

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra řízení

Studijní program: Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor

Vedoucí bakalářské práce

Ing. Dagmar Bednářová, CSc.

Autor

Miloslava Šatrová

2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Miloslava ŠATROVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor**
Zadávající katedra: **Katedra řízení**

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

Cíl práce:

Hospodářská charakteristika okresu Tábor. Posouzení současného stavu malých podniků v daném okrese. Možnosti jejich dalšího rozvoje

Metodický postup:

Studium odborné literatury, hospodářská charakteristika okresu Tábor, Analýza malých podniků v daném okrese, Možnosti jejich dalšího rozvoje.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Metodika, 4. Hospodářská charakteristika okresu, 5. Analýza malých podniků v okrese, 6. Možnosti rozvoje malých podniků, 7. Závěr, 8. Přehled použité literatury, 9. Přílohy.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **30 - 50**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Lednický, V., Vaněk, J.: *Kooperační struktury malých a středních podniků.* Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné, Opava: 2004. 191 s. ISBN 80-7248-259-9.

Pavelková, D. a kol.: *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem.* GRADA Publishing, a.s., Prah: 2009, s. 268, ISBN 978-80-247-2689-2.

Petříková R., Nenadál, J., Zelený, M., Girstlová, O.: *Nové aspekty v řízení MSP s cílem zvýšení efektivnosti podnikových procesů.* Národní informační středisko pro podporu jakosti, Praha: 2005, s. 146, ISBN 80-02-01766-8.


Skokan, K.: *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji.* 1. vyd. Repronis Ostrava, Ostrava: 2004. 160 s. ISBN 80-7329-059-6.

Veber, J., Srpová, J.: *Podnikání malé a střední firmy.* Grada Publishing, a.s. Praha: 2005, 304 s., ISBN 80-247-1069-2.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Dagmar Bednářová, CSc.**
Katedra řízení

Datum zadání bakalářské práce: **8. ledna 2010**

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


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

děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studijní 13 (26)
370 05 České Budějovice


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.

vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 10. února 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 sb. V plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly, v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb., zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 16.4.2011

Miloslava Šatrová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří přispěli jakýmkoliv způsobem ke vzniku této práce.

Především děkuji vedoucí bakalářské práce Ing. Dagmar Bednářové, CSc. za vedení a odbornou pomoc poskytnutou při zpracování této práce. Na závěr bych chtěla poděkovat svým rodičům za poskytnuté zázemí, trpělivost a podporu a tím umožnění studia na vysoké škole.

Obsah

1	Úvod	3
2	Literární přehled	5
	2. 1 Vývoj malého podnikání	5
	2. 1. 1 Vývoj v období 1948-1989	6
	2. 1. 2 Vývoj po roce 1989	6
	2. 2 Charakteristika a význam malých podniků	7
	2. 3 Předpoklady úspěšného podnikatele	9
	2. 4 Legislativní a právní úprava malého podnikání	10
	2. 5 Založení malých podniků	10
	2. 5. 1 Předpoklady úspěchu malých podniků	11
	2. 5. 2 Překážky, ohrožení a příčiny neúspěchu v podnikání	15
	2. 6 Možnosti podpory malých podniků	16
	2. 6. 1 Vládní organizace	16
	2. 6. 2 Nevládní organizace	18
	2. 6. 3 Privátní organizace	19
	2. 7 Regionální politika	19
	2. 8 Operační programy	21
	2. 8. 1 Operační program Podnikání a inovace	22
3	Metodika	25
	3. 1 Cíl bakalářské práce	25
	3. 2 Struktura bakalářské práce	25
	3. 3 Použité metody	26
4	Hospodářská charakteristika okresu Tábor	28
5	Analýza malých podniků v okrese Tábor	31
	5. 1 Výsledky výzkumu	31
	5. 2 Shrnutí výsledků výzkumu	47
6	Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor	48

7	Závěr	52
8	Přehled použité literatury	54
9	Přílohy	
	Seznam tabulek	
	Seznam obrázků	
	Příloha 1 Mapka okresu Tábor	
	Příloha 2 Dotazník pro malé podnikatele	
10	Summary	

1 Úvod

Počátky podnikání lze nalézt již ve středověku a lidstvo provází až do současnosti. V průběhu let se měnil význam jednotlivých forem podnikání. Malé podniky jsou specifickými subjekty ve všech rozvinutých státech. Jejich velkou výhodou oproti velkým podnikům je jednodušší řídicí struktura.

V České republice hraje velkou úlohu Evropská unie. Českým podnikům se otevřel trh 1. května 2004 se všemi klady i zápory. Evropská unie je pro Českou republiku přirozeným partnerem, s nímž sdílí nejen civilizační hodnoty a tradice, ale i celou státní hranici, realizuje více než polovinu svých obchodních činností. Aby malé podniky mohly výhody členství využít a stát se konkurenceschopnými a také eliminovat nevýhody, které sebou členství v EU nese, musí se na nové podmínky připravit. Tzn. mít vypracovanou strategii podniku, ve které by se měly zaměřit na možnost spolupráce v rámci regionů, ale i mimo ně. Významným pomocníkem při rozvoji podniků jsou instituce, zabývající se rozvojem MSP, např. hospodářské komory.

Každý podnikatel přistupuje k podnikání stejně. Usiluje o to, aby jeho firma uspěla na trhu, prosperovala a dosahovala zisku. Buď začne podnikat sám nebo s několika spolupracovníky z řad rodinných příslušníků nebo s kamarády. Malé podnikání tvoří převážnou část společenského a ekonomického života. Zakládání vlastního podniku je proces získávání a analýzy informací, projektování a komunikace.

Podnikatelé musí být schopni pružně reagovat na měnící se podmínky, musí se umět orientovat, rozlišit podstatné věci od nepodstatných, snažit se předcházet rizikům a umět jednat s lidmi. Při zakládání podniku je důležité si umět získat lidi, umět komunikovat, navazovat kontakty, rychle reagovat na problémové situace, mít k dispozici kapitál a zkušenosti.

Malé podniky jsou důležité pro rozvoj trhu práce, umožňují vytvářet pracovní

místa a podporují rozvoj určité oblasti nebo regionu. Jsou závislé na dodavatelích, na zákaznících nebo odběratelích, více se jich dotýká ekonomika a situace v daném místě, musí zvládat konkurenci a mít stále chuť podnikat.

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

2. 1 Vývoj malého podnikání

Kořeny drobného podnikání sahají až do středověku. V průběhu časových etap se měnil význam jednotlivých forem podnikání.

Základem drobného podnikání ve středověku byla řemesla, která nahradila uzavřenou výrobu v rámci rodinného hospodářství. Impulsem pro jejich rozvoj byl nárůst počtu obyvatel v Evropě a rozmach městského osídlení. Tento proces byl doprovázen sdružováním řemeslníků do cechů, které zaujímaly klíčové místo v životě středověkých měst. Cechy regulovaly výrobu, odbyt, pracovní podmínky, organizovaly výuku nových řemesel. Rozvoj řemesel byl též spojen s rozšiřováním výstavby církevních staveb, budov, měl vliv i na společenský život v dané oblasti. Se vznikem manufaktur se staly cechy brzdou hospodářského života. Manufaktury přinesly v 18. století zásadní přelom v organizování výroby. Objevily se i první podniky soustředěné do jednoho místa. Na přelomu 18. a 19. století nastoupil nový tovární způsob organizace výroby. Jeho podstatou bylo soustředění výroby do jednoho místa, práce strojů a využití společného pohonu jako energetického zdroje.

V roce 1859 se zásadním způsobem změnily podmínky pro podnikání vydáním živnostenského řádu. V období mezi válkami došlo k výraznému nárůstu drobných živností. Převažovaly spíše živnosti řemeslné a obchodní. K provozování podnikatelské činnosti stačilo předložení průkazu způsobilosti a ohlášení živnosti u příslušného úřadu. V živnostenském řádu bylo uvedeno přes 50 různých živností. Nepříliš regulovaný vznik živností vedl ke vzniku velkého počtu drobných podniků v některých oborech. V důsledku toho došlo ve třicátých letech dvacátého století ze strany státu k určitým omezovacím opatřením v některých odvětvích.

Charakteristickým rysem drobného podnikání je veliká rozmanitost předmětů podnikání (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 1. 1 Vývoj v období 1948-1989

Po skončení druhé světové války došlo k postupným přeměnám ve vývoji československého hospodářství formou socializace soukromých podniků. Nemalou roli zde sehrává znárodnění podniků nad 500 zaměstnanců v roce 1945 a následné znárodnění podniků nad 50 zaměstnanců v roce 1948. Největší část soukromého živnostensko-řemeslnického podnikání byla utlumena v procesu dobrovolného přechodu drobných podnikatelů a řemeslníků do vyšších forem socialistického podnikání. Zásada dobrovolnosti nebyla dodržena, ale nahrazena administrativním přístupem, jehož výsledkem byla pokračující likvidace soukromého drobného podnikání.

Ke zrušení živnostenského řádu došlo v roce 1965 v souvislosti se zavedením zákoníku práce. V 60. letech začaly vznikat politické programy na podporu malých podniků (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 1. 2 Vývoj po roce 1989

Od 90. let počet malých podniků v České republice dynamicky vzrostl, přesto zůstávají velké podniky zvýhodňovány ze strany státu i bankovních institucí. Malým podnikům jsou poskytovány úvěry s vyššími úrokovými sazbami. Proto ve srovnání s velkými podniky méně investují a dlouhodobě vykazují nižší poměr investic k obrátu. Rolí zde hraje i nedostatečná připravenost podnikatelského záměru ze strany malých podniků (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2.2 Charakteristika a význam malých podniků

Malý podnik má méně než 50 zaměstnanců, roční obrat nepřekračuje 10 milionů EUR, nebo celková bilanční suma rovněž nepřekračuje 10 milionů EUR. Malý podnik musí splňovat kritérium nezávislosti, tzn. že není více než 25% kapitálu nebo hlasovacích práv ve vlastnictví jiného subjektu (Bednářová, 2007).

Malé podniky jsou ve světě důležitým prvkem ekonomiky i společnosti, který přispívá k řešení problémů zaměstnanosti a jsou také důležitým činitelem hospodářství a technického rozvoje (Lednický, Slavík, Vaněk, 2002).

Malé podniky představují významný a neobyčejně důležitý segment každého národního hospodářství a ve vyspělých zemích patří k hnacím silám rozvoje, k inovačnímu potenciálu a stabilizačnímu prvku ekonomiky. Tyto podniky lze považovat za klíčové prvky v rozvoji územních celků. Zajišťují rozvoj konkurence a jsou schopny vytvářet nová pracovní místa, čímž přispívají k zaměstnání nových absolventů škol (Lednický, Vaněk, 2004).

Podnikatel je osoba, která realizuje určitý projekt a nese riziko jeho úspěchu nebo neúspěchu. Úspěch podnikání je vázán na schopnosti podnikatele. Pojem podnikání má několik pojetí. V ekonomickém pojetí je chápáno podnikání jako zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty. Z hlediska psychologického je podnikání činnost motivovaná potřebou něco získat, něco dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Podnikání v tomto pohledu je prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislosti, postavení se na vlastní nohy. V sociologickém pojetí je podnikání chápáno jako vytváření blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí. Z hlediska právního je podnikání soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem

a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Podnikem se rozumí subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Podnik je také uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot, které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku (Veber, Srpová a kol., 2005).

Mezi typické malé podniky lze zařadit živnostenské podniky, působící v oblasti zakázkové výroby, ve stavebnictví, obchodu a službách. Podstatnou součástí živností jsou řemesla. Jejich činnost se opírá o živnostenský zákon. Živnost je soustavná činnost, provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní zodpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem. (Lednický, Slavík, Vaněk, 2002).

