

# VÝZNAMNÉ DETERMINANTY KVALITY PODNIKATELSKÉHO PROSTREDIA MALÝCH A STREDNÝCH FIRIEM

## SIGNIFICANT DETERMINANTS OF BUSINESS ENVIRONMENT IN THE SEGMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Jaroslav Belás, Přemysl Bartoš, Aleksandr Ključnikov, Ludmila Kozubíková

**Abstract:** *Small and medium enterprises (SME) represent an essential part of an economic system as they positively influence important macroeconomic data. The aim of this article is to define significant determinants of quality of business environment of SME in the Czech Republic and to quantify differences between selected social groups of entrepreneurs. We compare entrepreneurial opinions dividing them by gender, education, age and their companies' size. The data was obtained through own research of business environment. Only 24% of respondents stated they did not experience corruption and cronyism in their entrepreneurial activities. We discovered statistically significant differences in entrepreneurs' opinions according to their gender, education and their companies' size. As much as 71% of respondents opined that the media do not inform sufficiently about the importance of entrepreneurship for society. Moreover, entrepreneurs evaluate the commercial banks' attitude to their financing with caution. As for the intensity of business risks, 62% of businessmen declared it has increased after the crisis of 2008. We also found out statistically significant differences in the perception of business risks by various types of entrepreneurs dividing them by education, their companies' size and age.*

**Keywords:** *Small and Medium-sized Enterprises, Business Environment Quality, Determinants of Business Environment Quality, Gender, Company Age, Company Size.*

**JEL Classification:** L26, O16, G32.

### Úvod

Malé a stredné podniky (MSP) majú veľký význam pre svetovú ekonomiku, pretože podporujú konkurenčnú dynamiku ekonomických systémov a priamo alebo nepriamo pôsobia na veľké podniky, predovšetkým v oblasti zvyšovania efektívnosti a inovácií. [24] Tieto podniky významným spôsobom determinujú stav a vývoj dôležitých makroekonomických ukazovateľov (predovšetkým hrubý domáci produkt a zamestnanosť).

Podľa Európskej komisie [8] MSP vytvorili v strednodobom časovom horizonte približne 80% nových pracovných miest. Podiel malých a stredných podnikov na celkovej počte aktívnych podnikateľských subjektov v Českej republike v roku 2012 bol 99,86%, podiel pridanej hodnoty činil 53,81%. Podiel MSP na celkovej zamestnanosti v podnikateľskom sektore bol 59,43%. [20]

V tomto kontexte kvalita podnikateľského prostredia MSP predstavuje významný predpoklad pre úspešný vývoj tohto podnikateľského segmentu.

V článku skúmame významné determinanty kvality podnikateľského prostredia v segmente MSP z hľadiska definovaných skupín podnikateľov. Zaujímali nás postoje podnikateľov k významným problémom podnikateľského prostredia, ako sú miera korupcie,

postoj spoločnosti k podnikateľom, prístup komerčných bánk k financovaniu MSP a intenzita podnikateľských rizík v ekonomickom systéme.

## 1 Formulácia problematiky

Rozvoj MSP je vo všeobecne považovaný za hlavný faktor ekonomického rozvoja, a to bez ohľadu na hospodársku vyspelosť krajiny. [24], [18], [9]

Kvalita podnikateľského prostredia MSP je determinovaná celým radom rozmanitých externých a interných faktorov, ktoré spravidla pôsobia s rôznou intenzitou a vo vzájomnej súvislosti.

Podnik pri realizácii svojich podnikateľských aktivít je v značnej miere ovplyvňovaný externým prostredím. Synek a kol. definuje okolie podniku ako zväzok vonkajších síl, faktorov a vzťahov medzi týmito atribútmi. Autor uvádza, že vplyv okolia na podnik je spravidla veľmi silný, zatiaľ čo možnosť podniku ovplyvňovať okolie je obmedzená. [30]

V kontexte skúmania externých faktorov možno akceptovať názor, že za podstatnú oblasť prvkov podnikového okolia, ako sú legislatívne podmienky a ich aplikácia v podnikateľskej praxi, sociálne aspekty, celkové ekonomické prostredie zodpovedá štát. [30], [18], [16]

Pre ekonomický rast krajiny je dôležité, aby okolie firmy (vláda, spoločnosť, finančné trhy) správne vnímalo postavenie podnikateľov v sociálno-ekonomickom systéme.

Vzťah medzi štátom a podnikateľmi je v dlhodobom časovom horizonte komplikovaný, pretože tieto ekonomické subjekty majú protichodné predstavy o riadení ekonomiky. Podnikatelia vo všeobecnosti hodnotia prístup štátu k potrebám a záujmom pomerne negatívne. Kritizujú byrokratickú záťaž podnikania [26], nefunkčné systémy podpory podnikania, nízku kvalitu školského systému [12] a predovšetkým korupčné prostredie. [31], [12]

Významným problémom je vnímanie podnikateľov zo strany spoločnosti. Napr. podľa prieskumu GfK Czech len 55% z celkového počtu respondentov pozitívne vnímalo podnikateľov. Respondenti sa zároveň vyjadrili, že podnikatelia menej ako v minulosti rešpektujú svojich zákazníkov. [10] V tejto súvislosti zohrávajú významnú úlohu médiá, ktoré formujú postoje spoločnosti k podnikateľskému prostrediu.

