

Komerční rizika internacionalizace malých a středních podniků ze strojírenství

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

Ing. Martina Toullová

Iveta Horváthová

Brno 2015

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí své bakalářské práce Ing. Martině Toullové za její trpělivý a obětavý přístup, odborné rady, které mi velmi pomohly při zpracování této práce, a především čas, který mi při vytváření práce věnovala. Dále děkuji všem zúčastněným firmám za vyplnění dotazníku.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Komerční rizika internacionalizace malých a středních podniků ze strojírenství**

vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 22. května 2015

Abstract

Horváthová, I., Commercial risks in the internationalization of small and medium-sized enterprises in engineering. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2015. An abstract is in (British) English.

The aim of this work is to identify and evaluate key commercial risks for the internationalization of SMEs in the engineering sector based in the Czech Republic. Furthermore, the aim is also to propose measures that could be small and medium enterprises in the engineering used for the elimination of commercial risks. In the theoretical section provides the knowledge and concepts in the field of internationalization, international management and marketing and risk management. The practical part includes an analysis of the development of small and medium-sized enterprises in the years 2005-2013 and engineering in 2009-2013, the interpretation of survey results and identify key commercial risks for SMEs. Based on the results, a draft of appropriate measures that could SMEs be used for the elimination of commercial risks.

Keywords

Internationalization, commercial risk, SME, risk management.

Abstrakt

Horváthová, I. Komerční rizika internacionalizace malých a středních podniků ze strojírenství. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

Cílem této bakalářské práce je identifikovat a zhodnotit klíčová komerční rizika internacionalizace pro malé a střední podniky z odvětví strojírenství se sídlem v České republice. Dále je cílem také navrhnout opatření, která by mohly malé a střední podniky z odvětví strojírenství využít k eliminaci komerčních rizik. V teoretické části jsou uvedeny poznatky a pojmy z oblasti internacionalizace, mezinárodního managementu a marketingu a risk managementu. Praktická část zahrnuje analýzu vývoje malých a středních podniků v letech 2005-2013 a strojírenství v letech 2009-2013, interpretaci výsledků dotazníkového šetření a identifikaci klíčových komerčních rizik malých a středních podniků. Na základě výsledků je vytvořen návrh adekvátních opatření, která by mohly malé a střední podniky využít k eliminaci komerčních rizik.

Klíčová slova

Internacionalizace, komerční riziko, malé a střední podniky, řízení rizik.

Obsah

1	Úvod a cíl práce	12
1.1	Úvod	12
1.2	Cíl práce	13
2	Literární přehled	14
2.1	Globalizace	14
2.1.1	Definice globalizace	14
2.1.2	Vývoj globalizace.....	14
2.2	Vztah globalizace a internacionalizace.....	15
2.3	Mezinárodní management	15
2.4	Mezinárodní marketing.....	15
2.4.1	Koncepce mezinárodního marketingu	15
2.5	Internacionalizace	16
2.5.1	Příčiny a motivy internacionalizace	17
2.5.2	Bariéry vstupu na zahraniční trhy	18
2.5.3	Hlavní teoretické přístupy k problematice internacionalizace.....	19
2.6	Formy vstupu na zahraniční trhy	21
2.6.1	Formy vstupu často využívané malými a středními podniky.....	22
2.7	Malé a střední podniky.....	23
2.7.1	Definice a rozdělení MSP.....	23
2.7.2	Význam MSP pro ČR.....	24
2.7.3	Význam MSP pro EU	24
2.7.4	Výhody a nevýhody MSP	24
2.8	Management rizik.....	26
2.8.1	Rizika v mezinárodním obchodě	28
2.9	Komerční rizika v rámci internacionalizace.....	30
2.9.1	Členění rizik z komerční oblasti.....	30
2.9.2	Nejčastější komerční rizika a ochrana proti nim.....	31

3	Metodika práce	32
3.1	Dotazníkové šetření.....	32
3.1.1	Tvorba dotazníku.....	32
3.1.2	Forma dotazování.....	33
3.2	Zpracování dat a testování hypotéz	34
4	Vlastní práce	36
4.1	Definice strojírenství a jeho historie v ČR.....	36
4.2	Současná situace v českém strojírenství	37
4.3	Vývoj MSP v letech 2005 až 2013.....	37
4.3.1	Vývoj počtu MSP.....	38
4.3.2	Vývoj zaměstnanosti v MSP	38
4.3.3	Vývoj zahraničního obchodu MSP.....	39
4.4	Vývoj strojírenství v letech 2009 až 2013	42
4.4.1	Pozice strojírenství v rámci zpracovatelského průmyslu.....	42
4.4.2	Vývoj počtu podniků ve strojírenství.....	43
4.4.3	Vývoj tržeb ve strojírenství.....	44
4.4.1	Vývoj zahraničního obchodu strojírenství.....	45
4.5	Výsledky dotazníkového šetření.....	49
4.5.1	Rozdělení strojírenských MSP podle různých kritérií.....	49
4.5.2	Překážky MSP ze strojírenství při vstupu na ZT.....	51
4.5.3	Motivy MSP ze strojírenství ke vstupu na ZT.....	54
4.5.4	Doba a forma působení strojírenských MSP na ZT.....	55
4.5.5	Zahraniční partneři strojírenských MSP.....	57
4.5.6	Tržby strojírenských MSP ze zahraničních aktivit	58
4.5.7	Řízení rizik u MSP ze strojírenství	58
4.5.8	Komerční rizika z pohledu strojírenských MSP.....	61
4.6	Testování stanovených hypotéz	65
4.7	Návrh doporučení.....	67
5	Diskuze	71
6	Závěr	72

7	Literatura	74
A	Fáze globalizace	82
B	Dotazníkové šetření	83
C	Vývoj ekonomických ukazatelů MSP v ČR v letech 2005 až 2013	91
D	Vývoj některých ekonomických ukazatelů ve strojírenství v ČR v letech 2009 až 2013	94
E	Kontingenční tabulky	96

Seznam obrázků

Obr. 1	Motivy internacionalizace	18
Obr. 2	Model uppsalské školy	21
Obr. 3	Orientační hodnocení výhod a nevýhod organizací různé velikosti, část 1	25
Obr. 4	Orientační hodnocení výhod a nevýhod organizací různé velikosti, část 2	26
Obr. 5	Proces řízení rizik ve firmě	28
Obr. 6	Doporučené metody pro obecné řešení problému rizika ve firmě	28
Obr. 7	Vývoj aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2005 až 2013	38
Obr. 8	Vývoj počtu zaměstnanců MSP v letech 2005 až 2013	39
Obr. 9	Vývoj zahraničního obchodu MSP v ČR v letech 2005 až 2013	40
Obr. 10	Vývoj zahraničního obchodu u fyzických osob s počtem zaměstnanců 0 až 249 v ČR v letech 2011 až 2013	40
Obr. 11	Vývoj zahraničního obchodu u právnických osob s počtem zaměstnanců 50 až 249 v ČR v letech 2011 až 2013	41
Obr. 12	Vývoj zahraničního obchodu u právnických osob s počtem zaměstnanců 0 až 49 v ČR v letech 2011 až 2013	41
Obr. 13	Podíly jednotlivých oddílů strojírenství na tržbách za prodej výrobků a služeb zpracovatelského průmyslu v roce 2009 a 2013	42
Obr. 14	Absolutní změna v počtu podniků v rámci strojírenství mezi roky 2009 a 2013	44
Obr. 15	Absolutní změny tržeb ve strojírenství mezi lety 2009 a 2013 (tis. Kč)	45
Obr. 16	Absolutní změny v exportu strojírenských firem mezi lety 2009 a 2013 (mil. Kč)	48
Obr. 17	Absolutní změny v importu strojírenských firem mezi lety 2009 a 2013 (mil. Kč)	48
Obr. 18	Zastoupení mikro, malých a středních podniků v dotazníkovém šetření (v %)	50
Obr. 19	Procentuální zastoupení podniků podle klasifikace CZ-NACE (v %)	50
Obr. 20	Doba existence MSP ze strojírenství na trhu	51
Obr. 21	Deset hlavních překážek internacionalizace dle podniků působících na ZT (v %)	52
Obr. 22	Deset hlavních překážek internacionalizace dle podniků nepůsobících na ZT (v %)	52

Obr. 23	Porovnání hlavních překážek vstupu na ZT pro MSP podle průzkumu OECD a průzkumu mezi českými MSP ze strojírenství působícími na ZT a MSP na ZT nepůsobícími (část 1)	53
Obr. 24	Porovnání hlavních překážek vstupu na ZT pro MSP podle průzkumu OECD a průzkumu mezi českými MSP ze strojírenství působícími na ZT a MSP na ZT nepůsobícími (část 2)	54
Obr. 25	Motivy internacionalizace MSP ze strojírenství působících i nepůsobících na ZT (v %)	55
Obr. 26	Doba působení MSP ze strojírenství na ZT	56
Obr. 27	Forma vstupu MSP na ZT (v % podniků)	56
Obr. 28	Oblasti zahraničního působení MSP (v %)	57
Obr. 29	Nejdůležitější zahraniční trhy pro MSP ze strojírenství (v % podniků)	57
Obr. 30	Podíly tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách MSP (v %)	58
Obr. 31	Řízení rizik podniků působících na ZT (% podniků)	59
Obr. 32	Řízení rizik podniků nepůsobících na ZT (% podniků)	60
Obr. 33	Rizika mezinárodního obchodu podniků působících na ZT	61
Obr. 34	Důležitost komerčních rizik dle vyvážejících MSP ze strojírenství	62
Obr. 35	Důležitost komerčních rizik dle nevyvážejících MSP ze strojírenství	63
Obr. 36	Zajištění vyvážejících MSP ze strojírenství proti vzniku komerčních rizik	65
Obr. 37	Zajištění nevyvážejících MSP ze strojírenství proti vzniku komerčních rizik	65

Seznam tabulek

Tab. 1 Počet podniků ve strojírenství v letech 2009 až 2013	43
Tab. 2 Vývoj tržeb ve strojírenství v letech 2009 až 2013 (tis. Kč)	45
Tab. 3 Export strojírenských firem v letech 2009 až 2013 (v mil. Kč)	46
Tab. 4 Import strojírenských firem v letech 2009 až 2013 (mil. Kč)	47

1 Úvod a cíl práce

1.1 Úvod

Globalizací a internacionalizací se zabývá mnoho vědeckých článků a publikací, neboť toto téma je pro naši dobu velmi aktuální. Globalizace je fenoménem prostupujícím téměř všechny obory lidské činnosti, a přesto nebo právě proto pro ni neexistuje jednoznačná a přesná definice. Globalizace souvisí se snahou a potřebou lidí prozkoumávat nová území a hledání nových zdrojů. Globalizace nevznikla náhle, ale její vývoj byl postupný a několikrát byl přerušen, a to především světovými válkami.

S globalizací úzce souvisí pojem internacionalizace, přičemž nejde o pojmy zaměnitelné. Přestože někteří autoři minulých let používali tato slova jako synonyma, jejich význam stejný není. Můžeme říci, že internacionalizace je předchůdcem globalizace anebo naopak, že globalizace je prohloubením internacionalizace. Internacionalizace je autory definována jako prohlubování mezinárodních vztahů, přičemž dochází k odbourávání bariér.

Komerční rizika, kterými se v této práci budu zabývat a která jsou pro účely této práce stěžejní, patří mezi základní rizika mezinárodního obchodu spolu s riziky tržními, kurzovními, přepravními, teritoriálními a jazykovými. Komerční rizika jsou podle výzkumů různých autorů podniky vnímána jako nejdůležitější ze skupiny rizik mezinárodního obchodu a proto se na ně v této bakalářské práci zaměřuji.

Význam malých a středních podniků ve světové ekonomice je obrovský. Dokládají to různé statistické údaje, ze kterých vyplývá, že malé a střední podniky tvoří drtivou většinu firem nejen v rámci České republiky. Právě díky jejich velkému počtu je jejich činnost hojně podporována.

Strojírenství má v České Republice dlouholetou tradici a je pilířem české ekonomiky. Vznik tohoto oboru v českých zemích je spojován s průmyslovou revolucí, která se uskutečnila v 18. století, a s rozvojem textilního průmyslu, kdy se hlavními centry průmyslu staly města Brno, Praha a Liberec. Největší slávu zažilo české strojírenství v období mezi světovými válkami, kdy se ČR řadila mezi deset nejvýznamnějších strojírenských zemí.

V současnosti je české strojírenství opět ve fázi rozvoje. Ve vývozu spolupracují české strojírenské firmy zejména s Německem a Ruskem. Podle statistických údajů je v současné době strojírenství opět na vrcholu a nebylo nijak zvlášť zasaženo ani sporem mezi Ruskem a Ukrajinou a následnými ruskými a protiruskými sankcemi. Do budoucna by význam pro strojírenství mohlo mít zavedení nového programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014-2020.

1.2 Cíl práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je zhodnotit klíčová komerční rizika internacionalizace pro malé a střední podniky z oblasti strojírenství se sídlem v České republice. Jedná se o rizika související se vstupem a působením podniků na zahraničních trzích.

K naplnění hlavního cíle je nutné splnění určitých dílčích cílů.

Prvním dílčím cílem je zhodnocení současné situace malých a středních podniků z odvětví strojírenství, který bude naplněn na základě analýzy sekundárních dat.

Druhým dílčím cílem je identifikace klíčových komerčních rizik internacionalizace pro malé a střední podniky ze strojírenství, který bude naplněn pomocí zpracování primárních dat, která budou sbírána prostřednictvím dotazníkového šetření.

Třetím dílčím cílem je návrh adekvátních opatření na základě zjištění o komerčních rizicích, která by mohly malé a střední podniky využít k eliminaci těchto rizik.

Čtvrtým dílčím cílem je testování stanovených hypotéz, které bude naplněno pomocí statistického ověření těchto hypotéz.

2 Literární přehled

2.1 Globalizace

Pojem globalizace ke světu 21. století neodmyslitelně patří a je charakteristickým rysem pro dění nejen v soudobé ekonomice, ale také v oblastech jako politika, sport, kultura a další.

2.1.1 Definice globalizace

Přestože je dnes globalizace běžnou záležitostí, je stále společností vnímána velmi rozporuplně a neexistuje pro ni jednoznačná definice. Podle Kislingerové a Nového (2005) je globalizace reakcí na přesycenost domácích trhů a uplatnění se na nových odbytištích, na hledání a využívání nových či levnějších materiálních i lidských zdrojů. Globalizace dále podle autorů znamená zavedení dělby práce v celosvětovém měřítku.

K chápání globalizace jako zavedení dělby práce v celosvětovém měřítku se přiklání i Veber (2000), který dále globalizaci chápe také jako monitorování a využívání komparativních výhod v teritoriích s nejprůhodnějšími podmínkami.

„Mezinárodní měnový fond definuje globalizaci jako rostoucí ekonomickou vzájemnou závislost zemí ve světovém měřítku v důsledku rostoucího objemu a druhu příhraničních transakcí zboží a služeb a toku mezinárodního kapitálu, jakož i rychlejšího a rozsáhlejšího šíření technologií.“ (Dlouhá, Dlouhý a Mezřický, 2006, s. 11)

Robejšek (2006) konstatuje, že globalizace neprospívá všem věkovým skupinám, regionům, průmyslovým odvětvím, státům a národům stejně a současně. Autor toto tvrzení odůvodňuje tím, že moderní technologie, jako je například internet nebo nové komunikační kanály, nejsou po zemích celého světa rozšířeny rovnoměrně.

Štrach (2009) říká, že předpoklady ke globalizaci vytváří spolupráce na mezistátní, institucionální nebo mezilidské úrovni.

2.1.2 Vývoj globalizace

Veber (2000) říká, že první zmínka o globalizaci pochází z roku 1985, kdy ji ekonom Theodore Levitt, pocházející z Ameriky, použil pro prognózu vývoje hospodářství ve světě. Autor dále uvádí, že globalizace nebyla náhlým jevem, ale vznikala a rozšiřovala se postupně a pomalu. O její rozvoj se nemalou částí zasloužilo neustálé zavádění nových technologií a liberalizace obchodu.

V průběhu rozvoje globalizace došlo několikrát k jejímu zpomalení a to především v období světových válek a ekonomické krize. (Pichanič, 2002)

2.2 Vztah globalizace a internacionalizace

Pojmy globalizace a internacionalizace spolu úzce souvisí a jsou provázané, nemůžeme je však zaměňovat, neboť jejich význam není stejný.

„Donedávna se ve smyslu globalizace užívalo pojmu ‚internacionalizace‘ světového hospodářství. Někteří autoři se již nyní snaží tyto pojmy rozlišovat.“ (Kislingerová a Nový, 2005, s. 10)

Podle Zamazalové (2010) souvisí globalizace a internacionalizace s překonáváním hranic států. Internacionalizace představuje mezinárodní obchod se zbožím vyrobeným v rámci národních ekonomik, to znamená, že výroba je národní a obchod internacionální. Globalizace navazuje na internacionalizaci a výroba i obchod jsou internacionální, produkce zboží je tedy uskutečňována prostřednictvím nadnárodních společností umístěných v různých částech světa.

Autorka dále říká, že globalizaci můžeme chápat jako nejvyšší formu internacionalizace a je provázána s existencí nadnárodních (multinacionálních) společností, které realizují aktivity na více územích v rozdílném marketingovém prostředí, rozptylují kapitál, mají celosvětově koncipovanou politiku firmy atd.

2.3 Mezinárodní management

Podle Pichaniče (2002) představuje mezinárodní management proces plánování, organizování, vedení a kontroly lidí, kteří pracují v organizaci, jejíž operace se uskutečňují na světové úrovni. Řízení této organizace je realizováno v globálním konkurenčním prostředí a plánování, organizování, vedení a kontrola lidí jsou vykonávány v mezinárodním prostředí. Firma zaměstnance chápe jako nositele znalostí a jejich vazby na geografické místo přestávají být překážkou.

2.4 Mezinárodní marketing

„Pod pojmem mezinárodní marketing rozumíme na zahraniční trh orientované vedení podniku a umístění zboží a služeb na zahraničním trhu. Definiční vlastnosti mezinárodního marketingu je skutečnost, že strategicky přechází do managementu.“ (Kulhavy, 1992, s. 45)

Machková (2002) uvádí, že cílem mezinárodního marketingu je uspokojování potřeb a přání zákazníků na mezinárodních trzích a úkolem mezinárodní marketingové strategie je zajištění optimalizace firemních zdrojů. Mezinárodní marketing má určitá specifika a musí dát vedení firmy podklady pro rozhodování o vhodné strategii pro uplatnění firmy na mezinárodních trzích.

2.4.1 Koncepce mezinárodního marketingu

V literatuře se můžeme setkat se třemi základními koncepcemi mezinárodního marketingu, které jsou v praxi využívány a jsou to vývozní, globální a interkulturní marketing.

Vývozní neboli exportní marketing je dle Vašítkové (2009) základní formou mezinárodního marketingu, při kterém dochází k prodeji zboží přes národní hranice. Autorka dále říká, že tuto koncepci uplatňují především malé a střední podniky začínající pronikat na zahraniční trhy. Tyto podniky se zaměřují na malé trhy, na kterých není velká konkurence, neboť velké firmy o ně nejeví zájem. Pro svoje působení si firmy nejčastěji vybírají geograficky blízké země.

Globální marketing je podle Vašítkové (2009) důsledkem vzniku nadnárodních společností, které působí v mnoha zemích, jejich zahraniční aktivity se rozšiřují a většinou mají mezinárodně složený management. Mezi tyto firmy můžeme zařadit například Wal-Mart Stores, Toyota Motors, ING Group, General Motors, Volkswagen, General Electric a další. Nevýhodou u této koncepce je, že neuvažuje nad sociálně-kulturními rozdíly mezi spotřebiteli a neumožňuje pohotovou reakci na změny konkurence a trhu.

Poslední koncepcí, kterou se budeme zabývat, je **interkulturní marketing**. Často se mu říká marketing mezinárodní a to z toho důvodu, neboť tato koncepce je využívána nejčastěji.

Machková (2002) vidí hlavní rozdíl globálního a interkulturního marketingu v tom, že globální marketing realizuje na mezinárodním trhu výrobky určené pro tuzemský trh a marketingová strategie používá v mezinárodním prostředí stejné metody jako na tuzemském trhu. Oproti tomu při interkulturním marketingu podnik při výrobě produktu uvažuje nad jeho mezinárodním využitím a snaží se o zavedení standardních postupů, které by bylo možno aplikovat kdekoliv.

2.5 Internacionalizace

Jeníček (2002) definuje internacionalizaci jako proces propojování a rozšiřování mezinárodních ekonomických vztahů z pohledu jednotlivého národního hospodářství.

Johanson a Vahlne (1977) říkají, že podle několika mezinárodních studií obchodu lze internacionalizaci definovat jako proces postupného zvyšování mezinárodní účasti firem a v rámci ekonomických a obchodních faktorů charakteristiky tohoto procesu ovlivňují motiv a tempo internacionalizace firem.

Podle autorek Kunešové a Cihelkové (2006) je prohlubování mezinárodních vztahů založené na odbourávání bariér různého typu a na základě přeměny původně národních jevů na mezinárodní. Internacionalizace probíhá v ekonomice při velkých rozdílech v ekonomické, technické a kulturní úrovni zemí a její rychlost se zvyšuje vědeckotechnickým pokrokem.

Internationalizace je důležitým faktorem probíhajícího procesu strategie většiny obchodních firem. Proces strategie určuje další vývoj a změny ve firmě ve smyslu oblasti působnosti, podnikatelského záměru, orientace, organizačních principů a povahy manažerské práce. (Melin, 1992)

Salmon a Tordjman (1988) identifikovali tři strategické přístupy k internacionalizaci závisící na obchodních vlastnostech podnikatele a interních schopnostech. Každá z těchto strategií je definována povahou prodávaného zboží, studiem trhu,

mírou zapojení na požadovaném trhu, povahou řízení provozu, a zkušenostmi maloobchodníka.

Mezinárodní investiční strategie vyžaduje přeshraniční převod kapitálu firmou obvykle ve formě akvizice zahraničního maloobchodního podnikání. (Alexander, 1995)

2.5.1 Příčiny a motivy internacionalizace

Jeníček (2002) vidí jako hlavní příčiny internacionalizačních procesů následující faktory: existence mnoha států, liberalizace, rostoucí toky zboží a služeb, rostoucí toky kapitálu a náročnost výroby vynucující si vysoké kapitálové zatížení.

Dunning (1993) uvádí model motivů internacionalizace zahrnující čtyři různé kategorie motivů. Tyto kategorie jsou motivy hledání trhu, hledání zdrojů, hledání účinnosti a motivy hledání strategických výhod.

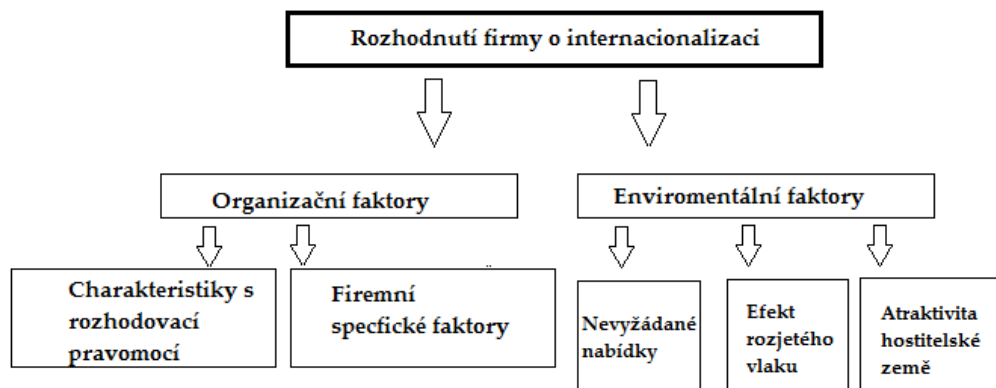
Dunning (2000) vysvětluje, že motivy hledání trhu a zdrojů jsou nejčastější kategorie motivů pro firmy poprvé se zapojující do internacionalizace.

Podle autorů Frynase a Mellahi (2011) motivují firmy ke vstupu na mezinárodní trhy následující dvě skupiny faktorů: organizační faktory vyplývající z vnitřního prostředí firmy a environmentální faktory, které firma pod kontrolou nemá.

Organizační faktory se podle Frynase a Mellahi (2011) rozdělují na dvě skupiny: charakteristiky s rozhodovací pravomocí a firemní specifické faktory.

Mezi charakteristiky s rozhodovací pravomocí řadíme zahraniční cestování a pobyt v cizině, jazykové znalosti, osobní vlastnosti. Do skupiny firemních specifických faktorů patří velikost firmy a mezinárodní účinek, čímž rozumíme, že výroba unikátního produktu nebo služby s mezinárodním účinkem by mohly působit jako podnět pro mezinárodní expanzi.

Environmentální faktory dle Frynase a Mellahi (2011) souvisí s tím, že vnější podnikatelské prostředí má zásadní vliv na strategické řízení firmy. Mnoho vnějších hnacích sil stimuluje firmu na mezinárodní úrovni. Mezi environmentální faktory řadíme nevyžádané nabídky. Některým nevyžádaným návrhům zahraničních vlád, distributorů, nebo klientů je těžké odolat a můžou stimulovat firmy k internacionalizaci. Dalším environmentálním faktorem je efekt „rozjetého vlaku“, jehož podstata spočívá v tom, že konkurenční firmy mají tendenci sledovat, hodnotit a napodobovat navzájem strategické kroky. Mezinárodní expanze může poskytnout firmě konkurenční výhodu vůči jejím protivníkům na domácím trhu, například tím, že firma získá levnější materiály, nové poznatky, či větší úspory z rozsahu. Posledním environmentálním faktorem je atraktivita hostitelské země, která popisuje, do jaké míry je trh hostitelské země žádoucí pro podnikání zahraničních firem. Záleží na velikosti trhu a podle ní se určuje, jestli je daný trh pro zahraniční firmy atraktivní. Firmy vstoupí na trh hostitelské země, pokud tento trh nabízí firmám možnost růstu, většího zisku nebo stabilního provozu. Kromě velikosti trhu je dobrým měřítkem atraktivity země příjem na obyvatele a frekvence vyhledávání této země nadnárodními společnostmi. Dalšími faktory, které přitahují zahraniční firmy, jsou levné pracovní síly, dostupnost dovedností a blízkost trhu.



Obr. 1 Motivy internacionalizace

Zdroj: Global strategic management, 2011 (přeloženo do češtiny)

2.5.2 Bariéry vstupu na zahraniční trhy

Někteří autoři rozlišují exogenní (vnější) nebo endogenní (vnitřní) překážky pro vstup na trh. (Pehrsson, 2009)

Exogenní překážky se vztahují k daným podmínkám na trhu a firmy nejsou schopny tyto překážky kontrolovat. Naopak endogenní bariéry jsou vytvářeny fungujícími firmami prostřednictvím jejich strategií a chování na trhu. (Johnston a Czinkota, 1985)

Nejvýznamnější endogenní (vnitřní) bariérou ve vnímání malých a středních podniků je cena výrobků nebo služeb podniku. Druhou nejdůležitější překážkou je vysoká cena internacionalizace. Řada podpůrných opatření může být relevantní, například lepší přístup k informacím na mezinárodních trzích pro malé a střední podniky, nebo dotování obchodních misí pro usnadnění účasti na zahraničních veletrzích. Dále existují rozdíly mezi malými a středními podniky již zapojenými do mezinárodních aktivit a těmi malými a středními podniky, které nejsou dosud mezinárodně aktivní, ale teprve pracují na konkrétních plánech pro internacionalizaci. Pro mezinárodně aktivní firmy nejsou vnitřní bariéry tak velkou překážkou, jako pro firmy začínající s mezinárodním podnikáním. (European Commission, 2010)

Mezi exogenní (vnější) bariéry můžeme zařadit nedostatek kapitálu, nedostatek adekvátní veřejné podpory, nedostatek adekvátních informací, náklady nebo obtížné papírování pro dopravu, ostatní zákony a předpisy v cizích zemích, tarify nebo jiné překážky obchodu na zahraničních trzích, kulturní rozdíly (včetně podnikové kultury), tarify nebo jiné obchodní bariéry v domovské zemi. (European Commission, 2010)

Johnston a Czinkota (1985) vidí jako nejdůležitější vnější bariéry marketingové aktivity konkurentů v zahraničí, vnímání vyššího rizika na zahraničních trzích,

dostupnost podnětů k exportu ze strany vlády, pokles domácí poptávky, nadbytečné kapacity a snížení nákladů na výrobu.

Stejně jako u vnitřních bariér, rozdíly podle velikostních skupin jsou poměrně malé pro většinu vnějších překážek na trzích zemí Evropské unie. Jiné zákony a předpisy v cizích zemích jsou vnímány jako důležitější většími malými a středními podniky a nedostatek kapitálu je problém zvláště u mikro podniků. (European Commission, 2010)

Pro malé a střední podniky s plánem vstoupit na mezinárodní trhy jsou nejdůležitější následující bariéry: nedostatek informací, náklady na obtížné papírování a kulturní rozdíly. Tarify a další obchodní překážky nejsou u malých a středních podniků s plány tak důležité jako u podniků již mezinárodně aktivních. (European Commission, 2010)

Některé překážky internacionalizace jako je intenzivní konkurence nebo nedostatek informací lze překonat vytvořením obchodních sítí, které umožňují získat omezené zdroje a těžit z velikosti sítě. Tvorba sítí urychluje internacionalizační úsilí malých a středních podniků a zlepšuje jejich úspěšnost. (Korsakienė, 2014)

2.5.3 Hlavní teoretické přístupy k problematice internacionalizace

Podle Machkové (2009) se problémem internacionalizace zabývá mnoho teorií a mezi nejznámější patří model EPRG Howarda Perlmuttera, teorie mezinárodního cyklu životnosti výrobku Raymonda Vernona, model uppsalské školy a teorie OLI autora J. H. Dunninga.

Model EPRG

Autorem tohoto modelu je Howard Perlmutter, který ve svém článku Strasti plný vývoj nadnárodní korporace z roku 1969 definoval čtyři hlavní manažerské styly: etnocentrický, polycentrický, regiocentrický a geocentrický.

Etnocentrický styl

Firmy zabývající se etnocentrickým stylem jsou zaměřeny především na tuzemský trh a mezinárodní aktivity jsou pro ně důsledkem úspěchu na jejich vlastním trhu. Pokud tyto firmy dosáhnou maximálního podílu na tuzemském trhu, nutí je to k internacionalizaci a firma většinou vstupuje na kulturně blízké trhy. V současnosti tuto strategii využívají hlavně malé a střední podniky realizující na zahraničních trzích pouze malou část obrátu.

Polycentrický styl

Polycentrické firmy jsou opakem firem etnocentrických a snaží se co nejvíce přizpůsobit podmínkám zahraničního trhu. Tato strategie je většinou využívána středně velkými firmami.

Regiocentrický styl

V případě této strategie firmy zaměřují své mezinárodní podnikatelské aktivity do vybraných zón, pro které vypracovávají specifické strategie. Regiocentrický styl odpovídá koncepci interkulturního marketingu a využívají ho např. velké potravinářské firmy jako Danone nebo Nestlé.

Geocentrický styl

Tuto strategii využívají převážně globálně působící firmy, což znamená, že firmy neupřednostňují zájmy mateřské nebo dceřiné společnosti, ale snaží se o globální integraci a výhodné rozhodování pro firmu jako celek.

