

Univerzita Karlova

Přírodovědecká fakulta

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Sociální geografie a regionální rozvoj



Bc. Jan Sachl

Vysoce růstové firmy v Česku: geografická a odvětvová specifika

High-growth firms in Czechia: geographical and sectoral specifics

Diplomová práce

Vedoucí závěrečné práce: RNDr. Viktor Květoň, Ph.D.

Praha, 2018

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze: 7. 12. 2018

Podpis:

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval všem, kteří mě podporovali v průběhu tvorby této práce. Zvláště bych chtěl poděkovat vedoucímu práce RNDr. Viktorovi Květoňovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky.

Vysoce růstové firmy v Česku: geografická a odvětvová specifika

Abstrakt

Práce je zaměřena na vysoce růstové podniky v Česku, které jsou definovány, jako podniky s předem stanoveným meziročním růstem obrátu v období mezi lety 2012 až 2015. První část zařazuje vysoce růstové podniky do kontextu vybraných teorií regionálního rozvoje a diskutuje faktory růstu firmy. V další části jsou vysoce růstové podniky analyzovány s důrazem na prostorová, odvětvová a jiná specifika. Práce je doplněna částí, která je zaměřena na odhalení specifických faktorů růstu vybraných firem pomocí kvalitativních metod. Z analýzy vyplynulo, že se vysoce růstové firmy v Česku koncentrují do metropolitních areálů, a celá třetina těchto podniků sídlí v Praze. Vysoce růstové firmy jsou soustředěny do zpracovatelského průmyslu a do sektoru maloobchodu a velkoobchodu. Práce naznačila, že jednotlivé společnosti mohou mít různé faktory růstu a neexistuje jedna strategie pro úspěšný rozvoj podniku.

Klíčová slova: Vysoce růstové firmy, firemní gazely, ekonomická geografie, malé a střední podniky

High-growth firms in Czechia: geographical and sectoral specifics

Abstract

This theses focuses on high-growth firms in Czechia, defined as firms with a predetermined year-on-year increase in turnover between years 2012 and 2015. First part is about putting high-growth firms to the context of selected theories of regional development and it also discuss factors of the firm's growth. Further the high-growth firms are analyzed with an emphasis on spatial, sectoral and other specifics. A part focused on revealing specific factors of business growth uwing qualitative methods is also included. The analysis shows that high-growth firms in Czechia are concentrated to metropolitan areas, and whole one third of them are based in Prague. High growth firms are concentrated to the manufacturing and retail and wholesale sectors. The work has suggested that individual companies may have different growth factors and and there is no one specific strategy for a successful firm growth.

Keywords: High-growth firms, gazelles, economic geography, small and medium-sized enterprises

OBSAH

SEZNAM TABULEK	3
SEZNAM OBRÁZKŮ	4
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK	6
ÚVOD	7
1. FAKTORY KONKURENCESCHOPNOSTI FIREM V SOUČASNÝCH TEORIÍCH REGIONÁLNÍHO ROZVOJE	10
1.1. Globální produkční sítě a konkurenceschopnost firem	11
1.2. Regionální inovační systémy a konkurenceschopnost firem	12
1.3. Životní cyklus firmy	13
2. DEFINICE A VYMEZENÍ VYSOCE RŮSTOVÝCH FIREM.....	15
2.1. Definice vysoce růstových podniků	16
2.2. Vysoce růstové firmy – tzv. firemní „gazely“	18
3. FAKTORY RŮSTU VYSOCE RŮSTOVÝCH FIREM	19
3.1. Význam velikosti a stáří pro růst firem	19
3.2. Význam geografického umístění pro růst firem	21
3.3. Význam odvětvové specializace pro růst firem	22
3.4. Význam rozdílných strategií pro růst firem	23
3.5. Význam institucionálního prostředí pro růst firem	25
3.6. Význam inovací pro růst firem	25
3.7. Další faktory růstu firem	28
3.8. Dopad růstových firem na ekonomiku	29
3.8.1. Malé a střední podniky	30
4. DATA A METODIKA	32
4.1. Data	32
4.2. Metodika	34

5. DIFERENCIACE VYSOCE RŮSTOVÝCH FIREM	36
5.1. Prostorová diferenciacie vysoce růstových firem.....	37
5.1.1. Kraje	37
5.1.2. Obce s rozšířenou působností	39
5.1.3. Praha	41
5.1.4. Metropolitní areály	44
5.2. Vztah prostorové diferenciacie růstových firem a regionálních VaV charakteristik	47
5.3. Odvětvová specializace vysoce růstových firem.....	49
5.4. Stáří firem.....	54
5.5. Velikost firem a rychlost růstu	56
5.6. Právní forma.....	57
5.7. Územní koncentrace vysoce růstových firem	59
6. HLUBŠÍ POZNÁNÍ FAKTORŮ A MECHANISMŮ DYNAMICKÉHO RŮSTU NA PŘÍKLADU VYBRANÝCH FIREM.....	61
6.1. Strategie firmy	62
6.2. Výzkum a vývoj	66
6.3. Role řízení a entuziazmu majitele	67
6.4. Využívání programů na podporu podnikání	68
6.5. Omezující faktory růstu	69
ZÁVĚR	71
LITERATURA	74
PŘÍLOHY	81

SEZNAM TABULEK

Tab. 1: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, kraje.....	37
Tab. 2: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, ORP s počtem vysoce růstových firem větším než jeden	41
Tab. 3: Místo provozování ekonomické činnosti vysoce růstových firem se sídlem v Praze (2012–2015).....	43
Tab. 4: Počet a podíl (%) vysoce růstových podniků (2012–2015) v metropolitních areálech	45
Tab. 5: Součet výdajů na VaV (v mld. Kč), 2012–2015, kraje	47
Tab. 6: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku v ekonomických sektorech (2012–2015).....	50
Tab. 7: Průměrný obrat (Kč) a meziroční index změny vysoce růstových firem v Česku (2012–2015).....	56
Tab. 8: Počet a podíl (%) právních forem vysoce růstových firem v Česku (2012–2015).....	58

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1: Počet ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou k 31.12. v Česku, 2010–2017	36
Obr. 2: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů v Česku, 2012–2015, kraje	38
Obr. 3: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů v Česku, 2012–2015, ORP.....	40
Obr. 4: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 ekonomických subjektů v Praze, 2012–2015, městské části	42
Obr. 5: Metropolitní areály a hlavní sídelní osy Česka	44
Obr. 6: Podíl vysoce růstových firem v ekonomických sektorech (%), 2012–2015, (ne)metropolitní areály	46
Obr. 7: Vztah mezi výdaji na VaV v podnikatelském sektoru (2012–2015) a podílem počtu vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektech, kraje.....	49
Obr. 8: Počet vysoce růstových firem v ekonomických sektorech v Česku, 2012–2015, kraje	51
Obr. 9: Podíl vysoce růstových firem v Česku v sekcích CZ-NACE (%), 2012–2015	52
Obr. 10: Podíl vysoce růstových firem v Česku v technologických sektorech (%), 2012–2015	53
Obr. 11: Počet vysoce růstových firem v Česku podle technologické náročnosti (2012–2015), kraje.....	54
Obr. 12: Stáří vysoce růstových firem v Česku v roce 2015	55

Obr. 13: Průměrné stáří vysoce růstových firem v Česku v roce 2015, ORP	55
Obr. 14: Průměrný index změny obratu vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, ORP	57
Obr. 15: Právní forma vysoce růstových podniků v Česku (%), 2012–2015, kraje	58
Obr. 16: Lorenzova křivka, počet vysoce růstových podniků 2012–2015, ORP	60

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

EU	Evropská unie
GPN	Globální produkční síť
IČ	Identifikační číslo
IT	Informační technologie
KIBS	Knowledge intensive business services
MSP	Malé a střední podniky
NAFTA	Severoamerická dohoda o volném obchodu
ORP	Obce s rozšířenou působností
PZI	Přímé zahraniční investice
RIS	Regionální inovační systémy
SLBD	Sčítání lidí, bytů a domů
SME	Small and medium-sized enterprises
VaV	Výzkum a vývoj

Úvod

Vysoce růstové firmy jsou předmětem bádání výzkumníků několik posledních desetiletí (např. Birch, 1981; Brüderl, Preisendörfler 2000; Almus 2002). Obvykle se jedná o firmy, které vykazují růst počtu zaměstnanců nebo obratu. Tento růst musí podniky vykazovat několik po sobě jdoucích období.¹ Stále většímu zájmu se vysoce růstové firmy těší v oblasti ekonomiky, kde se akademici zaměřují na faktory ovlivňující růst firem a jejich přínos ekonomice (Henrekson, Johansson 2010; Brush a kol 2009; Du, Temouri 2015). V době ekonomické či hospodářské krize se věnuje všeobecná pozornost právě firmám, které si dokážou udržet ekonomický růst a přispívají tak

¹ OECD (2010) doporučuje sledovat růst vysoce růstových podniků po čtyři po sobě jdoucí roky a to buď jako meziroční růst anebo jako celkový růst od začátku sledovaného období do konce. Takto vymezuje růstové firmy i Du a Temouri (2015) nebo Hölz (2013). Růst firmy se nejčastěji měří počtem zaměstnanců nebo obratem společnosti, nicméně v literatuře neexistuje jednotná definice vysoce růstových podniků (Audretsch, 2012)

k opětovnému hospodářskému růstu. Vysoce růstové firmy mohou pomoci s vyřešením některých klíčových hospodářských otázek, jakými jsou snížení nezaměstnanosti a tvorba pracovních míst. Současná nejen akademická debata se proto soustředí na faktory, které mohou přispět k tvorbě vysoce růstových firem a mohou být implikovány do politik jednotlivých států (OECD 2010)

Henrekson a Johanssen (2010) považují toto téma v akademickém prostředí za poměrně málo prozkoumané. Jako největší bariéru pro větší badatelské úsilí považují složitost získávání dat o vysoce růstových firmách. Zatímco hospodářský růst je dlouho cílem veřejného zájmu, teprve nedávno byly zveřejněny mikroekonomické základy, které odhalily klíčovou úlohu firem v ekonomice s vysokým růstem, (Audretsch 2012). Audretsch (2012) tvrdí, že téma vysoce růstových firem se potýká s nedostatkem empirického i teoretického výzkumu. Tvrdí, že se toho jen málo ví o firmách s rychlým růstem a ještě méně se toho ví o faktorech jejich růstu.

Výzkum vysoce růstových firem jde ruku v ruce s výzkumem přínosu malých a středně velkých firem. Většina vysoce růstových firem spadá právě do kategorie malých a středně velkých podniků. Prvním průkopníkem v tomto ohledu byl Birch (1987, cit. v Blažek, Uhlíř 2011), který uvedl, že malé a středně velké firmy jsou významnými nositeli nově vznikajících pracovních míst. Některými badateli byly malé a středně velké podniky mylně označovány za lék, který vyřeší problémy s nezaměstnaností, podpoří tvorbu inovací a vyřeší regionální problémy (Blažek, Uhlíř 2011). Nutno podotknout, že populace malých a středně velkých podniků je značně heterogenní, kdy největší podíl nově vzniklých firem zanikne do několika let po založení (Brüderl, Preisendörfer 2000). Další, ne tak početná, část firem stagnuje a nijak významně se nerozšiřuje. Ta nejmenší část nově vzniklých firem prudce roste a právě tyto firmy mají největší podíl na tvorbě nové zaměstnanosti a můžeme je označovat jako vysoce růstové firmy nebo také tzv. firemní „gazely“ (Brüderl, Preisendörfer 2000).

V Česku je problematika vysoce růstových firem téměř neprobádanou oblastí. Většina publikací se zaměřuje na malé a středně velké firmy a jejich ekonomický přínos a chování (Veber, Srpová 2012; Vojtík 2010). V diplomové práci proto budou hodnoceny růstové firmy v Česku v období 2012 až 2015 a to z perspektivy jejich koncentračních tendencí i dalších společných znaků a charakteristik. Hlavním cílem diplomové práce je: Vymezení prostorové koncentrace a hodnocení odvětvových a velikostních charakteristik vysoce růstových firem v Česku v období 2012–2015 se

specifickým důrazem na odhalení společných charakteristik růstu těchto firem. Jako dílčí cíle práce jsou stanoveny:

- Vymezení prostorové a odvětvové koncentrace vysoce růstových firem na úrovni obcí s rozšířenou působností, krajů a metropolitních areálů.
- Hodnocení hlavních společných charakteristik a znaků vysoce růstových firem v Česku.
- Určit specifické faktory růstu vysoce růstových firem v Česku na příkladu vybraných podniků.

V návaznosti na již zmíněný výzkumný cíl práce a dílčí cíle, jsou stanoveny výzkumné otázky. Výzkumné otázky i cíle práce byly vytvořeny s přihlédnutím na výsledky již publikovaných odborných prací na téma vysoce růstových podniků. Práce bude odpovídat na tyto výzkumné otázky:

- Do jaké míry jsou vysoce růstové firmy v Česku koncentrovány do metropolitních regionů?
- Dochází v Česku k odvětvové koncentraci vysoce růstových firem, a jaké jsou jejich velikostní charakteristiky a stáří?
- Jaké jsou hlavní faktory růstu vysoce růstových firem?

V první kapitole jsou vysoce růstové firmy zasazeny do kontextu současných teorií regionálního rozvoje. V druhé kapitole jsou popsány používané definice a vymezení vysoce růstových firem, které se nejčastěji objevují v literatuře. Ve třetí kapitole jsou popsány hlavní faktory růstu vysoce růstových firem, následující kapitola je zaměřená na data a metodiku. Pátá kapitola obsahuje prostorovou, sektorovou a velikostní analýzu vysoce růstových firem v Česku. Poslední kapitola se zabývá analýzou rozhovorů se zástupci vybraných vysoce růstových firem na téma faktorů růstu.

1. Faktory konkurenceschopnosti firem v současných teoriích regionálního rozvoje

Penroseové teorie (Penrose 1959) růstu firmy předpokládá, že expanze firmy je primárně určena dostupností znalostí. Podniky mohou dosáhnout růstu akumulací znalostí a to dvěma způsoby. Mohou shromažďovat znalosti tím, že se učí využívat efektivněji stávající znalosti v podniku obsažené. Druhou variantou je, že podniky kumulují znalosti získané vně firmy. Míra růstu firmy je omezena schopností firmy rychle získávat nové znalosti a zdroje a také tím, jak efektivně jsou schopni manažeři firmy reagovat na problémy vzniklé rozšiřujícím se podnikem, (Ghoshal a kol. 1998).

Klíčovým faktorem konkurenceschopnosti firmy mohou být manažerské schopnosti, kterými firma disponuje, a které přispějí k novým kombinacím používající stávající znalosti firmy. Z toho vyplývá, že dva identické podniky se stejným typem činnosti používající stejné pracovníky i zařízení, budou mít jiné výsledky v závislosti na týmové práci, znalostech a zkušenostech. Každá firma je jedinečná svou kompetencí při získávání a využívání znalostí (Coad 2007). Avšak OECD (2010) uvádí, že růst firmy je důsledkem kombinace mnoha faktorů a nelze zásluhu na růstu připisovat pouze jednomu. Přesto tvrdí, že klíčové jsou ambice zakladatele společnosti. Podnik musí být zaměřen na ekonomický růst. Podle OECD (2010) většina firem nechce rozšiřovat počet svých zaměstnanců. Nicméně pro malé firmy může být růst nepříznivou událostí, kdy s růstem přichází také tlak na manažerské, finanční a technické zdroje.

Ze současných směrů regionálního rozvoje a podpory konkurenceschopnosti jsou nejsilnější dva proudy: regionální inovační systémy a teorie globálních produkčních sítí. Institucionální směry vznikly jako reakce na neoklasickou „tradiční“ ekonomii. Institucionální směry se snaží objasnit regionální nerovnoměrnosti za použití „měkkých“ neekonomických faktorů. Instrukce se v tomto případě rozumí jak formální

instituce (obchodní komory, odborové organizace), tak i neformální instituce (zvyklosti, sdílené hodnoty, instutualizované chování). Institucionální směry kladou důraz na význam znalostí a inovací pro vznik a udržení konkurenčních výhod (Blažek, Uhlíř 2011). Z celé řady rozdílných směrů regionálního rozvoje, blíže představím dva, které jsou v dnešní době jedny z nejsilnějších. Nicméně konceptů, které vyplývají z institucionálních východisek, je celá řada např.: teorie výrobních okrsků, klastry, triple helix, teorie učících se regionů, regionální inovační systém (RIS), (Blažek, Uhlíř 2011). Role firem a jejich rozvoje je ve všech konceptech významně akcentována.