Banky majú kľúčovú úlohu pri financovaní MSP, pretože tieto firmy majú sťažený prístup na kapitálové trhy. MSP majú nízky objem vlastného kapitálu, trpia väčšou intenzitou informačnej asymetrie a majú minimálny interný cash flow [7], [9], [18] čo znamená, že nepatria medzi najobľúbenejších klientov komerčných bánk.

Kvalita podnikateľského prostredia MSP je významným spôsobom determinovaná existenciou objektívnych a subjektívnych podnikateľských rizík.

Podnikateľské riziká (trhové, výrobné, personálne, právne, bezpečnostné atď.) sú integrované do *finančného rizika*. Úroveň finančnej výkonnosti firmy determinuje jej úverové riziko, a tým možnosť využívať úverové financovanie.

Podnikateľské prostredie je determinované aj celým interným radom faktorov, ako sú osobnosť podnikateľa (individuálne osobnostné vlastnosti podnikateľov, ich motívy, vek, pohlavie, vzdelanie). Kreativnosť, akceptácia rizika a nezávislosť predstavujú najvýznamnejšie vlastnosti, ktoré predurčujú stať sa podnikateľom [14]. Podľa nášho

predchádzajúceho výskumu medzi najdôležitejšie vlastnosti podnikateľov patria: akceptácia rizika, vytrvalosť, zodpovednosť a odborné znalosti. [2]

Skúmanie zhodných a rozdielnych znakov medzi oboma pohlaviami v podnikaní patrí medzi významné oblasti, ktorej sa venujú mnohí autori. Podľa viacerých autorov existuje mnoho rozdielov medzi mužmi a ženami. Základné závery týchto štúdií možno zhrnúť nasledovne. Podnikateľská orientácia mužov je intenzívnejšia než pri ženách [11], [21], muži pri podnikaní viacej riskujú než ženy [11], [6], muži sú pri podnikaní inovatívnejší a aktívnejší [10]. Pre úplnosť informácií je potrebné uviesť skutočnosť, že existujú aj opačné pohľady na úlohu pohlavia v podnikaní, napr. podľa výsledkov štúdie Runyana, Huddlestona a Swinneya sú ženy inovatívnejšie, viacej riskujú a sú rovnako aktívne v podnikaní ako muži. [28]

Niektorí autori zistili, že vyššie vzdelanie podnikateľov môže pozitívne vplývať na výkonnosť firmy [19], [27], uľahčuje prístup k externému kapitálu a umožňuje lepšie riadiť finančné riziká vo firme [34]. Ľudia s vyšším vzdelaním majú intenzívnejší sklon k vlastnému podnikaniu [17], [32], [22] Na druhej strane napr. Bonte et al. uvádzajú, že neexistuje žiadny relevantný vzťah medzi vzdelaním a podnikaním. [5] V tomto kontexte O'Gorman a Terjesen uvádzajú, že podnikateľský úspech nezávisí len od vzdelania, ale predovšetkým od praktických skúseností a znalostí potrebných pre podnikanie. [23]

Veľkosť firmy a jej vek môžu zohrávať významnú úlohu v kontexte získavania externých finančných zdrojov a ich ceny. Menšie firmy a „mladé“ firmy majú väčšie problémy so získavaním externých finančných zdrojov [25], [9] a platia bankám vyššie ceny.

## 2 Cieľ, metódy a dáta

Cieľom článku je definovať a porovnať významné determinanty kvality podnikateľského prostredia v segmente MSP v Českej republike z pohľadu definovaných skupín podnikateľov. V rámci stanoveného cieľa porovnáваме hodnotenie významných faktorov kvality podnikateľského prostredia zo strany mužov a žien, podnikateľov s vysokoškolským vzdelaním a podnikateľov s iným druhom vzdelania. Zároveň porovnáваме názory mikropodnikov a ostatných malých a stredných podnikov a názory „starších firiem“ (tie, ktoré podnikajú viac než 10 rokov) a „mladších firiem“, (tie, ktoré podnikajú menej než 10 rokov).

Výskum kvality podnikateľského prostredia sme zrealizovali v prvom polroku 2015 prostredníctvom dotazníku na vzorke 1.141 respondentov v Českej republike. Najviac respondentov sme získali v Zlínskom kraji (323), nasleduje Moravskosliezsky kraj s počtom respondentov 276, Olomoucký kraj 134 respondentov, Juhomoravský kraj 116 respondentov, Liberecký kraj 58 respondentov, Praha 58 respondentov, Pardubický kraj 55 respondentov, Plzeňský kraj 31 respondentov, Stredočeský kraj 25 respondentov, Královohradecký kraj 23 respondentov, Vysočina 18 respondentov, Juhočeský kraj 11 respondentov, Ústecký kraj 10 respondentov a Karlové Vary len 3 respondenti.

