

VÝVOJ MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ V OBCHODĚ V ČR

L. Kubíčková, R. Presová

Došlo: 15. prosince 2005

Abstract

KUBÍČKOVÁ, L., PRESOVÁ, R.: *Development of small and middle-sized businesses in trade in the Czech Republic*. Acta univ. agric. et silvic. Mendel. Brun., 2006, LIV, No. 3, pp. 149–158

The paper deals with the analysis of the situation in a sector of small and middle-sized businesses (SMEs) in the Czech Republic, above all the analysis of SMEs in trade. Small and middle-sized businesses are considered to be the base of national economics EU countries. In the Czech Republic 992 132 SMEs was registered in the end of 2004 and in this time there were 1 899 thousands of people employed in SMEs. Small and middle-sized enterprises have 99.85% share in all registered businesses in the Czech Republic in 2004. The outputs of SMEs have increased 13.9% from 2003 to 2004. Small and middle-sized businesses are key subjects in trade; there is a big competition of retail chains. SMEs can use some of development programs and supports, but there aren't any specific supports or programs for SMEs in trade.

small and medium businesses, trade, development of trade, output of SMEs, SMEs support programs

Cílem tohoto článku je prezentovat výsledky analýzy současné situace malého a středního podnikání v obchodě v ČR. Tato analýza je součástí analýz věnovaných vývojovým tendencím v českém obchodě, jež jsou vypracovány v rámci výzkumné činnosti realizované pro výzkumný záměr MSM 6215648904 „Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu“, konkrétně pro tematický směr 03 „Vývoj vztahů obchodní sféry v souvislosti se změnami životního stylu kupního chování obyvatelstva, změnami podnikového prostředí v procesech integrace a globalizace“, dílčí úkol 02, který se zabývá vypracováním analýz a modelováním nových vývojových tendencí v obchodní síti, v chování obchodních řetězců vybraných podniků a služeb a chování zákazníka.

Význam malého a středního podnikání

V Evropské unii je malé a střední podnikání (dále také MSP) považováno za základ národních ekono-

mik jednotlivých zemí a to z mnoha důvodů. Jedním z nich je fakt, že MSP působí jako prvek hospodářské rovnováhy, neboť jedinečný a individuální charakter malých a středních firem je protipólem globalizujících se ekonomik. Mezi další důvody je možno zařadit významný podíl MSP na tvorbě pracovních příležitostí, pružnost a schopnost se rychle přizpůsobit podmínkám a požadavkům konkrétního trhu a také s tím související podporu a rozvoj konkurenčního prostředí.

Malé a střední podniky v EU jsou v současné době páteří evropské ekonomiky. V EU je nyní registrováno přibližně 23 milionů MSP, reprezentujících 99 % všech společností v EU a zaměstnávajících na 75 milionů lidí. Zhruba 93 % všech evropských podnikatelských subjektů má méně než deset zaměstnanců. Struktura podnikatelských subjektů v EU je následující: 93 % jsou mikrospolečnosti (s 0 až 9 zaměstnanci), 6 % jsou malé podniky (10 až 49 zaměstnanců), méně než 1 % jsou střední firmy (s 50 až 249 zaměstnanci) a pouze 0,1 % jsou velké společnosti (s 250 a

více zaměstnanci). V rámci této podnikatelské struktury jsou dvě třetiny zaměstnanosti v EU vytvářeny v MSP, jedna třetina velkými společnostmi. V rámci MSP je celková zaměstnanost rozložena přibližně rovnoměrně mezi mikrospolečnosti a malé a střední podniky.

V české ekonomice mají malé a střední podniky také důležitou úlohu a v některých tržních segmentech, jako jsou např. obchod či služby, je jejich role klíčová. Dokonce i v odvětvích, kde je role MSP relativně méně významná, jako je např. zpracovatelský průmysl, kde představují malé a střední podniky zejména subdodavatelskou základnu pro velké průmyslové podniky, se MSP např. v roce 2000 podílely na celkové přidané hodnotě odvětví 22 % a na celkové zaměstnanosti v odvětví cca 34 %.

Při interpretaci těchto údajů je však nezbytné rozlišovat v definici „malé a střední podniky“ v ČR a v EU. V rámci EU se pod pojmem malé a střední podniky rozumí podniky, které mají méně než 250 zaměstnanců, roční obrát mají menší než 40 milionů EUR nebo jejich roční bilance nepřekročí 27 milionů EUR, a jsou nezávislé. Nezávislémi podniky jsou myšleny ty, v nichž, stručně řečeno, více než 25 % kapitálu nebo hlasovacích práv nevlastní podniky, které samy nejsou malými nebo středními podniky. Překročení tohoto limitu je povoleno jen v následujících dvou případech, a to když majitelem podniku jsou buď společnosti se státní účastí, nebo společnosti poskytující podnikatelům kapitál či investiční společnosti a kontrola není praktikována ani individuálně, ani společně, nebo když kapitál je aplikován způsobem, že nelze definovat kdo je jeho vlastníkem a když podnik zajistí, že ne více než 25 % patří jedné nebo

společně více společnostem, jež nejsou podniky typu malý nebo střední.