1.1. Globální produkční síť a konkurenceschopnost firem

„Od 90. let 20. století se stále výrazněji prosazuje několik vzájemně blízkých teorií, jejichž cílem je snaha o vysvětlení organizace výroby v současném globalizovaném světě“ (Blažek, Uhlíř 2011, s. 232). Jedná se o teorii komoditních řetězců dále o teorii globální hodnotové sítě a v neposlední řadě o teorii globálních produkčních sítí. Rozvoj těchto teorií je umožněn vertikální dezintegrací výroby (Blažek, Uhlíř 2011). Společným východiskem těchto teorií je fakt, že většina produktů je vyráběna z dílčích komponentů díky spolupráci řady firem z celého světa. Při tomto procesu je využíváno know-how, suroviny, kapitál a lidská práce z různých zemí (Henderson a kol.). Teorie usilují o poznání, jak je z globálního hlediska strukturováno rozložení tvorby hodnoty ekonomických činností a jakými faktory je ovlivňován způsob dělby vytvořené hodnoty (Blažek, Uhlíř 2011).

Hlavním cílem teorie GPN je pochopení vývoje organizace výroby a dopad změn na hostitelský region za pomoci studia role institucí, vazeb mezi zúčastněnými aktéry a na základě analýzy moci (Sturgeon a kol. 2008). GPN se zabývá krom samotných firem (nadměrodních podniků a jejich dodavatelů) také sociálním a institucionálním kontextem v daném regionu (Blažek, Uhlíř 2011). Teorie proto zahrnuje více subjektů než jen samotné firmy, kterými jsou: nevládní neziskové organizace, podnikatelská sdružení, vzdělávací a vědeckovýzkumné instituce, mezinárodní instituce (EU, NAFTA) a stát, který nastavuje legislativní prostředí (Henderson a kol. 2002). Teorie se proto zaměřuje na translokální resp. na globální vazby mezi aktéry. Východiskem teorie je, že nejen složité a sofistikované výrobky, ale i jednodušší výrobky jsou vyráběny ve spolupráci několika firem. V tomto procesu je využíváno know-how, suroviny, kapitál a práce

v rámci celé planety. Propojení všech těchto vstupů vyžaduje specifický způsob organizace, který zajišťují vedoucí firmy, které jsou zpravidla silné nadnárodní korporace. Vedoucí firmy si organizují celý řetězec složený ze subdodavatelů různého řádu. Také je dáván důraz na problematiku vlastnictví firem, a to konkrétně na zemi původu vlastníka firmy (Blažek, Uhlíř 2011).

GPN rozlišuje firmy na vedoucí, většinou nadnárodní korporace a dodavatele nižších řádů. Právě firmy v pozici dodavatelů vyšších řádů vykazují obecně vysoký ekonomický růst. Proces, kdy firma zlepšuje svou pozici na globálním produkčním trhu, se nazývá upgrading. Upgrading má zásadní vliv na konkurenceschopnost firem (Humphrey, Schmitz 2002). Toto tvrzení platí ještě výrazněji u firem v bývalých ekonomikách s centrálním plánováním, protože firmy v tomto regionu většinou zastávají tu nejméně výhodnou pozici (dodavatel 3. řádu) v rámci GPN. Naopak když firma ztrácí své postavení v rámci GPN, označuje se tento jev jako downgrading. Nemusí se vždy jednat o negativní ztrátu pozic na trhu, downgrading může být i efektivní firemní strategie (Blažek, Uhlíř 2011).

Zcela zásadní podmínkou pro upgrading firem je strategické rozhodnutí managementu upgrading realizovat. Nicméně firmy, které jsou postavené vespod pyramidy, často samy nerozhodují a ani neví o strategických záměrech vedoucí firmy. Úspěšnost snah o upgrading tedy záleží na typu vedoucí firmy, na schopnosti firmy snažící se o upgrading investovat příslušné úsilí a zdroje a na kvalitě socioekonomického prostředí (Humphrey, Schmitz 2002). Firmy, které dosáhnou upgradingu, často zvyšují přidanou hodnotu produktů a tím pádem i zvyšují zisk. Firmy, které se takto dynamicky posouvají v produkčním řetězci, by mohly vykazovat vysoký ekonomický růst.

1.2. Regionální inovační systémy a konkurenceschopnost firem

Koncept regionálních inovačních systémů je v současné době velmi atraktivní, často citovaný a hojně využívaný, a to jak jako analytický nástroj, tak i jako nástroj politik veřejné podpory (Adámek a kol. 2007). RIS je tvořen dvěma subsystémy. První je subsystém znalosti vytvářející, který je tvořen z podpůrné infrastruktury (veřejné i soukromé výzkumné instituce, vysoké školy, centra pro transfer technologií). Druhým subsystémem je subsystém znalosti ekonomicky zhodnocující, tvořený firmami

z regionu. Pro region je zásadní nejenom existence obou subsystémů, ale také charakter jejich vzájemného propojení (Blažek, Uhlíř 2011). Základní tezí je, že cílená podpora konkurenceschopnosti firem je podstatným doplňkem existujících přirozených synergických efektů vyplývajících z aglomeračních výhod. V inovačním procesu také hraje roli geografická blízkost a koncentrace, která napomáhá přenosu znalostí (Humphrey, Schmitz 2002).

Firmy mají tendenci koncentrovat se do shluků, a proto se tak RIS často skládá z několika klastrů. Oba systémy existují v rámci vyšších systémů (globální, národní). Důležitým předpokladem pro vzájemné učení se mezi oběma subsystémy je vhodný institucionální kontext, čímž se myslí sdílené normy, vzájemná důvěra mezi aktéry a znalost aktérů o schopnostech ostatních (Blažek, Uhlíř 2011).

Ekonomické subjekty hrají v RIS všech úrovní důležitou roli tím, že na sebe berou zodpovědnost za vytváření a šíření znalostí (Skokan 2005). Tyto firmy mají často jako hlavní předmět podnikání uvedení nového produktu (výrobku, technologie, služby) na trh a jsou označovány za inovační firmy. Aby se firma stala inovační, musí prokázat dva rozhodující aspekty: znalost získávání informací a schopnost organizovat a řídit inovační proces (Švejda a kol. 2007). Koudelková (2013) tvrdí, že inovace jsou jednou z nejdůležitějších strategií pro růst firmy. Také Molnár a Bernat (2006) uvádí, že konkurenceschopnost českých firem závisí na vypracování a dodržování inovačních strategií. Podle Masona a kol. (2009) rostou firmy, které inovují, dvakrát rychleji než firmy, které neinovují. Jako základním faktorem růstu firem udává Mason a kol. (2009) to, že se podniky orientují na vědomosti a inovace. Z toho jasně vyplývá, že dobře fungující RIS by měl firmám napomáhat v inovační činnosti a zároveň tedy k růstu.

1.3. Životní cyklus firmy

Model životního cyklu firem hraje zásadní roli při vysvětlení růstu malých firem. Model není založen na ekonomické teorii, přesto získal velkou pozornost vědců zabývajících se organizací podniků. S postupným hospodářským rozvojem podniku se také nevyhnutelně mění jeho organizace, což sebou nese výrazné změny v jeho řízení, které přinášejí větší tlak na schopnosti manažerů (Davidsson a kol. 2002). Firma čelí v každé růstové fázi specifickým výzvám a problémům, které je potřeba vyřešit, aby se mohl podnik dále rozvíjet. Firmu nelze řídit stejným způsobem celou dobu její existence.

S postupným vývojem firmy se musí také přizpůsobovat způsob vedení společnosti, kdy se objevují stále nové a dosud neřešené problémy. Během života musí být firma schopna efektivně vyřešit řadu problémů okolo vedení a koordinace společnosti. Pokud je firma schopna zapojit více profesionálních manažerů, kteří mají všechny předpoklady zdárně vyřešit problémy firmy, firma roste a přechází do další fáze. Proces zapojení více profesionálních manažerů do firmy jde ruku v ruce s omezením rozhodovacích funkcí zakladatele společnosti. Přenos rozhodovacích pravomocí od vlastníka do rukou profesionálních manažerů zvyšuje manažerské schopnosti firmy a zvyšuje pravděpodobnost růstu. Většina firem selže hned v počáteční fázi existence, a to kvůli neschopnosti majitele správně reagovat na vzniklé problémy. Pokud není vlastník malé firmy dostatečně kreativní, aby pružně reagoval na problémy vzniklé ve firmě, může tímto chováním zpomalit nebo zastavit ekonomický růst celé společnosti, (Greiner 1998).

Pellenbarg a Steen (2003) tvrdí, že vysvětlení ekonomických regionálních rozdílů vyžaduje popis a analýzu populace firem daného regionu. Populaci firem autoři přirovnávají k lidské populaci. Demografové zkoumají demografické trendy skrze dílčí ukazatele, jako jsou: plodnost, úmrtnost, migrace atd. Analogii tohoto bádání na populaci firem autoři označují jako „demografii firem“. Demografie firem se zajímá o podobné typy událostí jako populační demografie, ale na populaci firem (Van Wissen 2002). Tato firemní demografie vznikla na konci 70. let 20. století v rámci ekonomické geografie (Pellenbarg, Steen 2003). Zaměřuje se především na vznik a zánik firem, kdy tvrdí, že přežití nebo zánik firmy není nahodilý proces. Podniky, které zaniknou, mají jiné charakteristiky než ty firmy, které rostou. Všeobecně se dá hovořit o tom, že v populaci firem přežijí ty nejschopnější a nejsilnější firmy (Van Wissen 2002).

Fakticky teorie zabývající se vznikem a životem firem obecně zahrnují pouze interní faktory růstu, jakými jsou manažerské schopnosti a opomíjejí externí faktory působící na firmy (Krasniqi 2012). Autor uvádí, že silný vliv na růst malých podniků mají také institucionální faktory.

2. Definice a vymezení vysoce růstových firem

Ekonomický růst je dlouhodobým cílem pro většinu podniků a firem bez ohledu na jejich velikost a stáří (Brush a kol. 2009). Davidsson a kol. (2002) tvrdí, že růst je považován za míru podnikatelského úspěchu. Ne pro všechny podnikatele je růst tou hlavní prioritou, alespoň částečný růst firmy je, potřeba v dlouhodobém horizontu pro prosperitu firmy (Brush a kol. 2009). Jako nejvýznamnější čtyři způsoby toho, jak docílit růstu podniku Brush a kol. (2009) uvádí tyto:

- geografická expanze
- zaměření na nové trhy a zákazníky
- rozšíření produktů a služeb
- pomocí fúzí a akvizic

Nutno podotknout, že toto je jen výčet nejvýznamnějších metod růstu podniku, který získal Brush a kol. (2009) pomocí rešerše literatury. Růst firmy se dá rozdělit na organický růst a získaný růst. Organickým růstem se rozumí růst firmy z vlastních zdrojů, kdy výsledkem je růst počtu zaměstnanců nebo růst vlastního zisku. Opakem je růst získaný, kdy firma roste pouze díky převzetí jiné firmy (akvizicím) nebo sloučením s jinou firmou (fúze) (Henrekson, Johanssen 2010). Všechny firmy s vysokým růstem nerostou stejným způsobem. Růst firem je velmi heterogenní a na každou firmu působí více specifických faktorů, proto je růst firmy vícerozměrným jevem (Delmar a kol. 2003).

Greiner (1998) uvádí pět klíčových dimenzí firemního růstu, které ovlivňují vývoj společnosti. Těmito dimenzemi jsou: stáří firmy, velikost podniku, fáze rozvoje nebo fáze krize firmy a tempo růstu odvětví, ve kterém firma působí. Ve fázi, kdy firma ekonomicky roste, rozlišuje Greiner (1998) několik specifických růstových fází. Každé vývojové období je vyznačováno dominantním stylem řízení firmy, který firma používá k maximalizaci ekonomického růstu. Každé období má také své specifické problémy, se

kterými se musí společnost vypořádat, aby docílila co nejvyššího růstu. Vysoký růst představuje přechodnou fázi v životě podniku, jedná se o výjimečnou událost, která se může vyskytnout kdykoli během života podniku (OECD 2010).

2.1. Definice vysoce růstových podniků

Definice vysoce růstových firem není v literatuře jednotná a do jisté míry tento fakt limituje shromažďování a porovnávání jednotlivých výsledků studií (Delmar a kol. 2003). Nejčastěji používané veličiny pro vymezení růstu firem, jsou růst obrátu a růst počtu zaměstnanců. Henrekson a Johanssen (2010) tvrdí, že mezi studii firem s vysokým růstem panuje velká heterogenita. Jako ukazatel růstu se používá: počet zaměstnanců, podíl prodeje na trhu, produkce a v neposlední řadě také zisky a tržby a jejich změny. Pro měření růstu firem se může používat jak relativní vyjádření, tak i absolutní vyjádření ukazatelů růstu. Někdy se používají také složené nebo vícečetné ukazatele růstu (Delmar a kol. 2003). Výběr absolutního nebo relativního růstu je důležitý pro vztah k velikosti firem. Studie s použitím absolutního růstu mají tendenci nadhodnocovat růst velkých firem, zatímco malá firma snadněji dosáhne růstu při relativním vyjádření. Dalším aspektem, který se v odborné literatuře liší, je časový horizont. Jednou variantou je zvolení sledování růstu firmy po jednotlivých letech, tedy v meziročních obdobích. Druhou variantou je sledování růstu firmy od začátku do konce sledovaného období. Srovnání mezi studii je nemožné nebo zavádějící, jelikož se ve studiích liší použité časové rámce nebo způsob vymezení růstových firem (Delmar a kol. 2003). V současnosti nejpoužívanější měření růstu firem je na základě počtu zaměstnanců (Koudelková 2013).

Při vymezení ukazatelů růstu je nutné dbát na omezující faktory, které skrývá každá metoda vymezení růstových firem. Při měření dvěma různými ukazateli může být výsledná kohorta růstových firem odlišná. Některé firmy rostou standardním způsobem, kdy zvyšují objem prodeje i počet zaměstnanců. Jiné firmy mohou růst způsobem, kdy při zvyšování objemu prodeje dochází k redukci počtu zaměstnanců. Proto se jako nejlepší způsob měření růstu podniků jeví použití vícečetných měřítek (Delmar a kol. 2003).

Nejjednodušším typem ukazatele je ten, který definuje podniky s vysokým růstem jako ty firmy, které splňují určité předem definované kritérium. K tomuto předem

stanovenému kritériu se obvykle přidává velikostní práh kvůli odstranění těch nejmenších podniků. Pokud by se velikostní práh nepoužil, došlo by ve výzkumu k nadhodnocení malých firem. Naopak Birch (1981) postupoval při vymezení podniků jinak a s nadhodnocením malých podniků se vypořádal tím, že používal relativní i absolutní ukazatele. Stanovil, že Y % podniků podle růstu, jak relativně, tak absolutně bude považovat za růstové (Audretsch 2012).

Mezinárodní společnost OECD (organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) vytvořila manuál pro výzkumníky, jak postupovat při vymezení růstových firem. Účelem má být lepší možnost srovnání výzkumů z jednotlivých členských zemí. Definice OECD vysoce růstových podniků z roku 2007 říká, že vysoce růstový podnik je takový podnik, který vykazuje meziroční růst o více jak 20 % za 3 po sobě jdoucí období. Růst lze měřit počtem zaměstnanců nebo obratem. 20% růst je doporučeno měřit, buď jednotlivě po meziročních obdobích, kdy každé měření musí dosáhnout alespoň 20% růstu, nebo použitím průměrného anualizovaného růstu. Průměrný anualizovaný růst se neměří za jednotlivá meziroční období, ale jedná se pouze o růst od začátku sledovaného období do konce. Obrat nebo počet zaměstnanců na konci tříletého sledovaného období musí být minimálně 1,728 krát větší než na začátku období. Pro nejdůkladnější podchycení problému růstových firem je doporučeno využívat obou dvou kritérií. Jak počtu zaměstnanců, tak i obratu. Pro odstínění malých podniků, které sice vykazují vysoký relativní růst, ale pro ekonomiku nejsou zásadně významné, je doporučeno stanovit práh velikosti firmy. Firma musí mít na začátku sledovaného období minimálně 10 zaměstnanců. To znamená, že všechny firmy, které mají méně než 10 zaměstnanců na začátku sledovaného období, jsou z výzkumu vyloučeny. Prahová velikost 10 zaměstnanců se používá bez ohledu na to, zda je výzkum růstových firem měřen obratem nebo zaměstnaností, to zajistí stejnou počáteční populaci firem. Kromě toho by bylo obtížné stanovit stejnou prahovou výši obratu v různých zemích (OECD 2007).