Inšpiráciou pre tento výskum, ktorý sme uskutočnili na území celej Českej republiky boli výsledky regionálneho výskumu, ktorý sme uskutočnili v roku 2013 v Zlínskom kraji. Výsledky sme publikovali vo viacerých vedeckých prácach [1], [2], [3], [15], [29]

Dotazník obsahuje 52 otázok. V úvodnej časti dotazníka sme zisťovali miesto, oblasť a dĺžku podnikania, veľkosť podniku, vzdelanie vlastníkov podniku, pohlavie, vek, vzdelanie vlastníkov a motívy pre začatie podnikania. V ďalšej časti dotazníka sme

zistovali postoje podnikateľov vo vymedzených oblastiach, ktoré determinujú kvalitu podnikateľského prostredia. V tejto časti dotazníka sme si stanovili škálu možných odpovedí od 1 do 5 (1-úplne súhlasím, 2-súhlasím, 3-nezaujímam postoj, 4-nesúhlasím, 5-úplne nesúhlasím).

Spôsob výberu firiem bol nasledovný. Z databázy Albertína sme vybrali metódou náhodného výberu celkom 1.650 firiem. Tieto firmy sme oslovili prostredníctvom mailu a majiteľov firiem sme požiadali, aby vyplnili dotazník, ktorý bol umiestnený na webovej stránke: [https://docs.google.com/forms/d/1U9coaC5JRL0N2QOOO6Xb8j3mnaZXdSM47Kugt4EDGFo/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/1U9coaC5JRL0N2QOOO6Xb8j3mnaZXdSM47Kugt4EDGFo/viewform?usp=send_form). V prípade, ak tieto firmy nereagovali na náš mail, oslovili sme ich telefonicky.

Štruktúra respondentov je nasledovná: 75% muži, 25% ženy; 48% respondentov uviedlo stredoškolské vzdelanie s maturitou, 34% uviedlo vysokoškolské vzdelanie a 18% respondentov uviedlo stredoškolské vzdelanie bez maturity; 65% z celkového počtu firiem boli mikropodniky, 27% boli malé podniky a 8% stredné podniky. 62% vlastníkov firiem uviedlo, že podnikajú viac než 10 rokov, 21% z nich uviedlo, že podnikajú maximálne 5 rokov a 17% z nich uviedlo, že podnikajú v časovom intervale 5 až 10 rokov.

Respondenti boli zastúpení z týchto odvetví: obchod (33%), výroba (23%), stavebníctvo (14%), doprava (6%), poľnohospodárstvo (3%), iné služby (39%).

V tomto článku sme si stanovili 4 vedecké hypotézy metódou odborného odhadu:

H1: Podnikatelia negatívne hodnotia stav v oblasti korupcie a klientelizmu – maximálne 30% z nich sa pri podnikaní nestretlo s týmto javom. Existujú štatisticky významné rozdiely medzi určenými skupinami podnikateľov (muži a ženy, podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním a ostatní, mikropodniky a ostatné podniky, firmy s dobou existencie nad 10 rokov a mladšie firmy).

H2: Väčšia časť podnikateľov (viac než 60%) si myslí, že média nedostatočne informujú o význame podnikateľov pre spoločnosť. Neexistujú štatisticky významné rozdiely medzi určenými skupinami podnikateľov (muži a ženy, podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním a ostatní, mikropodniky a ostatné podniky, firmy s dobou existencie nad 10 rokov a mladšie firmy).

H3: Menšia časť podnikateľov (menej než 40%) si myslí, že banky akceptujú ich potreby a vychádzajú im v ústrety. Existujú štatisticky významné rozdiely medzi určenými skupinami podnikateľov (muži a ženy, podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním a ostatní, mikropodniky a ostatné podniky, firmy s dobou existencie nad 10 rokov a mladšie firmy).

H4: Minimálne 70% podnikateľov si myslí, že intenzita podnikateľských rizík sa po kríze výrazne zvýšila. Existujú štatisticky významné rozdiely medzi určenými skupinami podnikateľov (muži a ženy, podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním a ostatní, mikropodniky a ostatné podniky, firmy s dobou existencie nad 10 rokov a mladšie firmy).

Štatisticky významné rozdiely medzi určenými sociálnymi skupinami sme porovnali prostredníctvom Pearsonovej štatistiky na hladine významnosti 5%. Ak vypočítaná p-hodnota bola nižšia než 5%, zamietli sme nulovú hypotézu a prijali sme alternatívnu hypotézu. Výpočty sme uskutočnili prostredníctvom voľne dostupného softvéru. [35] Štatisticky významné rozdiely v súhlasných odpovediach sme zistovali prostredníctvom Z-skóre. Výpočty sme uskutočnili prostredníctvom voľne dostupného softvéru. [36]

### 3 Výsledky

V Tab. 1 uvádzame výsledky výskumu v oblasti hodnotenia miery korupcie v Českej republike.

