obce.....	57
4.3.2	Zvýšenie povedomia o regióne	58
4.3.3	Zvýšenie cestovného ruchu v regióne.....	59
4.3.4	Zamestnanosť	59
4.3.5	Spolupráca s obcou	60
5	Záver	61
6	Prehľad použitej literatúry	63
7	Prílohy	66

ÚVOD

Región a jeho hlavné obce odjakživa plnia pre svoje zázemie dôležitú úlohu. Poskytujú mu rôzne služby a plnia funkcie, na ktorých je obyvateľstvo zázemia závislé. Región poskytuje sociálne zabezpečenie, dopravu, rôzne technické služby, vytvára podmienky pre príchod nových investorov alebo vznik malých a stredných podnikateľov a vytvára obyvateľom možnosť kultúrneho a športového vyžitia.

Región z pohľadu cestovného ruchu je pre svoje zázemie veľmi dôležitý, pretože vytvára dobré prírodné, kultúrne a spoločenské podmienky na realizáciu zložiek cestovného ruchu ako sú ubytovacie, stravovacie, turistické a iné doplnkové služby, ktoré výrazne vplyvajú na rozvoj daného regiónu.

Cestovný ruch ako jedno z prierezových odvetví hospodárstva predstavuje dôležitú súčasť spoločensko-ekonomického života a považujeme ho za dôležitý faktor ekonomického a sociálneho rozvoja regiónov, ktorý ovplyvňuje tvorbu nových pracovných príležitostí, stimuluje rozvoj technickej a sociálnej infraštruktúry, zlepšuje starostlivosť o životné prostredie a občiansku vybavenosť, je zdrojom príjmov obcí a regiónu. V rámci služieb, ktoré ako celok vykazujú vysokú dynamiku, sa radí cestovný ruch k rýchle rastúcim. Cestovný ruch je jav veľmi citlivý na imidž krajiny a regiónu a sám ho napomáha veľmi účinne, nenásilne a efektívne vytvárať. Napriek tomu, že časť cestovného ruchu sa realizuje na území chránenom v citlivom prírodnom prostredí, jeho vplyv na prírodné prostredie je výrazne menej zaťažujúci ako vplyv priemyselných odvetví. Naopak má silný záujem na zachovaní nenarušeného životného prostredia a pôvodných hodnôt krajiny - prírodných aj vytvorených.

Malé a stredné podnikanie plní významnú úlohu vo všetkých krajinách s trhovou ekonomikou. Jeho dynamický rozvoj je jedným zo základných predpokladov zdravého ekonomického vývoja. Malé a stredné podniky svojou vysokou prispôsobivosťou a kreativitou dokážu pohotovo vyhovieť najnovším trendom v dopyte a uspokojovať požiadavky a očakávania i tých najnáročnejších zákazníkov. Nemenej významnú úlohu zohrávajú malé a stredné podniky aj v oblasti tvorby nových pracovných miest a svojou zdravou rozvíjatosťou pozitívne ovplyvňujú vývoj zamestnanosti.

Vo vzťahu k trhu vzniká výhoda malých podnikov v podobe bezprostredného kontaktu so svojimi zákazníkmi. Trhy a spotrebitelia si vyžadujú častú zmenu výrobkov. Veľké podniky potrebujú stabilné trhy, aby mohli priebežne optimalizovať

podmienky výroby. Malý pružný podnik sa všeobecne dokáže rýchlejšie prispôbiť daným zmenám. Hlavné znaky malej firmy sú, že má nezávislého vlastníka, je nezávisle riadená a nedominuje v danom druhu činnosti.

Vplyv nových podnikov na ekonomický rozvoj regiónov je často veľmi zložitý. Keď nové podniky vstúpia do určitého regiónu na trh, tak môžu mať pozitívne aj negatívne účinky na hospodársku výkonnosť trhu. Pozitívne účinky alebo bezprostredný účinok sa týka hlavne vytvoreniu nových pracovných miest pre obyvateľov regiónu a prísunom finančných prostriedkov do regiónu, domácnostiam, ktorým dali prácu, zlepšením infraštruktúry a poskytovaním služieb v regióne. Negatívne účinky nastanú príchodom veľkej firmy ktorá svojou politikou vytlačí z trhu množstvo malých podnikov, ktoré jej nedokážu konkurovať a nastane v regióne monopol. Ďalšie nepriaznivé účinky príchodom nových firiem vznikajú na životnom prostredí a kvalite ovzdušia.

V dnešnej dobe je veľmi dôležitý vzťah regiónov a miest, ktoré sa v nich nachádzajú s podnikateľskými subjektmi nakoľko vo veľkej miere ovplyvňujú rozvoj regiónov, ktorých pôsobia. Preto hlavným cieľom práce bolo spracovať vybraný región a poukázať ako bude vplývať nový podnikateľský subjekt na región, v ktorom bude založený.

1 PREHĽAD RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA I V ZAHRANIČÍ

Ekonomický systém všetkých spoločností sa musí vysporiadať s viacerými ekonomickými otázkami. V ich jadre stojí triáda základných ekonomických problémov, ktoré sú navzájom prepojené.

Sú to vlastne odpovede na otázky:

- Čo vyrábať a v akých množstvách?
- Ako a s akou technikou a technológiou sa bude výroba realizovať?
- Pre koho vyrábať a ako sa má rozdeliť výsledok výroby?

Súčasný typ organizácie ekonomiky predstavuje trhovú ekonomiku, ktorá sa opiera o princípy slobodného podnikania a voľnej súťaže. Funguje prostredníctvom trhového mechanizmu, t.j. procesu, v ktorom vstupuje do vzájomného vzťahu ponuka a dopyt a výsledkom je trhovú cenu. Existujú v nej samostatné trhové subjekty, ktoré slobodne podnikajú v podmienkach slobodnej trhovej súťaže.

1.1 Podnik, podnikanie, podnikateľská činnosť

Existuje mnoho definícií podnikania od autorov, ktorí sa zaoberajú touto problematikou. Každá definícia zdôrazňuje iný aspekt podnikania, avšak ani jeden z týchto aspektov nie je menejcenný a preto si treba uvedomiť potrebu konfrontácie názorov viacerých autorov.

Kupkovič, M. a kol. (2001) konštatuje, že podnik v trhovej ekonomike je základným subjektom podnikania, so svojimi znakmi a vlastnosťami. Podnik a jeho podnikateľská aktivita je orientovaná cieľovo — ciele podniku tvoria východiskovú základňu podnikateľskej stratégie. Existencia podniku je časovo ohraničená životným cyklom podniku, ktorý sa začína jeho zakladaním a končí sa zánikom podniku.

Objektívne predpoklady podnikania sú vytvárané najmä trhovou ekonomikou, ktorá by mala stimulovať podnikanie tým, že umožní využiť ekonomické príležitosti všetkým tým, ktorí chcú v uvedenom odbore podnikáť. Zároveň poskytuje právne záruky všetkým vlastníkom a vytvára pre podnikateľov stabilné podnikateľské prostredie. K subjektívnym predpokladom podnikania patria najmä individuálne vlastnosti podnikateľa. Črty, ktoré by mal mať každý podnikateľ:

- byť iniciatívny a nezávislý,
- schopnosť podstupovať riziká,
- mať optimistický pohľad do budúcnosti,
- potreba presadiť sa,
- mať prirodzenú autoritu a prevahu,
- mať pozitívnu predstavu o sebe,
- stanovovať si náročné ciele a mať snahu ich realizovať.

Marková, V. - Longauerová, A. - Šulajová, L (1992) definujú podnik ako plánovitú hospodársku jednotku, ktorá vyrába vecné výrobky alebo poskytuje služby, resp. ako systém materiálno-technických a sociálno-ekonomických podmienok uskutočňovania účelnej činností kolektívu ľudí spojených spoločnými cieľmi.

Obchodný zákonník v zákone č.513/1991 Zb. vymedzuje podnik nasledovne: podnikom sa pre účely tohto zákona rozumie súbor hmotných ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. K podniku patria veci, práva a iné majetkové hodnoty, ktoré patria podnikateľovi a slúžia k prevádzkovaniu podniku, alebo k svojej povahe majú tomuto účelu slúžiť.

Gozora, V. (1996) charakterizuje podnik ako formu podnikateľskej činnosti, v rámci ktorej dochádza k cieľavedomému spájaniu hmotných, finančných a ľudských zdrojov v jednej výrobnno-organizačnej jednotke s uzatvoreným obratom hodnoty a cieľom produkovať úžitkové hodnoty pre potreby trhu a pre vlastné uspokojenie potrieb. Tento autor ďalej vymedzuje charakteristické znaky podniku, ktorými sú:

- právna subjektivita,
- majetková samostatnosť,
- majetková zodpovednosť,
- ekonomická samostatnosť,
- zápis do registra,
- organizačná celistvosť,
- jednotne vedené účtovníctvo.

Kudláč, V. (1998) tvrdí, že podnik v podmienkach sociálne orientovaného trhového hospodárstva má tieto hlavné úlohy:

- podnik musí vyrábať také výrobky a poskytovať také služby, ktoré odberatelia potrebujú,
- podnik musí za odpredané výrobky (služby) získať viac peňažných prostriedkov, než spotreboval na ich výrobu, čiže musí dosahovať zisk,
- podnik musí dosahovať rýchlu obrátku uloženého majetku,
- podnik si musí zabezpečiť svoj rozvoj a perspektívu.

Gozora, V. (1996) vytyčuje pri výbere vhodnej právnej formy nasledujúce kritéria:

1. veľkosť manažmentu podniku
2. financovanie
3. ručenie a riziko
4. daňové zaťaženie
5. možnosť získania úverov
6. trvalá existencia podniku

Právne normy podnikania v SR v súlade s platnými zákonmi sú nasledovné:

A. podniky jedného majiteľa:

1. podnikanie na základe živnostenského oprávnenia
2. podnikanie na základe iného ako živnostenského oprávnenia
3. podnikanie v oblasti poľnohospodárskej výroby podľa osobitých predpisov

B. obchodné spoločnosti:

1. personálne spoločnosti (verejná obchodná spoločnosť, komanditná spoločnosť)
2. kapitálové spoločnosti (spoločnosť s ručením obmedzeným, akciová spoločnosť)

A. družstvá

B. združenia

Podľa **Čunderlíka, D. (1996)** je podnik hospodársky subjekt, v ktorom sa uskutočňuje hospodárska činnosť na základe kombinácie výrobných faktorov (práce, pracovných prostriedkov, pracovných predmetov) za účelom uspokojenia potrieb. Hospodárska činnosť sa môže dotýkať tak hmotných výrobkov (podniky výrobné) ako aj nehmotných výkonov (podniky služieb). Vrcholovým cieľom podnikov je dlhodobý rast zisku (a rentability). S týmto súvisí súčasne ďalší existenčný cieľ, a to trvalé zabezpečenie likvidity, t.j. platobnej schopnosti.

Jassinger, A. (1995) hovorí, že podľa moderných teórií podnikania je podnikateľskou činnosťou každá ľudská aktivita, ktorá sa orientuje na:

- dosiahnutie rovnovážneho stavu ekonomiky, t.j. stavu, keď výrobné zdroje sú vynaložené optimálnym spôsobom so zreteľom na ekonomické prostredie
- dosiahnutie zisku, pričom zisk nie je len výsledkom podnikania, ale aj základným motivačným faktorom, ktorý stimuluje podnikateľskú činnosť

Základnými znakmi podnikania podľa **Kočnera, M. a kol. (2003)** sú:

1. sústavná činnosť – charakterizovaná nepretržiteľnosťou v určitom časovom intervale
2. samostatnosť – osobné od tretej osoby nezávislé, riadenie podnikateľskej činnosti podnikateľom
3. konanie pod vlastným menom – podnikateľ vystupuje v zmluvných a ostatných právnych vzťahoch pod svojím obchodným menom, ktorého používanie a ochrana je legislatívne upravené Obchodným zákonníkom
4. vlastná zodpovednosť - podnikateľ zodpovedá za záväzky celým svojim majetkom a v prípade fyzickej osoby aj osobným majetkom
5. dosahovanie zisku - základný cieľ podnikania, bez ohľadu na to, v akej výške sa dosahuje, prípadne či sa dosiahne v niektorom sledovanom období strata

Kupkovič, M. (1996) podnikanie chápe tiež ako vlastnosť človeka, jeho umenie motivovať, inovovať, vytvárať a využívať príležitosti na výrobné a hospodárskej činnosti, na zvýšenie prosperity podnikateľského subjektu – firmy.

Barrow, C. (1996) opisuje podnikateľa ako človeka, ktorý objaví príležitosť a sústredí potrebné peniaze a ostatné prostriedky, potrebné k využitiu tejto príležitosti. Prevezme na seba časť, alebo všetky riziká spojené s realizáciou plánu, aby využil túto príležitosť. Podnikateľský nápad musí byť vhodný pre trh a musí prísť v pravý čas na správne miesto. Podľa autora je pre úspešného podnikateľa charakteristické predovšetkým:

- absolútna angažovanosť a tvrdá práca,
- vyrovnávanie sa s neistotami,
- dobrý zdravotný stav,
- vnútorná disciplína.

1.2 Funkcie a ciele podniku

Bezák, A. – Višňovský, J. - Gozora, V. (1993) hovoria, že podnik je základný článok národného hospodárstva, ktorý plní nasledovné funkcie:

- 1) výrobnú - má medzi ostatnými funkciami prioritné postavenie, pretože vytvára úžitkové hodnoty pre uspokojovanie potrieb spoločnosti,
- 2) ekonomickú - vytvára ekonomicky efektívnou výrobou podiel na tvorbe spoločenského produktu a národného dôchodku,
- 3) sociálnu - realizuje starostlivosť o pracujúcich a vytvára pracovné prostredie, ochrany životného prostredia a racionálne využívanie prírodných zdrojov.

Bielik, P. (2003) vidí cieľ podniku v efektívne výrobe úžitkových hodnôt pre maximálnej úspore vynaloženej práce. Efektívnu výrobu úžitkových hodnôt má zabezpečovať podnik, preto, aby zabezpečil svoj vlastný rast, rast dôchodkov, zdokonaľovanie organizácie a riadenia. Z uvedeného vyplýva, že podnik plní nasledovné ciele:

- rastovú
- dôchodkovú
- inovačnú
- organizačnú

Gozora, V. (1996) vymedzuje základné podnikové ciele do nasledovných bodov:

- a. snaha dosiahnuť zisk pri rešpektovaní požiadaviek spotrebiteľa
- b. zabezpečovanie trvalého ekonomického rozvoja podniku
- c. aktívnou ekonomickou a sociálnou politikou podporovať prostredie, v ktorom je podnik etablovaný

Podľa **Kassaya, Š. (1998)** predstavujú podnikové ciele a ciele hospodárenia s materiálmi a surovinami hierarchickú štruktúru. Nemožno odtrhnúť ciele hospodárenia s materiálmi a surovinami od firemných cieľov. Uvedený autor popisuje nasledovné firemné ciele:

- miera zisku
- zvyšovanie spoľahlivosti výrobných procesov
- sociálne ciele
- ekologické ciele

Popri firemných cieľoch autor popisuje ciele zamerané na hospodárenie:

- náklady
- znižovanie rizík
- flexibilita
- kvalita
- sociálne a ekologické ciele

1.3 Podnikateľské riziko, kríza, konkurencieschopnosť

Čunderlík, D. (1996) hovorí, že podnikateľské riziko je potencionálne nebezpečenstvo vzniku budúcich nákladov alebo strát pri podnikaní. Skutočná strata vzniká až uplatnením rizika v praxi, keď sa realizuje ako záporný vplyv na hospodársky výsledok podnikateľa. Vplyv rizika sa kalkuluje v súvislosti s príslušným hospodárskym rozhodnutím v čase, keď jeho presná výška nemôže byť známa a treba použiť kvalifikovaný odhad. V zložitejších prípadoch príslušné prepočty s využitím pravdepodobností a výpočtovej techniky.

Kupkovič, M. (1996) zastáva názor, že neoddeliteľnou súčasťou každého podnikania je podnikateľské riziko. Je spojené s podnikateľským neúspechom, ktorého najčastejším dôsledkom je strata ako hospodársky výsledok podnikania. Rozsah straty môže vyvolať narušenie finančnej stability a môže viesť k úpadku.

Bielik, P. (2003) poukazuje na možnú postupnosť príznakov krízového rozvoja:

- v podniku sa prejavuje trvalý pokles objemu tržieb, klesá rentabilita, rastú náklady, narastá objem úverov, klesá cash-flow a rastie výška dlhu
- rastie úverové zaťaženie a s tým úmerne rastúce veriteľské riziko zhoršuje podmienky prístupu k cudzím krátkodobým a dlhodobým zdrojom
- podnik svoje záväzky neuhrádza v lehote, musí obmedziť niektoré ďalšie nákladové položky, vypredáva zásoby a investičný majetok
- tržby podniku sú natoľko nízke, že dochádza k strate
- ak je strata tak veľká, že ju nie je možné vyrovnáť bežnou činnosťou ani úhradou z rezervného fondu, musí podnik prikročiť k tzv. sanácii (ozdraveniu)

Mižičková, Ľ. (1996) konštatuje, že každý podnik sa ocitne pravidelne v nejakej kríze. Krízy treba predvídať, pripraviť sa na ich zvládnutie, neprepadať panike, zmiernovať ich dopad na konkurencieschopnosť podniku. V záujme predvídania krízy je nevyhnutné poznať fázy, ktorými prebieha. Dynamika ich prejavu závisí od mnohých vonkajších a vnútorných faktorov.

