

Kvalita podnikání pro život

Zdeněk MIKOLÁŠ¹

Abstrakt

Článek upozorňuje na řadu aktuálních dilemat soudobých paradigmat v podnikání. Věnuje se vztahu počtu podnikatelských subjektů a kvality podnikání. Rozebírá vztah mezi podmínkami pro život a inkubací podnikatelů. Diskutuje vztah výnosnosti a velikosti firem. Autor doplňuje jednotlivá dilemata o komentáře objasňující rozdíly mezi kvantitativní a kvalitativní interpretací prezentovaných poznatků

Abstract

The article highlights a number of the current dilemmas of contemporary paradigms in business. It deals with the relation to number of businesses and quality in business. It analyzes the relationship between living conditions and incubating entrepreneurs. The paper discusses dependency between profitability and size of firm. By following individual dilemmas of comments explaining the differences between quantitative and qualitative interpretation of the presented knowledge.

Dilemata paradigmat

Zima na přelomu let 2011/2012 byla pro občany a mnohé firmy příznivá. Bylo málo sněhu, snižovaly se náklady na otop, úklid silnic, neničili jsme si automobily solí atd. Jenže proto klesala spotřeba plynu, elektřiny, nafty a benzínu, klesaly výkony technických služeb apod. Tudíž evidovali jsme ztráty výnosů mnohých podniků a zaznamenali jsme pokles tempa růstu HDP oproti minulému roku řady oborů. Na jedné straně tedy díky přírodě bezpečněji jsme žili (např. nelámali jsme si nohy na náledí), žili jsme v lepších životních podmínkách, klesaly nám životní a provozní náklady. Ale na druhé straně výrobcům energií, soli atd. stagnovaly nebo dokonce klesaly výnosy, statistici neměli žádoucí čísla HDP celé řady oborů a ministr financí žehral na neočekávaný pokles příjmu DPH z některých národohospodářských segmentů (kupř. šlo o spotřebu domácností). Tedy všimněme si dilematu paradigmat, která již před tisíci lety definovali filozofové – kvalita je opakem kvantity! Jenže pak si uvědomíme absurdní situaci. V této „příznivé“ zimě vyšší kvalita života nám drtí kvantitativní podnikové i makroekonomické ukazatele. Takže dovozeno ad absurdum současná ekonomická teorie potřebuje nekvalitní, ale zato kvantitativně výkonové podnikání pro „nekvalitní“, tudíž spotřební život?! Že by šlo o levičácký extremistický příklad? Že by letošní zima měla „levičácké“ pohnutky? Zima si zřejmě tento „ideologický“ prohřešek v pravý čas uvědomila a na přelomu ledna a února 2012 mrzlo, až praštělo. Občan slzel mrazem i pohledem na měřidla spotřeby energií v domácnosti a pohledem na náklady domácnosti. Zato kapitáni

¹ Prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc., e-mail: zdenek.mikolas@vsp.cz, Vysoká škola podnikání, a. s., Ostrava, Michálkovická 181, 710 00 Ostrava

energetických gigantů a ministr financí si mnuli ruce (nikoli zimou, ale nad ukazateli ekonomického růstu atd.).

Takže raději uveďme příklad druhý, snad pro ekonomy objektivnější.

Jsme pyšní na naše automobilky, nezávisle na tom, zda jsou ze středních Čech, Boleslavi či ze Slezska. Produkují moderní automobily a šíří slávu země do světa, protože naprostá většina produkce směřuje na export. Zřejmě jde o „kvalitní podnikání pro život tohoto lidu a státu“. Jenže máme tu znovu problém vztahu kvality a kvantity. Exportují-li naši výrobci, pak rostou jejich výnosy a státu HDP. Tedy dobrá zpráva. Ale pro koho?! Při exportu do EU se inkasuje DPH v místě spotřeby, tedy v případě našich aut v Německu, Británii, Španělsku a všude tam, kam až produkty našich skvělých automobilek a jejich pracovníků vítr zavál. Což však znamená, že DPH inkasují ministři financí v oněch zemích a nikoli ten náš. A proto nemáme na sociální potřeby obyvatel, na rozvoj školství atd. Dluhy rostou, ač podnikatelská sféra se snaží, jak umí a může. Z pohledu kvality podnikání a života máme zde však určitý lapsus! Podniky jsou kvalitní, protože exportují, zaměstnanci jsou kvalitní, protože dostali práci ve kvalitních podnicích. Tudíž jsme vytvořili přidanou hodnotu, kterou nemůžeme inkasovat, protože ji nemůžeme spotřebovat, takže ji exportujeme. Státní rozpočet pak nemá zdroje na výstavbu dálnic a další infrastrukturu, a tedy přidaná hodnota vytvořena rukou společnou podnikatelů a zaměstnanců se přelije do zahraničí. Tudíž inkasuje se do státních rozpočtů jiných zemí.... A občan či podnikatel kroutí hlavou, jak je možné, že zrovna tam postavili novou dálnici. Nemá co kroutit hlavou, protože si má uvědomit, že jede po „své“ dálnici vybudované z jeho přidané hodnoty, která se jen kvantitativně přelila za hranice jeho milované vlasti. Kvantitativní filozofie soutěžení států z 50. let minulého století, kdy se počítalo, kolik tun cementu jsme vyrobili na občana, kolika jadernými hlavicemi jsme zastrášili nepřítel apod., se přenesla až do počátků 21. století, kdy místo cementu a jaderných hlavic vedeme „studanou kvantitativní válku“ prostřednictvím výkonových ukazatelů. Pak chudší jsou chudšími, bohatší bohatšími, protože spotřeba plodí spotřebu, kvantita rodí kvantitu. Už je zřejmé, proč „kvalita podnikání pro život“ není pro kvantitativní pojetí soudobé ekonomiky přijatelná?

Kdo nechápe, pochopí předchozí úvahy z následujícího citátu: „Ekonomové tvrdí, že neschopnost odložit smyslový požitek je hlavní příčinou ekonomického neúspěchu v životě“.² Je otázkou, zda život bez smyslových požitků je kvalitním životem, resp. životem vůbec.³

² Brian Tracy: WWW.VZDELAVACIFILMY.CZ, 19. 1. 2012

³ Otázkou je, zda konzumní a spotřební život je opravdu kvalitní život? Proč jsou tedy ordinace psychologů a psychiatrů plné lidí, kteří mají vše, co potřebují, mohou si koupit, co chtějí, a nakonec zjistí, že jim to žádné štěstí ani smysl života nepřineslo? V tomto kontextu nechápu, proč se při sčítání lidí a podobných aktivitách statistiků sleduje počet toho či onoho v domácnosti apod.? Před léty jsme vypisovali do dotazníků počty televizorů, autu, praček atd., a přesto nyní se tvrdí, že jsme nekvalitně žili, protože jsme nebyli svobodní. A nyní ačkoli jsme změnilí politický systém, naše děti údajně zaostávají za vrstevníky ze světa ve znalostech matematiky a dalších významných předmětů, ale naopak vynikají v Evropě v opíjení se, holdování marihuaně a kouření!

Navíc bych si dovedl polemizovat s uvedeným citátem nastolením dalšího dilematu ekonomických paradigmat. Na soudobých finančních trzích je nejčastějším slovem „očekávání“! Avšak očekávání je zcela emocionální a smyslově „archivovaný“ požitek. Dovolím si v této souvislosti připomenout Sigmunda Freuda, který dosáhl zajímavých výsledků v oblasti analýzy lidského požitku (slasti), ale i snění, ..., resp. „očekávání ekonomických očekávání“. Tudíž máme zde i interdisciplinární rozpor (dilema paradigmat) mezi ekonomickým a psychologickým pojetím kvality života. Znalí soudobé ekonomie hlavního proudu si povšimnou dokonce jejího vnitřního rozporu: pro samé vzorce, modely a systémy není ani vidět realitu, ale navíc v podtextu všech složitých exaktních vyjádření vidíme ono „tajuplné slovo očekávání“, případně fatální výraz „neviditelná ruka trhu“. Sigmund Freud by zřejmě použil slova sobě blízká jako „slast“ a „sen“.

Položme si tedy v uvedeném kontextu otázku, je podnikání jednou z forem života? Zřejmě naprostá většina odpovědí bude znít: ano. Pak ale kvalita podnikání a kvalita života by měly být vzájemně relevantní! Tuto myšlenku si dovoluji podpořit následujícím citátem.

„Podnikání je proces utváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení“ (R. D. Hisrich, C., G. Brush, Lexington Books 1985, s. 18).

Tudíž z uvedeného krátkého vstupu do problematiky je zřejmé, že pokud nepochopíme dialektický vztah mezi *kvalitou* a *kvantitou*, pak „zkratkou“ dospějeme k desinterpretaci dat a demagogii.

Závěry z první analýzy kvantity a kvality podnikání pro život – vztah počtu podnikatelských subjektů a kvality podnikání

Pokud chceme hovořit o kvalitě, pak musíme pochopit dialektiku vztahu kvantity a kvality. Lze prominout publicistům, že kauzalitu kvantity a kvality opomíjejí. Je však na pováženu, když v odborné nebo odborně populární literatuře není definován objekt zkoumání a jeho četnost výskytu v reálné praxi. Pak se mylně zevšeobecňují závěry pro širší praxi, než byl původně definován zkoumaný vzorek objektů.

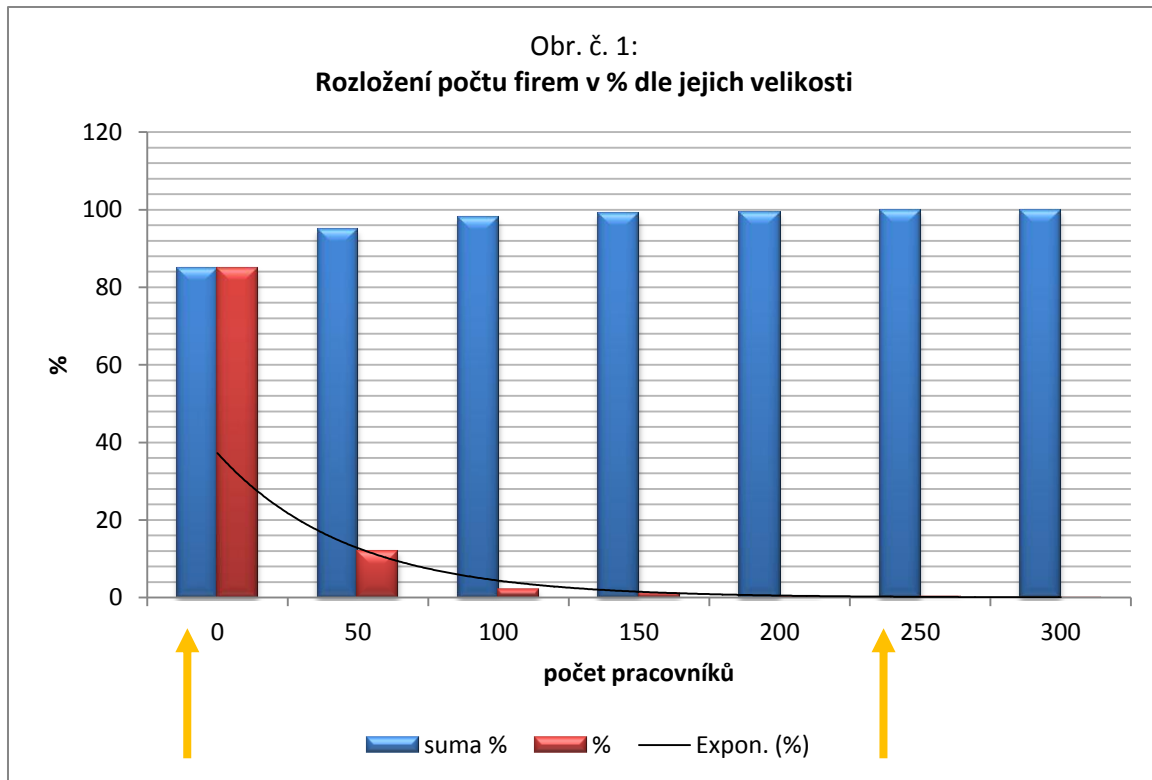
Položme si v tomto kontextu další otázku: *jak jsou statisticky (v procentuálním vyjádření) strukturovány firmy podle počtu zaměstnaných pracovníků?*

V grafu (č. 1) jednotlivé sloupce znamenají následující statistické rozložení počtu firem v %:

- první sloupec označuje v % podíl počtu firem bez zaměstnanců na celkovém počtu registrovaných podnikatelských subjektů,
-

- další sloupec označený číslovkou 50 označuje v % podíl firem, které zaměstnávají 1-49 pracovníků (v některých statistikách se hovoří o mikrofirmách s 1 – 9 zaměstnanci),
- ostatní sloupce jsou zakresleny analogicky (např. % podíl firem s počtem od 50 -99 zaměstnanci je označen 100).

Z následujícího obrázku je zřejmý propastný rozdíl mezi podílem firem⁴ bez zaměstnanců a tzv. velkých firem s počtem 250 a více zaměstnanců.⁵



Zdroj: vlastní zpracování podle primárních statistických zdrojů EU a ČR⁶
(suma % = kumulovaný součet %)

Extrémy grafu č. 1:

- 85% firem bez zaměstnanců
- 0,1% firem s 250 a více zaměstnanci

Z kvantitativního hlediska je graf velmi názorný a statisticky má silnou vypovídací schopnost. Nedává však přímou odpověď na otázky kvalitativního charakteru. Z kvalitativního hlediska nutno uvedený graf interpretovat ve zcela odlišném zorném úhlu. Jednoznačně je zřejmá jiná kvalita podnikání u firem nacházejících se na okrajových pólech grafu (v extrémních situacích).

⁴ Pojem firma je používán v souladu s terminologií mikroekonomie.

⁵ Graf popisuje situaci kolem roku 2010 v ČR a EU.

⁶ [ANNUAL REPORT ON EU SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES 2009](#), [ORGANIZAČNÍ STRUKTURA NH](#)

Firmy bez zaměstnanců jsou podnikatelskými subjekty (zřejmě k této skupině je možné přiřadit firmy s jedním až 5 zaměstnanci), kde motiv podnikání je velmi blízký zaměstnaneckým vztahům. V naprosté většině případů podnikatel (vlastník) firmy je jejím manažerem i výkonným pracovníkem. Tedy vlastník nepodniká s firmou, ale pracuje ve firmě pro firmu. U firem bez zaměstnanců je role podnikatele (vlastníka) absurdní – vlastník je v trojjediné roli „vlastníš sama sebe, pracuješ sám pro sebe“. O to horší je jeho sociálně ekonomická role, že není „chráněn“ právními předpisy (např. zákoníkem práce) a sociální etikou příslušného oboru, státu apod. To znamená, ačkoli pracuje v podstatě jako zaměstnanec, nemá právně již zajištěna základní zaměstnanecká práva (protože není právně v pozici zaměstnance): má „odběratelem“ zadanou práci, ale paradoxně nemá bezprostřední nárok na odměnu za odvedenou práci za definovaných sociálních, ergonomických aj. legislativně definovaných podmínek (protože je „podnikatelem“ a podnikatel se přece musí postarat sám o sebe!). Jeho obecná role zní: *najdi si práci, vytvoř si pro práci podmínky* (vč. materiálních, zdrojových, finančních, právních, evidenčních, sociálních, bezpečnostních aj.), *pracuj, prodej výsledky své práce* avšak vše s riziky spojenými s podnikáním (nezohledňující velikost podnikatelského subjektu).

Nutno si uvědomit, že mimo diagram na levé straně se nacházejí lidé v závislé práci, sociálně potřební a sociálně nepotřební lidé (mimo sociální a ekonomickou síť dané společnosti).

V pásmu firem s 10 až 50, případně 100 zaměstnanců dochází ke změně role vlastníka. Vlastník u tohoto typu firem, v závislosti na oboru podnikání, opouští roli výkonného pracovníka ve firmě a chopí se rolí manažera a vlastníka firmy. K zásadní kvalitativní změně však dochází u firem s počtem zaměstnanců od 100 zhruba do 300 osob (odlišnosti jsou v závislosti na oboru podnikání, kultuře a právních normách příslušného státu atd.), kdy se odděluje manažerská role od vlastnické role – vlastník začíná již zcela zřetelně pracovat se svou firmou jako zbožím a soustřeďuje se na práci ve statutárních orgánech se zcela zřejmým cílem ovlivňování růstu hodnoty firmy (podniku).

Mimo graf na jeho pravé straně se nachází další subjekty působící v podnikatelském prostředí. Jednak jsou to společnosti a korporace tvořeny portfoliem podniků a organizací zaměstnávajících tisíce, desetitisíce a u transnacionálních⁷ společností statisíce zaměstnanců.

V následujících tabulkách je podána charakteristika ekonomické síly transnacionálních společností (Konečná, 2012).⁸

⁷ Transnacionální společnost je globálně působící společností, která z centra ovládá zdroje celé společné sítě podniků a organizací. Centrálně plánuje efekty částí a celkový synergický efekt. Společně všemi prvky sítě pod garancí a za koordinace centra jsou využívány a distribuovány lokální zdroje a produkty společnosti. Soudobé transnacionální společnosti vytvářejí společný virtuální prostor, ve kterém probíhají řídicí, produkční, obchodní a další aktivity. Ekonomická, politická a mocenská suverenita transnacionálních společností je často větší než suverénních států.

⁸ DIPLOMOVÁ PRÁCE: *VLIVY NADNÁRODNÍCH SPOLEČNOSTÍ NA REGIONÁLNÍ MALÉ A STŘEDNÍ PODNIKY*.

Autorka: Bc. Pavlína Konečná, vedoucí diplomové práce: Prof. Ing. Zdeněk Mikoláš, CSc. VŠP, a. s., Ostrava, akademický rok 2011/2012. Tabulka č. 1: str. 29, tabulka č. 2: s. 28.

Tabulka č. 1:

Přehled největších nadnárodních společností od roku 2003–2008

Pořadí	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1.	<i>General Electric</i>	<i>General Electric</i>	<i>General Electric</i>	<i>General Electric</i>	<i>General Electric</i>	<i>General Electric</i>
2.	<i>Vodafone</i>	<i>Vodafone</i>	<i>Vodafone</i>	<i>British Petroleum</i>	<i>Vodafone</i>	<i>Royal Dutch/Shell</i>
3.	<i>Ford</i>	<i>Ford</i>	<i>General Motors</i>	<i>Toyota</i>	<i>Royal Dutch/Shell</i>	<i>Vodafone</i>
4.	<i>General Motors</i>	<i>General Motors</i>	<i>British Petroleum</i>	<i>Royal Dutch/Shell</i>	<i>British Petroleum</i>	<i>British Petroleum</i>
5.	<i>British Petroleum</i>	<i>British Petroleum</i>	<i>Royal Dutch/Shell</i>	<i>ExxonMobil</i>	<i>ExxonMobil</i>	<i>Toyota</i>
6.	<i>ExxonMobil</i>	<i>ExxonMobil</i>	<i>ExxonMobil</i>	<i>Ford</i>	<i>Toyota</i>	<i>ExxonMobil</i>
7.	<i>Royal Dutch/Shell</i>	<i>Royal Dutch/Shell</i>	<i>Toyota</i>	<i>Vodafone</i>	<i>Total France</i>	<i>Total France</i>
8.	<i>Toyota</i>	<i>Toyota</i>	<i>Ford</i>	<i>Total France</i>	<i>Electricité de France</i>	<i>E.ON</i>
9.	<i>Total France</i>	<i>Total France</i>	<i>Total France</i>	<i>Electricité de France</i>	<i>Ford</i>	<i>Electricité de France</i>
10.	<i>France Telecom</i>	<i>France Telecom</i>	<i>Electricité de France</i>	<i>Wal-Mart Stores</i>	<i>E.ON</i>	<i>Arcelor Mittal</i>

Zdroj: Konečná (2012), str. 29

Vlastníci takových společností se soustřeďují na optimalizaci (případně pouze růst) svého vlastnického portfolia, uspokojování svých zcela nadstandardních potřeb (zejména politických, mocenských apod.). Ve statutárních orgánech drží pouze strategické pozice, které zajišťují ovládnání správní a manažerské špičky („kádrová politika“), směry rozvoje společnosti z hlediska ekonomických, regionálních, politických a jiných vlastnických strategických cílů transnacionální společnosti. V neposlední řadě jde o kontrolu nad „cash poolem“ celého vlastnického portfolia. Nutno poznamenat, že role vlastníka tohoto typu společnosti překračuje hranice ekonomického prostředí a proniká do politické a dalších neekonomických sfér. Přesto tento vlastník má charakteristiky podnikatele, tedy tvůrce přidané hodnoty a tvorby nových hodnot nikoliv však produktů, ale podniků a vlastnického portfolia jako zboží.

Tabulka č. 2:

Srovnání prvních deseti nadnárodních společností a jejich aktiv v zahraničí roku 2008 s vyšší hrubého domácího produktu vybraných států (v milionech USD)

Pořadí	společnost	země původu	zahraniční aktiva	stát	hrubý domácí produkt
1.	<i>General Electric</i>	<i>USA</i>	<i>401 290</i>	<i>Rakousko</i>	<i>416 380</i>
2.	<i>Royal Dutch / Shell Group</i>	<i>UK</i>	<i>222 324</i>	<i>Česká republika</i>	<i>216 485</i>
3.	<i>Vodafone Group Plc</i>	<i>UK</i>	<i>201 570</i>	<i>Izrael</i>	<i>199 498</i>
4.	<i>British Petroleum Plc</i>	<i>UK</i>	<i>188 969</i>	<i>Malajsie</i>	<i>194 927</i>
5.	<i>Toyota Motor Co.</i>	<i>JP</i>	<i>169 569</i>	<i>Chile</i>	<i>169 458</i>
6.	<i>ExxonMobil Co.</i>	<i>USA</i>	<i>161 245</i>	<i>Maďarsko</i>	<i>154 668</i>
7.	<i>Total SA</i>	<i>FR</i>	<i>141 442</i>	<i>Nový Zéland</i>	<i>130 693</i>
8.	<i>E.On</i>	<i>GE</i>	<i>141 168</i>	<i>Kazachstán</i>	<i>132 229</i>
9.	<i>Electricite De France</i>	<i>FR</i>	<i>133 698</i>	<i>Slovensko</i>	<i>94 957</i>
10.	<i>ArcelorMittal</i>	<i>LU</i>	<i>127 127</i>	<i>Vietnam</i>	<i>90 705</i>

Zdroj: Konečná (2012), str. 28

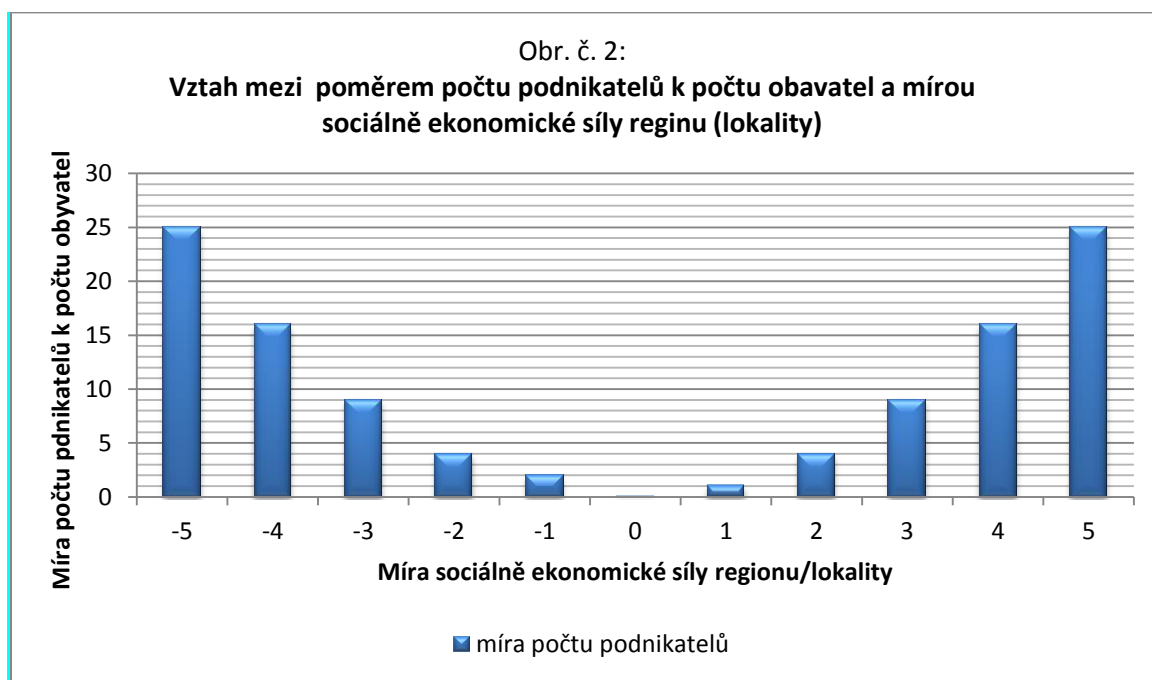
Z pohledu kvality podnikání je zřejmý zásadní rozdíl mezi firmami. Zcela markantní je rozdíl mezi firmami bez pracovníků, kde je hlavním mottem podnikání „živnost“ v pravém slova smyslu, tzn. zajištění si živobytí vlastníka firmy, a vlastníky transnacionálních firem. Vlastnictví transnacionální firmy dává vlastníkovi ekonomickou, politickou aj. moc na úrovni států s milióny, resp. desítkami miliónů obyvatel.

Na pravé straně mimo graf se nachází ještě jedna skupina vlastníků, která je v literatuře prezentována jako investoři. Jde v podstatě o rentiéry těžící z vlastnictví cenných papírů, půdy, nemovitostí, autorských a jiných práv apod. Nelze je však zahrnout definičně do skupiny podnikatelů (tento poznatek učinili již Beaudou, 1797 a Sey, 1803)⁹, protože nevytvářejí přidanou hodnotu nebo novou hodnotu v ekonomickém slova smyslu, ale naopak se podílejí pouze na její spotřebě. Ze sociálně ekonomického hlediska je možné na tyto vlastníky pohlížet jako na *ekonomicky nepotřebné*, resp. *sterilní*.

⁹ Hisrich, R. D., Peters, M. P.: Založení a řízení nového podniku. Praha: Victoria Publishing 1996. ISBN 80-85865-07-6, str. 19.

Závěry z druhé analýzy kvantity a kvality podnikání pro život – vztah mezi podmínkami pro život a inkubací podnikatelů

Pozorným studiem statistik zjišťujeme zvláštní fenomén. Počet firem vztažený k počtu obyvatel zkoumaného regionu (případně lokality) klesá, jestliže region má v daném státě průměrné sociálně ekonomické podmínky pro život obyvatel a rozvoj podnikání. V extrémních podmínkách počet podnikatelských subjektů vztažený na počet obyvatel roste. Graficky bychom mohli tuto situaci popsat písmenem **U**. V regionech sociálně a ekonomicky slabých výrazně roste podíl podnikatelů bez zaměstnanců a mikrofirem (s počtem zaměstnanců do 9 osob). Můžeme říci, že jde o „kapitalisty z donucení“ – aby v těžkých sociálně ekonomických podmínkách lidé přežili sociálně, musí být podnikaví, zakládat si „živnosti“, aby přežili ekonomicky, musí kapitalizovat své příjmy (viz levá strana grafu č. 2). Na druhé straně v extrémně ekonomicky a sociálně silných regionech poptávka po specifických službách s orientací na turismus, kulturu, specifické služby pro obyvatelstvo vyšších příjmových skupin, s vyššími nároky na právní, politické a společenské zázemí apod. vyvolává potřebu enormního vzniku nejen individuálních podnikatelů, malých firem, ale registraci velkých a nadnárodních společností¹⁰ (viz pravá strana následujícího grafu).



Zdroj: vlastní zpracování podle statistických zpráv ČSU v regionálním členění a rešerší EUROSTATu

¹⁰ Velké a nadnárodní společnosti se ve městech s vysokou společenskou prestiží a životní úrovní registrují zejména proto, aby jejich světová image korespondovala se společenským postavením hostitelského města, ve kterém je sídlo jejich pobočky (závodu apod.). Rovněž se zde oceňuje „blízkost“ ministerstev a jiných centrálních úřadů. Ve velkých a významných městech vzniká „metropolitní“ efekt, kde pro velké množství registrovaných subjektů se snižuje pravděpodobnost kontrol finančních a jiných úřadů, než je tomu na „venkově“.

Z uvedeného grafu můžeme dovodit minimálně dva závěry:

- stejná kvantita nereprezentuje stejnou kvalitu podnikání (života apod.), jde jen o shodný projev odlišných podstat podnikání,
- podnikání, resp. chování podnikatelů (nebo vlastníků firem), je ovlivněno charakterem podnikatelského prostředí, které s velkou intenzitou ovlivňuje kvalitu podnikání a rozvoje firem.

Pokud bychom výše uvedené poznatky převedli do sportovní mluvy, pak bychom mohli prohlásit, že v podnikání je situace obdobná jako v kopané. Barcelona i Sokol Hnojník hrají fotbal, ale je obtížně si představit, že se utkají ve společném zápase. Jde o zásadní rozdíl kvalit, proto jsou soutěže kopané rozděleny do různých výkonnostních tříd. Bohužel v ekonomické teorii a v hospodářské politice se na toto téma občas hovoří, ale praxe kvalitativní rozdíly podnikání v naprosté většině neakceptuje nebo nereflektuje¹¹.

Závěry z třetí analýzy kvantity a kvality podnikání pro život – vztah výnosnosti a velikosti firem

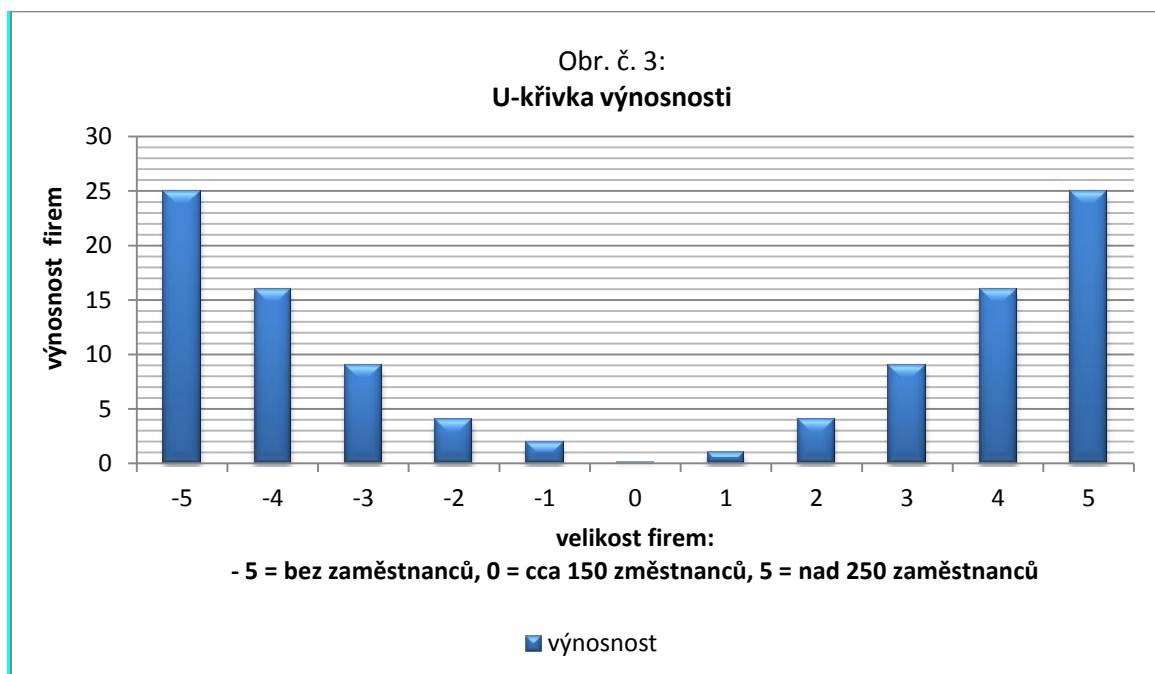
Je nepochybné, že *velké podniky* v porovnání s malými a středními podniky mají řadu výhod. Mohou využívat sílu svého finančního kapitálu, kapacitní dispozice, postavení na trhu, dominantní postavení při nákupech surovin, polotovarů apod., při distribuci a prodeji produkce a poskytovaných služeb, při propagaci a reklamě atd. přesahující povětšinou hranice jednoho státu. Velké podniky a korporace mají větší možnosti diverzifikace svých aktivit, realizace úspor nákladů z rozsahu, v cenové politice, v postavení na trzích práce či v získávání know-how. Důsledkem „přednosti“ velkých a transnacionálních korporací je často vyčerpávání konkurenčního potenciálu malých a středních firem, výsadní ovlivňování trhu práce v regionech (jak pozitivním způsobem, tak negativně při „odchodu“ z regionu), zátěž dopravní a přepravní infrastruktury v důsledku přesunů produkce, surovin, polotovarů a zaměstnanců na velké vzdálenosti atd. Značným problémem je „odcizování“ výkonných pracovníků od vrcholového vedení korporace jak v důsledku odlišné lokalizace, tak v důsledku odlišnosti kultur v místním podniku (továrně) a vrcholového managementu, resp. vlastníků dislokovaných povětšinou v jiných zemích. Tato negativa jsou často kompenzována obvykle zvýšeným exportem, přínosem k inovačnímu dynamismu subdodavatelů a celkovou dynamizací hospodářského a sociálního rozvoje hostitelského regionu a státu.

¹¹ Fanda Sokola a malý podnikatel z Hnojníku po přečtení rukopisu tohoto článku poznamenal: „Barcelona má možná kvalitnější hráče, ale nemá nakonec ten náš Sokol daleko větší význam pro kvalitu života v Hnojníku? Naši fotbalisté nehrají jen kopanou, ale i baví lidi, pro většinu lidí v obci znamenají téměř jediné společenské, sportovní a kulturní vyžití. I takový Sokol Hnojník nebo já jako místní malý podnikatel můžeme mít velký dopad na kvalitu života místních obyvatel!“

Tudíž uvedené kvalitativní znaky velkých podniků paradoxně zvýrazňují specifické rysy zejména *malých firem*, které se svou flexibilitou pohotově (do určité míry) přizpůsobují, často vynuceně, měnícím se podmínkám. Vedle ekonomických efektů jsou zřejmé přínosy malých firem v oblasti sociální, estetizace center obcí, rozvoje kultury a vzdělanosti apod. lokality či regionu.

Střední podniky jsou vystaveny „vývojovému“ rozporu – jsou již příliš velké, aby mohly působit jen v omezeném segmentu trhu, pracovat s omezeným počtem manažerů a administrativních pracovníků, působit v jedné lokalitě apod., a příliš malé na to, aby uspěly na trzích v boji s globálními hráči, aby si mohly dovolit inovační procesy postavené na vlastních vědeckých a výzkumných či vývojových pracovnících apod.

Nabízí se teze (Kučerová, 2005)¹², která definuje hypotetickou korelaci mezi výnosností¹³ firmy (podniku) a její velikostí. Jde o tzv. hypotetickou **U-křivku výnosnosti**.



Zdroj: vlastní zpracování podle Srpová (2010), str. 41.

Důvod vývoje výnosnosti firem v závislosti na jejich velikosti je prostý. Firmy bez zaměstnanců mají mizivá vlastní aktiva. S růstem firmy rostou celková aktiva (která jsou ve

¹² Srpová, J., Řehoř, V. a kolektiv: Základny podnikání. Praha: Grada 2010, str. 41.

¹³ Výnosnost v tomto kontextu chápeme jako **výnosnost celkových aktiv**, která je také zvaná *rentabilitou aktiv* ROA - Return On Assets. Ukazatel rentability aktiv ukazuje, jak firma umí generovat zisk ze svých aktiv. Ve vzorci je na straně čitatele zisk (výsledek hospodaření). Zisk může být dán různou formou. Může být uveden před zdaněním (EBIT - earning before interests and taxes) nebo po zdanění (EAT - earning after taxes). Výpočet ukazatele rentability aktiv můžeme popsat následujícím vztahem (ROA) = (výsledek hospodaření/celková aktiva). K vyjádření výnosnosti lze použít i další poměrové ukazatele, kupř. rentabilitu vlastního kapitálu ROE (return on equity), rentabilitu investic ROI (return on investment) a rentabilitu tržeb ROS (return on sales). Výnosnost v grafu je vyjádřena komparativně v bodech (0 b. = nulová nebo záporná výnosnost, 15 b. = průměrná výnosnost).

jmenovateli), a tudíž jejich nárůst (např. lineární) není kompenzován růstem zisku, a to ze dvou důvodů. Za prvé z formálního důvodu - lineární nárůst aktiv ve jmenovateli vyžaduje progresivní nárůst zisku v čitateli, aby hodnota ukazatele ROA zůstala konstantní. Za druhé z ekonomického důvodu – růst aktiv vyžaduje nárůst pracovníků, změny v organizaci, nárůst stálých nákladů (vč. odpisů) atd. Firma přechází z vývojové fáze „start“ do fáze „přežití“¹⁴, což je doprovázeno poklesem výnosnosti firmy. Načež ve vývojové fázi firmy „růst“ se postupně zvyšuje její výnosnost. V první fázi růstu jde povětšinou o úspory nákladů z rozsahu výroby nebo poskytovaných služeb. Posléze se projevuje „přelévání“ přidané hodnoty mezi dominantními a slabými firmami nejen na trhu zboží a služeb, ale také na trhu práce, nakupovaných komodit, v subdodavatelských a dalších „nerovných“ vztazích. Transnacionální korporace působící na globálních trzích a ve virtuálním prostoru dosahují tzv. synergických efektů zejména v důsledku „ovládání relativního ekonomického času“, kdy zhodnocují konkurenční potenciál taktem a lokalizací inovací v globálním prostoru v komparaci se svou konkurencí.¹⁵

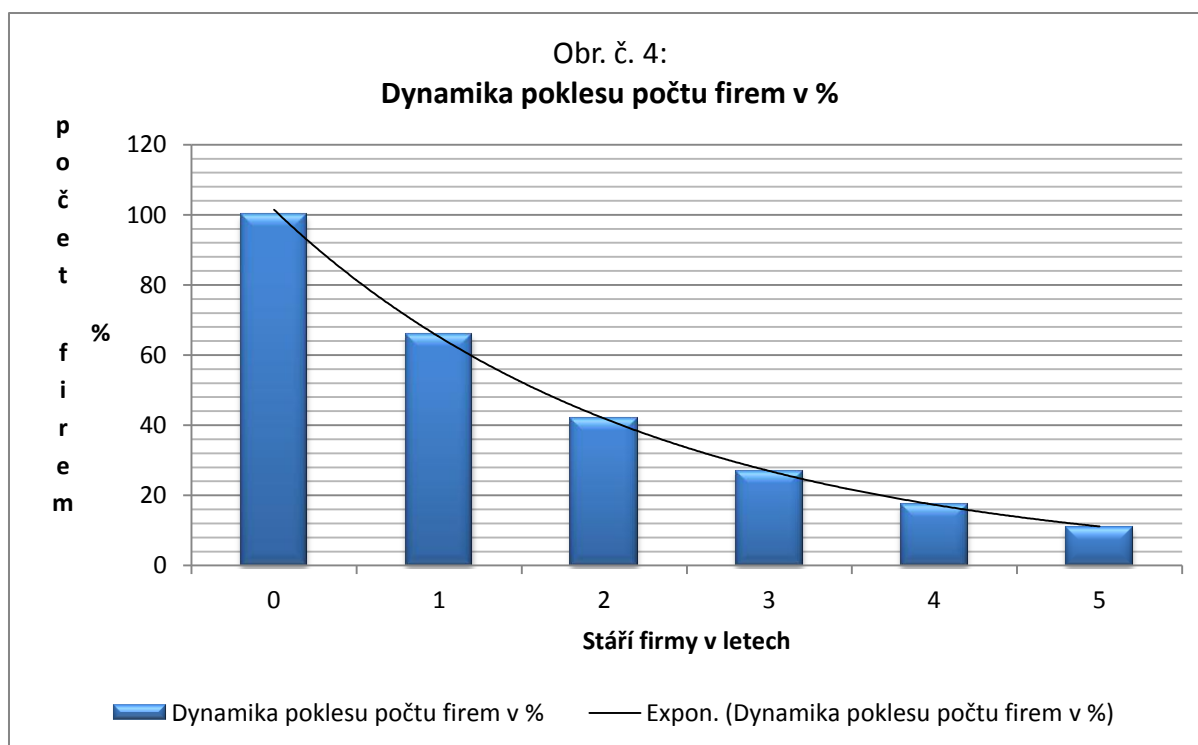
Graf č. 3, přestože není podložen důslednými statistickými šetřeními a opírá se pouze o výběrová šetření a odborná stanoviska expertů, nabízí další kontroverzi mezi kvantitativním a kvalitativním popisem podnikání. Z ryze ekonomického kvantitativního pohledu by se jevílo jako žádoucí podporovat malé a velké podnikání (po hříchu to centrální instituce obvykle činí bez hlubších analýz kvality podnikání), protože jde o tzv. ekonomické pilíře národního hospodářství. Z kvalitativního pohledu však situaci nutno vidět poněkud jinak.

V první řadě nutno vidět, že podpora podnikání by se měla soustředit na střední firmy, resp. firmy ve vývojové fázi „přežití“. Čím méně nám středních firem přežije (tzn. nejen úpadkem, ale i prodejem konkurenčním větším firmám), tím více vyhadujeme peněz na podporu podnikání ve fázích „prolog“ a „start“¹⁶ – takto můžeme hovořit o nekonečném příběhu startů a nepřežití. Následující diagram podporuje předchozí úvahu, protože naznačuje dynamiku ukončení podnikání (vyjádřeno v procentech z počtu nově založených firem) v závislosti na délce života firmy.

¹⁴ Hronová P., Fialová V., Tykva T.: Studijní opora k modulu PODNIKATEL. VŠP Ostrava, 2010.

¹⁵ Podrobněji v knize Mikoláš Z., a kolektiv: Konkurenční potenciál průmyslového podniku. Praha: C. H. Beck, 2011.

¹⁶ Viz Hronová a kol. (2010)



Zdroj: vlastní zpracování dle expertních stanovisek

Expertní analýzy a sledování výběrových vzorků klientů poradenskými firmami v období 1995 – 2005 nabídly zajímavá zjištění.¹⁷ Během tří roků od založení ukončilo svou činnost přibližně 70% firem a po pěti letech aktivně žilo jen 10 % podnikatelských subjektů. Z oněch 10 % v dalším období zhruba polovina ukončila činnost, 30 % přežívalo na stejné pozici a pouze 20 % firem se vydalo na trajektorii růstů, což činí pouze 2 % z původně založených firem.¹⁸

Za druhé si položíme otázku. Jaká je tedy kvalita života střední společenské třídy? Pokud jde o vlastníky oněch „rizikových“ středních podniků, pak nutno hovořit o problematické skupině, protože na rozdíl od střední třídy „bílých límečků“ (pracovníků bank, finančních institucí, úřadů apod.) nese tato skupina vlastníků kapitálu (povětšinou získaného v náročné fázi podnikání „start“) značná rizika, jednak že o něj může přijít ve fázi „přežití“ firmy, jednak jeho čistá výnosnost je nižší než střední třídy z řad zaměstnanců v „bílých límečcích“.

Třetí zorný úhel. Nabízí možnosti úvaha o způsobech přechodu středních firem do fáze růstu. Mnoho zjištění uvedených ve veřejných zdrojích upozorňuje na násilná převzetí, neetické praktiky, nedostatek následovníků, kteří by převzali firmu atd. Tedy často nejde již jen o ekonomické otázky, ale problematiku přesahující do mravní, psychologické, sociální, politické aj. oblastí.

¹⁷ Zdrojem poznatků jsou zjištění Asociace poradenství v podnikání. Autor článku je členem asociace a má obdobné osobní praktické zkušenosti.

¹⁸ Nutno upozornit, že ve oficiálních statistikách jsou počty firem značně větší, protože statistika neregistruje „mrtvé“ firmy, které jsou jen registrovány a nevyvíjí žádnou činnost, nebo firmy vykonávající příležitostnou aktivitu (tzv. „fuškaři“), případně „pracují“ v tzv. „švarcsystému“.

Z uvedených grafů lze dovést další podnětné impulsy pro diskusi na téma kvalita podnikání a kvalita života. Věřím, že čtenáři tohoto článku získali dostatek podnětů, aby „uměli“ grafy a tabulky číst z kvalitativního pohledu na podnikání pro život.

Závěr

Setrvačnost a povrchnost myšlení vede jak výzkumné pracovníky, politiky, podnikatele, ale i běžné občany ke zjednodušenému vidění světa prostřednictvím kvantitativních veličin. Kvantifikace jevů ve společnosti je dobrým rádcem, ale zlým pánem. Je pravdou, že dává relativně objektivní (exaktně popsany) pohled na realitu za jednoznačně definovaných předpokladů. Avšak problém je v tom, že podnikání stejně jako život je dynamické a podléhá evolučním procesům. Tudíž jednoznačné vymezení definičních předpokladů pro měření konkrétních skutečností je spíše přáním než garancí platnosti. Navíc kvantita nedává odpovědi na otázky proč tomu tak je, neodhaluje podstatu a obsah jevů a forem reality.

Dokonce se objevuje z jistého zorného úhlu pohledu na demokratickou společnost škodlivý výrok „co se nedá měřit, to se nedá řídit“. Škodlivost tohoto typu pohledu je v několika směrech. Jednak se dá dokonce autory těchto výroků podezřívat z ideologického záměru. Tudíž, definujeme-li systém řízení postavený pouze na „tvrdých datech“, dopouštíme se totálního subjektivismu, o čemž technicky, přírodovědně apod. orientovaní manažeři nechtějí ani slyšet. Co hůř, tomuto fenoménu extrémní exaktnosti propadla ekonomie, finanční teorie a praxe. V čem je subjektivismu a ideologie uplatňování tzv. tvrdých manažerských metod postavených na měření kvantity? Už samotný model, vzorec, metrika apod. nejsou objektivní, protože jejich pojetí, metodologii a metody tvorby a implementace stvořil člověk ponořený do určitého vědeckého dogmatu, resp. ideologického pohledu na svět (např. pro samé exaktní abstrakce ekonomie či finance apod. teoretici či manažeři zapomínají na to, že člověk je živá bytost a nikoli fyzikální jev či matematická abstrakce). Pak čísla dosažená měřením jsou více či méně taková, jak si přeje autor modelu, vzorce, normalizované metriky apod. Pokud řízený (ovládaný), tudíž „měřený“ člověk nebo skupina lidí či podnik neznají ideovou podstatu měření, resp. podmínky a dobu, ve které autor systém měření stvořil, pak jde o demagogii a nikoli o řízení reality. Ještě horší je, pokud podřízený (ovládaný) uvěří onomu modelu „objektivního“ obrazu reality, stává se často ovládanou ovčí bez vlastní osobnosti a vůle.