**Tab. 1: Hodnotenie miery korupcie zo strany podnikateľov**

| <i>Pri svojej podnikateľskej činnosti som sa nestretol s korupciou a klientelizmom.</i> | Muži              | Ženy        | VŠ                | VO           | Micro            | PO          | 10+               | 10-          | p-value<br>Z-skóre                   |
|---|-------------------|-------------|-------------------|--------------|------------------|-------------|-------------------|--------------|--------------------------------------|
| 1. úplne súhlasím   | 25                | 11          | 21                | 15           | 27               | 9           | 15                | 21           |                                      |
| 2. súhlasím<br>podiel v %<br>(1+2)<br>podiel v %<br>celkom: 23,84                       | 159<br>21,27      | 77<br>31,43 | 75<br>24,49       | 161<br>23,50 | 164<br>25,81     | 72<br>20,20 | 129<br>20,43      | 107<br>29,36 | 0,0006<br>0,7114<br>0,0340<br>0,0006 |
| 3. nezaujímam postoj  | 195               | 69          | 101               | 163          | 165              | 99          | 161               | 103          |                                      |
| 4. nesúhlasím   | 347               | 89          | 141               | 295          | 276              | 160         | 296               | 140          |                                      |
| 5. úplne nesúhlasím   | 135               | 34          | 54                | 115          | 108              | 61          | 104               | 65           |                                      |
| Spolu:  | 861               | 280         | 392               | 749          | 740              | 401         | 705               | 436          |                                      |
| Chí kvadrát<br>p-value  | 15,1967<br>0,0043 |             | 12,8726<br>0,0119 |              | 5,0215<br>0,2851 |             | 18,2026<br>0,0011 |              |                                      |

Vysvetlivky: VŠ – respondenti s vysokoškolským vzdelaním, VO – vzdelanie ostatní, Micro – mikropodniky, PO – ostatné podniky, 10+ - podniky, ktoré podnikajú viac než 10 rokov, 10- podniky, ktoré podnikajú menej než 10 rokov.

*Zdroj: [vlastný výskum]*

V našom výskume 23,84% všetkých respondentov uviedlo, že sa nestretli s korupciou a klientelizmom pri svojom podnikaní. V rámci určených skupín podnikateľov najčastejšie túto odpoveď uviedli ženy (31,43%).

Hodnoty testovacích kritérií (chí kvadrát a p-value) potvrdili, že existujú štatisticky významné rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí mužov a žien (chí kvadrát=15,1976, p-value=0,0043), v odpovediach vysokoškolsky vzdelaných podnikateľov v porovnaní s ostatnými podnikateľmi a v odpovediach firiem, ktoré podnikajú viac než 10 rokov v porovnaní s ostatnými firmami.

Prostredníctvom Z-skóre sme vypočítali, že existujú štatisticky významné rozdiely v súhlasných odpovediach. Ženy v porovnaní s mužmi častejšie uviedli, že sa nestretli s korupciou a klientelizmom pri svojom podnikaní (p-value=0,0006). Mikropodniky v porovnaní s inými druhmi podnikov častejšie uviedli kladnú odpoveď súhlasím alebo úplne súhlasím (p-value=0,0340). Firmy, ktoré podnikajú viac než 10 rokov sa v porovnaní s ostatnými firmami častejšie stretli s korupciou (p-value=0,0006).

Náš výskum potvrdil platnosť H1.

V Tab. 2 uvádzame výsledky hodnotenia mediálnej podpory podnikania.

**Tab. 2: Hodnotenie mediálnej podpory podnikania**

| <i>Média nedostatočne informujú o význame podnikateľov pre spoločnosť.</i> | Muži             | Ženy         | VŠ               | VO           | Micro            | PO           | 10+              | 10-          | p-value<br>Z-skóre                   |
|--|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|--------------------------------------|
| 1. úplne súhlasím  | 130              | 41           | 54               | 117          | 114              | 57           | 101              | 70           |                                      |
| 2. súhlasím<br>podiel v %<br>(1+2)<br>podiel v %<br>celkom: 71,08          | 481<br>70,96     | 159<br>71,43 | 222<br>70,41     | 418<br>71,43 | 420<br>72,16     | 220<br>69,08 | 398<br>70,78     | 242<br>71,56 | 0,8808<br>0,7188<br>0,1236<br>0,0178 |
| 3. nezaujímam postoj   | 175              | 53           | 81               | 147          | 135              | 93           | 143              | 85           |                                      |
| 4. nesúhlasím  | 64               | 23           | 30               | 57           | 58               | 29           | 58               | 29           |                                      |
| 5. úplne nesúhlasím  | 11               | 4            | 5                | 10           | 13               | 2            | 5                | 10           |                                      |
| Spolu:   | 861              | 280          | 392              | 749          | 740              | 401          | 705              | 436          |                                      |
| Chí kvadrát<br>p-value   | 0,4732<br>0,9761 |              | 0,7620<br>0,9434 |              | 6,8558<br>0,1437 |              | 6,6853<br>0,1535 |              |                                      |

*Zdroj: [vlastný výskum]*

Výskum potvrdil platnosť H2. 71,08% všetkých respondentov si myslí, že média nedostatočne informujú o význame podnikateľov pre spoločnosť. Hodnoty testovacích kritérií potvrdili, že neexistujú štatisticky významné rozdiely medzi názormi definovaných skupín podnikateľov (s výnimkou rozdielov v súhlasných odpovediach medzi staršími a mladšími firmami).