Model Uppsalské školy

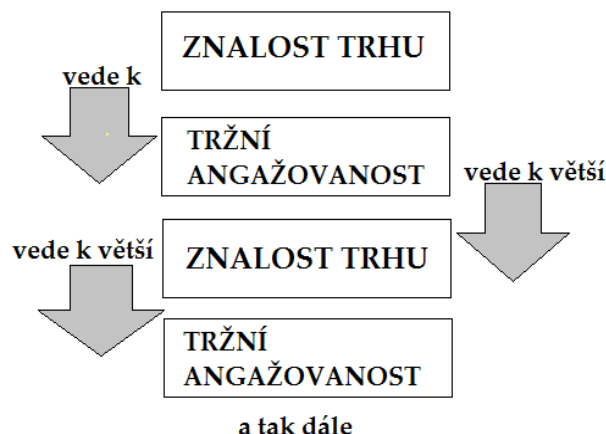
Autory tohoto modelu jsou švédští ekonomové J. Johanson a F. Wiedersheim-Paul (1975), kteří ve své studii vychází z reality švédských výrobních firem ze 70. let. Základním předpokladem je, že firma se nejprve vyvíjí na domácím trhu, a že internacionalizace je důsledkem řady přírůstkových rozhodnutí. Zároveň autoři uvádí, že nejdůležitější překážky internacionalizace jsou nedostatečné znalosti a zdroje a lze je snížit pomocí kumulativního rozhodování a učení se o zahraničních trzích a operacích.

Také podle Frynase a Mellahi (2011) Uppsala model předpokládá, že čím více bude podnik o zahraničním trhu vědět, tím nižší bude vnímané tržní riziko a tím vyšší bude úroveň investic na tomto trhu. Model pomáhá pochopit počáteční volbu firmy ve výběru místa působnosti na mezinárodních trzích a způsob vstupu na zahraniční trhy. Například francouzské firmy jako Carrefour zpočátku expandovaly do dalších zemí západní Evropy, jako je Belgie a Španělsko, před tím, než zahájily přímé investice v Turecku, Spojených státech, nebo v Číně.

Machková (2009) uvádí, že podle stupně zapojení do mezinárodního podnikání rozděluje Uppsala model internacionalizaci do čtyř fází: v první fázi vyvází firmy jen sporadicky, ve druhé fázi firmy vstupují na zahraniční trhy pomocí výrobních obchodních metod, ve třetí fázi firmy zřizují obchodní afilace a ve čtvrté investují do výrobních aktivit na zahraničním trhu. Stupeň zapojení do mezinárodních aktivit je přitom dán zdroji, kterými firma disponuje, a mírou angažovanosti na zahraničních trzích. Koncem 80. let autoři J. S. Welch a R. Loustarinen dále Uppsala model rozpracovali a vytvořili šest dimenzí internacionalizace.

Autoři Frynas a Mellahi (2011) pochybují o aktuální užitečnosti tohoto modelu. Model podle nich nevysvětluje, co spouští první krok internacionalizace. Především ale Uppsala model nevysvětluje, proč některé firmy nesledují logický sled kroků, které jsou v modelu navrženy, a proč se některé firmy rodí globálními již od začátku.

Melin (1992) uvádí, že model sice do značné míry vysvětluje mezinárodní expanzi podniků v raných fázích internacionalizace, ale nevysvětluje chování velkých zavedených nadnárodních firem, které již mají bohaté mezinárodní zkušenosti a provozují operace po celém světě.



Obr. 2 Model uppsalské školy

Zdroj: Global strategic management, 2011 (přeloženo do češtiny)

2.6 Formy vstupu na zahraniční trhy

Kvůli neustále se měnícímu prostředí je důležité, aby firmy volily pro ně vhodné formy vstupu na zahraniční trhy. Jak uvádí Zamazalová (2010), podniky musí brát při vstupu na zahraniční trh v úvahu externí a interní faktory. Do externích faktorů patří například právní předpisy, stupeň ekonomického rozvoje dané země a konkurenční prostředí. Mezi interní faktory řadíme výrobní kapacity, posílání, zkušenosti se zahraniční aktivitou aj. Podle těchto faktorů pak firma volí vhodnou formu vstupu na zahraniční trhy, která firmu orientuje určitým směrem, který není snadné změnit. Rozdělení forem vstupu na zahraniční trhy se u autorů liší, pro srovnání si uvedeme, jak rozděluje formy vstupu Zamazalová, Vašítková a Machková.

Zamazalová (2010) rozděluje formy vstupu na zahraniční trhy do dvou hlavních skupin vstup na zahraniční trh při domácí výrobě a vstup na zahraniční trh při výrobě v zahraničí. Do první kategorie autorka řadí nepřímý a přímý export. Do druhé kategorie patří přímé a nepřímé investice.

Rozdělení forem vstupu na zahraniční trhy podle Vašítkové (2009) je následující: formy vstupu na zahraniční trh při výrobě v tuzemsku, mezi které patří vývoz a dovoz zboží a služeb a přímý export, a formy vstupu na zahraniční trh při výrobě v zahraničí, do kterých autorka řadí formy vstupu na zahraniční trhy nenáročné na kapitálové investice a kapitálové formy vstupu na zahraniční trhy.

U autorek Zamazalové a Vašítkové můžeme vidět, že hlavní dvě skupiny forem vstupu na zahraniční trhy jsou totožné a autorky se v rozdělení forem vstupu liší až v definování jednotlivých podskupin.

Formy vstupu na zahraniční trhy je možné podle Machkové (2009) členit do tří skupin na vývozní a dovozní operace (mezinárodní obchodní metody), formy nenáročné na kapitálové investice (např. licence a franchising) a kapitálové vstupy podniků na zahraniční trhy.

2.6.1 Formy vstupu často využívané malými a středními podniky

Studie Evropské komise (2010) uvádí, že dvě nejčastější formy vstupu na zahraniční trhy u malých a středních podniků v rámci Evropské unie jsou vývozní a dovozní operace. Kromě těchto dvou forem vstupu na zahraniční trhy je dále hojně využíváno zapojení do technologické spolupráce se zahraničním partnerem, působení v přímých zahraničních investicích a dále značná část firem je subdodavatelem zahraničního partnera anebo má zahraničního subdodavatele. Nejčastěji malé a střední podniky začínají mezinárodní aktivity pomocí importu. Pokud se malé a střední podniky zabývají importem i exportem, začínají s dovozem dvakrát častěji než s vývozem. Přitom 42% podniků začíná s dovozem a vývozem ve stejném roce.

Vývoz a dovoz zboží a služeb

Tato forma vstupu na zahraniční trhy je v literatuře uváděna jako nejjednodušší a podle Vašítkové (2009) ji nejčastěji využívají podniky, které jsou na mezinárodních trzích nové a teprve se na těchto trzích uvádějí.

Prostřednické vztahy

Prostředníci jsou subjekty, které obchodují vlastním jménem, na vlastní účet a na vlastní riziko. Jejich činností je prodej nakoupeného zboží dalším odběratelům. (Machková, 2009)

Odměnou za prodej tohoto zboží je pro prostředníky rozdíl mezi nákupní a prodejní cenou, tedy tzv. cenová marže. (Vašítková, 2009)

Smlouvy o výhradní distribuci

Nový občanský zákoník samostatnou úpravu této smlouvy neobsahuje, ale obecně se jedná o smlouvu s prostředníkem. Ve smlouvě je uvedeno, že zboží určené v této smlouvě nebude dodavatel v určité oblasti dodávat jiné osobě než odběrateli neboli výhradnímu distributorovi. (Machková, Černohlávková, Sato 2014)

Obchodní a výhradní obchodní zastoupení

Hlavní rozdíl mezi obchodním a výhradním zastoupením spočívá v tom, že v případě výhradního zastoupení zástupce nemůže poskytnout své služby jiným výrobcům a naopak. Podstatou těchto smluv je, že zavazují zástupce k vykonávání činnosti vedoucí k uzavírání smluv a obchodů jménem zastoupeného podniku. (Vašítková, 2009)

Komisionářská smlouva

V tomto případě se komisionář zavazuje přímo k uzavření určité konkrétní smlouvy. Tuto smlouvu uzavírá komisionář vlastní jménem na účet komitenta, kterým je výrobní podnik. Komitent se zavazuje k zaplacení určité částky komisionáři za uzavření smlouvy. (Vašítková, 2009)

Mandátní smlouva

Tato smlouva se uzavírá pouze mezi podnikateli. Mandatář v tomto případě jedná jménem svého mandanta, kterým je výrobní podnik, a zavazuje se mu, že pro něj a na jeho účet za úplaty zařídí určitou obchodní záležitost. (Vašítková 2009)

Piggybacking

Jedná se o spolupráci několika firem ze stejného oboru podnikání v oblasti vývozu a princip spočívá ve využití distribuční sítě často velké firmy k prodeji vlast-

ních výrobků v zahraničí. Výhodou je například možnost využít zkušenosti jiného podniku nebo úspora nákladů. (Štrach, 2009)

Licence

Licence je často využívanou formou vstupu, která se řadí do skupiny forem vstupu nenáročných na kapitálové investice.

Licence je jednoduchý způsob vstupu na zahraniční trhy spočívající v uzavření dohody mezi podnikem a držitelem licence na mezinárodním trhu, který si za určitý poplatek kupuje právo používat výrobní proces, obchodní známku, patent, obchodní tajemství nebo jinou hodnotu společnosti. Tato společnost tímto získá vstup na daný trh s nízkým rizikem. (Kotler, 2007)

Společný podnik (joint venture)

Ze skupiny kapitálově náročných forem vstupu na zahraniční trhy je společný podnik malými a středními podniky využíván nejčastěji.

Jedná se o vlastnickou účast v zahraničním podniku a existují účasti majoritní, paritní a minoritní. Při majoritní účasti vlastníme více akcií, než kterýkoliv jiný akcionář. Při paritní účasti drží všichni akcionáři stejné množství akcií. V případě minoritní účasti nedejme rozhodující podíl akcií společnosti. (Kulhavy, 1992)

2.7 Malé a střední podniky

Malé a střední podniky (dále MSP) hrají významnou roli v hospodářství většiny zemí světa. Na růst HDP v České republice mají podle Břízy a Svobody (2007) hlavní vliv velké podniky jako např. ČEZ, ale pilířem české ekonomiky jsou drobné firmy zaměstnávající maximálně 10 pracovníků. Veber (2012) uvádí, že počet MSP v rámci Evropské unie čítá více než 19 milionů firem, které tvoří 99,8 % všech podniků v EU a zaměstnávají přes 74 milionů lidí. V České republice je situace stejná jako v rámci EU, neboť zde MSP a jejich podnikatelská činnost tvoří taktéž 99,8 % všech firem.

2.7.1 Definice a rozdělení MSP

Malé a střední podniky nejsou podle Vebera (2012) jednoznačně definovány, můžeme se setkat se 3 různými, avšak velmi podobnými, pojetími definice MSP, kterými jsou statistické pojetí, nařízení komise EU a pojetí zákona o podpoře podnikání.

Statistické pojetí podle Vebera (2012) vychází z definice MSP podle Eurostatu (statistický úřad EU). Toto pojetí rozděluje MSP do 3 kategorií dle počtu zaměstnanců na:

- Malé podniky – počet zaměstnanců do 20
- Střední podniky – počet zaměstnanců do 100
- Velké podniky – počet zaměstnanců 100 a více

Nařízení komise EU (2003) používá pro rozdělení MSP kritéria, kterými jsou roční obrát podniku, bilanční suma roční rozvahy, počet zaměstnanců a nezávislost podniku, přičemž nezávislostí rozumí, že podíl jiného podniku, který nepatří do MSP, na tomto podniku musí být 25 % a méně.

Dle předešlých kritérií jsou pak rozděleny podniky do tří skupin:

- Mikropodnik je podnik s 1 až 9 zaměstnanci a ročním obratem do 2 milionů EUR nebo bilanční sumou roční rozvahy do 2 milionů EUR
- Malý podnik zaměstnává do 50 lidí a jeho roční obrat nebo bilanční suma rozvahy je do 10 milionů EUR
- Střední podnik zaměstnává do 250 lidí a jeho roční obrat je do 50 milionů EUR anebo jeho bilanční suma rozvahy je do 43 milionů EUR
- Velký podnik zaměstnává 250 a více lidí

Pojetí zákona o podpoře podnikání (2002) je totožné se členěním MSP podle nařízení komise EU.

Stěžejní kritérium pro rozdělení podniků na malé, střední a velké je u všech rozdělení počet zaměstnanců v těchto podnicích.

2.7.2 Význam MSP pro ČR

Podle Vodáčka a Vodáčkové (2004) mají MSP dominantní postavení v české ekonomice z hlediska jejich počtu a podílu na zaměstnanosti obyvatelstva. Pro zapojování českých MSP do ekonomiky EU mají velký význam podíly zahraničního kapitálu v českých podnicích. Zahraniční podniky svou účastí v českých firmách ovlivňují jejich řízení a rozvoj a výrazně se podílí na exportu ČR. Významný rozsah podnikání v ČR také přímo zajišťují stovky zahraničních firem, například jsou to nadnárodní společnosti jako Siemens, Nestlé a Continental, které prohlubují různé formy spolupráce s českými MSP.

2.7.3 Význam MSP pro EU

Vodáček a Vodáčková (2004, s. 16) uvádí, že „relativně nízký objem vázaných prostředků činí z MSP významný faktor, který zajišťuje pružnost ekonomického systému a vhodnou komplementaritu s velkými podnikatelskými organizačními jednotkami, zejména pak formou subdodavatelských vztahů.“ Pro MSP má hlavní význam Evropská charta pro malé podniky, která zahrnuje podporu MSP v deseti hlavních oblastech. V chartě se uvádí, že MSP jsou pro EU páteří ekonomiky a hlavním základem její konkurenční schopnosti oproti ostatním státům a že MSP jsou klíčem k řešení problému zaměstnanosti. Členské státy každoročně předkládají zprávu o plnění této charty.

2.7.4 Výhody a nevýhody MSP

Antony, Kumar a Labib (2008) vidí jako výhodu MSP jejich flexibilitu, díky které u nich může být změna zavedena poměrně rychle, dále pak MSP mají vysokou loajalitu zaměstnanců, uvolněné a neformální pracovní vztahy a absenci standardizace. MSP lépe reagují na potřeby trhu a jejich schopnost uspokojit poptávku zákazníků je inovativnější.

Homolka (2006) uvádí, že přímý kontakt s vedením podniku přináší vztah důvěry díky poznání osobních problémů pracovníků, ztrácí se anonymita a pracovníci cítí důležitost svých pracovních výkonů. Autor dále říká, že MSP mají jednoduchou

a přehlednou organizační strukturu a centralizace řídicích rozhodnutí je v rukou podnikatele.

Novotný a Suchánek (2004) uvádějí jako hlavní nevýhody MSP například vyšší intenzitu práce a méně příznivé pracovní podmínky, omezené prostředky na propagaci a reklamu nebo omezené možnosti získávání výhod z rozsahu z produkce.

Podle Vebera (2012) mají MSP menší ekonomickou sílu a v řadě případů omezený přístup ke kapitálu a tím i omezující možnost rozvojových kapacit. Dále autor uvádí, že MSP mají slabší pozici ve veřejných soutěžích o státní zakázky, jsou vyloučeny z podnikání s nutností velkých investic, nemohou si běžně dovolit zaměstnávat špičkové vědce nebo manažery, nejsou schopny plně monitorovat, zejména využívat existující dostupné znalosti, a mohou být ohroženy chováním velkých nadnárodních firem a obchodních řetězců.

Následující obrázky podle Vodáčka a Vodáčkové (2004) vyjadřují, jak a v jakém bodovém ohodnocení velikost organizace ovlivňuje charakteristické parametry jejího hodnocení. Tyto parametry jsou podstatné pro výsledné manažerské chování podniků.

Charakteristický parametr hodnocení	Velká organizace	Střední organizace	Malá organizace
Podnikatelská rizika a možnosti jejich redukce (rezervy, možnosti převodu rizik, pojištění...)	++	++	+
Účinnost hospodářských procesů (možnosti zhromadňování výroby a prodeje, koncentrace zdrojů, kontrolní systémy...)	+++	++	+
Možnosti zajištění jakosti v celém procesu hospodářské činnosti organizace (vstupní i výstupní kontroly, procesní kontroly...)	+++	++	++

Obr. 3 Orientační hodnocení výhod a nevýhod organizací různé velikosti, část 1

Zdroj: Malé a střední podniky: konkurence a aliance v Evropské unii, 2004

Charakteristický parametr hodnocení	Velká organizace	Střední organizace	Malá organizace
Náročnost řízení (nároky zvládnutí „kritických faktorů úspěchu“, míra byrokracie, anonymita rozhodování, náročnost vnitroorganizační kontroly...)	+	++	+++
Možnosti zajištění znalostních zdrojů (dispozice, podmínky účelného a účinného využití, možnosti využití IS/ICT...)	++	+++	++
Organizační pružnost (schopnost včasné reakce na změny podnikatelského prostředí, konkurenční dynamika...)	+	++	+++
Profesionalita a rezultativnost jednání s podstatnými interními a externími partnery („stakeholdery“...)	+++	++	++
Inovativní chování organizace a vedoucích pracovníků (míra autonomie pro tvůrčí a aktivní lidi, růst talentů...)	+	++	+++
Kapitálová síla a disponibilita potřebných zdrojů (snadnost získání úvěrů, pozice na trhu, zdroje na změny...)	+++	++	+

Obr. 4 Orientační hodnocení výhod a nevýhod organizací různé velikosti, část 2

Zdroj: Malé a střední podniky: konkurence a aliance v Evropské unii, 2004

2.8 Management rizik

Mění se poptávka a nabídka výrobků a služeb, změny konkurence na trhu a další faktory nutí manažerské vedení podniků k připravenosti na tyto změny prostředí, které mohou mít negativní či pozitivní důsledky. Základem úspěchu práce manažera je schopnost na tyto rizika včasné reagovat a předejít tak možným ztrátám.

Dle Vebera (2000) existence kvalitního managementu rizika může výrazně působit na snížení negativních důsledků nepříznivého vývoje podnikatelského okolí na organizaci tím, že zvyšuje její odolnost a pružnost reakce na změny.

Smejkal a Rais (2014, s. 115) uvádí, že „management rizik (řízení rizik) je kompletní proces zjištění, kontroly, eliminace a minimalizace nejistých událostí, které mohou subjekt ovlivnit.“ Dále uvádí, že pro riziko neexistuje obecně uznávaná definice, autoři definují riziko různě, například jako pravděpodobnost či možnost vzniku ztráty, odchýlení skutečných a očekávaných výsledků, nebezpečí chybného rozhodnutí atd. V ekonomii je pojem riziko užíván v souvislosti s nejednoznačným průběhem určitých ekonomických procesů. Dále existují i jiné druhy rizik, například politické, bezpečnostní, kurzovní, inflační, bezpečnostní atd. Důležité podnikatelské riziko je chápáno jako možnost, že s určitou pravděpodobností dojde k události, která se liší od předpokládaného stavu nebo vývoje.

Bříza a Svoboda (2007, s. 12) říkají, že „riziko je obava z možných materiálních i nemateriálních dopadů nejistého prostředí na dosahování stanovených cílů.“

Podle Smejkal a Raise (2014) pojem riziko pochází z italského slova „risico“ a používat se začal se v 17. století v lodní dopravě pro označení úskalí, kterému se námořníci museli vyhnout. Až později se objevuje význam rizika jako možné ztráty.

Naopak autoři Merna a Al-Thani (2007) tvrdí, že slovo riziko má původ v arabském slově risq, které označuje „všechno, co ti bylo dáno a z čeho můžeš mít zisk“, nebo v latinském slově riscum vztahujícím se k pochybnosti, kterou představuje korálový útes pro námořníka.

Veber (2000) rozlišuje dva základní druhy rizika, kterými jsou podnikatelské a čisté riziko. Podnikatelské riziko je riziko spojující nebezpečí neúspěchu s nadějí na úspěch. U čistého rizika existuje pouze nebezpečí vzniku nepříznivých událostí a obvykle se vztahují k ztrátám a škodám na majetku a poškození zdraví vyvolaných přírodními jevy, technickými systémy a jejich selháním.

Řízení rizika můžeme definovat jako jakýkoliv soubor činností provedených jednotlivci nebo korporací ve snaze změnit riziko, které vzniká v její oblasti podnikání (Merna a Smith, 1994).

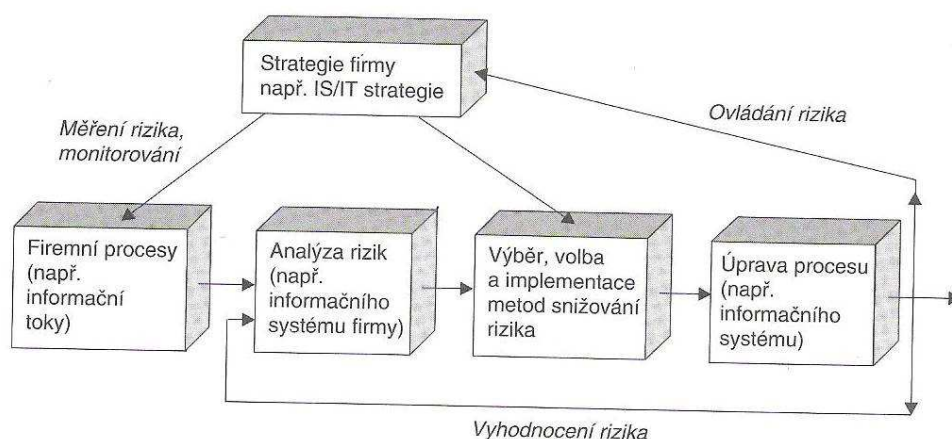
Autoři Merna a Al-Thani (2007) uvádí, že pokrokově myslící společnosti staví řízení rizik na přední místo, neboť pro přežití na trhu je nutné mít komplexní strategii řízení rizik. Dále říkají, že z důvodu efektivnosti musí být do řízení rizik zahrnuty všechny úrovně organizace a je důležité brát v úvahu vzájemnou interakci těchto úrovní.

Podle Smejkal a Raise (2014) se řízení rizik označuje jako risk management a jedná se o proces, při kterém se subjekt řízení snaží omezit působení současných i budoucích faktorů a navrhnout řešení eliminující účinek nežádoucích vlivů a využívající příležitost plynoucí z pozitivních vlivů. Podle autorů je součástí risk managementu rozhodovací proces, který vychází z analýzy rizik. Kritickou fází risk managementu je výběr optimálního řešení, který začíná určením úrovně rizika a končí rozhodnutím o realizaci opatření na snížení rizika, přičemž většinou je výstupem více řešení. Management řízení rizika nejčastěji využívá princip zpětné nebo predikční vazby.

Podle Smithe (2002) se proces řízení rizika skládá z identifikace rizik, analýzy důsledků, odezvy pro minimalizaci rizika a přidělení vhodných eventuality.

Naopak autoři Chapman a Ward (2003) uvádějí, že proces řízení rizika je složen z osmi následujících etap: definovat, zaměřit se, rozpoznat, strukturovat, vlastnictví, odhadnout, vyhodnotit a plán.

Veber (2000) uvádí, že management rizika lze rozdělit do čtyř fází: identifikace rizikových faktorů a stanovení jejich významnosti, stanovení rizika firemních aktivit, příprava a realizace opatření k snížení rizika a operativní řízení rizika. První dvě fáze se souhrnně označují jako analýza rizika a poslední dvě fáze představují řízení rizika.



Obr. 5 Proces řízení rizik ve firmě

Zdroj: Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích, 2014

	Vysoká pravděpodobnost	Nízká pravděpodobnost
Vysoká tvrdost	Vyhnutí se riziku, redukce	Pojištění
Nízká tvrdost	Retence a redukce	Retence

Obr. 6 Doporučené metody pro obecné řešení problému rizika ve firmě

Zdroj: Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích, 2014

2.8.1 Rizika v mezinárodním obchodě

Rizika v mezinárodním obchodě lze rozdělit do šesti základních skupin na rizika tržní, komerční, přepravní, teritoriální, kurzová, jazyková a další typy rizik. (Vašítková, 2009)

Tržní rizika

Vojík (2010) uvádí, že tržní rizika se výrazně vyskytují v souvislosti s odlišnou tržní situací v jednotlivých státech, která vede k tomu, že podnik nedosáhne požadovaného výsledku nebo utrpí ztrátu.

Podle Machkové (2002) změna tržní situace může být vyvolána změnou vztahu nabídky a poptávky po určitém zboží, změnami v postavení rozhodujících dodavatelů nebo odběratelů, změnami v technologii, sezónními výkyvy aj. Tyto faktory často vedou například ke změně cen nebo výše nákladů. Dále autorka říká, že ve vývozu a dovozu se toto riziko vztahuje hlavně na období mezi uzavřením kontraktu a jeho splněním.

Vojík (2010) a Machková (2002) jako obranu proti těmto rizikům uvádějí klouzavé cenové doložky a burzovní (kurzovní) termínované transakce. Klouzavé cenové doložky se používají v případě obchodů s delším výrobním a obchodním cyklem, které jsou ohroženy vzestupem nákladů oproti nákladům kalkulovaným. Cena sjednaná ve smlouvě se pak mění podle vývoje nákladů. Kurzovní termínované transakce zajišťují proti riziku zvýšení cen surovin.

Komerční rizika

Podle Vašítkové (2009) vyplývají z ekonomické a finanční situace kupujícího.

Machková (2002) uvádí, že komerční rizika vyplývají z nesplnění závazku obchodním partnerem.

Vojík (2010) uvádí, že s těmito riziky se podnikatel může setkat i na vnitřním trhu v tuzemsku, ale na mezinárodních trzích jsou střety s nimi mnohem intenzivnější. Tato rizika závisí na volbě obchodního partnera a na právním resp. smluvním zajištění daného závazkového vztahu.

Machková (2002) i Vojík (2010) mezi komerční rizika řadí: odstoupení obchodního partnera od kontraktu, nesplnění či vadné plnění kontraktu dodavatelem, bezdůvodné nepřevzetí zboží odběratelem, platební nevůle dlužníka a platební neschopnost dlužníka.

Přepravní rizika

Podle Vašítkové (2009) v případě těchto rizik dochází k poškození nebo ztrátě zboží v průběhu jeho přepravy. Dále může také dojít ke zhoršení kvality tohoto zboží vlivem klimatických podmínek během transportu.

Jako prevenci tohoto rizika uvádí Machková (2002) jasné vymezení místa a okamžiku přechodu rizika ztráty nebo poškození zboží z prodávajícího na kupujícího v kupní smlouvě a vhodné přepravní zajištění dodávky zboží. Tato rizika se většinou pojišťují a je důležité věnovat pozornost správnému sjednání pojistné smlouvy.

Teritoriální rizika

Tato rizika souvisí s nejistým politickým a ekonomickým vývojem jednotlivých zemí a mohou být také důsledkem přírodních katastrof, embarga, bojkotu zboží apod. (Machková, 2002)

Podle Vašítkové (2009) představují například nezaplacení pohledávky kvůli válce nebo nemožnost transferu plateb v důsledku ekonomických potíží země kupujícího. Základní ochrana proti těmto rizikům je sjednání pojištění.

Vojík (2010) vidí jako vhodné opatření proti těmto rizikům získávání co největšího množství informací o dané zemi a konkrétním podniku.

Kurzová rizika

V případě těchto rizik dochází během transakce k výrazným pohybům kurzů měn a cenové hladiny. Tyto pohyby mohou znehodnotit sjednanou kupní cenu. (Vašítková, 2009)

Podle Machkové (2002) však mohou změny kurzů měn působit na dosažené výsledky i pozitivně. Kurzové riziko působí i na domácí trh prostřednictvím cen dovážené produkce a ovlivňuje kalkulace výrobců, vývozců a dovozců.

Machková (2002) i Vojík (2010) uvádí tato opatření pro minimalizaci kurzových rizik: volba měny, operace na devizovém trhu, prodej pohledávky, využívání měnových doložek, započtení rizika do ceny.

Jazyková rizika

Podle Vojíka (2010) toto riziko v poslední době nabývá na intenzitě, neboť v ČR je znalost jazyků stále poměrně podceňována a často můžeme na manažerských pozicích potkat lidi, kteří neovládají žádný pro obchodní aktivity relevantní jazyk.

2.9 Komerční rizika v rámci internacionalizace

Janatka (2011) tato rizika charakterizuje jako jedny z nejzávažnějších rizik komerční a výrobní činnosti. Tato rizika mohou způsobit nejen pokles vlastního prodeje zboží a služeb, ale mohou také ohrozit existenci firmy a ojedinele mohou mít dopad na celé výrobní odvětví.

Někteří autoři zahrnují pod pojem komerční rizika i jiná rizika spojená s obchodní činností podniku, jako jsou například rizika výrobní, dopravní nebo odbytová. (Janatka, Böhm, Hándl 2001; Böhm, Janatka 2004)

Podle Černohlávkové (2007) a Machkové (2002) je intenzita dopadu komerčních rizik dána dvěma hlavními faktory: výběrem obchodního partnera, při jehož volbě se zvažuje právní a vlastnická struktura firmy, finanční situace podniku, technické předpoklady pro splnění daného závazku apod., a právním zajištění daného závazkového vztahu.

Z hlediska významnosti jednotlivých rizik mezinárodního obchodu se komerční rizika řadí na první místo. Důkazem tohoto faktu je studie autorek Kubíčkové a Toulkové (2013), ve které se zabývají druhy a také významností rizik internacionalizace českých MSP. Pomocí dotazníkového šetření bylo zjištěno, že české MSP jako klíčová rizika vnímají riziko uzavření nesprávné kupní smlouvy, riziko odstoupení zahraničního zákazníka od smlouvy, riziko nevůle či platební neschopnosti zahraničního zákazníka a riziko kurzové ztráty.

S výjimkou posledního rizika řadíme tato rizika mezi rizika komerční a můžeme tedy vidět, že těmto rizikům přiřkládají české MSP největší význam.

2.9.1 Členění rizik z komerční oblasti

Neexistuje jednotné názvosloví pro komerční rizika, autoři mezi komerční rizika řadí různé druhy rizik.

Machková (2010) a Vojík (2010) mezi nejčastější komerční rizika řadí odstoupení obchodního partnera od kontraktu, nesplnění či vadné plnění kontraktu dodavatelem, platební nevůle či neschopnost dlužníka a nepřevzetí zboží odběratelem.

Naopak Janatka (2011) člení komerční rizika v širším kontextu a řadí do této skupiny např. rizika platební a kurzová, teritoriální, rizika spojená s prodejem zboží a jeho dodáním nebo rizika vyplývající z odpovědnosti za výrobek. Můžeme vidět, že Janatka chápe komerční rizika velmi obecně a tato rizika se u něj rovnají rizikům v mezinárodním obchodě. Naopak většina autorů chápe komerční rizika v užším kontextu jako jeden z typů mezinárodních rizik.

Janatka (2011) dále uvádí, že komerční rizika lze také rozdělit na předvídatelná nebo nepředvídatelná, vnitřní nebo vnější a nakonec na ekonomická, politická a ostatní rizika.

2.9.2 Nejčastější komerční rizika a ochrana proti nim

Odstoupení obchodního partnera od kontraktu

Podle Machkové, Černohlávkové a Sato (2014) může postihnout odběratele i dodavatele. Nejčastějšími formami zajištění proti tomuto riziku na straně dodavatele bývá úplná platba předem nebo alespoň akontace (první mimořádná splátka nebo záloha), odběratel se může bránit tak, že bude požadovat bankovní záruku za řádné provedení kontraktu.

Nesplnění či vadné plnění kontraktu dodavatelem

Janatka (2001) uvádí, že solidní průzkum odběratelů je jedním z předpokladů, jak těmto rizikům předcházet.

