

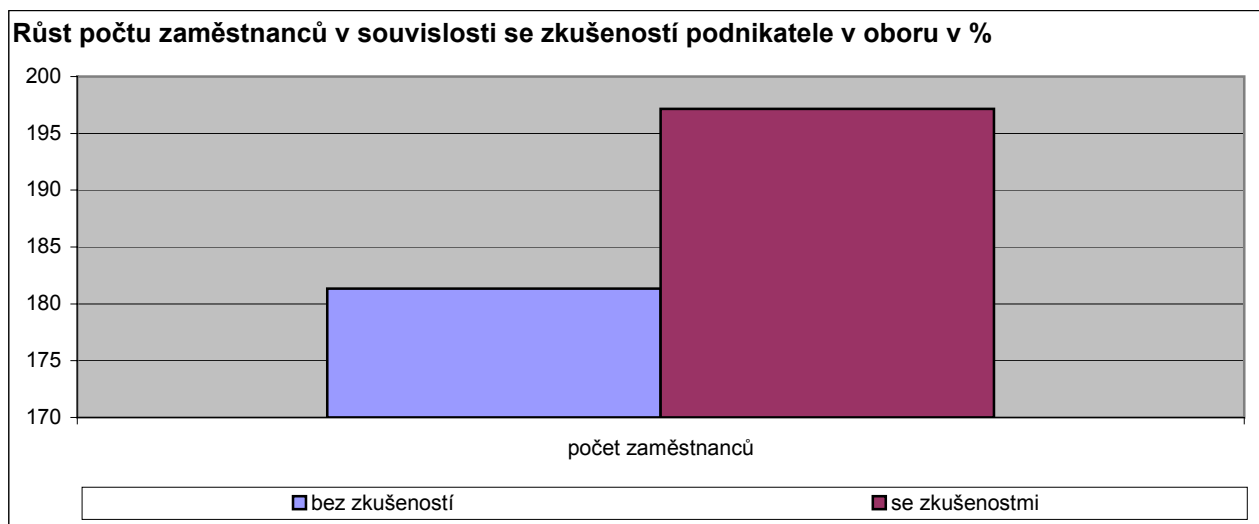
## 2. Současná situace podniku

### 2.1. Základní charakteristiky podniku

88% sledovaných podniků bylo řízeno samotným podnikatelem a 11% podnikatelem ještě s dalšími členy rodiny. Pouze 1% podniků bylo řízeno placeným manažerem. Lze předpokládat, že po delší době zdárného fungování podniků, bude placených manažerů více.

Růst podniku má spojitost se zkušenostmi podnikatele v oboru podnikání. U zkušených podnikatelů byl zaznamenán větší nárůst počtu zaměstnanců (graf 20, str.15).

Graf 20



Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

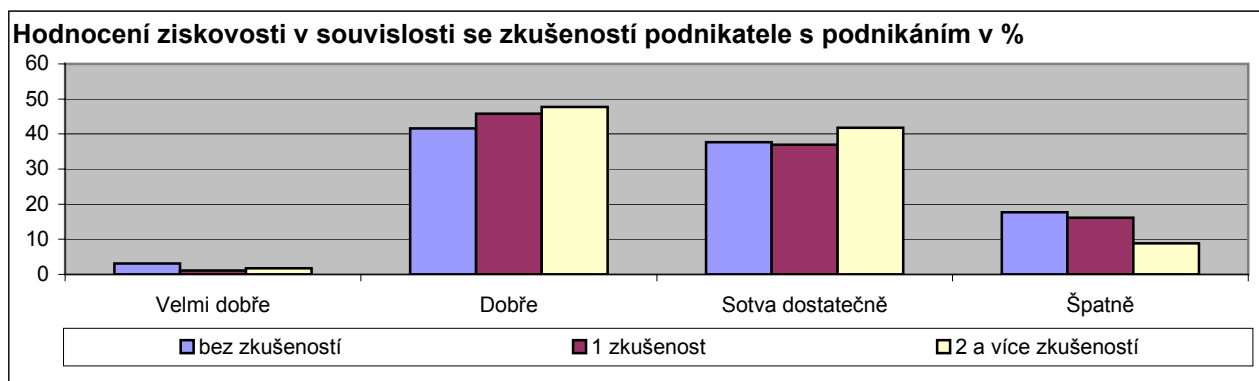
Analýza prokázala, že rovněž věk podnikatelů může ovlivnit růst podniku, čím mladší podnikatel, tím větší nárůst (graf 15, str.12).