OECD (2007) zmiňuje, že by měly být z databáze vymazány ty podniky, které vznikly první rok sledovaného období. Předejde se tak zkreslení databáze, protože podniky vznikaly v různém časovém období během prvního roku. Jejich obrat za první rok neodpovídá obratu vykázanému za celý rok, proto by vykazovaly vysoký nárůst obratu mezi prvním a druhým rokem sledování. Dalším doporučením je nezohledňovat podniky, které růst ať už obratu nebo počtu zaměstnanců získaly pomocí fúzí a převzetí

jiné firmy. Pro můj výzkum jsem se při vymezení vysoce růstových firem v Česku řídil právě těmito doporučeními OECD a následoval jsem tak již některé autory, kteří používali tyto doporučení ve svých studiích. Ale i tato všeobecná doporučení narážejí v jednotlivých zemích na specifika dostupnosti dat a zaběhnutých zvyklostech (Hölzl 2013). Petersen a Ahmad (2009) zjistily, jak se shodují míry růstu počtu zaměstnanců a míry růstu obrátu vysoce růstových firem. Autoři tvrdí, že se tato korelace v různých zemích liší. V Dánsku dosahuje korelace těchto dvou veličin více jak 80 %, což znamená, že při měření růstu podniků obratem i počtem zaměstnanců dostanete téměř stejný výsledný dataset růstových firem. Naopak u jiných zemí se tato korelace pohybovala okolo 50 %, což znamená, že při zvolení měření růstu firem buď obratem, nebo počtem zaměstnanců, se dostane pouze poloviční shoda výsledků.

2.2. Vysoce růstové firmy – tzv. firemní „gazely“

V literatuře se pojem firemní „gazely“ používá v podstatě jako synonymum pro vysoce růstové firmy, anebo jsou pojmem „gazely“ označovány spíše menší vysoce růstové podniky (Henrekson, Johanssen 2010). Birch a kol. (1995, cit v Audretsch 2012) považují „gazely“ za podniky, u kterých zaznamenali meziroční růst tržeb o více jak 20 % za tři po sobě jdoucí meziroční období. První rok musely mít firmy tržby větší než deset tisíc dolarů. Autoři tyto firmy, které označovali jako „gazely“, považovali za firmy, které nejvyšší mírou přispívají k tvorbě nových pracovních míst.

Naopak OECD (2007) používá a doporučuje striktní vymezení „gazel“ jako podskupinu vysoce růstových firem. Podle OECD (2007) jsou gazely podniky s vykazovaným minimálním 20% meziročním růstem obrátu nebo počtu zaměstnanců, které jsou mladší pěti let. Portfolio podniků označovaných jako „gazely“ by mělo vycházet z databáze nově vzniklých firem a ne z celkové populace všech podniků. Tuto definici také používá SAFE (2016).

3. Faktory růstu vysoce růstových firem

V této části budu diskutovat hlavní faktory růstu firem s již publikovanými závěry výzkumů na toto téma. Faktorů, které mohou ovlivňovat růst firem je nepřehledné množství, počínaje od významu velikosti a stáří firmy (tzv. Gibratovo pravidlo) a pokračují přes odvětvovou a právní strukturu a konče strategií firem a institucionálními faktory (Audretsch 1995; Black, Henderson 1999; Krasniqi 2012). Vzhledem k tomu, že faktorů, které mohou ovlivňovat růst firmy, je nevyčísitelné množství a nejde je obsáhnout všechny, vybral jsem jen ty, které se v dostupné literatuře objevují nejčastěji a zdají se být tedy nejrobustnější. Faktory růstu podniků se mohou dělit na interní (velikost, věk, vlastnická struktura, inovační aktivity, strategie firmy....) a externí faktory (dostupnost externích finančních zdrojů, odvětvová specifikace, networking, institucionální faktory, PZI) (Kubíčková a kol. 2016). Jako nejdůležitější faktor růstu uvádí Wiklund a kol. (2003) závazek zakladatele firmy k tomu, že je jeho nejvyšším firemním cílem právě všeobecný a stálý růst firmy.

Nutno podotknout, že české firmy jsou zasazeny do kontextu moderní globální ekonomiky s vysoce konkurenčním prostředím, navíc řada převážně větších firem nemá českého vlastníka (Molnár, Bernat 2006). „*Ekonomika industriální přechází do ekonomiky znalostní a inovační. Základem je vzdělání (jako zdroj znalosti), výzkum a vývoj (jako generátor invencí) a inovace (jako výsledek tvůrčí činnosti, znalostí a zkušeností)*“ (Molnár, Bernat 2006, s. 95).

3.1. Význam velikosti a stáří pro růst firem

Vztah mezi velikostí, stářím a růstem firmy se nyní stal jednou z nejvíce diskutovaných otázek souvisejících s charakteristikou růstu firem (např. Acs a kol. 2008; Henrekson, Johansson 2010; Krasniqi 2012). Původně se tento vztah dával do roviny s neoklasickou teorií a využíváním úspor z rozsahu. V tomto kontextu vzniklo tzv. Gibratovo pravidlo

(Gibrat 1931, cit. v Kubičková a kol. 2016) neboli proporcionální efekt, který tvrdí, že růst firmy je nezávislý na její velikosti, růst podniku je náhodný proces (Kubičková a kol. 2016). Naopak jiná část literatury podporuje tzv. „noisy selection“, publikovaný v 80. letech 20. století. Tato teze tvrdí, že malé podniky rostou rychleji než ty větší, opírá se při tom o fakt, že postupem času se firmám snižuje schopnost poučit se z předchozích zkušeností. Tato schopnost je nejvyšší v rané fázi po vstupu firmy na trh, kdy firma dosahuje také nejvyššího růstu a postupem času se snižuje, jak tempo růstu, tak i schopnost učení se. Řada studií z nedávných let např. Davidsson a kol, 2002; Piergiovanni a kol., 2003; Krasniqi, 2012, používající řadu faktorů růstu firem, platnost Gibratova pravidla spíše vyvrací, tím že najdou negativní vztah mezi velikostí, stářím a růstem (Davidsson a kol 2002). Řada dalších studií našla částečnou nebo úplnou shodu s pravidlem „noisy selection“ (Piergiovanni a kol. 2003).

Du a Temouri (2015) a Henrekson, Johansson (2010) potvrzují, že typické dynamicky rostoucí firmy jsou spíše menší a mladší, nehledě na sektor, ve kterém podnikají. Zároveň však dodávají, že důležitějším aspektem pro růst firmy je stáří podniku oproti velikosti. Nicméně poznamenávají, že sice z pohledu četnosti převažují menší firmy, ale z pohledu příspěvku pro ekonomiku jsou důležitější velké růstové firmy. Krasniqi (2012) ve svém výzkumu potvrzuje, že malé podniky rostou rychleji než ty větší. Audretsch (2012) uvádí, že již v 90. letech 20. století existovala řada výzkumů, které Gibratovo pravidlo potvrzuje a uvádějí, že je růst firmy stochastický a nahodilý proces. Naopak v USA se potvrdilo pravidlo, že menší firmy vykazují vyšší míry růstu než jejich větší protějšky. Acs a kol. (2008) tvrdí, že dynamický růst se nejčastěji vyskytuje u těch nejmenších firem do 19 zaměstnanců. Růstová výhoda u malých a mladších firem se projevila v průmyslových oborech s vyspělou technologií (Audretsch 1995). Jiné studie tyto výsledky potvrdily i na evropském měřítku (Audretsch 2012). Audretsch (2012) uvádí, že vyšší míry růstu jsou u menších podniků, dále že míry růstu jsou vyšší u mladších podniků, a že potenciál růstu je největší u mladých a malých podniků působících v odvětvích náročných na znalosti. Acs a kol. (2008) zjistili, že růstové firmy v USA nejsou mladé, průměrné stáří mají 25 let, nicméně je to stále méně než průměr nerůstových firem. Zároveň Audretsch (2012) uvádí, že existuje řada výzkumů s jasnými výsledky o tom, že velikost a věk podniku má vliv na tempo růstu firmy. Upozorňují, že na druhé straně existuje menší množství studií, které tento trend nepotvrzují.

Van Wissen (2002) tvrdí, že se tempo růstu firmy snižuje v průběhu času tím, jak firma stárne a zvětšuje se. Tento fakt vysvětluje tím, že starší firma doplácí na zastarávání svých technologií. Což ale nekoresponduje s druhým faktem, který Van Wissen (2002) uvádí. Tím je, že starší podniky mají vyšší pravděpodobnost přežití. Jinými slovy řečeno, mladší firmy mají vyšší pravděpodobnost zániku. Nicméně Van Wissen (2002) tvrdí, že starší firmy mají na jedné straně výhodu v dlouholeté zkušenosti a neustálém se učení z předešlých situací, na druhé straně může vyzrálá firma podléhat setrvačnosti a zastarání technologií. Mladé firmy se ještě musí naučit jak se vyhnout specifickým úskalím daného trhu, naopak starší firmy tuto dovednost již získaly a dále jí zlepšují. Proto autor uvádí, že vliv věku na růst firmy není jednoznačný.

Z prostudovaných zdrojů lze vyvodit, že typická růstová firma je mladší a menší firma. Pro menší firmy je jednodušší zvýšit svůj zisk i počet zaměstnanců než pro větší a starší firmy, které spíše počet zaměstnanců redukují v rámci úspor. Navíc hraje také roli, že menší firmy spíše rostou organicky a větší firmy rostou spíše pomocí akvizic a fúzí. V mé práci se zabývám pouze organickým růstem, proto předpokládám, že růstové firmy budou menší a mladší.

3.2. Význam geografického umístění pro růst firem

Dalším důležitým faktorem v procesu růstu firmy je její geografické umístění. Pro celkový ekonomický růst firmy se zdá být zásadní umístění v aglomeračních regionech, kde na firmy pozitivně působí externality. Těmito pozitivními externalitami se především rozumí přenášení znalostí a vliv městských institucí. Tyto faktory by měly napomáhat firmám k růstu. Firmy v aglomeračních oblastech mají také lepší přístup k některým specializovaným zdrojům (vzdělaná pracovní síla) (Black. Henderson 1999). Sleuwaegen a Goedhuy (2002) tvrdí, že firmy působící v jádrových oblastech země mají větší pravděpodobnost zapojení se do sítí nadnárodních firem a subdodávek a tím pádem mají větší růstový potenciál. Krasniqi (2012) tvrdí, že firmy v hlavním městě mají větší pravděpodobnost vyššího růstu než firmy působící mimo metropoli. Autor také uvádí, že podniky, které mají dvě a více poboček, vykazují vyšší růst.

Předpokladem je, že růstové firmy v Česku budou více zastoupeny v jádrových regionech a to především v širším zázemí Prahy. Do hry by však mohly vstoupit i další faktory jako je blízkost hranice s Německem, se kterým je česká exportní ekonomika

silně spojena. Damborský a Wokoun (2010) zjistili, že pozitivní vliv na vznik a lokalizaci malých a středních podniků má právě geografická (dopravní) blízkost obytového trhu. Za významnější faktor jej považují subjekty působící v segmentu služeb, ale roli hraje i v ostatních segmentech. Autoři dodávají, že tento jev je silnější u menších podniků a naopak u velkých nadnárodních korporací nehraje významnější roli. Významným faktorem lokalizace středních podniků byla blízkost dodavatelů, u mikrofirem to byla blízkost konkurentů. U firem sekundární a terciární sféry vyhodnotili autoři jako významné faktory tyto: dostupnost odborných služeb a celkový hospodářský růst regionu (Damborský, Wokoun 2010).

3.3. Význam odvětvové specializace pro růst firem

Studie na téma provázanosti růstu firmy na sektoru, ve kterém působí, nemají všechny jednotný závěr. Almus a Nerlinger (1999) tvrdí, že rozdělení firem na několik velkých sektorů, jako jsou high-tech, či medium-tech, nemá žádný dopad na potenciální růst firmy. Nicméně autoři zjistili, že firmy v sektoru, který vykazuje všeobecně vysokou míru růstu a je geograficky vysoce koncentrován, mají vyšší potenciál růstu. Toto pravidlo platí i pro nově vzniklé firmy v tomto sektoru. Také Acs a kol. (2008) tvrdí, že zastoupení vysoce růstových firem (označovaných jako firmy s vysokým dopadem) je ve všech sektorech rovnoměrné, což ověřili na populaci firem v USA. Totéž tvrdí i Krasniqi (2012), který toto pravidlo potvrdil pro rozvojové země. Studie v Německu potvrdila výsledky, že žádný sektor nemá pozitivní vliv na růst firmy. Dokonce se autor domnívá, že firmy v sektorech náročných na znalosti a vědomosti mají menší potenciál k růstu než zbylé (Almus 2002).

Naopak Rodriguez a kol. (2003) tvrdí, že žádný sektor nemá pozitivní vliv na růst firmy, s výjimkou hotelového průmyslu a obchodu, kde byl zjištěn pozitivní dopad na potenciál k růstu firmy. Jiní autoři píší, že firmy v průmyslových odvětvích charakterizovanými většími úsporami z rozsahu, mohou vykazovat vyšší míru růstu (Audretsch 1995). Du a Temouri (2015) uvádí, že jsou růstové firmy více zastoupeny v sektoru služeb než ve výrobě. U firem ve službách je pro budoucí růst klíčová kvalita nabízených služeb při vstupu firmy na trh. Zároveň u nich na potencionální růst pozitivně působí, zahrnutí firmy do mezinárodní korporace. Také Henrekson a Johansson (2010) uvádí, že vysoce růstové firmy se vyskytují ve všech průmyslových

odvětvích a pokud existuje nějaký sektor, kde jsou koncentrovány, tak je to sektor služeb.

Nejrozšířenějším výsledkem se zdá být ten, že vysoce růstové firmy nejsou zastoupeny výrazněji v žádném sektoru. Pokud vůbec dochází k určité sektorové koncentraci, tak je to do sektoru služeb a Česko by v tomto smyslu nemělo být výjimkou.

3.4. Význam rozdílných strategií pro růst firem

Vlastníci zakládají a provozují své firmy z řady důvodů. Z ekonomického pohledu by měla být primární snaha o dosažení maximálního zisku. Realita, ale ukazuje, že různé firmy zastávají různé strategie a praktiky řízení, přičemž některé z nich nemusí mít za cíl růst a maximalizaci zisku. Některé podniky jsou založeny s tím, že vlastníci chtějí omezit své působení pouze na tuzemský trh a necílit za každou cenu na maximalizaci zisku (Krasniqi 2012). INKA (2016) uvádí, že dvě ze tří firem v Česku mají omezené růstové aspirace a každá čtvrtá firma nechce zvyšovat počet zaměstnanců. Pro některé vlastníky může znamenat dynamický růst firmy překážku v dosažení jejich dílčích cílů, které si kladly na začátku podnikání, jako je: nezávislost, životní styl nebo šetrnost k životnímu prostředí (Wiklund a kol. 2003). Prosadit se v silně konkurenčním prostředí globální ekonomiky znamená mít dobře propracovanou firemní strategii. Nutno podotknout, že firmy v zahraničním vlastnictví mnohdy nemůžou firemní strategii nijak ovlivnit (Molnár, Bernat 2006).

Při dynamickém růstu firmy je potřeba čelit různým manažerským výzvám, jednou z nich je potřeba profesionálních manažerů. Majitelé malých firem většinou firmu řídí sami nebo se nějakým způsobem podílejí na jejím každodenním chodu. Když firma úspěšně roste, dostane se do stádia, kdy je potřeba řízení firmy předat profesionálním manažerům. S tímto okamžikem přichází také váhání majitele, zda přenést veškeré rozhodování o firmě právě profesionálním manažerům. Tato neochota přivést do vlastní firmy profesionální manažery může brzdit růst firmy. Majitelé některých malých firem se úmyslně vyhýbají růstu, aby nemuseli řešit zmíněný problém s předáním rozhodovacích pravomocí, přestože mají příležitost k expanzi (Hart 2000). Tuto tezi potvrzuje také Krasniqi (2012), který ve své studii zjistil, že firmy které mají oddělené řízení od vlastnictví, vykazují vyšší růst než ty, u kterých tomu tak nebylo. Cíle

profesionálních manažerů byly více orientovány na růst, než cíle samotných vlastníků. Pavlák (2013) tvrdí, že nejdůležitějším aspektem pro malé podniky, které si chtějí zachovat konkurenceschopnost, je to, aby měli majitelé alespoň povědomí o moderních manažerských technikách a měli odvalu je implikovat do rozhodování firmy. „V MSP (zejména v mikro a malých podnicích) splyvá role vlastníka a manažera, jinými slovy, manažer je nenahraditelný! Z tohoto důvodu považujeme osobnost podnikatele za významnou kvalitativní charakteristiku podniku: pokud vlastník = manažer nemá manažerské znalosti a dovednosti, podnik nemá šanci na úspěch“ (Pavlák 2013, s. 14).

Firmy, které se orientují na vývoz, mohou mít vyšší míru růstu z důvodu orientace na nové trhy a schopnosti učit se od svých zahraničních konkurentů. Exportní činnost má pozitivní vliv na výkon firmy, především kvůli přenosu znalostí (technologie a know-how v oblasti řízení firmy) (Krasniqi 2012). Buecchetti a Trovato (2002) tvrdí, že růst malých firem je podmíněný schopností získat externí finanční zdroje a schopností získat přístup na zahraniční trhy. Bohatá a Mládek (1999) uvádějí, že jedním z největších problémů malých a středně velkých podnikatelů v Česku je nedostatek kapitálu, který zamezuje možnou expanzi. Kromě exportu má také pozitivní vliv na konkurenceschopnost podniku zahraniční vlastnictví. Firmy se zahraničním vlastníkem vykazují vyšší a dlouhodobější růst než firmy vlastněné tuzemským majitelem. Tuzemským vlastníkům pozitivně pomáhá, co se týče konkurenceschopnosti firmy, spolupráce se zahraničními korporacemi (Djakov, Murell 2001). Tyto vztahy, jak mezinárodní, tak tuzemské, mohou pozitivně ovlivnit produktivitu podniku díky rozšíření znalostní základny firmy (Krasnaqi 2012). Van Wissen (2002) tvrdí, že vysoce rizikové firmy mají v průměru vyšší míry růstu a vyšší pravděpodobnost zániku. Autor uvádí, že vysoce rizikovou firmu založí spíše mladší zakladatel, ochota riskovat klesá se zvyšujícím se věkem zakladatele a stoupá pravděpodobnost přežití.