Malé podniky vytvářejí zdravé podnikatelské prostředí, zvyšují dynamiku trhu, mají schopnost absorbovat podstatnou část pracovních sil, uvolněných z velkých podniků a jsou stabilizujícím prvkem ekonomického systému. Pro jejich rozvoj jsou rozhodující podmínky, ze kterých mohou rozvíjet hospodářskou činnost. Ekonomické prostředí do značné míry určuje a ovlivňuje poptávku po jejich produktech a službách a může tak usnadňovat nebo naopak omezovat jejich přístup na trhy, které jsou důležité pro jejich vznik a další růst (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Pro malé podniky není typické, aby byly vlastněny zahraničními subjekty. Firmy tohoto typu reprezentují místní kapitál, místní vlastnické poměry. Efekty z podnikání zůstávají v daném regionu, popř. státě. Obvyklá cesta, jak oživit region, vede přes podporu rozvoje malých podniků v dané oblasti. Malé podniky jsou obvykle mnohem těsněji svázány s daným regionem. Podnikatel v daném regionu zpravidla bydlí. Tito podnikatelé poskytují danému regionu zaměstnanost a ekonomické přínosy, stávají se sponzorem různých charitativních a dalších akcí. Ve vztahu k danému regionu jsou mnohem méně anonymní. Podle výstavby a upravenosti venkova můžeme usuzovat na úroveň rozvoje malého podnikání.

Charakteristickým rysem malých podniků je jejich flexibilita, pohotové přizpůsobování měnícím se skutečnostem. Malé firmy se mohou angažovat v okrajových oblastech trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé. Řada malých podniků spolupracuje s velkými podniky jako jejich subdodavatelé. Sektor malých podniků často absorbuje pracovní síly uvolněné velkými podniky a jeho rozvoj je v řadě regionů nositelem zaměstnanosti (Veber, Srpová a kol., 2005).

2.3 Předpoklady úspěšného podnikatele

Podnikatel potřebuje ke své existenci dva důležité předpoklady. Prvním předpokladem je podnikavost. Je to vlastnost, která vyjadřuje předpoklady člověka k podnikání. Člověk, který má vyvinutou tuto vlastnost, je podnikavý. Podnikavost je člověku dána, ale lze si ji i osvojit. Mezi podnikavost lze zařadit dispozice, které označují výkonový potenciál, znalosti a kompetence. Mezi dispozice patří schopnosti, vědomosti a dovednosti. Dále mezi podnikavost patří osobní vlastnosti podnikatele, které charakterizují osobnost podnikatele. Druhým předpokladem je úspěch. Úspěch je očekávání předem naplánovaného cíle a také pozitivní prožitek, který vyvolává další potřebu úspěchu. Významným faktorem podnikání je motivace. Základem úspěchu je vůle zvítězit a dosáhnout předem stanoveného cíle (Srpová, Řehoř a kol., 2010).

Úspěšný podnikatel je intelektuálně dovedný, má schopnost řešit problémy, má jasno v myšlení a značnou dávku energie. Musí zvládat klíčové odbornosti pro podnikatelskou činnost. Na zaměstnance musí působit přesvědčivě a aktivně. Je ochoten do podnikání vložit i část svého osobního majetku a přijmout riziko ručení osobním majetkem. Podnikatel má omezenou možnost přístupu a současně růstu kapitálu. Jeho nezbytným charakteristickým rysem je spolehlivost (Frková, 2004).

2. 4 Legislativní a právní úprava malého podnikání

Za velmi citlivou oblast je považována oblast legislativní a právní. Absence prostředí negativně ovlivňuje další vývoj malých podniků. Jde hlavně o nedostatek právních jistot a nedostatečnou vymahatelnost práva. Zvláště banky mají obavu, zda dostanou peníze, poskytnuté k financování malých podniků zpět. Právní předpoklady byly zajišťovány zákony, které mají restituční charakter a zákony vztahující se k malé a velké privatizaci a transformační zákon o družstvech, zabezpečující obnovu a fungování tržního systému.

Mezi zákony týkající se malého podnikání můžeme zařadit zákon č. 42/1991 Sb., o úpravě majetkových vztahů a vypořádání majetkových nároků v družstvech, zákon č. 427/1990 Sb., o převodu některých věcí ve vlastnictví státu do vlastnictví právnických nebo soukromých osob, zákon č. 105/1990 Sb., o soukromém podnikání, zákon č. 237/1995 Sb., o živnostenském podnikání, zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, zákon č. 218/2000 Sb., o rozpočtových pravidlech (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 5 Založení malých podniků

Založit podnik a stát se podnikatelem znamená zásadně změnit svůj život. Podnikatel si musí uvědomit, že bude pracovat několik hodin denně, řešit několik problémů najednou, bude si muset stále doplňovat potřebné technické, odborné informace, informace týkající se podnikové ekonomiky a řízení. Musí si být jistý, že rodina jej méně podporovat a musí mít dostatek startovacího kapitálu. Proces založení vlastního podniku vyžaduje určitý čas a to nejméně několika měsíců. Každý si musí připravit podnikatelský záměr, určitou podnikatelskou koncepci a předem si promyslet řadu klíčových otázek spojených s efektivním podnikáním.

Velký význam má při založení podniku emocionální hledisko. Podnikatel plní své vlastní sny a plány na základě důvěry ve vlastní síly. Může realizovat své myšlenky, nápady, začít podnikat způsobem, který si zvolí. Motivace podnikatele je velmi silná.

Pokud se nový podnikatel pokusí získat pozici na trhu, nějakou dobu musí usilovat o uznání, o získání spotřebitelů a o jejich důvěru. Podnikatel, který chce provozovat např. maloobchod může mít problém získat příznivé odbytové místo nebo prodejnu na místě s nákupním či dopravním spádem (Konečná, 1993).

2. 5. 1 Předpoklady úspěchu malých podniků

Každý rok vzniká i zaniká velké množství firem. Proto, aby k tomuto zániku nedocházelo nebo alespoň ne krátce po založení, by měli budoucí podnikatelé zohlednit následující kroky a doporučení.

Nejprve by měli zvážit získání motivace a odhodlání podnikat. Motivace je jeden z důležitých předpokladů pro rozvoj začínající firmy založená na osobních plánech, záměrech a přáních a jejich konkrétní podoba ve formě osobních a podnikatelských cílů. Důležitá je také podpora ze strany rodiny, příbuzných a přátel.

Poté by měli zvážit osobní předpoklady pro podnikání. Soukromé podnikání znamená přijmout velkou odpovědnost za všechny své činy a rozhodnutí a nést je až do konce. Být soukromým podnikatelem je především hodně práce a také velká odpovědnost. Mezi osobní předpoklady patří vytrvalost, podnikavost, odpovědnost, sebedůvěra, iniciativa, rozhodnost, zdravotní stav.

Dalším úspěchem je podnikatelský nápad nebo objevení mezery na trhu. Na začátku podnikání by měl být dobrý nápad. (Veber, Srpová, 2005). Nápad může vzniknout pozorováním neuspokojených potřeb zákazníků, na základě návštěvy nebo

veletrhu, na pracovních poradách, může vyplynout i ze sledování vývoje oborů, v nichž malé firmy působí. Každý nápad je nutno ohodnotit z hlediska pravděpodobné úspěšnosti podnikání v oboru, který se k nápadu váže (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Každý by si měl vyjasnit podnikatelský záměr. Vyjasnění podnikatelského záměru nám pomůže odhalit slabiny a silné stránky podnikání. Často také umožní předejít riziku možného neúspěchu hned na počátku života firmy. Nezbytnou součástí podnikatelského záměru je vymezení okruhu výrobků nebo služeb, které chce firma nabízet, vymezení vhodného trhu a potenciálních zákazníků a zmapování konkurence. Při vytváření podnikatelského záměru firmy je nutné zvažovat kapitálovou náročnost podnikání a možné způsoby financování při nedostatku vlastních finančních prostředků.

Vyjasnění potřeb finančních a dalších zdrojů je jedním z nejdůležitějších kroků při zakládání firmy. Výchozím hlediskem pro stanovení potřeby jednotlivých zdrojů je definování rozsahu podnikatelských aktivit, které budou rozvíjeny v první fázi existence firmy. Dále musí vypracovat charakteristiku jednotlivých skupin zdrojů potřebných pro zahájení a rozvíjení podnikatelské činnosti včetně přehledu jejich potřeby a dostupnosti. Jedná se o tyto skupiny zdrojů: lidské, finanční, materiální, informační (Veber, Srpová, 2005).

Podnikatel by si měl také zodpovědět několik otázek týkajících se např. toho, co bude pro podnikání potřebovat (pozemky, budovy, zařízení, materiál, lidský potenciál a jeho kvalitu), jaký je předpokládaný rozsah produkce, jaké má finanční možnosti, jakým způsobem může získat finanční prostředky, jaký může očekávat finanční přínos (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Vymezení předmětu činnosti a volba vhodné právní formy podnikání patří k dlouhodobě působícím rozhodnutím. V této fázi by už měl mít podnikatel jasno v tom, co chce dělat. Na jednotlivé činnosti musí podnikatel získat živnostenské nebo jiné

oprávnění. Musí se rozhodnout, zda bude podnikat jako fyzická nebo právnická osoba. Pokud bude chtít založit obchodní společnost, musí zvážit, zda založí osobní nebo kapitálovou obchodní společnost.

Sestavení zakladatelského rozpočtu je nedílnou součástí podnikatelského záměru a u mnohých, zejména malých podnikatelů, je často podceňován. Účelem zpracování zakladatelského rozpočtu je zejména specifikace a kvantifikace potřebných zdrojů, které se musí do firmy vložit dříve, než začne vydělávat (Veber, Srpová, 2005). Podnikatel musí mít připravené finanční prostředky na pořízení hmotného a nehmotného majetku, na nákup materiálu, na placení nájemného a také na mzdy zaměstnanců. Zahájení podnikatelské činnosti zahrnuje založení firmy, zahájení podnikatelské činnosti a stabilizace podnikatelské činnosti. Tomuto také odpovídá režim financování ze startovního kapitálu a režim běžného financování.

Při zahájení podnikání se bude podnikatel setkávat s tím, že náklady budou podstatně převyšovat výnosy a také bude vykazovat ztrátu. Podnikatel bude potřebovat finanční prostředky nutné k založení firmy, na pořízení dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku, na pořízení oběžného majetku a také finanční prostředky určené na zahájení podnikatelské činnosti, které slouží do té doby, než podnikatel bude moci zabezpečit financování z tržeb. Finance pro založení firmy a s tím spojenými výdaji je možné financovat buď z vlastních nebo cizích zdrojů (leasing, půjčky, bankovní úvěry) a získáním finanční podpory v rámci projektů EU nebo státu (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Důležité je zpracování podnikatelského plánu. Podnikatelský plán je písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související s podnikáním firmy, zejména s jejím založením a fungováním v horizontu, na který se plán sestavuje (Veber, Srpová, 2005). Podnikatelský plán slouží podnikateli a jeho zaměstnancům, ale též externím subjektům, jako jsou poskytovatelé kapitálu, banky, investoři, obchodní partneři, privátní či veřejnoprávní instituce při posuzování

životaschopnosti firmy (Bednářová, Škodová Parmová, 2010). Podnikatelský plán musí obsahovat poslání firmy, dlouhodobé a krátkodobé cíle firmy a strategie směřující k jejich dosažení. Popisuje nabízené výrobky a služby, konkurenční výrobky a jejich postavení na trhu, potenciál trhu, strategii vstupu na trh, výrobu, management a organizaci, finanční situaci a rizika. Podnikatelský plán se vypracovává nejen při zakládání nové firmy, ale kdykoliv, jestliže chce firma realizovat větší investiční akci. Podnikatelský plán slouží jako důležitý dokument v případech, kdy firma žádá o bankovní úvěr. Podnikatelský plán totiž mnohdy hraje rozhodující roli při schvalování úvěrových limitů ze strany bank nebo jiného investora (Veber, Srpová, 2010).