Za najvýznamnejšie vnútorné faktory ovplyvňujúce priebeh krízy sa považujú:

- dĺžka súkromného podnikania (vek súkromného podnikania)
- podniková kultúra
- sieť neformálnych vzťahov,
- miera rizikovosti predmetu podnikania
- trhová stabilita podniku
- spôsob diverzifikácie podnikateľského rizika

Za najvýznamnejšie vonkajšie faktory ovplyvňujúce priebeh krízy sa považujú:

- politické vplyvy
- legislatívne vplyvy

- podnikateľská kríza v regióne
- rýchlosť spätnej väzby trhu
- záujmy a sily konkurencie
- spotrebiteľské chovanie zákazníka
- obchodní partneri

Pokrivčák, P. a Pilko, P. (2001) tvrdia, že konkurencieschopnosť je definovaná ako schopnosť podniku ponúkať tovary a služby dopytované zákazníkmi v čase, na mieste a úprave, ktorá je aspoň na takej úrovni, ako ponúka konkurencia, pričom návratnosť výrobných faktorov je na úrovni ich príležitostných nákladov. Konkurencieschopnosť je úzko spätá s komparatívnymi výhodami. Komparatívne výhody existujú v odvetví, pre ktoré sú relatívne ceny vyššie ako príležitostné náklady. Rozdiel medzi konkurencieschopnosťou a komparatívnymi výhodami je v tom, že pri komparatívnych výhodách sa neuvažuje s trhovými deformáciami.

Šrédl, K. (2001) hovorí, že konkurencieschopnosť predstavuje dnes predovšetkým optimálne využitie ľudských a kapitálových zdrojov. Znamená to, že podstatná časť rozdielov v konkurencieschopnosti ekonomík spočíva v samotných podnikoch. Celosvetové porovnanie potvrdzujú, že medzinárodné rozdiely v produktivite sú zhruba 25% zapríčinené vnútornou situáciou podnikov. Kľúčom k úspechu sú tak skôr inovácie, organizácia, vedenie a motivácia zamestnancov než najnovšie technológie.

Šimo, D. – Kretter, A. – Vicen, M. (2000) opisujú získanie konkurenčnej výhody tým, že podnik ponúka spotrebiteľom nižšie ceny než konkurencia alebo im poskytuje viac úžitku na zdôvodnenie vyššej ceny. To znamená, že podnik musí vedieť vyrábať niečo lepšie ako konkurencia, pri nižších nákladoch a cenách alebo ponúka spotrebiteľom vyššiu hodnotu. Všeobecne sa má podnik orientovať na vybudovanie takých výhod, ktoré sú najdôležitejšie pre spotrebiteľov, harmonizujú s poslaním podniku a jeho zdrojmi, sú najväčšou prednosťou voči konkurencii a ktoré konkurencia nebude schopná tak ľahko dosiahnuť. Rozhodnutia o pozícii podniku zároveň určujú, kto bude jeho konkurentom. Preto je nevyhnutné zohľadniť slabé a silné stránky

vlastného podniku, porovnať ich s konkurenciou a vybrať takú pozíciu, v ktorej dokáže podnik udržať presvedčivú konkurenčnú výhodu.

Slávik, Š. – Juríková, B. (2002) dopĺňajú, že podnik, aby prežil a bol úspešný v určitom odvetví, musí zosúladiť agresivitu svojho strategického správania a vnímavosť na vonkajšie zmeny s premenlivosťou dopytu a príležitosťami na trhu. Čím je prostredie turbulentnejšie, tým agresívnejšie musí podnik podnikáť alebo meniť svoju orientáciu a citlivejšie vnímať svoje prostredie, ak má uspieť. Úspech podniku na trhu môže vo vysokej miere ovplyvniť schopnosť pretvoriť vnútorný potenciál podniku na reálnu konkurenčnú výhodu.

Interné podmienky vzniku konkurenčnej výhody sú vyjadrené ako:

- vnímavosť na externé zmeny
- pružnosť a rýchlosť reakcie na vonkajšie podnety
- schopnosť vnútorne sa meniť a prispôbovať sa

Externé podmienky zahŕňujú:

- dynamiku podnikateľského prostredia – hrozby a príležitosti v makroprostredí, turbulenciu odvetvového prostredia, životný cyklus odvetvia, dynamiku inovácií
- zložitosť podnikateľského prostredia – predvídateľnosť vývoja odvetvia, štruktúra odvetvia, konkurenčné sily

1.4 Podnikateľské okolie

Žiaden fungujúci podnik nie je izolovaný od vonkajších vplyvov. Ako píše **Sedlák, M. (1992)**, každý podnik existuje vždy v konkrétnej časovej a priestorovej realite, v konkrétnom prostredí. Súhrn prvkov prostredia, s ktorými je vo vzájomnej väzbe, tvorí okolie podniku. Do okolia sa zahŕňajú len prvky, ktoré na podnik určitým spôsobom pôsobia, ovplyvňujú ho.

Kupkovič, M. (1996) a kol. charakterizuje, že podnik existuje vždy v určitej časovej a priestorovej realite. Okolie podnikateľského subjektu ako súhra prvkov a ich väzieb na subjekt podnikania a môže mať charakter priameho a nepriameho okolia.

Nepriame okolie pôsobí na všetky podnikateľské subjekty, prostredníctvom politických, hospodárskych, prírodných, demografických, technických a iných prvkov. Priame okolie pôsobí iba na konkrétny podnik cez prvky, ktorými sú dodávatelia, zákazníci, veritelia, konkurenti.

Väzby podniku a jeho okolia možno rozčleniť na:

1. vertikálne väzby – majú charakter mocenských vzťahov a sú to najčastejšie vzťahy medzi ekonomickým centrom štátu, obce a podniku. Patria tu aj vzťahy podnikateľských subjektov, združených v určitej forme združenia.
2. horizontálne vzťahy – majú charakter trhových vzťahov medzi podnikmi a majú podobu obchodných záväzkových vzťahov, alebo medzi konkurenčnými podnikmi ide o prestížne súťaživé vzťahy.

Marková, V. – Longauerová, A. – Šulajová, I. (1992) uvádzajú, že vplyv okolia na podnik má charakter mocenský, personálny, informatívny a materiálno-energetický.

Tieto autorky rovnako ako **Sedlák, M. (1992)** a ďalší autori rozčleňujú okolie na:

1. všeobecné okolie - zahrňuje faktory pôsobiace na všetky podniky.

Môžeme sem zaradiť:

- centrálné orgány štátnej správy
 - filozofiu, organizáciu a riadenie hospodárstva
 - kultúru a jej hodnoty
 - celkovú úroveň poznania a vzdelanosti
 - úroveň hospodárskeho rozvoja
 - normatívne faktory
 - celkové prírodné podmienky
2. špecifické okolie - zahrňuje vplyvy pôsobiace na určitý podnik v jeho oblasti pôsobenia. Rozlišujú sa:
 - politické faktory
 - mocenské faktory
 - kultúrno-sociálne faktory
 - normatívne faktory
 - prírodné faktory

- geografické faktory

1.5 Plánovanie, podnikateľský plán

Podľa **Gozoru, V. (2000)** je plánovanie procesom určovania podnikových cieľov a smerov, ktorými sa chce podnik v budúcnosti uberať. Je to cieľavedomá a sústavná činnosť určujúca presne čo bude organizácia robiť na dosiahnutie podnikových cieľov. Plánovanie neeliminuje riziko, ale môže pomôcť manažérom odhaľovať a eliminovať podnikové problémy pred ich vznikom.

Podľa **Čunderlíka, D. (1996)** je plánovanie proces, ktorý vychádza z cieľov organizácie a ciest na ich dosiahnutie. Ide o cieľovo orientovaný rozhodovací proces, v ktorom kľúčovú úlohu plnia manažéri. Funkcie plánovania v sebe zahŕňajú štyri základné faktory, ktoré treba brať do úvahy a ktoré musí plán obsahovať ide o:

- cieľ, t.j. budúci stav organizácie, ktoré ma manažment dosiahnuť
- akcie, t.j. špecifické činnosti smerujúce na zabezpečenie cieľov
- zdroje, teda limity a obmedzenia, v ktorých sa organizácia môže pohybovať
- pravidla, t.j. spôsoby realizácie pre konkrétne osoby

Plánovanie sa považuje za jednu z najstarších ľudských aktivít spojenú s jedinečnou schopnosťou ľudí predvídať budúcnosť. Táto schopnosť umožňuje plánovať dopredu ciele, ktoré je potrebné dosiahnuť, resp. potreby, ktoré chceme uspokojiť. Firmy, banky, vládne inštitúcie, ale aj neziskové organizácie zostavujú svoje plány do budúcnosti, ktoré sú síce omnoho zložitejšie ako osobné plány jednotlivcov, avšak ich motivačný aspekt, ako aj zámery sú rovnaké (**Kolektív – finančný poradca podnikateľa, 1996**).

Podstatný charakter plánovania je možné ilustrovať uvedením jeho hlavných charakteristík:

1. prispieva k dosiahnutiu zámerov a cieľov,
2. je prioritne medzi manažérskymi úlohami,
3. vzťahuje sa na akékoľvek aktivity (schopnosť prenikania plánov),
4. umožňuje efektívne uskutočňovanie činností.

Podnikateľský plán je podľa **Tabeta, J. – Angehrna, A. (2001)** komunikačným dokumentom, ktorý má tri ciele:

- podať jasný, pochopiteľný opis príležitosti
- zabezpečiť presvedčivé argumenty, ktoré urobia príležitosť vierohodnou
- formulovať priamu požiadavku na investorov, strategických partnerov alebo potenciálnych zamestnancov

Podľa **Grunwalda, R. – Temera, T. – Holečkovej, J. (1992)** predpokladom efektívnosti uvedených metód, plánovanie je dodržiavanie týchto zásad pri tvorbe plánov:

- plán sa zakladá na znalosti trhovej situácie
- plán je orientovaný na dosiahnutie zisku alebo na zvýšenie trhovej hodnoty podniku
- plán zahŕňa organizačné jednotky podniku
- časti plánu sú časovo a vecne zosúladené
- plán koncipujú pracovníci zodpovední za jeho praktickú implementáciu
- plán je celoročná aktivita spojená s permanentnou kontrolou
- plán je založený na kĺzavom systéme, t.j. každý rok sa zostavujú plány na niekoľko nasledujúcich rokov
- plán je flexibilný a upravuje sa v závislosti od zmien vonkajších podmienok a vnútorných predpokladov, čím sa zabezpečuje jeho aktuálnosť a reálnosť
- plánovanie je systematické, t.j. pridrža sa určitej metodiky a plán sa spracúva písomne

Gozora, V. (1993) pod pojmom podnikateľský plán predstavuje podrobný popis podniku, prostredia, v ktorom funguje, potrebu organizačných zdrojov a metód manažérskej práce na dosiahnutie podnikových cieľov. Pre podnikateľský plán neexistuje jednotná záväzná štruktúra Požiadavky na štruktúru podnikateľského zámeru sú pri rôznych inštitúciách, resp. zákonoch rozdielne.

Vo všeobecnosti sa podnikateľské plány zameriavajú na :

- získanie finančných prostriedkov
- reštrukturalizáciu výroby

- ozdravenie podnikovej ekonomiky
- založenie nového podniku

Podnikateľský plán **Struck, U. (1992)** predstavuje ako dôležitý dokument, konkretizujúci podnikateľský zámer nielen pri založení nového podniku, či spoločnosti alebo nového smeru rozvoja, ale tiež vo všetkých prípadoch, keď sa manažment usiluje o kapitálové posilnenie firmy, či už cestou úverových pôžičiek alebo emisie cenných papierov. Dobro spracovaný podnikateľský plán skrátka kvalifikuje pre jednanie s partnermi a musí preukázať istotu návratnosti vloženého kapitálu. Podnikateľské plány sa skladajú obvykle z troch veľkých dielčích častí:

- z popisnej časti, v ktorej uvedú súvislosti, predpoklady a plánované aktivity
- z číselnej časti, ktorá dokumentuje účinok predpokladu a aktivít na počet zamestnancov podniku, obrat, investície, likviditu a zisky
- z prílohy, ktorá obsahuje obrázky, štúdie trhu, podrobné výpočty, zmluvy a ďalšie dôležité predpoklady

1.6 Zdroje financovania podniku, finančná analýza

Ako uvádza **Bielik, P. (2003)**, založenie podniku vyžaduje mimoriadne, väčšinou jednorazové finančné zdroje na nadobudnutie investičného majetku a potrebného obežného majetku (prevádzkového kapitálu) do doby, pokiaľ podnik obdrží prvé úhrady za predané výrobky alebo poskytnuté služby. Toto mimoriadne financovanie pri založení podniku predpokladá získanie informácií o:

- predpokladaných výnosoch, nákladoch a zisku
- potrebnej výške investičného a obežného majetku
- predpokladanej výnosnosti podniku, výnosnosti vlastného kapitálu a ďalších ukazovateľoch potrebných pre posúdenie efektívnosti zámeru podniku

Bielik, P. (2003) ďalej definuje tri spôsoby financovania podniku:

1. financovanie vlastným kapitálom (emisiou akcií, voľnými vkladmi a pod.)
2. financovanie cudzím kapitálom (bankovým úverom, pôžičkou a pod.)

3. samofinancovaním (prostredníctvom zisku, odpismi, resp. inými vnútornými zdrojmi)

Gozora, V. (2000) považuje zakladateľský rozpočet za finančný nástroj, ktorý signalizuje predpokladanú úspešnosť podniku, pričom by mal byť zložený z dvoch častí:

1. z rozpočtu nákladov a výnosov (alebo príjmov a výdavkov)
2. z rozpočtu investičného a prevádzkového kapitálu (majetku) a zdrojov jeho krytia (zdrojov financovania)

Koščo, T. – Šebo, A. (1996) tvrdia, že financovanie potrieb podniku cudzími zdrojmi má v podnikoch trhovo riadenej ekonomiky mimoriadny význam. Podnikateľ je trvalo konfrontovaný s ekonomickým prostredím, ktoré ho nabáda k aktivite pretrvávajúcej sa v neustálom hľadaní možností financovania svojich krátkodobých, ako aj dlhodobých potrieb.

Rozdeľujú cudzie zdroje financovania na:

- bankové úvery
- obchodné úvery
- emitované dlhopisy

Ďalej uviedli, že systém úverovania, rovnako systém peňažníctva, má svoju dlhodobú históriu, počas ktorej sa postupne zdokonaľoval a vyprofiloval do dnešnej podoby. Vo všeobecnosti sa v podmienkach trhovej ekonomiky bankové úvery delia z hľadiska doby splatnosti na:

- krátkodobé,
- dlhodobé.

Podľa **Vícena, J. (1997)**, úlohou finančnej analýzy je určiť, ktoré činitele a s akou intenzitou sa na formovaní finančnej situácie firmy podieľali. To si vyžaduje ich systematizáciu a poznanie charakteru ich pôsobenia. Dobrá, či zlá finančná situácia firmy nachádza v trhovom prostredí veľmi rýchlu reakciu u investorov, bankárov, akcionárov, obchodných partnerov a iných subjektov prichádzajúcich do kontaktu s danými podnikmi.

Bielik, P. – Bandlerová, A. – Belica, M. a kol. (1998) uvádzajú, že cieľom finančnej analýzy je:

- uskutočniť prostredníctvom špeciálnych metodických postupov diagnózu finančného hospodárenia
- odhalenie „úzkych miest“, „porúch“ v čase, keď ešte možno adekvátnymi opatreniami zvrátiť nepriaznivý stav a iniciovať pozitívne rozvojové tendencie
- komplexne komparovať všetky najdôležitejšie zložky, ktoré sú určujúce pre zdravý vývoj finančnej situácie podniku, predovšetkým pre likvidáciu a ziskovosť podniku a tiež pre zhodnotenie kapitálových zdrojov a tendencií ich vývoja

1.7 Región

Buček M. (1992) definuje región ako geograficky ohraničené územie, ktoré disponuje súborom kvalitatívnych a kvantitatívnych podmienok na sformovanie diverzifikovaného územno-hospodárskeho a sociálneho systému, v ktorom je vysoká intenzita ekonomických a sociálnych vnútorných väzieb, rozvíja väzby s inými územiami a je schopná redukovať rastové potreby prevažne z vlastných zdrojov.

Región je priestorovým podsystémom krajiny, ktorý charakterizuje určitá priestorová štruktúra a úroveň ekonomického a sociálneho rozvoja. Podľa **Belajovej A. a Fázikovej M. (2005)** je teda nie len priestorovou, ale aj ekonomickou a sociálnou jednotkou, ktorá môže byť formálne (administratívne) alebo neformálne vymedzená na základe konkrétneho účelu, pričom veľkosť priestoru definovaného ako región môže byť rôzne.

Rajčáková E. (2005) hovorí, že vo všeobecnosti sa pod regiónom rozumie územie, ktoré sa vlastnosťami, vzťahmi medzi prvkami v ňom jestvujúcimi a štruktúrou odlišuje od svojho okolia a možno ho vymedziť hranicami.

Podľa Charty európskeho regionálneho plánovania má vymedzenie „mozaiky“ regiónov a ich klasifikácia prevažne účelový charakter. Za účelom zjednotenia

prístupov v regionálnej politike európskych krajín bola Chartou európskeho regionálneho plánovania stanovená nasledovná klasifikácia regiónov, ktorá bola prijatá na Konferencii ministrov zodpovedných za regionálne plánovanie pri Rade Európy v roku 1983:

- vidiecke regióny
- mestské regióny
- pohraničné regióny
- horské regióny
- štrukturálne slabé regióny
- upadajúce regióny
- pobrežné oblasti a ostrovy

1.8 Podnik a jeho vplyv na rozvoj regiónu

Podnikateľské prostredie je významným faktorom ovplyvňujúcim ekonomický rast a socio-ekonomický rozvoj spoločnosti. Medzi regiónmi existujú z tohto pohľadu významné rozdiely. Poznanie spoločných znakov a rozdielov umožňuje cielenejšiu hospodársku politiku štátu a aplikáciu efektívnych legislatívnych, daňových nástrojov, aj nástrojov regionálnej politiky. Poznanie, analýza existencie súčasného stavu podnikateľského prostredia a predpovedanie budúceho vývoja sú nevyhnutné pre tvorbu rozhodnutí v oblasti strategického a operatívneho plánovania.