V Tab. 3 uvádzame hodnotenie prístupu komerčných bánk k MSP.

**Tab. 3: Hodnotenie prístupu komerčných bánk podnikateľmi**

| Banky akceptujú naše potreby a vychádzajú nám v ústrety.          | Muži             | Ženy         | VŠ                | VO           | Micro              | PO           | 10+               | 10-          | p-value<br>Z-skóre              |
|---|------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|---------------------------------|
| 1. úplne súhlasím   | 19               | 6            | 9                 | 16           | 7                  | 18           | 21                | 4            |                                 |
| 2. súhlasím<br>podiel v %<br>(1+2)<br>podiel v %<br>celkom: 40,75 | 338<br>41,46     | 102<br>38,57 | 171<br>45,92      | 269<br>38,05 | 242<br>33,24       | 198<br>53,87 | 292<br>44,40      | 148<br>34,86 | 0,3898<br>0,0102<br>0<br>0,0015 |
| 3. nezaujímam postoj  | 221              | 78           | 106               | 193          | 219                | 80           | 164               | 135          |                                 |
| 4. nesúhlasím   | 246              | 76           | 91                | 231          | 232                | 90           | 196               | 126          |                                 |
| 5. úplne nesúhlasím   | 37               | 18           | 15                | 40           | 40                 | 15           | 32                | 23           |                                 |
| Spolu:  | 861              | 280          | 392               | 749          | 740                | 401          | 705               | 436          |                                 |
| Chí kvadrát<br>p-value  | 2,9724<br>0,5625 |              | 10,6811<br>0,0303 |              | 51,6865<br><0,0001 |              | 15,6405<br>0,0035 |              |                                 |

Zdroj: [vlastný výskum]

V našom výskume 40,75% z celkového počtu respondentov uviedlo súhlasný postoj k definovanému výroku. Prvá časť H3 nebola potvrdená.

Zistili sme, že existujú štatisticky významné rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí v oblasti vzdelania, veľkosti a veku firmy (p-value=0,0303/<0,0001/0,0035). Hodnoty testovacieho kritéria taktiež potvrdili, že existujú štatisticky významné rozdiely v štruktúre súhlasných odpovedí v oblasti vzdelania (p-value=0,0102), veľkosti (p-value=0) a veku firmy (p-value=0,0015). Podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním, väčšie a staršie firmy majú lepšie skúsenosti s bankami. Druhá časť H3 bola potvrdená.

V Tab. 4 uvádzame hodnotenie intenzity podnikateľských rizík zo strany podnikateľov.

V našom výskume si 61,61% z celkového počtu respondentov si myslelo, že intenzita podnikateľských rizík sa po kríze zvýšila. Prvá časť H4 nebola potvrdená.

Hodnoty testovacích kritérií potvrdili, že existujú štatisticky významné rozdiely v celkovej štruktúre odpovedí v oblasti vzdelania (p-value=0,0010), veľkosti firmy (p-value=0,0010) a veku firmy (p-value=0,0005). Zároveň sme zistili, že existujú významné rozdiely pri súhlasných odpovediach z hľadiska vzdelania podnikateľov a veku firmy. Druhá časť H4 bola potvrdená s výnimkou prvého kritéria (muži a ženy mali podobný postoj k definovanej oblasti).

**Tab. 4: Hodnotenie intenzity podnikateľských rizík**

| <i>Intenzita podnikateľských rizík sa po kríze výrazne zvýšila.</i> | Muži             | Ženy         | VŠ                | VO           | Micro             | PO           | 10+               | 10-          | p-value<br>Z-skóre                   |
|---|------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|--------------------------------------|
| 1. úplne súhlasím   | 59               | 22           | 29                | 52           | 51                | 30           | 58                | 23           |                                      |
| 2. súhlasím<br>podiel v %<br>(1+2)<br>podiel v %<br>celkom: 61,61   | 459<br>60,16     | 163<br>66,07 | 186<br>54,85      | 436<br>65,15 | 394<br>60,14      | 228<br>64,34 | 396<br>64,40      | 226<br>57,11 | 0,0767<br>0,0007<br>0,1645<br>0,0139 |
| 3. nezaujímam postoj  | 181              | 60           | 88                | 153          | 180               | 61           | 121               | 120          |                                      |
| 4. nesúhlasím   | 154              | 34           | 87                | 101          | 107               | 81           | 125               | 63           |                                      |
| 5. úplne nesúhlasím   | 8                | 1            | 2                 | 7            | 8                 | 1            | 5                 | 4            |                                      |
| Spolu:  | 861              | 280          | 392               | 749          | 740               | 401          | 705               | 436          |                                      |
| Chí kvadrát<br>p-value  | 6,3555<br>0,1741 |              | 18,4738<br>0,0010 |              | 18,4558<br>0,0010 |              | 19,8319<br>0,0005 |              |                                      |

Zdroj: [vlastný výskum]