Důležitým faktorem je také volba vhodného místa pro podnikatelskou činnost. Této činnosti je nutné věnovat pozornost, protože umístění podniku bude ovlivňovat jeho existenci a úspěšnost dlouhodobě. Lokalizační faktory můžeme dělit na tvrdé a měkké. Tvrdé faktory ovlivňují náklady a výnosy ve vybrané lokalitě. Jednotlivá stanoviště se od sebe liší dopravními náklady, mzdou, cenou pozemků, nájmem, daňovým zatížením a odbytovými možnostmi a cenami. Měkké faktory ovlivňují osobu podnikatele, který o lokalizaci rozhoduje. Mezi tyto faktory patří preference určitého kraje, výběr podle kvality životního prostředí, možnosti bydlení a trávení volného času. Při výběru vhodného místa musí podnikatel zvážit, přístup k surovinovým zdrojům, pracovní síly, nejbližší zdroje energie a možnosti dopravních spojení, odbyt, životní prostředí (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

K přednostem a výhodám malých podniků můžeme zařadit jednoduchou a přehlednou organizační strukturu, usnadňující vlastní vedení podniku i kontrolu, jednodušší dělbu práce, přímý kontakt mezi vedením a zaměstnanci, ztrácí se anonymita, roste důležitost pracovních výkonů jedinců a dochází k uspokojení z práce. Velkou předností může být specializace na určitý segment trhu, na specifický výrobek a na vytvoření specifického okruhu zákazníků (Lednický, Slávik, Vaněk, 2002).

Úspěšnost malých podniků v současném podnikání je spojena se schopností se navzájem spojovat a vytvářet síťové organizace, neboť se ukazuje, že menší podniky, bez dalších vazeb a napojení, nemají v dnešním tvrdém konkurenčním prostředí velkou šanci úspěšně přežít (Lednický, Vaněk, 2004).

2. 5. 2 Překážky, ohrožení a příčiny neúspěchu v podnikání

Mezi nejobecnějšími překážkami v podnikání jsou nedostatečné finanční prostředky, které jsou největším problémem malých podniků a psychologické prostředky. Mnoho podnikatelů dává přednost pracovní jistotě a pravidelnosti příjmu, k psychologickým překážkám patří i obava z nezdaru.

Mezi ohrožení v podnikání patří konkurenční rivalita, která se projevuje hlavně mezi cenami, ale také může být konkurenční rivalita zaměřena na jakost výrobku nebo služby, poprodejní servis, inovace výrobku nebo služby, úvěr poskytovaný kupujícími a dodavatelům a propagace. Konkurenční rivalita se projevuje tam, kde se zvyšuje počet konkurentů srovnatelných ve velikosti a schopnosti, pomalu stoupá poptávka a přílišná podobnost výrobků a služeb konkurentů. Dále je podnikání ohrožováno silnými kupujícími, kteří v oboru zvyšují konkurenci tím, že vyžadují od firem v oboru působících další výhody a obdrží je jen proto, že tyto firmy chtějí zakázku dostat. Také se projevuje absencí kupujících, tzn., že výrobky už nikdo nechce kupovat. V neposlední řadě je to provázáno silnými dodavateli. V dodavatelském oboru je jich málo, mají zajištěné tržní pozice bez napjatých konkurenčních podmínek, jejich výrobky jsou natolik jedinečné, že je pro kupujícího nesnadné měnit dodavatele a pro kupujícího jsou výrobky dodavatelů důležité (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Mezi všeobecné příčiny neúspěchu v podnikání lze zařadit nepříznivý ekonomický vývoj, inflaci, omezený přístup ke kapitálu, úvěrové podmínky, administrativní předpisy, právní předpisy a přírodní podmínky. Jedná se o příčiny

spojené s riziky, které lze v určité míře zmírnit či omezit např. vhodným pojištěním. Mezi osobní subjektivní příčiny neúspěchu lze zařadit nedostatek zkušeností, podcenění cíle a výrobní či obchodní strategie, přehnanou optimistickou představu o velikosti trhu, podceňování volby vhodného okamžiku pro zahájení podnikání, nedostatek oběžného kapitálu, nákladné zahájení podnikání, nevhodné umístění podniků, výběr a výchova pracovníků, nesprávné vedení účetnictví, přílišná důvěřivost nebo nedůvěřivost vůči zaměstnancům, podcenění právních vztahů ve firmě, rodinné podmínky, nedostatek odborného vzdělání a praxe v daném oboru a nedostatek schopností a zkušeností (Rydvalová, 2002).

2. 6 Možnosti podpory malých podniků

Podpora rozvoje malého podnikání, zvýšení jejich konkurenceschopnosti a upevnění jejich pozice na trhu je významná hlavně z hlediska vstupu České republiky do Evropské unie (Bednářová, 2007). Žadatel o podporu musí mít trvalý pobyt nebo sídlo na území České republiky. Podpora se poskytuje ve formě návratné finanční výpomoci, dotace, finančního příspěvku, záruky nebo úvěru se sníženou úrokovou sazbou (Zákon č. 47/2002 Sb.).

Pro správné fungování malých podniků vznikaly různé podpůrné organizace, sdružení či aliance, které měly za cíl podpořit podnikání a napomoci podnikatelům čelit konkurenčnímu tlaku velkých firem. V České republice se začala podpora uplatňovat až v devadesátých letech (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 6. 1 Vládní organizace

Vládní organizace, vytvořily řadu institucí, které mají poskytovat zvýhodněné poradenské služby. Tyto programy mají celostátní působnost (Veber, Srpová a kol., 2005).

CzechInvest je výkonnou jednotkou Ministerstva průmyslu a obchodu a současně implementační agenturou pro Operační program Průmysl a podnikání. Poskytuje přímou finanční podporu jak pro jednotlivé investiční projekty, tak i firmám, které se zaměřují na zakládání technologických center.

CzechTrade je organizace ustanovená Ministerstvem průmyslu a obchodu jako agentura na podporu obchodu. Hlavním cílem je prosazování a upevňování pozic českých exportérů na zahraničních trzích.

Regionální poradenská a informační centra poskytují malým podnikům cenově zvýhodněné úvodní konzultace a služby v rámci podnikání, pomáhají při zpracování podnikatelských plánů, organizují vzdělávací semináře pro podnikatele.

Podnikatelská a inovační centra poskytují technické a technologické poradenství, transfer technologií ze zahraničí a pomáhá při realizaci výsledků výzkumu a vývoje s využitím možností Evropské sítě podnikatelských a inovačních center.

Národní vzdělávací fond je nezávislá nezisková organizace založená Ministerstvem práce a sociální věci České republiky. Podporuje programy celoživotního vzdělávání, zvyšování kvality a efektivnosti lidských zdrojů.

Centrum pro regionální rozvoj České republiky je příspěvková organizace zřízená Ministerstvem pro místní rozvoj. Zaměřuje se na podporu činnosti ministerstva při realizaci regionální politiky, přeshraniční spolupráci a implementaci programů a projektů Evropské unie v České republice (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 6. 2 Nevládní organizace

Nevládní organizace představují různorodé spektrum subjektů, které v rámci plnění svých funkcí poskytují řadu užitečných služeb různým podnikatelským subjektům (Veber, Srpová a kol., 2005).

Hospodářská komora České republiky poskytuje svým členům odborné informační služby. Významnou skupinou na kterou se zaměřuje jsou právě malé podniky. Nabízí jim konzultační a poradenskou činnost, připravuje také odborná školení a semináře. Členství v hospodářské komoře je nepovinné. Jedná se o instituci zřízenou ze zákona.

Agrární komora slouží podnikatelům v zemědělství, lesnictví a potravinářství. Jedná se o instituci zřízenou ze zákona.

Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků České republiky je dobrovolným sdružením právnických osob působících v různých průmyslových oborech. K rozvoji malého podnikání přispívají např. zlepšováním podnikatelského prostředí, dostupností finančních prostředků, širokou nabídkou kvalitních informací, reprezentováním zájmů svých členů vůči vládním institucím i v zahraničí.

Sdružení podnikatelů České republiky je svaz soukromých podnikatelů, který obhájí zájmy svých členů, poskytuje informační a konzultační činnosti, pomáhá při navazování obchodních kontaktů.

Svaz obchodu České republiky je nezávislé dobrovolné zájmové sdružení. Poskytuje služby a zastává zájmy podnikatelů.

Svaz průmyslu a dopravy České republiky je dobrovolná nezávislá organizace, sdružující zaměstnavatele a podnikatele z oblasti průmyslu a dopravy. Získává zahraniční kontakty, prezentuje své členy na veletrzích, výstavách a konferencích v tuzemsku i zahraničí.

Centrum pro evropskou integraci působí v Bruselu při institucích Evropské unie. Podporuje zájmy domácích podnikatelů, poskytuje českým firmám informace o EU, nabízí školení a také odborné stáže v Bruselu.

Inovační podnikání je nevládní organizace, směřuje k rozvoji inovačních aktivit zaměřených na vývoj nového produktu a jeho uvedení na trh (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 6. 3 Privátní organizace

Existuje na trhu velké množství podnikatelských subjektů, které nabízejí řadu služeb. Nabízejí např. vedení účetnictví, daňové poradenství, právní konzultace, zabezpečení požadavků bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (Veber, Srpová a kol., 2005).

2. 7 Regionální politika

Centrálním koordinátorem pro využívání fondů Evropské unie v České republice je Ministerstvo pro místní rozvoj. Pro výkon této funkce byl zřízen Národní orgán pro koordinaci. Regionální politika Evropské unie je též nazývána jako politika hospodářské a sociální soudržnosti. Je odrazem principu solidarity uvnitř Evropské unie, kdy bohatší státy přispívají na rozvoj chudších států a regionů, aby se zvýšila kvalita života obyvatel a celé Evropské unie. V období 2007–2013 se České republice nabízí z evropských

fondů 26,69 miliardy eur. Pro úspěšné čerpání musí náš stát přidat navíc přibližně čtyři miliardy eur, jelikož Evropská unie financuje maximálně 85 procent výdajů z aktivit uskutečněných v rámci regionální politiky. Politika Hospodářské a sociální soudržnosti je naplňována prostřednictvím strukturálních fondů a Fondu soudržnosti. Strukturální fondy jsou určeny pro chudší nebo jinak znevýhodněné regiony (www.strukturalni-fondy.cz). Strukturální fondy EU se po roce 1993 staly hlavními nástroji evropské strukturální a regionální politiky k plnění cíle, snížit sociální a ekonomické diference mezi regiony. Z těchto fondů byl k tomuto účelu zřízen především Evropský fond regionálního rozvoje. Strukturální fondy lze čerpat prostřednictvím programů a na ně navazujících projektů. (Hrabánková, 1999).

Existují dva strukturální fondy (www.strukturalni-fondy.cz). Prvním je Evropský fond pro regionální rozvoj, kterým jsou podporovány investiční (infrastrukturní) projekty, jako např. výstavba silnic a železnic, podpora začínajícím podnikatelům. Druhým je Evropský sociální fond, kterým jsou podporovány neinvestiční (neinfrastrukturní) projekty, jako např. rekvalifikace nezaměstnaných, rozvoj vzdělávacích programů. Fond soudržnosti je na rozdíl od strukturálních fondů určený na podporu rozvoje chudších států, nikoli regionů.

V období mezi roky 2007-2013 sleduje regionální politika tři cíle, k jejichž dosažení má vyčleněno 347 miliard eur.

Prvním je cíl Konvergence. Je zaměřen na podporu hospodářského a sociálního rozvoje regionů. Tento cíl je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu a Fondu soudržnosti a v České republice pod něj spadají všechny regiony soudržnosti s výjimkou Hlavního města Prahy (www.strukturalni-fondy.cz). Je určen k urychlení hospodářské konvergence nejméně rozvinutých regionů země EU. Je zaměřen na zlepšování podmínek pro růst zaměstnanosti, na podporu výzkumu, vývoje a inovací a rozvoje znalostní ekonomiky, na ochranu životního prostředí a efektivitu státní administrativy. Důležitou roli zaujímá hlavně v nových

členských zemích, které přistoupily k EU v květnu 2004 a které čelí v rámci EU rozdílným ve vývoji (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Druhým je cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost. Tento cíl je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj a Evropského sociálního fondu a v České republice pod něj spadá Hlavní město Praha (www.strukturalni-fondy.cz). Jeho úkolem je zabránit novým nerovnováhám objevujícím se v neprospěch regionů, které by jinak trpěly následky nepříznivých sociálně ekonomických faktorů a neměly by dostatek prostředků na státní podporu (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

Třetím a posledním je cíl Evropské územní spolupráce. Je podporována meziregionální a nadnárodní spolupráce regionů. Tento cíl je financován z Evropského fondu pro regionální rozvoj a v České republice pod něj spadají všechny regiony (www.strukturalni-fondy.cz). Tento cíl má přispět k vyváženému, harmonickému a trvale udržitelnému rozvoji evropského území (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

2. 8 Operační programy

Každá členská země si dojednává s Evropskou komisí operační programy, které jsou zprostředkujícím mezistupněm mezi třemi hlavními evropskými fondy (Evropský fond pro regionální rozvoj, Evropský sociální fond, Fond soudržnosti) a konkrétními příjemci finanční podpory v členských státech a regionech. Jsou to strategické dokumenty představující průnik priorit politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU a individuálních zájmů členských států.