Ekonomický rozvoj definuje **Tvrdoň, J. – Hamalová, M. – Žárska, E. (1995)** ako dlhodobý vzostup schopností poskytovať obyvateľstvu rozmanité tovary a služby. Táto schopnosť je postavená na rozvoji technológií, na inštitucionálnych a systémových zmenách, ktoré s rozvojom súvisia. Trvalý rast je výsledkom ekonomického rozvoja.

Problematika rozvoja regiónov je podľa **Ivaničkovej, A. (1998)** založená na dvoch základných vzťahoch:

- na rozmiestňovaní sociálno-ekonomických subjektov
- na raste ekonomiky v samotných regiónoch

Tieto vzťahy sa všeobecne označujú ako regionálne procesy. Hodnotenie regionálneho rozvoja je spojené s rozborom regionálnych procesov.

Rozvoj v regióne uskutočňujú a podmieňujú jednotlivé trhové subjekty, aj keď každý inou mierou a inou formou. **Belajová, A. a Fáziková, M. (2005)** rozdelili tieto subjekty na:

- firmy, ktoré pôsobia na rozvoj v regióne rozhodujúcou mierou, pretože vytvárajú ponuku práce, cez mzdy zabezpečujú výšku príjmov obyvateľstva, vyrábajú výrobky a služby a vytvárajú ich ponuku, vytvárajú rozhodujúcu časť verejných zdrojov prostredníctvom daní a odvodov tak na centrálnej ako aj na regionálnej úrovni.
- domácnosti, sú nositeľmi regionálneho dopytu, spotrebúvajú výrobky a služby, čím sú aktívne zapojené do kolobehu kapitálu a rozvojových procesom, sú hlavnými aktérmi v procese verejnej voľby, keď vlastne rozhodujú o velených predstaviteľoch štátnej správy a samosprávy, čím sa priamo a aktívne podieľajú na formovaní politiky, ktorá rozhodne o alokácii verejných zdrojov.
- štát, reprezentovaný štátnou správou, ktorý plní v procese regionálneho rozvoja strategickú a výkonnú funkciu, ktorá sa prejavuje formulovaním stratégie hospodárskej, sociálnej a zahraničnej politiky ako aj ďalších parciálnych politík, predkladá legislatívny rámec pre ich realizáciu, stanovuje ekonomické nástroje pre zavedenie stratégie do praxe, z verejných zdrojov podporuje rozvoj zaostávajúcich regiónov a kontroluje dodržiavanie zákonných noriem a realizáciu rozvojovej politiky.
- samospráva, vstupuje na trh ako reprezentant regiónu a spočíva v čoraz väčšej váhe a v zodpovednosti za regionálny rozvoj.
- iné subjekty, napríklad organizácie tretieho sektora, ktoré svojou činnosťou najčastejšie vyplňajú medzery existujúce v regióne v činnostiach, ktoré nie sú prioritou ostatných subjektov.

Ekonomický rozvoj v sebe zahŕňa inovácie a kvalitatívne zmeny ekonomického systému. Rôznu ekonomickú úroveň oblasti, ako aj tempo jej ekonomického rozvoja vysvetľuje **Buček, M. (1992)** dvomi príčinami:

1. oblasť je v určitom okamihu nerovnako vybavená rastovými faktormi

2. rastové faktory sú v priebehu času využívané v jednotlivých oblastiach v rôznom objeme

Medzi základné faktory regionálneho ekonomického rozvoja autor zaraďuje nevýrobné aktivity (sociálna infraštruktúra), obyvateľstvo a pracovné zdroje, prírodné zdroje, technickú infraštruktúru a životné prostredie. Ďalej dopĺňa, že v súbore základných faktorov vedúca úloha prislúcha výrobným činnostiam, ktoré determinujú rozvoj ostatných sfér ekonomiky. Lokalizácia výrobných činností je determinovaná lokalizáciou základných výrobných vstupov (suroviny, energia, voda, práca).

Na rozvoj regiónu vplývajú aj ekonomické aktivity, ktoré sa podľa **Becka, J. (2001)** členia na skupiny:

- materiálna výroba, ktorá vychádza z historicky formovaných kombinácií výrob na danom území. Do značnej miery majú na ňu vplyv prírodné podmienky. Rozvoj alebo naopak útlm je závislý nielen od situácie v danom regióne, ale aj v priľahlých regiónoch
- služby presahujúce regionálny rámec. Tieto služby slúžia nielen potrebám vlastného regiónu, ale aj potrebám iných regiónov
- výrobná infraštruktúra, ktorá predstavuje komplex služieb zabezpečujúcich výrobu a potreby obyvateľstva. Patrí sem napríklad doprava vrátane infraštruktúry, zásobovanie, telekomunikácie a podobne
- obchod a služby, do tejto skupiny sa zaraďujú všetky aktivity spojené s potrebami reprodukcie spoločnosti v celom regióne – napríklad obchodná sieť, bytové hospodárstvo.

Ekonomický rozvoj regiónov je dynamická veličina a je spojený s kvalitatívnymi zmenami v regióne. O ekonomickom rozvoje v regióne, ako uvádza **Belajová, A. – Fáziková, M. (2005)**, sa hovorí, ak rastie reálny dôchodok na obyvateľa regiónu, ktorý následne zvyšuje dopyt po tovaroch a službách, zvýšenie dopytu vytvára v regióne trh pre rast výroby a služieb, vývoz tovarov z regiónu je väčší ako dovoz do regiónu, zvyšuje sa regionálna výmena a obchodné vzťahy s inými regiónmi a zahraničím, v regióne sa vytvárajú úspory.

Prvky rozvoja regiónu sú vo všeobecnosti známe. Ako uvádza **Nižňanský, V. (1997)**, sú to: vedomé vytváranie trhu a trhovej štruktúry, výber oblasti možného rastu, voľba činností, ktoré majú byť podporované, mobilizácia zdrojov a regionálna inovačná politika, regionálny seminár, stratégia, cieľavedomé formovanie podnikateľského prostredia, regionálna koordinačná politika a podobne.

Základným determinantom ekonomického rastu regiónu je ekonomický potenciál. Ekonomický potenciál predstavuje materiálnu základňu rozvoja spoločenského života. Možno povedať, že predstavuje určité produkčné a výkonové schopnosti regiónu a na udržanie, rozšírenia materiálneho bohatstva regiónu. V tomto zmysle **Mokrý, V. – Melíšek, F. (1986)** k hospodárskemu potenciálu regiónu rátajú súhrn súčasných a disponibilných síl a sprístupnené prírodné bohatstvo, ak aj možnosti ich mobilizovania prostredníctvom výrobných vzťahov.

2 CIEĽ PRÁCE

Malé podniky sa v súčasnosti stali neoddeliteľnou súčasťou ekonomiky vyspelých štátov a výrazne ovplyvňujú mestá alebo regióny, v ktorých realizujú svoju činnosť. Vypĺňajú medzery na trhu, poskytujú obyvateľom svoje výrobky a služby a určitou mierou vplývajú aj na zamestnanosť. Ich veľkosť im umožňuje pružnejšie a rýchlejšie reagovať na zmeny na trhu a prispôbovať im svoju činnosť. Na druhej strane môže byť ich rast obmedzený nedostatkom kapitálových zdrojov.

Cieľom tejto diplomovej práce je charakterizovať vybraný región pre založenie podnikateľského subjektu a zhodnotiť jeho rozvojový potenciál v regióne.

Na to, aby sme mohli poskytnúť ucelený pohľad na riešenie problematiku, navrhli sme nasledovné parciálne ciele:

- charakteristika súčasného stavu riešenej problematiky
- charakteristika myjavského regiónu, obce Myjava a Stará Myjava
- založenie podnikateľského subjektu
- zhodnotenie rozvojového potenciálu podnikateľského subjektu v danom regióne

3 METODIKA PRÁCE

Objektom skúmania je región obcí Myjava a Stará Myjava, kde sme založili spoločnosť s ručením obmedzením a rozobrali jej rozvojový potenciál vo vybranom regióne.

V práci sú analyzované nasledovné špecifické časti:

1. charakteristika regiónu – poloha, opis prostredia, charakteristika obcí
2. štruktúra obyvateľstva:
 - počet obyvateľov v sledovanom regióne
 - veková štruktúra – obyvateľstvo v predproduktívnom veku, obyvateľstvo v produktívnom veku, obyvateľstvo v poproduktívnom veku
 - dosiahnutá úroveň vzdelania
 - nezamestnanosť
3. hospodárstvo
4. cestovný ruch
5. vybavenosť regiónu:
 - technická infraštruktúra
 - sociálna infraštruktúra
6. SWOT analýza regiónu
7. identifikačné údaje spoločnosti:
 - plánovaný predmet podnikania
 - miesto podnikania,
8. identifikácia trhovej príležitosti:
 - školy v prírode
 - letný a zimný tábor
 - ostatné eventy
9. SWOT analýza podniku
10. ciele a stratégie spoločnosti
11. marketingový mix:
 - výrobok (služba)
 - cena
 - propagácia

- distribúcia
12. konkurencia
 13. návrh organizačnej štruktúry
 14. finančný plán
 15. využitie rozvojového potenciálu spoločnosti v danom regióne
 - prísun finančných prostriedkov do rozpočtu obce
 - zvýšenie povedomia o regióne
 - zvýšenie cestovného ruchu v regióne
 - zamestnanosť
 - spolupráca s obcou

Informácie sme čerpali zo Štatistického úradu Slovenskej republiky (Stav obyvateľstva k 31.12. 2009), z výkazov Úradu práce, sociálnych vecí a rodiny v Trenčíne, z výročných správ Programov hospodárskeho a sociálneho rozvoja obcí Myjava a Stará Myjava.

Ďalšie údaje sme čerpali z rôznych internetových portálov – stránky obcí Myjava a Stará Myjava, www.hogofogo.sk, www.statistics.org.

V tejto práci sme použili nasledovné metódy výskumu:

- analýza dokumentov
- grafické metódy
- marketingový výskum – metóda dotazníka
- syntéza

4 VLASTNÁ PRÁCA

Vlastná práca je hlavnou časťou celej diplomovej práce. V úvodnej časti charakterizujeme myjavský región, v ďalšej časti založíme podnikateľský subjekt, charakterizujeme jeho predmet podnikania, portfólio služieb, organizačnú štruktúru a finančný plán, a v poslednej časti sa budeme venovať využitiu rozvojového potenciálu tohto podnikateľského subjektu v myjavskom regióne.

4.1 Charakteristika myjavského regiónu

V tejto kapitole charakterizujeme myjavský región so zameraním predovšetkým na obce Myjava a Stará Myjava. Opisujeme štruktúru obyvateľstva z hľadiska vekového, vzdelanostného, z hľadiska nezamestnanosti, ďalej charakterizujeme hospodárstvo v regióne, cestovný ruch a vybavenosť regiónu. Záver tejto kapitoly je venovaný SWOT analýze tohto regiónu.

4.1.1 Základná charakteristika

Názvy obcí: Myjava a Stará Myjava

Okres: Myjava

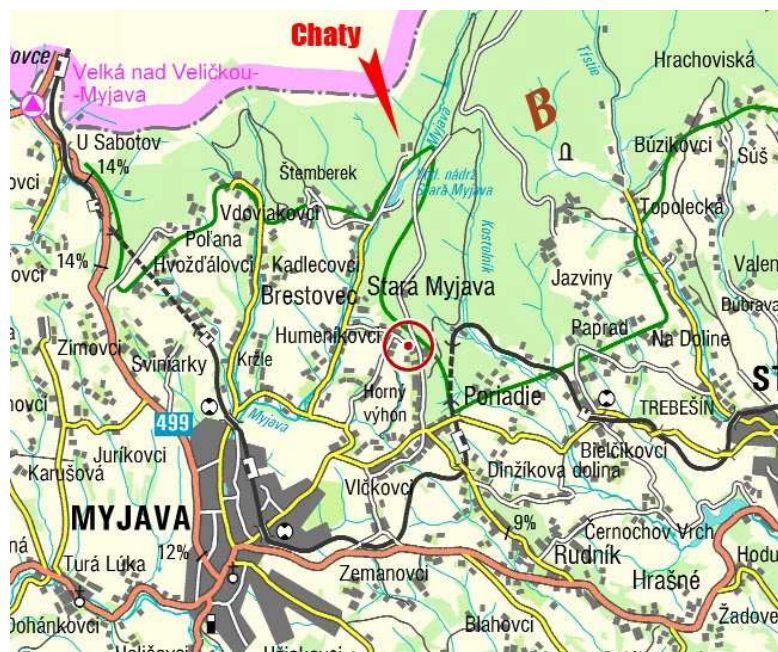
Vyšší územný celok: Trenčiansky kraj

Rozloha: 6 626,85 ha

Počet obyvateľov: 13 214

4.1.2 Dostupnosť

Asi najdôležitejším dopravným spojením je cesta č. II/581, ktorá spája Myjavu s Novým Mestom nad Váhom a tým pádom i diaľnicou D1 vedúcou z Bratislavy do Žiliny. Vzďialenosť medzi Myjavou a Novým Mestom nad Váhom je 24 km. Veľký význam pre investorov môže mať prepojenie Myjavy s ČR cestou č. II/499. Dnes síce potlačená do úzadia, ale v budúcnosti dobre využiteľná je železničná trasa Veselí nad Moravou - Myjava - Nové Mesto nad Váhom.



Obrázok 1: Myjavský región
 zdroj: www.kamnachatu.sk/okolie.html

4.1.3 Vymedzenie riešeného územia

4.1.3.1 Obec Myjava

Myjava spolu s mestskou časťou Turá Lúka je strediskom rázovitej kopaničiarskej oblasti medzi Záhorím na jednej strane a Považím na druhej strane. Leží na severe strednej časti Myjavskej pahorkatiny, neďaleko jej hranice s Bielymi Karpatmi. Rozprestiera sa na nive riečky Myjavy, jej ľavostranného prítoku Cengelky a na spodných úsekoch plochých, k doline Myjavy mierne sklonených chrbtov.

Myjava sa nachádza v západnej časti Trenčianskeho kraja, 50 km od krajského mesta Trenčín, kde je zároveň sídlom okresu. V rámci Trenčianskeho kraja plní funkciu terciárneho centra zabezpečujúceho vyššiu a špecifickú obslužnú infraštruktúru pre obyvateľov všetkých obcí okresu Myjava.

Myjava prešla rôznymi historickými premenami. Zasiáhli ju kolonizácie, útlak i neľahké životné podmienky obyvateľstva, ktoré sa neodvratne prejavili na formovaní jej vzhľadu. Tvár mesta sa stále menila. Až po súčasnosť, ako ju poznáme dnes. Myjava ako obec bola založená v r. 1586. Striedavo patrila panstvám hradov Čachtice a Branč. Jej prvú kolonizačnú vlnu tvorili pred Turkami utekajúci obyvatelia z vtedajších

južných častí Slovenska a druhú vlnu, tzv. valašskú, tvorili obyvatelia z Trenčianskej a Oravskej stolice.

Neľahké životné podmienky spojené s osídľovaním Myjavskej pahorkatiny formovali vzťah ľudí k tomuto kraju, k obci i cirkvi. Pôvodne tu žilo čisto slovenské etnikum neskôr poznačené vlnou maďarizácie. A práve preto sa tento kraj v časoch národného obrodzenia stal tak blízkym štúrovskej generácii. V meruôsmych rokoch (1848 - 49) sa Myjava stala centrom pozornosti národných dejín. Dňa 19. septembra 1848 v dome pani Kolényovej zasadala a uskutočnila sa 1. Slovenská národná rada - prvý národný orgán v dejinách Slovákov.

4.1.3.2 Obec Stará Myjava

Stará Myjava je typická rázovitá kopaničiarska obec, ktorá sa nachádza v severnej časti Myjavskej pahorkatiny na úpätí Bielych Karpát pod masívom Javoriny, 6 km od okresného mesta Myjava v juhozápadnej časti Trenčianskeho samosprávneho kraja. Zo severnej strany je Stará Myjava lemovaná pohorím Biele Karpaty a tu tiež hraničí s Českou republikou. Chotárnu hranicu smerom na západ tvorí chotár obce Brestovec, na východe mesto Stará Turá, na juhovýchode sa rozprestiera chotár obce Poriadie a hranicu uzatvára na juhu chotár mesta Myjava. Toto mesto okrem pracovných príležitostí poskytuje obci Brestovec, ale aj ostatným okolitým obciam väčšinu služieb v oblasti školstva, zdravotníctva, administratívy, kultúry a športu. Obec sa skladá z mnohých osád, ktoré sú rozložené na pahorkoch i v dolinách.

Územie patrí k dávno osídleným častiam Slovenska. Človek tu sídlil už v dobe kamennej. Na počiatku Uhorského štátu (11. – 12. stor.) bolo územie súčasťou pohraničného pásma a preto sa relatívne vyľudnilo. Ďalšie osídľovanie bolo podporované z dvoch hradov, ktoré vznikli v 13. stor. na západnom a východnom okraji Myjavskej pahorkatiny.

V 16. storočí nastáva príval obyvateľstva na Myjavskú pahorkatinu. Príval obyvateľstva bol taký veľký, že ho pôda v okolí majerov už nestačila uživiť. To podnietilo zakladanie kopaníc. V tomto období vznikali i nové dediny.