#### 4 Diskusia

Vo výskume agentúry g82 bola korupcia označená za najväčšiu slabinu Českej republiky vo vzťahu k podnikateľom a podnikaniu. [12] Podľa Transparency International *Index vnímania korupcie* sa zlepšil v roku 2014 v porovnaní s rokom 2013 o 3 body a Česká republika sa dostala na 53. miesto v celosvetovom rebríčku s počtom bodov 51. Podobný výsledok dosiahli krajiny ako Gruzínsko, Malajzia, Samoa, Slovensko a Bahrajn. V rámci Európy je Česká republika na 25. mieste z celkového počtu hodnotených krajín 31 napr. za Maďarskom, ale pred Slovenskom. [31]

V tomto kontexte Bondareva a Tomčík [4] definujú negatívny vplyv na sociálny a ekonomický systém. Podľa autorov korupcia vyvoláva široké spektrum nepriaznivých javov v krajine, ako napríklad: neefektívne rozdeľovanie a využívanie štátnych prostriedkov a zdrojov, neefektívnosť korupčných finančných tokov, zníženie príjmov do štátneho rozpočtu vo forme daní, bankrot podnikateľov, zníženie objemu investícií do výroby, spomalenie ekonomického rastu, obmedzený prístup k európskym peňažným fondom pre malých podnikateľov, rozmáhanie organizovaného zločinu, pokles politickej legitimacy štátnej moci, znižovanie kvality spoločenskej morálky a iné. Uvedené, ako aj ďalšie dôsledky korupcie značným spôsobom brzdia rozvoj konkurencieschopnosti krajiny.

Výsledky výskumu potvrdili, že tento jav intenzívne pôsobí v sociálnom a ekonomickom systéme Českej republiky, pretože 53% podnikateľov uviedlo, že sa stretli s korupciou a 23% z nich nezaujalo postoj k problému, čo môže znamenať, že nevyjadrili otvorene svoj názor vzhľadom na citlivosť problematiky.



Vnímanie podnikateľov v spoločnosti nie je optimálne. Ľudia, ktorí nepodnikajú posudzujú podnikateľov skôr negatívne aj preto, že ich médiá prednostne informujú o negatívnych podnikateľských aktivitách. Náš výskum preukázal, že až 71% podnikateľov v segmente MSP si myslí, že médiá nedostatočne informujú o význame podnikateľov pre spoločnosť.

Aktuálnym problémom je prístup komerčných bánk k financovaniu MSP. [18], [9] V našom výskume len 41% malých a stredných podnikateľov uviedlo, že ich banky podporujú v ich podnikateľských aktivitách. Výskum potvrdil, že existuje súvislosť medzi veľkosťou firmy a možnosťami získavania externých finančných zdrojov a je kompatibilný so zisteniami iných autorov [13]. Potešujúcou správou je, že existujú isté signály o tom, významné komerčné banky v Českej republike postupne menia svoj postoj k segmentu MSP.

V súčasnom období je podnikanie náročnejšie, čo potvrdil aj náš výskum, v ktorom 61% podnikateľov uviedlo, že intenzita podnikateľských rizík sa po kríze zvýšila. Tento stav najviac pociťujú ženy – podnikateľky a podnikatelia s nižším vzdelaním.

## **Záver**

Kvalitné podnikateľské prostredie vytvára vhodné podmienky pre rozvoj MSP [18], determinuje efektívnosť ich podnikania, motivuje ďalších ľudí vstúpiť do podnikateľského prostredia. Kvalita podnikateľského prostredia je často považovaná za jeden z hlavných faktorov dlhodobej ekonomickej konkurenčnej schopnosti krajiny [16], [9]

Náš výskum preukázal, že kvalita podnikateľského prostredia nie je na vysokej úrovni. Podnikatelia pociťujú intenzívne pôsobenie korupcie, nesprávne vnímanie ich aktivít zo strany spoločnosti, slabú podporu bánk a rast podnikateľských rizík. Najväčšie (štatisticky významné) rozdiely v postojoch a názoroch podnikateľov sme zistili pri porovnaní odpovedí podľa veku firiem. Firmy, ktoré podnikajú viac než 10 rokov v porovnaní s „mladšími“ firmami kritickejšie zhodnotili korupciu, miernejšie zhodnotili vzťah médií k podnikaniu, lepšie zhodnotili prístup bánk k ich financovaniu a prezentovali intenzívnejšie pôsobenie podnikateľských rizík v súčasnosti.

Zaujímavým zistením je skutočnosť, že podnikatelia s vysokoškolským vzdelaním sú pravdepodobne lepšie pripravení na podnikanie, pretože v porovnaní s ostatnými podnikateľmi prezentovali menej intenzívne vnímanie korupcie, mierne lepšie hodnoteniu prístupu médií k podnikateľom, lepšie zhodnotili prístup bánk a menej intenzívne pociťovali intenzitu podnikateľských rizík.

Na základe zhodnotenia výsledkov nášho výskumu možno konštatovať, že existujú bariéry v oblasti tvorby podnikateľského prostredia v Českej republike. Myslíme si, že postupné budovanie kvalitnejšieho prostredia pre rozvoj MSP by malo predstavovať významnú oblasť národohospodárskych aktivít.