Česká republika si pro nynější období vyjednalo 26 operačních programů. Osm z nich je zaměřeno tématicky (např. na dopravu, vědu a vzdělávání, zaměstnanost, životní prostředí) a sedm zeměpisně (na Středočeský kraj, Střední Moravu, Moravskoslezsko atd.) Ostatní operační programy umožňují přeshraniční,

meziregionální a nadregionální spolupráci či zajišťují technické, administrativní a výzkumné zázemí realizace politiky soudržnosti. Projekty mohou předkládat obce, kraje, ministerstva, podnikatelé, vlastníci dopravní infrastruktury, neziskové organizace, školy, výzkumná centra a další (www.strukturalni-fondy.cz).

2. 8. 1 Operační program Podnikání a inovace

Mezi nejvýznamnější lze zařadit Operační program Podnikání a inovace. Je důležitým nástrojem pro rozvoj malého podnikání. Jeho řídicím orgánem je Ministerstvo průmyslu a obchodu a slouží pro čerpání finančních prostředků z Evropského fondu pro regionální rozvoj v letech 2007-2013. Globálním cílem je zvýšit konkurenceschopnost české ekonomiky a přiblížit inovační výkonnost sektoru průmyslu a služeb v České republice úrovni předních průmyslových zemí Evropy. Zahrnuje 15 programů podpory (www.mpo.cz). Vztahuje se na území celé České republiky s výjimkou Hlavního města Prahy (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

V Operačním programu podnikání a inovace se předpokládá využití finančních nástrojů typu Jeremie v případě podpory investic pro rozvoj malých podniků pomocí rizikového kapitálu (Bednářová, Škodová Parmová, 2010). Iniciativa Jeremie je nový finanční nástroj pro programovací období 2007-2013. Cílem je zlepšení přístupu malých firem k finančním zdrojům (Srpová, Řehoř a kol., 2010).

Operační program Podnikání a inovace zahrnuje 15 programů podpory. Jedná se o program Progres. Cílem tohoto programu je umožnit realizaci rozvojových podnikatelských projektů malých podniků s kratší historií.

Program Start podporuje realizaci podnikatelských záměrů fyzických i právnických osob vstupujících do podnikání poprvé nebo s delším časovým odstupem.

Program Záruka používá zvýhodněných záruk k usnadnění realizace podnikatelských projektů malých podniků zaměřených na investice.

Program Rozvoj zvyšuje konkurenceschopnost malých podniků prostřednictvím podpory zavádění progresivních technologií.

Cílem programu ICT a strategické služby je pomocí dotací podpořit konkurenceschopnost a růst ICT sektoru v České republice a podpora vybraných strategických služeb.

Program ICT v podnicích usiluje o zvýšení konkurenceschopnosti malých podniků prostřednictvím kvalitativně vyššího využití jejich potenciálu v oblasti pořizování a rozšiřování informačních systémů.

Cílem programu Ekoenergie je stimulovat aktivitu podnikatelů v oblasti snižování energetické náročnosti výroby a vyššího využití obnovitelných a druhotných zdrojů.

Cílem programu Inovace je stimulovat a zvýšit inovační aktivitu malých podniků v oblasti výroby i služeb.

Cílem programu Potenciál je posílit vývojové kapacity podniků a posílit spolupráci podniků s výzkumnými a vývojovými institucemi.

Program Spolupráce je zaměřen na podporu vzniku a rozvoje kooperačních odvětvových seskupení.

Program Prosperita podporuje zakládání a další rozvoj subjektů infrastruktury pro průmyslový výzkum, technologický vývoj a inovace zaměřených na realizaci nových technologií a konkurenceschopných výrobků a služeb.

Cílem programu Školící střediska je zaměřit investice do infrastruktury pro rozvoj lidských zdrojů v podnicích a také institucích, které poskytují služby pro podnikatelské subjekty v oblasti dalšího profesního vzdělávání.

Program Nemovitosti poskytuje podporu na projekty zaměřené na zkvalitnění infrastruktury pro podnikání.

Cílem programu Poradenství je zlepšení kvality a dostupnosti poradenských, informačních a vzdělávacích služeb pro malé podniky a tím i zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

Program Marketing je zaměřen na podporu vzdělávacích, asistenčních a informačních služeb a poradenství v oblasti mezinárodního obchodu (Bednářová, Škodová Parmová, 2010).

3 Metodika

3.1 Cíl bakalářské práce

Cílem bakalářské práce byla hospodářská charakteristika okresu Tábor. Dále posouzení současného stavu malých podniků v daném okrese a možnosti jejich dalšího rozvoje.

3.2 Struktura bakalářské práce

První část bakalářské práce byla zaměřena na literární přehled. Zde je charakterizovaná problematika malého podnikání, vývoj, charakteristika a význam malých podniků, legislativa a právní normy, založení malých podniků a možnosti podpory.

V druhé části práce byla hospodářská charakteristika okresu Tábor.

Třetí část byla zaměřena na analýzu malých podniků ve sledovaném okrese. Obsahuje výsledky získané pomocí dotazníkového šetření. Také jsem se zabývala možnostmi rozvoje malých podniků v okrese Tábor. Zde jsou uvedeny organizace, které poskytují podporu malým podnikům v daném okrese.

Poslední částí byl závěr práce, který shrnuje celou bakalářskou práci od literárního přehledu až po zjištěné výsledky.

3. 3 Použité metody

V bakalářské práci byly využity následující metody:

- dotazníkové šetření
- řízený rozhovor
- metoda komparace

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno osobní návštěvou ve vybraných podnicích. Podniky byly vybrány tak, aby zde byly firmy z odvětví, které jsou v okrese nejvíce zastoupeny. Celkem bylo osloveno 60 malých podniků. Dotazník obsahuje 16 otázek. U jedenácti otázek byla možnost výběru odpovědí ano či ne, u pěti otázek byla možnost výběru odpovědí. Dotazníkové šetření probíhalo v červnu až srpnu roku 2010. Veškeré získané informace byly zcela anonymní. Data byla zpracována pomocí počítačového programu Microsoft Office Word a Excel.

Řízený rozhovor

Řízený rozhovor probíhal s pracovníky Jihočeské hospodářské komory. Otázky byly zaměřeny především na možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor.

Metoda komparace

Pro zpracování bakalářské práce byla využita metoda komparace, která porovnává postavení okresu Tábor vůči jiným okresům Jihočeského kraje. Komparace byla provedena podle počtu zaměstnanců a podle převažující činnosti CZ-NACE.

Zdroje informací

Zdroje veškerých informací byly získány od podnikatelů nebo zaměstnanců malých firem, z Jihočeské hospodářské komory v Táboře a z odborné literatury.

4 Hospodářská charakteristika okresu Tábor

Okres Tábor se rozkládá v severní části Jihočeského kraje (příloha 1). Sousedí s okresy Písek, České Budějovice a Jindřichův Hradec, na západě s okresem Pelhřimov a na severu s okresy Benešov a Příbram. Svou rozlohou 1 326 km² se řadí na páté místo v kraji. Nadmořská výška se pohybuje od 354 m. n. m. v jižní části, kam ještě zasahuje Třeboňská pánev, do 724 m. n. m. na severu v oblasti Mladovožicka a Jistebnicka. Severní část s mírně zvlněným terénem je převážně zalesněná jehličnatými monokulturami. Výjimku tvoří obory v okolí Bechyně, kde jsou záměrně pěstované přirozené listnaté porosty, které poskytují potravu chovu jelenů, daňků a muflonů. Na celém území se vyskytuje středoevropská lesní květena. Jižní část tvoří blatská krajina s typickou rašeliništní přírodou.

Podle počtu obyvatel 103 tisíc osob je okres druhým největším okresem kraje. Stejně tak hustotou osídlení, na km² zde žije 77 osob. V samotném městě Tábor má hlášený trvalý či dlouhodobý pobyt téměř 36 tisíc obyvatel.

Ve městě a okolí se nacházejí školská, zdravotnická, kulturní a sportovní zařízení. Kulturní zařízení se nacházejí především ve městech, na venkově zaujímají toto místo zejména veřejné knihovny. Významné postavení má divadlo Oskara Nedbala v Táboře.

V okrese Tábor je evidováno 25 535 podnikatelských subjektů, což činí 16% z celkového počtu podnikatelských subjektů v Jihočeském kraji (155105). Zaujímá tak druhé místo v rámci Jihočeského kraje. V okrese Tábor dominuje průmysl, dále jsou lidé nejvíce zaměstnáni v zemědělství, stavebnictví a obchodu

(www.cbudejovice.czso.cz).

Tabulka 1: Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE v jednotlivých okresech Jihočeského kraje k 30.9.2010

Převažující činnost	Jihočeský kraj	Okres						
		České Budějovice	Český Krumlov	Jindřichův Hradec	Písek	Prachatice	Strakonice	Tábor
Zemědělství, lesnictví, rybníkářství	10188	1681	1296	1769	1143	1610	1275	1414
Ubytování, stravování, pohostinství	10908	3214	1705	1703	998	1011	910	1367
Doprava a skladování	3868	1271	358	377	438	316	457	651
Velkoobchod, maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel	34127	11119	2887	4434	3519	2633	3681	5854
Stavebnictví	20858	6225	2023	2928	2174	1775	2072	3661
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	3723	1201	388	424	455	302	351	602
Zpracovatelský průmysl	18831	5388	1699	2360	2279	1545	1930	3630

Zdroj: www.czso.cz

Okres Tábor se řadí podle převažující ekonomické činnosti na druhé místo z celého Jihočeského kraje a to hned po Českých Budějovicích. Nejvíce zde převažuje činnost velkoobchod, maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel a poté stavebnictví a zpracovatelský průmysl. Nejméně je zde zastoupena kulturní, zábavní a rekreační činnosti.

Tabulka 2: Ekonomické subjekty podle kategorie počtu zaměstnanců v okrese Tábor k 30.9.2010.

Počet zaměstnanců	Počet ekonomických subjektů							
	Jihočeský kraj	Okres						
		České Budějovice	Český Krumlov	Jindřichův Hradec	Písek	Prachatice	Strakonice	Tábor
1-5 zaměstnanců	11690	4141	1023	1525	1263	973	1070	1695
6-9 zaměstnanců	1641	596	123	233	177	146	142	224
10-19 zaměstnanců	1520	536	135	179	139	133	148	250
20-24 zaměstnanců	392	155	31	50	41	28	31	56
25-49 zaměstnanců	808	238	71	123	89	74	96	117

Zdroj: www.czso.cz

V okrese Tábor převládají malé podniky s 1-5 zaměstnanci, které se zde nacházejí v počtu 1 695. 56 podniků zaměstnává mezi 20-24 zaměstnanci. Celkový registrovaný počet malých podniků v Jihočeském kraji činí 16 051, tento údaj je platný k 30.9.2010.

5 Analýza malých podniků v okrese Tábor

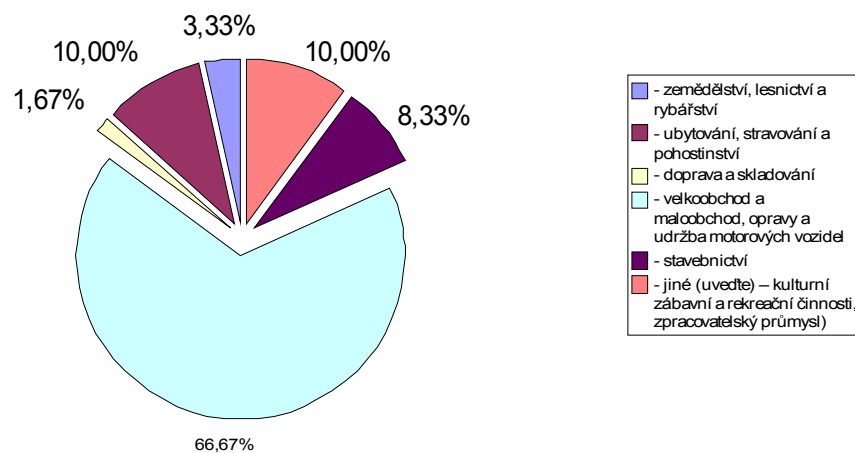
Analýza malých podniků v okrese Tábor byla provedena pomocí dotazníkového šetření a rozhovorů s podnikateli nebo zaměstnanci malých podniků.