Oproti tomu v ČR jsou do 1. 1. 2005 ve statistikách mezi malé a střední podniky zařazovány firmy s méně než 100 zaměstnanci. V tomto článku jsou prezentovány výstupy analýz, které vycházejí z dat vztahujících se nejpozději k 31. 12. 2004; je tedy třeba zdůraznit, že je respektováno při rozboru problematiky MSP v ČR členění podniků do tohoto data v ČR platné, tzn. mezi malé a střední podniky jsou započteny firmy do 100 zaměstnanců. Od 1. 1. 2005 v ČR platí novela zákona o podpoře malého a středního podnikání č. 690/2004 Sb. již byla sjednocena definice malých a středních podnikatelů s definicí platnou v EU.

Vývoj odvětví obchodu v roce 2004 v ČR

Při analýze situace obchodu v ČR je vhodné nejprve vzít v potaz makroekonomické souvislosti vývoje obchodu. V roce 2004 se ekonomika ČR vyvíjela příznivěji, než byla celková očekávání. Souvislost je možno vidět se zlepšeným hospodářským vývojem v zahraničí, zejména v Evropě a také se vstupem ČR na jednotný vnitřní trh Evropské unie. Zrychlený hospodářský růst byl doprovázen pozitivními jevy jako např. zvýšeným růstem výdajů na investice, progresivním zvýšením exportu a poklesem schodku obchodní bilance. Tyto pozitivní prvky vývoje domácí ekonomiky se transformovaly do celkového růstu HDP, který činil 4 % za rok. Vzhledem k tomu, že je Česká republika členem EU, je vhodné údaje o ekonomickém růstu srovnat s vývojem HDP s ostatními zeměmi EU. Pro komparaci vývoje ekonomiky ČR se zeměmi EU a některými zeměmi světa viz tab. I.

I: Vývoj HDP – meziroční přírůstky v % ze stálých cen v EU a vybraných zemích světa

Růst HDP v % ve stálých cenách	2003	2004	Předpoklad 2005
EU - 25	0,9	2,3	2,2
EU - 15	0,8	2,2	2,0
Eurozóna	0,5	2,0	1,7
Německo	-0,1	1,6	1,2
Francie	0,5	2,4	2,1
Velká Británie	2,2	3,0	2,6
Rakousko	0,7	1,9	2,0
Česká republika	3,7	4,0	4,0
Maďarsko	3,0	4,0	3,9
Polsko	3,8	5,4	4,5
Slovensko	4,2	5,5	5,2
USA	3,0	4,4	3,5
Japonsko	2,5	2,7	1,7

Zdroj: Obchod v České republice v roce 2004, Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR

Podíl odvětví obchodu na tvorbě přidané hodnoty se za poslední dva roky nezměnil, zůstává na 12 %, přičemž v absolutním vyjádření činila přidaná hodnota obchodu 276 419 mil. Kč v roce 2003 a 296 672 mil. Kč

v roce 2004. Z tab. II je zřetelný vývoj podílu na tvorbě hrubé přidané hodnoty jednotlivých odvětví národního hospodářství a je možno porovnat vývoj obchodu s ostatními odvětvími v letech 2001 až 2004.

II: Tvorba přidané hodnoty HDH ve vybraných odvětvích NH

Období	HDP v běžných cenách	HDH v běžných cenách	Zemědělství		Zpracovatelský průmysl		Stavebnictví		Obchod		Ubytování a stravování	
			mil.Kč	%	mil. Kč	%	mil.Kč	%	mil.Kč	%	mil. Kč	%
2001	2315255	2095409	78179	3,7	531442	25,4	137535	6,6	274053	13,1	49386	2,4
2002	2414669	2189183	68073	3,1	569891	26,0	148026	6,8	271072	12,4	49558	2,3
2003	2550754	2312776	65328	2,8	617355	26,7	154792	6,7	276419	12,0	49504	2,1
2004	2751075	2466705	68445	2,8	664893	27,0	156305	6,3	296672	12,0	52774	2,1
2004/3 index	107,9	106,7	104,8	0,0	107,7	0,3	101	-0,4	107,3	0,0	106,6	0,0

Zdroj: MPO ČR

V roce 2004 se podíl odvětví „obchodu“ na HDP nezměnil, tudíž toto odvětví dosahovalo dobrého tempa růstu HDP. Celkové tržby z prodeje zboží a služeb dosáhly v roce 2004 objemu 2 668,7 mld. Kč v běž-

ných cenách bez DPH, meziročně se zvýšily o 9,3 %. Nejvíce vzrostly tržby ve velkoobchodě o 12,6 % (viz tab. III). Dynamický růst tržeb odráží celkové hospodářské oživení.