Jedním z nejdůležitějších faktorů pro růst firmy se napříč literaturou objevuje strategie a motivace vlastníka podniku. Firma může mít řadu jiných předpokladů pro růst, ale bez cílevědomého vedení orientovaného na expanzi, se růst firmy nedostaví. Jako klíčový bod ve vývoji firmy se jeví okamžik předání řízení chodu firmy do rukou profesionálních manažerů.

3.5. Význam institucionálního prostředí pro růst firem

Rozvoj podnikání v určitém státě je silně ovlivněn institucionálním prostředím. Zvláště důležitým rámcem jsou instituce v zemích, kde dochází k zásadní přeměně institucionálního prostředí, jako jsou státy postsocialistického bloku, kterým je i Česko (Smallbone, Welter 2006). Krasnaqi (2012) tvrdí, že existuje mnoho empirických důkazů pocházejících z transformujících se zemí o tom, že rozvoj podnikání má silný dopad na ekonomiku země. Podmínky pro vznik nových firem nejsou v těchto zemích ani zdaleka ideální, což lze připsat nedostatečně rozvinutým tržním institucím, slabému právnímu systému a nepřátelskému právnímu prostředí. Jako největší překážku pro vznik a růst firem vyhodnotil Krasnaqi (2012) korupci.

Bohatá a Mládek (1999) zjistili, že v Česku je pro nově vstupující firmy do segmentu malých a středně velkých podniků největší překážkou soudní registrace a získání licence na konkrétní činnost. Autoři také tvrdí, že značným omezujícím faktorem růstu malých a středně velkých firem v Česku je daňové zatížení. Z průzkumů vyplývá, že sami začínající podnikatelé vidí největší problémy právě v daňovém zatížení dále pak ve zpožděných platbách a ve vysokých úrokových sazbách. Nicméně autoři dodávají, že daňové zatížení bylo o poznání menší problém pro zahraniční firmy, které vstoupily na český trh. Finanční překážky byly vnímány samotnými podnikateli jako výrazně omezující růst, to však platilo před zavedením státní podpory pro malé a středně velké podniky. V 90. letech 20. století byl v Česku jedním z omezujících faktorů růstu malých a středně velkých firem nedostatek kvalifikovaných pracovníků a nedostatek profesionálních manažerů (Bohatá, Mládek 1999).

3.6. Význam inovací pro růst firem

Výzkum, vývoj a inovace považují Žižalová a Csank (2009) za klíčový motor hospodářského růstu a konkurenceschopnosti. Kubíčková a kol. (2016) tvrdí, že inovace představují jeden z hlavních faktorů růstu podniků. Toto tvrzení platí především v dnešní ekonomice založené na znalostech. Účinky inovací mohou být odlišné vzhledem k rozlišnosti firem a rozlišnosti typologie inovací. „*Inovace jsou jednou z nejdůležitějších strategií konkurenceschopnosti pro malé, střední a velké společnosti.*“ (Koudelková 2013, s. 41). Také Molnár a Bernat (2006) tvrdí, že konkurenceschopnost

českých firem závisí na úspěšném vypracování a dodržení inovačních strategií, inovační činnosti firmy by měly tvořit hodnoty pro zákazníky. Laforet (2010, cit. v Kubičková a kol. 2016) upozorňuje, že různé druhy inovací mají různé efekty na ekonomickou situaci celého podniku. Produktové inovace způsobují většinou růst počtu zaměstnanců firmy, u procesních inovací je tomu přesně naopak. Procesní inovace se vyznačují snížením lidské práce na jednotku výkonu. Z výzkumů vyplývá, že vysoké investice do VaV a vysoká inovační produkce nemusí nutně znamenat růst zisků, ale vysoce růstové podniky mají tendenci mít vyšší inovační úroveň než zbylé firmy (Coad 2007).

Firmy, které produkují inovační aktivity, podle Masona a kol. (2009), rostou dvakrát rychleji než podniky, které neinovují. Vyšší potenciál k růstu mají firmy, které se zaměřují na investice do VaV, progresivních technologií a zařízení či produktové inovace. Jako základní charakteristiku rychle rostoucích firem udává Mason a kol. (2009) orientaci firem na vědomosti a inovace. Rychle rostoucí firmy se podle Masona a kol. (2009) zaměřují na produkty vysoké kvality, vědomosti zaměstnanců o trhu a spotřebitelích a na vyšší úroveň internacionalizace.

Žižalová a Csank (2009) se zabývali investicemi do výzkumu, vývoje a inovací Ty označují za jeden z možných důvodů regionální ekonomické nerovnoměrnosti v Česku. Autoři uvádějí, že se VaV aktivity koncentrují do hlavního města a jeho zázemí, tedy Středočeského kraje. Struktura VaV aktivit se ale v těchto dvou krajích liší. Zatímco v Praze je koncentrován především veřejný VaV. Ve Středočeském kraji převládá VaV v podnikatelském sektoru. Vztáhnou-li se výdaje na VaV u obou krajů k HDP získají oba kraje hodnoty k 3 %. Koncentrace výdajů na VaV v podnikatelském sektoru ve Středočeském kraji je zapříčiněn koncentrací VaV aktivit zahraničních firem v zázemí Prahy, kde jsou levnější náklady na realizaci těchto aktivit. Navíc je zde patrná koncentrace výdajů od jediného subjektu, který si připisuje přes 80 % VaV výdajů ve Středočeském kraji. Dále se koncentrace VaV aktivit projevuje v kraji Jihočeském a Moravskoslezském. V kraji Moravskoslezském jsou výdaje na VaV silně závislé, jak tomu je i v kraji Středočeském, na jednom subjektu se zahraničním vlastníkem (Žižalová, Csank 2009).

Téměř polovina firem v Česku nedává na VaV téměř žádné prostředky, u dalších 20 % firem je kvalita aktivit VaV diskutabilní. Polovina zahraničních firem, které mají více jak 50 pracovníků ve VaV, se koncentruje do Prahy a Středočeského kraje. Co se týče výzkumného potenciálu, tak dominuje Praha, která tvoří jednoznačný pól

podnikových VaV aktivit. U Středočeského kraje je vysoký potenciál dán pouze několika hlavními subjekty pod zahraniční kontrolou. Jistě stojí za zmínku poměrně vysoký výzkumný potenciál Libereckého, Pardubického a Zlínského kraje, které mohou do budoucna představovat regionální inovační póly rozvoje. Zatímco v Libereckém a Pardubickém kraji jsou podniky s nadprůměrnou VaV aktivitou vlastněny převážně tuzemskými vlastníky, tak v Moravskoslezském a Středočeském kraji je tomu naopak (Žížalová, Csank 2009). „*Jedním z nejzajímavějších zjištění, týkajícího se právě odlišnosti domácího a pod zahraniční kontrolou realizovaného VaV, je to, že v segmentu firem pod zahraniční kontrolou byly ve sledovaném období průměrné neinvestiční výdaje na VaV na pracovníka VaV výrazně vyšší (cca 1 650 tis. Kč/rok) než v segmentu domácích firem (884 tis. Kč/rok)*“ (Žížalová, Csank 2009, s. 29). V Česku se výzkumné a vývojové aktivity silně koncentrují do podniků se zahraničními vlastníky. U nich lze vzhledem k tomu, že se mnohdy nejedná o klíčové VaV aktivity, očekávat podstatně odlišné přínosy a rizika pro dlouhodobý hospodářský rozvoj regionů (Žížalová, Csank 2009).

Tyto teze potvrzuje i studie INKA (2016), která tvrdí, že Česko je v rámci EU průměrně inovativní ekonomikou. Přibližně 600 firem v Česku investuje do VaV ročně více jak 10 milionů Kč, ale pouze 60 firem investuje do VaV více jak 100 mil. Kč a pouze jednotky firem investují více jak miliardu. Autoři uvádějí, že lídři inovací v Česku se dají rozdělit do třech skupin firem:

- Strategické výrobní závody a VaV centra globálních technologických lídrů
- Ambiciózní rychle rostoucí autonomní (domácí) firmy
- Dynamicky rostoucí technologické malé a střední podniky a start-upy

Všechny tyto tři skupiny mají ambice a potenciál stát se vysoce růstovými podniky. Studie INKA (2016) také označuje některé bariéry inovačních aktivit v Česku. Jako jednu z nejvýznamnějších překážek inovačních aktivit studie uvádí nedostatek kvalifikovaných pracovníků na trhu. Druhou významnou překážkou je nedostatečná spolupráce veřejných výzkumných organizací se soukromými organizacemi.

Vysoce růstové podniky by se měly jednoznačně koncentrovat do regionů s vyšší VaV aktivitou, především do regionů, kde převládá VaV aktivita podnikové sféry. V Česku by se měly růstové podniky výrazně koncentrovat do Prahy a jejího zázemí, dále pak do krajů Moravskoslezského a Jihočeského. Svůj potenciál ve výzkumné sféře by mohly prokázat Pardubický, Liberecký a Zlínský kraj.

3.7. Další faktory růstu firem

Dalším frekventovaným tématem z pohledu faktorů konkurenceschopnosti firem, je téma *networkingu* neboli zasítování. Firmy mohou zlepšit svou výkonnost a konkurenceschopnost prostřednictvím síťových aktivit, které usnadňují získání externích zdrojů. Vědomostní toky patří mezi klíčové faktory, které vysvětlují silný růst dnešních ekonomik založených na znalostech. Důkazy naznačují, že firmy, které patří do formálních sítí, s větší pravděpodobností vyprodukují inovace než firmy, které nejsou zapojeny do sítě. Firmy, které se nacházejí v klastru, mají větší růstový potenciál než firmy, které leží mimo klastr (Maine a kol. 2010). Firmy také mohou využít jiných forem sítí, jako je členství v obchodních sdruženích. Mezi přínosy těchto aktivit patří mimo jiné zjednodušení toku informací, školení, usnadnění zahraniční spolupráce a další (Brown a kol. 2005).

Dalším faktorem růstu firem objevující se v literatuře je lidský kapitál. Hodnota lidského kapitálu je ovlivněna vzděláním, tréninkem a pracovními zkušenostmi jak zaměstnanců, tak i vlastníků podniku. Tyto kvality by měly pozitivně ovlivňovat potenciální růst podniku (Hashi, Krasniqi 2010). Pozitivní vliv na růst firmy potvrdil u vzdělání majitelů a manažerů i Krasniqi (2012), naopak u vzdělání zaměstnanců žádný vliv na růst firmy nenašel.

Výzkumníci se v mnoha studiích také zaměřili na vztah mezi právní formou firmy a růstem firmy. Hlavní tezí je, že firmy působící jako společnosti s ručením omezeným, vykazují vyšší růst než ostatní. Firmy s.r.o. mají tendenci podnikat relativně rizikovější aktivity na trhu než ostatní, proto je jejich růstový potenciál vyšší, to je ale kompenzováno také vyšší mírou „úmrtnosti“ těchto firem (Stiglitz, Weiss 1981). Podniky s.r.o. také disponují větší důvěryhodností u zákazníků, ale i u bank v porovnání s jinými právními formami. Při získávání externích financí těží právě z relativně vyšší důvěryhodnosti, naopak se ale od nich očekává relativně dobrá návratnost s vyšším rizikem (Storey 1994). Krasniqi (2012) žádný pozitivní vliv právní formy podniku a růstu firmy nenašel.

Mukhar (2002) se zabýval genderovou otázkou z pohledu konkurenceschopnosti firem. Tvrdí, že firmy, které vedou ženy, jsou méně zaměřené na růst v porovnání s podniky vedenými muži. To souvisí s faktem, že firmy vlastněné ženami mají horší

přístup k externím financím. Ženy jsou také více zaměřené na rodinu a pro růst firmy často nejsou ochotné obětovat tolik času jako muži.

Dalším faktorem růstu podniku může být období, kdy firma vznikla a vstoupila na trh. Firmy, které vstupují na trh, ve kterém se již koncentruje velké množství firem a je v něm tedy silně konkurenční prostředí, mají vyšší míru úmrtnosti a menší tendenci k růstu. Tento fakt je zapříčiněn omezenou možností překonat krize v rané fázi vývoje podniku, to je dáno vysokou konkurencí v daném trhu. Druhým faktorem, který omezuje konkurenceschopnost firmy, která vstupuje na trh s vysokou konkurencí, je, že firma si musí najít svůj specifický odbytový trh na okraji hlavního trhu, který je již zaplněn (Van Wissen 2002). Naopak Van Wissen (2002) uvádí, že firmy, které tento vstup na silně konkurenční trh zvládnou a přežijí počáteční fázi vývoje, mají posléze vyšší tendenci k růstu, protože to jsou pouze silné a dobře fungující podniky.

3.8. Dopad růstových firem na ekonomiku

Jako první se dopadem vysoce růstových firem na ekonomiku zabýval Birch (1981). Ten zjistil, že méně jak 5 % firem v USA představuje zásadní podíl na všech nově vytvořených pracovních místech. Růstové firmy mají kladný vliv na tvorbu zaměstnanosti, a to jak v období růstu, tak v období recese. Na přelomu 80. a 90. let 20. století, tvořily v USA růstové firmy 60 % všech nově vzniklých pracovních míst, i když jich bylo v populaci firem USA pouze 4 %. Henrekson a Johansson (2010) poukazují na klíčový vliv růstových firem v období ekonomické recese, kdy si jsou tyto firmy schopny zachovat svůj růst počtu zaměstnanců na rozdíl od zbylých firem. Brüderl a Preisendörfler (2000) tvrdí, že firmy vzniklé v jednom roce zvýší svůj počet zaměstnanců o 20 % během prvních čtyř let svého života. Tento růst však není rovnoměrně rozdělen, protože větší část firem do čtyř let zanikne. Růst počtu zaměstnanců má na svědomí malý počet růstových firem z dané kohorty. Podle Henreksona a Johanssona (2010) je růst zaměstnanosti vytvářen několika málo rychle rostoucími firmami, které vytváří veškeré nebo velký podíl nově vzniklých pracovních míst. To je dáno tím, že malé a mladé firmy vykazují organický růst s růstem počtu zaměstnanců, kdežto větší a starší firmy rostou převážně pomocí akvizic a přímo tak nová pracovní místa nevznikají. Nicméně autoři poukazují na fakt, že pro tvorbu pracovních míst mají největší vliv takzvané „supergazely“, které jsou velké, ale

vykazují stejný dynamický růst jako malé podniky. Těch je ale obecně velmi málo, a aby vznikly, je zapotřebí, aby vznikalo co nejvíce nových firem. Některé z těchto nově vzniklých firem se můžou stát rychle rostoucími a přispět tak výrazně k tvorbě nových pracovních míst. V ideálním scénáři si tyto firmy udrží strmý růst, i když se již stanou velkými (Henrekson, Johansson 2010). Naopak Acs a kol. (2008) tvrdí, že nejvýznamnější vliv na vznik nových pracovních míst nemají malé vysoce růstové podniky, ale naopak ty největší firmy. Tyto firmy s vysokým dopadem na zaměstnanost tvoří především starší firmy.

3.8.1. Malé a střední podniky

Za středně velké firmy se považují ty, které mají do 250 zaměstnanců a jejichž roční obrat nepřesahuje 50 milionů Euro (Czechinvest 2018). Malé podniky jsou podniky, které mají méně jak 50 zaměstnanců a roční obrat je menší než 10 milionů Euro. Někdy jsou vyčleněny ještě drobní podnikatelé, jejich firma má méně než 10 zaměstnanců a roční obrat je menší než 2 miliony Euro. Souhrnně se těmto firmám říká malé a střední podniky (MSP), v zahraniční literatuře označovány zkratkou SME (Small and Medium-Sized Entities) (Czechinvest 2018).

Pro Česko a jeho postavení v Evropě hrají MSP klíčovou roli, jelikož je česká ekonomika převážně tvořená MSP. Dlouhodobě se zastoupení MSP v Česku pohybuje nad 99,5 % (Koudelková 2013). Přes tento vysoký absolutní počet MSP, tak podniky spadající do kategorie MSP zaměstnávaly v roce 2015 pouze 58,9 % z celkového počtu zaměstnanců v Česku (MPO 2016). *„MSP jsou významné pro rozvoj národního hospodářství jak z hlediska vytváření nových pracovních míst, tak i pro sociální a ekonomický rozvoj obcí, měst a regionů, zvyšují dynamiku trhu a přispívají ke stabilizaci ekonomického systému, a to díky své schopnosti vstřebávat volnou pracovní sílu.“* (Koudelková 2013, s. 67). Pro výše zmíněné okolnosti lze předpokládat, že databáze vysoce růstových firem v Česku se bude skládat převážně z malých a středních podniků.