5.1 Výsledky výzkumu

Otázka č. 1: V jakém oboru podnikáte?

Zemědělství, lesnictví, rybářství	2 podniky (3,33%)
Ubytování, stravování a pohostinství	6 podniků (10%)
Doprava a skladování	1 podnik (1,67%)
Velkoobchod, maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel	40 podniků (66,67%)
Stavebnictví	5 podniků (8,33%)
jiné: kulturní, zábavní a rekreační činnosti, zpracovatelský průmysl ..	6 podniků (10%)

Obr. 1 Obor podnikání



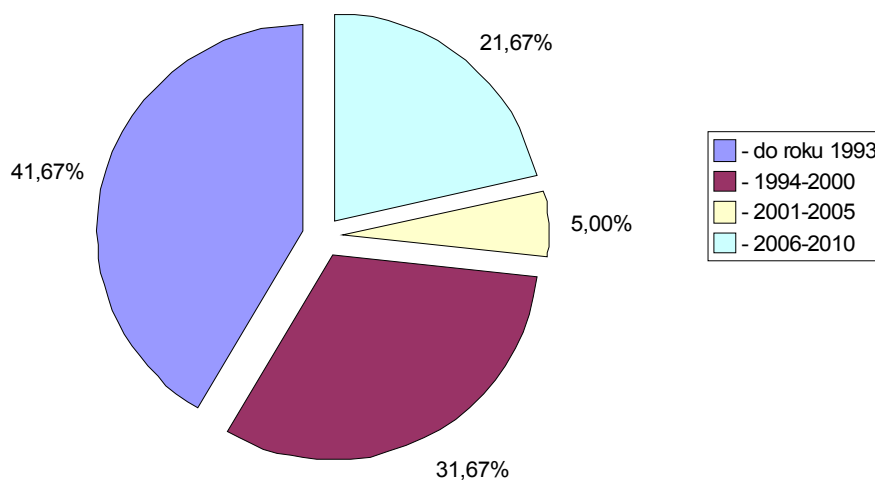
Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce dotazovaných respondentů uvedlo jako předmět podnikání velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel. Jako další se nejčastěji vyskytuje ubytování, stravování a pohostinství a také kulturní, zábavní a rekreační činnosti, zpracovatelský průmysl. Nejméně respondentů bylo osloveno z oblasti: stavebnictví, zemědělství, lesnictví a rybářství, doprava a skladování.

Otázka č. 2: Kdy byl Váš podnik založen?

Do roku 1993	26 podniků (41,67%)
1994-2000	19 podniků (31,67%)
2001-2005	3 podniky (5%)
2006-2010	13 (21,67%)

Obr č. 2: Založení podniku



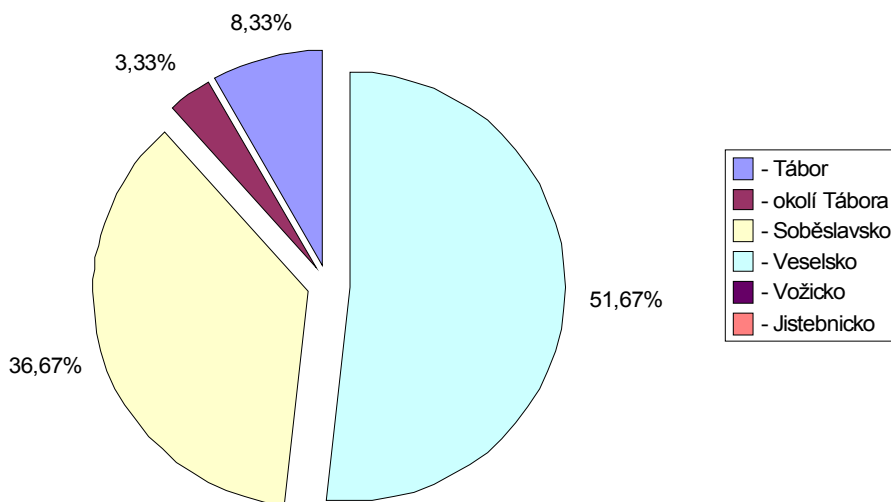
Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce podniků bylo založeno do roku 1993. Nejméně podniků bylo založeno mezi roky 2001-2005.

Otázka č. 3: V jaké lokalitě okresu Tábor Váš podnik sídlí?

Tábor	5 podniků (8,33%)
Okolí Tábora	2 podniky (3,33%)
Soběslavsko	22 podniků (36,67%)
Veselsko	31 podniků (51,67%)
Vožicko	0 podniků (0%)
Jistebnicko	0 podniků (0%)

Obr. 3 Sídlu podniku



Zdroj: Vlastní výzkum

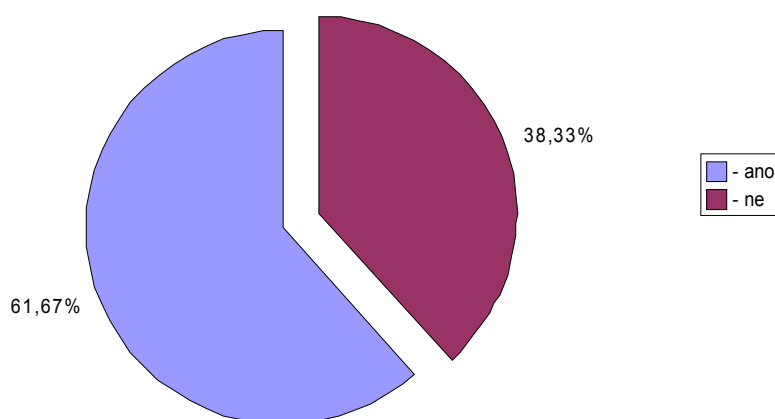
Nejvíce z oslovených subjektů bylo z lokality Veselska a Soběslavska. V lokalitě Vožicko a Jistebnicko nemá sídlo žádný z dotazovaných podniků. Podnikatelé z lokalit Vožicka a Jistebnicka byli osloveni, ale bohužel ani jeden z podnikatelů nevyplnil předložený dotazník.

Otázka č. 4: Ohrožuje Vás v dané lokalitě konkurence?

Ano 37 podniků (61,67%)

Ne 23 podniků (38,33%)

Obr. 4 Ohrožení konkurence



Zdroj: Vlastní výzkum

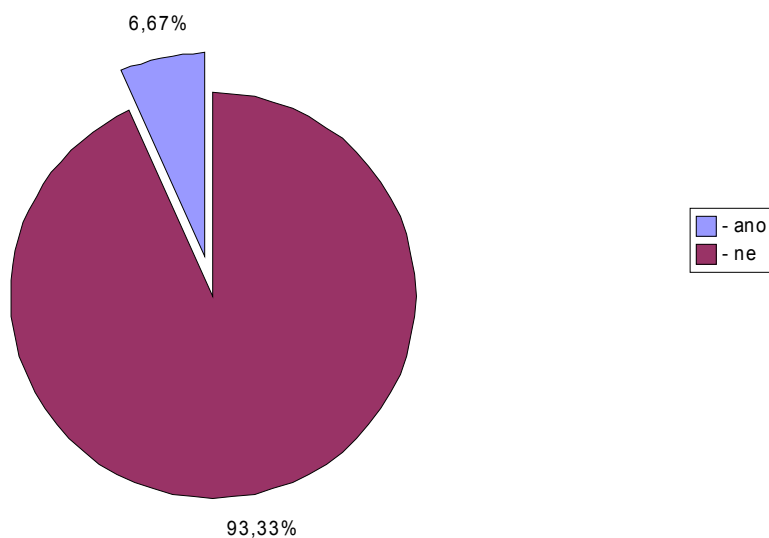
Nejvíce dotazovaných podniků odpovědělo, že je v dané lokalitě, kde sídlí jejich podnik, ohrožuje konkurence. Mezi tyto podniky lze zařadit ty, které podnikají v oblasti velkoobchodu a maloobchodu.

Otázka č. 5: Chtěli byste svoji firmu umístit do jiného regionu?

Ano 4 podniky (6,67%)

Ne 56 podniků (93,33%)

Obr. 5 Umístění firmy do jiného regionu



Zdroj: Vlastní výzkum

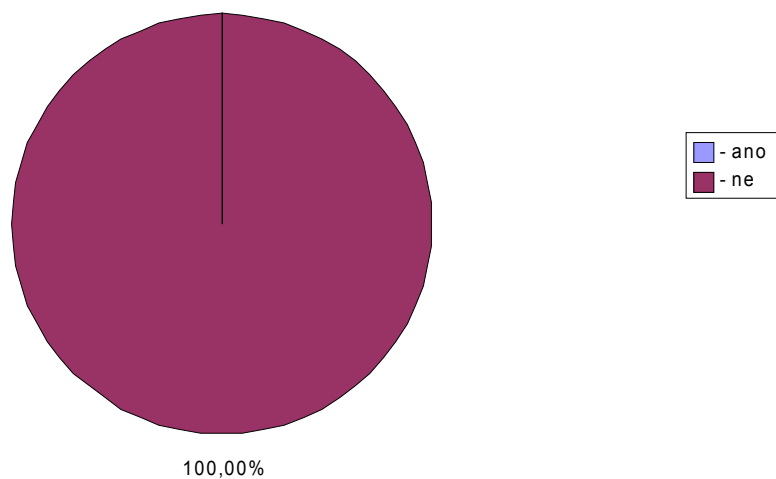
Nejčastější odpovědí bylo, že by firmy nechtěly své sídlo umístit do jiného regionu, protože zde mají svůj okruh zákazníků. 4 podnikatelé odpověděli, že by chtěli umístit firmu do jiného regionu. Především se to týká podnikatelů, kteří si za svou činnost zvolili maloobchod. Hlavním důvodem bylo, že je v dané lokalitě ohrožuje konkurence a také, že by chtěli svou firmu přemístit do většího města.

Otázka č. 6: Chtěli byste změnit obor Vašeho podnikání?

Ano 0 podniků (0%)

Ne 60 podniků (100%)

Obr. 6 Změna oboru podnikání



Zdroj: Vlastní výzkum

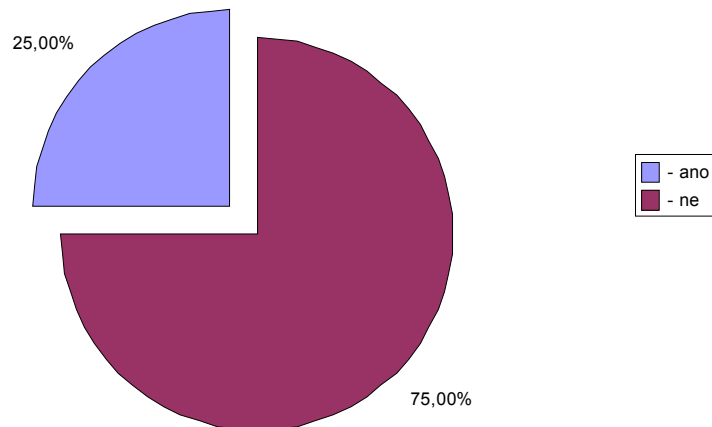
Žádný podnikatel by nechtěl změnit obor svého podnikání. Podnikatelé jsou se svým oborem podnikání spokojeni a považují ho za přínos nejen pro sebe, ale i pro celý region.

Otázka č. 7: Máte pobočky i v jiných okresech?