III: Tržby odvětví obchodu v běžných cenách bez DPH

Odvětví obchodu	2003 mld. Kč	2004 mld. Kč	Růst v % 2004/2003	Podíl v % 2003	Podíl v % 2004
Odvětví obchodu	2441,2	2668,7	9,3	100,0	100,0
Motorová vozidla a pohonné hmoty	357,2	386,0	8,1	14,6	14,5
Velkoobchod	1379,9	1554,4	12,6	56,5	58,2
Maloobchod	704,1	728,4	3,4	28,8	27,3
V tom:					
- podniky 100 a více zaměstnanců	262,9	283,7	7,9	10,7	10,6
- ostatní podniky	441,2	444,7	0,8	18,1	16,7

Zdroj: ČSÚ

Uvnitř odvětví obchodu je vývoj tržeb diferencovaný, za nárůstem tržeb v roce 2004 v oblasti prodeje a oprav motorových vozidel a prodeje pohonných hmot stojí především navýšení tržeb za pohonné hmoty, které způsobilo zvýšení cen benzínu a nafty. Nárůst tržeb za prodej a opravy motorových vozidel byl velice malý, prodej nových osobních automobilů dokonce poklesl. V maloobchodě zase rychlý růst tržeb vykazovaly zejména velké podniky, tj. supermarkety a hypermarkety. Tržby menších podniků se meziročně zvýšily jen nepatrně.

Situaci v odvětví dokresluje žebříček Top 20 firem

českého obchodu, ve kterém je zřetelná dominance potravinářských maloobchodních řetězců. Dle objemu tržeb v roce 2004 byla největším subjektem na trhu společnost Marko Cash and Carry ČR, s.r.o., kde je zhruba 77% zastoupení potravinářského sortimentu, dále následovaly společnosti Ahold s 84 % potravin a společnost Schwarz ČR, provozující maloobchodní prodejny Kaufland a Lidl. Kromě Baumaxu na 14. místě, Hornbachu na místě 16. a firem HP tronic, Mountfield a Electro World, které dvacítku největších hráčů na trhu uzavíraly, ve všech společnostech převažují významnou měrou potraviny; více viz tab. IV.

IV: Top 20 českého obchodu podle tržeb v roce 2004

pořadí	Firma/skupina	Tržby mld. Kč	Řetězec (počet prodejen)	%podíl potravin
1.	Makro Cash & Carry ČR, s.r.o.	38,2	Makro (11)	77
2.	Ahold Czech Republic, a.s.	34,6	Hypernova (47), Albert (184)	84
3.	SCHWARZ ČR (Kaufland, Lidl)	34,5	Kaufland (57), Lidl (96)	92
4.	REWE ČR (Penny Market, Billa, Tepich)	23,3	Penny Market (151), Billa (71)	100
5.	Tesco Stres ČR, s.r.o.	21,0	Tesco (19), Tecso OD (6)	60
6.	Globus ČR, s.r.o.	18,9	Globus (10), Baumarkt Globus (2)	58
7.	TENGELMANN ČR (Plus Diskont, OBI)	18,4	Plus Diskont (113), Obi (17)	69
8.	Carrefour ČR, s.r.o.	11,0	Carrefour (10)	70
9.	SPAR ČR (Spar Česká obchodní, Spar)	11,0	Interspar (17)	81
10.	GECO TABAK a.s.	10,9	Tabák – tisk (138)	90
11.	Delvita	10,0	Helvita (76), Helvita City (3), Proxy (9), Sama	89
12.	Peal, a.s.	5,7		78
13.	Julius Meinl, a.s.	5,5	Julius Meinl XL (5), Julius Meinl (76)	96
14.	Baumax ČR, a.s.	5,0	Baumax (23)	0
15.	Hruška, s.r.o.	4,5	Hruška (107), Hruška tabák (5)	99
16.	Hornbach – Baumarkt CS, s.r.o.	4,2	Hornbach (4)	0
17.	Lekkerland O.K. Foods, s.r.o.	4,1		76
18.	HP Tronic, s.r.o.	3,2	Proton (16)	0
19.	Mountfield, a.s.	3,1	Mountfield (52)	0
20.	Electro World, s.r.o.	2,8	Electroworld (6)	0

Zdroj: INCOMA Research/ Moderní obchod

Rychlý růst tržeb velkých nadnárodních obchodních řetězců souvisí i s růstem počtu prodejen velkých potravinářských řetězců. V roce 2003 bylo v ČR celkem 1070 prodejen, z toho největší zastoupení na českém trhu měly prodejny Albert (177 prodejen), Penny Market (142 prodejen) a Plus Diskont (107 prodejen). V roce 2004 se zvýšil celkový počet prodejen potravinářských maloobchodních řetězců na 1100.

Vývoj malého a středního podnikání v ČR

Vstupem ČR do EU se význam sektoru malých a středních firem v obchodě zvýraznil. Současný podíl MSP na celkovém počtu všech podnikatelských sub-

jektů, podíl na zaměstnanosti i na ekonomických výsledcích celého národního hospodářství se v ČR přibližuje ostatním zemím EU. Celkový počet ekonomicky aktivních MSP byl k 31. 12. 2004 **992 132** (nárůst oproti roku 2003 o 0,3 %), celkový počet zaměstnanců MSP v roce 2004 se meziročně snížil o 62 tisíc a činil **1 899 tis.** zaměstnanců. Výkony MSP v národním hospodářství celkem za rok 2004 je možno vyčíslit na **2 932 979 mil. Kč**, což znamenalo meziroční nárůst o 13,9 %. Srovnání počtu MSP, počtu zaměstnanců a výkonů MSP v roce 2004 v jednotlivých odvětvích národního hospodářství je možno vyčíst z tab. V.