Prvý značný úbytok obyvateľstva na Myjavsku sa zaznamenal po vpáde Turkov v r. 1663. Počas Rákocziho povstania v r. 1704 – 1707 bola Myjava vypálená

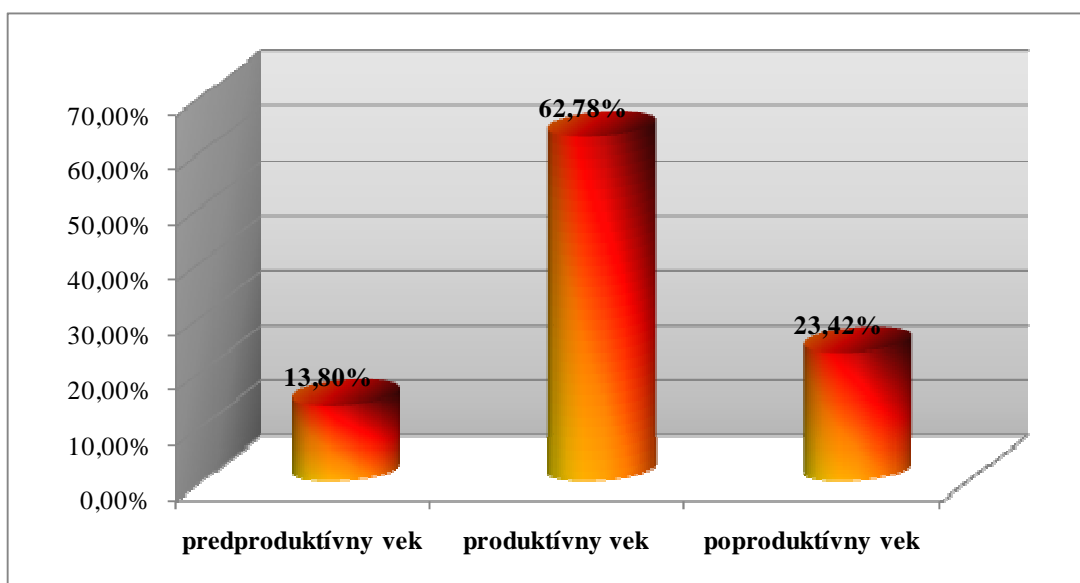
a vyrabovaná. Do vyľudnenej oblasti prichádzalo mnoho ľudí z rozličných krajov Slovenska, ale aj Čiech.

Na začiatku 19. stor. nastáva spomalenie rastu počtu obyvateľstva, zapríčinené epidémiami a vysťahovalectvom na Dolnú zem. Pôda nestačila užiť všetkých a vysťahovalectvo začiatkom 20. stor. spôsobilo znova pokles počtu obyvateľov.

Stará Myjava bola prvá obec, ktorá sa v 50. rokoch odčlenila od Myjavy.

4.1.4 Obyvateľstvo a jeho štruktúra v regióne

K 31. 12. 2009 žilo v riešenom území 13 214 obyvateľov, z toho 6 394 mužov a 6 820 žien. Z celkového počtu obyvateľov tvorilo 13,8 % predproduktívne obyvateľstvo, 62,78 % produktívne obyvateľstvo a 23,42 % poproduktívne obyvateľstvo.

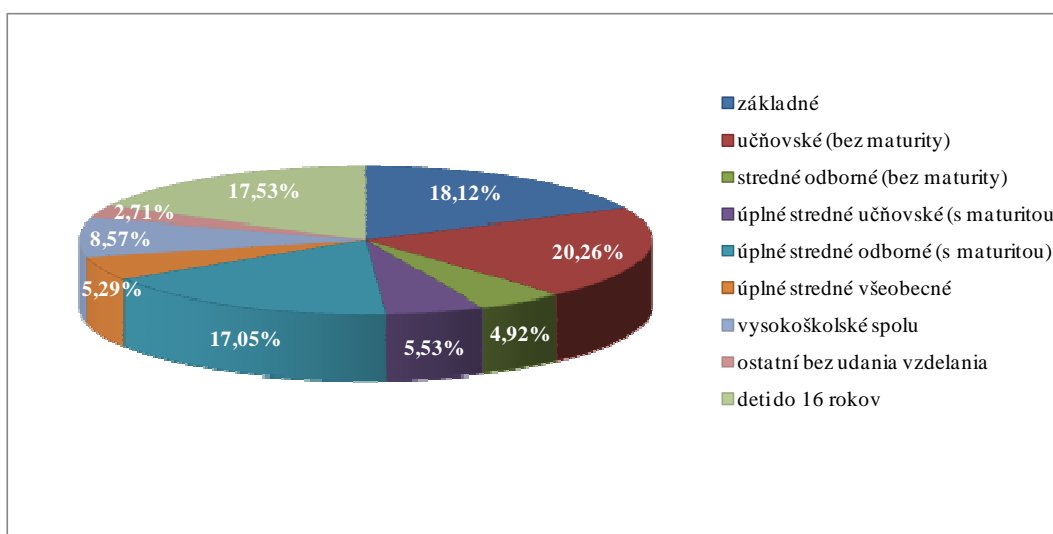


Obrázok 2: Štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne
zdroj: Štatistický úrad SR (31. 12. 2009)

Z hľadiska vývoja daného regiónu nie je tento stav priaznivý z dôvodu, že sa tu nachádza viac ľudí v poproduktívnom veku ako v produktívnom. Znamená to, že ide o regresívny (ustupujúci) typ populácie, čo nie je priaznivé z hľadiska ďalšieho reprodukčného procesu daného regiónu.

4.1.5 Úroveň vzdelania

Vzdelanostná úroveň obyvateľov daného regiónu má na ďalší rozvoj regiónu zásadný význam. Podľa tabuľky môžeme vidieť že najväčší počet obyvateľov má dosiahnuté učňovské vzdelanie bez maturity a základné vzdelanie. V regióne sa nachádza iba takmer 9 % obyvateľov s vysokoškolským vzdelaním čo značí, že úroveň vzdelania v regióne je na nízkej úrovni.



Obrázok 3: Vzdelanostná štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne
zdroj: Štatistický úrad SR

4.1.6 Nezamestnanosť

V obci Myjava dosiahla miera nezamestnanosti k 31. 12. 2006 hodnotu 3,7 %. Za posledných 5 rokov klesla miera nezamestnanosti v okrese Myjava o 6,74 %. Podobne je to aj v obci Stará Myjava, kde za posledných 5 rokov klesla miera nezamestnanosti v obci takmer o 4 %. Na konci roka 2006 mala v obci hodnotu 4,1 %, čo je približne na úrovni Myjavy.

Tabuľka 1: Vývoj počtu uchádzačov o zamestnanie a miera nezamestnanosti v okrese Myjava

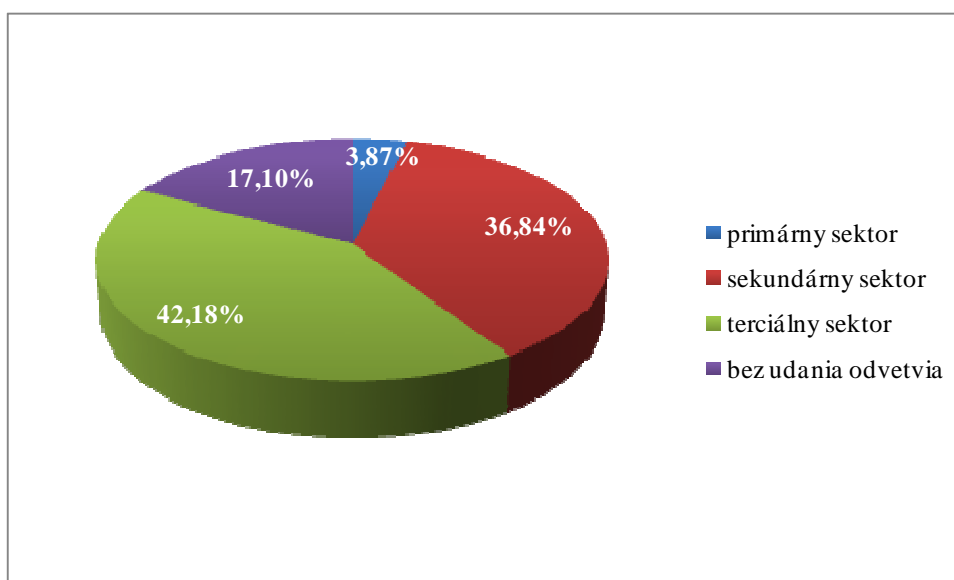
rok	uchádzači o zamestnanie spolu	miera nezamestnanosti v %
2002	1 682	11,43
2003	1 392	9,07
2004	1 183	8,06
2005	971	7,0
2006	718	5,21
31. 7. 2007	659	4,69

zdroj: ÚPSVaR, Základné štatistické ukazovatele o trhu práce v SR, 2007

4.1.7 Hospodárstvo

Myjavský región je zameraný najmä na priemysel a poľnohospodárstvo a mesto Myjava je významným obchodným, kultúrnym a spoločenským centrom tohto kraja. Podnikateľskú sféru tvoria najmä malé a stredné podniky. V meste je vybudovaná priemyselná zóna s viac ako 40 podnikmi a neskôr bola táto zóna rozšírená na Priemyselný park Javorinská.

Väčšina obyvateľov je zamestnaná v sekundárnom sektore, ďalej v terciálnom a na poslednom mieste je primárny sektor.



Obrázok 4: Štruktúra hospodárstva v okrese Myjava

zdroj: Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obcí Myjava a Stará Myjava

4.1.8 Cestovný ruch

Myjavský región má dobré predpoklady pre rozvoj cestovného ruchu. Avšak v súčinnosti s tým, musí nastať skvalitňovanie služieb a najmä samotnej infraštruktúry cestovného ruchu. Pomerne veľkým nedostatkom je kvantita, no najmä kvalita tejto infraštruktúry, aj keď v ostatnom čase môžeme badať istý posun vpred.

Charakteristika cestovného ruchu a potenciálu cestovného ruchu v Myjave a jej okolí vychádza z histórie mesta, z prírodných daností, z tradícií, remesiel a dochovaných tradičných ľudových prejavov, z odkazu historických a súčasných osobností a z potenciálu organizovania kultúrnych podujatí.

V regióne sa nachádza viacero rekreačných zariadení (RZ), stredísk (RS), príp. oblastí (RO). Medzi tie najvýznamnejšie patria:

- RZ Mladosť v Brezovej pod Bradlom: Kapacita ubytovania je 30 lôžok. Zariadenie poskytuje veľké možnosti na turistické vychádzky do okolia (lesy), využitie cyklistických trás. K dispozícii sú 2 tenisové dvorce s umelým trávovým povrchom, plážový volejbal, menšie bazény na plávanie, trávnaté ihrisko na minifutbal alebo iné športové aktivity, sauna pre ubytovaných.
- RO Dubník pri Starej Turej: Rekreačná oblasť Dubník pri Starej Turej ponúka rôzne druhy ubytovania, od kempingu, chát, penziónu, až po hotelové zariadenia. Počas letnej sezóny ponúka ubytovanie, kúpanie, požičovňu lodiek, vodných bicyklov, tenisové dvorce, stolný tenis, možnosť rybolovu. Počet ubytovacích kapacít v tejto oblasti je asi 500 z toho Hotel Sanus, ktorý poskytuje najväčšie možnosti pokrýva 145 lôžok.

Okrem týchto hlavných rekreačných oblastí sa v regióne nachádza množstvo ďalších zariadení slúžiacich pre návštevníkov regiónu. K najdôležitejším patria: Hotel Štefánik v Myjave – 4-hviezdičkový nový hotel s kapacitou 70 lôžok, Hotel Lipa v Starej Turej – 3-hviezdičkový hotel s kapacitou 88 lôžok.

Ďalej sa tu nachádza veľké množstvo súkromných chát a zrubov, ktoré sú vo vlastníctve súkromných osôb alebo menších podnikateľov.

4.1.9 Vybavenosť regiónu

4.1.9.1 Technická infraštruktúra

Verejná doprava je zabezpečovaná SAD Trnava a.s. a SAD Trenčín a.s. Mestskú hromadnú dopravu zabezpečuje spoločnosť SAD Trenčín a.s., ale autobusy poskytuje mesto Nové mesto nad Váhom. Cez mesto Myjava prechádza aj železničná trať, ktorá vedie z Nového mesta nad Váhom do Českej republiky.

Celé územie je zásobované pitnou vodou z verejného vodovodu okrem dvoch obcí, ktoré nie sú dostupné na tento vodovod.

Kanalizačnú sieť má vybudovanú iba mesto Myjava. V ostatných obciach majú obyvatelia vlastné žumpy alebo čističky odpadových vôd.

Elektrickou energiou je zásobovaná celá oblasť regiónu. Zásobovanie plynom je iba v meste Myjava, v ostatných obciach sa s plynom ani nepočíta z dôvodu kopaničiarskeho rozmiestnenia domov, do ktorých by bolo zaviesť plyn veľmi nákladné.

Celá oblasť je pokrytá mobilnými sieťami všetkých operátorov.

4.1.9.2 Sociálna infraštruktúra:

Zdravotná starostlivosť je tu zabezpečovaná prostredníctvom Nemocnice s poliklinikou, ktorá sa nachádza v meste Myjava. V dvoch poliklinických pavilónoch sídlia ambulancie praktických lekárov a odborných lekárov. V hlavnej budove je sústredených 8 lôžkových oddelení s kapacitou 210 lôžok, ktoré poskytujú pre pacientov zdravotnú starostlivosť na jedno, dvoj a trojlôžkových izbách. Má dobudované pracoviská spoločných vyšetrovacích a liečebných lôžok. K dispozícii je Záchranná zdravotná služba s nepretržitou prevádzkou. V areáli nemocnice je prístavacia plocha pre leteckú záchrannú službu.

V riešenom regióne je umiestnený veľký počet kultúrnych a historických pamiatok, ktoré sú sprístupnené pre obyvateľov a návštevníkov regiónu. Nachádza sa tu:

- pamätný dom Slovenskej národnej rady z roku 1848, národná kultúrna pamiatka

- neďaleko je Mohyla Milana Rastislava Štefánika, ktorá je situovaná v Brezovej pod Bradlom
- kostol evanjelickej cirkvi augsburského vyznania a pamätná tabuľa
- múzeum Slovenských národných rád

Myjava a celý myjavský región má bohaté folklórne tradície a tradičná ľudová kultúra je tu stále živá. Dôkazom sú časté a atraktívne kultúrne podujatia, ktoré sa v Myjave uskutočňujú:

- Medzinárodný folklórny festival
- Gazdovský dom – živý skanzen kopaničiarskej kultúry
- Kultúrny dom Samka Dudíka

Pre obyvateľov a návštevníkov na využitie svojho voľného času je k dispozícii športový areál, kde sa nachádza futbalové ihrisko, hádzanárske ihrisko, ľahkoatletická dráha, športová hala, klzisko, letné kúpalisko, krytá plaváreň, sauna, solárium a kolkáreň.

4.1.10 SWOT analýza regiónu (viď príloha 2)

4.1.10.1 Silné stránky

Silnou stránkou tohto regiónu je jeho lokalizácia v málo zaľudnenej oblasti, a teda môžeme predpokladať, že je tu výrazne čistejšie ovzdušie. Preto je tento región veľmi vhodný na organizovanie detských pobytových rekreácií. V regióne sa tiež nachádzajú zaujímavé vodné plochy a rôzne turistické destinácie (vodná nádrž Stará Myjava, Brestovec, Rudník, Čachtický hrad, Zelená voda, Mohyla M.R. Štefánika v Brezovej pod Bradlom, ...). Táto oblasť je charakteristická svojim folklórom a počas roka ponúka rôzne kultúrne a športové podujatia svojim návštevníkom. V okolí sa nachádza mnoho súkromných objektov vhodných na ubytovanie tiež dostatok stravovacích zariadení, čo do značnej miery môže viesť k uspokojeniu potrieb návštevníkov tejto oblasti.

4.1.10.2 Slabé stránky

Z hľadiska prírodných slabých stránok by sme mohli spomenúť, že v letnom období, počas vysokých teplôt a nedostatku zrážok, vysychajú prírodné zásobníky vody, a tým dochádza k nedostatočnému zásobovaniu vodou.

Ďalšou nevýhodou tohto regiónu je „starnutie“ obyvateľstva. Znamená to, že klesá pôrodnosť, a teda sa zväčšuje podiel ľudí v poproduktívnom veku.

Veľkou slabinou z hľadiska dopravnej infraštruktúry je stav miestnych komunikácií. Väčšina z nich je dlhodobo neudržiavaná a vo veľmi zlom stave.

4.1.10.3 Príležitosti

Čo sa týka príležitostí, medzi hlavné môžeme zaradiť rozvoj malého a stredného podnikania súvisiaceho s cestovným ruchom, a podnikania s cieľom samozamestnania v oblasti tradičných remesiel. Ďalej významnými príležitosťami sú rozvoj zimnej rekreácie s využitím súkromných chát, čo by malo pozitívny vplyv na finančné prostriedky obyvateľov. Budúci podnikatelia by mali naviazať spoluprácu s inštitúciami poskytujúcimi poradenstvo malým a stredným podnikateľom, čo by im pomohlo lepšie využívať svoje schopnosti a ponúkané služby.