Pak šéf nemocnice prokáže na základě objektivních dat, že za své nemoci může sám nemocný. Důchodce, sledující v televizi vystoupení ministra se nestačí divit, když z grafů je jednoznačně zřejmé, že jeho penzijní pojištění nepokryje náklady léčby. Jenže autor oněch grafů, jaksi opomenul, že důchodce ve svém mládí uzavíral jako občan se svou společností „smlouvu“, že jeho pracovní výkon v produktivním věku se v budoucnu přetaví na služby v péči o jeho zdraví ve stáří. To znamená, že ona „tvrdá data z grafu“ nepostihují kvalitu závaznosti „společenské smlouvy“. Vlastník či manažer sbírkou tabulek a grafů odběrateli či

zaměstnanci „hravě“ prokáže, že např. reklamace není možná, že za nízké platy mohou odbory apod. Tudíž kvantitativní pohled a exaktní systémy bez kontextu se dají zneužít jako nástroj ideologického působení, protože slouží jako stínítko, aby „protihráč“ pro sama „tvrdá data“ prohledl kvalitu procesů, ve kterých je angažován.

Dokonce lze prohlásit, že úpadek současné konkurenceschopnosti podniků, absolventů škol atd. je produktem nepochopení vztahů mezi kvalitou a kvantitou. Podstatou problému je dogma měřitelnost výkonnosti a procesů obecně. Praktickým výsledkem této situace je, že studenti často studují pro kredity a nikoli kvůli poznání světa, že dobře změřený proces výroby jogurtu nemusí znamenat, že výrobek je jogurtem atd. Extrémní poloha kvantitativního pojetí světa pak se projeví ve výroku: „kdo není výkonný a měřitelný je chovný¹⁹“, tudíž neužitečný a přebytný, resp. ekonomicky a sociálně pro zkoumaný systém (podnikání, podnik, pojišťovací společnost, nemocnici, obec apod.) ztrátový a zavržení hodný.²⁰

Co víc, autoři těchto konceptů „co nelze měřit, to se nedá řídit“, jsou aktivními strůjci destrukcí řízeného systému (podniku, školy, státu apod.), protože každý absolvent základní školy by měl vědět, že výkon je přeměněným potenciálem z minulosti. Pokud si nevytvoříme potenciál, pak nemůžeme očekávat ani výkon. Ale potenciál není měřitelný přímo, protože jeho měřitelnost je možná až v budoucnu, když se přeměňuje na výkon. Tudíž „měřiči“ považují potenciál za nepodstatnou zbytečnost, protože je neměřitelný kvantitativně. A posléze (v budoucnu) se diví a hledají výmluvy a kritická slova na opozici, předchozí šéfy apod., když podniky, obce, státy, lidé atd. kolabují. Tvorba potenciálu je elementárním základem evoluce a filozofické a všeobecné gramotnosti. Je zcela zřejmé, což by si ekonomové a manažeři měli uvědomit, že konkurenceschopnost je potenciálem budoucího konkurování, tedy konkurence.

Řada argumentů uvedených v tomto příspěvku nabízí tedy příklady konfliktů mezi kvantitativní a kvalitativní charakteristikou podnikání, upozorňuje na aktuální dilemata paradigmat, která jsou zřejmě již překonána, ale dosud jsou akceptována, ne-li „čtená“.

O to více je současná „rozporuplná“ doba nebezpečnější, pokud podceňování „kvality podnikání pro život“ pronikne do vzdělávacího procesu. Můžeme si položit velmi trefné otázky: z kterého století jsou poznatky prezentované posluchačům a pro které formy

¹⁹ Pojem „chovný“ v negativním slova smyslu se objevil nedávno ve slovníku řady pracovníků centrálních úřadů, kteří zřejmě ztotožňují slovo „chovný“ se slovem „živený“. Zřejmě asi nemají kontakt s venkovem, aby pochopili, že „chovný“ je výrazem kvality, protože „chovný kus“ zajišťuje kvalitu dalších generací. Kůň Železník se stal chovným kusem jen proto, že několikrát vyhrál Velkou pardubickou. Z kontextu s výše uvedeným je zřejmé, že autor slova „chovný“ v pejorativním významu nestudoval u „chovného“ profesora, ale u nějaké „rychlokvašky“, jinak by takhle barbarsky neuvažoval! Tupě by nezaměňoval kvantitu za kvalitu!

²⁰ Na tomto místě se omlouvám čtenářům za vyjádření mého mravního postoje: je mou povinností omluvit se radě emeritních profesorů, že ve stáří s přihlédnutím ke svému zdraví pro omezenou publikační a další měřené činnosti jsou pro školy a komise zbyteční a „chovní“ – lidská slušnost a vděčnost za zkušenosti, osobní kvality a odvedené dílo těchto kmetů se bohužel nějak nenosí.

podnikání platí? Namnoze se můžeme setkat na vysokých školách s učebnicemi a názory učenců z dob před 15 – 30 roky, kdy svět podnikání byl zcela jiný než nyní. A kdybychom aplikovali na uvedené myšlenky „nalévané“ studentům a posluchačům kurzů do hlavy metodiku analýzy uplatněnou ve výše uvedeném textu, tabulkách a grafech, pak dospějeme k závěru, že předmětem „studia“ na současných vysokých školách v zemích koruny české je problematika, která se týká zhruba 5 % soudobých firem v zemi!

A kdo vysvětlí mladé generaci manažerů, ekonomů a podnikatelů, jak chápat chování a podnikání zbytku firem? Vážení čtenáři, pokuste si kvalitně odpovědět na tuto otázku s malou kvantitou slov. Děkuji.

Literatura:

HISRICH, R. D. – PETERS, M. P. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6

HRONOVÁ, P. – FIALOVÁ, V. – TYKVA, T. *Studijní opora k modulu PODNIKATEL*. Ostrava: VŠP, 2010.

KONEČNÁ, P.: *Vlivy nadnárodních společností na regionální malé a střední podniky*. Diplomová práce. Ostrava: VŠP, 2012.

MIKOLÁŠ, Z. – PETERKOVÁ, J. – TVRDÍKOVÁ, M. a kol. *Konkurenční potenciál průmyslového podniku*. Praha: C. H. Beck, 2011. ISBN 978-80-7400-379-0

MIKOLÁŠ, Z. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1277-6

SRPOVÁ, J. – ŘEHOŘ, V. a kol. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5

VEBER, J. – SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1069-2