V : Malé a střední podniky v roce 2004: počet zaměstnanců, výkony a účetní přidaná hodnota – srovnání v jednotlivých sférách národního hospodářství

2004	Počet MSP	Podíl počtu MSP na celkovém počtu v ČR v %	Počet zaměstnanců v MSP v tis.	Podíl počtu zaměstnanců MSP na celkovém počtu v ČR v %	Výkon MSP v mil. Kč	Podíl výkonů MSP na celku v ČR v %	Účetní přidaná hodnota mil.Kč MSP	Podíl účetní přidané hodnoty v MSP na celku v ČR v %
Průmysl	158950	99,42	655	49,85	1050558	35,57	286685	36,96
Stavebnictví	99275	99,93	176	80,00	309172	66,59	68584	71,75
Obchod	258071	99,95	387	78,18	541006	84,17	236283	83,97
Pohostinství	52372	99,97	104	88,89	86969	88,20	31329	86,26
Doprava	46855	99,79	95	32,20	235565	47,97	67061	35,44
Peněžnictví	24612	99,88	16	23,53	28643	15,11	4400	3,41
Služby	304687	99,94	338	78,60	550143	86,98	227501	86,58
Zemědělství	47310	99,90	128	85,91	130923	86,63	38904	84,30
Celkem	992132	99,85	1899	61,50	2932979	52,15	960747	52,90

Zdroj: údaje ze statistik ČSÚ

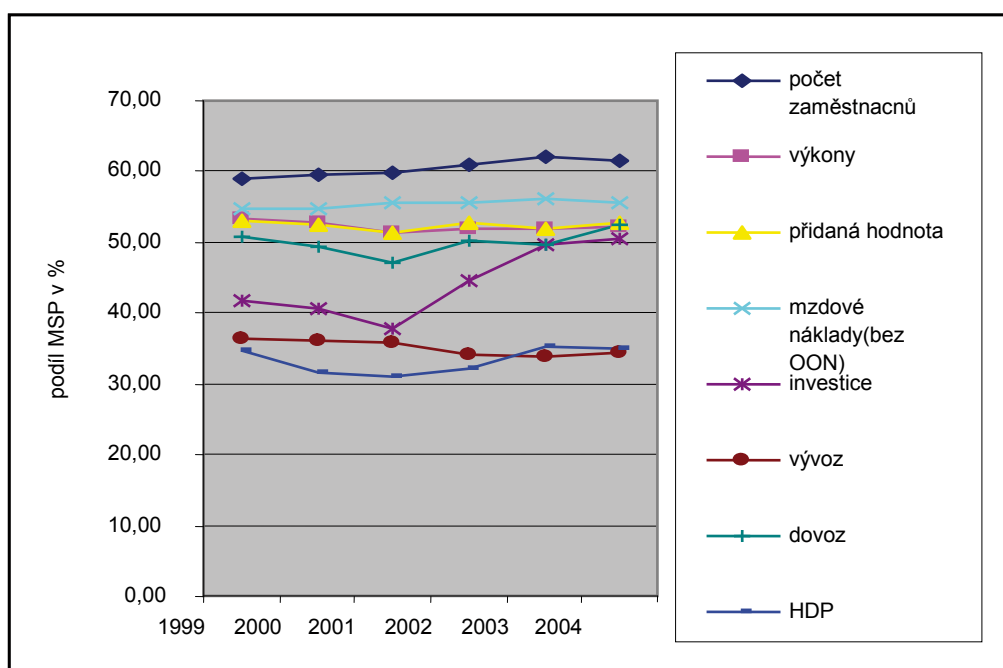
Celkově je možno konstatovat, že význam malých a středních podniků v národním hospodářství ČR má rostoucí tendenci. Tabulka VI: „Podíl MSP na vybraných makroekonomických ukazatelích“ přehledně ukazuje, že podíl počtu malých a středních podniků od roku 1999 sice mírně vzrostl, ale nárůst je v řádech setin procentního bodu – podíl MSP na celkovém počtu podnikatelských subjektů dosahuje 99,85 %, což je číslo srovnatelné s ostatními zeměmi EU. Mírně rostoucí tendenci má i podíl počtu zaměstnanců v MSP, konkrétní hodnota se pohybuje od 59,12 % v roce 1999 až po 61,50 % v roce 2004. Srovnáme-li vývoj vybraných makroekonomických ukazatelů

za posledních šest let, zjistíme, že podíl mzdových nákladů malých a středních firem na celkových nákladech mírně roste, hodnota podílu MSP v roce 2004 je 55,67 %. Rostoucí trend je možno zaznamenat i při analýze podílu investic malých a středních podniků; zde je nárůst od roku 1999 zřetelný – z 41,66 % podíl investic MSP vzrostl na 50,5 %. Naopak klesající je ve sledovaném období podíl podniků do 100 zaměstnanců na exportu; zde je pokles z 36,54 % na 34,3 %. V absolutním vyjádření celkový export ČR v roce 2004 činil 1 713 694 mil. Kč, malé a střední firmy vyvezly v tomto roce zboží za 587 797 mil. Kč. Trendy vývoje jednotlivých charakteristik uvádí graf č. 1.