4.1.10.4 Ohrozenia

Medzi najväčšie ohrozenia patrí pokles ponuky pracovných príležitostí v regióne, čo povedie k odlivu obyvateľstva v produktívnom veku, a to môže vyvolať celkovú stagnáciu až úpadok regiónu. Medzi ďalšie ohrozenia patrí neochota obyvateľov prispôbiť sa novým podmienkam a nárokom, a tým im utekajú potencionálne zisky z vlastných služieb, ktoré môžu ponúkať. Hlavným ohrozením celého regiónu je jeho nedostatočná propagácia a reklama, nedostatočná ponuka turistických produktov, a v neposlednom rade nezáujem o potenciálneho návštevníka zavedie turistov do konkurenčných regiónov.

4.2 Charakteristika spoločnosti

V nasledujúcej kapitole sme opísali podnikateľský plán podnikateľského subjektu, ktorý sme sa rozhodli založiť v myjavskom regióne. Pôjde o spoločnosť s ručením obmedzeným, ktorej vlastníkom a zároveň aj zakladateľom bude jedna fyzická osoba.

Názov spoločnosti: FunnysTown s.r.o.

Meno vlastníka: Bc. Lukáš Miček

4.2.1 Plánovaný predmet podnikania

Spoločnosť sa plánuje venovať organizovaniu detských škôl v prírode a lyžiarskych pobytov počas školského roku a letného a zimného tábora počas prázdnin. Okrem toho mimo tejto sezóny by chcela organizovať rôzne akcie, či už svadby, rodinné oslavy, stužkové, alebo firemné akcie, teambuildingy, športové dni pre firmy, organizovanie Mikuláša, Dňa detí a iné.

4.2.2 Miesto podnikania

Obec Stará Myjava je vzdialená 3 kilometre od Myjavy, položená v nádhernom prostredí Myjavskej pahorkatiny. Je to obľúbené miesto nielen Myjavčanov, ale i ostatných návštevníkov, ktorí zavítajú na "myjavské kopanice". Rekreačná oblasť Stará Myjava je malé rekreačné centrum kopaníc, v ktorom nájdete prakticky všetko. V srdci hôr je tu vybudované veľmi pekné oddychové centrum s ubytovacími i stravovacími možnosťami. Ubytovanie je tu možné buď na súkromí alebo na chatách, ktorých je tu veľmi veľa. Počas letnej sezóny ponúka táto lokalita kúpanie, športové možnosti - futbal, volejbal, plážový volejbal, stolný tenis, člnkovanie, možnosť rybolovu. V zimnej sezóne je tu návštevníkom k dispozícii lyžiarske stredisko Skiland s umelo zasnežovaným vlekom.

Naša spoločnosť pre organizáciu detských rekreácií a ostatných eventov plánuje využívať priestory Rekreačného zariadenia Stará Myjava, ktoré si bude prenajímať od jeho vlastníkov. Zariadenie disponuje:

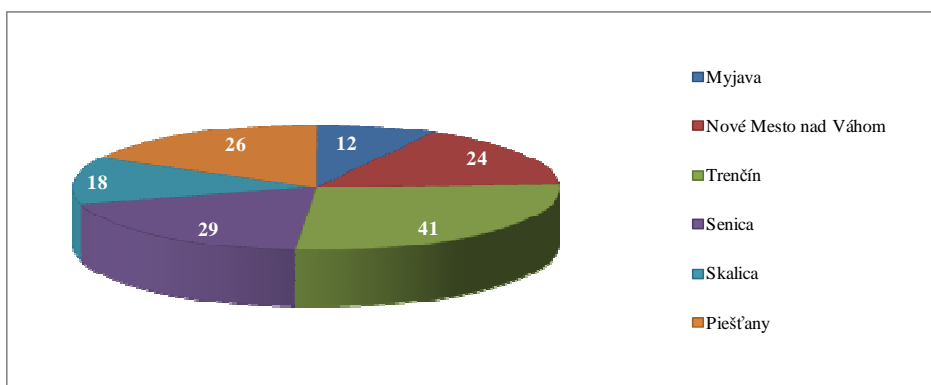
- hlavná budova – murovaná, kapacita 50 osôb
- 3 drevené chaty – kapacita 3 x 32 osôb
- v hlavnej budove kuchyňa + jedáleň, ktorá sa dá využiť aj ako spoločenská miestnosť,
- 3 učebne (možnosť využitia pre školy v prírode počas doobedňajšej výučby, prípadne pre firmy na organizáciu školení, teambuildingov, ...)
- 1 premietacia miestnosť – „kino“
- každá chata má svoju menšiu spoločenskú miestnosť
- v areáli rekreačného zariadenia sa nachádza futbalové ihrisko, antukové a pieskové ihrisko, bazén, 500 m od zariadenia je lyžiarsky svah s dvoma vlekmi, priehrada.

4.2.3 Identifikácia trhovej príležitosti

Pri analýze trhu sme zistili, že sa v okolí Myjavy nenachádza spoločnosť, ktorá by ponúkala podobné portfólio služieb. Preto by sme chceli túto medzeru na trhu využiť. Myslíme si, že čo sa týka táborov a škôl v prírode bude o ne záujem, pretože v dnešnej dobe je veľmi dôležité aby deti absolvovali podobný typ rekreácie.

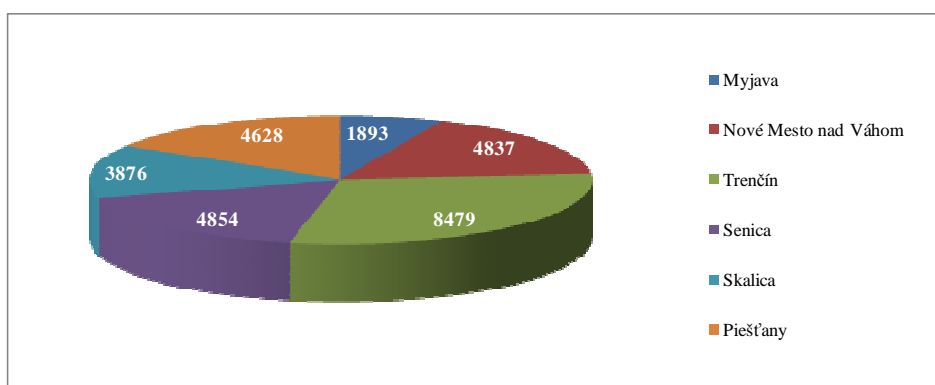
Školy v prírode

V bezprostrednom okolí rekreačného zariadenia (okresy Myjava, Nové Mesto nad Váhom, Trenčín, Senica, Skalica a Piešťany) sa nachádza dokopy 150 základných škôl, ktoré navštevuje 28 567 žiakov. Títo budú predstavovať hlavnú cieľovú skupinu pre prvý rok pôsobenia spoločnosti. Pri plánovaní škôl v prírode sa bude vychádzať z predpokladu, že sezóna bude od začiatku marca do konca júna a od začiatku septembra do konca novembra, čo je približne 29 týždňov. Na každom týždni sa môžu zúčastniť približne 3 až 4 triedy (120 detí, či už z jednej alebo viacerých škôl). Dokopy sa teda predpokladá účasť približne 3 480 detí.



Obrázok 5: Počet základných škôl

zdroj: www.hogofogo.sk/skoly



Obrázok 6: Počet žiakov základných škôl

zdroj: www.hogofogo.sk/skoly

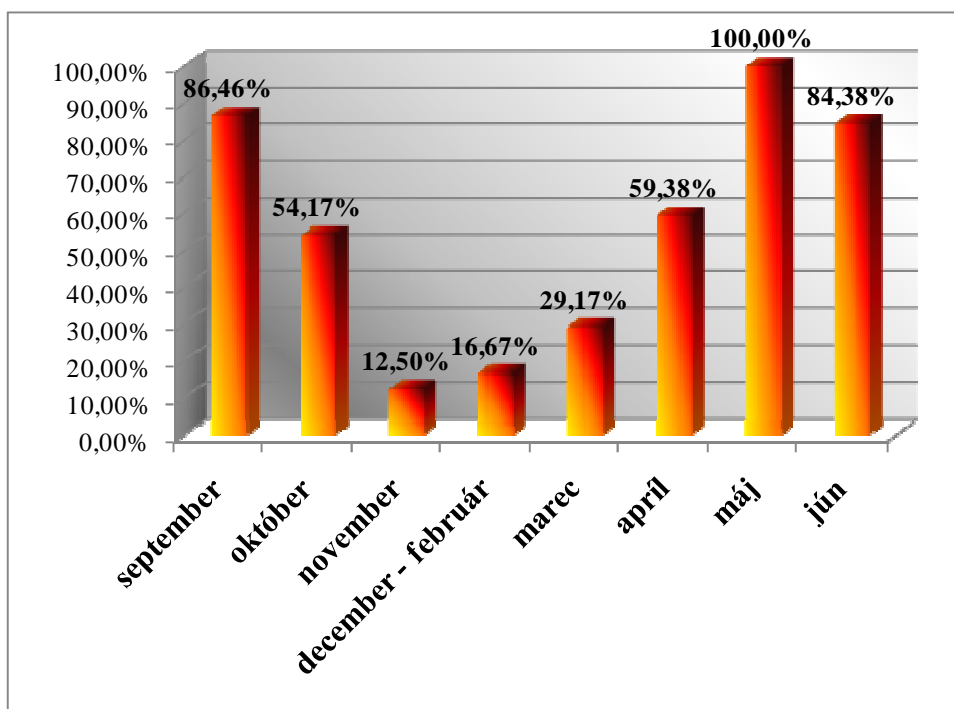
Záujem týchto škôl o našu alternatívnu školu v prírode sme zisťovali prostredníctvom dotazníka (viď príloha 1). Dotazník bol zaslaný do všetkých 150 základných škôl, vrátilo sa 107 vyplnených dotazníkov (návratnosť 71,33 %).

Na otázku, či základné školy chodievajú s deťmi do škôl v prírode, odpovedalo 96 škôl áno a zvyšných 11 nie. Z toho vyplýva, že až 89,72 % škôl chodievajú do škôl v prírode.

Z 96 základných škôl, ktoré chodievajú s deťmi do školy v prírode, 74 má skúsenosti s alternatívnou školou v prírode (kde škola zabezpečuje doobedňajšiu výučbu a pedagogický dozor a Funnytown zabezpečuje animačný program), čo je 77,08 %. Na otázku, či školy preferujú skôr tradičnú alebo alternatívnu školu v prírode, 87 sa vyjadrilo za tradičnú (90,63 %).

Na otázku, ktorý faktor najviac ovplyvňuje školy pri výbere školy v prírode, viac ako polovica odpovedala, že cena (51 opýtaných škôl, 53,13 %), 17 škôl uviedlo za najdôležitejší faktor program (17,71 %), 15 škôl udalo ubytovanie (15,63 %) a 13 škôl prostredie (13,54 %). ani jedna škola neuviedla ako najdôležitejší faktor stravu.

Mesiace, ktoré najviac vyhovujú školám pre pobyt v škole v prírode, možno vidieť v nasledujúcom grafe (Obrázok 7). Najpreferovanejším mesiacom je máj, určite je to ovplyvnené počasím a blížiacim sa koncom školského roka. Vysoko preferovanými sú tiež september a jún (86,46 % a 84,38 %). Najmenej preferovanými sú zimné mesiace november až február, kedy by školu v prírode (resp. lyžiarsky) absolvovalo len 12 či 16 škôl.



Obrázok 7: Preferencia mesiacov na pobyt v škole v prírode
zdroj: vlastné výpočty

Na otázku, aké aktivity alebo výlety by školy radi absolvovali v rámci programu školy v prírode, všetky by chceli navštíviť ranč s jazdou na koni. 94 škôl (97,92 %) by chcelo navštíviť neďalekú Mohylu M.R. Štefánika nachádzajúcu sa v Brezovej pod Bradlom, 90 škôl (93,75 %) by chcelo vidieť zrúcaninu Čachtického hradu a 86 škôl (89,58 %) by chcelo so svojimi deťmi absolvovať popoludnie na plavárni na Myjave. Len 37 škôl (38,54 %) by chcelo absolvovať výlet na zámok v Smoleniciach, hrad Červený kameň či jaskyňu Driny a len 28 škôl (29,17 %) by chcelo ísť na výlet na hrad Beckov pri Novom Meste nad Váhom. Predpokladáme, že tieto preferencie sú do značnej miery ovplyvnené vzdialenosťou jednotlivých turistických atrakcií.

Letný a zimný tábor

Pre naplnenie kapacít zimného tábora (jeden turnus počas jarných prázdnin) a letného tábora (štyri turnusy počas letných prázdnin) sa bude využívať propagácia počas škôl v prírode a takisto sa budú organizovať prezentácie priamo na základných školách. Spoločnosť predpokladá, že deťom – účastníkom škôl v prírode sa bude program Funnytown-u natoľko páčiť, že sa budú chcieť vrátiť aj do letného alebo zimného tábora.

Ostatné eventy

Po organizovaní spoločenských akcií je veľký dopyt zo strany rodín (svadby, rodinné oslavy, iné posedenia...), firiem (teambuilding, športové hry, výročné schôdze...), alebo stredných škôl, ktoré sa nachádzajú v okolí – v okrese Myjava sú to tri stredné školy (stužkové, stretávky...). Výhodou našej spoločnosti je, že vie zabezpečiť ubytovanie, catering, obsluhu, v prípade záujmu vie zabezpečiť aj sprievodný program podujatí (hudbu počas osláv, svadiieb, stužkových, rôzne hry pre deti, v prípade záujmu aj animátorov). Po dohode so záujemcami je možnosť zabezpečenia dopravy, a tiež možnosť zabezpečiť výlety do okolia (Mohyla M.R. Štefánika v Brezovej pod Bradlom, zrúcanina Čachtického hradu, Trenčiansky hrad, hrad Beckov, Holíčsky zámok, Smolenický zámok, jaskyňa Driny, hrad Červený kameň).

4.2.4 SWOT analýza spoločnosti

4.2.4.1 Silné stránky

- veľkosť rekreačného zariadenia (ubytovacie kapacity)
- dobrá vybavenosť exteriéru (volejbalové plážové ihriská, futbalové ihrisko, antukové ihrisko, trampolína, malý ranč pre kone...)
- skúsenosti v obore z práce v predchádzajúcom podniku – know how
- schopnosť flexibilne reagovať na dopyt
- dobré organizačné zabezpečenie
- spolupráca s VŠ v zabezpečovaní praxe pre študentov

4.2.2 Slabé stránky

- poloha a dopravná dostupnosť (zariadenie sa nachádza mimo cestných a železničných dopravných uzlov)
- staršie zariadenie, na ktorom nebola vykonaná rekonštrukcia a renovácia
- v zimnom období možnosť ubytovania len na hlavnej budove z dôvodu nedostatočného vykurovania chát
- dodávatelia a ich služby
- propagácia spoločnosti pre získavanie nových klientov

4.2.4.3 Príležitosti

- možnosť zahraničnej spolupráce
- rastúci záujem zo strany rodičov o pobytovú formu rekreácie pre deti
- slabšia konkurencia
- rozvíjajúci sa priemyselný park – príchod nových firiem ako potenciálnych zákazníkov spoločnosti

4.2.4.4 Ohrozenia

- v regióne sa nachádzajú ďalšie zariadenia, ktoré by mohli byť v budúcnosti využité inými spoločnosťami na poskytovanie služieb podobného charakteru
- neochota k spolupráci zo strany majiteľov rekreačného zariadenia
- nezáujem zo strany firiem o poskytované služby
- vplyv počasia

4.2.5 Ciele a stratégie spoločnosti

Účelom podnikania je zabezpečovanie zisku a jeho zvyšovania, spokojnosti detí, ktoré sa zúčastnia rekreácie v škole v prírode alebo v tábore a tiež ostatných klientov, ktorí budú využívať služby spoločnosti.

Cieľom spoločnosti bude v prvom roku dostať sa do povedomia klientov, získať si okruh základných škôl, ktoré by mali záujem pravidelne sa zúčastňovať škôl v prírode. Spoločnosť osloví v prvom rade základné školy z najbližšieho okolia, a to z okresov Myjava, Nové Mesto nad Váhom, Trenčín, Senica, Skalica a Piešťany. V nasledujúcich rokoch by chcela postupne oslovovať základné školy aj zo vzdialenejších okresov, prípadne rozšíriť svoj dosah na celé západné Slovensko.

Na dosiahnutie tohto cieľa bude spoločnosť organizovať rôzne prezentácie priamo na školách. Pôjde najmä o osobné stretnutia, aby mala spoločnosť priamu spätnú väzbu od oslovených škôl. Popri propagovaní spoločnosti a jej programu sa môžu organizovať aj rôzne sprievodné programy (športové súťaže, Mikuláš, Deň detí, atď.).

Ďalším cieľom bude naplniť kapacity štyroch letných turnusov v prvom roku aspoň na 70% (približne 85 detí), a tiež zorganizovať zimný tábor. Zorganizovať niekoľko kvalitných eventov aby sa na základe pozitívnych referencií z nich mohli uzatvárať nové kontrakty.

Na dosiahnutie týchto dvoch cieľov sa bude opäť robiť propagácia priamo počas škôl v prírode, a potom aj zasielaním informácií na školy, ktoré sa už zúčastnili ŠvP (je predpoklad, že spokojné deti zo ŠvP sa budú chcieť vrátiť aj do tábora). Na získavanie klientov pre organizovanie ostatných eventov bude spoločnosť oslovovať prostredníctvom inzercie v miestnych inzertných novinách, regionálnych webových portáloch, roznášaním letákov, a tiež priamym oslovovaním rodičov zúčastnených detí.

V ďalších rokoch sa spoločnosť bude zameriavať na udržanie si postavenia na trhu, prípadne postupne rozširovať okruh klientov. V budúcnosti by bola možnosť získať ďalšie podobné zariadenie do prenájmu a rozšíriť tak svoje pôsobenie aj do iného regiónu na Slovensku.