Ačkoli by se mohlo zdát, že MSP mají v dnešní globalizované ekonomice stále menší roli, opak je pravdou. EU spatřuje v MPS dobrý nástroj pro rozvoj hospodářského růstu regionů (Pavlaček 2013). *„Vytvářejí zdravé podnikatelské prostředí, zvyšují dynamiku trhu, mají schopnost absorbovat podstatnou část pracovních sil uvolňovaných*

z velkých podniků a jsou stabilizujícím prvkem ekonomického systému.“ (Pavláček 2013, s12).

4. Data a metodika

4.1. Data

Definici vysoce růstových firem byla převzata od mezinárodní společnosti OECD (2007). Ta doporučuje, vymezit vysoce růstové firmy buď podle růstu počtu zaměstnanců anebo podle růstu obratu. Vzhledem k tomu, že v Česku neexistuje podrobná databáze o počtu zaměstnanců v jednotlivých firmách, údaje o počtu zaměstnanců se udávají pouze v kategoriích. Byly vymezeny vysoce růstové firmy na základě výše obratu. Jako vysoce růstové firmy byly definovány firmy, které splňují následující kritéria:

- Minimální meziroční růst obratu 20 % za tři po sobě jdoucí období
- Minimální obrat na začátku sledovaného období dva mil. Euro
- Firma během sledovaného období nesmí převzít jiný podnik
- Firma nemůže vzniknout první rok sledovaného období

Jak bylo již zmíněno výše, v práci je zahrnuto doporučení OECD (2007) pro vymezení vysoce růstových podniků, nicméně se musela definice přizpůsobit dostupným datovým zdrojům. Tudíž nebylo použito pro eliminaci malých firem práh počtu zaměstnanců, ale práh byl definován podle výše obratu. Místo prahu 10 zaměstnanců na začátku sledovaného období, byl práh definován na 2 mil. Euro na začátku sledovaného období, což by mělo podle Czechinvest (2018) odpovídat podniku s 10 zaměstnanci. Tudíž se v konečné databázi objevily pouze firmy, které měly v roce 2012 obrat 2 mil. Euro a větší.

Dále byly z databáze vyloučeny firmy, které ve sledovaném období převzali jiný podnik a pokračovaly se stejným IČ. Práce je zaměřena pouze na firmy, které v daném období rostly organicky a nikoliv pomocí akvizic a fúzí, což koresponduje s doporučením OECD (2007). V poslední řadě byly ze sledování odstraněny firmy,

kteří vznikly v prvním roce sledovaného období tedy v roce 2012. Je to z důvodu zkreslení dat v prvním roce života firmy, kdy firmy vykazují malý obrat a následný rok ho zvýší. Toto zvýšení může být způsobené tím, že první rok života neobchodovaly ve všech měsících daného roku a tudíž měly první rok nízký obrat. V tomto případě se jedná o umělý nárůst výše obratu, a proto nejsou tyto firmy do výzkumu zahrnuty.

Data o vysocí růstových firmách v Česku byly čerpány od soukromé mezinárodní poradenské společnosti BISNODE, která shromažďuje informace o firmách, které nejsou volně dostupné. Data pro výzkum mi byly poskytnuty za poslední kompletní čtyřleté období, jedná se o roky 2012 až 2015. Hrubá databáze se všemi firmami, které splňovaly podmínky růstu obratu, obsahovala přes 2900 firem. Jelikož se jednalo převážně o nejmenší podniky, po selekci (obrat v roce 2012 vyšší než 2 mil Euro) jich zbylo pouze 185. Získal jsem tedy databázi růstových firem o 185 položkách s atributy: rok založení, IČ, sídlo firmy, hlavní obor CZ-NACE a obrat firmy za roky 2012 až 2015. Sídlo firmy bylo udáno příslušnou obcí, proto jsem zařadil každou firmu do příslušného vyššího administrativního řádu (ORP, kraje a metropolitního areálu). Společnost BISNODE také sama zjišťuje počet zaměstnanců u jednotlivých podniků, jedná se o individuálně získávaná data a databáze v tomto ohledu nebyla ani z poloviny kompletní, proto jsem s tímto atributem v práci vůbec nepracoval. Pro získání dalších atributů (zda má firma v Praze pouze sídlo a provozovnu jinde) byly využity volně dostupné zdroje, převážně internetové stránky jednotlivých firem

Nepochybnou slabou stránkou dat je fakt, že růst firem je měřen pouze růstem obratu. Růst počtu zaměstnanců firem z dostupných dat vyčíst nelze, i když je právě růst počtu zaměstnanců růstových firem z pohledu přínosu pro ekonomiku regionů velmi důležitým tématem viz Birch, 1981; Henrekson, Johansen, 2010. Petersen a Ahmad (2009) uvádí, že při vymezení růstu firmy pouze nárůstem obratu nebo pouze nárůstem počtu zaměstnanců se nedostane nikdy totožný seznam firem. Prahová hodnota deseti zaměstnanců, jak doporučuje OECD (2007), se zdá být podle Petersena a Ahmada (2009) také problematická. Autoři upozorňují, že stejný práh se používá jak pro ekonomiky světových mocností, tak pro ekonomiky malých států. Dále také upozorňují na problematiku veličiny obratu, která může mít rozdílný vztah k přidané hodnotě v jednotlivých odvětvových skupinách firem. Dalším problematickým hlediskem dostupných dat je fakt, že se dají firmy lokalizovat pouze podle sídla firmy, tím vzniká zkreslení dat při prostorových analýzách, jelikož mnohé firmy mají sídlo v jiném

regionu, než provozují svojí ekonomickou činnost. Speciálně se tento jev projevuje u firem, které vykonávají svojí ekonomickou činnost na celém území Česka, a v databázi jsou prostorově zařazeny pouze podle sídla firmy. Firmy, kterých se to týká, jsou převážně z obslužného sektoru (maloobchod a velkoobchod, stavitelství, finanční služby). U firem se sídlem v Praze, kde je předpoklad koncentrace firem vykonávajících činnost i mimo Prahu největší, bylo vyhledáno skutečné místo provozování ekonomické činnosti pomocí metody „desk research“ volně dostupných informací a dat na webu, které firmy samy uvádějí.

4.2. Metodika

Pro důkladnější pohled na problematiku vysoce růstových podniků byl zpracován podíl počtu vysoce růstových firem na 10000 ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou. Tato veličinu byla zpracována na třech administrativních úrovních, a to na úrovni krajů, ORP a pražských městských částí. Při výpočtu ukazatele pro pražské městské části byly použity všechny ekonomické subjekty, protože se počet ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou za městské části neudává. Data o ekonomických subjektech byla čerpána z ČSÚ z veřejné databáze ekonomických subjektů podle vybraných právních forem, data jsou vždy uváděna k 31. 12. daného roku. Relativizace přináší pohled na počet vysoce růstových podniků oprostěný od vlivu různého počtu ekonomických subjektů v jednotlivých regionech. Pro lepší porozumění prostorové koncentraci vysoce růstových firem byla data rozdělena do jednotlivých metropolitních areálů. Pro vymezení metropolitních areálů bylo použito vymezení od Hampla a Marady (2016), kteří definovali metropolitní areály Česka za pomoci dat ze SLBD 2011. Tyto areály jsou složeny ze samosprávných celků ORP, to znamená, že každé ORP je zařazeno pouze do jednoho metropolitního areálu. Pro zjištění prostorové koncentrace byl vypočítán ukazatel míry koncentrace: míra heterogenity H , kterou používá Hampl (2005). Tento ukazatel nám udává, na jakém procentu území se koncentruje 50 % jevu, v tomto případě vysoce růstové podniky. Obrázky prostorové struktury vysoce růstových podniků v Česku byly zpracovány v programu ArcGis 10.2.

Pro odhalení specifických faktorů růstu vysoce růstových firem v Česku byly v práci použity také kvalitativní postupy formou polostrukturovaného rozhovoru se zástupci vybraných firem. Kvalitativní výzkum je specifický v tom, že je u něj možné doplňovat

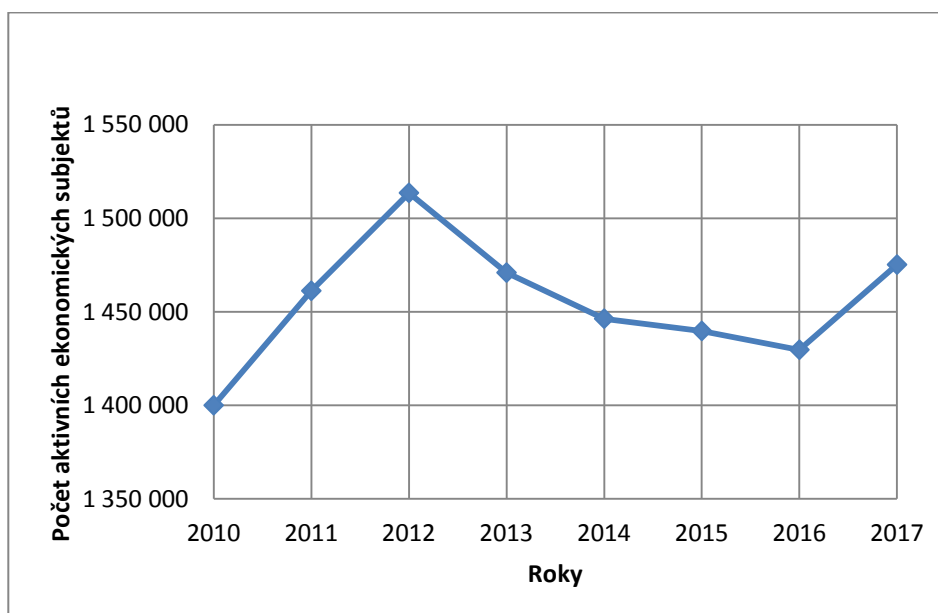
či obměňovat výzkumné otázky. Nevýhodami takového výzkumu jsou zejména nemožnost generalizace a subjektivní náhled výzkumníka. Kvalitativní výzkum je též velice obtížné, ne-li nemožné, provést dvakrát za totožných podmínek (Hendl 2005). Polostrukturovaný rozhovor byl použit z několika důvodů. Tím hlavním je, že umožňuje přímou zpětnou vazbu mezi tazatelem a respondentem. Tazateli také umožňuje upřesnit položené otázky v průběhu rozhovoru, libovolně změnit pořadí otázek, či další otázky doplnit, v případě, že respondent projeví zájem (Kozel 2006).

V první fázi byli kontaktováni zástupci firem ve zpracovatelském průmyslu. Kontaktování firem probíhalo elektronickou formou. Jednotliví zástupci firem byli seznámeni s daným tématem a požádáni o krátký rozhovor. Nicméně kvůli velmi slabé zpětné interakci od zástupců zpracovatelských firem, byly posléze kontaktovány také firmy v ostatních odvětvích. Ani u těchto firem nebyla zpětná vazba na žádost o rozhovor lepší. Největším problémem při kontaktování zástupců firem byl fakt, že řada podniků nezveřejňuje žádný kontakt na zástupce ve vedení společnosti. To se týká především zahraničních a celkově větších společností. Celkově bylo kontaktováno okolo čtyřiceti zástupců růstových podniků napříč všemi odvětvími a regiony. Několik reakcí bylo zamítavého postoje k plánovanému rozhovoru, většinou nepřišla odpověď žádná. Povedly se uskutečnit čtyři rozhovory se zástupci vysoce růstových firem.

5. Diferenciace vysoce růstových firem

V Česku bylo na začátku sledovaného období k 31. 12. 2011 registrováno přes 2,7 milionu ekonomických subjektů. Z toho bylo 1,4 milionu ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou, jak lze vidět na obr. 1. Z celkového počtu 1,4 milionu aktivních ekonomických subjektů jsem selekcí podle výše zmíněných pravidel dospěl k databázi 185 vysoce růstových podniků, což je přibližně 0,01 %. Nutno podotknout, že v počáteční databázi všech aktivních ekonomických subjektů figuruje největší množství fyzických osob podnikajících na živnostenský list (téměř 900 tisíc). V základní databázi aktivních ekonomických subjektů tedy figurovalo pouze 260 tisíc obchodních společností (s.r.o., a.s.). Nejmenší subjekty byly logicky vyloučeny ze sledování použitím prahu obrátu 2 milionů Euro za rok na začátku sledovaného období.

Obr. 1: Počet ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou k 31. 12. v Česku, 2010–2017



Zdroj: ČSÚ 2018a; zpracování vlastní

5.1. Prostorová diferenciacie vysoce růstových firem

Následující kapitola bude zaměřena na prostorové rozložení vysoce růstových firem v Česku. Prostorové rozložení firem budu sledovat v několika administrativních úrovních. Nejpodrobnějším členěním budou správní obvody obcí s rozšířenou působností. Druhým administrativním celkem, na který se z pohledu růstových firem zaměřím, budou kraje a posledním metropolitní areály. Dále se budu speciálně zabývat rozložením růstových firem v Praze, a to na úrovni městských částí.

5.1.1. Kraje

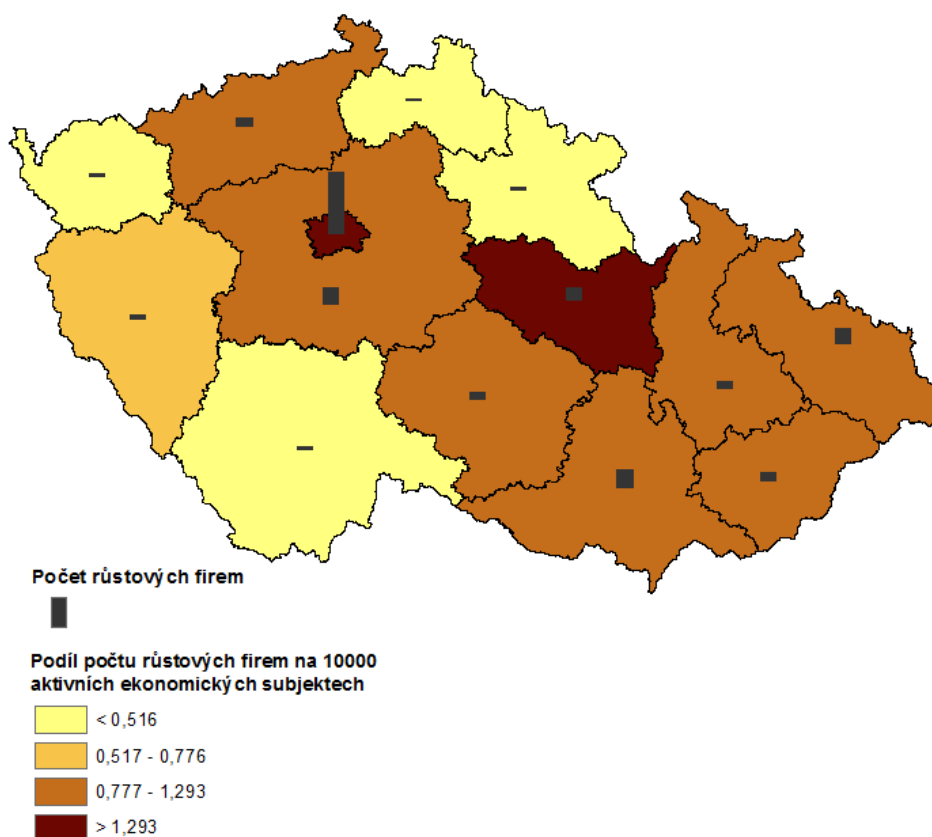
První úrovní hodnocení jsou krajské samosprávně celky. Na obr. 2 můžeme vidět, že nejvíce vysoce růstových firem se vyskytuje v samostatném kraji Praha. To neplatí pouze u absolutního hlediska, ale také při znázornění počtu vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů. Pouze v samotném hlavním městě je koncentrováno 67 vysoce růstových firem, což činí přes 36 % ze všech vysoce růstových firem v Česku, jak zobrazuje tab. 1. Na bližší specifikaci koncentrace růstových firem v Praze je zaměřena samostatná podkapitola a další teze jsou rozvedeny v podkapitole o koncentraci vysoce růstových podniků v (ne)metropolitních areálech.