VI: Podíl MSP na vybraných makroekonomických ukazatelích v %

Ukazatel	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Počet podniků	99,80	99,81	99,81	99,79	99,81	99,85
Počet zaměstnanců	59,12	59,47	59,73	60,94	62,21	61,50
Výkony	53,34	52,85	51,44	52,02	52,01	52,15
Přidaná hodnota	53,03	52,60	51,30	52,69	52,06	52,90
Mzdové náklady (bez OON)	54,69	54,67	55,72	55,50	56,18	55,67
Investice	41,66	40,56	37,81	44,52	49,55	50,50
Vývoz	36,54	36,15	35,74	34,16	34,00	34,30
Dovoz	50,74	49,43	47,12	50,33	49,80	52,50
HDP	34,78	31,74	31,12	32,24	35,22	34,92

Zdroj: MPO ČR



1: Vývoj procentického podílu MSP na vybraných ukazatelích české ekonomiky v letech 1999–2004

Zdroj dat: statistika MPO ČR

Malé a střední podnikání v obchodě

Jak bylo zmíněno dříve (např. tab.V), obchod spolu se službami a se zemědělstvím je odvětvím, kde mají malé a střední podniky klíčovou úlohu, neboť podíl těchto subjektů na výkonech celého odvětví se pohybuje nad 80 %. **Výkony MSP v obchodě** mají rostoucí tendenci, v roce 2004 se zvýšily o **12,3 %**, celkové tržby podniků do 100 zaměstnanců v roce 2004 byly **1 792 723 mil. Kč**. Malé a střední podniky mají rozhodující podíl ve všech součástech odvětví obchodu,

zvláště v obchodě spojeném s motorismem, ve velkoobchodě a zprostředkování, dominantní jsou v sektoru ubytování a stravování.

V obchodě v roce 2004 byly podíly na celkových tržbách jednotlivých velikostních kategorií podniků následující: podniky s **20 až 99** zaměstnanci v daném roce vytvořily **30,8 %** podíl na tržbách celého odvětví, podniky **0–99** zaměstnanců dokonce **67,2 %** podniky 100 a více zaměstnanců **32,8 %**. Vývoj tržeb za poslední tři roky dokumentuje tab. VI.

VI: Vývoj tržeb v obchodě v letech 2002–2004

Kategorie podniku (počty zaměstnanců)	Tržby bez DPH mil. Kč 2002	Rok 2002 %podíly	Tržby bez DPH mil. Kč 2003	Rok 2003 %podíly	Tržby bez DPH mil. Kč 2004	Rok 2004 %podíly
20–99	717 767	30,9	760 288	31,1	820 891	30,8
0–99	1 651 722	71,1	1 693 154	69,4	1 792 723	67,2
100 a více	671 355	28,9	747 998	30,6	875 963	32,8
celkem	2 323 077	100,0	2 441 152	100,0	2 668 686	100,0

Zdroj: MPO ČR

Poslední léta, také i rok 2004, potvrzují, že ačkoliv podíly MSP na celkových tržbách v obchodě mírně klesají, jsou malé a střední podniky stále konkurenceschopné i v podmínkách ostré konkurence velkých podniků a svoji nabídkou služeb a sortimentů přístu-

pují ke kooperativnímu společnému podnikání počínaje hromadným nákupem od dodavatelů, přes různé formy podnikatelského spojení až po společné marketingové prvky.

Vzhledem ke konkurenci velkých podniků (řetězců) MSP v obchodě stále více kooperují ve družných sítích – družstvech, aliancích, frančizingových spojenech apod. Malí a střední obchodníci tímto kombinují pružnost a servis malých obchodů s výhodami efektivní logistiky.

Mezi největší seskupení MSP v oblasti obchodu patří nákupní centrály a velkoobchodní aliance jako je např. EMD Markant, COOP Centrum a COOP Morava, SPAR/NC Praha a Čepos. Dalšími integrovanými subjekty jsou maloobchodní COOP řetězce spotřebních družstev (např. COOP Tuty, COOP Diskont, COOP Terno..) a maloobchodní aliance nezávislých obchodníků, jako Maloobchodní síť Hruška, m.s. Brněnka, SPAR maloobchod, Vega, maloobchodní síť Bala aj.