Omezit toto riziko lze pomocí bankovní záruky za řádné provedení kontraktu, požadavku kontrolního certifikátu svědčícího o množství nebo kvalitě dodaného zboží, sjednání záruk za kvalitu dodaného zboží apod. (Machková, Černohlávková, Sato 2014)

Riziko platební nevůle nebo neschopnosti dlužníka

Tyto pojmy je třeba rozlišovat, nicméně jsou často v ekonomické praxi zaměňovány, čímž vznikají matoucí závěry. Platební neschopnost je definována jako neschopnost dlužníka dostát svým závazkům včas a v plném rozsahu. Oproti tomu u platební nevůle existují na straně dlužníka disponibilní zdroje, které by mu buď bez problémů, nebo i s možnými dopady umožnily uhradit dluh. Dlužník ovšem využívá možnosti zadržet peníze, neboť sankce či pokuty z tohoto postupu jsou pro něj menší než benefity. (Kislingerová, 2010)

Riziko platební nevůle může vést ke ztrátě kupní ceny nebo ke ztrátě dopravních a dalších nákladů. Na jeho intenzitu má vliv volba obchodního partnera, zvolená platební podmínka a způsob zajištění daného úvěrového vztahu. Ochranou proti tomuto riziku jsou bankovní instrumenty jako akreditiv s odloženou splatností nebo bankovní záruka, směnečné zajištění pohledávky, zajištění hypotékou, výhradou vlastnictví až do zaplacení kupní ceny a úvěrové pojištění. Nástroje omezení rizika platební neschopnosti jsou obdobné jako u platební nevůle a poměrně často je voleno pojištění rizika platební neschopnosti. Oba typy rizika lze také přenést smluvně na jiné partnery (např. zprostředkovatele) za zvláštní odměnu, avšak účinnost této metody je závislá na spolehlivosti partnera, na nějž se riziko přenáší. (Machková, Černohlávková, Sato 2014)

Nepřevzetí zboží odběratelem

Janatka (2011) řadí toto riziko k často se vyskytujícím rizikům a jeho vzniku lze předejít pomocí řádně sjednané kupní smlouvy, ve které musí být sjednán způsob, kterým odběratel dokládá skutečnost, že dodává skutečně zboží ve sjednané kvalitě, lhůtě atd. Toto riziko souvisí s rizikem nezaplacení ceny za dodané zboží, kterému se dá předejít díky vhodným platebním podmínkám nebo pomocí záručního instrumentu (např. bankovní záruka).

3 Metodika práce

Tato bakalářská práce je rozdělena na dvě části, kterými jsou literární přehled a vlastní práce. V každé části jsou obsaženy jednotlivé podkapitoly celé práce.

Přehled literatury byl vytvořen na základě odborné literatury jak české tak zahraniční, vědeckých článků a různých odborných publikací. Tato část vysvětluje pojmy, které jsou dále využívány ve vlastní práci, kterými jsou internacionalizace, globalizace, mezinárodní management a marketing, rizika mezinárodního obchodu (především komerční) a malé a střední podniky.

Vlastní práce se v úvodu zabývá charakteristikou odvětví strojírenství, jeho historií a vývojem hlavních ukazatelů. Dále je provedena analýza vývoje ekonomických ukazatelů týkajících se malých a středních podniků v letech 2005 až 2013 (zhodnocení vývoje počtu, zaměstnanosti, výkonů, zahraničního obchodu) a strojírenství v letech 2009 až 2013. Stěžejní částí vlastní práce je zpracování výsledků dotazníkového šetření zaměřeného na komerční rizika internacionalizace mezi malými a středními podniky ze strojírenství. V práci byly použity základní vědeckovýzkumné metody, kterými jsou analýza, syntéza, dedukce a indukce.

Dle Vávrové (2014) slouží analýza k myšlenkovému rozložení zkoumaného předmětu na dílčí části. Syntéza umožňuje sjednotit jednotlivé části v celek a je opakem analýzy.

Metoda analýzy byla v této práci použita při popisu vývoje a současného stavu MSP a odvětví strojírenství. Syntézy bylo využito při navrhování závěrečných doporučení na základě získaných poznatků.

Indukce představuje myšlenkový postup, při němž se z konkrétních faktů formulují obecná tvrzení, naopak pomocí dedukce se dospěje od obecných tvrzení ke konkrétním soudům. (Vávrová, 2014)

Charakteristika odvětví strojírenství a MSP byla zpracována za využití sekundárních dat čerpaných zejména ze zpráv MPO. Identifikace a zhodnocení rizik byly zpracovány za využití primárních dat získaných dotazníkovým šetřením.

3.1 Dotazníkové šetření

Pomocí dotazníkového šetření byla získána primární data, z nichž je možné provést analýzu toho, jak české malé a střední podniky ze strojírenství vnímají komerční rizika související se vstupem na ZT (zda jsou pro ně hrozbou a jak velkou).

3.1.1 Tvorba dotazníku

Dotazník je v současnosti používán jako častá forma sběru dat a informací od respondentů. Snahou bylo vytvořit srozumitelný a časově nenáročný dotazník, k jehož vyplnění by neměli dotazovaní respondenti odpor. Byly vytvořeny dva elektronické dotazníky (pro podniky působící na zahraničních trzích a pro podniky

nepůsobící na zahraničních trzích) pomocí nástroje pro tvorbu dotazníků Google Forms.

Na začátek obou dotazníků byly zařazeny otázky, které jsou jednoduché a slouží k upoutání pozornosti respondenta. Následují náročnější otázky stěžejní pro tuto bakalářskou práci, k jejichž vyplnění je zapotřebí soustředění respondenta. Na konec dotazníků byly opět zařazeny méně závažné otázky nevyžadující takovou míru soustředění.

V dotazníku bylo využito otázek uzavřených, polouzavřených a otevřených. Otevřené otázky nenabízejí žádnou variantu odpovědi. Respondent sdělí svými slovy vše, co uzná za důležité. Tento typ otázky byl použit při zjišťování roku založení společnosti. Uzavřené otázky neumožňují specifikovat odpověď textovým popisem, varianty možných odpovědí jsou v dotazníku vyznačeny a respondent pouze označí odpověď, která je podle něj správná. Tento typ otázek byl využit při zjišťování počtu zaměstnanců a velikosti obrátu podniku. Polouzavřené otázky se používají tam, kde je třeba získat i konkrétní textovou odpověď (v nabídce odpovědí jako možnost jiné) nebo pokud si respondenti nemohou vybrat z nabídky definovaných odpovědí. Polouzavřená otázka byla použita při zjišťování zahraničních partnerů dotázaných podniků. Dalším použitým typem otázky je baterie otázek, která řeší v jednom bloku více parametrů a respondenti hodnotí na dané škále určité proměnné (např. škála 1 až 10). (Kozel, 2011)

Pro výběr oslovených respondentů bylo využito databáze českých exportérů na internetových stránkách společnosti CzechTrade a dále byly využity internetové databáze iFirmy.cz a abc.cz. Z těchto portálů byla získána databáze čítající 1272 kontaktů na české strojírenské podniky. Pro výběr podniků do databáze byly záměrně vybrány podniky z různých oblastí strojírenství (výroba strojů, kovových konstrukcí, automobilový průmysl atd.). Z každé oblasti strojírenství byl vybrán přibližně stejný počet respondentů. Tyto kontakty byly následně osloveny s prosbou o vyplnění jednoho z dotazníků. Odkaz na elektronický dotazník byl podnikům zaslán prostřednictvím e-mailu.

3.1.2 Forma dotazování

K vytvoření obou dotazníků byl využit nástroj pro tvorbu dotazníků Google Forms. Forma elektronického dotazování byla zvolena proto, že je časově a finančně nejméně náročná.

V rozesílaném emailu po oslovení následovalo představení autora této bakalářské práce, stručný nástin cílu této bakalářské práce a jakých výsledků by mělo být dosaženo. Dále byl uveden kontakt na vedoucí práce a přiložena e-mailová adresa autora této bakalářské práce pro případ zaslání výsledků výzkumu.

Přibližně do tří týdnů od rozeslání dotazníků elektronickou poštou firmám a zveřejnění dotazníku na stránkách Google Forms bylo získáno 43 odpovědí na dotazník pro nevyvážející podniky a 95 odpovědí na dotazník pro vyvážející podniky z celkových 1272 oslovených firem. Vypočtená návratnost dotazníků je tedy 10,85 %. V některých případech systém vygeneroval e-mail, že daná adresa neexis-

tuje nebo e-mail nemůže být doručen z jiného důvodu, anebo že byl respondentem e-mail smazán bez přečtení.

Po vyloučení nevyhovujících odpovědí bylo možné zpracovat 40 odpovědí na dotazník pro podniky nepůsobící a 90 odpovědí na dotazník pro podniky působící na zahraničních trzích. Tyto odpovědi byly následně převedeny do programu Microsoft Excel a statisticky zpracovány.

3.2 Zpracování dat a testování hypotéz

Pro zpracování dat získaných pomocí dotazníkového šetření bylo využito absolutní a relativní četnosti.

Dle Foreta a Stávkové (2003) absolutní četnost představuje sumu jednotlivých odpovědí. Relativní četnost vyjadřuje poměr absolutní četnosti k rozsahu souboru.

Pro absolutní četnost (n_i) platí (Foret, Stávková 2003):

$$\sum_{i=1}^k n_i = n, \quad (1)$$

kde n vyjadřuje rozsah souboru, k je počet řádků v tabulce a $i=1,2,\dots,k$.

Pro výpočet relativní četnosti (p_i) byl použit vzorec (Foret, Stávková 2003):

$$p_i = \frac{n_i}{n}, \quad (2)$$

kde n_i vyjadřuje absolutní četnost ve skupině a n je celková četnost znaků (rozsah zkoumaného souboru).

Při zjišťování průměrné hodnoty negativního dopadu a pravděpodobnosti výskytu jednotlivých komerčních rizik bylo využito váženého aritmetického průměru ($\bar{x}$), který lze vypočítat pomocí následujícího vzorce (Foret, Stávková 2003):

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k x_i n_i}{\sum_{i=1}^k n_i}. \quad (3)$$

Dále bylo třeba otestovat stanovené hypotézy. Nejprve si stanovíme nulovou hypotézu H_0 , kterou testujeme. Druhou hypotézou je tzv. alternativní hypotéza H_1 , kterou lze přijmout po zamítnutí nulové hypotézy. Rozhodnutí o zamítnutí či nezamítnutí hypotézy H_0 lze provést pomocí p-hodnoty, která značí nejnižší hladinu významnosti pro zamítnutí nulové hypotézy. Rozhodnutí o zamítnutí nulové hypotézy probíhá následovně:

- je-li p-hodnota menší nebo rovna hladině významnosti α ($p \leq \alpha$), pak nulovou hypotézu H_0 na hladině významnosti α zamítáme a přijímáme alternativní hypotézu H_1 ,
- je-li p-hodnota větší než hladina významnosti α ($p > \alpha$), pak nulovou hypotézu H_0 na hladině významnosti α nezamítáme. (Foret, Stávková 2003)

Při zjišťování závislosti dvou kvalitativních proměnných provádíme nejdříve rozdělení četností obou proměnných a tyto promítneme do kontingenční tabulky.

Řádky kontingenční tabulky odpovídají možným hodnotám prvního znaku a sloupce možným hodnotám druhého znaku. Pakliže chceme hovořit o statistické závislosti, je třeba provést statistické testování hypotéz, u kterého můžeme využít kontingenční tabulky a Chí-kvadrát testu o nezávislosti kvalitativních znaků vycházejícího právě z kontingenční tabulky. (Kozel, 2011)

Vzorec pro výpočet Chí-kvadrát testu je následující (Foret, Stávková 2003):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^l \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}} \quad (4)$$

Pomocí testu bude vypočtena p-hodnota. Hladina významnosti α byla stanovena jako 5 %. Nakonec bylo rozhodnuto o zamítnutí či nezamítnutí nulové hypotézy.

Síla závislosti byla určena za využití Cramerova V, které nabývá hodnot 0 až 1. Čím je Cramerovo V blíže 1, tím je závislost mezi oběma znaky silnější, čím je blíže 0, tím je tato závislost slabší. (Foret, Stávková 2003)

4 Vlastní práce

4.1 Definice strojírenství a jeho historie v ČR

Strojírenství je průmyslový obor, který se zabývá navrhováním, výrobou a údržbou strojů, přičemž využívá aplikace technických, vědeckých a matematických znalostí. (CzechInvest, 2010)

Strojírenství se vyznačuje velkou pestrostí výrobků a zahrnuje v sobě desítky oborů. Mezi odvětví strojírenství patří těžké, střední, lehké, přesné a investiční strojírenství. Těžké strojírenství zajišťuje vybavení pro hospodářské podniky jako doly, hutě nebo továrny a jeho produkty jsou například těžební stroje nebo hutnická zařízení. Střední strojírenství produkuje výrobky pro většinu odvětví a pro většinu oborů lehkého průmyslu, většinou se jedná o obráběcí stroje. Do tohoto odvětví řadíme i výrobu automobilů a motocyklů, jejichž produkce tvoří ze středního strojírenství největší obor strojírenského průmyslu. Střední strojírenství dále zahrnuje výrobu letadel, obory produkující těžké dopravní prostředky, stavební a zemědělské stroje a další. V poslední době se jako samostatný obor vyčleňuje výroba průmyslových robotů. Do lehkého strojírenství řadíme veškeré obory vyrábějící elektrotechniku a elektroniku. Přesné strojírenství zahrnuje obory jemné mechaniky, optiky a výrobu měřících přístrojů pro zdravotnické i jiné účely. Investiční strojírenství provádí výrobu kompletních celků pro energetiku, dopravní, těžební a zpracovatelský průmysl. Jedná se o tzv. dodávky na klíč, kdy firma spolupracuje s velkou řadou subdodavatelů a předává kompletní dílo zákazníkovi. (Tchyes, 2010)

Podle klasifikace ekonomických činností CZ-NACE řadíme do strojírenství hned několik oddílů a to oddíl CZ-NACE 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení, který zahrnuje např. výrobu kovových dveří a oken, zbraní, střeliva, obrábění, povrchovou úpravu kovů, výrobu radiátorů a zámků a kování. Dalším oddílem je výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení (CZ-NACE 26), do kterého patří výroba komunikačních zařízení, ozařovacích přístrojů ve zdravotnictví, fotografických přístrojů aj. Oddíl Výroba elektrických zařízení (CZ-NACE 27) zahrnuje výrobu baterií, optických kabelů, spotřebičů pro domácnost aj. Velmi obsáhlým oddílem je výroba strojů a zařízení jinde uvedených (CZ-NACE 28) obsahující výrobu hydraulických zařízení, pecí, ložisek, zemědělských a lesnických strojů aj. Automobilový průmysl patří pod označení CZ-NACE 29 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů. Oddíl CZ-NACE 30 výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení produkuje lodě, čluny, letadla, motocykly, armádní vozidla, jízdní kola atd. Posledním oddílem jsou opravy a instalace strojů a zařízení (CZ-NACE 33). (ČSÚ, 2014)

Počátky strojírenství souvisí s průmyslovou revolucí a textilní výrobou v Anglii 18. století, odkud se postupně rozšířilo do dalších zemí. Průmyslová revoluce v českých zemích zaostávala 30 až 40 let za průmyslovou revolucí v Anglii a taktéž souvisí s textilní výrobou. První významná strojní přádelna zde vznikla v roce 1797. K rozsáhlejšímu továrnímu podnikání a ke strojové výrobě došlo až

po roce 1820 a parní stroj byl poprvé zapojen do výroby v roce 1817 v Brně. Mezi průmyslová centra té doby řadíme Brno, Liberec a Prahu. (Gruber, 2002)

V době mezi světovými válkami patřilo Československo k deseti nejvýznamnějším strojírenským zemím světa a strojírenství v Československu se stalo nosným odvětvím ke zprůmyslnění méně rozvinutých oblastí. (CZECH, 2009)

V letech 2003 až 2007 došlo k růstu tržeb z prodeje vlastních výrobků o 98,2 % a počet zaměstnanců ve strojírenství vzrostl o 20 %. Radikální změna ve vývoji celého zpracovatelského průmyslu a tím i ve strojírenství nastala v roce 2008, kdy se dopady hospodářské recese a ochlazení naší ekonomiky začaly intenzivněji projevovat a postihly většinu odvětví zpracovatelského průmyslu. V roce 2009 se krize nadále prohlubovala. (CzechInvest, 2010)

Strojírenství zaznamenalo v letech 2008 až 2009 propad o 16 %. Zotavení bylo v letech 2010 až 2011 u strojírenství z hlediska zaměstnanosti výrazně pomalejší a zaměstnanost byla stále hluboko pod úrovní roku 2008. Naopak automobilový průmysl dosáhl v polovině roku 2011 na nejvyšší úroveň zaměstnanosti v historii české ekonomiky. Automobilový průmysl se postupem času stal významnějším zaměstnavatelem z těchto dvou odvětví. (ČSÚ, 2011)

4.2 Současná situace v českém strojírenství

Strojírenství je v současnosti zastoupeno ve všech částech republiky a je rovnoměrně rozmístěno. Kromě velkých závodů existuje velký počet drobných podniků a provozoven. (CZECH, 2009)

Strojírenství je v naší zemi tradičním oborem rozvíjeným pomocí nových technologií a svou obsáhlostí představuje pilíř české ekonomiky. Podle statistických údajů je české strojírenství opět na vrcholu. Největší část české produkce v roce 2014 putovala do Německa (třetina vývozu), Ruské federace (téměř 20 %), Francie (6 %) a v objemu 3 až 4 % do dalších zemí jako je Slovensko, Polsko, Velká Británie a Itálie. Přibližně 34 procent výroby míří do zemí východní Asie nebo Jižní Ameriky. Pozitivní vliv na strojírenství by mohlo mít otevření operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost 2014-2020. (Czech Trade, 2014)

Cílem tohoto programu je dosažení konkurenceschopné a udržitelné ekonomiky založené na znalostech a inovacích. Program je zaměřen na zvýšení počtu firem schopných posunovat technologickou hranici ve svém oboru, rozvoj podnikání a inovací v oborech s nižší znalostní intenzitou, posun k energeticky účinnému hospodářství a usnadnění rozvoje podnikání, služeb a přístupu ke službám státu prostřednictvím vysokorychlostního přístupu k internetu. (Evropské strukturální a investiční fondy, 2015)

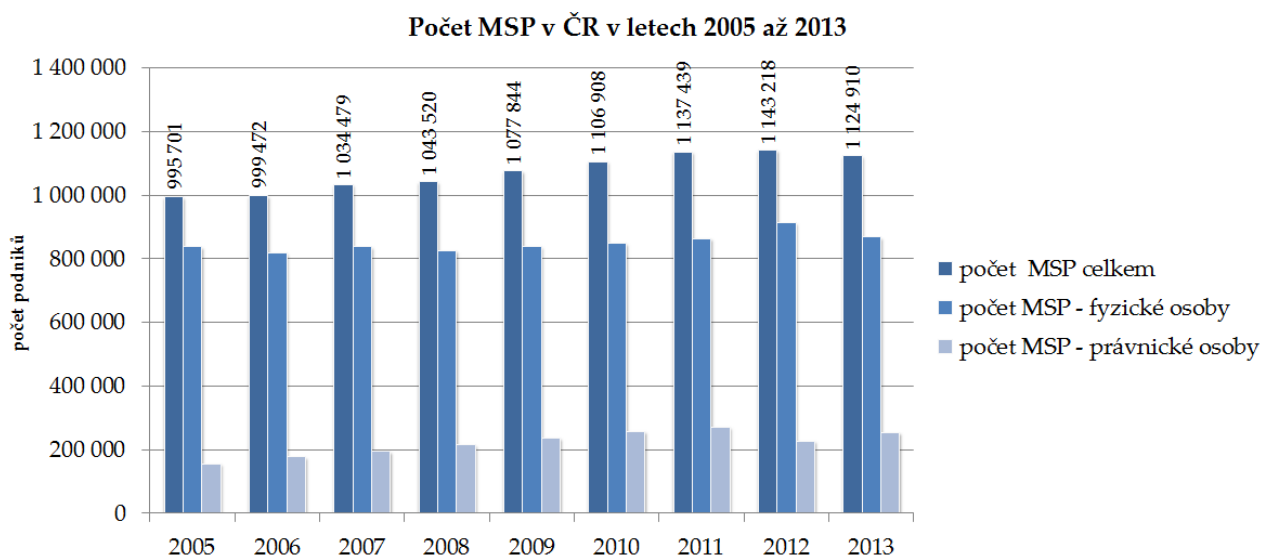
4.3 Vývoj MSP v letech 2005 až 2013

Následující kapitola se věnuje vývoji hlavních ekonomických ukazatelů českých MSP v letech 2005 až 2013. Toto období je zajímavé, neboť obsahuje různé

fáze hospodářského cyklu od období expanze české ekonomiky v letech 2005 až 2007 (ekonomiky ČR dosáhla v tomto období vrcholu), přes krizi ekonomiky v letech 2008 až 2009, zotavení z krize v roce 2011 a pokračuje až do nedávné minulosti (2013), kdy česká ekonomika expanduje a dostává se podle odborníků opět na vrchol. Pro zhodnocení vývoje MSP byla použita data ze zpráv Ministerstva průmyslu a obchodu (dále MPO) s názvem Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2010 a Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2013.

4.3.1 Vývoj počtu MSP

Nejmenší počet MSP za sledované období byl zaznamenán v roce 2005. V tomto roce na české scéně působilo 995 701 MSP. Naopak největší počet MSP za sledované období byl zaznamenán v roce 2012, kdy počet MSP dosáhl 1 144 943 subjektů. Co se vývoje počtu MSP týče, od roku 2005 až do roku 2012 jejich počet rostl. Zlom nastal až v roce 2013, kdy počet MSP klesl o 18 308 subjektů. Ve všech letech sledovaného období výrazně převažoval počet fyzických osob nad počtem právnických osob, které se na celkovém počtu MSP průměrně podílely pouze z 20,6%.



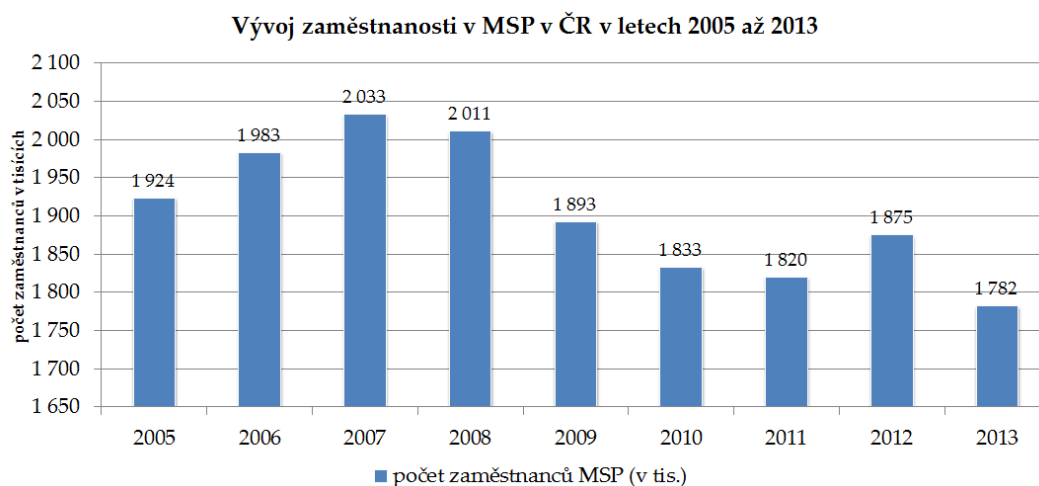
Obr. 7 Vývoj aktivních subjektů MSP v ČR v letech 2005 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

4.3.2 Vývoj zaměstnanosti v MSP

Mezi lety 2005 až 2007 vzrostl počet zaměstnanců v MSP o 109 tis. osob. V následujícím období krize a zotavení české ekonomiky z této krize každoročně počet zaměstnanců klesal. Od roku 2008 do roku 2011 se počet zaměstnanců v MSP snížil o 191 tis. osob. Tento propad byl způsoben krizí ekonomiky, kvůli které nebylo mnoho podniků schopno udržet stávající počty svých zaměstnanců, ane-

bo tyto podniky nebyly schopny zachovat svou existenci kvůli nepříznivému ekonomickému vývoji a zanikly. Situace se změnila v roce 2012, kdy stoupl počet zaměstnanců v MSP o 55 000 osob. Bohužel se tento příznivý vývoj neudržel dlouho a již v roce 2013 nastal opět pokles a to dokonce o 93 000 osob. Největší meziroční propad v počtu zaměstnanců byl zaznamenán mezi lety 2008 a 2009, kdy udeřila krize na českou ekonomiku, a byl to pokles o 118 tis. osob.



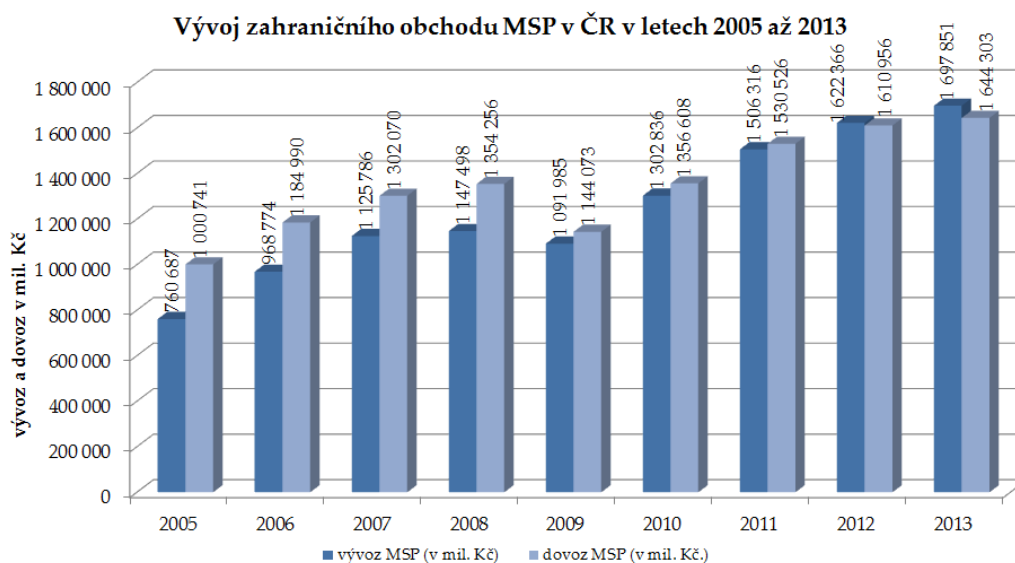
Obr. 8 Vývoj počtu zaměstnanců MSP v letech 2005 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

4.3.3 Vývoj zahraničního obchodu MSP

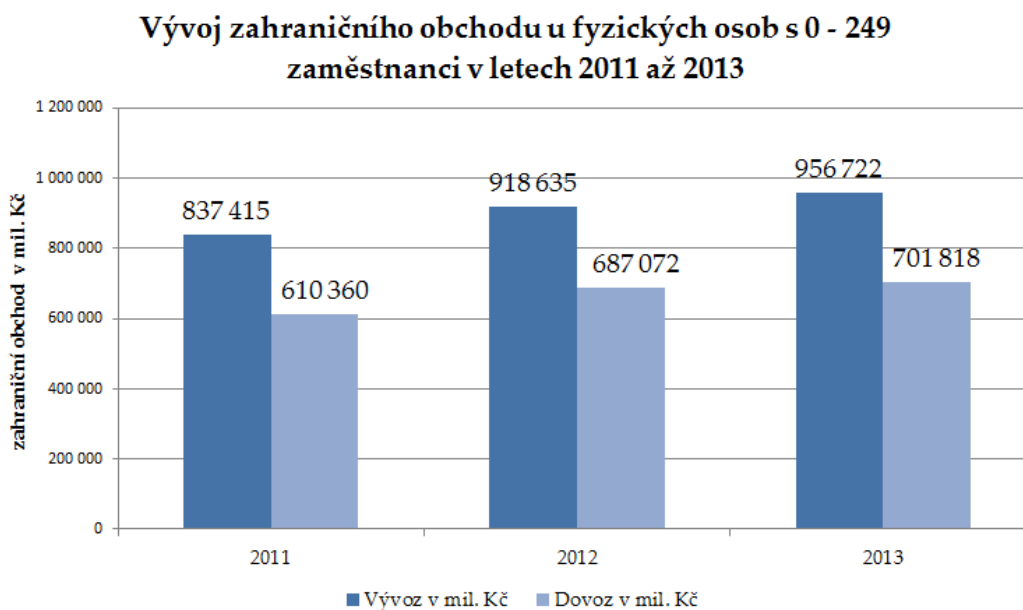
Vývoj exportu i importu MSP měl za posledních devět let pozitivní charakter s výjimkou krizového roku 2009, ovšem již v roce následujícím nastal růst zahraničního obchodu. V období let 2005 až 2011 převažoval dovoz nad vývozem a to průměrně o 138 483 mil. Kč. Oproti tomu v roce 2012 i 2013 se situace změnila a vývoz měl v těchto letech převahu nad dovozem a to v roce 2012 o 11 410 mil. Kč a v roce 2013 dokonce o 53 548 mil. Kč.

V obrázcích č. 10, 11 a 12 je zobrazen vývoj zahraničního obchodu konkrétně u fyzických a právnických osob v segmentu MSP, ale pouze v období let 2011 až 2013. Pro období 2005 až 2010 nebyly zprávy MPO zpracovány takto konkrétně. U fyzických osob s počtem zaměstnanců 0 až 249 měl vývoz i dovoz pozitivní vývoj a za celé sledované období převažoval vývoz nad dovozem průměrně o 237 840 mil. Kč.



Obr. 9 Vývoj zahraničního obchodu MSP v ČR v letech 2005 až 2013

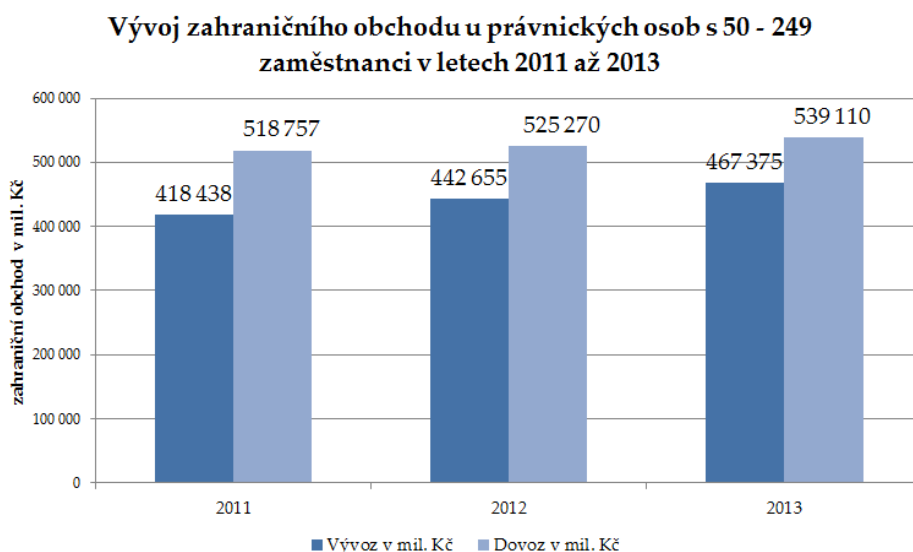
Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)



Obr. 10 Vývoj zahraničního obchodu u fyzických osob s počtem zaměstnanců 0 až 249 v ČR v letech 2011 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

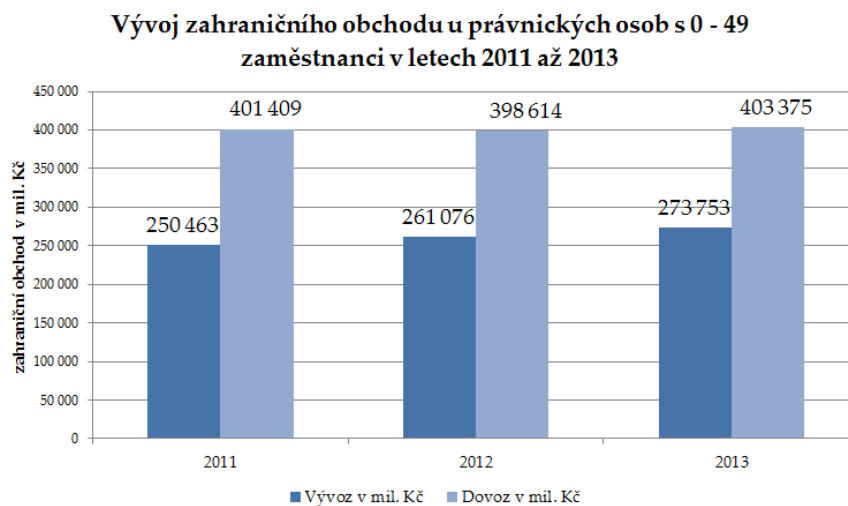
U právnických osob s počtem zaměstnanců 50 až 249 měl vývoz i dovoz pozitivní vývoj, průměrně převažoval dovoz nad vývozem za sledované období o 84 889 mil. Kč.