4.2.6 Marketingový mix

4.2.6.1 Výrobok (služba)

Firma sa zameriava na organizáciu detskej rekreácie, škôl v prírode, školských lyžiarskych výcvikov, zábavných akcií a programov pre deti, firmy (MDD, Mikuláš,

firemné dni a pod.) a tiež organizovaním rôznych spoločenských akcií (svadby, rodinné oslavy, stužkové, ...).

- tábor (letný alebo zimný) predstavuje možnosť pre rodičov na 10 dní si „oddýchnuť“ od svojich detí, pre deti predstavuje dôležitú formu rekreácie, spoznávajú nových kamarátov a majú možnosť naučiť sa hravou formou niečo nové o Európskej únii (ústredná téma táborov a škôl v prírode), väčšinu dňa (ak to počasie dovoľí) trávia v prírode, športujú, súťažia, to dnešným deťom veľmi chýba. Počas zimného tábora je denný program obohatený o lyžovanie v neďalekom lyžiarskom stredisku. Cieľovou skupinou sú deti vo veku od 6 do 15 rokov.
- škola v prírode: jarná časť marec až jún, jesenná časť september až október (podľa záujmu), ide o alternatívnu formu školy v prírode, navštevujú ju triedy základných škôl spolu so svojimi pedagógmi počas školského roka, je to 5-dňový pobyt, počas ktorého prebieha v doobedňajších hodinách klasická výučba, ktorá je upravená podmienkam pobytu v prírode, čiže je zameraná viac prírodovedným smerom, poobede prebieha animačný program Funnytown-u, sú to rôzne súťaže, hry, tvorivé dielne a pod.
- lyžiarsky výcvik: školy môžu absolvovať lyžiarsky výcvik v rekreačnom zariadení Starej Myjavy, či už si vyberú alternatívu spojenú s animačným programom Funnytown-u alebo bez
- stužkové slávnosti: na Myjave alebo v blízkom okolí je niekoľko stredných škôl, ktoré by mohli mať záujem zorganizovať „stužkovú“ v priestoroch rekreačného zariadenia Stará Myjava. Okrem priestorov na slávnostnú večeru a program je možnosť prenocovania. Spoločnosť vie zabezpečiť večeru, obsluhu, prípadne aj program podľa želania. To isté platí aj pre organizovanie svadiieb či iných rodinných stretnutí.
- rôzne firemné akcie: spoločnosť zabezpečí konferenčné priestory, k dispozícii je premietacia miestnosť, v prípade dlhších akcií zabezpečí občerstvenie alebo obed/večeru, tiež je možnosť ubytovania sa pri viacdňových akciách s možnosťou plnej penzie. Zaujímavosťou je možnosť zorganizovania športových hier pre zamestnancov nejakej spoločnosti a ich rodinných príslušníkov pri rôznych príležitostiach, ako

je Deň detí, Mikuláš, prípadne výročie založenia firmy... Naša spoločnosť vie zabezpečiť pri takýchto akciách celodenný program spolu s občerstvením.

4.2.6.2 Cena

Cena za ponúkané služby je primeraná ponúkanej kvalite, samozrejme s prihliadnutím na cenovú hladinu konkurencie v danom odbore, zámerom firmy je dostupnosť služby čo najširšiemu okruhu potencionálnych zákazníkov, v prípade zákazníkov pochádzajúcich zo sociálne slabšieho prostredia, firma vie ponúknuť cenové zvýhodnenie.

4.2.6.3 Propagácia

Propagácia sa bude opierať o štandardné nástroje – pravidelne aktualizovaná web stránka, reklama na sociálnej sieti Facebook a na regionálnych webových stránkach, informačné prospekty, ktoré budeme rozosielať školám a firmám, inzercia v miestnych a regionálnych novinách, návšteva škôl a prezentácia programov, plagáty rozmiestnené na základných a stredných školách, využívanie zľavových portálov na prezentovanie a distribúciu našich produktov. Počítame aj s „ústnou reklamou,, prostredníctvom dobrých referencií (ak sa dieťa zúčastnilo školy v prírode a bolo spokojné, je možné, že sa bude chcieť zúčastniť aj letného alebo zimného tábora, tiež rodičia detí prostredníctvom pozitívnych ich dojmov môžu vyhľadávať služby spoločnosti na zorganizovanie rodinných udalostí, príp. firemných aktivít, stretnutí).

4.2.6.4 Distribúcia

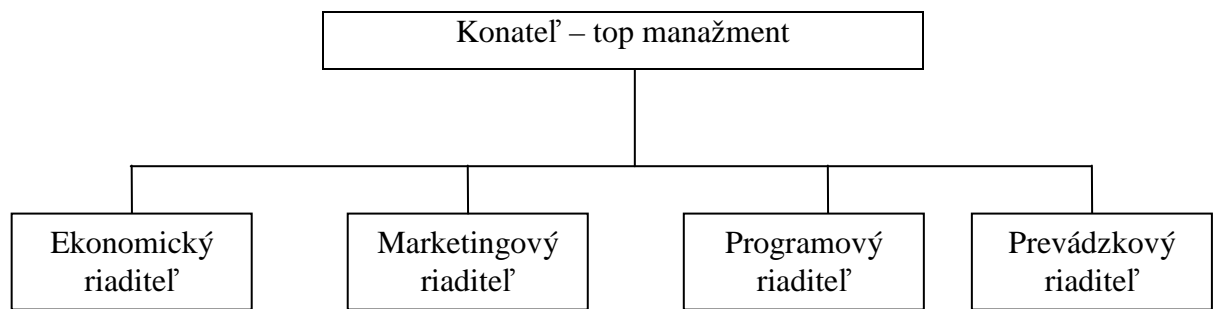
Základným distribučným kanálom bude internet. Budeme mať vlastnú webovú stránku, ktorá bude informovať o kompletnej ponuke našich služieb a bude umožňovať on-line rezerváciu. Okrem toho budeme aktívne oslovovať zástupcov škôl s našou ponukou pre školy, kontaktovať personálne oddelenia firiem s ponukou teambuildingových aktivít a možnosťami školenia. Oslovíme aj zľavové portály na

distribúciu produktov s výhodnejšími cenami, keďže sú tieto čoraz častejšie využívané zo strany zákazníkov.

4.2.7 Konkurencia

- Tralaland: ponuka letných táborov s tematikou 1. detskej prázdninovej republiky, atrakcie: lanové centrum, ranč pre kone, zábavné centrum, športoviská s umelým povrchom a osvetlením pre tenis, volejbal, futbal a hádzanú, 3 prízemné murované budovy na ubytovanie, bunky sú po tri izby, každá bunka má svoje sociálne zariadenie, 3 veľké zruby typu Liptov, priamo v areáli sa nachádzajú rôzne ihriská, potok, ktorý sa priamo v areáli vlieva do jazera (člnkovanie, vodné bicyklovanie, rybolov, kúpanie), plavecký bazén, amfiteáter, kino, malá ZOO, ...
- Bombovo: ponuka letných táborov a prázdninových kurzov s rôznou tematikou, zimných táborov, táborov v zahraničí, školy v prírode, lyžiarske a snowboardové kurzy, školské výlety, detské animačné a zábavné programy pre firmy, víkendové pobyty pre rodiny
- Tramtária: ponuka letných táborov s tematikou detského kráľovstva, školy v prírode, atrakcie: vysoká horolezecká stena, horské bicykle, športové luky a terče, veľkoplošné netradičné hry (šachovnica, človeče, kolky, chodúle, kriket)
- Cevarm: ponuka silvestrovských zimných táborov, jarných táborov na lyžiach, letných táborov na Slovensku a v zahraničí, jazykové tábory v Rakúsku, školy v prírode, školské výlety, akcie pre deti, firemné dni
- CK Slniečko: ponuka lyžiarskych zájazdov počas zimných a jarných mesiacov, v lete detské rekreácie, počas školského roka organizovanie škôl v prírode
- Fantázia: ponuka škôl v prírode, letných táborov a rôznych podujatí pre deti
- Duchonka Land: ponúka vybavené priestory pre školenia a kurzy, svadobné priestory a sály, firemné hry a teambuilding, v mesiacoch júl a august realizuje letný detský tábor, areál má vhodné športoviská a priestory aj pre školy v prírode, tím Duchonka Landu realizuje firemné hry, svadby, školy v prírode a tábory pre deti

4.2.8 Návrh organizačnej štruktúry



Konateľ – Top manažment bude zabezpečovať komunikáciu s odberateľmi služieb (školy – ŠvP, rodičia – tábory, firmy – eventy, ostatní – svadby, stužkové...)

Ekonomický riaditeľ bude mať vo svojej réžii administratívny a ekonomický chod spoločnosti, bude viesť podvojné a mzdové účtovníctvo, bude vytvárať finančno-ekonomické analýzy na základe účtovných výkazov a pripravovať účtovné závierky pre potreby daňového priznania. Požiadavky na túto pozíciu: vysokoškolské vzdelanie v obore, prax 3 roky.

Marketingový riaditeľ bude mať v náplni práce propagáciu spoločnosti, a tiež získavanie sponzorov. Požiadavky na túto pozíciu: vysokoškolské vzdelanie v obore, prax 1 rok, vodičsky preukaz skupiny B, znalosť anglického jazyka.

Programový riaditeľ bude zabezpečovať výber animátorov pre školy v prírode a tábory, školiť ich, koordinovať počas turnusov a na záver ich hodnotiť. Tiež bude mať na starosti tvorbu animačného programu, nielen počas ŠvP a táborov, ale aj pri ostatných akciách na požiadanie klientov. Požiadavky na túto pozíciu: komunikatívnosť, kreativnosť, organizačné schopnosti, pozitívny vzťah k deťom, znalosť anglického jazyka, predchádzajúca prax v obore výhodou.

Prevádzkový riaditeľ bude mať na starosti všetky činnosti súvisiace so zabezpečením chodu zariadenia – objednávanie potravín pre kuchyňu, komunikácia s dodávateľmi (elektrina, voda, plyn). Tiež bude koordinovať zamestnancov (kuchárov, upratovačky, údržbárov). Požiadavky na túto pozíciu: stredoškolské vzdelanie v obore, prax s prevádzkou podobného zariadenia.

Animátori - túto činnosť dobrovoľne zabezpečujú študenti vysokých škôl prevažne pedagogického zamerania (spoločnosť spolupracuje s Univerzitou Konštantína Filozofa v Nitre a Prešovskou univerzitou v Prešove), účasť na detskom tábore a škole v prírode majú započítanú ako absolvovanie pedagogickej praxe, každý animátor má preplatené ubytovanie, stravu, cestovné a odmenu.

Ostatní zamestnanci:

- dvaja kuchári, majú na starosti chod kuchyne, vytváranie jedálnych lístkov, budú zamestnaní na TPP, striedať sa budú turnusovo (po týždni)
- tri upratovačky, okrem čistiacich a upratovacích prác budú zároveň pomocná sila v kuchyni, budú zamestnané na TPP
- hlavný údržbár s pomocníkom, náplňou ich práce bude dozeráť na funkčnosť zariadenia, hlavný údržbár bude zamestnaný na TPP, pomocný údržbár na VPP (20 hodín týždenne počas sezóny)

4.2.9 Finančný plán

Spoločnosť si plánuje na rozbehnutie podnikania vziať úver od banky vo výške 300 000,- € na 10 rokov pri predpokladanej úrokovej sadzbe 7,9 % p.a.. V nasledujúcej tabuľke (Tabuľka 2) je navrhnutý splátkový kalendár. Jednotlivé veličiny boli vypočítané podľa nasledovných vzorcov.

$$\text{úmorovateľ} = \frac{(1+i)^n - 1}{i(1+i)^n} = \frac{(1+0,079)^{10} - 1}{0,079(1+0,079)^{10}} = 6,7405$$

$$\text{splátka} = \frac{\text{úver}}{\text{úmorovateľ}} = \frac{300000}{6,7405} = 44507,40$$

$$\text{úrok}_{1.\text{rok}} = \text{ZSúveru}_{1.\text{rok}} * i = 300000,00 * 0,079 = 23700,00$$

$$\text{istina}_{1.\text{rok}} = \text{splátka} - \text{úrok}_{1.\text{rok}} = 44507,40 - 23700,00 = 20807,40$$

$$\text{KSúveru}_{1.\text{rok}} = \text{ZSúveru}_{1.\text{rok}} - \text{istina} = 300000,00 - 20807,40 = 279192,60$$

$$\text{úrok}_{2.\text{rok}} = \text{ZSúveru}_{2.\text{rok}} * i = 279192,60 * 0,079 = 22451,18$$

$$\text{istina}_{2.\text{rok}} = \text{splátka} - \text{úrok}_{2.\text{rok}} = 44507,40 - 22451,18 = 22056,22$$

$$\text{KSúveru}_{2.\text{rok}} = \text{ZSúveru}_{2.\text{rok}} - \text{istina} = 279192,60 - 22056,22 = 257136,38$$

Tabuľka 2: Splátkový kalendár

rok	začiatkový stav úveru	splátka	úrok	istina	konečný stav úveru
1	300 000,00 €	44 507,40 €	23 700,00 €	20 807,40 €	279 992,60 €
2	279 192,60 €	44 507,40 €	22 056,22 €	22 451,18 €	256 635,42 €
3	256 741,42 €	44 507,40 €	20 282,57 €	24 224,82 €	232 236,60 €
4	232 516,60 €	44 507,40 €	18 368,81 €	26 138,59 €	206 738,01 €
5	206 378,01 €	44 507,40 €	16 303,86 €	28 203,53 €	178 371,48 €
6	178 174,48 €	44 507,40 €	14 075,78 €	30 431,61 €	147 742,87 €
7	147 742,87 €	44 507,40 €	11 671,69 €	32 835,71 €	114 907,16 €
8	114 907,16 €	44 507,40 €	9 077,67 €	35 429,73 €	79 477,43 €
9	79 477,43 €	44 507,40 €	6 278,72 €	38 228,68 €	41 248,75 €
10	41 248,75 €	44 507,40 €	3 258,65 €	41 248,75 €	0,00 €

zdroj: vlastné výpočty

Pri plánovaní ďalších nákladov bude spoločnosť vychádzať z nasledovnej tabuľky (Tabuľka 3). Obsadenosť zariadenia je naplánovaná na 75 % v prvom roku pôsobenia firmy (18 556 osobodní v období od začiatku septembra 2011 do konca augusta 2012).

Tabuľka 3: Plánované náklady na prvý rok pôsobenia spoločnosti

nákladová položka	jednotka	mesačné náklady	ročné náklady
prenájom zariadenia	4 000,- €/mesiac	4 000,- €	48 000,00 €
mzda ekon. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda market. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda progr. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda prev. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda dvom kuchárom	400,- €/mesiac	800,- €	9 600,00 €
mzda trom upratovačkám	400,- €/mesiac	1 200,- €	14 400,00 €
mzda hlavnému údržbárovi	400,- €/mesiac	400,- €	4 800,00 €
mzda pomocnému údržbárovi	3,30 €/hodina	264,- €	2 420,00 €
ostatné náklady		2 000,- €	24 000,00 €
ubytovanie/strava	6,- €/osobodň		111 336,00 €
daň obci za ubytovanie	0,33 €/osobodň		6 123,48 €
odmeny 10 animátorom za 3 eventy	20,- €/animátor, event		600,00 €
catering na 3 eventy pre 100 osôb	6,- €/osoba		1 500,00 €
splátka istiny úveru			20 807,40 €
SPOLU			272 408,88 €

zdroj: vlastné výpočty

Pri plánovaní výnosov bude spoločnosť vychádzať z nasledovnej tabuľky (Tabuľka 4).

Tabuľka 4: Plánované výnosy za prvý rok pôsobenia spoločnosti

výnosová položka	jednotka	ročné výnosy
ubytovanie/strava (deti, učitelia)	13,- €/osobodň	202 085,00 €
program	7,- €/osobodň	108 815,00 €
3 eventy		9 000,00 €
SPOLU		319 900,00 €

zdroj: vlastné výpočty

Z týchto výpočtov vyplýva, že spoločnosť by v prvom roku pôsobenia mala dosiahnuť zisk 54 391,12 €.

Pri plnej obsadenosti zariadenia (24 356 osobodní v tom istom období) sme vypočítali, že celkové náklady by boli vo výške 311 552,88 €, celkové výnosy by predstavovali 435 900,00 €, a teda zisk za rok pôsobenia by bol 124 347,12 €.

Z ďalších výpočtov sme zistili, že pri počte 13 063 osobodní (takmer 54 %-ná obsadenosť kapacity rekreačného zariadenia), by bol ročný zisk takmer nulový. Pri nižšej obsadenosti by sa spoločnosť už dostávala do straty.

4.3 Využitie rozvojového potenciálu spoločnosti v danom regióne

Založením spoločnosti Funnytown s.r.o. sa otvárajú pre myjavský región nové možnosti. Tento región je zameraný hlavne na priemysel a poľnohospodárstvo a je významným kultúrnym a spoločenským centrom. Cestovný ruch tu nie je až tak rozvinutý, a preto sa tu vytvára priestor pre našu spoločnosť, ktorá sa tu rozhodla realizovať svoju činnosť. Po prieskume situácie v regióne a jeho možnostiach sme dospeli k záverom, ako by tu mohla spoločnosť využiť svoj rozvojový potenciál.

4.3.1 Prísun finančných prostriedkov do rozpočtu obce

Spoločnosť Funnytown s.r.o. sa rozhodla realizovať svoju činnosť práve v tomto regióne z dôvodu prírodných daností a veľkých možností regiónu. Po veľkom prieskume všetkých zariadení v blízkom a širokom okolí sme si vybrali práve rekreačné zariadenie, ktoré sa nachádza na Starej Myjave a spísali dohodu o spolupráci s obcou, ktorá toto zariadenie vlastní.

Rekreačné zariadenie Stará Myjava si prenajmeme od obce, ktorej budeme platiť prenájom za priestory. Získané finančné prostriedky môže obec využiť na chod obce alebo zlepšovanie infraštruktúry alebo iných potrebných služieb. Obec získa výhodu aj tým, že budeme spravovať zariadenie a v budúcnosti plánujeme jeho rekonštrukciu a možné odkúpenie od obce.

Ďalej bude obec získavať finančné prostriedky z daní, ktoré bude naša spoločnosť platiť. Daň z ubytovania bude obec získavať za každého turistu alebo dieťa, ktoré bude ubytované v našom zariadení. S obcou sme sa dohodli na sume 0,33 eur/osoba. Predpokladané príjmy do rozpočtu obce za výber daní:

Kapacita zariadenia je 146 osôb. Školy v prírode a detské tábory počítame s kapacitou 130 detí a zvyšné miesta budú pre učiteľov a animátorov. V prvom roku fungovania spoločnosti ešte nerátame s úplnou naplnenosťou zariadenia, čo možno vidieť v nasledujúcej tabuľke (Tabuľka 5). Predpokladaná suma daní z ubytovania bude 6 123,48 € počas škôl v prírode a letného tábora. Táto suma sa ešte navýši po organizovaní ostatných akcií (svadby, teambuildingy, športové akcie pre deti/firmy...). Do budúcnosti spoločnosť plánuje zaplniť zariadenie na 100 %, takže tiež sa bude táto suma dane zvyšovať.

Tabuľka 5: Výpočet sumy daní z ubytovania

Obdobie	Predpokladaná kapacita	Výpočet dane	Daň na úhradu
september	60 osôb x 4 týždne x 5 nocí	1200 x 0,33	396,00 €
október	60 osôb x 4 týždne x 5 nocí	1200 x 0,33	396,00 €
november	50 osôb x 3 týždne x 5 nocí	750 x 0,33	247,50 €
december - február	30 osôb x 5 týždňov x 5 nocí	750 x 0,33	247,50 €
marec	80 osôb x 5 týždňov x 5 nocí	2000 x 0,33	660,00 €
apríl	110 osôb x 4 týždne x 5 nocí	2200 x 0,33	726,00 €
máj	130 osôb x 5 týždňov x 5 nocí	3250 x 0,33	1 072,50 €
jún	130 osôb x 3 týždne x 5 nocí	1950 x 0,33	643,50 €
júl - august	146 osôb x 4 turnusy x 9 nocí	5256 x 0,33	1 734,48 €
SPOLU			6 123,48 €

zdroj: vlastné výpočty

Možným odkúpením rekreačného zariadenia od obce, by do jej rozpočtu prišiel výrazný finančný balík, ktorý by táto mohla využiť na svoje potreby.

4.3.2 Zvýšenie povedomia o regióne

Myjavský región je situovaný na západe Slovenskej republiky medzi Trenčínom a Bratislavou. Toto územie nie je moc zviditeľnené z dôvodu slabej propagácie a nedostatočným poskytovaním služieb. Založením a zapracovaním našej spoločnosti by sme chceli zvýšiť toto povedomie o regióne a to hlavne prostredníctvom detských táborov, organizovaním rôznych letných atrakcií pre deti a firmy, spoločenských udalostí a zimných pobytov.

Organizovaním týchto akcií počítame s prísunom nielen občanov z regiónu ale aj turistov. Región by sa mal dostať do povedomia ľudí tým, že sem budú opakovane chodiť na rekreácie pre deti ale aj na rôzne spoločenské udalosti a akcie pre firmy a ďalej odporúčať naše služby vo svojom okolí.

V budúcnosti by sme chceli vyčistiť vodnú nádrž, ktorá sa nachádza v blízkosti rekreačného zariadenia. Tým by vzniklo prírodné kúpalisko s možnosťou odrekreovania návštevníkov z blízkeho okolia. Tiež vzniká možnosť pre malých a stredných podnikateľov otvoriť si v blízkosti priehrady menšie prevádzky na občerstvenie.

4.3.3 Zvýšenie cestovného ruchu v regióne

Cestovný ruch v regióne je na veľmi slabej úrovni, a to hlavne z dôvodu slabej propagácie regiónu a nedostatočnými službami pre turistov a zákazníkov. Sú tu vytvorené dobré podmienky, ktoré sú dané v prvom rade prírodným prostredím krajiny a veľkým množstvom ubytovacích a stravovacích zariadení, ktoré sú prevažne v súkromnom vlastníctve obyvateľov.

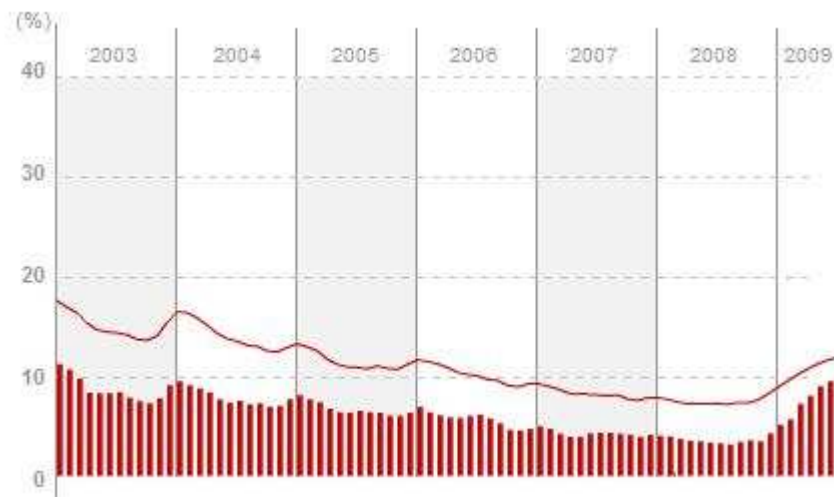
Organizovaním detských táborov, letných hier, zimných táborov, športových atrakcií pre rodiny a firmy, sem bude prichádzať veľké množstvo turistov, pre ktoré kapacity nášho zariadenia nebudú stačiť. Tu sa otvára priestor pre súkromné osoby, živnostníkov alebo malých a stredných podnikateľov, ktorí vlastnia chatky a podobné priestory na ubytovanie, ktoré môžu ponúkať turistom.

V neposlednom rade je myjavský región známy svojimi kultúrnymi a spoločenskými podujatiami, na ktorých budeme s obcou spolupracovať a pomáhať realizovať viac akcií podobného charakteru. Tu je možnosť pre domácich obyvateľov prezentovať svoje remeselné zručnosti, (ako sú košíkari, drotári, tkáči, krajčíri a pod.) a ponúkať ich produkty na predaj.

4.3.4 Zamestnanosť

Celkovo v myjavskom regióne bola v roku 2007 miera nezamestnanosti nízka (4,69 %), ale v dôsledku finančnej krízy viaceré podniky začali prepúšťať alebo úplne skrachovali. Tým sa miera nezamestnanosti vyšplhala v júli roku 2009 až na 10,38 %.

Rozvojom spoločnosti Funnytown s.r.o. sa predpokladá zvýšenie rozvoja cestovného ruchu a prísun nových turistov. Otvára sa priestor pre obyvateľov začať podnikáť a poskytovať služby v oblasti cestovného ruchu alebo poskytovaním rôznych služieb. Využívaním týchto služieb od turistov prichádzajú do regiónu finančné zdroje, čo ovplyvňuje príjmy domácnosti a kúpyschopnosť obyvateľov. Zlepšením infraštruktúry poskytovaných služieb sa vytvárajú dobré predpoklady pre príchod nových investorov do regiónu. Ich príchod by mal pozitívne ovplyvniť mladých ľudí, ktorých to bude nútiť zlepšovať svoje vzdelanie v dôsledku lepšieho uplatnenia sa na trhu práce. Celkovo sa zvýši vzdelanostná úroveň regiónu, a tým aj jeho schopnosť vytvárať dobrý ľudský potenciál pre nových investorov.



Obrázok 8: Miera nezamestnanosti v myjavskom regióne
zdroj: Ústredia práce, sociálnych vecí a rodiny 31.7. 2009

4.3.5 Spolupráca s obcou

Obec Myjava je známa organizovaním rôznych kultúrnych a športových podujatí. Spoločnosť Funnytown, s.r.o. by chcela s obcou spolupracovať na organizovaní týchto akcií, či už zabezpečí sprievodný program pre deti, rôzne hry, súťaže, alebo poskytne materiálne zabezpečenie (trampolíny, športový materiál, aparatúra). Taktiež by mohla zorganizovať celé podujatie pod záštitou obce.

Jedným z projektov, ktoré by chcela spoločnosť organizovať v spolupráci s obcou sú letné športové hry pre deti a ich rodičov. Toto podujatie potrvá od piatku do nedele kedy sa bude končiť a odchádzať domov. Počas tohto víkendu budú prebiehať rôzne súťaže a hry, ktoré budú rozdelené pre rôzne vekové kategórie detí a ich rodičov. Všetci návštevníci môžu využívať sprievodné atrakcie, ktoré sú k dispozícii po celé dni ako sú jazda na koňoch, trampolíny, výlety do prírody a rôzne kultúrne pamiatky. Vyvrcholením týchto dní bude záverečné vyhodnotenie výsledkov a udeľovanie cien, ktoré bude prebiehať na diskotéke a zavŕši to veľkým ohňostrojom.

Ďalším projektom by bolo zorganizovanie letného alebo jesenného hudobného festivalu. Okrem tradičného vystúpenia hudobných skupín by bol zorganizovaný sprievodný program a prezentácia tradičných remesiel od myjavských obyvateľov, kde by mohli ponúkať a predávať svoje výrobky a služby.

5 ZÁVER

Rozvoj každého regiónu závisí od množstva podnikateľských subjektov, ich veľkosti a obore podnikania. Existenciou podnikov v regióne sa vytvárajú podmienky na zlepšenie technickej infraštruktúry, zvýšeným množstvom poskytovaných služieb týmito podnikmi a hlavne prísun finančných prostriedkov do regiónu čo má zásadný vplyv na jeho ďalší rozvoj a príchod nových obyvateľov.

Cieľom diplomovej práce bolo zozbierať a spracovať informácie o Myjavskom regióne, založiť v ňom podnikateľský subjekt a poukázať na využitie jeho rozvojového potenciálu vo vybranom regióne.

V prvej časti práce bol analyzovaný Myjavský región, ktorý pozostával z obcí Myjava, Stará Myjava a ich prímestských častí. Pri analýze vekovej štruktúry obyvateľstva sme zistili, že vývoj nie je priaznivý, pretože v rámci regiónu žije viac ľudí v poproduktívnom veku ako v predproduktívnom čo značí že obyvateľstvo starne a je málo nastupujúcich ľudí do produktívneho veku.

Pri nezamestnanosti sme prišli k záverom že v posledných 10 rokoch miera nezamestnanosti stále klesala až na úroveň okolo 4 %, ktorú dosiahla ku koncu roku 2006. V ďalších rokoch však nezamestnanosť stúpala dôsledkom vzniku krízy a v roku 2009 dosiahla úroveň až 10,38 %.

Analýzou hospodárstva sme zistili, že v regióne bola vybudovaná priemyselná zóna a neskôr sa tam vybuďoval priemyselný park s viac ako 40 podnikmi. Pri prieskume zamestnanosti podľa odvetví sme prišli k záverom, že najviac obyvateľov je zamestnaných v terciálnom sektore, potom v sekundárnom a na poslednom mieste je primárny sektor.

Čo sa týka cestovného ruchu, tak región má dobré predpoklady na jeho rozvoj vďaka dobrým prírodným podmienkam. Nachádzajú sa tu v okolí dve väčšie zariadenia, ktoré ponúkajú ubytovacie a stravovacie služby. Ďalej je tu veľké množstvo rekreačných chat umiestnených v peknom prostredí, ktoré sú v súkromnom vlastníctve.

Ďalej sme rozobrali technickú a sociálnu infraštruktúru, ktorých stav nie postačujúci. Kanalizácia a plyn je vybudovaný iba v obci Myjava a v ostatných územiach chýba. Úroveň poskytovaných služieb je tiež na nízkej úrovni čo môže mať negatívny vplyv na prilákanie turistov do územia. Na konci tejto časti je vypracovaná SWOT analýza regiónu.

V druhej časti práce je založený podnikateľský subjekt, ktorý má predmet činnosti organizovanie škôl v prírode, detských letných a zimných táborov a rôzne akcie pre firmy. V tejto časti je opísané miesto podnikania, identifikácia trhovej príležitosti prostredníctvom zaslaných dotazníkov do základných škôl o aké aktivity a ktoré mesiace by mali záujem. Ďalej sme vypracovali SWOT analýzu na podnik a definovali ciele a stratégie spoločnosti, vypracovali marketingový mix a návrh organizačnej štruktúry spoločnosti. Vypracovaním finančného plánu sme prišli k záveru, že je potrebné si zobrať úver v hodnote 300 000,- € na 10 rokov. Z výpočtov nám vyplynulo, že spoločnosť by v prvom roku pôsobenia mala dosiahnuť zisk 54 391,12,- €.

V poslednej časti práce sme skúmali využitie rozvojového potenciálu spoločnosti na vybraný región. Po vypracovaní finančného plánu a analyzovaní predpokladov nám vyšlo, že spoločnosť bude pozitívne vplyvať na región a to z viacerých dôvodov. V prvom rade to bude prísunom finančných prostriedkov do rozpočtu prostredníctvom platenia prenájmu obci a platenia daní za ubytovanie rekreantov. Suma, ktorú budeme ročne platiť obci je 6 123,48,- € za daň za ubytovanie a 48 000,- € za prenájom.

Za druhé sa zvýši povedomie o regióne prostredníctvom organizovania všetkých ponúkaných služieb a príchodom turistov do regiónu. Toto nadväzuje aj na zvýšenie cestovného ruchu. Zvýšeným počtom turistov sa vytvára možnosť využitia ubytovania na súkromných chatách alebo stravovacích zariadení, z ktorých budú mať prospech obyvatelia. Príchodom turistov by sa mala zlepšiť aj kvalita ponúkaných služieb a zlepšená infraštruktúra. Tu plánujeme vyčistiť vodnú nádrž a urobiť v budúcnosti prírodné kúpalisko, čo tiež pozitívne ovplyvní povedomie o regióne.

V neposlednom rade sme zistili veľký vplyv na zamestnanosť. Spoločnosť vytvorí pracovné miesta obyvateľom ale hlavne príchodom turistov na rekreácie vytvorí možnosť súkromným podnikateľom alebo osobám ovládajúcim remeslá ponúkať svoje služby a predávať výrobky na rôznych akciách, ktoré bude naša spoločnosť organizovať. V závere sa naskytuje aj spolupráce s regiónom pri organizovaní kultúrno-spoločenských podujatí a prezentovaním regiónu ako celku.

Dosiahnuté výsledky nám ukázali, že vznik nových podnikov má výrazný vplyv na regióny Slovenska. Preto by mal štát vytvárať dobré podmienky a podporovať malých a stredných podnikateľov v ich zakladaní prostredníctvom štátnych príspevkov a vytváraním pomocných centier na získanie informácií pre začínajúcich podnikateľov.