Počty celkem evidovaných podnikatelských jednotek v odvětví obchodu se během posledních 10 let výrazně změnily. V roce 1993 bylo celkem v tomto sektoru zaregistrováno 239 900 subjektů, v roce 1995

jich bylo již 410 283 a nárůst pokračoval až do roku 2002, kdy bylo evidováno 637 682 subjektů. O tohoto roku počet podnikatelů v odvětví obchodu mírně klesá. V roce 2004 bylo k 31. 12. evidováno **631 143 podnikatelských jednotek v obchodě** (oddíl OKEČ G 50 + 51 + 52). Z toho je evidovaných 389 180 subjektů – tj. téměř 62 % – v maloobchodě (dle OKEČ – 52) a 200 619 subjektů – což je bez mála 32 % – ve velkoobchodě (dle OKEČ – 51). Z nich tvořily **malé a střední podniky** celkem **630 679**, což je více než 99 %. Více však o struktuře podnikatelských subjektů v obchodě k 31. 12. 2004 napoví rozdělení dle právních forem podnikání a dle počtu pracovníků – mezi MSP v obchodě převažují fyzické osoby bez zaměstnanců, ty tvoří 75 % celkového počtu zaregistrovaných subjektů v odvětví obchodu, dále následují právnické osoby bez zaměstnanců; těch je 11,3 % ze všech podnikatelských subjektů v odvětví obchodu. Více viz tab. č. VII: Evidované podnikatelské jednotky v obchodě celkem (oddíl OKEČ G 50 + 51 + 52).

VII: Evidované podnikatelské jednotky v obchodě celkem (oddíl OKEČ G 50+51+52)

Právní forma podnikání	0 pracovníků	1–19 pracovníků	20–99 pracovníků	100–499 pracovníků	500–999 pracovníků	1000 a více pracovníků	Celkem
FO	473 759	41 934	611	16	0	0	516 320
PO	71 292	40 024	3 059	396	33	19	114 823
Celkem	545 051	81 958	3 670	412	33	19	631 143

Zdroj: MPO ČR

Jelikož jasně převažují mezi podnikatelskými subjekty FO bez zaměstnanců, je třeba také uvést počty a strukturu vydaných živnostenských oprávnění v odvětví obchodu. V oblasti velkoobchodu je k 31. 12. 2004 v ČR evidováno celkem 488 768 živností (konkrétně jde o živnosti „velkoobchod a zprostředkování obchodu vyjma motorových vozidel“), z nichž je 338 236 živnostenských oprávnění pro fyzické osoby. V maloobchodě je k témuž datu zaregistrováno 758 038 živností („nákup a prodej zboží“), z nichž je 596 709 vlastněno fyzickými osobami.

Pro komplexní dokreslení situace v obchodu je také zajímavý vývoj průměrného počtu pracovníků v jednotlivých kategoriích podnikatelských subjektů – v kategorii velkých podniků (nad 100 zaměstnanců) se během posledních třech let průměrný počet pracovníků mírně zvyšuje, od roku 2002 do roku 2004 nárůst představoval v této kategorii cca 5,5 %; ve velkých

nadnárodních společnostech byla dynamika růstu průměrného počtu pracovníků ještě vyšší, nárůst činil 10 %. Naopak u malých a středních podniků je možno vysledovat za poslední tři roky zhruba 1,4% pokles průměrného počtu pracovníků. Více viz tab. VIII Vývoj počtu pracovníků v obchodě. Pokud se zaměříme pouze na odvětví maloobchodu (G 52), pak v tomto odvětví průměrný počet pracovníků u podniků do 100 zaměstnanců poklesl za poslední tři roky o 1,4 % a u podniků velkých (nad 100 zaměstnanců) vzrostl o 5,5 %. Pokud bychom sledovali změny počtu pracovníků v každém odvětví obchodu zvlášť, pak největší rozdíly v průměrném počtu pracovníků v jednotlivých kategoriích podniků zaznamenalo odvětví obchodu s motorovými vozidly, kde v období posledních tří let u nadnárodních společností nad 100 zaměstnanců vzrostl průměrný počet pracovníků o 76,3 % a naopak u MSP poklesl o 5,6 %.

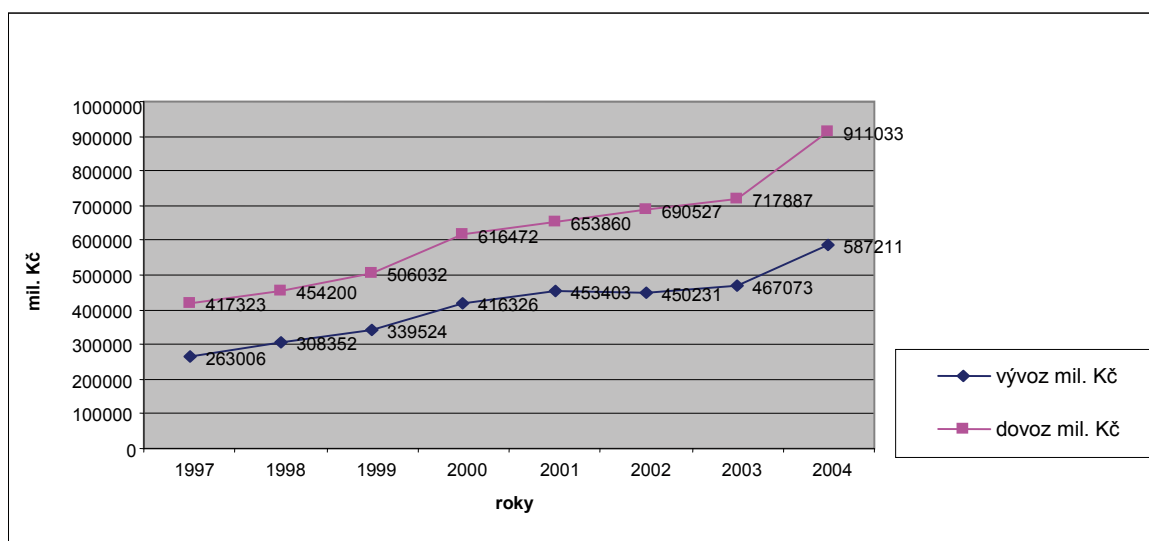
VIII: Vývoj počtu pracovníků v obchodě (OKEČ G 50,51,52) v letech 2002–2004