Tab. 1: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, kraje

Kraj	Počet firem	(%)
Praha	67	36,22
Jihomoravský	19	10,27
Středočeský	18	9,73
Moravskoslezský	17	9,19
Pardubický	14	7,57
Ústecký	9	4,86
Zlínský	9	4,86
Olomoucký	8	4,32
Vysočina	7	3,78
Plzeňský	6	3,24
Jihočeský	4	2,16
Královéhradecký	3	1,62
Karlovarský	2	1,08
Liberecký	2	1,08
Celkem	185	100

Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Obr. 2: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů v Česku, 2012–2015, kraje



Poznámka: Aktivní ekonomické subjekty k 31. 12. 2011

Zdroj: ČSÚ 2018a; Bisnode 2017; zpracování vlastní

Další kraje s výjimkou Pardubického za Prahou zaostávají v počtu vysoce růstových firem tak i v podílu růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektech. Pardubický kraj patří mezi kraje s nejvyšším počtem vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů, nicméně to je způsobeno tím, že v Pardubickém kraji je poměrně menší počet aktivních ekonomických subjektů. Dalším krajem s významným zastoupením vysoce růstových firem je kraj Středočeský. Z tohoto faktu je jasně patrné, že se růstové firmy koncentrují do pražského metropolitního areálu, což obecně koresponduje s Blackem a Hendersonem (1999) a Krasinigim (2012), kteří tvrdí, že vysoce růstové firmy jsou více zastoupeny v aglomeračních oblastech, protože dokážou efektivně využívat aglomerační výhody a tzv. spillover efekty. Naopak Dambořovského a Wokouna (2010) tvrzení, že se růstové firmy koncentrují v blízkosti odbytového trhu, to se nedá jednoznačně vyvrátit ani potvrdit. Odbytový trh vysoce růstových firem může být různý, ale obecně se udává, že firmy v sekundárním sektoru,

kterých je v databázi nejvíce, jsou propojeny převážně se zahraničními ekonomikami (např. Německo).

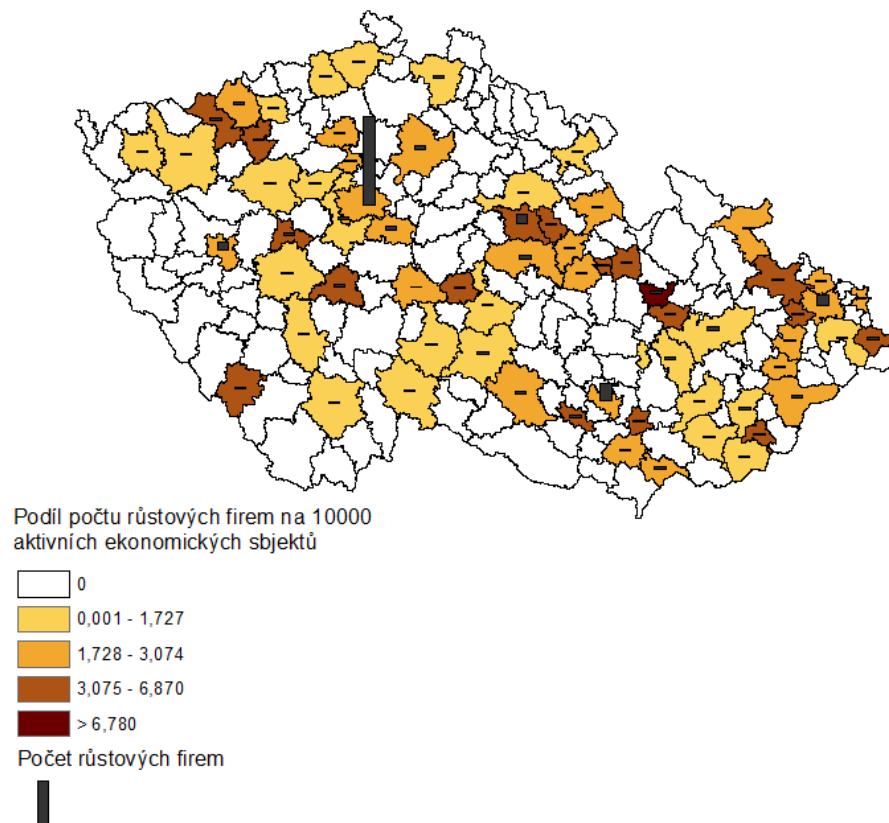
5.1.2. Obce s rozšířenou působností

Druhou úrovní hodnocení jsou obce s rozšířenou působností (ORP). Z obr. 3 je patrné, že výsostné postavení v rámci všech ORP si zachovává Praha, a to především proto, že je krajem i ORP. Tudíž má stále více jak 36 % vysoce růstových firem. Nutno podotknout, že ORP Praha má stále přes 529 tisíc ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou, menší ORP mají počet aktivních ekonomických subjektů v rámci jednotek tisíc. Pro odstranění tohoto nepoměru jsem vypočítal podíl počtu růstových firem na 10000 ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou. Při pohledu na podíl počtu růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů se hegemonie Prahy vytrácí a do popředí se dostávají jiná menší ORP. Nejvyšší podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů mají ORP Mohelnice s více jak dvanácti růstovými podniky na 10000 ekonomicky aktivních subjektů, dále pak ORP Ivančice s více jak 6,5 podniky. Nicméně u těchto ORP je vysoký podíl dán malým počtem aktivních ekonomických subjektů. Mohelnice a Ivančice mají dvě vysoce růstové firmy a zároveň do 4,5 tisíc ekonomických subjektů se zjištěnou aktivitou. Obecně lze tvrdit, že nejvyšší podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů se vyskytuje v regionech, kde je menší celkový počet ekonomických subjektů, ale i přes to se tam vyskytují vysoce růstové podniky. Jsou to spíše regiony s horším socioekonomickým prostředím (Opava, Česká Třebová, Kadaň, Lanškroun). Tento fakt lze vysvětlit tím, že vyšší míru vzniku firem mají aglomerační areály s populačně silnějšími městy, kde na vznik firem pozitivně působí aglomerační efekty (Reynolds a kol. 1994). Morávková (2017) potvrdila na příkladu Česka, že na míru vzniku firem má signifikantně pozitivní vztah podíl vysokoškolsky vzdělaných obyvatel. Proto by se dalo tvrdit, že nejnižší počty ekonomických subjektů by mohly být právě v socioekonomicky problematických regionech. Tím pádem je v těchto regionech také vyšší podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů (pokud se v nich nějaké vysoce růstové podniky nacházejí).

Jak lze pozorovat v tab. 2, nejvíce vysoce růstových firem se objevuje ve velkých městech, jakými jsou: Praha s 67 vysoce růstovými podniky dále pak Brno s 13 a Ostrava s 8 podniky, dalšími významnými centry růstových firem jsou Pardubice

a Plzeň. To podporuje argumenty Blacka a Henderssona (1999) a Krasinigiho (2012), kteří tvrdí, že vysoce růstové firmy jsou více zastoupeny v aglomeračních oblastech. Nutno podotknout, že se jedná pouze o sídla firem a výkon jejich ekonomické činnosti může být rozmístěn jinde. Řada firem má sídlo v Praze, i když je jejich ekonomická činnost rozmístěna po celé republice.

Obr. 3: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů v Česku, 2012–2015, ORP



Poznámka: Aktivní ekonomické subjekty k 31. 12. 2011

Zdroj: ČSÚ 2018a; Bisnode 2017; zpracování vlastní

Tab. 2: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, ORP s počtem vysoce růstových firem větším než jeden

ORP	Počet firem	Podíl (%)
Praha	67	36,22
Brno	13	7,03
Ostrava	8	4,32
Pardubice	7	3,78
Plzeň	6	3,24
Chrudim	3	1,62
Mladá Boleslav	3	1,62
Mohelnice	3	1,62
Olomouc	3	1,62
Říčany	3	1,62
Černošice	2	1,08
Hodonín	2	1,08
Hořovice	2	1,08
Chomutov	2	1,08
Ivančice	2	1,08
Jihlava	2	1,08
Kadaň	2	1,08
Liberec	2	1,08
Prostějov	2	1,08
Sedlčany	2	1,08
Třebíč	2	1,08
Třinec	2	1,08
Zlín	2	1,08
Ostatní	43	23,24
Celkem	185	100

Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

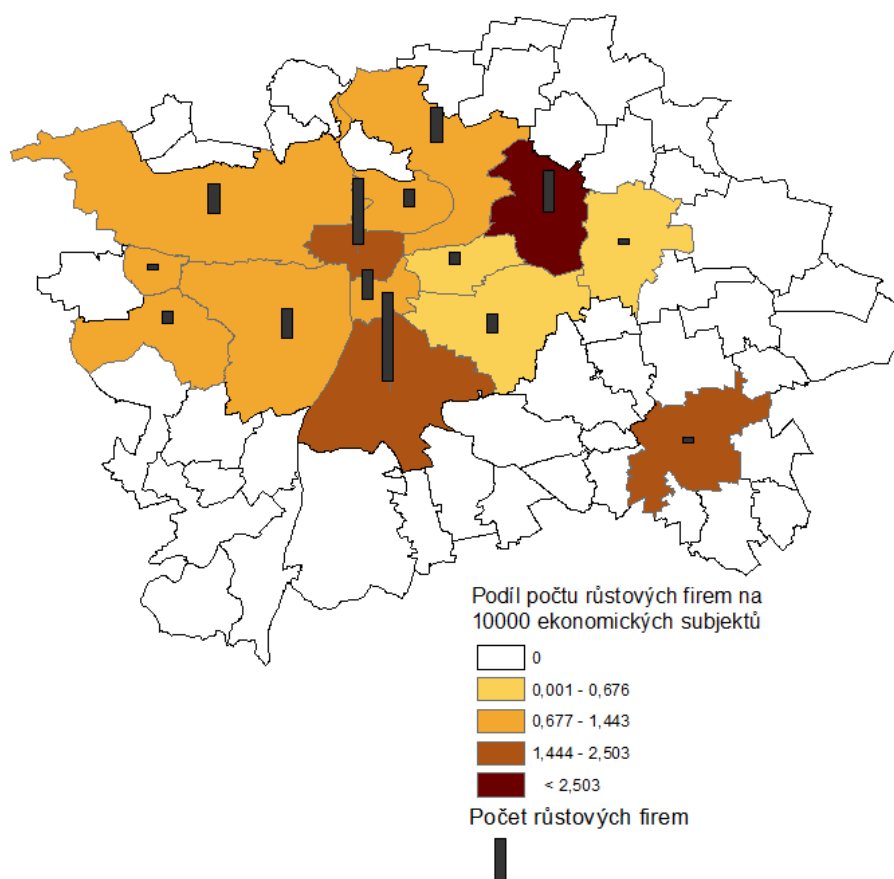
5.1.3. Praha

Praha jakož-to hlavní a největší město Česka s více jak 1,2 miliony obyvatel si zasluhuje speciální pozornost. Jak bylo zmíněno výše, Praha obsáhla největší počet vysoce růstových firem. Proto bude tato kapitola zaměřena na prostorovou koncentraci vysoce růstových firem uvnitř hranice Prahy. K tomuto účelu budou použity městské části, kterých má Praha 57. Následně bude zjištěno, zda mají vysoce růstové firmy v Praze pouze sídlo, anebo zde vykonávají reálně také svojí ekonomickou činnost.

Nejvyšší počet vysoce růstových firem je lokalizován v Praze 4, ve které se nachází patnáct růstových firem. Dalšími městskými částmi s výrazným zastoupením růstových podniků jsou: Praha 1 s jedenácti firmami a Praha 9 s osmi vysoce růstovými podniky. Z obr. 4 můžeme vidět, že se vysoce růstové firmy koncentrují v centrální části Prahy

a jeho blízkém okolí. Druhý ukazatel, podíl počtu vysoce růstových firem na 10000 ekonomických subjektů, kopíruje absolutní ukazatel počtu vysoce růstových firem. V tomto případě nehraje zásadní roli počet ekonomických subjektů, nýbrž právě počet vysoce růstových firem.

Obr. 4: Počet vysoce růstových firem a podíl vysoce růstových firem na 10000 ekonomických subjektů v Praze, 2012–2015, městské části



Poznámka: Ekonomické subjekty k 31. 12. 2011

Zdroj: ČSÚ 2018a; Bisnode 2017; zpracování vlastní

Mapa výskytu sídel vysoce růstových firem zrcadlí objem kancelářských ploch v městských částech, které popsal Sýkora (2007). Ten uvádí, že je pro firmy stále atraktivní mít sídlo v centru Prahy, což podle něj zvyšuje prestiž dané společnosti. Praha 4 se svojí rozvojovou osou Pankrác – Budějovická má dlouhodobě nejvyšší podíl objemu kancelářské výstavby v Praze. Tato lokalita se začala transformovat již krátce

po sametové revoluci. Podobně by se dalo hovořit i o Praze 5 či Praze 9 (Sýkora 2007). Proto není překvapením, že má Praha 4 také nejvyšší podíl vysoce růstových firem ze všech pražských městských částí. Za území se specifickým vývojem se dá považovat Praha 8 a speciálně oblast Karlína, u které propukl rozmach developerských aktivit až po povodních v roce 2002. Od té doby se stala z Karlína jedna z nejvyhledávanějších „bussines“ čtvrtí (Ilík, Ouředníček 2007).

Kvůli výše zmíněné problematice bylo stanoveno u každé firmy to, zda má pouze sídlo v Praze a provozuje svojí ekonomickou činnost mimo Prahu, anebo se její portfolio ekonomické činnosti rozkládá po celém Česku. Další možností je, že se ekonomická činnost firmy uskutečňuje pouze v Praze, to znamená, že je její sídlo a provozovny umístěny výhradně v Praze. U každé firmy se sídlem v Praze bylo prostřednictvím metody „desk research“ dostupných informací a dat na webu určeno, kde provozuje svojí ekonomickou činnost. V tab. 3 lze pozorovat, že pouze 37 % firem sídlících v Praze má provozovny výhradně v katastru hlavního města. Podobný objem firem sídlících v Praze provozuje svojí činnost po celém Česku, v těchto případech se jedná především o firmy zastoupené v terciéru a kvartéru, typicky se jedná o banky a maloobchodní společnosti, pracovní agentury nebo dopravní a stavební společnosti. Tyto firmy tedy sídlí v Praze, ale svými pobočkami obhospodařují celou rozlohu Česka. Dá se předpokládat, že jejich růst je zapříčiněn právě geografickou expanzí. Nejmenší skupinou jsou firmy, které mají své provozovny výhradně mimo Prahu. Jedná se především o firmy v sekundéru, které mají sídlo v Praze, ale svou provozovnu (většinou pouze jednu nebo dvě) mají mimo Prahu. Tyto firmy tedy tvoří přidanou hodnotu mimo Prahu, i když jí de facto vykazují v Praze.

Tab. 3: Místo provozování ekonomické činnosti vysoce růstových firem se sídlem v Praze (2012–2015)

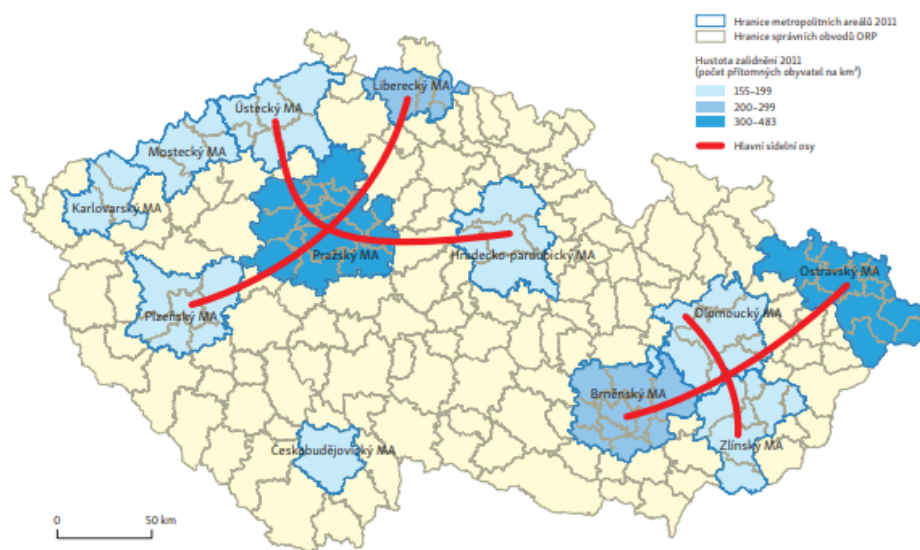
Místo provozování činnosti	Počet	(%)
Praha	25	37,31
Celá ČR	22	32,84
Nezjištěno	11	16,42
Mimo Prahu	9	13,43
Celkem	67	100

Zdroj: Bisnode2017; zpracování vlastní

5.1.4. Metropolitní areály

Pro vymezení metropolitních areálů byla použita definice od Hampla a Marady (2016), kteří vymezují metropolitní areály Česka na základě dat ze SLBD 2011. Autoři tvrdí, že cca 60 % obyvatel a dvě třetiny ekonomiky Česka se koncentruje do metropolitních areálů. Hampl a Marada (2016) vymezili v Česku dvanáct metropolitních areálů různých velikostních kategorií. Jsou jimi metropolitní areály: pražský, ostravský, brněnský, hradecko-pardubický, olomoucký, ústecký, zlínský, plzeňský, liberecký, mostecký, karlovarský, českobudějovický, jak lze pozorovat na obr. 5. Metropolitní areály respektují hranice ORP, to znamená, že se jednotlivé metropolitní areály skládají z celých ORP.