Obrat většiny sledovaných podniků je tvořen tržbami od většího množství zákazníků. Pouze 17% respondentů se orientuje na jednoho zákazníka, 26% na 2 až 4 zákazníky a 57% na 5 a více zákazníků.

Převážná většina podnikatelů se orientuje na trh v místním regionu (70%), popř. v republice (33%). Pouze 7% má svá odbytiště i na mezinárodním trhu, z toho 5% v rámci Evropské unie.

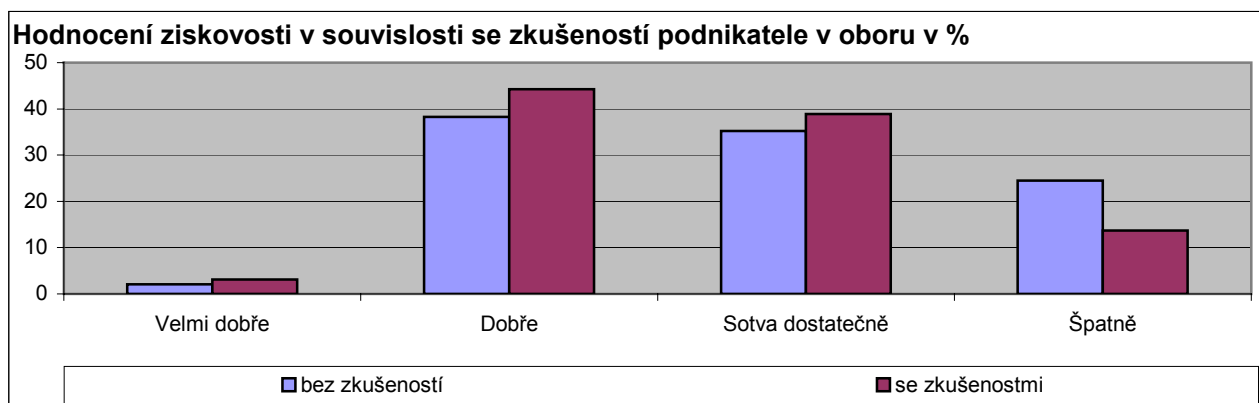
Při hodnocení podnikové ziskovosti byly názory všech respondentů spíše pesimistické. 42% podnikatelů má pocit, že jejich ziskovost je dobrá, pouze 3% ji hodnotí jako velmi dobrou. 38% se domnívá, že jejich podniková ziskovost je sotva dostatečná a 17% usuzuje, že je velmi špatná. Přesto je patrné, že zkušenosti s řízením podniku či v oboru podnikání vedou k optimističtějšímu odhadu ziskovosti (graf 21 a 22, str.16).