Obr. 11 Vývoj zahraničního obchodu u právnických osob s počtem zaměstnanců 50 až 249 v ČR v letech 2011 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

U právnických osob s počtem zaměstnanců 0 až 49 byl vývoj zahraničního obchodu taktéž pozitivní jako u skupiny právnických osob s počtem zaměstnanců 50 až 249 s tím rozdílem, že u skupiny menších podniků byl rozdíl mezi dovozem, který převažoval, a vývozem průměrně větší o 139 369 mil. Kč, zatímco u skupiny větších právnických osob byl průměrně dovoz větší než vývoz pouze o 84 889 mil. Kč.



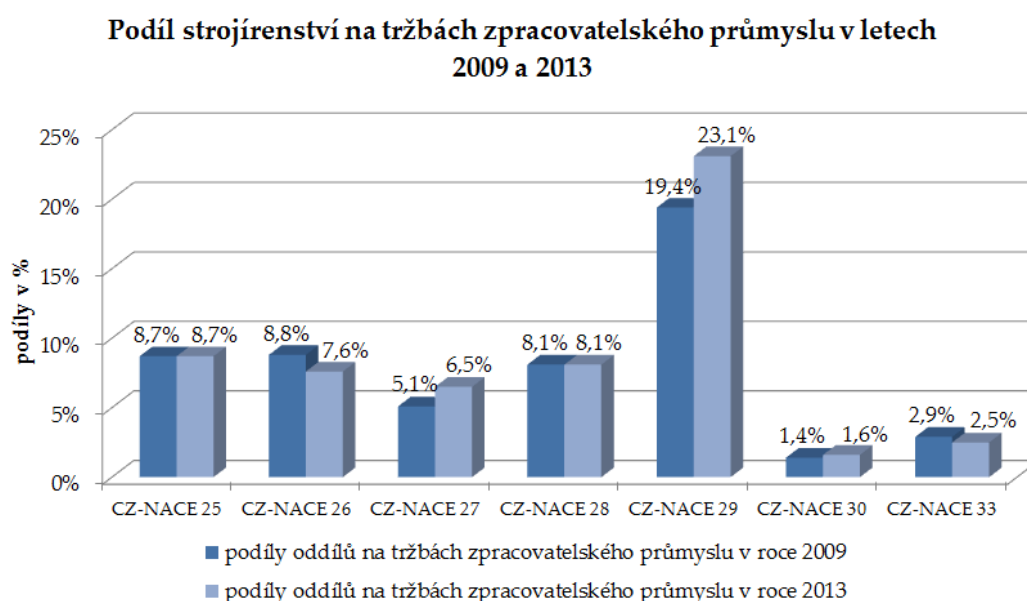
Obr. 12 Vývoj zahraničního obchodu u právnických osob s počtem zaměstnanců 0 až 49 v ČR v letech 2011 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

4.4 Vývoj strojírenství v letech 2009 až 2013

Pro porovnání s vývojem segmentu MSP bude nyní zkoumáno konkrétně odvětví strojírenství a jeho vývoj v letech 2009 až 2013. Informace a grafy byly čerpány ze zpráv MPO s názvem Panorama zpracovatelského průmyslu ČR 2013 a 2009. Tato kapitola se zaměřuje na období od roku 2009 z toho důvodu, že v tomto roce se údaje zpracované MPO v každoročních panoramatech začaly řídit klasifikací ekonomických činností podle CZ-NACE (zavedena v ČR již od 1. ledna 2008), až 2013.

Na následujícím obrázku č. 13 je znázorněno, jak se v absolutní hodnotě za posledních pět let změnil podíl jednotlivých oddílů strojírenství na tržbách za prodej výrobků a služeb zpracovatelského průmyslu. Graf ukazuje, že se situace u dvou oddílů (např. CZ-NACE 25 a CZ-NACE 28) za sledované období vůbec nezměnila a u ostatních byla změna velmi malá. Oddíly 27, 29 a 30 svoje podíly za posledních pět let mírně zvýšily, naopak oddíly 26 a 33 si za sledované období pohoršily a jejich podíl na tržbách za prodej výrobků a služeb se snížil.



Obr. 13 Podíly jednotlivých oddílů strojírenství na tržbách za prodej výrobků a služeb zpracovatelského průmyslu v roce 2009 a 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

4.4.1 Pozice strojírenství v rámci zpracovatelského průmyslu

Následující podkapitola pojednává o tom, jaká je pozice oddílu strojírenství v rámci celého zpracovatelského průmyslu.

Podle údajů MPO největší podíl na tržbách zpracovatelského průmyslu ve všech letech sledovaného období připadl oddílu CZ-NACE 29 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů. V roce 2009 druhého největšího po-

dílu dosáhl oddíl CZ-NACE 26 (8,8 %), dále CZ-NACE 25 (8,7 %) a CZ-NACE 28 (8,1 %). V roce 2009 se kvůli recesi výrazně snížily podíly dalších oddílů strojírenství. (MPO, 2010)

Za celé sledované období žádný z oddílů strojírenství, s výjimkou oddílu 29, nepřekročil hranici 10 %. Na dalších pozicích s největším podílem tržeb se za vedoucím oddílem CZ-NACE 29 střídaly oddíly 25, 26 a 28. V žebříčku deseti nejvýznamnějších českých firem z hlediska tržeb obsadila v roce 2009 druhé místo ŠKODA AUTO, ostatní dominující firmy byly z jiných odvětví než strojírenství. (MPO, 2010)

V následujícím roce 2010 se na prvním místě v tomto žebříčku umístila firma ŠKODA AUTO a předběhla tak firmu ČEZ. Tuto pozici si udržela až do roku 2013. V žebříčku exportujících firem po celé období dominovala firma ŠKODA AUTO.

4.4.2 Vývoj počtu podniků ve strojírenství

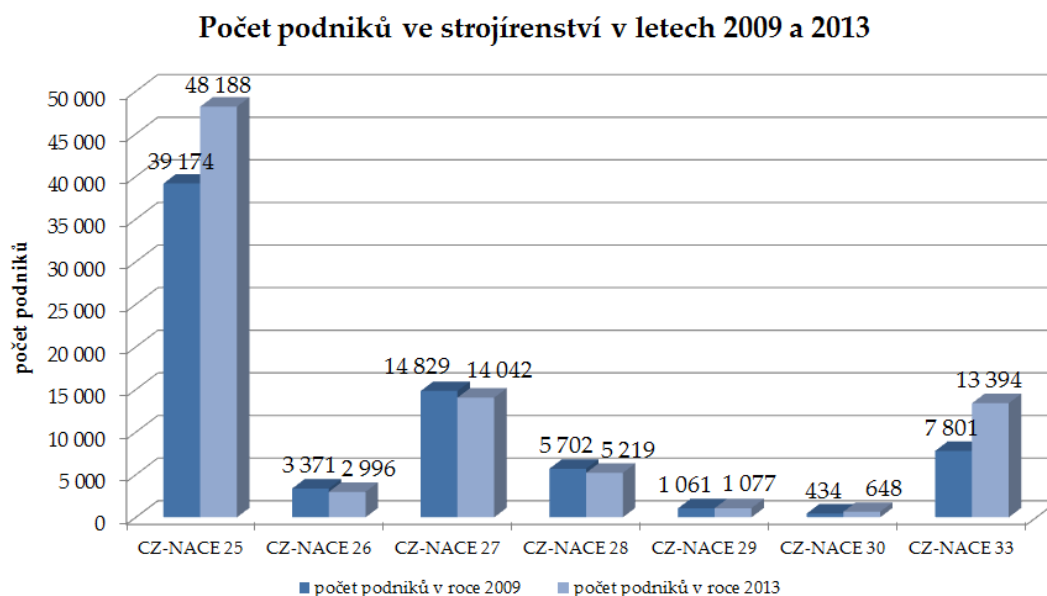
Následující tabulka (tabulka 1) zobrazuje vývoj počtu podniků ve strojírenství v letech 2009 až 2013. Dominantní postavení v počtu podniků ze strojírenství zaujímá oddíl 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků s průměrným počtem 43 156 podniků za sledované období. Na druhém místě je výroba elektrických zařízení s průměrným počtem 14 879 podniků. Nejmenší podíl na celkovém počtu podniků v oddílu strojírenství zaujímá výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení s průměrně 543 podniky, což je 79krát méně než u nejsilnější skupiny.

Tab. 1 Počet podniků ve strojírenství v letech 2009 až 2013

	CZ-NACE 25	CZ-NACE 26	CZ-NACE 27	CZ-NACE 28	CZ-NACE 29	CZ-NACE 30	CZ-NACE 33
2009	39 174	3 371	14 829	5 702	1 061	434	7 801
2010	41 000	3 645	15 556	6 455	1 292	508	9 355
2011	43 342	3 390	15 213	6 165	1 254	541	10 577
2012	44 076	3 353	14 753	5 835	1 209	584	11 586
2013	48 188	2 996	14 042	5 219	1 077	648	13 394

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Co se týče absolutní změny v počtu podniků za období 2009 až 2013, růst v počtu podniků byl zaznamenán u oddílů 25, 29, 30 a 33 a tento růst byl největší u oddílu 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků a to o 9014 podniků. U ostatních oddílů byla zaznamenána negativní změna. Největší pokles nastal u oddílu 27 výroba elektrických zařízení a to o 787 podniků.



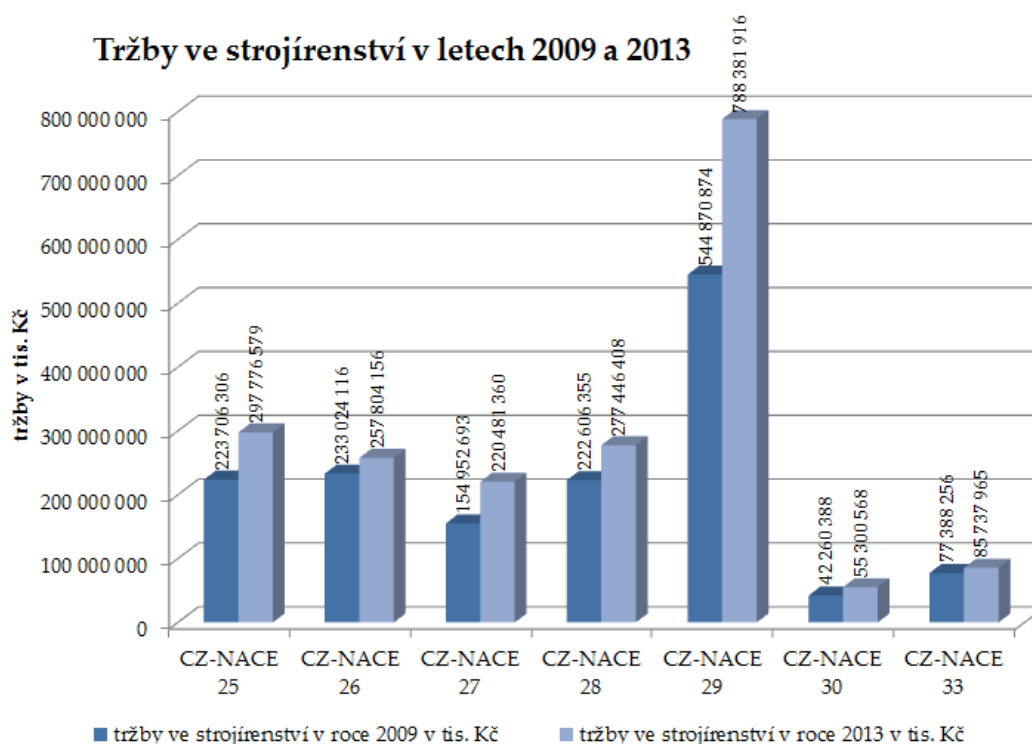
Obr. 14 Absolutní změna v počtu podniků v rámci strojírenství mezi roky 2009 a 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

4.4.3 Vývoj tržeb ve strojírenství

Největší skok ve vývoji tržeb v absolutním vyjádření mezi lety 2009 a 2013 byl zaznamenán u oddílu 29. Tento vývoj měl pozitivní charakter a jednalo se o změnu o 243 511 042 tis. Kč. U všech oddílů strojírenství nastal mezi lety 2009 až 2013 vzrůst tržeb v absolutním vyjádření. Bylo tomu tak nejspíše kvůli tomu, že v krizovém roce 2009 se podnikům nedařilo a nastal tak výrazný pokles v jejich tržbách. V roce 2013 se však strojírenství dostávalo podle odborníků opět na vrchol a dosahovalo tržeb před krizovým rokem 2009. Právě z tohoto důvodu pozorujeme při srovnání let 2009 a 2013 u celého strojírenství růst objemu tržeb podniků. Tento růst byl nejmenší u oddílu 30 a to pouze o 8 349 709 tis. Kč, což je 29krát méně než u oddílu 29.

Největší objem tržeb ve všech letech sledovaného období vykázal oddíl 29, průměrně to bylo 696 042 920 tis. Kč. Naopak nejmenší tržby byly zaznamenány u oddílu 30 a to průměrně 47 610 044 tis. Kč.



Obr. 15 Absolutní změny tržeb ve strojírenství mezi lety 2009 a 2013 (tis. Kč)

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Tab. 2 Vývoj tržeb ve strojírenství v letech 2009 až 2013 (tis. Kč)

	2009	2010	2011	2012	2013
CZ-NACE 25	223 706 306	246 524 940	274 047 095	282 095 770	297 776 579
CZ-NACE 26	233 024 116	260 710 965	239 784 605	280 846 473	257 804 156
CZ-NACE 27	154 952 693	184 286 331	211 732 616	211 998 664	220 481 360
CZ-NACE 28	222 606 355	236 529 906	258 265 382	274 815 027	277 446 408
CZ-NACE 29	544 870 874	657 466 743	750 777 040	738 718 029	788 381 916
CZ-NACE 30	42 260 388	41 470 243	48 776 790	50 242 233	55 300 568
CZ-NACE 33	77 388 256	82 329 985	86 581 176	89 132 576	85 737 965

Zdroj: Zpracováno dle dat z MPO (2014)

4.4.1 Vývoj zahraničního obchodu strojírenství

Podle MPO (2010) byl zahraniční obchod v roce 2009 ovlivněn zejména snížením zahraniční poptávky, které se projevilo snížením zakázek pro zpracovatelský průmysl, růstem vývozu nových osobních automobilů, vývojem směnných kurzů koruny (oslabení vůči euru o 6 % a o 12 % oproti americkému dolaru), cenami

zahraničního obchodu (vývozní ceny stouply a dovozní se snížily) a poklesem dovozu ropy.

V následujícím roce 2010 byly výsledky zahraničního obchodu ovlivněny oživením zahraniční poptávky (zejména v Evropské unii), přetrvávající slabší tuzemskou poptávkou, taktéž vývojem směnného kursu naší koruny (posílení vůči euru o 4,4 %) a cenami zahraničního obchodu (vývozní ceny oslabily a dovozní posílily). (MPO, 2011)

V roce 2011 došlo k zotavení evropské i globální ekonomiky, což mělo příznivý dopad na českou ekonomiku a zahraniční obchod, avšak rostoucí evropská dluhová krize tento pozitivní vývoj v druhé polovině roku utlumila. Růst tempa importu zpomalila přetrvávající vlažná poptávka ze strany tuzemských domácností a s tím související negativní očekávání spotřebitelů. Na zahraniční obchod měl dále vliv růst průmyslové produkce, rostoucí ceny dovozu i vývozu a posílení koruny vůči euru na 24,6 EUR/CZK a vůči americkému dolaru na 17,7 USD/CZK. (MPO, 2012)

Tempo růstu světové a evropské ekonomiky se zpomalilo v roce 2012, což vedlo spolu s vrcholící evropskou dluhovou krizí ke zhoršení vývoje zahraničního obchodu. Slabá poptávka tuzemských domácností nadále přetrvávala a zpomalovala tak nadále růst dovozu. Zahraniční i domácí poptávka byla nízká a zapříčinila tak snížení průmyslové produkce o 1,2 %. Česká koruna posílila v tomto roce vůči euru na kurz 25,1 EUR/CZK a vůči americkému dolaru na 19,6 USD/CZK. Cely vývozu i dovozu byly v roce 2012 rostoucí. (MPO, 2013)

V roce 2013 se do vývoje zahraničního obchodu pozitivně promítlo opětovné zlepšování evropské i světové ekonomiky, přetrvávající vlažná poptávka ze strany tuzemských domácností, pokles v první půlce roku a naopak výrazný růst produkce ve druhém pololetí. Koruna v průměru za celý rok oslabila vůči euru o 3,3 % na kurz 25,974 EUR/CZK, naopak vůči americkému dolaru posílila na kurz 19,565 USD/CZK. Ceny vývozu se v tomto roce zvýšily a ceny dovozu poklesly. Na straně vývozu nejvíce zdražily nápoje a tabák. (MPO, 2014)

Tab. 3 Export strojírenských firem v letech 2009 až 2013 (v mil. Kč)

	2009	2010	2011	2012	2013
CZ-CPA 25	121 337	138 828,6	164 124	173 495,7	184 251
CZ-CPA 26	342 181,9	427 913,5	479 758,4	486 129,4	454 782,8
CZ-CPA 27	174 379,8	215 263,2	246 080,7	272 312,3	294 018,5
CZ-CPA 28	244 092,7	281 621,7	335 796,3	350 662,6	374 967,1
CZ-CPA 29	388 178,9	463 766,6	522 425,2	559 202,7	593 785,6
CZ-CPA 30	38 156,3	31 886,4	35 405,1	40 303,8	40 813,4

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Na vývozu strojírenských firem se nejvíce podílí oddíl 29 výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů s průměrným objemem exportu 505 471,8 mil. Kč a podílem na celkovém exportu téměř 30 %. Souvisí to mimo jiné

s tím, že na první pozici exportujících firem za celou ČR se drží již několik let firma ŠKODA AUTO a.s. patřící do tohoto oddílu strojírenství. Na exportu se nejméně za sledované období podílel oddíl 30 výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení, průměrný export tohoto oddílu byl 37 313 mil. Kč, což je 14krát méně než u oddílu 29.

Tab. 4 Import strojírenských firem v letech 2009 až 2013 (mil. Kč)

	2009	2010	2011	2012	2013
CZ-CPA 25	84 210	98 880,8	113 182,1	113 755,8	119 882,9
CZ-CPA 26	353 066,7	473 774,4	467 193,8	447 138,6	428 248,3
CZ-CPA 27	128 723,9	166 166,6	182 915,3	193 206,3	202 522,2
CZ-CPA 28	170 916,6	196 897,7	240 350,3	247 104,3	251 884,4
CZ-CPA 29	192 236,5	227 727,1	260 481,7	274 068,2	293 003,2
CZ-CPA 30	22 294,3	24 775,2	21 456,9	24 959,5	20 863,8

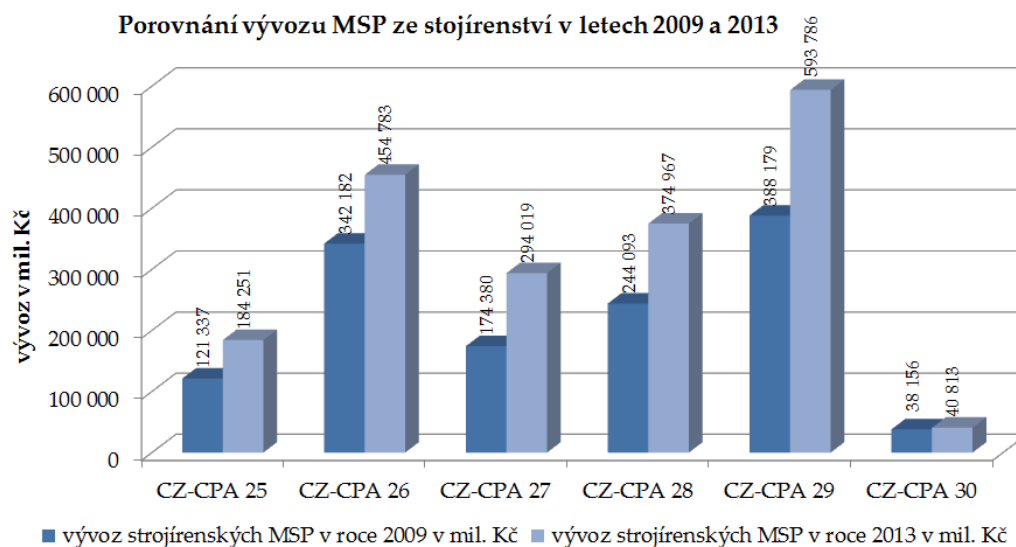
Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2013)

Na prvním místě v importu strojírenských firem se za celé sledované období umísťuje oddíl 26 výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení s průměrným dovozem 433 884,4 mil. Kč. Na celkovém dovozu se tento oddíl podílí z více než 37 %. Nejméně se na dovozu podílí oddíl 30 a to pouze ze 2 %.

Při srovnání údajů z let 2009 a 2013 je patrné, že za sledované období v absolutním vyjádření měl vývoj exportu u všech oddílů strojírenství pozitivní charakter. Největší skok nastal u oddílu 29. Tuto skutečnost zobrazuje obrázek č. 16 na následující straně.

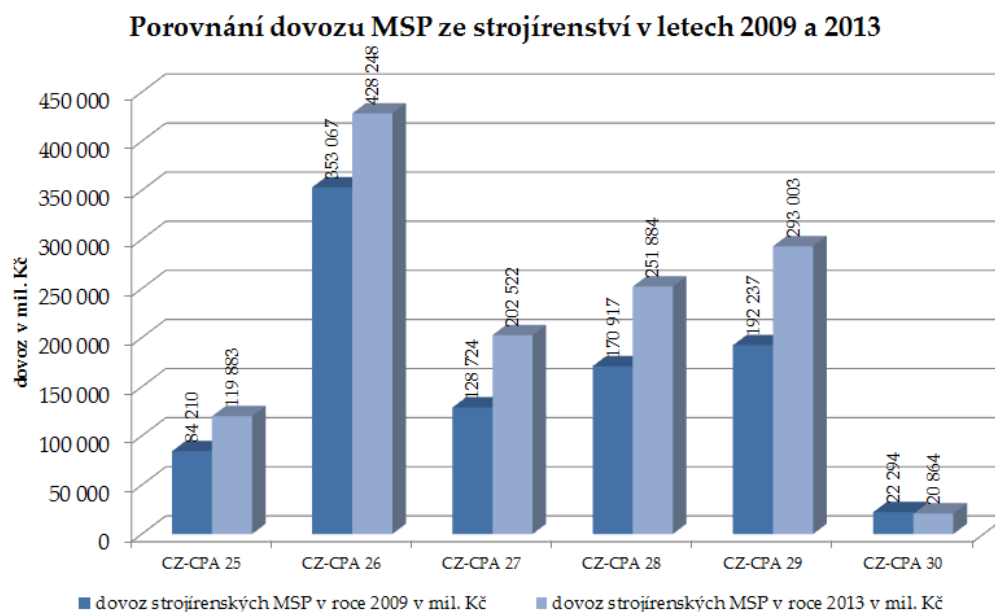
Co se týče dovozu strojírenských firem, tak za sledované období při porovnání let 2009 a 2013 měl vývoj importu taktéž pozitivní charakter, s výjimkou oddílu 30 výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení, u kterého došlo k poklesu importu o 1430,5 mil. Kč. Toto je patrné z obrázku č. 17 na následující straně.

Teritoriální struktura zahraničního obchodu je taková, že nejvíce strojírenské firmy vyváží do Německa (podíl na celkovém importu daného oddílu strojírenství okolo 35 % v roce 2013) s výjimkou oddílu 30 výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení, který nejvíce vyváží do USA (podíl 14 % na celkovém dovozu tohoto oddílu v roce 2013), na druhém místě se u tohoto oddílu umístilo Německo s podílem 13 % a na třetím místě je Rusko a Slovensko s podíly 10 %.



Obr. 16 Absolutní změny v exportu strojírenských firem mezi lety 2009 a 2013 (mil. Kč)

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)



Obr. 17 Absolutní změny v importu strojírenských firem mezi lety 2009 a 2013 (mil. Kč)

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

V roce 2013 oddíl 25 nejvíce dovážel z Německa (podíl na dovozu tohoto oddílu 41 %) a Číny (podíl 7 %). Stejná byla situace u oddílu 27 s podílem dovozu z Německa 32 % a z Číny 15 %. U oddílu 26 se na prvním místě v dovozu umístila Čína s podílem 43 % a na druhém Německo s podílem 12 %. Firmy z oddílu 28 nejvíce dovážejí z Německa, jehož podíl na celkovém dovozu oddílu je dokonce 41 %, a z Itálie (podíl 8%). U oddílu 29 největší podíl na dovozu zaujímá Německo

(35%) a na druhém místě se umístily v roce 2013 Slovensko a Polsko s podíly 10 %. Změna v umístění na prvním místě je u oddílu 30, neboť firmy tohoto oddílu v roce 2013 nejvíce dovážely z USA (podíl na celkovém dovozu oddílu 33 %), Francie a Německa (podíly 9 %). (MPO, 2014)

4.5 Výsledky dotazníkového šetření

V této části je provedeno vyhodnocení primárních dat získaných pomocí dotazníkového šetření a vyvození odpovídajících závěrů.

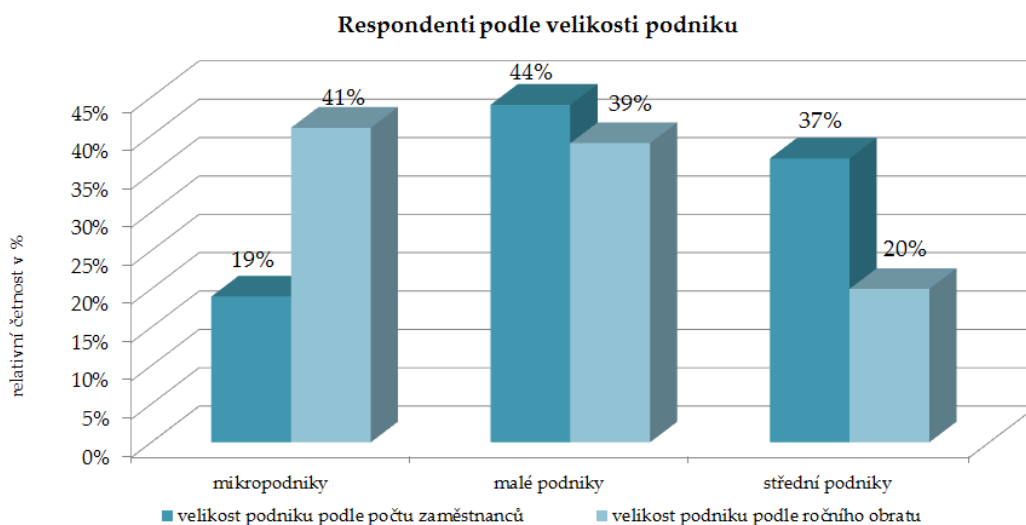
4.5.1 Rozdělení strojírenských MSP podle různých kritérií

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 130 respondentů (českých MSP). Z těchto respondentů 90 podniků již působí na zahraničních trzích a 40 podniků na zahraničních trzích nepůsobí, ale z toho 28 podniků do budoucna uvažuje o vstupu na zahraniční trhy.

Respondenty je také možné rozdělit podle velikosti podniku, přičemž kritérii pro zařazení do určité velikostní kategorie je počet zaměstnanců a roční obrát podniku. Následující obrázek č. 18 ukazuje, že největší zastoupení, co se počtu zaměstnanců týče, mají mezi respondenty dotazníkového šetření malé podniky (44 % respondentů). Podle kritéria ročního obrátu podniku se dotazníkového šetření zúčastnilo nejvíce mikropodniků (41 % respondentů).

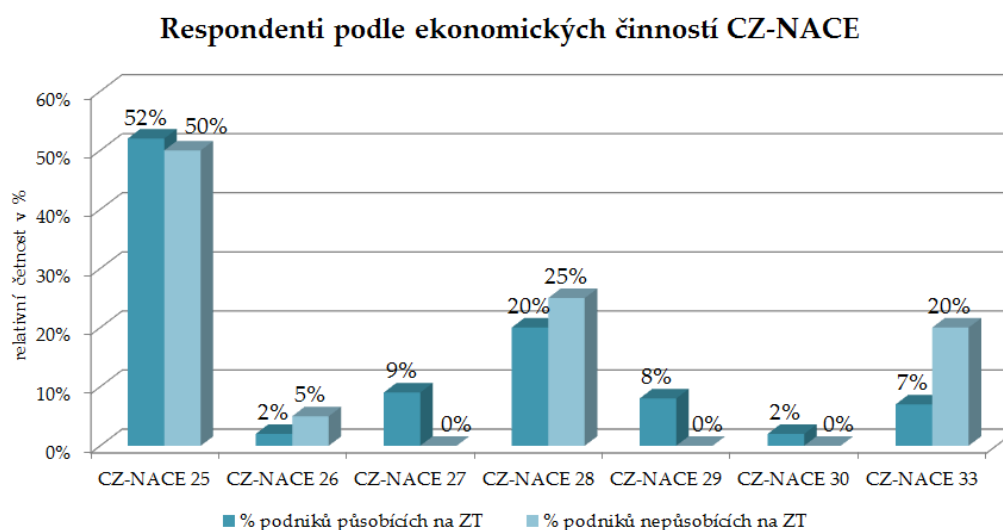
Podle kritéria velikosti podniku se dotazníkového šetření zúčastnilo celkem 25 mikropodniků s počtem zaměstnanců 1 až 9, dále 57 malých podniků s 10 až 49 zaměstnanci a 48 středních podniků s počtem zaměstnanců 50 až 249. Podle kritéria ročního obrátu podniku se dotazníkového šetření zúčastnilo 53 mikropodniků (obrat maximálně 2 mil. EUR), 51 malých podniků (obrat nad 2 mil. EUR ale maximálně 10 mil. EUR) a 26 středních podniků (obrat nad 10 mil. EUR ale maximálně 50 mil. EUR).

Respondenty dále můžeme rozdělit podle toho, do jaké kategorie podle klasifikace ekonomických činností CZ-NACE spadá jejich hlavní podnikatelská činnost. Mezi dotazovanými respondenty (jak u podniků působících na ZT tak u podniků na ZT nepůsobících) spadá hlavní podnikatelská činnost do sekce CZ-NACE 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení. Dále bylo nejvíce respondentů z oblasti CZ-NACE 28 výroba strojů a zařízení jinde neuvedených a CZ-NACE 33 opravy a instalace strojů a zařízení. U vyvážejících podniků působí v sekci CZ-NACE 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení 47 subjektů a u nevyvážejících podniků je to 20 subjektů. Při rozesílání dotazníku byly osloveny podniky ze všech sedmi sekcí CZ-NACE spadajících do strojírenství, avšak ze sekcí 27, 29 a 30 byly odpovědi získány pouze od podniků působících na zahraničním trhu. Rozdělení respondentů podle klasifikace ekonomických činností zobrazuje obrázek č. 19 na následující straně.



Obr. 18 Zastoupení mikro, malých a středních podniků v dotazníkovém šetření (v %)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 130

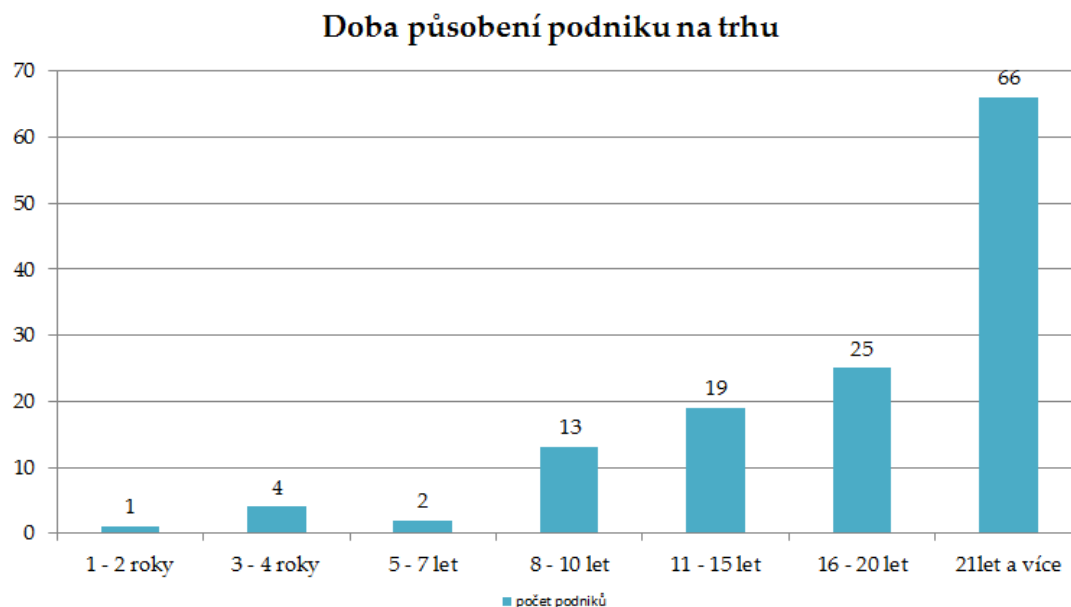


Obr. 19 Procentuální zastoupení podniků podle klasifikace CZ-NACE (v %)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 130

V úvodní otázce dotazníkového šetření byli respondenti požádáni o to, aby uvedli rok založení jejich společnosti. Z tohoto údaje byla následně dopočítána doba existence podniků na trhu a vytvořen následující graf na obrázku č. 20. Nejstarší podnik z celého dotazníkového šetření byl založen v roce 1862, tudíž působí na trhu již 150 let, a jeho ekonomická činnost spadá do oddílu CZ-NACE 25 výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení. Z grafu je patrné, že nejvíce podniků vznikalo před 21 a více lety (více než 50 % podniků) a dále před 16 až 20 lety (více než 19 % podniků). Můžeme tedy konstatovat, že nejvíce podni-

ků bylo zakládáno po Sametové revoluci v roce 1989. Trend vývoje v počtu zakládaných podniků až do současnosti má klesající ráz, tedy podniků s působností na trhu jeden rok až sedm let je pouze 7, to jsou 3 % ze všech podniků dotazníkového šetření.



Obr. 20 Doba existence MSP ze strojírenství na trhu

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 130

4.5.2 Překážky MSP ze strojírenství při vstupu na ZT

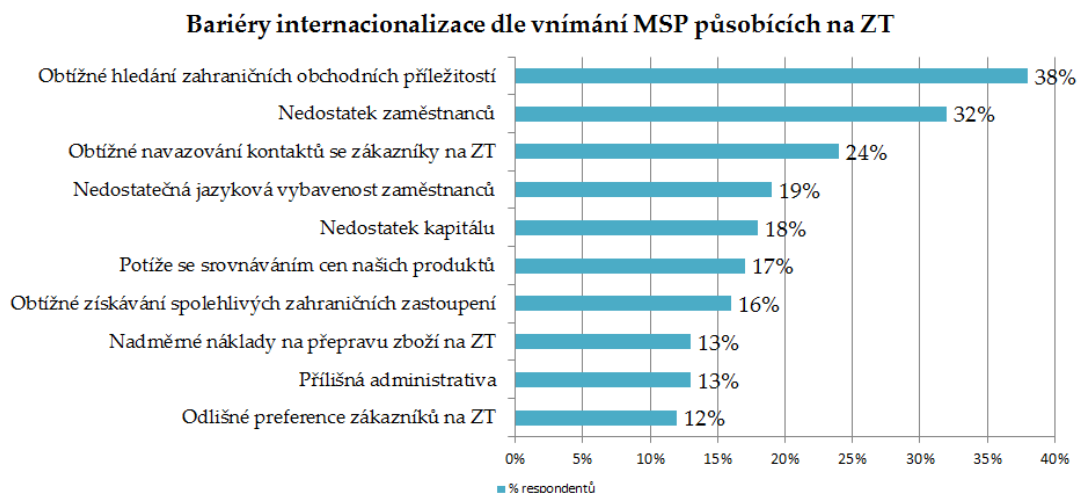
V dotazníkovém šetření byli dále respondenti dotazováni na překážky vstupu na ZT, aby bylo možné určit, co jim nejvíce bránilo při vstupu na ZT.

Podniky, které již působí na zahraničních trzích (obrázek č. 21), měly největší problém při vstupu na ZT s hledáním zahraničních obchodních příležitostí (označilo jako překážku 38 % dotazovaných). Druhým nejčastějším problémem byl nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečně vyškolení zaměstnanci pro zahraniční obchod. Při vstupu na ZT nebyly pro firmy tak významné odlišné preference zahraničních zákazníků od domácích zákazníků a přílišná administrativa, kterou podniky nepůsobící na ZT vidí jako mnohem větší překážku (označilo 13 % podniků působících na ZT a 28 % podniků na ZT nepůsobících).

Překážky, které bránily vstupu na ZT již internacionalizovaným podnikům, se, co se vnímání jejich důležitosti týče, značně liší od překážek podniků, které ještě nejsou internacionalizované.

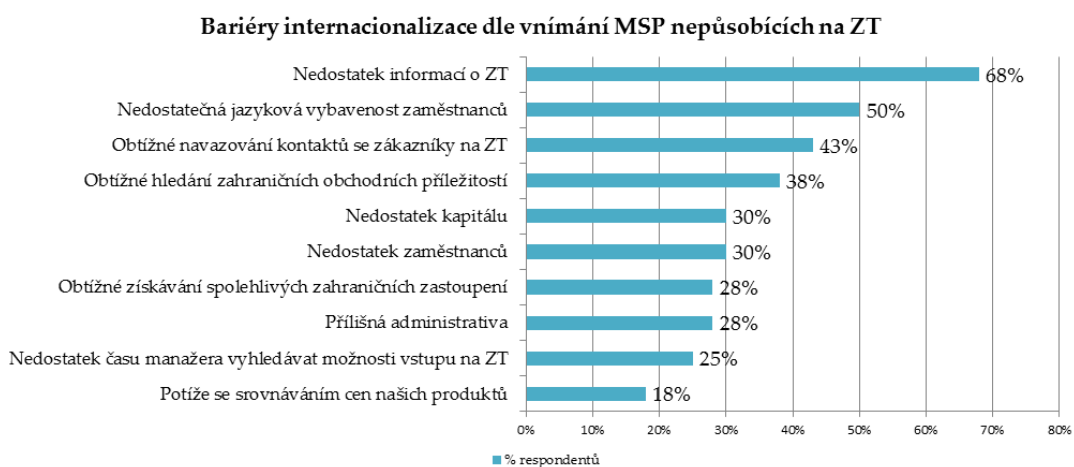
Podniky nepůsobící na ZT (obrázek č. 22) vidí jako největší překážku ke vstupu na ZT nedostatek informací o zahraničních trzích (68 % podniků), dále pak nedostatečnou jazykovou vybavenost klíčových zaměstnanců (50 % podniků) a obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu (43 % podniků). Pou-

ze pro 18 % respondentů by byly překážkou potíže se srovnáváním cen jejich produktů se zahraniční konkurencí.



Obr. 21 Deset hlavních překážek internacionalizace dle podniků působících na ZT (v %)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90



Obr. 22 Deset hlavních překážek internacionalizace dle podniků nepůsobících na ZT (v %)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 40

Z obrázků č. 21 a 22 je patrné, že nadměrné náklady na přepravu zboží na ZT a odlišné preference zahraničních zákazníků od zákazníků na domácím trhu se objevují mezi deseti největšími překážkami pouze u již internacionalizovaných podniků. Taktéž je velmi zajímavé, že nedostatek informací na ZT je mezi podniky nepůsobícími na ZT vnímán jako největší překážka, kdežto u podniků působících na ZT se tato překážka v první desítce ani neobjevuje. Nedostatečnou jazykovou vybavenost klíčových zaměstnanců vidí jako překážku 50 % neinternationalizovaných podniků, ale pouze 19 % již internacionalizovaných firem.

Následující obrázky č. 23 a 24 zobrazují, jaké jsou hlavní překážky podle průzkumu Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (dále OECD) ve srovnání se zjištěnými překážkami v rámci dotazníkového šetření. Průzkum OECD probíhal v roce 2009 a byl zaměřen na identifikaci klíčových bariér vstupu na ZT mezi podniky ve světě.

Ze srovnání deseti hlavních překážek podle průzkumu OECD a výsledků provedeného dotazníkového šetření vyplývá, že dotázané české podniky vnímají jako nejdůležitější odlišné překážky vstupu na ZT, než jaké byly zjištěny jako nejzávažnější pomocí průzkumu OECD. Několik překážek průzkumu OECD se objevuje i v žebříčku obou skupin podniků, ale v jiném pořadí. Oproti tomu podniky působící a podniky nepůsobící na ZT se na některých příčkách shodují. Například jako třetí nejdůležitější překážku vidí obě skupiny podniků obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu, dále na páté příčce se u obou skupin umístil nedostatek kapitálu.

Zatímco podniky ve světě (dle OECD) vnímají jako nejzávažnější překážku jejich působení na ZT nedostatek kapitálu, pro české MSP tato bariéry není příliš důležitá. Jak u podniků působících na ZT, tak u podniků nepůsobících na ZT se nedostatek kapitálu umístil až jako pátá nejdůležitější překážka vstupu na ZT. Pro české MSP je spíše obtížnější najít zahraniční obchodní příležitosti, nedostatek informací o ZT, nedostatečná jazyková vybavenost jejich klíčových zaměstnanců nebo nedostatek zaměstnanců pro zahraniční obchod.

Pořadí	Bariéry internacionalizace podle průzkumu OECD z roku 2009	Bariéry dle podniků působících na ZT	Bariéry dle podniků nepůsobících na ZT
1.	Nedostatek kapitálu	Obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí	Nedostatek informací o zahraničních trzích
2.	Obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí	Nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečné vyškolení zaměstnanců pro zahraniční obchod	Nedostatečná jazyková vybavenost klíčových zaměstnanců
3.	Nedostatek informací o zahraničních trzích	Obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu	Obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu
4.	Obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu	Nedostatečná jazyková vybavenost klíčových zaměstnanců	Obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí
5.	Obtížné získávání spolehlivých zahraničních zastoupení	Nedostatek kapitálu	Nedostatek kapitálu
6.	Nedostatek času manažera k vyhledávání možností vstupu na zahraniční trh	Potíže se srovnáváním cen našich produktů se zahraniční konkurencí	Nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečné vyškolení zaměstnanců pro zahraniční obchod

Obr. 23 Porovnání hlavních překážek vstupu na ZT pro MSP podle průzkumu OECD a průzkumu mezi českými MSP ze strojírenství působícími na ZT a MSP na ZT nepůsobícími (část 1)

Zdroj: vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření a z dat OECD (2009)

7.	Nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečné vyškolení zaměstnanci pro zahraniční obchod	Obtížné získávání spolehlivých zahraničních zastoupení	Obtížné získávání spolehlivých zahraničních zastoupení
8.	Potíže se srovnáváním cen našich produktů se zahraniční konkurencí	Nadměrné náklady na přepravu zboží na zahraniční trh	Přílišná administrativa
9.	Nedostatek podpory (finanční či jiné) ze strany státu	Přílišná administrativa	Nedostatek času manažera k vyhledávání možností vstupu na zahraniční trh
10.	Nadměrné náklady na přepravu zboží na zahraniční trh	Odlišné preference zahraničních zákazníků od zákazníků na domácím trhu	Potíže se srovnáváním cen našich produktů se zahraniční konkurencí

Obr. 24 Porovnání hlavních překážek vstupu na ZT pro MSP podle průzkumu OECD a průzkumu mezi českými MSP ze strojírenství působícími na ZT a MSP na ZT nepůsobícími (část 2)

Zdroj: vlastní zpracování dle získaných dat z dotazníkového šetření a z dat OECD (2009)

4.5.3 Motivy MSP ze strojírenství ke vstupu na ZT

Podniky byly také dotazovány na to, co je motivovalo vstoupit na ZT, případně, proč by chtěli vstoupit na ZT ti, kteří zatím působí pouze na domácím trhu.

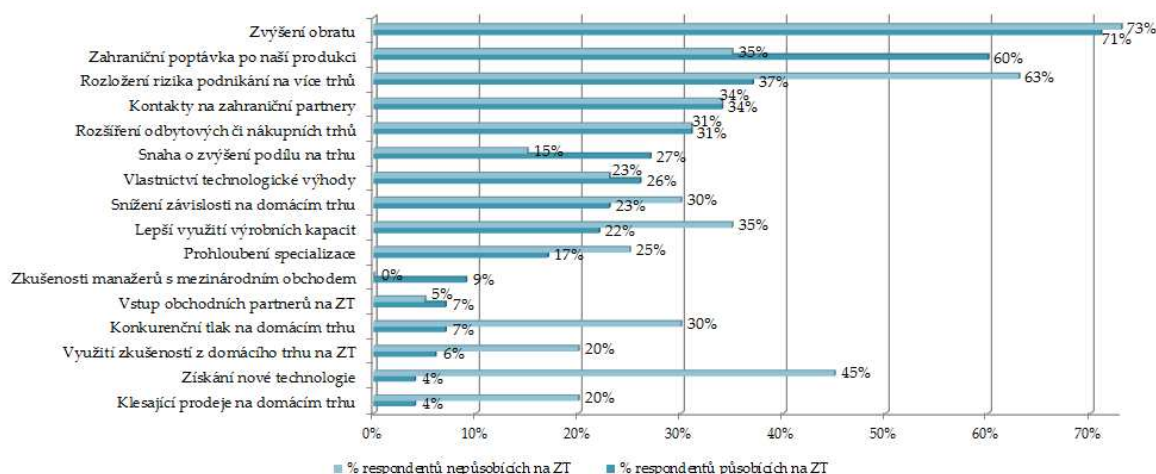
Hlavní motivací ke vstupu na ZT bylo pro již internacionalizované firmy zvýšení jejich obrátu (označilo 71 % podniků). Dále byly podniky nejčastěji motivovány zahraniční poptávkou po jejich produkci (60 % podniků), rozložením rizika podnikání na více trhů (37 % podniků) a existujícími kontakty na zahraniční partnery (34 % podniků). Pouze 4 % podniků motivovaly klesající prodeje na domácím trhu a získání nové technologie nebo know-how.

Z podniků nepůsobících na ZT by 73 % podniků motivovalo ke vstupu na ZT zvýšení obrátu. Dále pak 63 % považuje za motivaci ke vstupu na ZT rozložení rizika podnikání na více trhů a 53 % firem rozšíření odbytových či nákupních trhů. Podle výsledků je patrné, že zkušenosti manažerů s mezinárodním obchodem a vstup obchodních partnerů na ZT by podniky doposud na ZT nepůsobící ke vstupu na ZT téměř vůbec nemotivovaly.

Obrázek č. 25 poukazuje na to, že motivy ke vstupu pro již internacionalizované podniky jsou odlišné od podniků zatím neinternationalizovaných. Obě kategorie vnímají jako největší motivaci ke vstupu na ZT zvýšení obrátu. Velmi odlišné je však hodnocení získání nové technologie jako motivu ke vstupu na ZT, neboť z respondentů zatím nepůsobících vnímá získání nové technologie jako dobrou motivaci 45 % dotázaných. Z podniků již internacionalizovaných vedlo získání nové technologie nebo know-how ke vstupu na ZT pouze 4 % z nich. Taktéž konkurenční tlak je významnou motivací pro 30 % neinternationalizovaných firem, ale pouze pro 7 % internacionalizovaných podniků. Naopak zahraniční poptávka po produkci firem je mnohem důležitějším faktorem ke vstupu na ZT pro internacionalizované

podniky (označilo 60 % respondentů) oproti zatím neinternacionalizovaným (označilo 35 % respondentů).

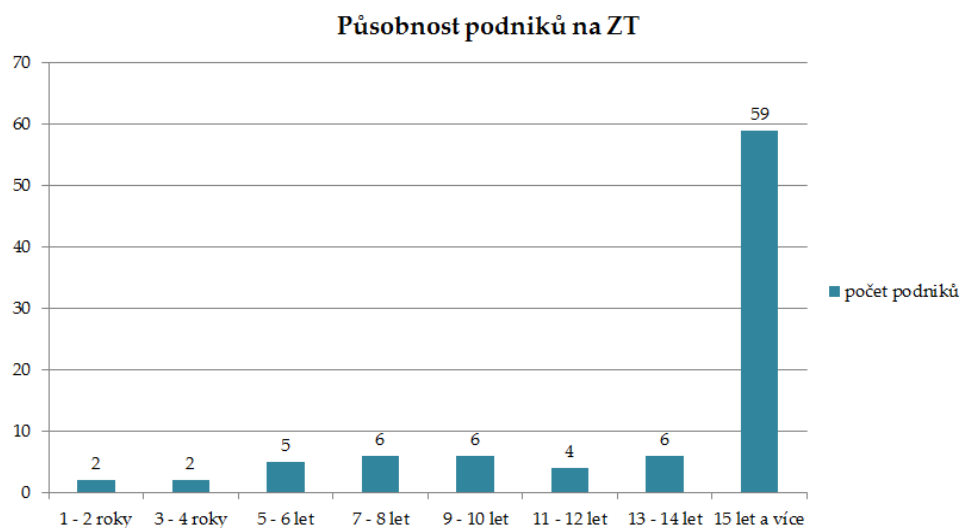
Motivy internacionalizace dle MSP ze strojírenství



Obr. 25 Motivy internacionalizace MSP ze strojírenství působících i nepůsobících na ZT (v %)
 Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 130

4.5.4 Doba a forma působení strojírenských MSP na ZT

Následující obrázek č. 26 znázorňuje, jak dlouho působí dotazované podniky na zahraničních trzích. Z celkových 90 respondentů 59 uvedlo, že jejich firma působí na ZT 15 a více let. V procentním vyjádření to je téměř 66 % všech respondentů. Můžeme říci, že mezi dotazovanými podniky s velkou převahou nad ostatními kategoriemi působí hlavně firmy s dlouholetou tradicí a zkušenostmi. Pouze 4 podniky působí na zahraničním trhu v rozmezí jednoho až čtyř let. To opět dokazuje, že strojírenské podniky jsou již na ZT zavedené a mají zde dlouholetou tradici.

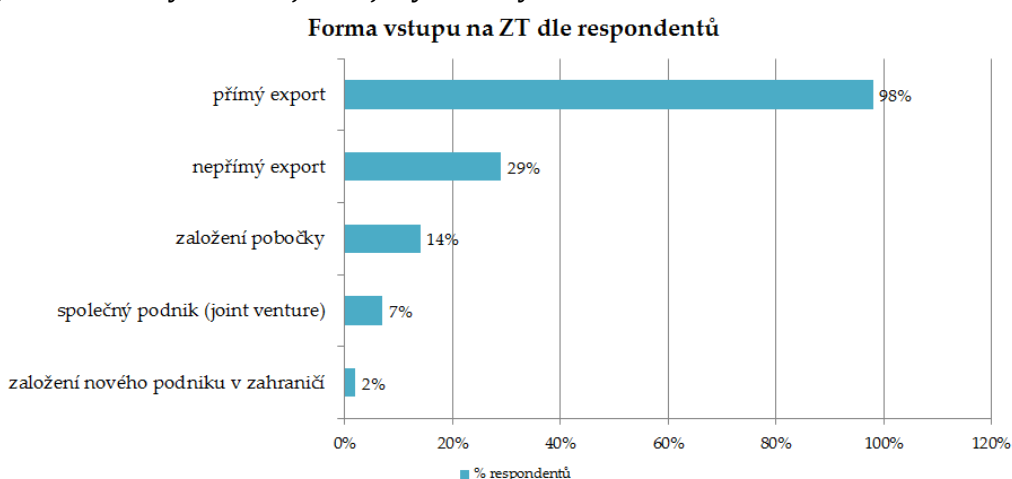


Obr. 26 Doba působení MSP ze strojírenství na ZT

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

Forma vstupu MSP na ZT

Následující obrázek č. 27 ukazuje, jakou formou nejčastěji podniky vstupovaly na zahraniční trhy. V této otázce měli respondenti možnost označit více možností forem vstupu na ZT a na výběr měli z osmi možností, kterými jsou přímý vývoz, nepřímý vývoz, založení pobočky, založení nového podniku v zahraničí, společný podnik (joint venture), licence, franchising a jiná než uvedená forma vstupu na ZT. Možnosti jiná než uvedená forma vstupu na ZT však žádný z respondentů nevyužil. Taktéž žádný z respondentů neuvedl, že by při vstupu na ZT bylo využito licence či franchisingu. Nejvíce podniky využívají přímého exportu, který jako formu vstupu na ZT označilo 98 % respondentů, druhou nejčastější formou vstupu na ZT je nepřímý export, který označilo 29 % respondentů. Podle odborné literatury jsou právě tyto dvě formy MSP nejčastěji využívány.

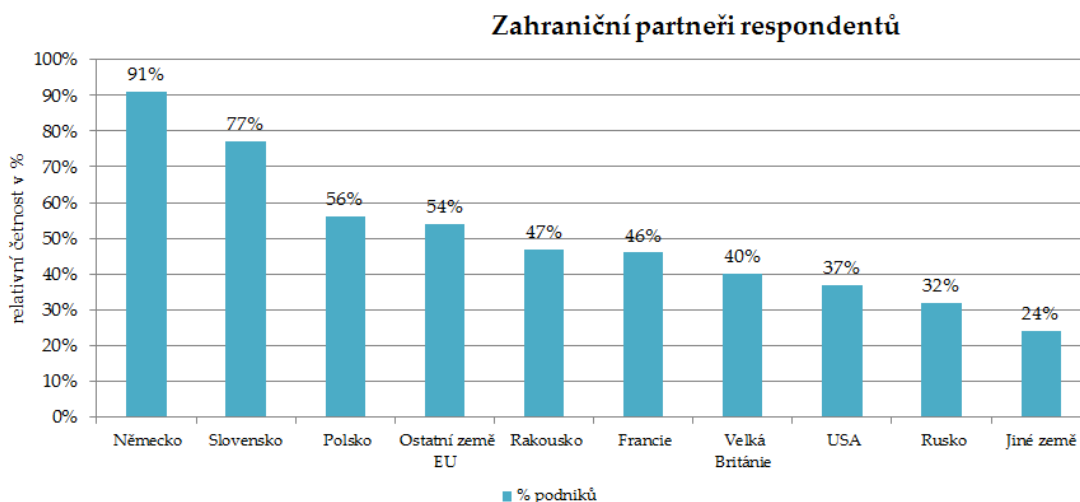


Obr. 27 Forma vstupu MSP na ZT (v % podniků)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

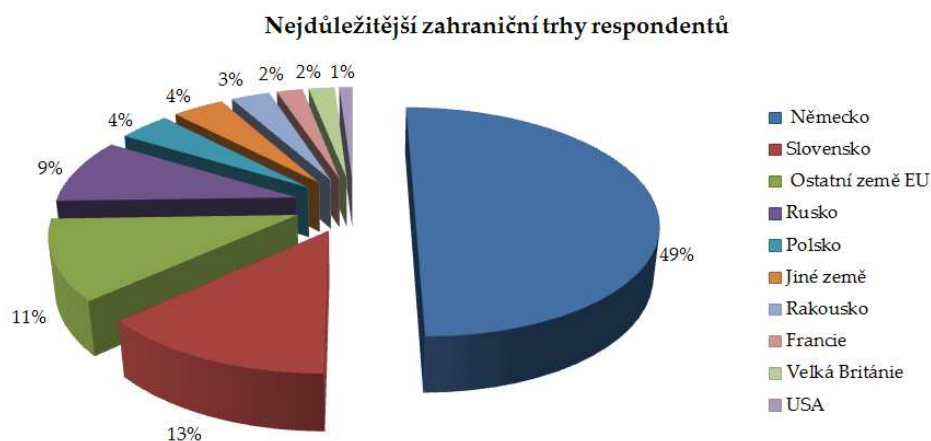
4.5.5 Zahraňiční partneři strojírenských MSP

Co se týče zahraničních partnerů respondentů, následující obrázek č. 28 zobrazuje, na kterých zahraničních trzích podniky nejčastěji působí. V této otázce měli respondenti možnost označit více z následujících možností: Slovensko, Německo, Polsko, Rakousko, Francie, Velká Británie, Ostatní země EU, Rusko, USA a jiné země. Z celkových 90 podniků uvedlo 22 respondentů, což je 24 % všech respondentů, možnost jiné země jako například Mexiko, Indie, Čína, Švýcarsko, Brazílie aj. Jeden podnik uvedl do možností, že vyváží celosvětově. Celkem 91 % podniků uvedlo, že exportují do Německa, na druhém místě se umístilo Slovensko se 77 % a na třetím místě Polsko s 56 %.



Obr. 28 Oblasti zahraničního působení MSP (v %)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90



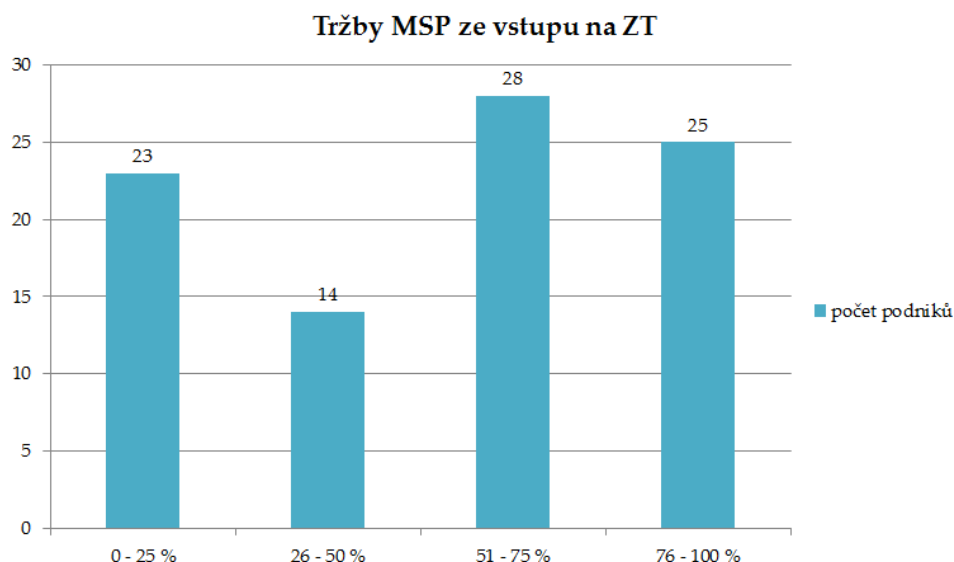
Obr. 29 Nejdůležitější zahraniční trhy pro MSP ze strojírenství (v % podniků)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

Co se týče významnosti jednotlivých zahraničních partnerů, 49 % respondentů uvedlo jako svého nejdůležitějšího zahraničního partnera dle velikosti tržeb Německo. Druhý nejdůležitější partner českých MSP ze strojírenství je podle odpovědí respondentů Slovensko s podílem 13 % a na třetím místě se umístily ostatní země EU s 11 %.

4.5.6 Tržby strojírenských MSP ze zahraničních aktivit

Následující obrázek č. 30 zobrazuje, jaký podíl na celkových tržbách podniků zaujímají tržby ze zahraničních aktivit těchto podniků. Nejvíce podniků (celkem 28) uvedlo, že se podíl jejich tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách nachází v rozmezí 51 – 75 %. Nejmenší zastoupení (pouze 14 podniků) má kategorie s podílem zahraničních tržeb na celkových tržbách 26 – 50 %. Podle výsledků lze konstatovat, že pro podniky působící na ZT jsou tržby ze zahraničních aktivit velmi důležité a u více než 58 % dotazovaných podniků představují tyto tržby více než 51 % celkových tržeb podniku.



Obr. 30 Podíly tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách MSP (v %)

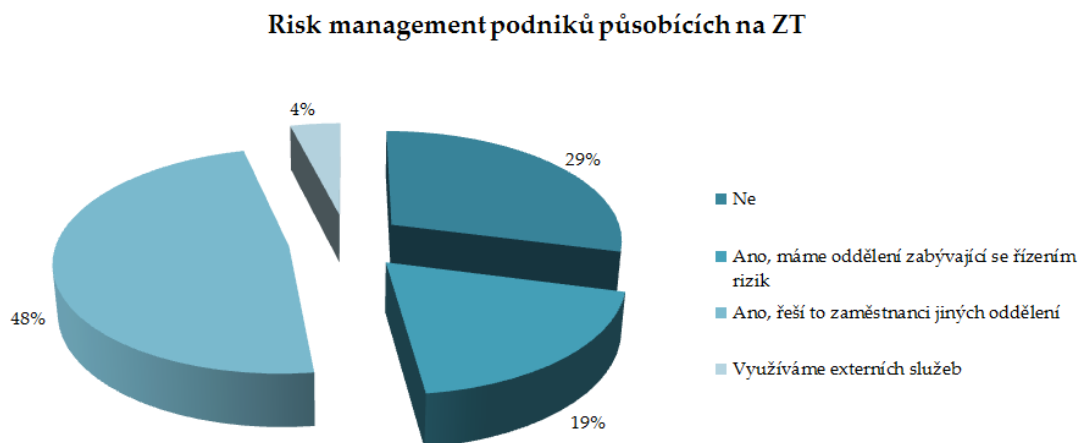
Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

4.5.7 Řízení rizik u MSP ze strojírenství

V této části bylo zjišťováno, zda se podniky zabývají řízením rizik souvisejících s podnikáním a vstupem na ZT, jaká skupina rizik mezinárodního obchodu představuje nejzávažnější hrozbu pro podniky, jak významný negativní dopad by na jejich činnost měl výskyt konkrétních komerčních rizik, jak často se s těmito riziky při obchodování setkávají a jaké formy zajištění proti těmto rizikům využívají.