Kategorie podniků	Průměrný počet pracovníků 2002	Průměrný počet pracovníků 2003	Průměrný počet pracovníků 2004
0–99 zaměstnanců	589 814	582 184	581 833
100 a více zaměstnanců	144 997	147 296	152 979
Z toho nadnárodní společnosti nad 100 zaměstnanců	76 194	78 692	83 849
Celkem	734 811	729 480	734 812

Zdroj: MPO ČR

Malé a střední podniky jsou klíčovými subjekty nejen vnitřního, ale také zahraničního obchodu. Tak jak se v čase za posledních 10 let zvyšují celkové objemy zahraničního obchodu, zvyšují se také objemy zahraničních obchodních operací prováděných malými a středními podniky. Celkový objem dovozu, resp.

vývozu realizovaného MSP se během uplynulé dekády téměř zdvojnásobil. Z grafu č. 2 je možno vysledovat vývoj celkového objemu zahraničního obchodu MSP, porovnání podílu MSP na zahraničním obchodu jednotlivých let je možno zjistit v grafu č. 1.



2: Vývoj zahraničního obchodu malých a středních firem v ČR

Zdroj: data MPO ČR

DISKUSE A ZÁVĚR

V tomto příspěvku byla provedena podrobná analýza současné situace malých a středních podniků v obchodě v České republice. Na základě rozboru současné situace je možno konstatovat, že malé a střední podniky tvoří v ČR, stejně jako v Evropské unii, naprostou většinu ekonomicky aktivních podnikatelských subjektů. Zvažíme-li nejen fakt, že v současné době MSP reprezentují v ČR 99,85% podíl všech podnikatelských subjektů, ale také fakt, že v malých a středních firmách je zaměstnáno více než 61,5 % všech zaměstnanců, je zřejmé, že tento sektor se na vývoji jednotlivých odvětví národního hospodářství významnou měrou podílí.

Ačkoliv je zastoupení MSP vzhledem k počtu subjektů v jednotlivých odvětvích české ekonomiky přibližně stejný (tvoří více než 99 %), podíly MSP na celkovém počtu zaměstnanců a zejména podíly MSP na výkonech ukazují, že jedním z odvětví, kde mají malé a střední firmy dominantní úlohu, je obchod. Proto by měla být věnována při analýzách současné situace a při odhadu budoucího vývoje obchodu v ČR malým a středním firmám pozornost. Ačkoliv v oblasti obchodu stále sílí pozice nadnárodních maloobchodních řetězců a po vstupu ČR do EU musí malé a střední podniky čelit nejen konkurenci místní, ale i konkurenci evropského trhu, je pozitivní, že zapojení MSP do zahranič-

ního obchodu vzhledem k objemu kontinuálně roste. Malé a střední podniky by však měly v rámci zachování své konkurenceschopnosti flexibilně využívat všech disponibilních podpor a rozvojových programů, které jsou jim jednak v rámci EU, ale také národními vládními i nevládními institucemi nabízeny. Členské státy EU v podpoře MSP dosáhly výrazného pokroku, v rámci Evropské charty pro malé podniky se od sebe jednotlivé země učí tím, že si vyměňují své pozitivní zkušenosti v oblastech týkajících se např. vzdělání pro MSP, legislativní úpravy podnikání apod. ČR v rámci aktivit spojených s Chartou založila Radu pro rozvoj podnikatelského prostředí, která je určitou platformou, kde se mohou scházet zástupci vlády a ostatních státních orgánů se zástupci podnikatelů, aby diskutovali problémy a hledali jejich řešení, ale jinak je všeobecně kritizováno (např.: článek „Hodnocení podpory malého a středního podnikání v oblasti obchodu a cestovního ruchu.“) naplnění Evropské charty pro MSP – zásadním nedostatkem, který dle zástupců MSP v obchodu negativně ovlivňuje konkurenceschopnost MSP je, že v ČR nebyla před vstupem do Evropské unie realizována podpora MSP vedoucí k modernizaci prodejen (provozoven) MSP. V řadě zemí byla tato podpora před jejich vstupem do EU realizována.