Kvalitné podnikateľské prostredie vytvárajúce podmienky na dlhodobo udržateľné dosahovanie ekonomického rastu je základným predpokladom rozvoja podnikania a zvyšovania konkurencieschopnosti ekonomiky krajiny v medzinárodnom meradle [33]. Zásadné návrhy zlepšenia podnikateľského prostredia sa očakávajú a sú plne v kompetencii vlády Českej republiky, ale zodpovednosť za ne nesú aj samotné podnikateľské jednotky. Rámcové opatrenia, ktoré by pomohli eliminovať spomínané bariéry tvorby podnikateľského prostredia vidíme v legislatívnych návrhoch týkajúcich sa najmä skrátenie doby potrebnej na začatie podnikania, zvýšenia vymáhateľnosti práva, fungovania

verejných inštitúcií, efektívneho prístupu ku kapitálovému trhu pre všetky ekonomické subjekty, či podporu vlády k využívaniu nových technológií cez digitalizáciu verejnej správy. Aj samotné podniky dokážu svojim proaktívnym prístupom ovplyvniť kvalitu podnikateľského prostredia a to na základe využívania princípov spoločensky zodpovedného podnikania.

## Pod'akovanie

Tento článok bol vypracovaný s podporou výskumného projektu: RO/FaME/2015/Kvalita podnikateľského prostredia malých a stredných podnikov.

## Referencie

- [1] BELÁS, J., BILAN, Y., KLJUČNIKOV, A., VINCÚROVÁ, Z., MACHÁČEK, J. 2015. Actual problems of business risk in segment SME. Case study from Slovakia. *In International Journal of Entrepreneurial Knowledge*. Issue 1, Vol. 3, pp. 46-56.
- [2] BELÁS, J., BARTOŠ, P., HABÁNIK, J., NOVÁK, P. 2014. Significant attributes of the business environment in Small and medium-sized enterprises. *In Economics & Sociology*, Vol. 7, No 3, pp. 22-39.
- [3] BELÁS, J. a kol. 2014. Business risks and the level of entrepreneurial optimism of SME in the Czech and Slovak Republic. *In Journal of competitiveness*, Vol. 6, Issue 2, pp. 30-41.
- [4] BONDAREVA, I., TOMČÍK, R. 2015. Porovnanie ekonomického rozvoja Slovenskej republiky a Českej republiky na základe Indexu globálnej konkurencieschopnosti. *In Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D*, No. 33 (1/2015), Vol. XXII, pp. 6-16.
- [5] BONTE, W., FALCK, O., HEBLICH, H. 2007. Demography and innovative entrepreneurship. *In The Jena Economic Research Papers*, 2007-084.
- [6] DIAZ-GARCIA, M. C., JIMENEZ-MORENO, J. 2010. Entrepreneurial intention: the role of gender. *In International Entrepreneurship Management Journal*, 6: 261-283.
- [7] DIERKES, M., ERNER, C., LANGER, T., NORDEN, L. 2013. Business credit information sparing and default risk of private firms. *In Journal of Banking & Finance* 37: 2867-2878.
- [8] EVROPSKÁ KOMISE. 2011. *Velké záměry pro malé podniky-co dělá EU pro MSP*. Lucemburk: Úřad pro publikace EU. ISBN 978-92-79-18967-8.
- [9] FETISOVOVÁ, E. a kol. 2012. *Aktuálne problémy financií malých a stredných podnikov*. Bratislava: Ekonóm. ISBN 978-80-225-3366-9.
- [10] GfK CZECH. 2013. *Průzkum: Podnikatelé jsou vnímání pozitivněji*. Praha: ČTK [cit. 3.7.2015]. Dostupné na WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/pruzkum-podnikatele-jsou-vnimani-pozitivneji/>>
- [11] GOKTAN, A. B., GUPTA, V. K. 2015. Sex, gender, and individual entrepreneurial orientation: evidence from four countries. *In International Entrepreneurship and Management Journal*, 11: 95-112.