Graf 21



Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

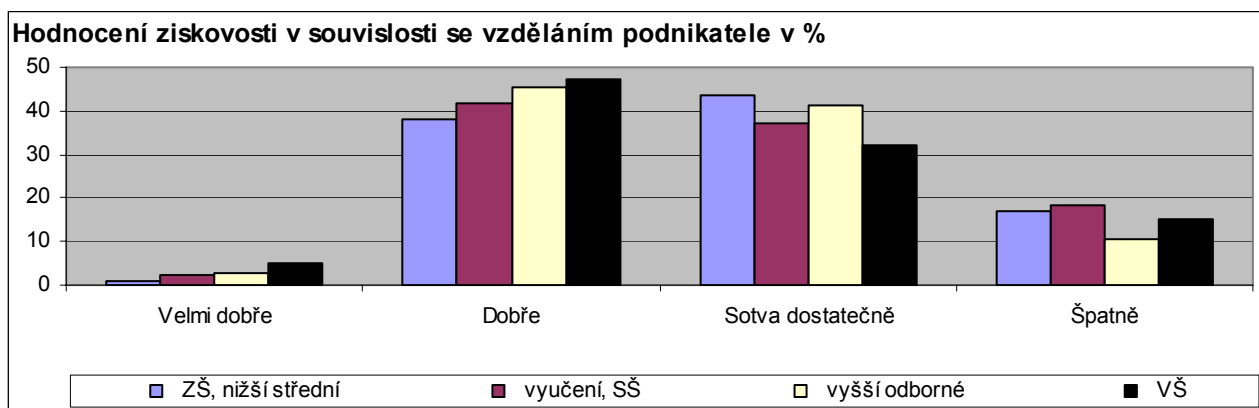
Graf 22



Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

Věk podnikatele nehrál při hodnocení ziskovosti žádnou roli, pohlaví a vzdělání podnikatele ano. Muži jsou při hodnocení ziskovosti optimističtější (graf 17, str.13) a lepší hodnocení ziskovosti roste s vyšším vzděláním podnikatelů (graf 23, str.16).

Graf 23

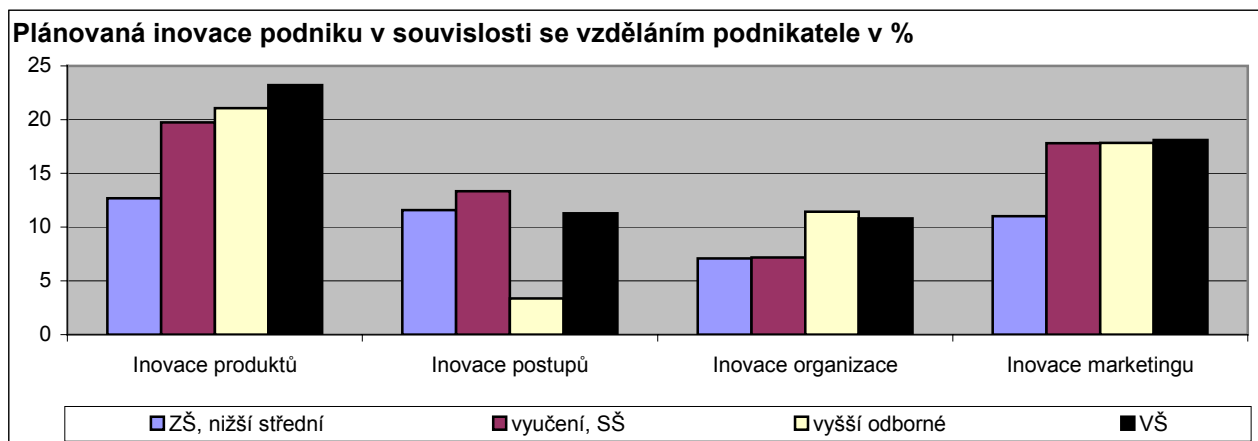


Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

Většina (73%) respondentů nespolupracuje s ostatními podniky, 14% spolupracuje s podniky v síti a 11% působí jako subdodavatel většího podniku. Pouze 2% respondentů uvedla, že se podílí na společném podnikání (joint venture).

Velmi málo podnikatelů počítá s inovací ve svých podnicích, což určitě souvisí s poměrně krátkou dobou existence sledovaných podniků. Inovaci výrobků předpokládá 20% dotázaných a 12% se domnívá, že dojde k inovaci výroby. Organizační inovaci připravuje 8% a marketingovou 12% respondentů. Obecně je předpokládaná inovace v korelaci s úrovní vzdělání. Podnikatelé všech vzdělanostních skupin plánují hlavně inovaci výrobků, marketingová inovace je na druhém místě pro tři skupiny ze čtyř. V nejnižší vzdělanostní skupině se s inovací počítá nejméně (graf 24, str.17).