Nezastupitelné místo v oblasti podpory sektoru malých a středních firem mají různé vládní programy podpory určené pro rozvoj malého a středního podnikání. Pro rok 2005 a 2006 vláda České republiky schválila dne 24. listopadu 2004 usnesením č. 1159 nové programy podpory malého a středního podnikání. Jsou to programy ZÁRUKA, TRH, PROGRES, PORADENSTVÍ, DESIGN, ALIANCE a ZASTOUPENÍ. Tyto programy reagují na aktuální potřeby rozvoje malých a středních podniků v České republice a je na ně v roce 2005 vyčleněno z rozpočtové kapitoly MPO ČR celkem 550 mil Kč. Program Záruka usnadňuje realizaci podnikatelských projektů MSP zaměřených na investice a zvyšování konkurenceschopnosti pomocí zvýhodněných bankovních záruk, např. k bankovnímu úvěru, leasingu, rizikovému a rozvojovému kapitálu atd. Program Trh je určen na podporu získá-

ní certifikace ISO pro zvýšení konkurence schopnosti MSP; a na podporu investičně zaměřených projektů pro začínající podnikatele na území hl. města Prahy, program Progres umožňuje realizaci rozsáhlých podnikatelských projektů MSP ve vybraných odvětvích české ekonomiky formou podřízených úvěrů, které posilují kapitálové vybavení podnikatele. V rámci programu Poradenství je umožněno osobám, které se připravují na podnikání, získat cenově zvýhodněné všeobecné vzdělávání a poradenské služby od externích poradců a program Design je určen pro tvorbu špičkového designu společnosti, který zvyšuje konkurenceschopnost podniku, hmotnou kulturu společnosti atd. Pro zvýšení konkurenceschopnosti MSP na zahraničních trzích je určen program Aliance.

Zaměříme-li se však pouze na sektor MSP působících v odvětví obchodu a služeb, zástupci tohoto sektoru konkrétní produkty programu podpory MSP kritizují, neboť je třeba konstatovat absenci specifických programů podpor ze státního rozpočtu a ze strukturálních fondů zaměřených na MSP ve sféře obchodu. Vyhlášené programy podpory pro MSP ze státního rozpočtu na roky 2004–2006 pouze okrajově umožňují MSP podnikajícím v OKEČ 51 – velkoobchod, 52 – maloobchod, 55 – pohostinství a ubytovací služby o tyto programy požádat a například úplně chybí program, který by napomáhal kooperačním a integračním snahám MSP vytvářet kooperační uskupení a zlepšovat tak konkurenceschopnost vůči nadnárodním řetězcům. V Operačním programu podpory podnikání (OPPP – prostředky strukturálních fondů), který je v kompetenci ministerstva průmyslu a obchodu, je situace ještě horší, žadatel z odvětví obchodu a cestovního ruchu, který podniká již několik let, nemá přístup téměř k žádnému významnému vyhlášenému programu z OPPP. Stejně špatná je situace u vyhlášených programů na podporu aktivní politiky zaměstnanosti. Přestože obchod a služby patří mezi odvětví, která dokážou rychle a investičně nenáročně vytvářet nová pracovní místa, je pro podnikatele z těchto odvětví přístup k vyhlášeným programům nemožný.

SOUHRN

Příspěvek analyzuje situaci malého a středního podnikání (MSP) v České republice a zaměřuje se především na malé a střední podniky působící v odvětví obchodu. Malé a střední podniky jsou považovány za základ národních ekonomik zemí EU. V České republice bylo k 31. 12. 2004 registrováno 992 132 malých a středních podniků, ve kterých bylo zaměstnáno 1 899 tis. zaměstnanců. Celkový podíl MSP na všech podnikatelských subjektech dosahuje 99,85 %. V roce 2004 se výkony MSP zvýšily oproti roku 2003 o 13,9 %. Malé a střední podnikání je klíčovým také v obchodu, kde se však tyto podniky musí vypořádat s konkurencí maloobchodních řetězců. Malé a střední podniky mohou využít různých rozvojových programů a podpor, v oblasti obchodu však chybí podpůrné aktivity specifické pro tento segment.

malé a střední podniky, obchod, vývoj obchodu, výkony MSP, programy podpory MSP

LITERATURA

- Trendy ve vývoji podpůrných politik pro malé a střední podniky v EU. 19.10.2005[online]. [cit. 2005-11-08].
- Dostupný z www: <http://www.euractiv.cz/cl/23/2018/%20Trendy_ve_vyvoji_podpurnych_politik_pro_male_a_stredni_podniky_v_EU>.
- Programy podpory MSP[online]. [cit. 2005-11-10]
- Dostupný z www: <<http://www.jhk.cz/index.php?section=art&id=61>> programy podpory MSP>.
- Evropská charta pro malé podniky: Úspěch lisabonské strategie. [online]. [cit. 2005-11-10]
- Dostupný z www: <<http://www.evropska-unie.cz/cz/article.asp?id=3244>>.
- Hodnocení podpory malého a středního podnikání v oblasti obchodu a cestovního ruchu. 16. 16. 2005 [online]. [cit. 2005-11-10].
- Dostupný z www: <<http://www.socr.cz/scripts/detail.asp?id=661>>
- Postavení malých a středních podniků v české ekonomice a ve zpracovatelském průmyslu. [online]. [cit. 2005-11-02].
- Dostupný z www: <<http://www.abetinfo.com/modules.php?modul%zajimavosti&what%a..>>>
- Stránky Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. <<http://www.mpo.cz>>

Adresa

Ing. Lea Kubičková, Ph.D., Ing. Radmila Presová, Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika