

PODNIKÁNÍ

T8: Malé a střední podnikání.
doc. Ing. Jindra Peterková, Ph.D.
Ing. Veronika Volfová

Obsah

1. VYMEZENÍ MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ
2. EKONOMICKÁ POZICE MSP V ČR
3. PŘEDNOSTI MSP
4. OMEZENÍ MSP
5. PODPORA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ

1. Vymezení malých a středních podniků

Kritéria vymezení:

- podle počtu zaměstnanců,
- podle výkonů,
- podle majetku, podle přidané hodnoty,
- jiná kritéria (vlastnická a rozhodovací závislost, informační procesy, dynamika změn, osobní rizika, role poradců apod.).

➤ **Kritérium – počet zaměstnanců**

V rámci Evropské unie se využívá standardní definice velikosti podniků podle počtu zaměstnanců:

- firma bez zaměstnanců („samozaměstnavatel“),
- drobný podnik („mikrofirma“) 1-9 zaměstnanců,
- malý podnik 10 – 49 zaměstnanců,
- střední podnik 50 – 249 zaměstnanců,
- velký podnik 250 a více zaměstnanců.

V České republice jsou stanoveny limity velikosti účetních jednotek podle § 1b zákona č. 563/1991 Sb., zákona o účetnictví, znění od 1. 1. 2021.

Tab. 1 Limity velikosti účetních jednotek

KATEGORIE ÚČETNÍ JEDNOTKY	AKTIVA CELKEM (ÚHRN AKTIV Z ROZVAHY)	ČISTÝ OBRAT (VÝNOSY SNÍŽENÉ O PRODEJNÍ SLEVY)	PRŮMĚRNÝ POČET ZAMĚSTNANCŮ
Mikro (nepřekročí 2 z hraničních hodnot)	9 mil. Kč	18 mil. Kč	10
Malá (nepřekročí 2 z hraničních hodnot)	100 mil. Kč	200 mil. Kč	50
Střední (nepřekročí 2 z hraničních hodnot)	500 mil. Kč	1 000 mil. Kč	250
Velká - překročí 2 z hraničních hodnot - vždy vybraná účetní jednotka - vždy subjekt veřejného zájmu	500 mil. Kč	1 000 mil. Kč	250

➤ **Kritérium pro vymezení MSP za účelem podpory**

- základním kritériem pro posouzení velikosti podnikatele je počet zaměstnanců, velikost ročního obrátu a bilanční suma roční rozvahy (velikost aktiv).

Tab. 2 Vymezení MSP za účelem podpory

KATEGORIE PODNIKŮ	POČET ZAMĚSTNANCŮ	ROČNÍ OBRÁT	AKTIVA CELKEM
mikro	< 10	≤ 2 mil. €	≤ 2 mil. €
malé	< 50	≤ 10 mil. €	≤ 10 mil. €
střední	< 250	≤ 50 mil. €	≤ 43 mil. €

➤ **Kvalitativní vymezení**

Malý podnik

Kvalitativní vymezení:

- ⇒ splynutí vlastnické, manažerské a profesní role člověka,
- ⇒ pracovně sociální substituce,
- ⇒ optimalizace cash flow (peněžního toku).

Střední podnik

- ⇒ prolínání kvalitativních charakteristik malého a velkého podnikání.

Velký podnik

Kvalitativní vymezení:

- ⇒ substituce technologií a finančního kapitálu,
- ⇒ oddělení vlastnické, manažerské a profesní (technologické) role člověka,
- ⇒ optimalizace struktury kapitálu.

Vymezení MSP: Za malé a střední podniky považujeme podniky, které zaměstnávají méně než 250 osob a jejichž roční obrat nepřesahuje 50 mil. Eur, nebo jejichž bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 mil. EUR.

(MPO ČR, Evropská komise)

2. Ekonomická pozice MSP v ČR

- Podíl na celkovém počtu podniků je 99,8 %.
- Podíl na zaměstnanosti podnikatelskou sférou je 61 %.
- Podíl na výkonech je 52 %.
- Podíl na HDP je 35 %.
- Podíl na investicích 50 %.
- Podíl na vývozu 36 %.
- Podíl na dovozu 48 %.
- Výrazné nepřímé ekonomické přínosy (sociální, politické, finanční a tržní stabilizace společnosti, atd.).

- V rámci Evropské unie tvoří malé a střední podniky 99,8 % všech podnikatelských subjektů. Konkrétní složení podniků:

Samozaměstnavatel	85,0 %
Drobný podnik	8,0 %
Malý podnik	6,0 %
Střední podnik	0,8 %
Velký podnik	0,2 %

3. Přednosti MSP

- Jednodušší řídicí struktura.
- Větší pružnost.
- Rychlejší reakce na požadavky trhu.
- Aktivní účast na inovačním procesu.
- Vytváření nových pracovních příležitostí.
- Zmírňování negativních důsledků strukturálních změn.
- Schopnost působit jako dodavatelé velkých podniků.
- Napomáhání rychlejšímu rozvoji menších měst a obcí.
- Podpora rozvoje strukturálně postižených a hospodářsky slabých regionů.
- Iniciování podnikatelského ducha členů společnosti k podstoupení rizika podnikání.

4. Omezení MSP

- Mají mnohem menší ekonomickou sílu.
- V řadě přístupů obtížný přístup ke kapitálu, s tím souvisí menší schopnost rozvojových kapacit.
- Mají slabší pozici ve veřejných soutěžích o státní zakázky.
- Jsou vyloučeny z podnikání, kde je potřeba velkých investic.
- Nemohou si dovolit zaměstnávat špičkové odborníky (vědce, manažery, obchodníky).
- Obvykle realizují inovace nižších řádů.
- Mohou být ohroženy chováním velkých, často nadnárodních podniků.
- Ztížené možnosti pro samostatné pronikání na zahraniční trhy.
- Problémy se zapojováním do náročných výzkumných projektů.
- Nedostatek kapitálového vybavení.
- Horší orientace ve správních, legislativních a daňových předpisech a jejich změnách.

5. Podpora malého a středního podnikání

Vymezení: podporou podnikání rozumíme všechny činnosti finanční i nefinanční povahy spojené se stimulací podnikatelské činnosti v různých fázích životního cyklu firmy.

Podpora se poskytuje ve formě:

- návratné finanční výpomoci, dotace, finančního příspěvku, záruky, úvěru se sníženou úrokovou sazbou.

Poskytovatelé podpory:

- Veřejné subjekty
- Soukromé subjekty

Vládní organizace a programy podpory

- Hlavním koordinátorem veřejné podpory MSP je MPO ČR. MPO je zřizovatelem organizací: Agentura pro podnikání a inovace (AIP), Agentura pro podporu podnikání a investic (CzechInvest), česká agentura na podporu podnikání a obchodu (CzechTrade).
- Podnikatelé mohou žádat o poskytnutí finančních prostředků na rozjezd nebo rozvoj podnikání v rámci jednotlivých výzev daného operačního programu. Pro získání podpory je třeba připravit kvalitní projekt odpovídající dané výzvě a splnit formální podmínky. Především zda-li je splněna kategorie podniku a obor podnikání.
- MPO připravuje operační programy financované z veřejného rozpočtu a z evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF). Podnikatelé mohou získat nevratné dotace a zvýhodněné finanční nástroje – úvěry a záruky. Finanční nástroje podpory podnikání poskytuje Národní rozvojová banka, a.s.

Podpora mezinárodního obchodu, expanze na zahraniční trhy a příliv zahraničních investic do ČR

➤ **CzechInvest** – propaguje ČR jako vhodnou lokalitu pro umístování zahraničních investic. Spravuje síť regionálních kanceláří ve všech krajských městech ČR a poskytuje bezplatně podnikatelům tyto služby:

- Pomáhá při realizaci investičních projektů.
- Zahraničním investorům poskytuje poradenství při vstupu na český trh.
- Spravuje databázi podnikatelských nemovitostí a českých dodavatelských firem.
- Zprostředkovává státní investiční podporu.
- Propojuje podnikatele s partnery z výzkumně-vývojové a akademické sféry atd.
- Pro začínající podnikatele – podpora startupů s vysokým růstovým potenciálem na zahraničních trzích v rámci několika programů v zahraničních destinacích včetně Silicon Valley. Např. tříměsíční program CzechAccelerátor.

- **CzechTrade** – spravuje síť zahraničních kanceláří na pěti kontinentech světa a pomáhá podnikatelům převážně v zahraničí, kde již podnikají, nebo na mezinárodních trzích, kam se chystají proniknout. Akce jsou pořádány ve spolupráci s Ministerstvem zahraničních věcí ČR.
- **Česká exportní banka, a.s. a Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.** – státem vlastněné finanční instituce, mají za cíl poskytovat zvýhodněné financování (úvěrování, pojištění, ručení) vývozu zboží, služeb a investic z České republiky.

Posílení inovačního potenciálu firem a zvýšení konkurenceschopnosti – programy aplikovaného výzkumu

- **Technologická agentura ČR (TAČR)** – poskytuje prostřednictvím programu (např. Alfa, Gama atd.) finanční podporu, jejímž cílem je zintenzivnit spolupráci mezi výzkumnými organizacemi a podnikovou sférou.
- **MŠMT ČR** – koordinuje programy, které jsou zaměřeny na rozvoj mezinárodní spolupráce mezi evropskými průmyslovými podniky a výzkumnými organizacemi.
- **Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a Ministerstvo zemědělství ČR** – finanční podpora udržitelného regionálního rozvoje. MMR ČR – podporuje podnikatele v segmentu cestovního ruchu. MZE ČR podporuje především zemědělské podnikatele.
- **Ministerstvo práce a sociálních věcí** – zaměřením na aktivizaci nezaměstnaných a na zvyšování kvalifikace jednotlivců.
- **Tým Česko** – zpřehlednit a zjednodušit přístup k veřejné podpoře podnikání.

Podnikatelská infrastruktura

- **Vymezení:** podnikatelskou infrastrukturu představují instituce, které poskytují podnikatelům místo, kde mohou rozvíjet svůj byznys. Zároveň podnikatelům umožní využít celou škálu služeb poskytovaných za zvýhodněných podmínek.
- **Poskytované služby jsou:** zvýhodněné nájmy, služby recepce, oficiální adresy, poradenství, mentoring, koučink, odborné workshopy, networkingové akce atd.
- Podnikatelskou infrastrukturu zakládají vysoké školy, kraje nebo sdružení podnikatelů a investorů. Budování těchto institucí je v ČR ze soukromých nebo z veřejných zdrojů.
- **Podnikatelskou infrastrukturu tvoří:** podnikatelské inkubátory, akcelerátory, vědecko-technické parky, coworkingová centra a inovační centra.

Internetové portály, sociální sítě a fóra

- Umožňují podnikatelům rychle získávat aktuální informace o zahájení podnikání, legislativních změnách, networkingových a vzdělávacích akcích.
- **Enterprise Europe Network** – síť na podporu inovací, vstupu na evropský trh a patentové ochraně. Je zajištěna provázanost s portály stejného jména v jednotlivých členských zemích EU.
- **Internetový portál BusinessInfo.cz** – informace z oblastí podnikání, daní, účetnictví, zahraničního obchodu atd. Upozornění na vzdělávací akce.
- **Portály spravované soukromými subjekty** – Podnikatel.cz, BusinessCenter.cz, Jakpodnikat.cz, atd.
- **Specializované portály pro podnikatele v různých oborech nebo portály, kde se sdružují investoři a podnikatelé** – AngellInvestment-Network.cz.

Profesní organizace

- **Podnikatelé se mohou sdružovat v odborných profesních a oborových sdruženích, uskupeních, ceších, asociacích, spolcích a klubech.**
- K čemu slouží profesní organizace: poskytují informační servis, vzdělávání, setkávají se s kolegy, kteří řeší obdobné problémy, mají možnost připomínkovat připravované legislativní návrhy a opatření.
- **Hospodářská komora ČR** – hájí zájmy podnikatelů ze všech oborů a regionů s výjimkou oblastí zemědělství, potravinářství a lesnictví, které spadají pod Agrární komoru ČR. HK je povinným připomínkovým místem podnikatelské legislativy.
- **Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR** – zastřešuje MSP, živnostníky, spolky, cechy a sdružení zastupující zájmy malých podniků. Skládá se z odborných výborů, které se zapojují do připomínkování legislativních opatření a účastní se i zasedání jednotlivých institucí veřejného sektoru.

- **Unie malých a středních podniků České republiky** – hájí zájmy českých MSP v EU a v jednotlivých členských státech. Je to členská organizace Evropské unie malých a středních podniků (SME Union Europe). Představitelé se snaží zasadit o zlepšování podmínek pro podnikání v celé EU.
- **Asociace inovačního podnikání** – podpora inovačního podnikání a koordinace aktivit souvisejících s rozvojem inovací. Sdružuje instituce podporující inovační aktivity: podniky, instituce podnikatelské infrastruktury, vysoké školy, pracoviště výzkumu a vývoje.
- **The Czech Private Equity Venture Capital Association** – sdružení investorů, podnikatelů a společností, které působí v oblastech private equity a venture kapitálu v ČR. Sdružuje investory, kteří mají zájem partnersky se podílet na financování soukromých firem s růstovým potenciálem formou navýšení jejich základního jmění.

PODNIKÁNÍ

Transnacionální podnikání.
doc. Ing. Jindra Peterková, Ph.D.
Ing. Veronika Volfová

OBSAH

1. TRANSNACIONÁLNÍ KORPORACE
2. TYPOLOGIE TRANSNACIONÁLNÍCH PODNIKŮ

1. Transnacionální korporace

Vymezení pojmu

- Slovo transnacionální je odvozeno z angličtiny v doslovném překladu by se jednalo o „skrz-národní“. V češtině je často používán pojem nadnárodní (multis). Nadnárodní podnik je podnik, který je činný ve více státech; je těžko kontrolovatelný jednotlivými vládami; a je těžko dokázat přesuny zisků a daňové úniky.
- Transnacionalizace znamená přechod k mezinárodnímu pohybu kapitálu a mezinárodním ekonomickým integracím. Mezi kladné vlastnosti transnacionalizace patří výměna materiálních a duchovních hodnot. K záporným vlastnostem patří ignorování regulačních a adaptačních mechanismů jednotlivých národních společností.

- **Jiné názvy:** multinacionální korporace (MNC), nadnárodní korporace
- MNC/TNC vytvářejí značnou masu zisku pro investice do výzkumu a vývoje a tržní hodnota největších z nich představuje násobky HDP menších zemí (ČR).
- MNC/TNC se staly klíčovými subjekty a hnací silou světové ekonomiky a mezinárodního podnikání.

- **Definice MNC (OECD 1977):**

„Jde o společnosti nebo jednotky, jejichž vlastnictví je soukromé, státní nebo smíšené, které jsou založeny v různých zemích a vzájemně propojeny tak, že jedna nebo

více z nich může vyvíjet významný vliv na činnost druhých,

zvláště s ohledem na společné využívání znalostí a zdrojů“

Základní znaky MNC/TNC z ekonomického pohledu:

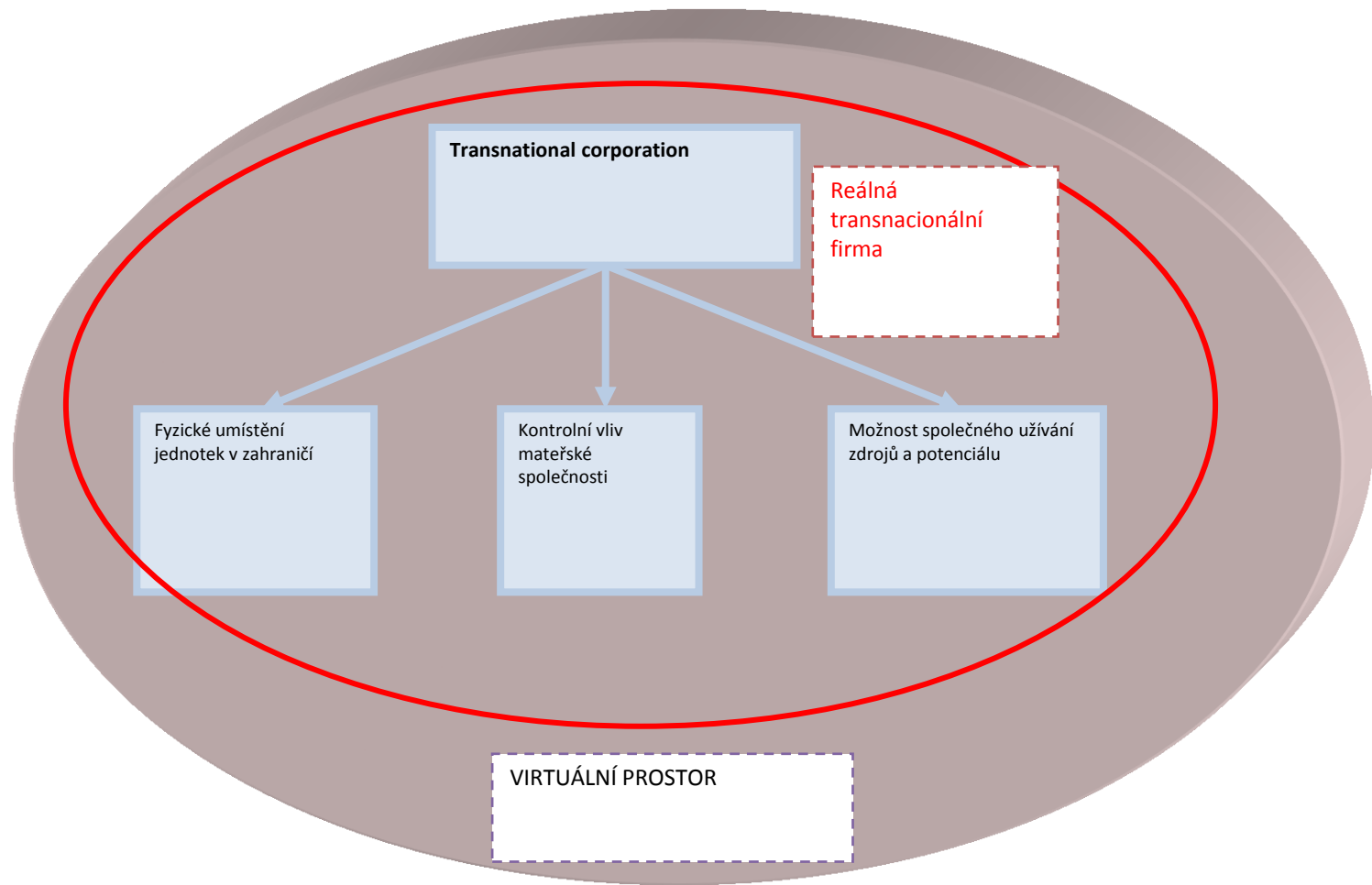
- fyzické umístění organizačních jednotek v druhé zemi,
- možnost mateřské společnosti vyvíjet rozhodující vliv vůči zahraničním organizačním jednotkám z titulu vlastníka rozhodující části akcií,
- možnost společného využívání a přelévání zdrojů.