Ano 15 podniků (25%)

Ne 45 podniků (75%)

Obr. 7 Pobočky v jiných okresech



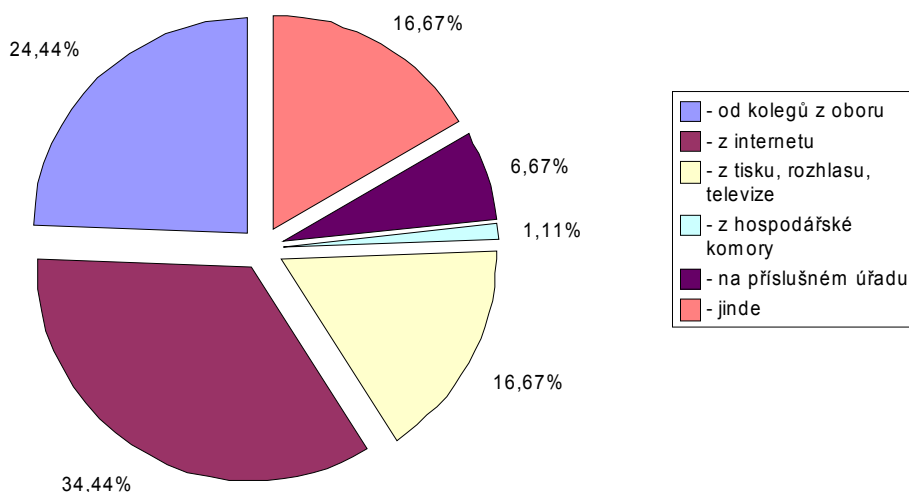
Zdroj: Vlastní výzkum

15 dotazovaných podniků odpovědělo, že mají pobočky i v jiných okresech a to z důvodu získání většího počtu zákazníků.

Otázka č. 8: Kde získáváte důležité informace pro své podnikání?

Od kolegů z oboru	22 podniků (24,44%)
Z internetu	31 podniků (34,44%)
Z tisku, rozhlasu, televize	15 podniků (16,67%)
Z hospodářské komory	1 podnik (1,11%)
Na příslušném úřadu	6 podniků (6,67%)
Jinde	15 podniků (16,67%)

Obr. 8 Zdroj informací pro podnikání



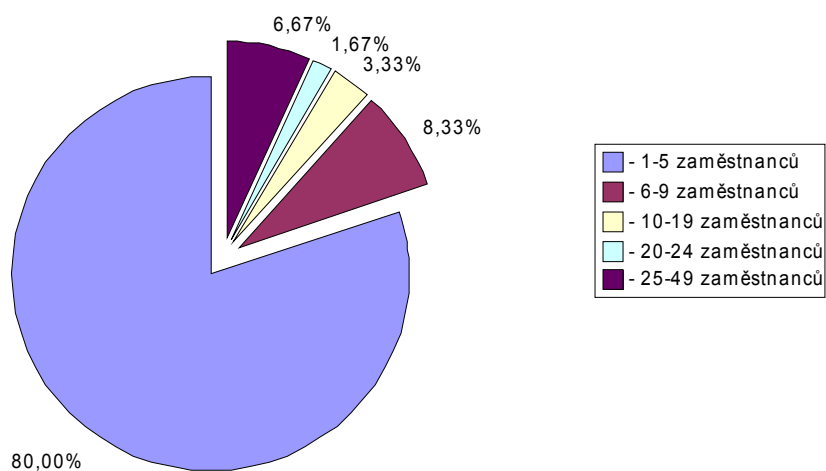
Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce dotazovaných získává důležité informace z internetu a poté od kolegů z oboru. Pouze jeden dotazovaný odpověděl, že získává informace z hospodářské komory. I když podnikatelé vědí o hospodářské komoře, nemají zájem o spolupráci. Myslí si, že je tato spolupráce zbytečná.

Otázka č. 9: Kolik má Váš podnik zaměstnanců?

1-5 zaměstnanců	48 podniků (80%)
6-9 zaměstnanců	5 podniků (8,33%)
10-19 zaměstnanců	2 podniky (3,33%)
20-24 zaměstnanců	1 podnik (1,67%)
25-49 zaměstnanců	4 podniky (6,67%)

Obr. 9 Počet zaměstnanců



Zdroj: Vlastní výzkum

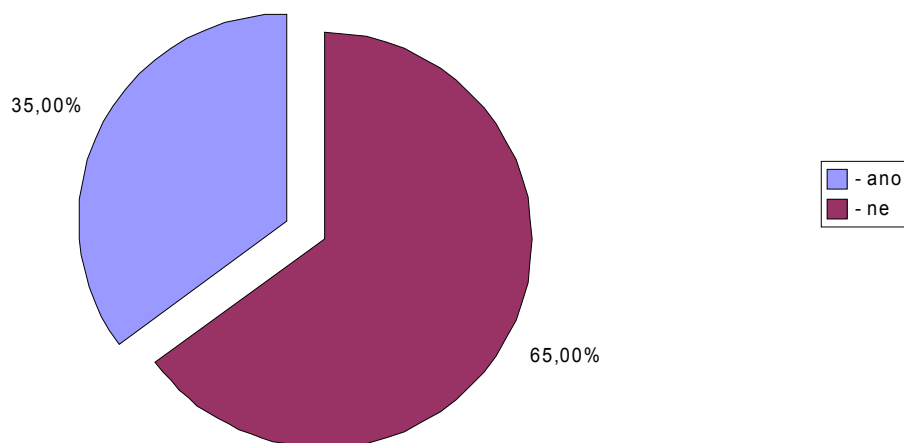
V okrese Tábor jsou nejvíce zastoupeny podniky s 1-5 zaměstnanci. Pouze jeden dotazovaný podnik uvedl, že zaměstnává 20-24 zaměstnanců. 4 podnikatelé uvedli, že zaměstnávají mezi 25-49 zaměstnanci.

Otázka č. 10: Vytvořili jste v poslední době volná pracovní místa?

Ano 21 podniků (35%)

Ne 39 podniků (65%)

Obr. 10 Počet volných pracovních míst



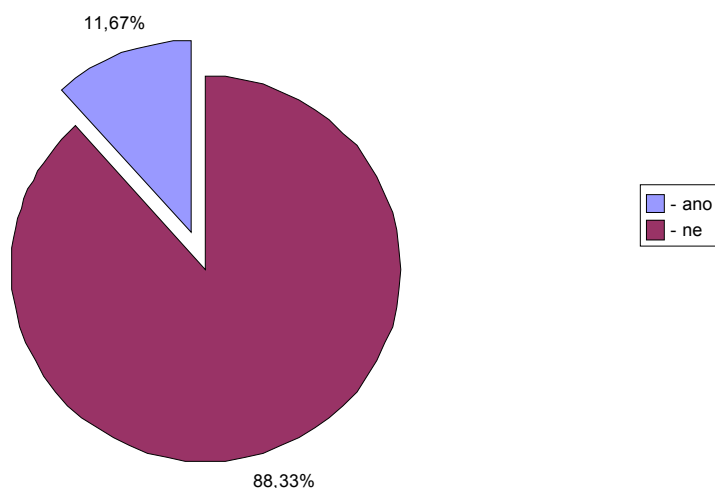
Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce dotázaných, tj. 39 respondentů nevytvořilo v poslední době volné pracovní místo. 21 dotazovaných vytvořilo volná pracovní místa. Tato skutečnost je významná, neboť tvorba nových pracovních míst je důležitá pro vývoj zaměstnanosti v regionu.

Otázka č. 11: Jste členem Jihočeské hospodářské komory?

Ano 7 podniků (11,67%)
Ne 53 podniků (83,33%)

Obr. 11 Počet členů hospodářské komory



Zdroj: Vlastní výzkum

Nejvíce dotázaných podniků odpovědělo, že nejsou členy Jihočeské hospodářské komory. 7 podniků je členem hospodářské komory, přesto jejich služeb aktivně nevyžívají.

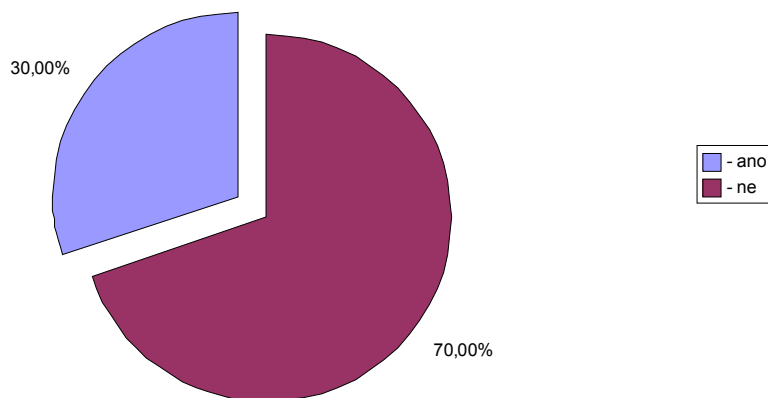
Z rozhovoru s pracovníky Jihočeské hospodářské komory vyplnulo, že vývoj členství v komoře je odlišný, každý rok přichází a odchází členové komory. V roce 2006 přistoupilo 6 členů a odešlo 15 členů, v roce 2007 přistoupilo 12 členů a odešlo 5 členů, v roce 2008 přistoupilo 13 členů a odešlo 7 členů, v roce 2009 přistoupilo 9 členů a odešlo 6 členů a v roce 2010 přistoupilo 23 členů a odešlo 18 členů.

Otázka č. 12: Je legislativa podnikání v ČR dostačující?

Ano 18 podniků (30%)

Ne 42 podniků (70%)

Obr. 12 Dostačující legislativa v podnikání



Zdroj: Vlastní výzkum

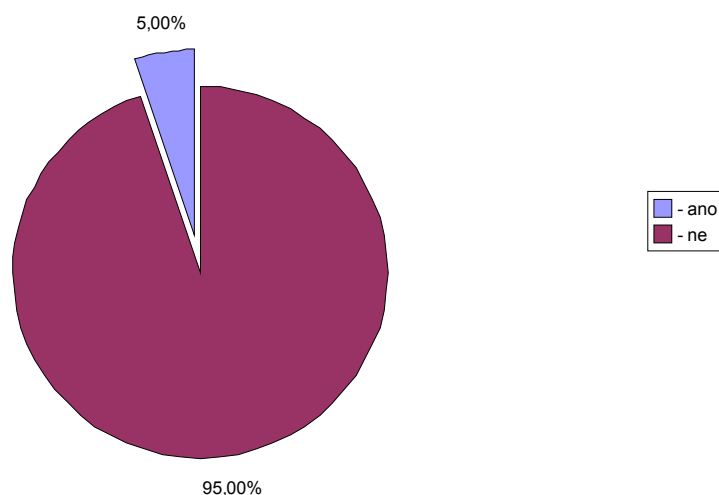
Většina dotazovaných (70%) není spokojena s legislativní úpravou podnikání v ČR.

Otázka č. 13: Žádali jste již o státní podporu podnikání?

Ano 3 podniky (5%)

Ne 57 podniků (95%)

Obr. 13 Žádost o státní podporu podnikání



Zdroj: Vlastní výzkum

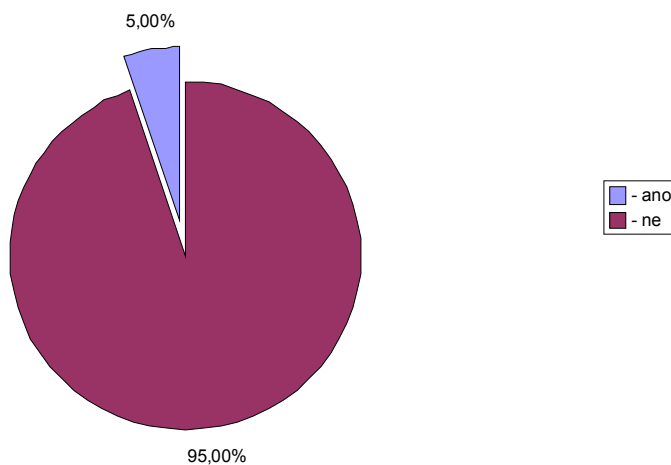
Pouze 3 firmy žádaly o státní podporu podnikání. Zbýlých 57 firem o to nemá zájem. Důvodem nezájmu je složitá administrativa, příliš času na zpracování projektu a ostatní své důvody nevedly.

Otázka č. 14: Žádali jste již o podporu z fondů EU?