Obr. 5: Metropolitní areály a hlavní sídelní osy Česka



Zdroj: Hampl, Marada 2016

Z tab. 4 lze vyvodit, že téměř 79 % vysoce růstových firem se koncentruje v Česku do metropolitních areálů, zbylých více jak 20 % firem jsou podniky se sídlem v nemetropolitních areálech. Což potvrzuje závěry Hampla a Marady (2016), kteří tvrdí, že cca. 60 % ekonomiky Česka se koncentruje do metropolitních areálů. Koncentrace vysoce růstových podniků do metropolitních areálů popisují např. Black a Henderson (1999), Sleuwaegen a Goedhuy (2002) nebo Krasniqi (2012). V rámci samotných metropolitních areálů Česka se projevuje v rozložení vysoce růstových firem značná

heterogenita, což odpovídá také Hamplovo a Maradovo (2016) rozdělení metropolitních areálů do hierarchické struktury. Výrazná je podle autorů dominance Prahy resp. pražského metropolitního areálu, která se projevuje i v rámci alokace vysoce růstových firem. Pražský metropolitní areál autoři označují za hierarchicky nejvyšší jednotku, jejíž význam je nepochybně řádově vyšší než význam ostatních metropolitních areálů. To dokládá také jednoznačná koncentrace vysoce růstových firem právě do tohoto regionu. Rovných 40 % růstových podniků má sídlo v pražském metropolitním areálu. Na druhé hierarchické úrovni jsou podle Hampla a Marady (2016) metropolitní regiony ostravský a brněnský, což se potvrdilo i v rámci počtu vysoce růstových podniků, kdy měly oba areály téměř stejný počet vysoce růstových firem a umístily se na druhém a třetím místě hned za Pražským metropolitním areálem. I další zastoupení vysoce růstových podniků v jednotlivých metropolitních areálech kopíruje hierarchickou strukturu, kterou určili Hampl a Marada (2016). Růstové podniky v metropolitním areálu jsou v průměru o dva a půl roku mladší než firmy v nemetropolitním areálu. To souvisí s tím, že firmy v nemetropolitním areálu jsou spíše firmy v sekundéru, kde jsou podniky obecněji starší, než je tomu v progresivnějších sektorech, jako jsou terciér a kvartér. Průměrné tempo růstu obrátu mají obě dvě skupiny téměř stejné.

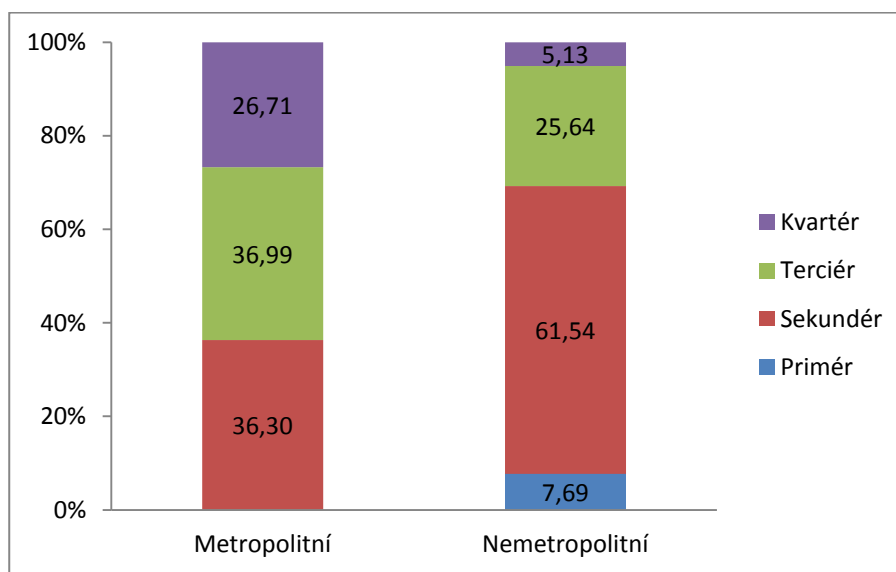
Tab. 4: Počet a podíl (%) vysoce růstových podniků (2012–2015) v metropolitních areálech

Metropolitní areály	Počet	(%)
Pražský	74	40,00
Brněnský	16	8,65
Ostravský	15	8,11
Hradecko-pardubický	12	6,49
Plzeňský	6	3,24
Olomoucký	6	3,24
Mostecký	5	2,70
Zlínský	5	2,70
Karlovarský	2	1,08
Liberecký	2	1,08
Ústecký	2	1,08
Českobudějovický	1	0,54
Celkem	146	78,92

Zdroj: Bisnode 2017; Hampl, Marada 2016; zpracování vlastní

Z obr. 6 vyplývá, že vysoce růstové firmy v metropolitních areálech jsou koncentrovány rovnoměrně do terciérního a sekundárního sektoru. K tomu jsou však tyto firmy doplněny poměrně mohutnou skupinou firem v kvartéru (26,7 %), které se v nemetropolitních areálech vyskytují pouze sporadicky (5 %). Naopak se v nemetropolitních areálech objevují také vysoce růstové podniky v priméru, které jsou dva a oba právě v nemetropolitním areálu, kde jinak převládá sektor sekundární. Při pohledu na firmy v (ne)metropolitních areálech z pohledu technologické náročnosti růstových firem, se jasně projevuje, že firmy s vyšší technologickou náročností působí převážně v metropolitních areálech. Tento trend je silnější u high-tech firem působících ve službách, kdy se až na jednu výjimku všechny high-tech firmy ve službách a KIBS firmy, koncentrují do metropolitních areálů a to především do pražského. Převážně do metropolitních areálů dále umisťují svá sídla firmy v sektoru: maloobchod a velkoobchod, stavebnictví. Naopak v nemetropolitních areálech se hojně vyskytují firmy ve zpracovatelském sektoru a firmy působící v dopravě.

Obr. 6: Podíl vysoce růstových firem v ekonomických sektorech (%), 2012–2015, (ne)metropolitní areály



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

5.2. Vztah prostorové diferenciacie růstových firem a regionálních VaV charakteristik

Žížalová a Csank (2009) popsali VaV aktivity v jednotlivých krajích. Autoři považují výzkum, vývoj a inovace za jeden z klíčových motorů hospodářského růstu a konkurenceschopnosti. Avšak upozorňují, že investice do VaV aktivit nemusí vždy vést ke zvýšení konkurenceschopnosti. Praha se svým zázemím byla označena autory za region, ve kterém jsou silně koncentrovány VaV aktivity. Autoři dále označily kraje Jihočeský, Pardubický, Zlínský a Liberecký za kraje s poměrně rozvinutými podnikovými VaV aktivitami. Dále autoři upozorňují na velmi slabou VaV aktivitu v Karlovarském kraji a na Vysočině. Nicméně jejich data z roku 2007, jsou značně neaktuální, proto byly v práci použity novější.

Tab. 5: Součet výdajů na VaV (v mld. Kč), 2012–2015, kraje

Kraj / sektor	Celkem	Podnikatelský	Vládní	Vysokoškolský	Soukromý neziskový
Praha	113296	39960	47742	24976	619
Jihomoravský	65542	31037	7392	26929	184
Středočeský	36265	30690	4310	1223	42
Moravskoslezský	19434	11430	419	7410	174
Plzeňský	17257	11174	234	5717	132
Olomoucký	12979	5441	182	7316	40
Pardubický	10847	8591	185	2069	2
Liberecký	10361	7792	360	2207	2
Jihočeský	10224	5844	1890	2446	44
Zlínský	9853	7978	16	1859	0
Královéhradecký	7611	5632	99	1794	87
Vysočina	5120	5046	61	8	5
Ústecký	4522	3587	101	833	0
Karlovarský	672	667	5	0	0
Celkem	323982	174869	62996	84787	1330

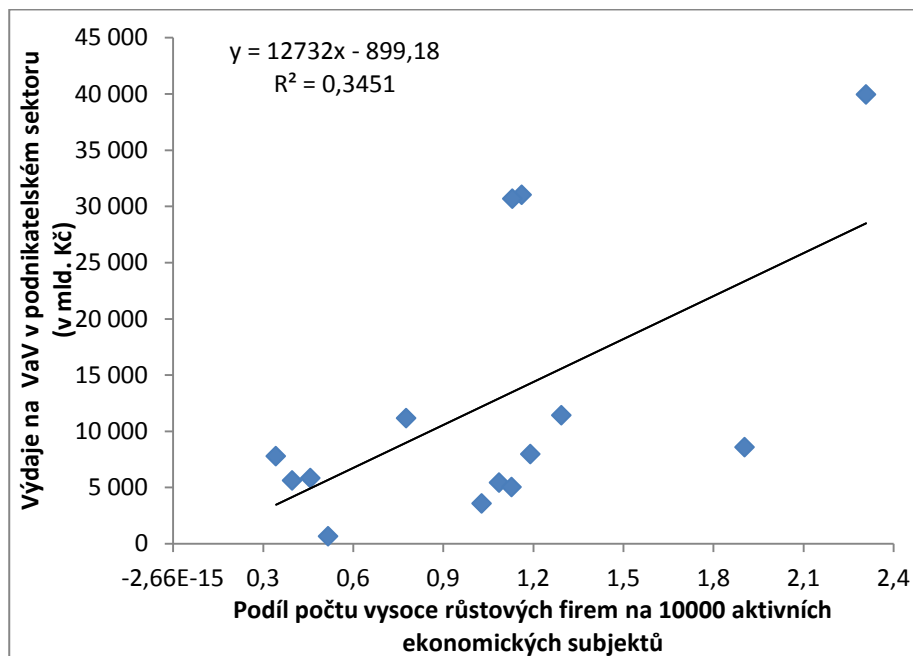
Zdroj: ČSÚ 2018b; zpracování vlastní

V tab. 5 můžeme pozorovat aktualizované sumy výdajů na VaV v jednotlivých sektorech a krajích, jedná se o součet výdajů na VaV za roky 2012–2015. Výsledky Žížalové a Csanka (2009) převážně odpovídají i novějším datům. Stále se největší objem prostředků do VaV alokuje v Praze. Nicméně Středočeský kraj, který byl podle Žížalové a Csanka (2009) v závěsu za Prahou, přepustil své místo kraji Jihomoravskému. Ten je v celkovém objemu výdajů na VaV osamocen na druhém

místě s velkým odstupem za Prahou, ale i s velkým náskokem před třetím Středočeským krajem. Jihomoravský kraj má vysoký podíl objemu výdajů u vysokoškolského sektoru, dokonce má Jihomoravský kraj vyšší objem výdajů na VaV ve vysokoškolském sektoru než Praha, pokud se jedná o součet čtyř let (2012–2015). Jihomoravský kraj má, také vysoký objem výdajů na VaV v podnikatelském sektoru, kde má také druhý nejvyšší objem za Prahou. Při pohledu na celkové výdaje VaV se rozdíl mezi Prahou, Jihomoravským a Středočeským krajem zdá být propastný, nicméně v Praze tvoří převážnou část výdajů na VaV sektor vysokoškolský a vládní. Při porovnání pouze výdajů na VaV v podnikatelském sektoru se rozdíl mezi Prahou a Jihomoravským krajem nejeví jako tak markantní. Rozdíl mezi celkovými výdaji na VaV mezi oběma kraji zapříčiňují převážně výdaje na VaV ve vládním sektoru. Všechny tři zmiňované kraje mají součet objemu výdajů na VaV v podnikatelském sektoru za čtyři roky (2012–2015) mezi 30 a 40 miliardami Kč. Dále se zde vyskytují tři kraje s nadprůměrnými výdaji na VaV a to kraje: Moravskoslezský, Plzeňský a Olomoucký, pouze u krajů Plzeňského a Moravskoslezského se to samé dá tvrdit i u výdajů na VaV v podnikatelském sektoru. Nejhorší pozici jak z hlediska celkových výdajů na VaV tak z hlediska výdajů na VaV v podnikatelském sektoru si stále udržuje kraj Karlovarský.

Obr. 7 ukazuje trend, že je v krajích s vysokou VaV aktivitou v podnikatelském sektoru větší pravděpodobnost výskytu vysoce růstové firmy než v krajích s podprůměrnou VaV aktivitou. Na grafu lze pozorovat Prahu jako samostatnou entitu, která má vysoké výdaje na VaV v podnikatelského sektoru, ta má také vysoký podíl vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů. Opakem jsou kraje Liberecký, Královéhradecký a Jihočeský, které tvoří skupinu s nízkými výdaji na VaV i podílem vysoce růstových firem. Pardubický kraj jako jediný vykázal velmi nadprůměrné hodnoty podílu vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů a zároveň průměrné hodnoty výdajů na VaV podnikatelského sektoru. Početnou skupinu tvoří kraje, které mají podprůměrné hodnoty obou sledovaných veličin. Z prozkoumaných dat lze vyvodit, že výdaje na VaV jednotlivých firem mohou být jedním z důležitých faktorů růstu podniků. Což potvrzují studie Kubíčkové a kol. (2012), Molnára a Berneta (2006), Koudelkové (2013) a Masona a kol (2009), že firmy, které vytvářejí inovace, rostou rychleji, než ty které inovace nevytvářejí.

Obr. 7: Vztah mezi výdaji na VaV v podnikatelském sektoru (2012–2015) a podílem počtu vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektech, kraje



Poznámka: Výdaje na VaV jsou součtem výdajů za roky 2012, 2013, 2014 a 2015; aktivní ekonomické subjekty k 31. 12. 2011

Zdroj: ČSÚ 2018a; ČSÚ 2018b; zpracování vlastní

5.3. Odvětvová specializace vysoce růstových firem

Následující podkapitola bude zaměřena na sektorovou charakteristiku vysoce růstových firem v Česku. Nejdříve se bude zabývat rozložením do základních ekonomických sektorů, jakými jsou: primér, sekundér, terciér a kvartér. „Z terciéru se někdy vyčleňuje kvartérní sektor ekonomiky, který v sobě zahrnuje odvětví s vyšší přidanou hodnotou jako jsou informační služby, konzultační činnosti, vzdělávání, věda atd.“ (ČSÚ 2014). Dále bude pozornost soustředěna na jednotlivé sekce odvětví a na hlavní činnosti podnikání. Také jsou vysoce růstové firmy rozděleny podle technologické náročnosti. K tomu posloužilo doporučení ČSÚ (2016), které rozděluje zpracovatelský a obslužný sektor podle technologické náročnosti.

Na konci roku 2011 bylo v Česku evidováno přes 2,7 miliónu ekonomických subjektů, z toho bylo pouze 1,4 milónu se zjištěnou aktivitou. Ze všech aktivních ekonomických subjektů působilo v roce 2011 5,23 % v priméru, 25,7 % v sekundéru

a největší část 69 % v sektoru terciérním (ČSÚ 2018a). K rozdělení je používáno klasifikace CZ-NACE. Jak můžeme vidět v tab. 6, největší zastoupení ve vysoce růstových firmách v Česku má sektor sekundér a nejmenší primér. Početně zastoupený je také kvartérní sektor, který se dříve udával jako součást terciérní složky. Pokud bychom brali terciérní sektor jako celek skládající se z terciéru a kvartéru, měl by s 55 % největší zastoupení. To potvrzuje závěry Du a Temouri (2015), kteří tvrdí, že jsou růstové firmy zastoupeny více v sektoru služeb než ve výrobě. Avšak vyšší celkový počet firem v terciérním sektoru zase potvrzuje závěr Krasniqiho (2012), že žádný sektor nemá pozitivní vliv na to, zda se firma stane růstovou.

Z obr. 8 vyplývá, že nejpočetnější zastoupení firem v terciéru i kvartéru má Praha. Praha, jakožto hlavní město Česka, má ekonomiku zaměřenou na terciérní sektor. Jeho podíl na celkové přidané hodnotě se v Praze dlouhodobě pohybuje okolo 80 %, kdežto v celém Česku se podíl pohybuje mezi 50 a 60 % (ČSÚ 2014). ČSÚ (2014) uvádí, že se kvartér podílí v Praze na 62 % hrubé přidané hodnoty² a jeho význam postupem času sílí. Kvartér se podílí na 40 % hrubé přidané hodnotě v celém Česku. Sílu pražské ekonomiky můžeme doložit tím, že hrubý domácí produkt na obyvatele zde více než dvakrát převyšuje průměr republikový.