Z organizačně právního hlediska:

- MNC/TNC mají zpravidla formu akciové společnosti a holdingovou strukturu.
- Z hlediska řízení může mít holding podobu finančního, resp. čistého holdingu – mateřská společnost rozhoduje o strategických záležitostech a řídí finanční toky, nezabývá se výkonnou provozní činností. Často má charakter konglomerátu.
- TNC – globální podnikatelské strategie chápající svět jako jeden trh.

Definice transnacionálního podnikání

- Vždy se jedná o podnik, bez ohledu na formu vlastnictví, zda je přímé nebo nepřímé, který je situován v jiné zemi, než je sídlo mateřské společnosti, je pod kontrolním vlivem mateřské společnosti a s mateřskou společností a jinými partnerskými společnostmi (i dceřinými společnostmi) je vzájemně propojen na základě informačních technologií, které mu umožňují vzájemně sdílet zdroje a potenciály a pohybuje se ve virtuálním prostoru.



2. Typologie transnacionálních podniků (z hlediska vztahu matky k dcerám)

- **Etnocentrická** - silné zaměření na domácí zemi. Manažerský styl, hodnoty a postupy jsou považovány pro podnikání za nejvýhodnější, lepší než cokoliv lze najít v zahraničí. Design produktu vzniklý doma je nejlepší a univerzálně akceptovatelný. Firma si vybírá trhy s nízkou mírou přizpůsobení se místním podmínkám a spotřebitelským zvyklostem. Jedná se o geograficky a kulturně blízké trhy.
- **Polycentrická** - silná orientace na hostitelskou zemi. Důraz je kladen na místní zákony, zvyklosti a kulturu. Vysoký stupeň decentralizace, spoléhání se na místní management. Výrobky a používané postupy jsou vyvíjeny a inovovány s ohledem na požadavky lokálního trhu. Firma začíná být chápána jako domácí nikoliv zahraniční.

- **Regiocentrická strategie** – přechodná fáze mezi etnocentrickou nebo polycentrickou a geocentrickou strategií. Jedná se o spojení výhod etnocentrické a polycentrické strategie. Strategie podniku a výrobová politika je implementována na regionální úrovni. Vytvoření regionální podnikové kultury.
- **Geocentrická strategie** – klade důraz na globální zaměření mateřské a dceřiné společnosti. Využívá v marketingu, výrobě, technologii nebo v managementu efektů vyplývajících ze zkušenostní křivky a rozsahu činnosti. Manažeři jsou vychováváni na bázi globálních zkušeností a základem je mezinárodní kariéra. Geocentrická filozofie je aplikována u zralých odvětvích a výrobků např. ve strojírenství.