6 PREHĽAD POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BARROW, C.: *Základy drobného podnikání*. Praha Grada, 1996. s. 200. ISBN 80-7169-232-8
2. BECK, J.: *Modely regionální dynamiky a jejich perspektíva*. Cheb. Zborník z konferencie Regio, 2001. ISBN 807082-791-2
3. BELAJOVÁ A., FÁZIKOVÁ M.: *Regionálna ekonomika*. Vydavateľstvo SPU, Nitra 2005. s. 254. ISBN 80-069-513-X
4. BEZÁK, A. – VIŠŇOVSKÝ, J. – GOZORA, V.: *Riadenie podnikov*. Nitra, SPU, 1993. s. 233. ISBN 80-7137-083-5
5. BIELIK, P.: *Ekonomika podnikov*. Nitra, SPU 2003. s. 159. ISBN 80-7137-361-3
6. BIELIK, P. – BANDLEROVÁ, A. – BELICA, M. a kol.: *Podnikovo-hospodárska teória agrokomplexu*. Nitra VŠP, 1998. s. 159,177. ISBN 80-7137-529-2
7. BUČEK, M.: *Priestorová ekonomika*. Bratislava, Edičné stredisko Ekonomickej univerzity v Bratislave, 1992. ISBN 80-225-0406-8
8. ČUNDERLÍK, D.: *Lexikón podnikania a manažmentu*. Bratislava, 1996. s. 28, 195, 197, 199. ISBN 80-225-0595-1
9. GOZORA, V.: *Podnikový manažment*. Nitra SPU, 2000, s.190, ISBN 80-7137-690-6
10. GOZORA, V.: *Funkcia malých a stredných podnikov pri vstupe slovenskej republiky do Európskej únie*. In.: Rozvoj malého a stredného podnikania v rámci krajín CEFTA, Zborník príspevkov zo spoločenskej vedeckej konferencie. Lipovce, 1993. s. 5.
11. GRUNWALD, R. – TEMER, T. – HOLEČKOVÁ, J.: *Finanční analýza a plánování*. Nad zlato Praha 1992. s. 110.
12. IVANIČKOVÁ, A.: *Hodnotenie úrovně regionálneho rozvoja Slovenska*. In.: Ekonomický časopis. Ročník 6, číslo 3.
13. JASSINGER, A.: *Podnik v trhovom hospodárstve, jeho management a správanie sa v krízovej situácii*. Nitra, 1995. s. 25, 54, 66, 67, 69. ISBN 80-7139-027-5
14. KASSAY, : *Moderné riadenie*. Bratislava, 1/1998. s.38.
15. KOČNER, M. a kol.: *Jednoduché účtovníctvo*. Senica, 2003. s. 224. ISBN 80-969056-0-0

16. Kolektív - finančný poradca podnikateľa 1/1996: *Informačné centrum podnikateľov*. Žilina.
17. KOŠČO, T. – ŠEBO, A.: *Financie a mena*. Nitra VŠP, 1996. s. 78. ISBN 80-7137-281-1
18. KUDLÁČ, V.: *Ekonomika poľnohospodárstva 2*. Bratislava, Proxima Press, 1998. s. 132.
19. KUPKOVIČ, M. a kol.: *Podnikové hospodárstvo*, Bratislava, 2001. s. 343. ISBN 80-88848-77-6
20. MARKOVÁ, V. – LONGAUEROVÁ, A. – ŠULAJOVÁ, I.: *Podnikovohospodárska náuka*. Bratislava VŠE, 1992. s. 209. ISBN 80-225-0381-9
21. MIŽIČKOVÁ, L.: *Vnútorne a vonkajšie faktory ovplyvňujúce podnikateľskú krízu v súkromných poľnohospodárskych podnikoch*. In.: *Acta operativo – oeconomica*, Nitra, 1996. s. 200. ISBN 80-7137-294-3
22. MOKRÝ, V. – MELÍŠEK, F.: *Ekonomický rozvoj ekonomickej štruktúry*. Bratislava, Alfa, 1986.
23. NIŽŇANSKÝ, V.: *Regionálna politika – regionálny rozvoj*. In: *Obecné noviny*, č. 49, 2.12.1997.
24. POKRIVČÁK, P. a PILKO, P.: *Konkurencieschopnosť slovenského poľnohospodárstva*. In.: *Zborník vedeckých prác z medzinárodných vedeckých dní*, Nitra, 2001. s. 425. ISBN 80-7137-866-6
25. RAJČÁKOVÁ, E.: *Regionálny rozvoj a regionálna politika*. Vydavateľstvo UK, Bratislava. 120 s. ISBN 80-223-2038-2
26. SEDLÁK, M. a kol.: *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava Alfa, 1992. s. 288. ISBN 80-05-01108-3
27. SLÁVIK, Š. – JURÍKOVÁ, B.: *Premenlivosť a zložitnosť podnikateľského prostredia na Slovensku*. In.: *Ekonomický časopis* 50/2002 č. 2. s. 217 – 234. SAP Bratislava, 2002. ISBN 0013-3035
28. STRUCK, U.: *Presvedčivý podnikateľský plán*. Management Press Praha, 1992. s. 136. ISBN 80-85603-12-8
29. ŠIMO, D. – KRETTNER, A. – VICEN, M.: *Marketing*. Nitra SPU, 2000. 97 s. ISBN 80-7137-712-0

30. ŠRÉDL, K.: *Vyjadřování podnikové konkurenceschopnosti pomocí souhrnné analýzy trhu a jeho efektivnosti*. In.: Zborník vedeckých prác z medzinárodných vedeckých dní, Nitra, 2001. s. 487. ISBN 80-7137-866-6
31. TABETA, J. – ANGEHRNA, A.: *Ako dosiahnuť prijatie podnikateľského plánu*. Mastering management, Trend, 7.11.2001, s. 6
32. TVRDOŇ, J. – HAMALOVÁ, M. – ŽÁRSKA, E.: *Regionálny rozvoj*. Bratislava, Ekonóm, 1995. 178 s. ISBN 80-225-0671-0
33. VÍCEN, J.: *Finančná analýza podniku*. Nitra VŠP, 1997. s. 3. ISBN 80-967862-1-0

34. www.hogofogo.sk/skoly
35. www.kamnachatu.sk
36. www.myjava.sk
37. [www.myjava.sk/materialy-na -stiahnutie/](http://www.myjava.sk/materialy-na-stiahnutie/)
38. www.staramyjava.sk
39. www.statistics.org
40. www.zmosmyjava.sk/dokumenty/PHSR%20Stara%20Myjava.doc

7 PRÍLOHY

Príloha 1: Anonymný dotazník

PRIESKUM DOPYTU ZÁKLADNÝCH ŠKÔL PO POBYTOCH V ŠKOLÁCH V PRÍRODE

Dobrý deň!

Volám sa Lukáš Miček. Som študentom druhého ročníka Ing. Stupňa Fakulty európskych štúdií a regionálneho rozvoja Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre. Touto cestou si Vás dovoľujem požiadať o spoluprácu pri získaní údajov k mojej diplomovej práci. Prosím Vás, aby ste pri každej otázke označili Vami zvolenú odpoveď znakom. Vopred Vás ubezpečujem, že Vami uvedené údaje v dotazníku budú použité anonymne, čisto na hromadné vyhodnotenie dotazníkov v mojej diplomovej práci.

Za vyplnenie dotazníka Vám vopred ďakujem!!!

1. Chodievate s deťmi do škôl v prírode? (v prípade, že odpoveď je nie, nepokračujte vo vyplňovaní dotazníka)

- áno
- nie

2. Máte už skúsenosti s alternatívnou školou v prírode?

- áno
- nie

3. Preferujete tradičnú školu v prírode alebo alternatívnu, kde program zabezpečujú animátori?

- tradičná škola v prírode
- alternatívna škola v prírode

4. Čo je pre Vás rozhodujúce pri výbere školy v prírode? (zoraďte podľa dôležitosti: 1 – najdôležitejšie, 5 – najmenej dôležité)

- cena
- prostredie
- program
- ubytovanie
- strava

5. Ktoré obdobie by Vám najviac vyhovovalo na pobyt v škole v prírode? (viacero možných odpovedí)

- september
- október
- november
- december - február
- marec
- apríl
- máj
- jún

6. Aké aktivity by ste chceli v škole v prírode s deťmi absolvovať? (viacero možných odpovedí)

- výlet na Mohylu M.R. Štefánika v Brezovej pod Bradlom
- výlet na zrúcaninu Čachtického hradu
- výlet na zámok v Smoleniciach, hrad Červený kameň, jaskyňa Driny
- výlet na zrúcaninu hradu Beckov pri Novom Meste nad Váhom
- plaváreň na Myjave
- návšteva ranča s možnosťou jazdy na koňoch na Starej Myjave
- vlastné návrhy ...

Údaje o škole:

Sídlo školy (obec):

Počet žiakov:

Typ školy (ZŠ len s prvým stupňom, ZŠ s oboma stupňami):

Ešte raz Vám ďakujem za vyplnenie dotazníka!

Príloha 2: SWOT analýza myjavského regiónu

Silné stránky

- dobrá poloha regiónu vzhľadom na blízkosť hraníc s Českou republikou a napojenosť na významné komunikácie I/51, I/61 a D61 resp. E75
- významné veľkoplošné chránené územie CHKO Biele Karpaty a CHKO Malé Karpaty
- výhodná geografická štruktúra územia
- možnosti zdravšieho životného štýlu na vidieku
- turisticky zaujímavé vodné plochy (Stará Myjava, Dubník, Brestovec, ...)
- tesné susedstvo turistických destinácií (Čachtický hrad, Zelená voda, Hrad Branč, ..)
- ľudová architektúra a možnosť ponuky bývania vo vidieckom prostredí
- pomerne dobrá vybavenosť väčšiny obcí základnými kultúrnymi a športovými zariadeniami
- ponuka kultúrnych a spoločenských podujatí
- vysoká úroveň atraktivity mikroregiónu a jeho okolia z hľadiska cestovného ruchu
- sieť značených turistických a cykloturistických trás
- dostatok objektov vhodných (po úprave) na ubytovanie
- ekonomická zainteresovanosť občanov na službách

Slabé stránky

- znečistenie a znečisťovanie povrchových vôd
- deficitnosť vodných zdrojov
- vysoký stupeň ohrozenia stability lesných ekosystémov imisiami, biotickými a abiotickými činiteľmi
- absencia monitoringu najcennejších prírodných území z hľadiska biodiverzity
- regresívna demografická štruktúra obyvateľstva s vysokým podielom osôb v poproduktívnom veku a nízkym podielom detí , najmä vo vidieckych obciach a zvlášť v odľahlejších kopaniciach
- pomerne vysoká úroveň osôb s nižšími stupňami vzdelania
- úroveň vedy a výskumu

- odliv mladých kvalifikovaných odborníkov z mikroregiónu
- nízka úroveň infraštruktúry, predovšetkým vo vidieckych oblastiach
- slabá úroveň telekomunikačných služieb
- absencia náučných chodníkov
- malý počet podnikateľov (samozamestnávateľov), predovšetkým v menších obciach
- málo pracovných príležitostí na vidieku
- nedostatočná inštitucionálna a poradenská podpora malého a stredného podnikania
- kvalita a ocenenie služieb
- kúpna sila obyvateľstva
- kvalita služieb v rekreačných oblastiach
- nízke mzdy
- nedostatočná úroveň spoločného marketingu územia
- nepripravenosť miestnych podnikateľských subjektov v oblasti cestovného ruchu vo vidieckych obciach

Príležitosti

- diverzifikácia ekonomickej základne vidieka využitím prírodných a kultúrnych hodnôt
- rozvoj netradičných foriem poľnohospodárstva
- ekologické poľnohospodárstvo (ekofarmy)
- zlepšenie demografickej štruktúry vytvorením podmienok a zatraktívnením regiónu pre mladé rodiny
- rozvoj cestovného ruchu
- rozvoj malého a stredného podnikania súvisiaceho s cestovným ruchom a tradičnými remeslami
- agroturistika a vidiecka turistika
- zvýšenie podielu dlhodobej rekreácie s pozitívnym dopadom na rozvoj zamestnanosti
- rozvoj možností zimnej rekreácie
- rozvoj rekreačných pobytov s využitím súčasného stavebného fondu (chalupy, chaty)

- širšie využitie súčasného potenciálu športových a kultúrnych zariadení
- rozvoj cestovného ruchu pozitívne ovplyvňuje ekonomický potenciál, demografickú štruktúru a rozvoj kultúrneho a spoločenského života
- vybudovanie informačných kioskov v regióne
- rozvoj malého a stredného podnikania s maximálnym využitím podporných programov
- rozvoj malého a stredného podnikania v obciach s cieľom samozamestnania v oblasti tradičných remesiel
- nadviazanie užšej spolupráce s inštitúciami poskytujúcimi poradenstvo malým a stredným podnikateľom

Ohrozenia

- nárast nezamestnanosti v súvislosti s čiastočným obmedzovaním výroby
- nedostatočný rozvoj podnikateľskej infraštruktúry
- nedostatočná ochota obyvateľstva prispôbiť sa novým podmienkam a nárokom
- pokles ponuky pracovných príležitostí v mikroregióne povedie k ďalšiemu odlivu obyvateľstva v produktívnom veku
- úbytok ekonomicky aktívneho obyvateľstva môže vyvolať celkovú stagnáciu a úpadok mikroregiónu
- ohrozené lesné a nelesné spoločenstvá
- prehlbujúce sa znečisťovanie životného prostredia divokými skládkami
- zlá dopravná obslužnosť
- odchod mladých kvalifikovaných ľudí z regiónu
- nízke dotácie na infraštruktúru ciest
- ekonomická stagnácia a nepriaznivý demografický vývoj môžu spôsobiť úpadok ohrozujúci nielen cestovný ruch
- pasivita obyvateľstva k rozvíjaniu rekreačných a turistických zámerov povedie k dlhodobej stagnácii v oblasti rozvoja cestovného ruchu
- nedostatočná propagácia a reklama, nefungujúca infraštruktúra, nedostatočná ponuka turistických produktov a v neposlednom rade nezáujem o potenciálneho návštevníka zavedie turistov do konkurenčných destinácií

Príloha 3: Podkladové údaje pre grafické znázornenia a výpočty použité v diplomovej práci

Štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne

veková štruktúra	abs.	rel.
predproduktívny vek		13,80%
produktívny vek		62,78%
poproduktívny vek		23,42%
spolu		100,00%

zdroj: Štatistický úrad SR

Vzdelanostná štruktúra obyvateľstva v myjavskom regióne

najvyšší skončený stupeň školského vzdelania	muži	ženy	spolu	%
základné	819	1 539	2 511	18,12%
učňovské (bez maturity)	1 598	972	2 808	20,26%
stredné odborné (bez maturity)	367	304	682	4,92%
úplné stredné učňovské (s maturitou)	464	281	767	5,53%
úplné stredné odborné (s maturitou)	927	1 329	2 363	17,05%
úplné stredné všeobecné	232	462	733	5,29%
vysokoškolské spolu	556	530	1 188	8,57%
ostatní bez udania vzdelania	180	184	376	2,71%
deti do 16 rokov	1 166	1 157	2 430	17,53%
spolu	6 351	6 791	13 858	100,00%

zdroj: Štatistický úrad SR

Štruktúra hospodárstva v okrese Myjava

sektor hospodárstva	abs.	rel.
primárny sektor	271	3,87%
sekundárny sektor	2 578	36,84%
terciálny sektor	2 952	42,18%
bez udania odvetvia	1 197	17,10%
spolu	6 998	100,00%

zdroj: Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obcí Myjava a Stará Myjava

Počet základných škôl a žiakov

okres	počet ZŠ	počet žiakov
Myjava	12	1 893
Nové Mesto nad Váhom	24	4 837
Trenčín	41	8 479
Senica	29	4 854
Skalica	18	3 876
Piešťany	26	4 628
spolu	150	28 567

zdroj: www.hogofogo.sk/skoly

Preferencia mesiacov na pobyt v škole v prírode

obdobie	počet škôl (abs.)	počet škôl (rel.)
september	83	86,46%
október	52	54,17%
november	12	12,50%
december - február	16	16,67%
marec	28	29,17%
apríl	57	59,38%
máj	96	100,00%
jún	81	84,38%
spolu	96	

zdroj: vlastný výskum pomocou dotazníka

Výpočet osobodní počas škôl v prírode a letných táborov od začiatku septembra 2011 do konca augusta 2012

školy v prírode a letný tábor pri 75 % obsadenosti kapacít						
obdobie	počet osôb/turnus	počet dní/turnus	počet turnusov	osobodni spolu	z toho deti + učitelia	z toho animátori
september	60	5	4	1 200	1 000	200
október	60	5	4	1 200	1 000	200
november	50	5	3	750	600	150
december - február	30	5	5	750	500	250
marec	80	5	5	2 000	1 625	375
apríl	110	5	4	2 200	1 900	300
máj	130	5	5	3 250	2 875	375
jún	130	5	3	1 950	1 725	225
júl - august	146	9	4	5 256	4 320	936
spolu			37	18 556	15 545	3 011

zdroj: vlastné výpočty

školy v prírode a letný tábor pri 100 % obsadenosti kapacít						
obdobie	počet osôb/turnus	počet dní/turnus	počet turnusov	osobodni spolu	z toho deti + učitelia	z toho animátori
september	146	5	4	2 920	2 620	300
október	146	5	4	2 920	2 620	300
november	50	5	4	1 000	800	200
december - február	50	5	9	2 250	1 800	450
marec	50	5	5	1 250	875	375
apríl	146	5	4	2 920	2 620	300
máj	146	5	5	3 650	3 275	375
jún	146	5	3	2 190	1 965	225
júl - august	146	9	4	5 256	4 320	936
spolu			42	24 356	20 895	3 461

zdroj: vlastné výpočty

Výpočet predpokladaných nákladov pri plnom obsadení kapacít počas škôl v prírode a letných táborov od začiatku septembra 2011 do konca augusta 2012

nákladová položka	jednotka	mesačné náklady	ročné náklady
prenájom zariadenia	4 000,- €/mesiac	4 000,- €	48 000,00 €
mzda ekon. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda market. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda progr. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda prev. riaditeľovi	600,- €/mesiac	600,- €	7 200,00 €
mzda dvom kuchárom	400,- €/mesiac	800,- €	9 600,00 €
mzda trom upratovačkám	400,- €/mesiac	1 200,- €	14 400,00 €
mzda hlavnému údržbárovi	400,- €/mesiac	400,- €	4 800,00 €
mzda pomocnému údržbárovi	3,30 €/hodina	264,- €	2 720,00 €
ostatné náklady		2 000,- €	24 000,00 €
ubytovanie/strava	6,- €/osobodaň		146 136,00 €
daň obci za ubytovanie	0,33 €/osobodaň		8 037,48 €
odmeny 10 animátorom za 6 eventov	20,- €/animátor, event		1 200,00 €
catering na 6 eventov pre 100 osôb	6,- €/osoba		3 000,00 €
splátka istiny úveru			20 807,40 €
SPOLU			311 552,88 €

zdroj: vlastné výpočty

Výpočet predpokladaných výnosov pri plnom obsadení kapacít počas škôl v prírode
a letných táborov od začiatku septembra 2011 do konca augusta 2012

výnosová položka	jednotka	ročné výnosy
ubytovanie/strava (deti, učitelia)	13,- €/osobodň	271 635,00 €
program	7,- €/osobodň	146 265,00 €
6 eventov		18 000,00 €
SPOLU		435 900,00 €

zdroj: vlastné výpočty

Príloha 4: Obrazová príloha



Myjava



Stará Myjava



chaty Liptov RZ Stará Myjava



hlavná budova RZ Stará Myjava



vodná nádrž Stará Myjava



Skiland Stará Myjava



zrúcanina Čachtického hradu



Trenčiansky hrad



Mohyla M.R. Štefánika, Brezová pod
Bradlom



zámok v Smoleniciach



zrúcanina hradu Beckov, Nové Mesto
nad Váhom



hrad Červený kameň