Ano 3 podniky (5%)

Ne 57 podniků (95%)

Obr. 14 Žádost o podporu z fondů EU



Zdroj: Vlastní výzkum

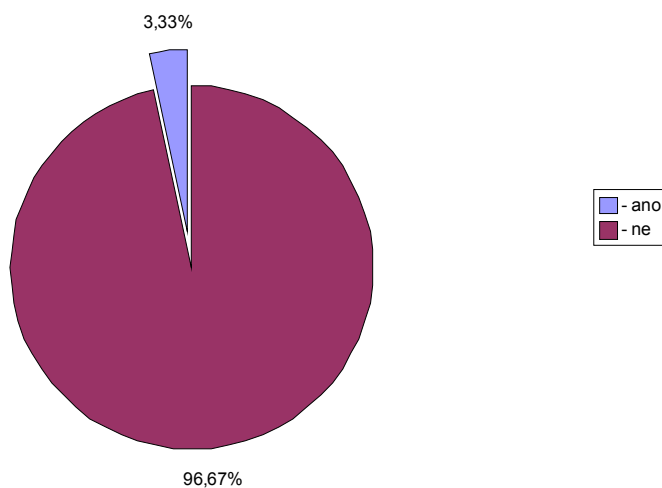
Pouze 3 firmy zažádaly a rovněž získaly podporu z fondů EU. Zbýlých 57 firem o to nemá zájem.

Otázka č. 15: Využili jste jinou podporu podnikání?

Ano 2 podniky (3,33%)

Ne 58 podniků (96,67%)

Obr. 15 Využití jiné podpory podnikání



Zdroj: Vlastní výzkum

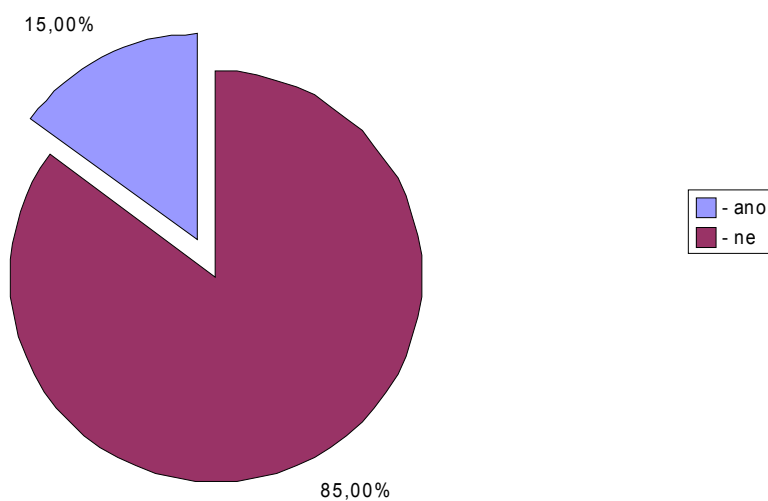
Pouze 2 firmy využily jinou podporu podnikání. Jednalo se o využití krajské podpory podnikání. Zbýlých 58 firem o to nemá zájem.

Otázka č. 16: Byli jste nuceni snižovat počet zaměstnanců v důsledku hospodářské krize?

Ano 9 podniků (15%)

Ne 51 podniků (85%)

Obr. 16 Snižování zaměstnanců



Zdroj: Vlastní výzkum

9 dotazovaných podniků muselo snižovat počty zaměstnanců v důsledku hospodářské krize. Zbýlých 51 podniků nemuselo k tomuto opatření přistoupit.

5. 2 Shrnutí výsledků výzkumu

Nejvíce dotazovaných respondentů uvedlo jako předmět podnikání velkoobchod, maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel. Nejméně je zastoupena podnikatelská činnost doprava a skladování. Podniky byly založeny převážně do roku 1993 a potom mezi roky 1994-2000. Nejvíce podniků se vyskytuje na území Veselska a Soběslavska. Každý podnikatel uvedl, že je v dané lokalitě ohrožen konkurencí podobného nebo stejného podniku. Většina podnikatelů by nechtěla umístit sídlo svého podniku do jiného regionu. Jsou s umístěním svého podniku spokojeni, protože zde mají svůj okruh zákazníků. Všichni podnikatelé jsou spokojeni se svým oborem podnikání.

Za zdroj informací považují především internet, a důvěrné informace získávají od kolegů z oboru. V okrese jsou nejvíce zastoupeny malé podniky s 1-5 zaměstnanci. Z výzkumu vyplývá, že většina není členem Jihočeské hospodářské komory. O toto členství nemají zájem, neboť v tom nevidí přínos. Jihočeská hospodářská komora by měla navázat s podnikateli užší kontakty, kde by vysvětlila a uvedla nabídky a aktivity pro podnikatele přínosné (informace o novinkách v podnikání, o programech podpory, atd., pomoc při zpracování podnikatelských záměrů, navázání nových kontaktů atd.). Tvorba nových pracovních míst je důležitá proto, aby se zvyšovala zaměstnanost v regionu. Důsledky hospodářské krize se nedotkly 51 podniků ze 60 dotazovaných malých podniků. Drobní podnikatelé uvádějí, že jim chybí legislativní podpora podnikání.

6 Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor

Z provedeného šetření je možné navrhnout následující možnosti, které by přispěly k rozvoji malých podniků v okrese Tábor.

Spolupráce s institucemi

Mezi instituce podporující rozvoj malých podniků v okrese Tábor lze zařadit Jihočeskou hospodářskou komoru v Táboře a také Agrární komoru.

Hlavním posláním Jihočeské hospodářské komory v Táboře je podpora rozvoje podnikatelského prostředí a prosazování zájmů podnikatelů. Shromažďuje a poskytuje informace pro podnikatele a vytváří neformální obchodní vztahy. Je rozdělena regionálně a také oborově. Členství v komoře je dobrovolné a členem se může stát jakákoliv fyzická i právnická osoba zapsaná v obchodním rejstříku nebo podniká na základě živnostenského listu. Členem komory se stane po zaplacení členských příspěvků na kalendářní rok a po odsouhlasení přijetí za člena představenstvem (www.jhk.cz).

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že pouze 7 z oslovených 60 respondentů je členem Jihočeské hospodářské komory. Bylo by potřeba, aby Jihočeská hospodářská komora navázala užší kontakty s podnikateli a nabídla jim takové produkty, aby zájem podnikatelů o tuto instituci vzrostl.

Z rozhovoru a návštěvy Jihočeské hospodářské komory v Táboře byly zodpovězeny otázky týkající se hospodářské komory. Hlavním posláním je podpora rozvoje podnikatelského prostředí a prosazování zájmů podnikatelů. Členové dostávají

informace pravidelně jednou za čtrnáct dní prostřednictvím tzv. infoservisu (elektronického bulletinu). Jedná se hlavně o legislativní novinky, informace o programech podpor, informace o podnikání v zahraničí. Také poskytují individuální poradenství a pomoc při řešení problémů jednotlivých firem, zejména poradenství při hledání kooperačních partnerů v tuzemsku i v zahraničí, podmínky vývozu zboží, možnosti získávání finančních dotací, zakládání firem a zahájení živnostenské činnosti. Členství je dobrovolné a členem se může stát každá právnická i fyzická osoba. Podnikatelé zaregistrovaní v hospodářské komoře, platí roční členské příspěvky a výše příspěvku závisí na počtu zaměstnanců firmy.

Hospodářská komora každoročně pořádá „Podnikatelské fórum“. Jedná se o setkání podnikatelů, představitelů měst a představitelů státních institucí táborského regionu. Každý podzim organizuje „Prezentaci středních škol a odborných učilišť“, kde se prezentují školy nejenom z Táborska, ale i jiných oblastí Jihočeského kraje. Z menších akcí organizují různá setkání podnikatelů, např. „Setkání podnikatelů v Plané nad Lužnicí“, „Setkání podnikatelů v Soběslavi“. Tato setkání jsou organizována zpravidla společně s místním městským úřadem. Dále pořádají různé konzultační dny pro podnikání zaměřené na konkrétní region. A pak také organizují vzdělávací semináře, především účetní a daňové. Podnikatelé mají největší zájem o dotační programy, nejčastěji požadují dotace na rekonstrukci provozovny, rozšíření výrobních prostor a nákup nových strojů.

Agrární komora sdružuje sedm okresních agrárních komor Jihočeského kraje, mezi ně patří Agrární komora v Táboře. Agrární komora Jihočeského kraje zajišťuje kolem 700 fyzických a právnických osob podnikajících v oblasti zemědělství, lesnictví, rybářství a potravinářství na území Jihočeského kraje (www.rakjk.cz).

Programy podpory malého podnikání

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že malé procento firem se zajímá a využívá programy podpory malých podniků. Jedním z vhodných programů pro malé podnikatele je Operační program Podnikání a inovace. Z tohoto programu lze doporučit následující programy.

Program Start je zaměřen na realizaci podnikatelských projektů osob vstupujících do podnikání poprvé nebo s delším časovým odstupem. Poskytuje bezúročnou úvěry nebo zvýhodněné záruky s finančním příspěvkem k zaručovanému úvěru. Poskytovatelem podpory je Českomoravská záruční a rozvojová banka, a. s.

Dalším vhodným programem pro malé podnikatele je program ICT v podnicích, který podporuje konkurenceschopnost malých podniků prostřednictvím kvalitně vyššího využití jejich potenciálu v oblasti pořizování a rozšiřování informačních systémů.

Program Poradenství usiluje o zlepšení kvality a dostupnosti poradenských služeb pro malé podnikatele a tím i zvýšení jejich konkurenceschopnosti prostřednictvím ucelené koncepce poradenských služeb.

Inovační aktivity firem

Další možnost podpory malých podniků je podpora inovačních aktivit firem. Důležité je úzké propojení výrobních firem s institucemi, jako jsou výzkumná a vývojová pracoviště, školy, akademie věd a další.

Do tohoto procesu by bylo možné zapojit malé firmy, které hrají důležitou úlohu v rozvoji regionů a mají velký vliv na rozvoj zaměstnanosti. V tomto směru sehrávají významnou roli poradenská informační centra, podnikatelské inkubátory, hospodářská komora a Jihočeská agentura pro podporu inovačního podnikání. Zvýšení inovačních

aktivit malého podnikání je rovněž cílem programu Inovace. Firmy, které vykazují inovační činnost mají dobrý předpoklad pro spolupráci např. v podobě klastrů.

Spolupráce firem

K rozvoji malých podniků mohou přispět i různé formy spolupráce. Jedná se např. o partnerství, podnikatelské sítě, klastry.

Partnerství je volná forma spolupráce mezi podnikatelskými subjekty. Vztahy vznikají na základě osobních kontaktů, opírají se o vzájemnou důvěru, respekt a o vědomí vzájemného prospěchu.

Podnikatelské sítě představují dlouhodobé a cílevědomé vztahy mezi organizacemi. Zapojení do podnikatelských sítí umožňuje malým firmám získat konkurenční výhodu, lepší přístup ke specializovaným službám a také získat větší zakázky.

Klastry přispívají k podpoření inovačních aktivit a zvýšení konkurenceschopnosti firem. V klastru firmy navzájem spolupracují, ale nesmí být oslabena jejich konkurenceschopnost. Tím, že si podniky v klastru navzájem konkurují, podněcují inovativní aktivity a tak i rozvoj celého klastru.

7 Závěr

Bakalářská práce analyzuje možnosti rozvoje malého podnikání v okrese Tábor. Malé podniky mají nezastupitelnou roli v ekonomice, pružně reagují na změny a vytvářejí nová pracovní místa. Dokáží se rychle přizpůsobit přáním zákazníků a podmínkám trhu. Malé podniky mají jednoduchou a přehlednou organizační strukturu, umožňující přímé vedení a kontrolu. Veškeré řízení má v rukou podnikatel.

Na základě dotazníkového šetření, které se týkalo možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor lze říci, že největší zastoupení mají podniky zabývající se velkoobchodem, maloobchodem, opravami a údržbami motorových vozidel. Malé podniky vznikaly převážně do roku 1993. Největší zastoupení podniků je v lokalitě Veselska a Soběslavska. Většina dotazovaných odpověděla, že je neohrožuje konkurence, nechtějí umístit svůj podnik do jiného regionu, ani změnit obor svého podnikání. Většina dotazovaných má pobočky svého podniku rozmístěné pouze na území Tábořského okresu.