Řízení rizik

Z celkových 90 podniků působících na ZT uvedlo 48 % (43 podniků) respondentů, že řízením rizik v jejich podniku se zabývají zaměstnanci jiných oddělení (např. ekonomického) a že vlastní oddělení zabývající se řízením rizik nemají. Dále 29 % (26 podniků) respondentů uvedlo, že se řízením rizik vůbec nezabývají, 19 % (17 firem) podniků má vlastní oddělení zabývající se risk managementem a 4 % podniků využívají externích služeb.

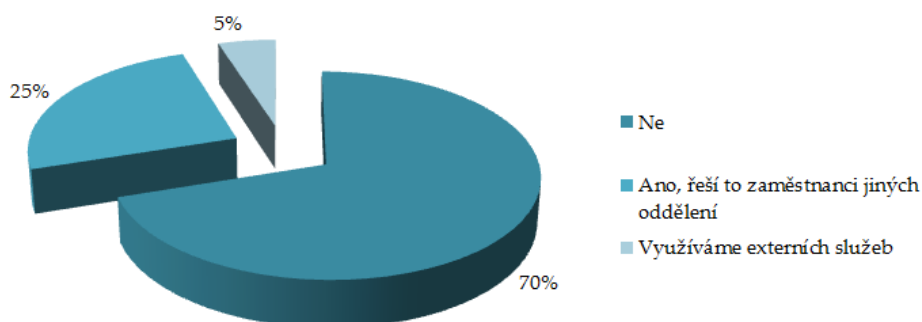


Obr. 31 Řízení rizik podniků působících na ZT (% podniků)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

U podniků nepůsobících na ZT uvedlo 70 % (28 podniků) respondentů, že se řízením rizik vůbec nezabývají. U 25 % (10 firem) podniků řeší risk management zaměstnanci jiných oddělení, neboť tyto podniky vlastní oddělení pro řízení rizik nemají a 5 % podniků využívá externích služeb. Žádný z podniků nepůsobících na ZT nemá pro řízení rizik zřízené vlastní oddělení.

Je vidět, že vyvážející podniky se více obávají rizika, neboť řízením rizik se zabývá 71 % (64 firem) podniků působících na ZT. Oproti tomu nevyvážející podniky se při obchodování na domácím trhu vzniku rizika tolik neobávají, neboť pouze 30 % (12 firem) z nich se řízením rizik zabývá.

Risk management podniků nepůsobících na ZT

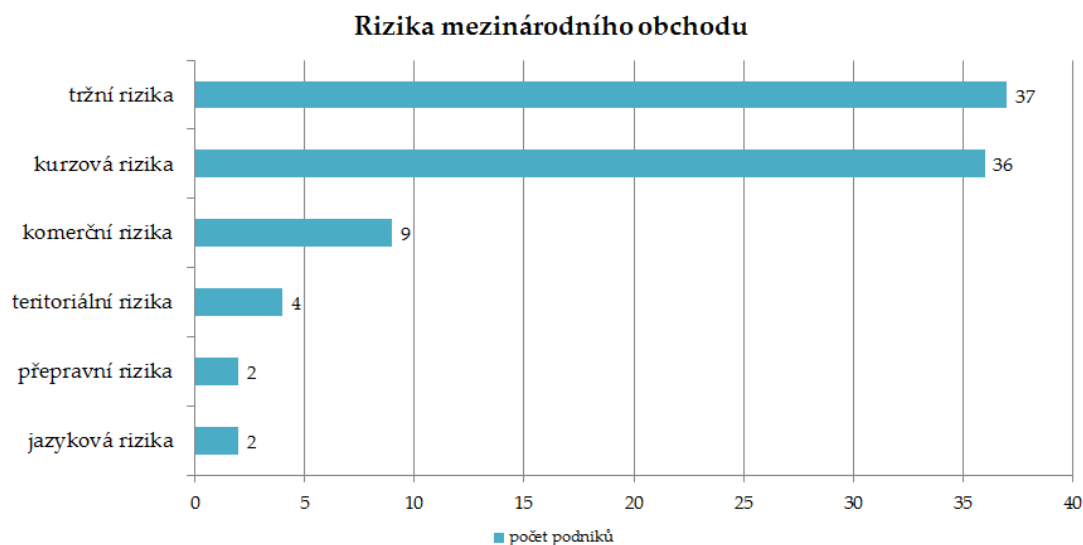
Obr. 32 Řízení rizik podniků nepůsobících na ZT (% podniků)

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 40

Rizika mezinárodního obchodu pro MSP ze strojírenství

V teoretické části práce bylo dle odborné literatury zjištěno, že dle významnosti jednotlivých rizik mezinárodního obchodu řadíme komerční rizika internacionalizace mezi MSP obecně na první místo.

Následující obrázek č. 33 zobrazuje, zda toto bylo potvrzeno i v případě dotazovaných MSP ze strojírenství. Z grafu je patrné, že prvenství komerčních rizik u strojírenských MSP nebylo potvrzeno a z 90 podniků působících na ZT 37 uvedlo, že nejzávažnější hrozbou jsou pro ně tržní rizika způsobená např. změnou tržních podmínek a změnou poptávky na zahraničním trhu. Na druhém místě se umístila kurzová rizika (nepříznivý vývoj kurzu, který může znehodnotit sjednanou kupní cenu), která za největší hrozbu označilo 36 podniků. Komerční rizika, související s neplněním nebo opožděným plněním závazku zahraničního partnera, se umístila až na třetím místě a jako největší problém je vidí pouze 9 podniků z celkových 90 ti respondentů. Pozice komerčních rizik na třetím místě žebříčku rizik mezinárodního obchodu může být způsobena tím, že podniky mají dlouholetou tradici a dobré zkušenosti s partnery na ZT a že je strojírenství tradičním exportně-orientovaným odvětvím.



Obr. 33 Rizika mezinárodního obchodu podniků působících na ZT

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

4.5.8 Komerční rizika z pohledu strojírenských MSP

Hlavním tématem této práce jsou právě zmiňovaná komerční rizika, dále bylo tedy zkoumáno, jak často se s nimi podniky při obchodování setkávají, jak významný negativní dopad by měl výskyt těchto rizik na jejich aktivity a jak se proti nim firmy zajišťují. Toto bylo zjišťováno jak mezi podniky již působícími na ZT, tak mezi podniky, které zatím podnikají pouze na domácím trhu.

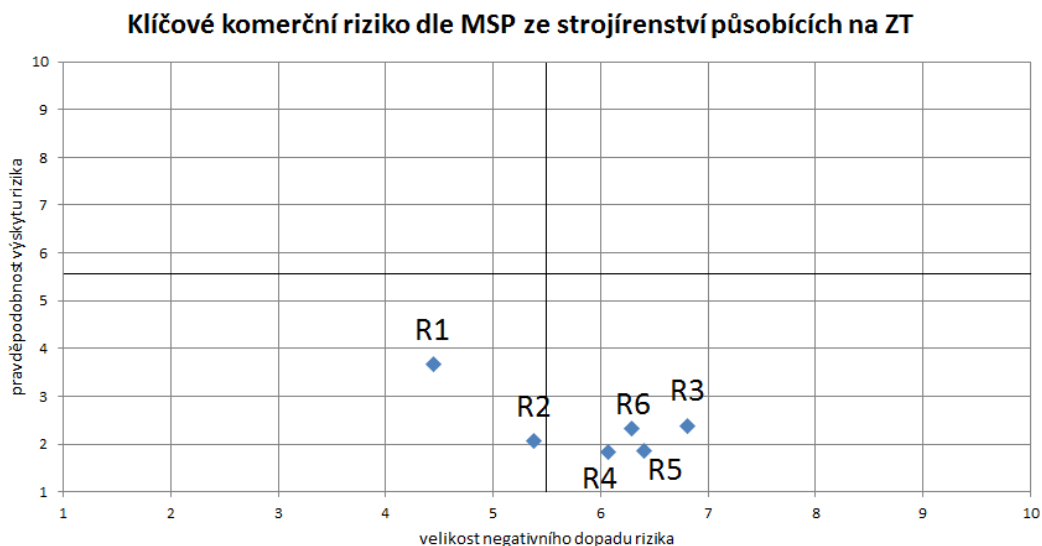
V otázce, jak často se s danými komerčními riziky podniky setkávají, měly podniky výskyt vybraných komerčních rizik určit na škále od 1 do 10, přičemž 1 znamená, že se s tímto rizikem nikdy nesetkaly a 10 znamená, že se s ním setkávají stále, tedy při každém obchodním styku. V otázce, jak velký negativní dopad na činnost podniku by měl výskyt konkrétních komerčních rizik, měly podniky negativní dopad vybraných komerčních rizik určit taktéž na škále od 1 do 10, přičemž 1 znamená, že by výskyt tohoto rizika na činnost podniku neměl žádný vliv a 10 znamená, že výskyt tohoto rizika by měl velmi významný dopad na činnost podniku.

Ze sesbíraných dat byly vypočteny průměrné hodnoty četnosti (pravděpodobnosti) výskytu rizika a negativního dopadu jednotlivých komerčních rizik a následně byly tyto hodnoty přeneseny do dvourozměrného bodového grafu. Osa x zobrazuje velikost negativního dopadu konkrétního rizika a osa y pravděpodobnost výskytu tohoto rizika. Průměrné hodnoty pravděpodobnosti výskytu a velikosti negativního dopadu byly vypočteny pomocí váženého aritmetického průměru.

Bodový graf byl využit z toho důvodu, že „riziko“ v sobě zahrnuje dva rozměry: pravděpodobnost výskytu a velikost negativního dopadu. Jako klíčová komerční rizika pro podniky byla vybrána ta, která mají jednak vysokou pravděpodobnost výskytu a jednak velký negativní dopad na činnost podniku v případě jejich výsky-

tu. Z porovnání těchto údajů bylo zjištěno klíčové komerční riziko dle strojírenských podniků působících na ZT. Komerční rizika byla hodnocena i podniky nepůsobícími na ZT a to s ohledem na jejich aktivity na domácím trhu.

Komerční rizika související s internacionalizací



Obr. 34 Důležitost komerčních rizik dle vyvážejících MSP ze strojírenství¹

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90

Z obrázku č. 34 lze vyčíst, že v rámci působení na ZT se strojírenské MSP s danými komerčními riziky moc často nesetkávají (průměrná hodnota kolem 2 na škále od 1 do 10 bodů) kromě rizika R1 (hodnoceno v průměru 4 body na škále od 1 do 10), ale vnímají jejich dopad jako závažný (průměrná hodnota 6 až 7 na škále od 1 do 10) kromě rizik R1 (průměrná hodnota 4,5 na škále od 1 do 10) a R2 (průměrná hodnota 5,4 na škále od 1 do 10).

Nejčastěji se strojírenské MSP působící na ZT setkávají s rizikem R1, které však hodnotí z pohledu negativního dopadu poměrně slabě (průměrná hodnota 4,5). Může to být způsobeno tím, že platební morálka zahraničních odběratelů těchto firem není dobrá, ale i přesto v případě nezaplacení faktury to nemá zase až takový negativní dopad na činnost podniku. Jako nejvíce závažné ze všech uvedených rizik hodnotí strojírenské MSP působící na ZT riziko R3, se kterým se setkávají velmi často (na škále pravděpodobnosti výskytu se umístilo jako druhé nejčastější riziko). Umístění tohoto rizika na první pozici, co se negativního dopadu týče, může být způsobeno tím, že v případě jeho vzniku nejsou schopny podniky výpadek jed-

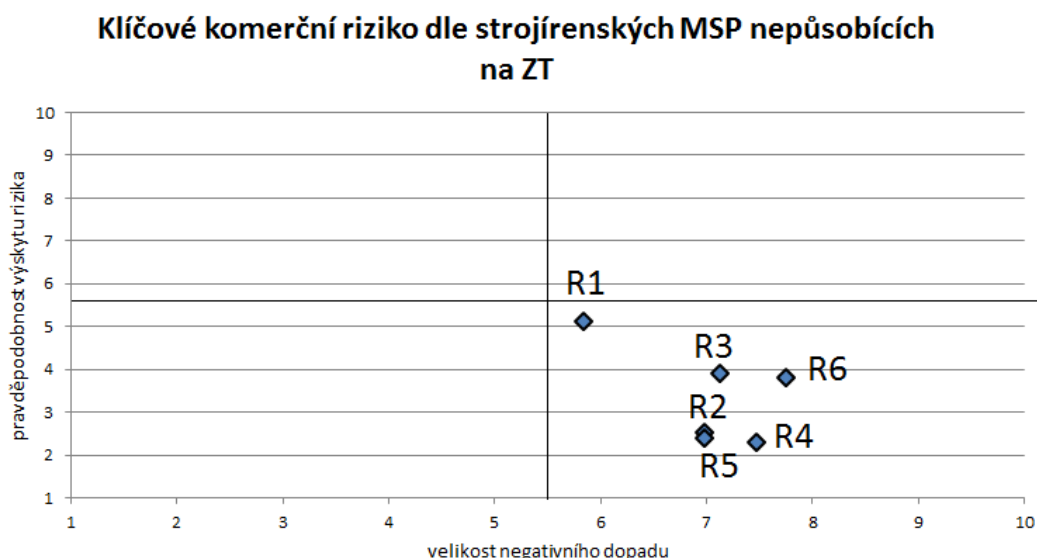
¹ Vysvětlivky k obrázku č. 34: Opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem (R1), Odstoupení odběratele/partnera od kontraktu (R2), Ztráta klíčových odběratelů/partnerů (R3), Neodebrání vyrobených produktů odběratelem (R4), Uzavření chybné smlouvy s odběratelem/partnerem (R5), Platební nevůle či neschopnost odběratele/partnera (R6).

noho odběratele nahradit jiným odběratelem, neboť např. nemají více klíčových zahraničních odběratelů.

Jako klíčová komerční rizika dle strojírenských MSP působících na ZT lze tedy určit:

1. Riziko ztráty klíčových odběratelů/partnerů (R3),
2. Riziko opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem (R1),
3. Riziko platební nevůle či neschopnosti odběratele/partnera (R6).

Komerční rizika při obchodování na domácím trhu



Obr. 35 Důležitost komerčních rizik dle nevyvážejících MSP ze strojírenství²

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 40

Z obrázku č. 35 lze vyčíst, že v rámci působení na domácím trhu se strojírenské MSP s danými komerčními riziky moc často nesetkávají (průměrná hodnota 2 až 4 na škále od 1 do 10), kromě rizika R1 (hodnoceno v průměru 5 body na škále od 1 do 10), ale vnímají jejich dopad jako silně závažný (průměrná hodnota negativního dopadu 7 až 8 na škále od 1 do 10), s výjimkou rizika R1 (hodnoceno v průměru 5,9 body na škále od 1 do 10).

Nejčastěji se strojírenské MSP při působení na domácím trhu setkávají s rizikem R1 (průměrná hodnota 5), které však hodnotí z pohledu negativního dopadu nejslaběji ze všech rizik (průměrná hodnota 5,9). Může to být způsobeno tím, že

² Vysvětlivky k obrázku č. 35: Opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem (R1), Odstoupení odběratele/partnera od kontraktu (R2), Ztráta klíčových odběratelů/partnerů (R3), Neodebrání vyrobených produktů odběratelem (R4), Uzavření chybné smlouvy s odběratelem/partnerem (R5), Platební nevůle či neschopnost odběratele/partnera (R6).

platební morálka partnerů firem působících na domácím trhu je špatná, ale nezaplacení faktury nemá významný dopad na aktivity podniky.

Jako nejvíce závažné ze všech uvedených rizik hodnotí respondenti riziko R6 (průměrná hodnota 7,8), se kterým se naopak setkávají méně často než jak je to u ostatních rizik. To může být způsobeno tím, že platební neschopnost odběratelů má velmi významný dopad na činnost podniku, ale díky spolehlivosti a úvěruschopnosti partnerů se s tímto rizikem MSP ze strojírenství působící na domácím trhu nesetkávají moc často.

Jako klíčová rizika strojírenských MSP působících na domácím trhu lze tedy určit:

1. Platební nevůle či neschopnost odběratele/partnera (R6),
2. Opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem (R1),
3. Ztráta klíčových odběratelů/partnerů (R3).

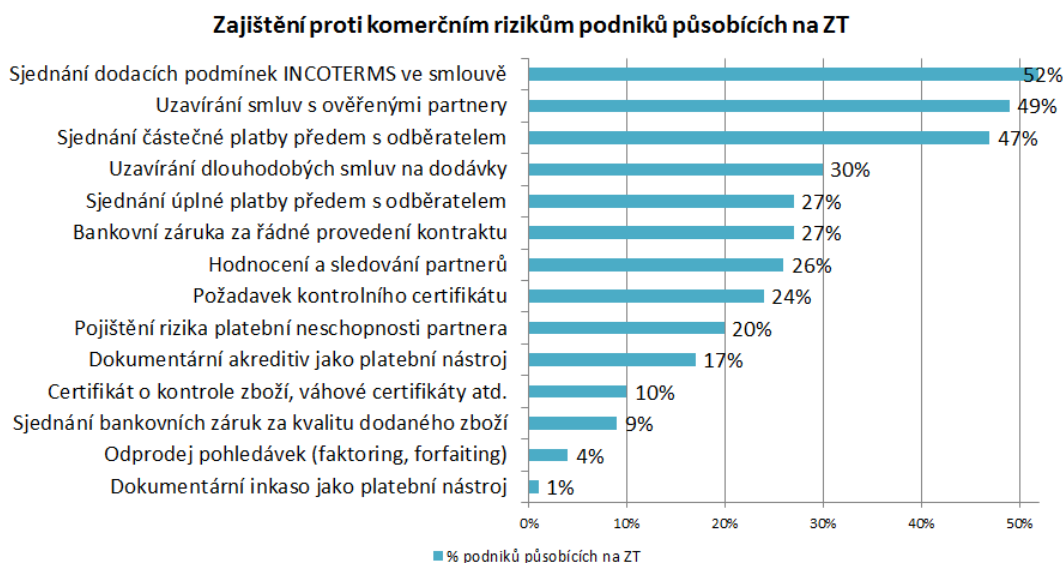
Srovnání klíčových rizik dle strojírenských MSP působících a nepůsobících na ZT

Při porovnání odpovědí internacionalizovaných MSP a MSP působících pouze na domácím trhu lze zjistit, že na domácím trhu se podniky s komerčními riziky setkávají častěji a taktéž vnímají jejich negativní dopad jako více závažný než při obchodování podniků na ZT.

Zajištění podniků proti komerčním rizikům

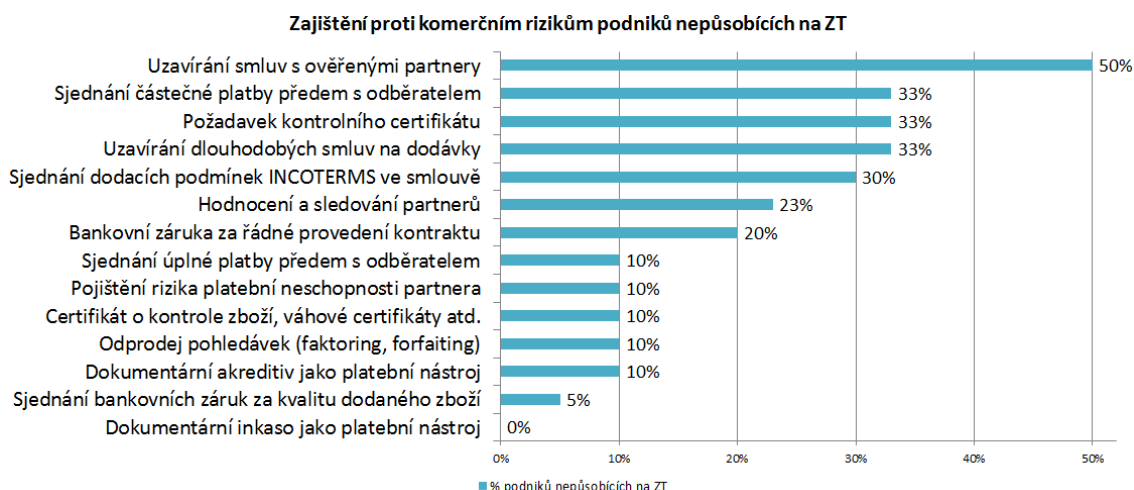
Dále bylo zjišťováno, jakým způsobem se podniky zajišťují proti komerčním rizikům. Podniky obchodující se zahraničními partnery nejčastěji využívají sjednávání dodacích podmínek INCOTERMS ve smlouvě (52 % podniků toto uplatňuje), dále pak 49 % podniků uzavírá smlouvy pouze s ověřenými partnery a 47 % firem sjednávají částečné platby (zálohy) předem s odběratelem. Dokumentárního inkasa jako platebního nástroje při ochraně proti komerčním rizikům nevyužívá žádný z podniků nepůsobících na ZT a z podniků působících na ZT tuto formu zajištění uplatňuje pouze jeden podnik. Z obrázku č. 36 je patrné, že podniky více využívají dokumentárního akreditivu jako platebního nástroje (17 % podniků působících na ZT a 10 % podniků na ZT nepůsobících).

Z podniků nepůsobících na ZT při obchodování pouze na domácím trhu využívají nejčastěji tato zajištění: 50 % uzavírá smlouvy pouze s ověřenými partnery, dále 33 % podniků uzavírá dlouhodobé smlouvy na dodávky za předem stanovených podmínek, požadují kontrolní certifikát svědčící o množství nebo kvalitě dodaného zboží a sjednávají částečné platby předem (zálohy) se zahraničním odběratelem.



Obr. 36 Zajištění vyvážejících MSP ze strojírenství proti vzniku komerčních rizik

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 90



Obr. 37 Zajištění nevyvážejících MSP ze strojírenství proti vzniku komerčních rizik

Zdroj: dotazníkové šetření 2015, n = 40

4.6 Testování stanovených hypotéz

Součástí zpracování primárních dat bylo statistické ověření platnosti následujících tří hypotéz.

Hypotéza 1

Nulová hypotéza H_0 : Neexistuje závislost mezi velikostí podílu tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách podniku a tím, jak dlouho podnik působí na ZT.

Alternativní hypotéza H_1 : Existuje závislost mezi velikostí podílu tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách podniku a tím, jak dlouho podnik působí na ZT.

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu nelze zamítnout, protože vypočtená p-hodnota je 0,73032 a platí tedy, že $p > \alpha$. Nulovou hypotézu nezamítáme ani na 10 % hladině významnosti α .

Lze tedy říci, že neexistuje závislost mezi dobou působení podniku na ZT a velikostí tržeb ze zahraničních aktivit podniku.

Hypotéza 2

Nulová hypotéza H_0 : Neexistuje závislost mezi řízením rizik a velikostí podniku.

Alternativní hypotéza H_1 : Existuje závislost mezi řízením rizik a velikostí podniku.

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu lze zamítnout, protože vypočtená p-hodnota je 0,00001 a platí tedy, že $p \leq \alpha$. Je tedy přijata alternativní hypotéza H_1 .

Na základě tohoto zjištění je možné konstatovat, že existuje závislost mezi řízením rizik a velikostí podnik. Lze tedy předpokládat, že čím je podnik větší (velikost dle počtu zaměstnanců ve 3 kategoriích), tím spíše se zabývá řízením rizik.

Dle zjištěného Cramerova V, jehož vypočtená hodnota je 0,45, lze říci, že zjištěná závislost mezi proměnnými je středně silná.

Z kontingenční tabulky dále vyplývá že:

- zatímco u drobných podniků se řízením rizik zabývá pouze zhruba 24 % podniků, u malých podniků provádí řízení rizik necelých 51 % podniků. Mezi středními podniky se řízení rizik věnuje dokonce 84 % respondentů,
- ze všech dotázaných podniků se řízením rizik zabývá téměř 59 % respondentů,
- z podniků zabývajících se řízením rizik tvoří téměř 8 % drobní podnikatelé, dále skoro 37 % malí podnikatelé a přes 55 % střední firmy.

Hypotéza 3

Nulová hypotéza H_0 : Neexistuje závislost mezi velikostí podílu tržeb plynoucích z působení podniků na ZT na celkovém objemu tržeb a tím, zda se podnik zabývá řízením rizik.

Alternativní hypotéza H_1 : Existuje závislost mezi velikostí podílu tržeb plynoucích z působení podniků na ZT na celkovém objemu tržeb a tím, zda se podnik zabývá řízením rizik.

Na hladině významnosti $\alpha = 0,05$ nulovou hypotézu lze zamítnout, protože vypočtená p-hodnota je 0,02897 a platí tedy, že $p \leq \alpha$.

Znamená to tedy, že Existuje závislost mezi velikostí podílu tržeb plynoucích z působení podniků na ZT na celkovém objemu tržeb a tím, zda se podnik zabývá řízením rizik.

Podle vypočteného Cramerova V 0,32 lze říci, že mezi proměnnými je závislost, která je ovšem slabá až středně silná.

Z kontingenční tabulky dále vyplývá že:

- řízením rizik u podniků působících na ZT se zabývá téměř 72 % respondentů, z toho přes 14 % jsou podniky s podílem tržeb ze zahraničních aktivit 0 – 25 %, dále téměř 9 % tvoří podniky s podílem tržeb ze

zahraničních aktivit 26 – 50 %, přes 22 % firmy s podílem tržeb ze zahraničních aktivit 51 – 75 % a téměř 28 % jsou respondenti s podílem tržeb z působení na ZT 76 – 100 %,

- řízení rizik je důležité pro více než 43 % respondentů s podílem tržeb 0 – 25 %, dále pro téměř 43 % firem s podílem tržeb 26 – 50 %, ale pouze pro skoro 29 % podniků s podílem tržeb 51 – 75 %,
- u podniků s podílem tržeb 76 – 100 % řeší řízení rizik zhruba 92 % respondentů,
- podniky s velkým podílem tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách řeší řízení rizik častěji než podniky s menším podílem těchto tržeb.

Hypotéza 1 byla stanovena z toho důvodu, aby bylo zjištěno, zda velikost podílu tržeb ze zahraničních aktivit podniku na celkových tržbách tohoto subjektu může být ovlivněna tím, kolik let podnik na ZT již působí. Bylo předpokládáno, že podniky s dlouholetou tradicí působení na ZT a bohatými zkušenostmi s obchodováním na ZT budou zaměřeny na výrobu právě pro zahraniční partnery a tudíž podíl tržeb ze zahraničních aktivit na celkových tržbách podniku bude vysoký. Z testování této hypotézy však vyplynulo, že neexistuje závislost mezi dobou působení podniku na ZT a velikostí podílu tržeb z obchodování podniku na ZT na celkových tržbách. Důvodem může být to, že firmy sice mají spolehlivé zahraniční partnery a na ZT působí již dlouhou dobu, ale tržby ze zahraničních obchodů pro ně nejsou přesto stěžejní a větší podíl na tržbách jim přináší výroba pro domácí trh.

Hypotéza 2 byla stanovena za účelem zjištění, zda existuje závislost mezi velikostí podniku podle počtu zaměstnanců a tím, zda podnik provádí řízení rizik. Předpokladem pro tuto hypotézu bylo, střední podniky budou spíše provádět řízení rizik než podniky malé a drobné. Na základě výsledků byl tento předpoklad potvrzen. Důvodem může být zejména to, že větší podniky si oproti drobným podnikatelům uvědomují závažnost rizik vznikajících při obchodování a častěji než drobní podnikatelé se snaží pomocí risk managementu těmto rizikům předcházet.

Hypotéza 3 byla stanovena kvůli zjištění, zda existuje závislost mezi podílem tržeb ze zahraničních aktivit podniku na celkových tržbách tohoto subjektu a tím, zda podnik provádí řízení rizik či nikoliv. Bylo předpokládáno, že podniky, které provádí řízení rizik, jsou úspěšnější ve svých aktivitách na ZT, tedy mají vyšší podíl tržeb ze zahraničního obchodování na celkových tržbách než podniky nezabývající se řízením rizik. Z testování hypotézy byla tato závislost potvrzena a můžeme tedy říci, že existuje jistá závislost mezi řízením rizik ve firmě a velikostí tržeb ze zahraničních aktivit.

4.7 Návrh doporučení

Na základě výpovědí respondentů byla identifikována klíčová komerční rizika internacionalizace malých a středních podniků ze strojírenství v následujícím pořadí:

1. Riziko ztráty klíčových odběratelů/partnerů,

2. Riziko opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem,
3. Riziko platební nevůle či neschopnosti odběratele/partnera.

Dle stanovených cílů této práce je v neposlední řadě třeba navrhnout adekvátní opatření, která by mohly MSP ze strojírenství využít k eliminaci komerčních rizik. Návrhy budou stanoveny pro všechny typy komerčních rizik, neboť i rizika méně častá a méně závažná než zjištěná tři klíčová rizika je třeba neopomínat.

U všech typů komerčních rizik je vždy velmi nutné, aby si podniky vybíraly spolehlivé zahraniční partnery (odběratele i dodavatele). Pro výběr vhodných obchodních partnerů je třeba prověřit jejich důvěryhodnost, jaká je právní forma podniku, výše základního kapitálu, velikost zadlužení aj. Tyto informace lze získat z internetových zdrojů jako je např. obchodní rejstřík. Kromě veřejně dostupných zdrojů mohou podniky využít také placené služby agentury CzechTrade. Tato agentura poskytuje informace např. o právní formě zahraniční společnosti, datu založení, informace o výši základního kapitálu, hlavních akcionářích, obratu atd.

Riziku ztráty klíčových partnerů lze předcházet udržováním dobrých vztahů se zahraničními obchodními partnery podniku, sjednáváním výhodnějších cen oproti konkurenci pro klíčové odběratele podniku nebo zavedením konkrétního výhodného věrnostního programu pro tyto zákazníky. Tomuto riziku lze dále předcházet také diverzifikací zákaznického portfolia a snížit pomocí rozložení produkce na větší počet podniků dopad ztráty konkrétního obchodního partnera na fungování podniku.

Proti vzniku rizika **opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem** se lze bránit sjednáním penále (pokuty) v kupní smlouvě při pozdním uhrazení objednávky. Dle občanského zákoníku lze smluvní pokutu sjednat jen písemně a musí být určena její výše nebo způsob jejího určení.

Nejčastější formou zajištění proti **riziku platební nevůle či neschopnosti odběratele/partnera** je pojištění tohoto rizika, které nabízí řada pojišťoven pod názvem pojištění pohledávek (úvěrové pojištění).

U tohoto pojištění je pojistné ve většině případů formulováno jako určité procento z pojištěného obratu a pojišťovna obvykle nehradí celou pohledávku, neboť pojištěnec má u tohoto pojištění spoluúcast. Často platí, že jednou z podmínek pojištění je monitoring platební morálky odběratelů, který provádí specializované firmy anebo si monitoring může podnik provést sám díky průběžné analýze vlastních faktur a pomocí vedení statistik odběratelů. (Kislingerová, 2010)

Kompletní úvěrové pojištění nabízí například úvěrová pojišťovna KUPEG (2011) pod názvem CREDIRECT, které podniky chrání jak proti komerčním, tak proti teritoriálním rizikům a pojistné se pohybuje v řádech promile z hodnoty pojištěných faktur (dle výše sazby pojistného např. 300 Kč z faktury v hodnotě 100 000 Kč). U této společnosti mohou firmy využít i pojištění Top Up Cover, které pokrývá i pohledávky přesahující limity stanovené tradičním úvěrovým pojištěním.