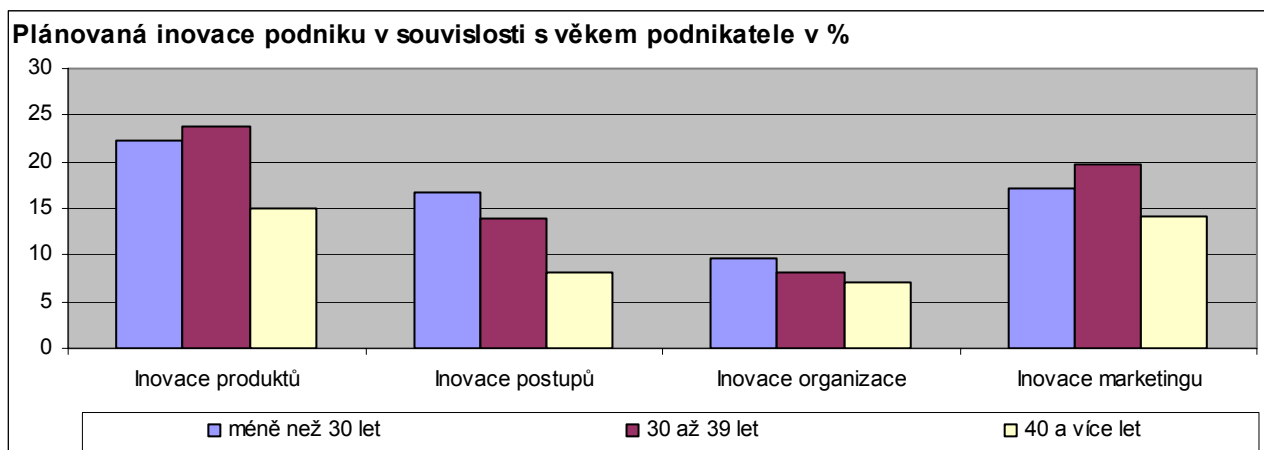
Graf 24



Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

Starší podnikatelé jsou konzervativnější, podnikatelé mladší 40 let považují svoje podniky za více inovační než nejstarší věková skupina podnikatelů (graf 25, str.17).

Graf 25

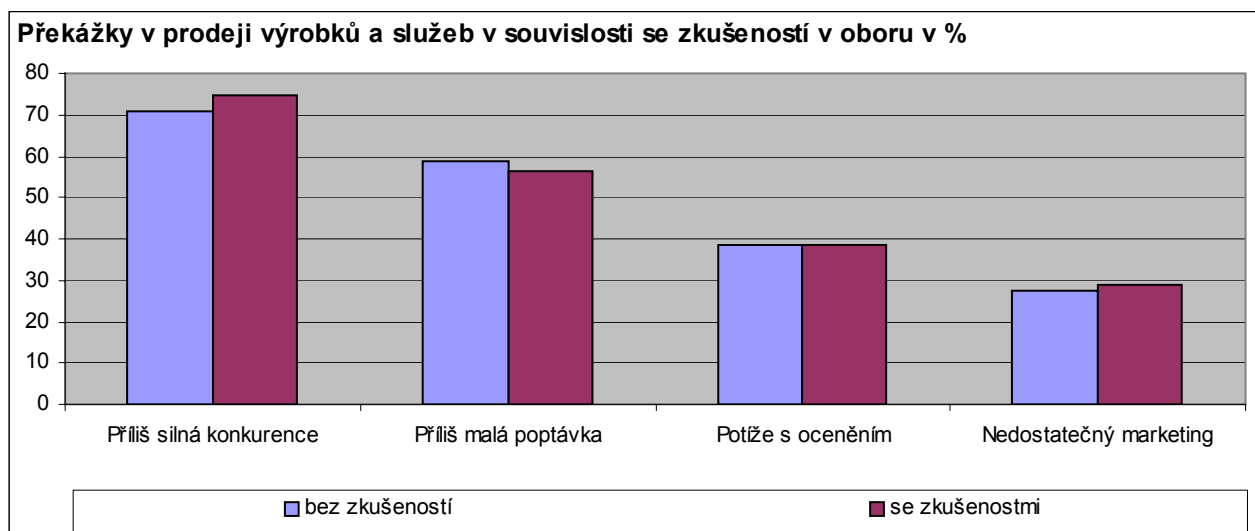


Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

## 2. 2. Faktory ovlivňující prodej výrobků a služeb a další rozvoj podniku

Největší překážku v prodeji výrobků a služeb způsobuje podnikatelům příliš silná konkurence, jak uvedlo 73% respondentů a příliš malá poptávka po výrobcích nebo službách (57%). Většina respondentů však uvádí, že tyto překážky působí jen „do určité míry“, pouze malé množství podnikatelů uvedlo, že působí „velmi“. Velká konkurence trápí všechny podnikatele bez ohledu na jejich předchozí zkušenosti v oboru, stejně jako další překážkové faktory nejsou nijak ovlivněny předchozími zkušenostmi (graf 26, str.18).