- [12] g82. 2013. Podnikatelé a podnikání v ČR. Výskum. Dostupné na WWW: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Podnikatelsk%C3%BD\\_pr%C5%AFzkum\\_EOY\\_a\\_g82/\\$FILE/EYG82\\_EYPodnikatel\\_roku\\_2013\\_pruzkum.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Podnikatelsk%C3%BD_pr%C5%AFzkum_EOY_a_g82/$FILE/EYG82_EYPodnikatel_roku_2013_pruzkum.pdf)>
- [13] KALUSOVÁ, L., FETISOVOVÁ, E. 2015. Determinanty finančnej štruktúry slovenských malých a stredných podnikov. In *Ekonomický časopis*, Vol. 63, No. 3, pp. 278-300.
- [14] KNORR, H., ALVAREZ, C., URBANO, D. 2013. Entrepreneurs or employees: a cross-cultural cognitive analysis. In *Int Entrep Manag J*, 9: 273-294.
- [15] KOZUBÍKOVÁ, L., BELÁS, J., BILAN, Y., BARTOŠ, P. 2015. Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment. In *Economics & Sociology*, Vol. 8, No1, pp. 41-54.
- [16] KUBÁTOVÁ, K. a kol. 2012. *Podnikatelské prostredí v EU z hľadiska verejných financií*. Bratislava: Eurokódex. ISBN 978-80-89447-91-6.
- [17] LAFUENTE, E. M., VAILLANT, Y. 2013. Age driven influence of role-models on entrepreneurship in a transition economy. In *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1): 181-203.
- [18] MÁJKOVÁ, M. 2012. *Možnosti financovania malých a stredných podnikov v SR*. Brno: Tribun. 2012. ISBN 978-80-7399-590-4.
- [19] MILLIAN, J. M., CONGREGADO, E., ROMAN, C., VAN PRAAG, M., VAN STEL, A. 2014. The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success. In *Journal of Business Venturing*, 29: 312-632.
- [20] MPO. 2013. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2012*. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR.
- [21] MUELLER, S. L., DATO-ON, M. C. 2010. A cross-cultural study of gender-role orientation and its effect on entrepreneurial orientation. In *Proceedings of the 2010 USASBE Conference*.
- [22] NAUDE, W., GRIES, T., WOOD, E., MEINTJESS, A. 2008. Regional determinants of entrepreneurial startups in a developing country. In *Entrepreneurship and Regional Development*, 20: 111-124.
- [23] O'GORMAN, C., TERJESEN, S. 2006. Financing the celtic tigress: venture financing and informal investment in Ireland. In *Venture Capital*, 8(1): 69-88.
- [24] PAVELKOVÁ, D. a kol. 2009. *Klastry a jejich vliv na výkonnost firem*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2689-2.
- [25] PERVAN, I., KUVEK, T. 2013. The relevant Importance of Financial Ratios and Non-Financial variables in Predicting of Insolvency. In *Croatian Operational research review*, 4:187-197.
- [26] PODNIKATEL. CZ. 2013. Většina podnikatelů tráví papírováním celé dny, byrokracie sa prý zvyšuje. Dostupné na WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/vetsina-podnikatelu-travi-papirovanim-nekolik-dni-byrokracie-se-navic-zvysuje/>>
- [27] RAUCH, A., RIJSDIJK, S. A. 2013. The effects of general and specific human capital on long-term growth and failure of newly founded businesses. In *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4): 923-941.

- [28] RUNYAN, C. R., HUDDLESTON, P., SWINNEY, J. 2006. Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: a case study of gender differences from resources-based view. *In Entrepreneurship Management*, 2: 455-477.
- [29] SMÉKALOVÁ, L., HÁJEK, O., BELÁS, J., MACHÁČEK, J. 2014. Perception of Small and Medium Entrepreneurship in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, Vol. 6, Issue 4, pp 41-49.
- [30] SYNEK, M. a kol. 2006. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-892-4.
- [31] TRANSPARENCY INTERNATIONAL. Index vnímání korupce 2014. Dostupné na WWW: <<http://www.transparency.cz/vysledky-zebricku-zemi-podle-indexu-vnimani-korupce-2014/>>
- [32] VELEZ, C. M. 2009. The probability of transition to entrepreneurship revisited: wealth, education and age. *In Annals of Finance*, 5: 421-441.
- [33] VETRÁKOVÁ M., POTKÁNY, M., HITKA, M. 2013. Outsourcing of facility management. *E&M Economics and Management*, Vol. 16, No. 1, 2013, pp. 80-92. ISSN 1212-3609
- [34] WANG, W. 2012. How the small and medium-sized enterprises' owners' credit features affect the enterprises' credit default behaviour? *In E3 Journal of Business Management and Economics*, 3(2): 090-095.
- [35] <http://www.socscistatistics.com/tests>.
- [36] <http://www.socscistatistics.com/tests/ztest/Default2.aspx>.

### **Kontaktná adresa**

#### **prof. Ing. Jaroslav Belás, PhD.**

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
Mostní 5139, 760 01 Zlín, Česká republika  
E-mail: [belas111@gmail.com](mailto:belas111@gmail.com)  
Tel. číslo:+420576032410

#### **Ing. Přemysl Bartoš**

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky  
Ústav podnikové ekonomiky  
Mostní 5139, 760 01 Zlín, Česká republika  
E-mail: [bartos@fame.utb.cz](mailto:bartos@fame.utb.cz)  
Tel. číslo:+420576032410

#### **Ing. Aleksandr Ključnikov, PhD.**

Vysoká škola podnikání Ostrava, a.s.  
Katedra podnikání a managementu  
Michálkovická 1810/181, 710 00 Slezská Ostrava, Česká republika  
E-mail: [aleksandr.kljucnikov@vsp.cz](mailto:aleksandr.kljucnikov@vsp.cz)  
Tel. číslo:+420596635385

**Ing. Ludmila Kozubíková, PhD.**

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

Mostní 5139, 760 01 Zlín, Česká republika

E-mail: kozubikova@fame.utb.cz

Tel. číslo:+420576032359

Received: 07. 08. 2015

Reviewed: 22. 09. 2015, 02. 11. 2015

Approved for publication: 17. 12. 2015