Společnost Atradius (2015) nabízí produkt pojištění pohledávek pod názvem Modula First, který je vhodný zejména pro malé a střední firmy s obratem do 100

mil. Kč. Případná ztráta je kryta až do výše 85 % z hodnoty pohledávky (tedy 15 % spoluúčast). Podnik platí předem stanovené pevné pojistné a náklady na prověření.

Další společnosti poskytující pojištění pohledávek jsou např. Coface, OPTIMUM Czech nebo Euler Hermes.

Podniky mohou využít i další formy zajištění proti riziku platební neschopnosti či nevůle, kterými jsou sjednání úplné platby předem, nebo pokud má odběratel problém s uhrazením celé částky předem tak lze sjednat částečné platby předem ve formě záloh. Další formou zajištění je využití dokumentárního akreditivu jako platebního nástroje, který poskytuje dodavateli jistotu, že za realizovanou dodávku mu bude zapláceno. Dále je možné využít také dokumentárního inkasa, které zajišťuje prodávajícímu, že předkládané dokumenty, a v případě dispozičních dokladů ani zboží, nebudou vydány kupujícímu bez splnění inkasních podmínek.

Riziku uzavření chybné smlouvy s odběratelem/partnerem se lze vyvarovat především řádným zkontrolováním správnosti všech údajů ve smlouvě. Nutná je pečlivá kontrola především následujících údajů:

- smluvní strany a jejich identifikační údaje (jméno, příjmení, trvalé bydliště, aj.),
- předmět smlouvy (určení zboží, množství, balení, označení),
- cena za jednotku a celková částka v dohodnuté měně,
- dodací lhůta, případně datum dodání zboží,
- dodací podmínky,
- platební podmínky,
- další ustanovení jako např. slevy, pojištění, způsob dopravy,
- všeobecné prodejní (nákupní) podmínky.

Dále ve smlouvě doporučuji sjednat dodací podmínky podle souboru *mezinárodních dodacích podmínek INCOTERMS* uvádějícího, která ze smluvních stran je zavázána obstarat přepravu nebo pojištění, kdy prodávající dodává zboží kupujícímu a jaké náklady nese ta která strana. V neposlední řadě doporučuji při sepisování obchodní smlouvy vždy využít služeb právníka.

V případě **neodebrání vyrobených produktů odběratelem** je vhodné sjednat v kupní smlouvě pokuty. V případě nepřevzetí zboží odběratelem vzniká dodavateli ušlý zisk a problém s tím, co dělat s vyrobeným zbožím a kde ho skladovat a také dodatečné náklady na přepravu zpět z místa, kde mělo být převzato odběratelem.

Proti zamezení vzniku rizika **odstoupení odběratele/partnera od kontraktu** se podnikatel může bránit vhodným výběrem spolehlivého obchodního partnera nebo sjednáním odstupného v kupní smlouvě. Dále je možné využít sjednání bankovních záruk za řádné provedení kontraktu. Tyto platební bankovní záruky poskytuje např. ČSOB, která před poskytnutím bankovní záruky posuzuje rizikovost klienta a zajištění bankovní záruky, které může klient poskytnout. Vydané záruky vznikají písemným prohlášením banky v záruční listině, že uspokojí nároky věřitele do výše určité peněžní částky, nesplní-li třetí osoba (dlužník) závazek.

Další společnosti poskytující bankovní záruky je společnost EGAP (2015), která na svých internetových stránkách nabízí možnost, aby si podnik přibližně spočítal, na kolik ho vyjde pojištění bankovní záruky za řádné provedení kontraktu. V online kalkulačce je nutné navolit zemi vývozu, hodnotu záruky a délku záruky. Pro příklad jsem zvolila jako zemi vývozu Rusko, hodnotu záruky 150 000 Kč a délku záruky 1 rok. Vypočtené pojistné je pak 2 715 Kč se spoluúčastí v případě pojištění proti neoprávněnému čerpání 5 %.

5 Diskuze

Stěžejní částí bakalářské práce byl sběr primárních dat prostřednictvím dotazníkového šetření, vyhodnocení získaných dat a na základě zjištěných poznatků doporučení a návrh opatření, kterými by české MSP ze strojírenství eliminovaly vznik komerčních rizik spojených jak s internacionalizací těchto podniků, tak s jejich působením na domácím trhu. Celkem bylo osloveno pomocí elektronické pošty 1272 českých MSP ze strojírenství a požádáno o vyplnění elektronického dotazníku vytvořeného v programu GoogleForms. Touto formou bylo získáno 95 odpovědí od respondentů již působících na ZT a 43 odpovědí od respondentů na ZT nepůsobících. Návratnost tedy představovala 10,85 %. Z těchto odpovědí bylo 8 označeno za nevhodné (např. kvůli špatnému odvětví nebo velikosti podniku). Z důvodu nedostačujícího počtu respondentů nelze získané výsledky zobecňovat a aplikovat získané poznatky na české MSP obecně, i přesto výsledky dotazníkového šetření poskytují zajímavý přehled o situaci mezi dotázanými českými MSP v odvětví strojírenství a lze z nich vycházet při dalších hlubších šetřeních.

Taktéž sběr dat formou dotazníkového šetření s sebou nese jistá omezení ale i výhody. Předností sběru dat pomocí dotazníku je to, že jeho výsledky se dají snadno statisticky zpracovat a forma elektronického dotazníku rozesílaného pomocí elektronické pošty je jedním z nejrychlejších a nejekonomičtějších způsobů rozesílání dotazníku. Na druhou stranu k vyplnění dotazníku je třeba, aby respondenti měli přístup k zařízení potřebnému k vyplnění dotazníku. Dále může dojít ke značnému prodloužení doby návratnosti dotazníku, protože respondenti nejsou nuceni odpovědět okamžitě.

Zajímavé jsou výsledky toho, jak vnímají negativní dopad konkrétních komerčních rizik podniky již působící na ZT a podniky zatím nepůsobící na žádném ZT. Kromě rizika ztráty klíčových odběratelů, které by dle vypočtené průměrné hodnoty mělo stejný negativní dopad na obě skupiny podniků, by negativní dopad u všech ostatních typů komerčních rizik byl mnohem větší, než jaký by tato rizika v souvislosti s internacionalizací měla dopad na podniky již působící na ZT.

6 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo identifikovat a zhodnotit klíčová komerční rizika internacionalizace pro malé a střední podniky ze strojírenství a navrhnout vhodná opatření pro zajištění proti těmto rizikům.

Díličmi cíly bylo zhodnocení současné situace malých a středních podniků z odvětví strojírenství, identifikace klíčových komerčních rizik internacionalizace pro malé a střední podniky ze strojírenství, testování statistických hypotéz a nakonec návrh opatření, která by komerční rizika pomohla těmto podnikům eliminovat a do budoucna jim předcházet.

Malé a střední podniky hrají významnou roli v hospodářství většiny zemí světa. V rámci podnikatelského prostředí ČR tvoří MSP přes 99 % všech podniků a stejná je situace i v rámci Evropské unie, proto je práce při zkoumání internacionalizace, neboli pronikání na zahraniční trhy, zaměřena právě na ně.

Bakalářská práce zkoumá situaci MSP konkrétně v odvětví strojírenství, neboť tento oddíl zpracovatelského průmyslu je v ČR oborem s dlouholetou tradicí, čítající velké množství oborů a představuje pilíř české ekonomiky a navíc se velkou měrou podílí na zahraničním obchodě v ČR.

Analýza vývoje a současného stavu MSP a strojírenství byla provedena na základě sekundárních dat získaných ze zpráv Ministerstva průmyslu a obchodu. K identifikaci klíčových komerčních rizik internacionalizace pro MSP ze strojírenství bylo použito sběru primárních dat pomocí dotazníkového šetření. Klíčová komerční rizika byla určena na základě dvou faktorů, kterými jsou pravděpodobnost výskytu určená dle toho, jak často se podnik při působení na ZT s daným rizikem setkává, a jak velký negativní dopad na fungování podniku by měl výskyt tohoto rizika.

Na základě těchto dvou parametrů byl sestaven bodový graf a bylo zjištěno následující pořadí významnosti jednotlivých komerčních rizik (seřazeno sestupně):

1. riziko ztráty klíčových partnerů či odběratelů,
2. riziko opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem,
3. riziko platební nevůle či neschopnosti odběratele/partnera,
4. uzavření chybné smlouvy s odběratelem/partnerem,
5. neodebrání vyrobených produktů odběratelem,
6. odstoupení odběratele/partnera od kontraktu.

Dále bylo zjištěno, že hlavní bariéry vstupu podniků na ZT u podniků již působících na ZT jsou odlišné v porovnání s deseti hlavními překážkami podle průzkumu OECD z roku 2009. Mezi respondenty dotazníkového šetření bylo jako nejvýznamnější bariéra vstupu na ZT identifikováno obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí, naopak podle průzkumu OECD je pro podniky největší překážkou nedostatek kapitálu.

Hlavní motivací ke vstupu na ZT bylo pro již internacionalizované MSP ze strojírenství zvýšení jejich obrátu. Dále byly podniky nejčastěji motivovány zahraniční poptávkou po jejich produkci, rozložením rizika podnikání na více trhů

a existujícími kontakty na zahraniční partnery. Pouze 4 % podniků motivovaly klesající prodeje na domácím trhu a získání nové technologie nebo know-how.

Co se týče řízení rizik strojírenských MSP působících na ZT, téměř polovina z nich uvádí, že řízením rizik v jejich podniku se zabývají zaměstnanci jiných oddělení (např. ekonomického) a že vlastní oddělení zabývající se řízením rizik nemají. Pouze necelá třetina internacionalizovaných MSP ze strojírenství se řízením rizik vůbec nezabývá. Dále velmi malý počet firem má vlastní oddělení zabývající se risk managementem anebo využívají externích služeb.

Za pomoci Chí-kvadrát testu o nezávislosti kvalitativních proměnných, který vychází z kontingenční tabulky, byly testovány tři hypotézy. První testovaná hypotéza nemohla být zamítnuta. Bylo zjištěno, že neexistuje závislost mezi dobou působení podniku na ZT a velikostí tržeb ze zahraničních aktivit. Následující dvě hypotézy mohly být zamítnuty a lze tedy konstatovat, že existuje závislost mezi velikostí podniku a tím, zda podnik provádí řízení rizik, a mezi řízením rizik podniku a tím, jaký je podíl tržeb z působení podniku na ZT na celkových tržbách subjektu.

Na základě zjištěných informací byla dále navržena doporučení, pomocí kterých by podniky předcházely vzniku komerčních rizik.

Riziku ztráty klíčových partnerů lze předcházet udržováním dobrých vztahů se zahraničními obchodními partnery podniku, sjednáváním výhodnějších cen oproti konkurenci pro klíčové odběratele podniku nebo diverzifikací zákaznického portfolia. Proti vzniku rizika opoždění s platbou naší pohledávky odběratelem se lze bránit sjednáním penále (pokuty) v kupní smlouvě při pozdním uhrazení objednávky. Nejčastější formou zajištění proti riziku platební nevůle či neschopnosti odběratele/partnera je pojištění tohoto rizika, které nabízí řada pojišťoven pod názvem pojištění pohledávek (úvěrové pojištění).

7 Literatura

- ALEXANDER, N. *Internationalisation – Interpreting the motives*, in McGoldrick, P. & Davies, G. (eds.) *International Retailing – Trends and Strategies*, 1995, Pitman, London, UK.
- ANTONY, J., KUMAR, M., LABIB, A. *Gearing Six Sigma into UK manufacturing SMEs: results from a pilot study*. In: Palgrave Macmillan [online]. 2008 [cit. 2015-1-30]. Dostupné z: <http://www.palgrave-journals.com/jors/journal/v59/n4/full/2602437a.html>
- ATRADIUS. *Modula First*. [online]. 2015 [cit. 2015-5-16]. Dostupné z: <http://www.atradius.cz/products/creditinsurance/modula-first.html>
- BÖHM, A., JANATKA, F. *Pojištění úvěrových rizik v mezinárodním obchodě*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2004, 204 s. ISBN 80-247-0816-7.
- BŘÍZA, V., SVOBODA, R. *Jak dostat pod kontrolu rizika v malém a středním podnikání?*. 1. vyd. Praha: GEOPRINT, 2007, 37 s. ISBN 80-867-7702-2.
- CZECH. *Strojírenství*. [online]. 2009 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Firmy-v-CR/Strojirenstvi>
- CZECHINVEST. *Strategická výzkumná agenda Strojírenství 2010 – 2020*. [online]. 2010 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/strategicka-vyzkumna-agenda-3852-cz.pdf>
- CZECHTRADE. *Strojírenství se vrací na vrchol, negativní vlivy ale opět hrozí*. [online]. 2014 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/reference/czechtrade-media/strojirenstvi-se-vraci-na-vrchol-negativni-vlivy-ale-opet-hrozi-23-9-2014/>
- ČERNOHLÁVKOVÁ, E., SATO, A. a TAUŠER, J. *Finanční strategie v mezinárodním podnikání*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2007, 317 s. ISBN 978-80-7357-321-8.
- ČSOB. *Vydané záruky*. [online]. 2015 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.csob.cz/cz/firmy/podnikatele/uvery/stranky/vydane-zaruky.aspx>

- ČSÚ. *Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE)*. [online]. 2014 [cit. 2015-5-1]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/klasifikace_ekonomickych_cinnosti_cz_nace-
- ČSÚ. *Malé a střední firmy v ekonomice ČR*. [online]. 2011 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/male-a-stredni-firmy-v-ekonomice-cr-v-letech-2003-az-2010-n-u3ag8rcnab>
- DLOUHÁ, J., DLOUHÝ, J., MEZŘICKÝ, V. *Globalizace a globální problémy: sborník textů k celouniverzitnímu kurzu "Globalizace a globální problémy" 2005-2007*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Centrum pro otázky životního prostředí, 2006, 312 s. ISBN 80-87076-01- x.
- DUNNING, J. H. *The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity*. International Business Review, 2000, vol. 9: 2, pp. 163-190.
- DUNNING, J. H. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Addison Wesley Publishing Company. 1993.
- EGAP. *Stručný popis pojistného produktu a kontakty*. [online]. 2015 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.egap.cz/pojistne-produkty/produkt-z/strucny-popis-pojistneho-produktu-kontakty/index.php>
- EUROPEAN COMMISSION. *Internationalization of European SMEs*. [online]. 2010 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/files/internationalisation_of_european_smes_final_en.pdf
- EUROPEAN COMMISSION. *COMMISSION RECOMMENDATION of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises*. [online]. 2003 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=CS>
- EVROPSKÉ STRUKTURÁLNÍ A INVESTIČNÍ FONDY. *Operační program podnikání a inovace pro konkurenceschopnost*. [online]. 2015 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/2014-2020/Operacni-programy/OP-Podnikani-a-inovace-pro-konkurenceschopnost>
- FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2003, 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

- FRYNAS, J. G., MELLAHI, K. *Global strategic management*. Vyd. 2. Oxford: Oxford University Press, 2011, 456 s. ISBN 978-0-19-954393-9.
- GRUBER, J. *Některé aspekty výuky dějin techniky na střední odborné škole*. Gruber, Josef. In: Dějiny vědy a techniky: 19. seminář pro vyučující dějinám věd a techniky / editor Jaroslav Folta Praha: Národní technické muzeum v Praze 9, 2002, s. 59-62.
- HOMOLKA, T. *Kooperace malých a středních podniků jako nástroj zvyšování konkurenceschopnosti [Diplomová práce]*, Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006.
- CHAPMAN, C. B., WARD, S. C. *Project Risk Management: Processes, Techniques and Insights*. John Wiley & Sons, Chichester, 2003.
- JANATKA, F. *Komerční rizika v zahraničním obchodu a ochrana proti nim*. Vyd. 1. Praha: ASPI Publishing, 2001, 222 s. ISBN 80-86395-14-6.
- JANATKA, F. *Rizika v komerční praxi*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 316 s. ISBN 978-80-7357-632-5.
- JENÍČEK, V. *Globalizace světového hospodářství*. Vyd. 1. Praha: C. H. Beck, 2002. 152 s. ISBN 80-717-9787-1.
- JOHANSON, J., VAHLNE, J. E. *The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments*. Journal of International Business Studies. 1977, 8, 1, s. 23–32. ISSN 0047-2506.
- JOHANSON, J.; WIEDERSHEIM-PAUL, F. *The Internationalization of the firm – four Swedish cases*. Journal of Management Studies. 1975, 12, s. 305–322.
- JOHNSTON, W. J., CZINKOTA, M. R. *Export attitudes of industrial manufacturers*, Industrial Marketing Management, 1985, vol. 14, pp.123–132.
- KISLINGEROVÁ, E. *Podnik v časech krize: jak se nedostat do potíží a jak se dostat z potíží – zkušenosti ze světové recese let 2007 až 2009*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2010, 206 s. ISBN 978-80-247-3136-0.
- KISLINGEROVÁ, E., NOVÝ, I. a kol. *Chování podniku v globalizujícím se prostředí*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 422 s. ISBN 80-717-9847-9.
- KORSAKIENE, R. *Internationalization of Lithuanian SMEs: Investigation of Barriers and Motives*. Economics & Business, 2014, 26, pp. 54-60, Business Source Complete, EBSCOhost, viewed 24 February 2015.

- KOTLER, P. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- KOZEL, R., MYNÁŘOVÁ, L., SVOBODOVÁ, H. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. ISBN 978-80-247-3527-6.
- KUBÍČKOVÁ, L., TOULOVÁ, M. *Risk factors in the internationalization proces of SMEs. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2013, vol. 61, no. 7, pp. 2385 - 2392.
- KULHAVY, E. *Mezinárodní marketing*. 1. vyd. Praha: BABTEXT, 1992, 284 s. ISBN 80-90144-0-3.
- KUNEŠOVÁ, H., CIHELKOVÁ, E. a kol. *Světová ekonomika, nové jevy a perspektivy*. 2. Vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 319 s. ISBN 80-7179-455-4.
- KUPEG. *CREDIRECT- komplexní úvěrové pojištění*. [online]. 2011 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.kupeg.cz/reseni-pro-vas/pojisteni-pohledavek>
- MACHKOVÁ, H. a kol. *Mezinárodní obchod a marketing: praktická výkladová encyklopedie*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2002, 266 s. ISBN 80-247-0364-5.
- MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní marketing*. 3. aktualizované a přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2009, 171 s. ISBN 978-80-247-2986-2.
- MACHKOVÁ, H., ČERNOHLÁVKOVÁ, E., SATO, A. *Mezinárodní obchodní operace*. 6. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2014, 256 s. ISBN 978-80-247-4874-0.
- MELIN, L. *Internationalization as a Strategy Process*. Strategic Management Journal. 1992, 13, s. 99-113.
- MERNA, A. and SMITH, N. J. *Projects Procured by Privately Financed Concession Contracts*. Vols. 1 and 2. Asia Law Practice, Hong Kong, 1994. ISBN 978-0952320104.
- MERNA, T., AL-THANI, F. F. *Risk management: řízení rizika ve firmě*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2007, 194 s. ISBN 978-80-251-1547-3.
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Panorama zpracovatelského průmyslu 2009*. [online]. 2010 [cit. 2015-4-15]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument84178.html>

- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Panorama zpracovatelského průmyslu 2010*. [online]. 2011 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument102273.html>
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Panorama zpracovatelského průmyslu 2011*. [online]. 2012 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument107939.html>
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Panorama zpracovatelského průmyslu 2012*. [online]. 2013 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument144063.html>
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Panorama zpracovatelského průmyslu 2013*. [online]. 2014 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument154179.html>
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2010*. [online]. 2011 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument151050.html>
- MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. *Zpráva o vývoji MSP a jeho podpoře v roce 2013*. [online]. 2014 [cit. 2015-4-15].
Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument90013.html>
- MULTITRANSCZ. *Mezinárodní soubor výkladových pravidel Incoterms*. [online]. 2015 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.multitrans.cz/incoterms>
- NOVOTNÝ, J., SUCHÁNEK, P. *Nauka o podniku 1. – Distanční studijní opora*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2004, ISBN 80-210-3333-9.
- OECD, Centre for Entrepreneurship, SME and Local Development. *Top Barriers and Drivers to SME Internationalisation*. 2009. Report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship.
Dostupné z: <http://www.oecd.org/dataoecd/16/26/43357832.pdf>
- PEHRSSON, A. *Barriers to entry and market strategy: a literature review and a proposed model*. European Business Review, 2009, vol. 21, no. 1, pp. 64–77.
- PERLMUTTER, H. *The Tortuous Evolution of Multinational Enterprises*. Columbia Journal of World Business (1): 9-18. 1969.
- PICHANIČ, M. *Mezinárodní management a globalizace*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002, 106 s. ISBN 80-245-0421-9.

- ROBEJŠEK, P. *Svět viděný z Řípu: zahraniční politika pro každého z nás*. Praha: Alfa, 2010, 175 s. ISBN 978-80-87197-30-1.
- SALMON, W., TORDJMAN, A. *The Internationalisation of Retailing*. International Journal of Retailing vol. 4, no. 2, 1988.
- SMEJKAL, V. a RAIS, K. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 3. rozšířené a aktualizované vyd. Praha: Grada Publishing, 2014, 360 s. ISBN 978-80-247-3051-6.
- SMITH, N. *Engineering Project Management*. Oxford: Blackwell Science, 2002, 400 p. ISBN 0-632-05737-8.
Dostupné z: <http://www.survio.com/cs/blog/serialy/jak-spravne-vytvorit-dotaznik-2-otazky-v-dotazniku>.
- ŠTRACH, P. *Mezinárodní management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 167 s. ISBN 978-80-247-2987-9.
- TECHYES. *Strojírenství*. [online]. 2010 [cit. 2015-5-12]. Dostupné z: <http://www.techyes.cz/cs/prime-odkazy-na-prumyslova-odvetvi/strojirenstvi.html#cojeto>
- TICHÝ, M. *Ovládání rizika: analýza a management*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2006, 396 s. ISBN 978-80-7179-415-8.
- VÁVROVÁ, E. *Finanční řízení komerčních pojišťoven*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 190 s. ISBN 978-80-247-4662-3.
- VEBER, J. a kol. *Management: základy, prosperita, globalizace*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000, 700 s. ISBN 80-7261-029-5.
- VEBER, J., SRPOVÁ, J. a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2012, 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.
- VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O. *Malé a střední podniky: konkurence a aliance v Evropské unii*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2004, 192 s. ISBN 80-7261-099-6.
- VOJÍK, V. *Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí*. 1. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2010, 275 s. ISBN 978-80-7357-534-2.
- ZAMAZALOVÁ, M. a kol. *Marketing*. 2. přepracované a doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2010, 499 s. ISBN 978-80-7400-115-4.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání a o změně zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Přílohy

A Fáze globalizace

Podle Pichaniče (2002) lze globalizaci rozdělit na 3 fáze.

První fáze probíhající v letech 1870 až 1914 byla ukončena první světovou válkou a příčinou této první vlny globalizace byly nově nabyté výhody v dopravě a částečné odstranění obchodních bariér, což byl impuls pro některé země k lepšímu využití přebytku půdy. Toto vedlo k nárůstu toku zboží, kapitálu a především pracovních sil.

V **druhé fázi** v letech 1950 až 1980 docházelo k seskupování zemí do různých organizací. Například seskupení GATT zahrnující státy Západní Evropy, Severní Ameriky a Japonsko se tímto snažily o obnovení jejich obchodních vztahů. Dalšími organizacemi vznikajícími v těchto letech bylo EHS, NAFTA, OECD a RVHP. Dále se výrazně prohluboval rozdíl v hospodářském výkonu rozvojových a rozvinutých zemí.

Třetí a poslední etapa globalizace se datuje od počátku 80. let až do současnosti. Dnes jsou globalizací ovlivňovány všechny světové ekonomiky včetně rozvojových zemí, které se do integračního procesu světového hospodářství téměř nezapojují. Je tomu tak, neboť s globalizací se zvyšuje závislost národních ekonomik a trhů. Proto v této fázi lze rozdělit svět na tři různé skupiny zemí a to na rozvinuté, rozvojové více globalizované a rozvojové méně globalizované.

B Dotazníkové šetření

Dobrý den,

jmenuji se Iveta Horváthová a jsem studentkou Mendelovy univerzity v Brně a tímto bych Vás chtěla požádat o to, abyste mi věnoval/a několik minut svého času za účelem vyplnění následujícího dotazníku zabývajícího se riziky souvisejícími s obchodováním na domácím trhu a s vývozem a vstupem malých a středních podniků ze strojírenství (včetně automobilového průmyslu) na zahraniční trhy. Tento dotazník je anonymní a bude použit jako materiál pro bakalářskou práci Komerční rizika internacionalizace malých podniků ze strojírenství a bude sloužit pouze pro vědecké účely (nikoliv komerční). Vyplnění tohoto dotazníku Vám zabere maximálně 10 minut. Bakalářskou práci zpracovávám pod vedením Ing. Martiny Toulouvé. Pro případ dotazů, připomínek či zaslání výsledků průzkumu přikládám svoji emailovou adresu xhorvat5@node.mendelu.cz.

Pokud Váš podnik již působí na zahraničním trhu, vyplňte prosím následující dotazník:

https://docs.google.com/forms/d/1syZdccY3NFTWSQs9cfKHHBHU0b2bYXtKfwf-6wsyz7Y/viewform?usp=send_form

Pokud Váš podnik zatím nepůsobí na žádném zahraničním trhu, vyplňte prosím následující dotazník:

https://docs.google.com/forms/d/1HWftqoD0zLpUdLvpC80j468Q5aR7TDLdbe0WsM0eB0A/viewform?usp=send_form

Předem děkuji za vyplnění a přeji hezký zbytek dne.

S pozdravem

Iveta Horváthová

Dotazník pro podniky, které již působí na zahraničním trhu

1. Uveďte rok založení Vašeho podniku

Slovní odpověď

2. Jak dlouho působí /vyvází Váš podnik na zahraniční trhy?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ 1 – 2 roky
- ☐ 3 – 4 roky
- ☐ 5 – 6 let
- ☐ 7 – 8 let
- ☐ 9 – 10 let
- ☐ 11 – 12 let
- ☐ 13 – 14 let
- ☐ 15 let a více

3. Uveďte, na které zahraniční trhy Váš podnik vyvází/kde působí?

Můžete označit více možností.

- ☐ Slovensko
- ☐ Německo
- ☐ Rakousko
- ☐ Polsko
- ☐ Francie
- ☐ Velká Británie
- ☐ Ostatní země EU
- ☐ Rusko
- ☐ USA
- ☐ Jiné:

4. Který z daných zahraničních trhů je pro Vás nejvýznamnější z hlediska celkových tržeb?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Slovensko
- ☐ Německo
- ☐ Rakousko
- ☐ Polsko
- ☐ Francie
- ☐ Velká Británie
- ☐ Ostatní země EU
- ☐ Rusko
- ☐ USA
- ☐ Jiné:

5. Uveďte, jakou formu vstupu na zahraniční trh Váš podnik využil?

Můžete označit více možností.

- ☐ Přímý export
- ☐ Nepřímý export
- ☐ Založení pobočky
- ☐ Založení nového podniku v zahraničí
- ☐ Společný podnik (joint venture)
- ☐ Licence
- ☐ Franchising
- ☐ Jiné:

6. Vyberte, které z uvedených faktorů Vás nejvíce motivovaly vstoupit/začít vyvážet na zahraniční trhy.

Ze seznamu vyberte maximálně 5 možností.

- ☐ Zvýšení obrátu (tržeb)
- ☐ Prohloubení specializace
- ☐ Snížení závislosti na domácím trhu a jeho vývoji
- ☐ Zahraniční poptávka po naší produkci
- ☐ Lepší využití našich výrobních kapacit výrobou pro zahraniční trhy
- ☐ Využití zkušeností z domácího trhu na zahraničních trzích
- ☐ Snaha o zvýšení podílu na trhu
- ☐ Vlastnictví technologické výhody
- ☐ Získání nové technologie nebo know-how
- ☐ Rozložení rizika podnikání na více trhů
- ☐ Rozšíření odbytových či nákupních trhů
- ☐ Konkurenční tlak na domácím trhu
- ☐ Klesající prodeje na domácím trhu
- ☐ Kontakty na zahraniční partnery
- ☐ Vstup našich obchodních partnerů na zahraniční trhy
- ☐ Zkušenosti manažerů s mezinárodním obchodem z předešlého zaměstnání
- ☐ Jiné:.....

7. Zabýváte se ve Vašem podniku řízením rizik?(Tzn. neustálým zjišťováním potenciálních rizik či hrozeb pro Váš podnik a hodnocením jejich případného vlivu a dopadu na Váš podnik.)

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Ne
- ☐ Ano, máme oddělení zabývající se řízením rizik
- ☐ Ano, řeší to zaměstnanci jiných oddělení (např. ekonomického)
- ☐ Využíváme externích služeb

8. Jak často se při obchodování se zahraničními partnery/při působení na zahraničních trzích setkáváte s následujícími rizikovými faktory? Odpověď vztáhněte k pro Vás nejvýznamnějšímu zahraničnímu trhu.

V každém řádku označte jedno z čísel škály 1 až 10, kde 1 = nikdy a 10 = vždy.

- Opoždění s platbou naší ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
pohledávky zahraničním
odběratelem (pozdní uhrazení
objednávky)
- Odstoupení zahraničního ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
odběratele/partnera od kontraktu
- Ztráta klíčových zahraničních ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
odběratelů/partnerů
- Neodebrání vyrobených produktů ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
zahraničním odběratelem
(nepřevzetí zboží odběratelem)
- Uzavření chybné smlouvy se ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
zahraničním
odběratelem/partnerem
- Platební nevěře či neschopnost ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
zahraničního odběratele/partnera

9. Jak významný negativní dopad na Vaše působení na zahraničních trzích by podle Vás měl výskyt následujících rizikových faktorů? Odpověď vztáhněte k pro Vás nejvýznamnějšímu zahraničnímu trhu.

V každém řádku označte jedno z čísel škály 1 až 10, kde 1 = zanedbatelný dopad a 10 = velmi významná dopad.

- Opoždění s platbou naší ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
pohledávky zahraničním

- odběratelem (pozdní uhrazení objednávky)
- Odstoupení zahraničního odběratele/partnera od kontraktu ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Ztráta klíčových zahraničních odběratelů/partnerů ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Neodebrání vyrobených produktů zahraničním odběratelem (nepřevzetí zboží odběratelem) ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Uzavření chybné smlouvy se zahraničním odběratelem/partnerem ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Platební nevůle či neschopnost zahraničního odběratele/partnera ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10

10. Z následujících možností vyberte prosím jen ty, které Váš podnik využívá v souvislosti s obchodováním se zahraničními partnery/ s vývozem na zahraniční trhy.

Můžete označit více možností.