Graf 26

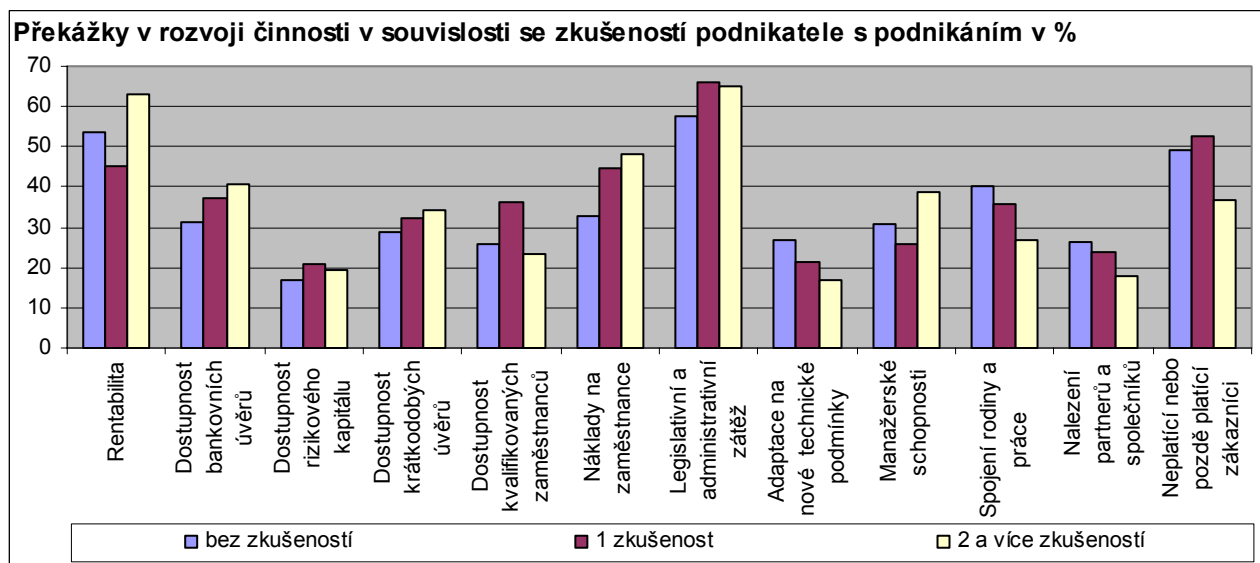


Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005

Rozvoj podnikatelské činnosti nejvíce brzdí legislativní a administrativní zátěž kladená na podnikatele (59%), dále rentabilita (54%), neplatící zákazníci (50%) a rovněž není zanedbatelnou překážkou v rozvoji podnikatelské činnosti spojení rodiny a práce (40%). Toto pořadí překážek je shodné pro všechny věkové kategorie podnikatelů.

Určité rozdíly lze zaznamenat mezi zkušenými a nezkušenými podnikateli. Zkušení podnikatelé jsou zastoupeni u většiny překážek větším procentem, což je pravděpodobně způsobeno tím, že umí lépe vystihnout, zda by se jejich podnikatelská činnost mohla vyvíjet rychleji. Ale díky svým zkušenostem lépe řeší adaptaci na nové technické podmínky, spojení rodiny a práce a nalezení partnerů a společníků. Špatná platební morálka odběratelů je daleko větší překážkou pro podnikatele s jednou zkušeností a nezkušené. Je zvláštní, že manažerské schopnosti představují výrazně větší překážku u více zkušených podnikatelů, což je pravděpodobně důsledkem přísnějšího sebehodnocení zkušenějších respondentů (graf 27, str.19).

Graf 27



Zdroj: ČSÚ – šetření ZAPO 2005