Důležité informace pro své podnikání získávají především z internetu, který je v dnešní době velmi rozšířen. Také získávají informace od kolegů z oboru, kteří mají bohaté zkušenosti s vedením podniku. Malé podniky zaměstnávají hlavně 1-5 zaměstnanců a 39 podnikatelů vytvořilo nová pracovní místa. 53 dotazovaných podnikatelů není členem Jihočeské hospodářské komory. Většina podnikatelů (70%) není spokojena s legislativou v podnikání.

O podporu z fondů Evropské unie, o státní podporu podnikání a o jinou podporu podnikání žádalo pouze malé procento podnikatelů. Tato skutečnost je zarážející, neboť to svědčí o malém využívání finančních prostředků z programů podpory.

Možnosti rozvoje malého podnikání lze spatřovat ve spolupráci s institucemi, ve zlepšení informovanosti o programech podpory malého podnikání a tím ke zvýšení jejich využívání, v podpoře inovačních aktivit firem a ve spolupráci firem.

8 Přehled použité literatury

Odborná literatura

BEDNÁŘOVÁ, D. *Inovace, klastry v rozvoji regionů*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Fakulta ekonomická, 2007. 66 s. ISBN 978-80-7040-952-7

BEDNÁŘOVÁ, D., ŠKODOVÁ PARMOVÁ, D. *Malé a střední podnikání*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Fakulta ekonomická, 2010. 146 s. ISBN 978-80-7394-229-8

FRKOVÁ, J. *Individuální podnikání (Malé a střední podnikání)*. Praha 6: České vysoké učení technické v Praze, Fakulta stavební, 2004. 182 s. ISBN 80-01-02857-7

HRABÁNKOVÁ, M. *Strukturální fondy*. Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství České republiky, 1999. 52 s. ISBN 80-7105-182-9

KONEČNÁ, M. *Založení a řízení malých a středních podniků*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, 1993. 188 s. ISBN 80-7079-819-X

LEDNICKÝ, V., VANĚK, J. *Kooperační struktury malých a středních podniků*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Fakulta obchodně-podnikatelská v Karviné, tiskárna: Kleinwächter, Frýdek-Místek, 2004. 191 s. ISBN 80-7248-259-9

LEDNICKÝ, V., SLÁVIK, Š., VANĚK, J. *Řízení malých a středních podniků*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, Fakulta obchodně-podnikatelská v Karviné, tiskárna: Kleinwächter, Frýdek-Místek, 2002. 138 s. ISBN 80-7248-173-8

RYDVALOVÁ, P. *Malé a střední podnikání*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, Fakulta hospodářská, tiskárna: Vysokoškolský podnik, s. r. o., Liberec, 2002. 118 s. ISBN 80-7083-561-3

SRPOVÁ, J., ŘEHOŘ, V., A KOL. *Základy podnikání*. Grada Publishing, a. s., Praha 7, 2010. 432 s. ISBN 978-80-247-3339-5

VEBER, J., SRPOVÁ, J., A KOL. *Podnikání malé a střední firmy*. Grada Publishing, a. s., Praha 7, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2

Zákon č. 47/2002 Sb., O podpoře malého a středního podnikání

Internetové zdroje

Český statistický úřad: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 19.2.2011]. Dostupné z www <http://www.cbudejovice.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_ta>

Český statistický úřad: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 1.3.2011]. Dostupné z www <<http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/krajenejnovejsi/xc>>

Český statistický úřad: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 1.3.2011]. Dostupné z www <http://www.czso.cz/csu/2010ediciplan.nsf/krajkapitola/311302-10-1_az_3_ctvrtleti_2010-06>

Fondy Evropské unie: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 15.3.2011]. Dostupné z www <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU/Regionalni-politika-EU>>

Fondy Evropské unie: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 15.3.2011]. Dostupné z www <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondceEU>>

Ministerstvo průmyslu a obchodu: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 15.3.2011].
Dostupné z www <<http://www.mpo.cz/cz/podpora-podnikani/oppi/>>

Jihočeská hospodářská komora: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 16.3.2011].
Dostupné z www <<http://www.jhk.cz/ta.html>>

Agrární komora: Interní materiály [online]. 2011, [cit. 16.3.2011]. Dostupní z www
<<http://www.rakjk.cz/tabor/index.html>>

9 Přílohy

Seznam tabulek

Tabulka 1: Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE v jednotlivých okresech Jihočeského kraje k 30.9.2010	29
---	----

Tabulka 2: Ekonomické subjekty podle kategorie počtu zaměstnanců v okrese Tábor k 30.9.2010	30
---	----

Seznam obrázků

Obr. 1 Obor podnikání	31
Obr. 2 Založení podniku	32
Obr. 3 Sídlo podniku	33
Obr. 4 Ohrožení konkurence	34
Obr. 5 Umístění firmy do jiného regionu	35
Obr. 6 Změna oboru podnikání	36
Obr. 7 Pobočky v jiných okresech	37
Obr. 8 Zdroj informací pro podnikání	38
Obr. 9 Počet zaměstnanců	39
Obr. 10 Počet volných pracovních míst	40
Obr. 11 Počet členů hospodářské komory	41
Obr. 12 Dostačující legislativa v podnikání	42

Obr. 13 Žádost o státní podporu podnikání 43

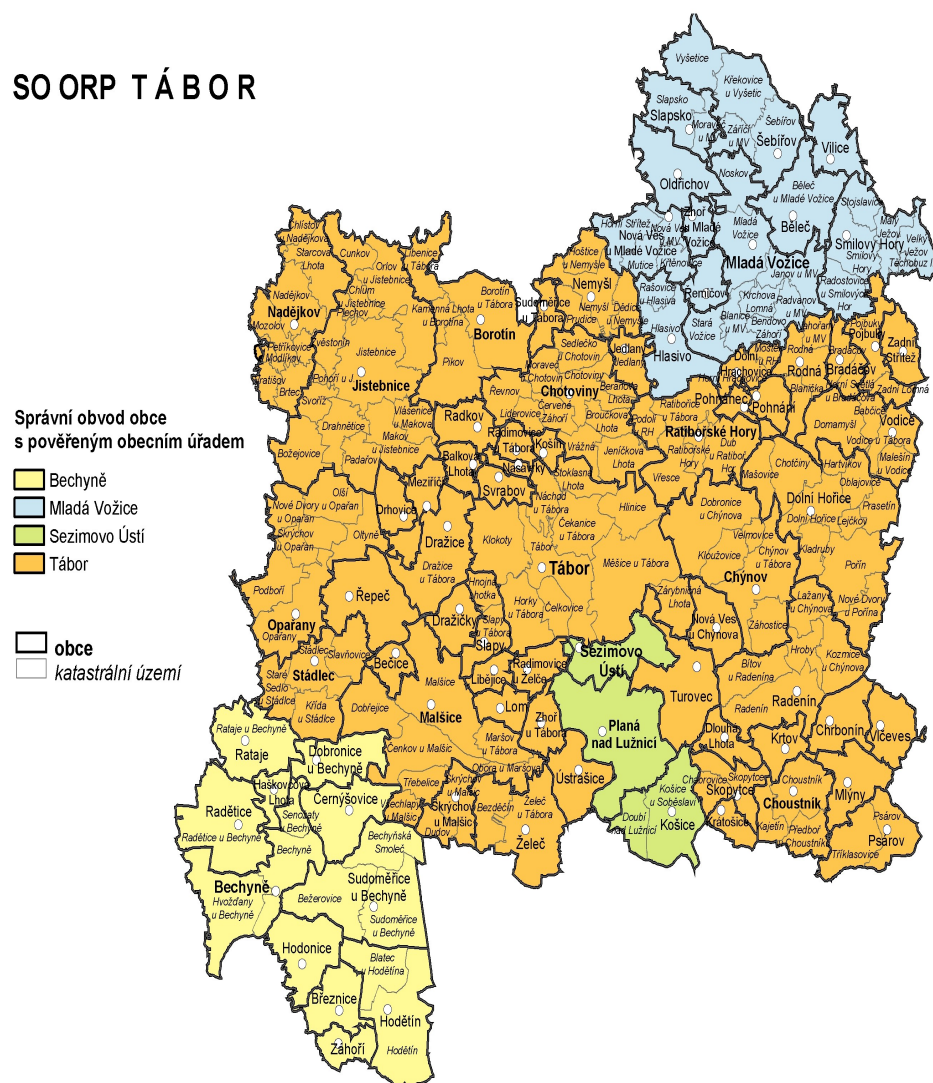
Obr. 14 Žádost o podporu z fondů EU 44

Obr. 15 Využití jiné podpory podnikání 45

Obr. 16 Snižování zaměstnanců 46

Příloha 1 Mapka okresu Tábor

SO ORP TÁBOR



Příloha 2 Dotazník pro malé podnikatele

Dobrý den,

jmenuji se Miloslava Šatrová a v současné době zpracovávám bakalářskou práci na téma: Možnosti rozvoje malých podniků v okrese Tábor. Proto bych Vás ráda požádala o vyplnění dotazníku, který je důležitý k zpracování méjí bakalářské práce. Tento dotazník je zcela anonymní.

Děkuji za Váš čas a za vyplnění tohoto dotazníku.

1. V jakém oboru podnikáte?

- zemědělství, lesnictví a rybářství
- ubytování, stravování a pohostinství
- doprava a skladování
- velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel
- stavebnictví
- jiné (uveďte)

2. Kdy byl Váš podnik založen?

- do roku 1993
- 1994-2000
- 2001-2005
- 2006-2010

3. V jaké lokalitě okresu Tábor Váš podnik sídlí?

- Tábor
- okolí Tábora

- Soběslavsko

- Veselsko

- Vožicko

- Jistebnicko

4. Ohrožuje Vás v dané lokalitě konkurence?

- ano

- ne

5. Chtěli byste svoji firmu umístit do jiného regionu?

- ano

- ne

6. Chtěli byste změnit obor Vašeho podnikání?

- ano

- ne

7. Máte pobočky i v jiných okresech?

- ano

- ne

8. Kde získáváte důležité informace pro své podnikání?

- od kolegů z oboru

- z internetu

- z tisku, rozhlasu, televize

- z hospodářské komory

- na příslušném úřadu

- jinde

9. Kolik má Váš podnik zaměstnanců?

- 1-5 zaměstnanců

- 6-9 zaměstnanců

- 10-19 zaměstnanců

- 20-24 zaměstnanců

- 25-49 zaměstnanců

10. Vytvořili jste v poslední době volná pracovní místa?

- ano

- ne

11. Jste členem Jihočeské hospodářské komory?

- ano

- ne

12. Je legislativa podnikání v ČR dostačující?

- ano

- ne

13. Žádali jste již o státní podporu podnikání?

- ano

- ne

14. Žádali jste již o podporu z fondů EU?

- ano

- ne

15. Využili jste jinou podporu podnikání?

- ano

- ne

16. Byli jste nuceni snižovat počet zaměstnanců v důsledku hospodářské krize?

- ano

- ne

10 Summary

The Possibilities of Developing Small Businesses in the District of Tabor

The aim of this thesis involves the economic characteristics of the Tabor District. The objective was to assess the current state of small businesses in the District of Tabor and the possibilities for their further development. A questionnaire was created to investigate the elaboration of this data, by means of interviews that were conducted with the members and staff of the Chamber of Commerce of South Bohemia. The results are based upon the study of these interviews with the owners of 60 small businesses that are located in the District of Tabor. These small businesses have played an important part in obtaining the information for my thesis results.

Small businesses should be of importance for the development of cities, municipalities and regions and they should increase the employment in those districts. These businesses should monitor the development of the potential of their businesses, which would lead to economic prosperity, regardless of economic level of the district. The results that have emerged from my study reveal that three companies benefited from state aid and the business support from EU funds; two other companies have used business support. The reason why there is so little interest is due to the issue of a substantial investment in processing the applications and high uncertainty regarding the approval of these same applications. My final conclusion is that several organizations do support small business development opportunities. An important tool for developing small businesses, which has been primarily used, is the Operational Programme Entrepreneurship and Innovation.

Key words: small businesses, district camp, the possibility of developing small businesses, employment