- ☐ Sjednání úplné platby předem se zahraničním odběratelem
- ☐ Sjednání částečné platby předem (zálohy) se zahraničním odběratelem
- ☐ Bankovní záruka za řádné provedení kontraktu
- ☐ Požadavek kontrolního certifikátu svědčícího o množství nebo kvalitě dodaného zboží
- ☐ Sjednání bankovních záruk za kvalitu dodaného zboží
- ☐ Pojištění rizika platební neschopnosti obchodního partnera
- ☐ Certifikát o kontrole zboží, váhové certifikáty nebo analýzy zboží
- ☐ Uzavírání smluv pouze s ověřenými zahraničními partnery a odběrateli
- ☐ Uzavírání dlouhodobých smluv na dodávky za předem stanovených podmínek (např. pevné ceny)
- ☐ Odprodej pohledávek (faktoring, forfaiting)
- ☐ Využití dokumentárního akreditivu jako platebního nástroje
- ☐ Využití dokumentárního inkasa jako platebního nástroje
- ☐ Sjednávání dodacích podmínek INCOTERMS ve smlouvě
- ☐ Neustálé hodnocení a sledování spolehlivosti a úvěruschopnosti zahraničních partnerů
- ☐ Jiné:

11. Z následujících možností vyberte tu skupinu rizik, která představuje nejzávažnější hrozbu/problém pro Váš podnik při působení na zahraničních trzích?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Tržní rizika (způsobená změnou tržních podmínek, změnou poptávky na zahraničním trhu, sezónními výkyvy, změnou technologie...)
- ☐ Komerční rizika (vyplývají z nesplnění nebo opožděného plnění závazku zahraničním obchodním partnerem/odběratelem)
- ☐ Převážná rizika (poškození nebo ztráta zboží v průběhu jeho přepravy)
- ☐ Teritoriální rizika (souvisí s nejistým politickým vývojem zahraničních zemí, přírodními katastrofami, omezeními zahraničního obchodu daným státem)
- ☐ Kurzová rizika (nepříznivý vývoj kurzu, který může znehodnotit sjednanou kupní cenu)
- ☐ Jazyková rizika (nedostatečná znalost cizích jazyků)

12. Z následujícího seznamu vyberte, které překážky byly pro Váš podnik při vstupu na zahraniční trhy nejvýznamnější.

Ze seznamu vyberte maximálně 5 možností.

- ☐ Nedostatek kapitálu
- ☐ Obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí
- ☐ Nedostatek informací o zahraničních trzích

- ☐ Obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu
- ☐ Obtížné získávání spolehlivých zahraničních zastoupení
- ☐ Nedostatek času manažera k vyhledávání možností vstupu na zahraniční trh
- ☐ Nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečně vyškolení zaměstnanci pro zahraniční obchod
- ☐ Potíže se srovnáváním cen našich produktů se zahraniční konkurencí
- ☐ Nedostatek podpory (finanční či jiné) ze strany státu
- ☐ Nadměrné náklady na přepravu zboží na zahraniční trh
- ☐ Přílišná administrativa
- ☐ Obtížná komunikace se zahraničními zákazníky
- ☐ Nedostatečná jazyková vybavenost klíčových zaměstnanců
- ☐ Odlišné preference zahraničních zákazníků od zákazníků na domácím trhu
- ☐ Tarify nebo jiné překážky obchodu na zahraničních trzích (cla nebo kvóty)
- ☐ Vysoké náklady na řešení sporů
- ☐ Legislativa na zahraničních trzích
- ☐ Jiné:

13. Kolik zaměstnanců má Váš podnik?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ 1 – 9
- ☐ 10 – 49
- ☐ 50 – 249
- ☐ 250 a více

14. Jaký je zhruba roční obrát Vašeho podniku?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Maximálně 2 mil. EUR
- ☐ Nad 2 mil. EUR, ale maximálně 10 mil. EUR
- ☐ Nad 10 mil. EUR, ale maximálně 50 mil. EUR
- ☐ Více než 50 mil. EUR

15. Jaký je přibližně roční podíl tržeb ze zahraničních aktivit Vašeho podniku na celkových tržbách?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ 0 – 25 %
- ☐ 26 – 50 %
- ☐ 51 – 75 %
- ☐ 76 – 100 %

16. Do které kategorie spadá hlavní podnikatelská činnost Vaší společnosti?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení (CZ-NACE 25)
- ☐ Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení (CZ-NACE 26)
- ☐ Výroba elektrických zařízení (CZ-NACE 27)
- ☐ Výroba strojů a zařízení jinde neuvedených (CZ-NACE 28)
- ☐ Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů (CZ-NACE 29)
- ☐ Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení (CZ-NACE 30)
- ☐ Opravy a instalace strojů a zařízení (CZ-NACE 33)
- ☐ Jiné:

17. Zde, prosím, uveďte případné připomínky a komentáře.

Slovní odpověď

Dotazník pro podniky, které zatím nepůsobí na žádném zahraničním trhu

1. Uveďte rok založení Vašeho podniku

Slovní odpověď

2. Chtěl by Váš podnik do budoucna začít vyvážet do zahraničí/vstoupit na zahraniční trhy?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Ano, o vstupu na zahraniční trhy uvažujeme
- ☐ Ne, o vstupu na zahraniční trhy neuvažujeme

3. Vyberte, které z uvedených faktorů by Vás nejvíce motivovaly nebo motivují vstoupit/začít vyvážet na zahraniční trhy.

Ze seznamu vyberte maximálně 5 možností.

- ☐ Zvýšení obrátu (tržeb)
- ☐ Prohloubení specializace
- ☐ Snížení závislosti na domácím trhu a jeho vývoji
- ☐ Zahraniční poptávka po naší produkci
- ☐ Lepší využití našich výrobních kapacit výrobou pro zahraniční trhy
- ☐ Využití zkušeností z domácího trhu na zahraničních trzích
- ☐ Snaha o zvýšení podílu na trhu
- ☐ Vlastnictví technologické výhody
- ☐ Získání nové technologie nebo know-how
- ☐ Rozložení rizika podnikání na více trhů
- ☐ Rozšíření odbytových či nákupních trhů
- ☐ Konkurenční tlak na domácím trhu
- ☐ Klesající prodeje na domácím trhu
- ☐ Kontakty na zahraniční partnery
- ☐ Vstup našich obchodních partnerů na zahraniční trhy
- ☐ Zkušenosti manažerů s mezinárodním obchodem z předešlého zaměstnání
- ☐ Jiné:.....

4. Zabýváte se ve Vašem podniku řízením rizik?(Tzn. neustálým zjišťováním potenciálních rizik či hrozeb pro Váš podnik a hodnocením jejich případného vlivu a dopadu na Váš podnik.)

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Ne
- ☐ Ano, máme oddělení zabývající se řízením rizik
- ☐ Ano, řeší to zaměstnanci jiných oddělení (např. ekonomického)
- ☐ Využíváme externích služeb

5. Jak často se Váš podnik při obchodování s partnery setkává s následujícími rizikovými faktory?

V každém řádku označte jedno z čísel škály 1 až 10, kde 1 = nikdy a 10 = vždy.

- Opoždění s platbou naší ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
pohledávky zahraničním
odběratelem (pozdní uhrazení objednávky)
- Odstoupení zahraničního ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
odběratele/partnera od kontraktu
- Ztráta klíčových zahraničních ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
odběratelů/partnerů
- Neodebrání vyrobených produktů ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
zahraničním odběratelem
(nepřevzetí zboží odběratelem)

- Uzavření chybné smlouvy se zahraničním odběratelem/partnerem ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
- Platební nevůle či neschopnost zahraničního odběratele/partnera ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
- 6. **Jak významný negativní dopad na Vaše podnikání by měl výskyt následujících rizikových faktorů?**
V každém řádku označte jedno z čísel škály 1 až 10, kde 1 = zanedbatelný dopad a 10 = velmi významný dopad.
 - Opoždění s platbou naší pohledávky zahraničním odběratelem (pozdní uhrazení objednávky) ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Odstoupení zahraničního odběratele/partnera od kontraktu ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Ztráta klíčových zahraničních odběratelů/partnerů ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Neodebrání vyrobených produktů zahraničním odběratelem (nepřevzetí zboží odběratelem) ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Uzavření chybné smlouvy se zahraničním odběratelem/partnerem ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
 - Platební nevůle či neschopnost zahraničního odběratele/partnera ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10
- 7. **Z následujících možností vyberte prosím jen ty, které Váš podnik využívá k zajištění svých obchodních vztahů.**
Můžete označit více možností.
 - ☐ Sjednání úplné platby předem s odběratelem
 - ☐ Sjednání částečné platby předem (zálohy) s odběratelem
 - ☐ Bankovní záruka za řádné provedení kontraktu
 - ☐ Požadavek kontrolního certifikátu svědčícího o množství nebo kvalitě dodaného zboží
 - ☐ Sjednání bankovních záruk za kvalitu dodaného zboží
 - ☐ Pojištění rizika platební neschopnosti obchodního partnera
 - ☐ Certifikát o kontrole zboží, váhové certifikáty nebo analýzy zboží
 - ☐ Uzavírání smluv pouze s ověřenými partnery a odběrateli
 - ☐ Uzavírání dlouhodobých smluv na dodávky za předem stanovených podmínek (např. pevné ceny)
 - ☐ Odprodej pohledávek (faktoring, forfaiting)
 - ☐ Využití dokumentárního akreditivu jako platebního nástroje
 - ☐ Využití dokumentárního inkasa jako platebního nástroje
 - ☐ Sjednávání dodacích podmínek INCOTERMS ve smlouvě
 - ☐ Neustálé hodnocení a sledování spolehlivosti a úvěruschopnosti zahraničních partnerů
 - ☐ Jiné:
- 8. **Z následujících překážek vstupu na zahraniční trhy vyberte ty, které vnímáte jako nejdůležitější pro vstup Vašeho podniku na zahraniční trhy.**
Ze seznamu vyberte maximálně 5 možností.
 - ☐ Nedostatek kapitálu
 - ☐ Obtížné hledání zahraničních obchodních příležitostí
 - ☐ Nedostatek informací o zahraničních trzích
 - ☐ Obtížné navazování kontaktů se zákazníky na zahraničním trhu
 - ☐ Obtížné získávání spolehlivých zahraničních zastoupení
 - ☐ Nedostatek času manažera k vyhledávání možností vstupu na zahraniční trh

- ☐ Nedostatek zaměstnanců anebo nedostatečně vyškolení zaměstnanci pro zahraniční obchod
- ☐ Potíže se srovnáváním cen našich produktů se zahraniční konkurencí
- ☐ Nedostatek podpory (finanční či jiné) ze strany státu
- ☐ Nadměrné náklady na přepravu zboží na zahraniční trh
- ☐ Přílišná administrativa
- ☐ Obtížná komunikace se zahraničními zákazníky
- ☐ Nedostatečná jazyková vybavenost klíčových zaměstnanců
- ☐ Odlišné preference zahraničních zákazníků od zákazníků na domácím trhu
- ☐ Tarify nebo jiné překážky obchodu na zahraničních trzích (cla nebo kvóty)
- ☐ Vysoké náklady na řešení sporů
- ☐ Legislativa na zahraničních trzích
- ☐ Jiné:

9. Kolik zaměstnanců má Váš podnik?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ 1 – 9
- ☐ 10 – 49
- ☐ 50 – 249
- ☐ 250 a více

10. Jaký je zhruba roční obrát Vašeho podniku?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Maximálně 2 mil. EUR
- ☐ Nad 2 mil. EUR, ale maximálně 10 mil. EUR
- ☐ Nad 10 mil. EUR, ale maximálně 50 mil. EUR
- ☐ Více než 50 mil. EUR

11. Do které kategorie spadá hlavní podnikatelská činnost Vaší společnosti?

Ze seznamu vyberte pouze jednu možnost.

- ☐ Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení (CZ-NACE 25)
- ☐ Výroba počítačů, elektronických a optických přístrojů a zařízení (CZ-NACE 26)
- ☐ Výroba elektrických zařízení (CZ-NACE 27)
- ☐ Výroba strojů a zařízení jinde neuvedených (CZ-NACE 28)
- ☐ Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů (CZ-NACE 29)
- ☐ Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení (CZ-NACE 30)
- ☐ Opravy a instalace strojů a zařízení (CZ-NACE 33)
- ☐ Jiné:

12. Zde, prosím, uveďte případné připomínky a komentáře.

Slovní odpověď

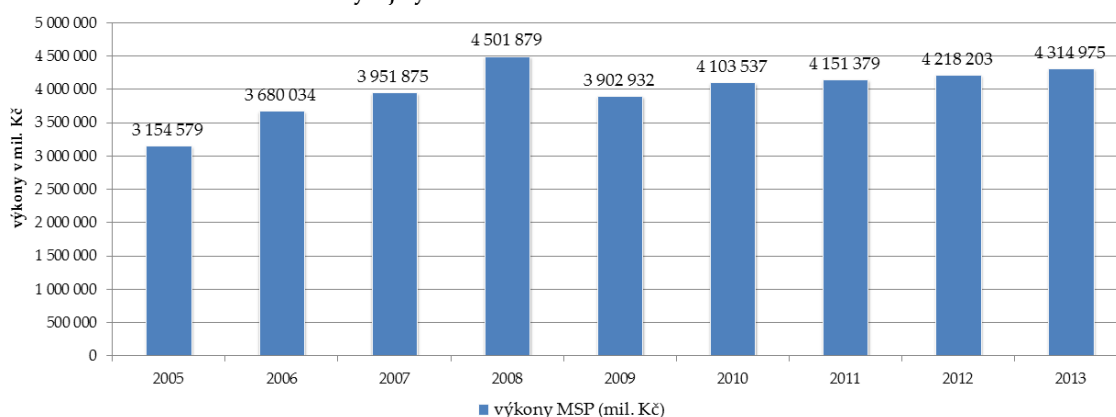
C Vývoj ekonomických ukazatelů MSP v ČR v letech 2005 až 2013

Nyní se podíváme na vývoj důležitých ekonomických ukazatelů v segmentu MSP, kterými jsou výkony podniku, přidaná hodnota, mzdové náklady a investice.

Vývoj výkonů MSP

Průběh vývoje výkonů ve sledovaném období byl pro segment MSP příznivý, neboť od roku 2005 až do roku 2013 docházelo každý rok ke zvýšení výkonů oproti roku předchozímu a celkem vzrostl objem výkonů v letech 2005 až 2013 o 1 160 396 mil. Kč. Jediný rok 2009 nebyl pro vývoj výkonů nepříznivý a došlo tak v tomto roce k poklesu výkonů o 598 947 mil. Kč. Největší objem výkonů za sledované období byl zaznamenán v roce 2008 a to 4 501 879 mil. Kč.

Vývoj výkonů MSP v ČR v letech 2005 až 2013

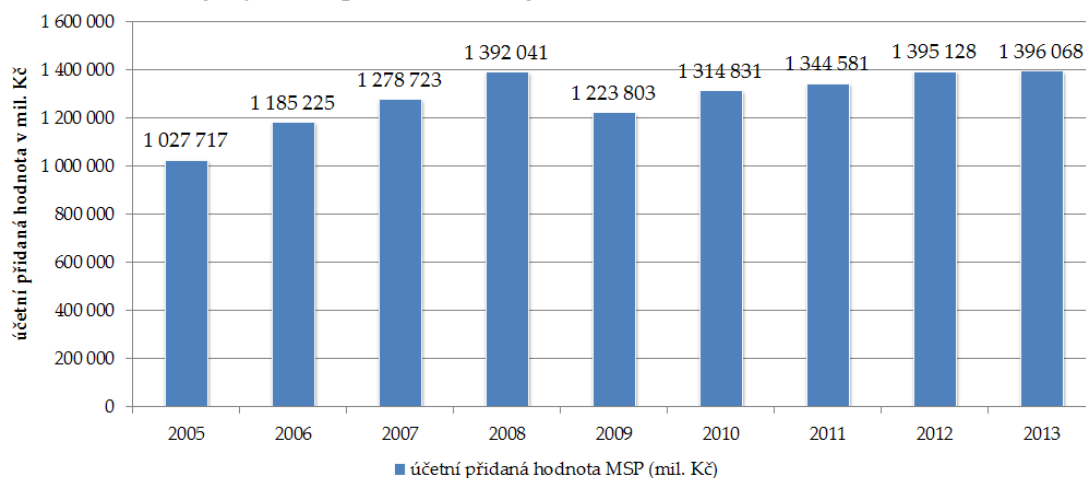


Vývoj výkonů MSP v ČR v letech 2009 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

Vývoj přidané hodnoty MSP

Přidaná hodnota se stejně jako výkony v letech 2005 až 2013 projevovала rostoucím trendem a za posledních 9 let absolutní hodnota přidané hodnoty MSP v ČR vzrostla o 368 351 mil. Kč. Jediné zakolísání nastalo stejně jako u výkonů MSP v roce 2009, kdy se účetní přidaná hodnota snížila o 168 238 mil. Kč.

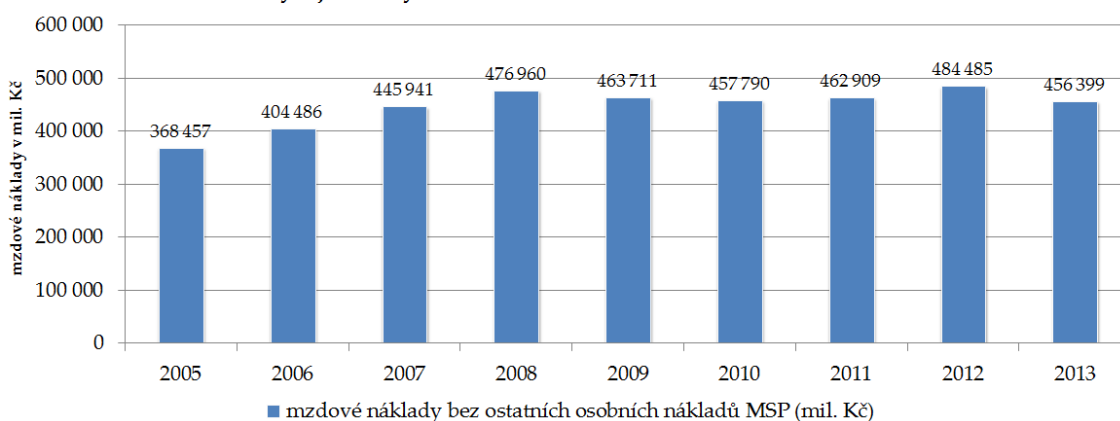
Vývoj účetní přidané hodnoty MSP v ČR v letech 2005 až 2013

Vývoj přidané hodnoty MSP v ČR v letech 2009 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

Vývoj mezd v segmentu MSP

Průběh mzdových nákladů MSP ve sledovaném období byl kolísavý a docházelo jak k růstu mezd, který byl zaznamenán mezi roky 2005 až 2008 a 2011 až 2012, tak k poklesu mezd v letech 2009, 2010 a 2013. Nejvyšší mzdové náklady MSP byly zaznamenány v roce 2012, kdy činily 484 485 mil. Kč a jejich podíl na celkových mzdových nákladech byl v tomto roce 54,73 %. Naopak nejnižší objem mezd MSP činil 368 457 mil. Kč a bylo tomu tak v roce 2005.

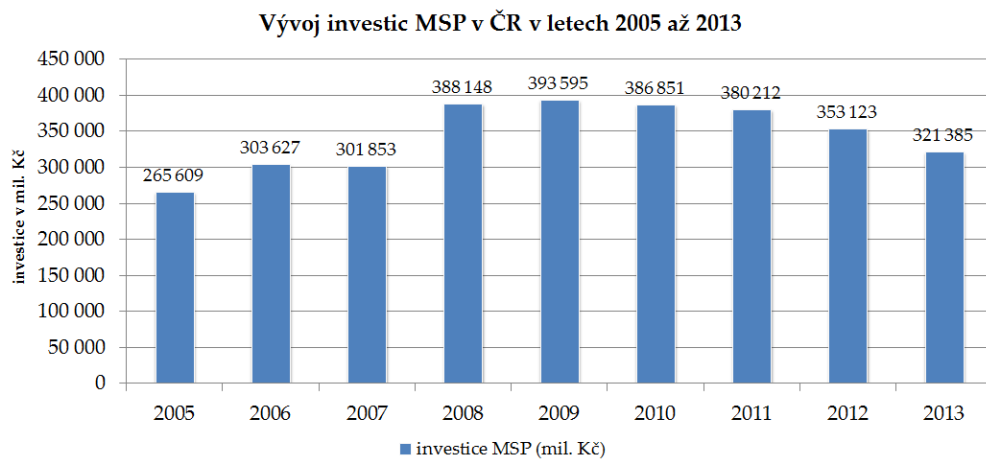
Vývoj mzdových nákladů MSP v ČR v letech 2005 až 2013

Vývoj mezd MSP v ČR v letech 2005 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

Vývoj investic MSP

Vývoj investic MSP (hmotné i nehmotné investice včetně pozemků) ve sledovaném období měl negativní průběh od roku 2009 do roku 2013, mezi lety 2005 až 2008 měl vývoj investic kolísavý ráz. V absolutním vyjádření však došlo ke vzrůstu objemu investic MSP o 55 776 mil. Kč.



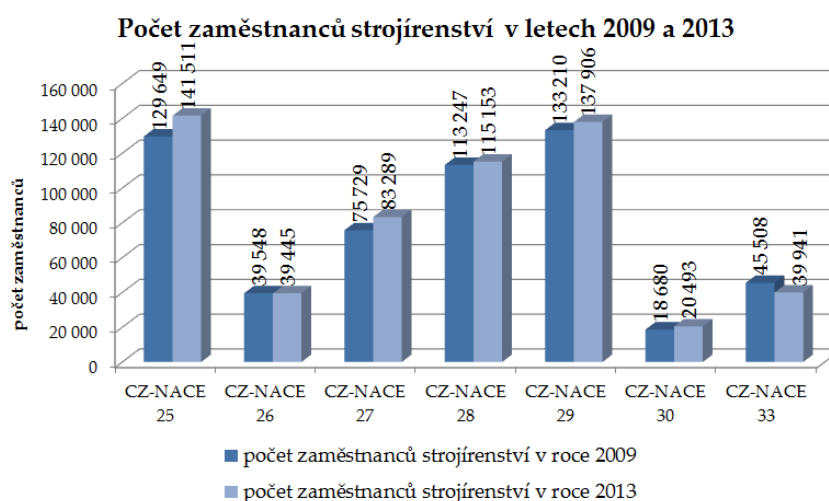
Vývoj investičních nákladů MSP v ČR v letech 2009 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2011) a MPO (2014)

D Vývoj některých ekonomických ukazatelů ve strojírenství v ČR v letech 2009 až 2013

Vývoj zaměstnanosti ve strojírenství

Mezi roky 2009 a 2013 došlo v absolutním vyjádření u většiny oddílů strojírenství k růstu počtu zaměstnaných osob s výjimkou oddílů 26 a 33, u kterých nastal pokles o 103 a 5 567 zaměstnanců. Největší růst byl zaznamenán u oddílu 25 a to o 11 862 zaměstnanců.



Absolutní změna v počtu zaměstnanců strojírenství mezi roky 2009 a 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Za sledované období měl průměrně nejvíce zaměstnanců oddíl 29 (138 705), dále oddíl 25 (134 491) a 28 (112 541). Tyto 3 nejsilnější oddíly zaměstnávaly v roce 2013 přes 68 % z celkového počtu pracovníků ve strojírenství. V průměru nejmenší počet osob zaměstnává oddíl 30 (19 346).

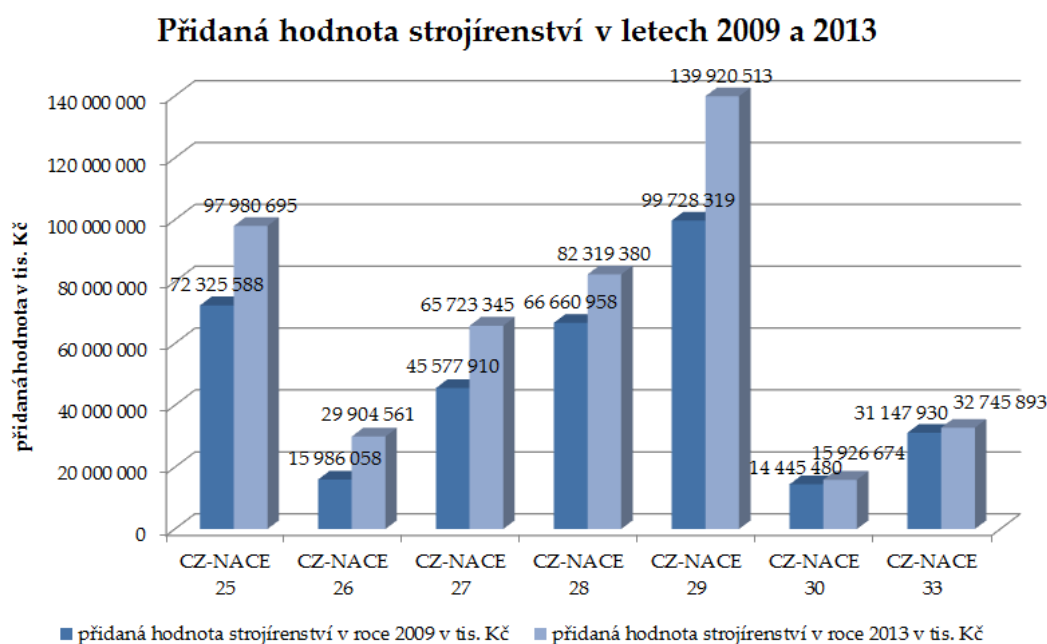
	CZ-NACE 25	CZ-NACE 26	CZ-NACE 27	CZ-NACE 28	CZ-NACE 29	CZ-NACE 30	CZ-NACE 33
2009	129649	39 548	75 729	113 247	133 210	18 680	45 508
2010	128085	35271	80134	107068	136706	18069	43166
2011	134059	36790	84980	112772	145138	19183	43328
2012	139152	42670	82957	114467	140564	20306	42923
2013	141511	39445	83289	115153	137906	20493	39941

Počet zaměstnanců ve strojírenství v letech 2009 až 2013

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Vývoj účetní přidané hodnoty ve strojírenství

U všech oddílů strojírenství nastal v absolutní hodnotě za sledované období růst přidané hodnoty. Největší skok při srovnání změn účetní přidané hodnoty let 2009 a 2013 nastal u oddílu 29 ve výši 40 192 194 tis. Kč. Nejmenší pozitivní změnu prodělal oddíl 30 ve výši 1 481 194 tis. Kč, což je 27krát méně než u oddílu 29.



Absolutní změny účetní přidané hodnoty ve strojírenství mezi lety 2009 a 2013 (tis. Kč)

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

Nejvyšší úroveň účetní přidané hodnoty za sledované období dosáhl ve všech letech oddíl 29, průměrná účetní hodnota tohoto oddílu byla 126 900 050 tis. Kč. Podíl tohoto oddílu na účetní přidané hodnotě strojírenství přesahuje průměrně za sledované období 30 %. Nejmenší přidaná hodnota byla zaznamenána u oddílu 30 v průměrné výši 15 629 913 tis. Kč. Na celkové přidané hodnotě ve strojírenství se tento oddíl podílí pouze ze 4 %.

	2009	2010	2011	2012	2013
CZ-NACE 25	72 325 588	78 805 909	85 185 182	91 444 291	97 980 695
CZ-NACE 26	15 986 058	18 903 131	18 702 603	31 280 654	29 904 561
CZ-NACE 27	45 577 910	55 218 885	60 273 648	63 263 191	65 723 345
CZ-NACE 28	66 660 958	70 097 633	74 357 553	80 144 094	82 319 380
CZ-NACE 29	99 728 319	126 728 518	137 660 221	130 462 681	139 920 513
CZ-NACE 30	14 445 480	14 386 645	16 736 084	16 654 681	15 926 674
CZ-NACE 33	31 147 930	30 837 496	32 987 313	34 720 513	32 745 893

Vývoj účetní přidané hodnoty strojírenství v letech 2009 až 2013 (tis. Kč)

Zdroj: zpracováno dle dat z MPO (2014)

E Kontingenční tabulky

Statist. : Prom1(4) x Prom2(3) (Tabulka2)	
Statist.	Chí-kvadr. sv p
Pearsonův chí-kv.	3,602280 df=6 p=,73032
M-V chí-kvadr.	3,647883 df=6 p=,72420
Fi	,2000633
Kontingenční koeficient	,1961758
Cramér. V	,1414661

Hypotéza 1: Pearsonův Chí – kvadrát test a Cramerovo V

2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (Tabulka2)				
Četnost označených buněk > 10				
Prom1	Prom2 1	Prom2 2	Prom2 3	Řádk. součty
0	4	7	12	23
Sloupcov	36,36%	25,93%	23,08%	
Řádko	17,39%	30,43%	52,17%	
Celková	4,44%	7,78%	13,33%	25,56%
1	2	5	7	14
Sloupcov	18,18%	18,52%	13,46%	
Řádko	14,29%	35,71%	50,00%	
Celková	2,22%	5,56%	7,78%	15,56%
2	2	6	20	28
Sloupcov	18,18%	22,22%	38,46%	
Řádko	7,14%	21,43%	71,43%	
Celková	2,22%	6,67%	22,22%	31,11%
3	3	9	13	25
Sloupcov	27,27%	33,33%	25,00%	
Řádko	12,00%	36,00%	52,00%	
Celková	3,33%	10,00%	14,44%	27,78%
Celk.	11	27	52	90
Celková	12,22%	30,00%	57,78%	100,00%

Hypotéza 1: dvourozměrná tabulka (Prom1 = velikost podílu tržeb ze ZT na celkových tržbách podniku, Prom2 = doba působení podniku na ZT)

Statist. : Prom1(2) x Prom2(3) (Tabulka7)	
Statist.	Chí-kvadr. sv p
Pearsonův chí-kv.	26,94684 df=2 p=,00001
M-V chí-kvadr.	28,72822 df=2 p=,00000
Fi	,4552838
Kontingenční koeficient	,4143598
Cramér. V	,4552838

Hypotéza 2: Pearsonův Chí – kvadrát test a Cramerovo V

2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti (Tabulka7)				
Četnost označených buněk > 10				
Prom1	Prom2 0	Prom2 1	Prom2 2	Řádk. součty
0	19	27	8	54
Sloupcov	76,00%	49,09%	16,00%	
Řádko	35,19%	50,00%	14,81%	
Celková	14,62%	20,77%	6,15%	41,54%
1	6	28	42	76
Sloupcov	24,00%	50,91%	84,00%	
Řádko	7,89%	36,84%	55,26%	
Celková	4,62%	21,54%	32,31%	58,46%
Celk.	25	55	50	130
Celková	19,23%	42,31%	38,46%	100,00%

Hypotéza 2: dvourozměrná tabulka (Prom1 = řízení rizik, Prom2 = velikost podniku)

Statist. : Prom1(4) x Prom2(2) (Tabulka)			
Statist.	Chí-kvadr.	sv	p
Pearsonův chí-kv.	9,024188	df=3	p=,02897
M-V chí-kvadr.	10,15234	df=3	p=,01731
Fí	,3166524		
Kontingenční koeficient	,3018793		
Cramér. V	,3166524		

Hypotéza 3: Pearsonův Chí – kvadrát test a Cramerovo V

2-rozměrná tabulka: Pozorované četnosti			
Četnost označených buněk > 10			
Prom1	Prom2 0	Prom2 1	Řádk. součty
0	10	13	23
Sloupcov	38,46%	20,31%	
Řádko	43,48%	56,52%	
Celková	11,11%	14,44%	25,56%
1	6	8	14
Sloupcov	23,08%	12,50%	
Řádko	42,86%	57,14%	
Celková	6,67%	8,89%	15,56%
2	8	20	28
Sloupcov	30,77%	31,25%	
Řádko	28,57%	71,43%	
Celková	8,89%	22,22%	31,11%
3	2	23	25
Sloupcov	7,69%	35,94%	
Řádko	8,00%	92,00%	
Celková	2,22%	25,56%	27,78%
Celk.	26	64	90
Celková	28,89%	71,11%	100,00%

Hypotéza 3: dvourozměrná tabulka (Prom1 = velikost podílu tržeb ze ZT na celkových tržbách podniku, Prom2 = řízení rizik)