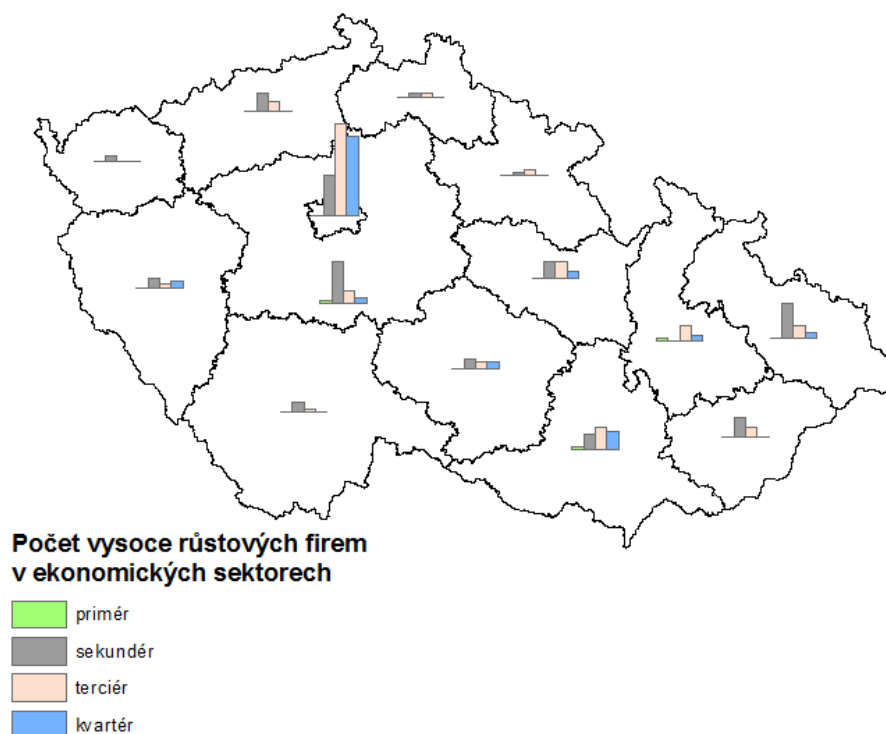
Tab. 6: Počet a podíl (%) vysoce růstových firem v Česku v ekonomických sektorech (2012–2015)

Sektor	Počet	(%)
Primér	3	1,62
Sekundér	77	41,62
Terciér	64	34,59
Kvartér	41	22,16
Celkem	185	100

Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

² Hrubá přidaná hodnota je stanovena jako rozdíl mezi celkovou produkcí, oceňovanou v základních cenách a mezispotřebou, oceňovanou v kupních cenách a počítá se za odvětví nebo institucionální sektory. Souhrn hrubé přidané hodnoty za všechna odvětví v národním hospodářství plus čisté daně z produktů představuje hrubý domácí produkt (ČSÚ, 2018c)

Obr. 8: Počet vysoce růstových firem v ekonomických sektorech v Česku, 2012–2015, kraje

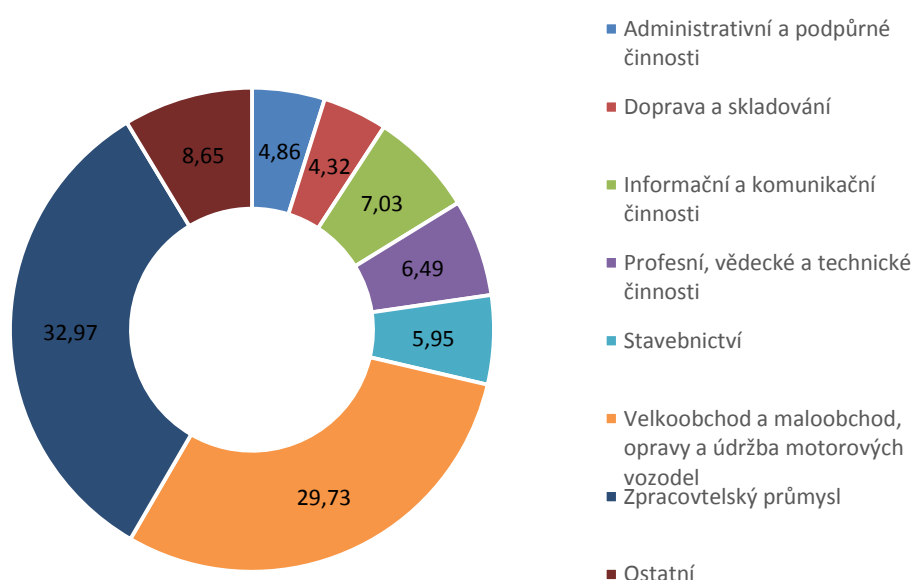


Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Dále bude analyzováno rozložení firem z pohledu sekcí CZ-NACE, kterých je 16, což pomůže podrobněji prostudovat rozložení ekonomického zaměření firem. Z obr. 9 je jasně patrné, že se vysoce růstové firmy v Česku koncentrují do dvou hlavních oborů. Tyto dva obory jsou: zpracovatelský průmysl, velkoobchod a maloobchod, oprava a údržba motorových vozidel. Koncentrace vysoce růstových firem v Česku v těchto dvou sekcích, kde je zastoupen, jak sektor služeb, tak i průmyslu, dává jasně najevo, že se růstové firmy v Česku výrazně nekoncentrují do žádného specifického sektoru, jak zmiňují Acs a kol (2008), Rodriguez a kol (2003) a Krasniqi (2012). Při sledování hlavní činnosti firem podle CZ-NACE se nejvíce firem vyskytuje v kategorii výroba ostatních dílů a příslušenství pro motorová vozidla. Dále jsou početně zastoupeny růstové firmy v oborech: obchod s automobily a jinými lehkými motorovými vozidly a programování. Dalšími obory s početným zastoupením růstových firem jsou: výroba ostatních plastových výrobků a silniční nákladní doprava. Vysoce růstové firmy jsou při sledování hlavní činnosti podnikání silně roztržštěné, většina kategorií je zastoupena pouze jedním růstovým podnikem.

Následující část se bude zabývat rozložením vysoce růstových firem podle technologické náročnosti. ČSÚ (2016) rozlišuje zpracovatelský sektor a sektor služeb na low-tech až high-tech podniky. Zbylé firmy byly rozřazeny do skupin podle ekonomické činnosti (stavebnictví, maloobchod a velkoobchod). Ze sektoru služeb byly ještě vyčleněny znalostně náročné obchodní služby známé jako KIBS (Ženka a kol. 2017). Z obr. 10 lze vyvodit, že nejvíce zastoupeným typem vysoce růstových firem v Česku jsou firmy v maloobchodu a velkoobchodu. Druhou početnou složkou jsou medium-high-tech firmy zpracovatelského průmyslu.

Obr. 9: Podíl vysoce růstových firem v Česku v sektorech CZ-NACE (%), 2012–2015

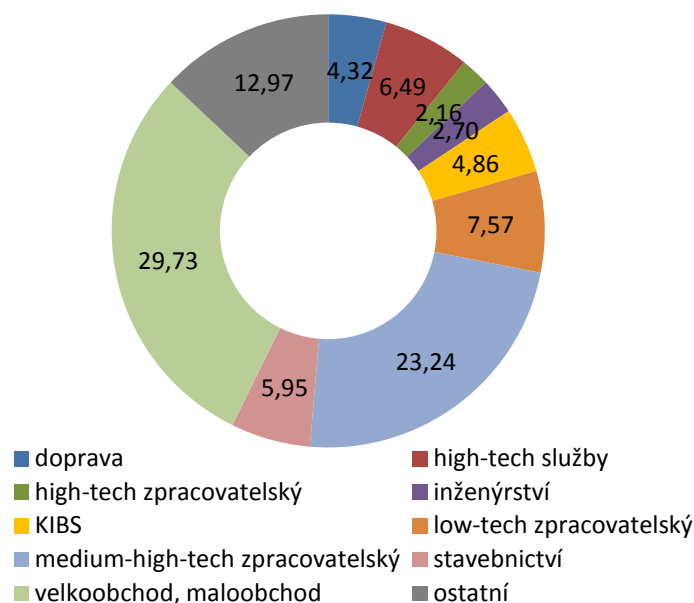


Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Z obr. 11 vyplývá, že se v Praze koncentrují sídla firem v maloobchodu a velkoobchodu. Většina těchto firem má ale celorepublikovou působnost a v Praze mají pouze sídlo a několik provozoven. V Praze se také koncentrují firmy KIBS, osm z devíti vysoce růstových KIBS působí v Praze. To potvrzuje i Ženka a kol. (2017), který tvrdí, že přes 40 % lidí zaměstnaných v KIBS firmách je zaměstnáno v hlavním městě. Autoři uvádějí, že firmy KIBS se soustředí v regionech s největší populační a ekonomickou silou. Také ČSÚ (2014) uvádí, že se kvartér podílí na 62 % hrubé přidané hodnoty v Praze. Metropole také soustředí většinu vysoce růstových high-tech firem ve službách. Firmy medium-high-tech zpracovatelského průmyslu jsou poměrně

rovnoměrně zastoupeny ve všech krajích. Pouze v Královéhradeckém kraji se nevyskytuje ani jedna. Nejsilnější koncentrace těchto firem je v kraji Středočeském.

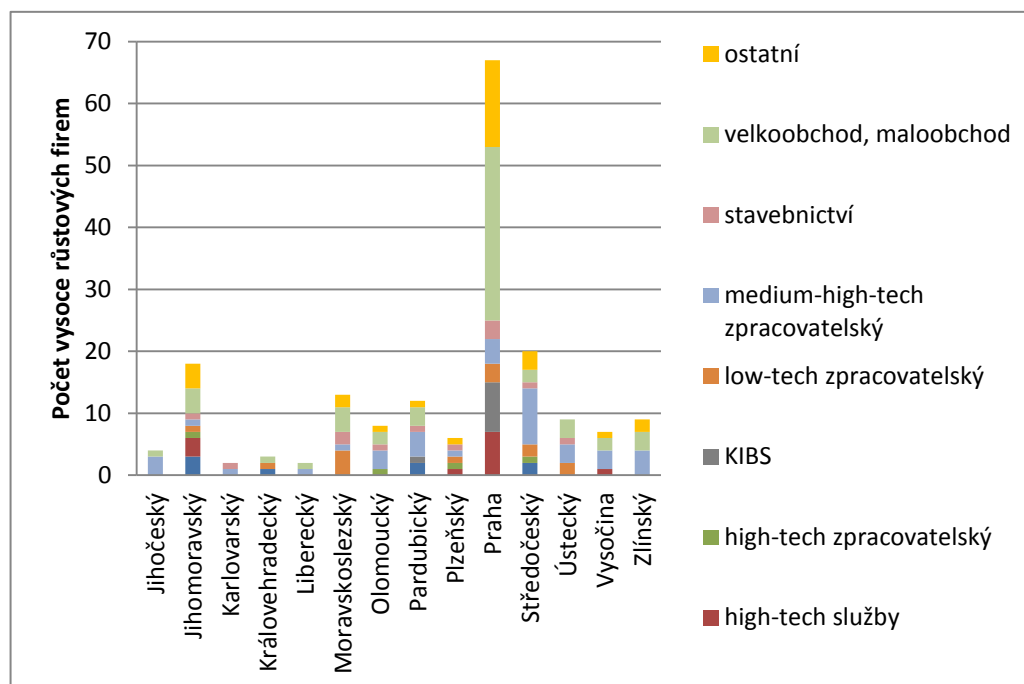
Obr. 10: Podíl vysoce růstových firem v Česku v technologických sektorech (%), 2012–2015



Zdroj: Bisnode 2017; ČSÚ 2016; Ženka a kol 2017; zpracování vlastní

Sektorem, který vykazuje nejprudší růst obrátu růstových firem, je terciér s průměrným indexem změny obrátu za celé sledované období téměř 4,7. Také firmy působící v kvartéru zvětšily svůj obrát více jak čtyřikrát, naopak firmy působící v priméru zvýšily průměrně obrát pouze více jak dvouapůlkrát. Nicméně růstové firmy působící v priméru jsou v průměru nejstarší, průměrné stáří dosahuje 21 let. Naopak nejmladší růstové firmy působí v kvartéru, jejich průměrné stáří je téměř 11 let. Při pohledu na skupiny firem podle technologické náročnosti nejdynamičtěji rostou firmy ve stavebnictví. Tyto firmy průměrně zvýšily svůj obrát více jak devětkrát, zbylé skupiny vykazují index změny mezi 3 až 5.

Obr. 11: Počet vysoce růstových firem v Česku podle technologické náročnosti (2012–2015), kraje



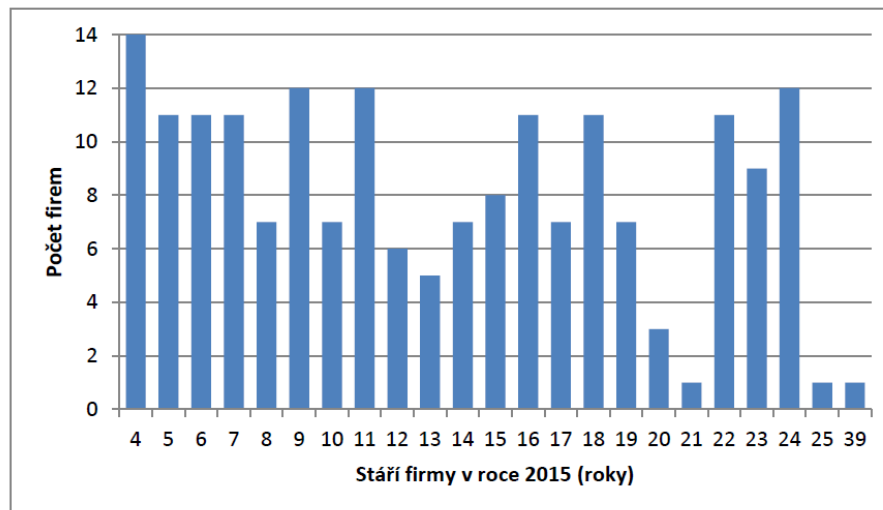
Zdroj: Bisnode 2017; ČSÚ 2016; Ženka a kol. 2017; zpracování vlastní

5.4. Stáří firem

V databázi vysoce růstových firem jsou pouze firmy starší než tři roky, což vyplývá z použitých kritérií popsaných výše. Průměrný věk vysoce růstového podniku v Česku je 13,42 let. Na obr. 12 lze pozorovat, že růstové podniky jsou v databázi zastoupeny poměrně rovnoměrně napříč všemi věkovými kategoriemi. Firmy vzniklé před rokem 1989 se v databázi vyskytují pouze sporadicky. To je dopad přechodu ze socialisticky plánované ekonomiky na tržní, kdy firmy musely přistoupit k radikálním restrukturalizacím. Naopak je z obr. 12 jasně zřetelné, že některé firmy, které vznikly těsně po roce 1989, si udržely dynamický růst i po více jak 20 letech. I přesto je nejvíce firem ve věku čtyř let, tedy ty vůbec nejmladší možné, což by nahrávalo tvrzení Davidssona a kol. (2002), že mladé podniky rostou rychleji než ty starší. Naopak ale početná skupina firem, která vykazuje stáří okolo 15 let, dávají spíše za pravdu Gibratovu pravidlu, které tvrdí, že růst firmy je nahodilý proces a na stáří firmy vůbec nezáleží. Nicméně skupina vysoce růstových firem v Česku je značně nereprezentativní

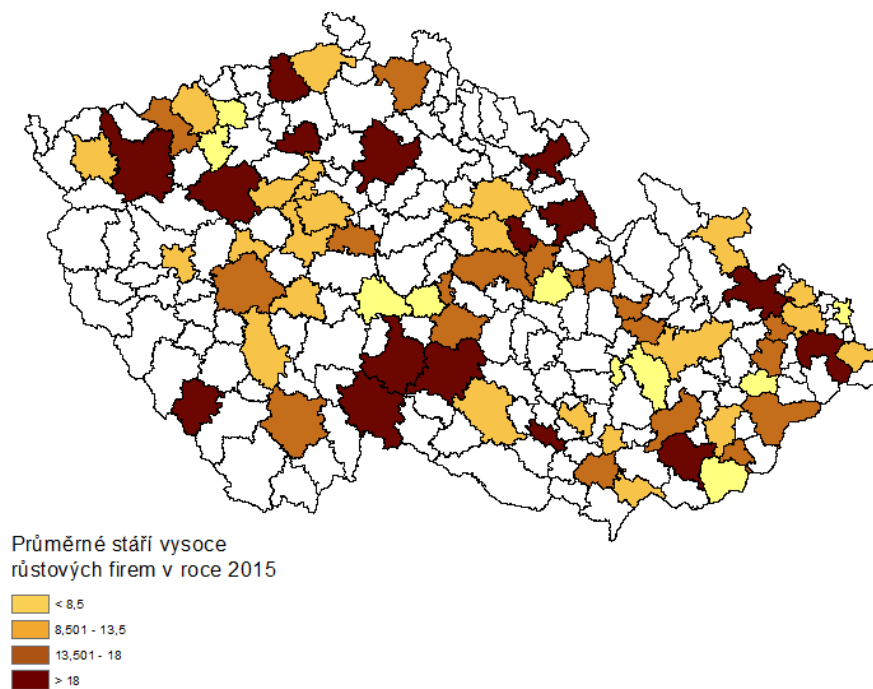
vzorek, co se stáří týče, protože firmy založené před rokem 1989 prakticky neexistují z již zmíněných okolností.

Obr. 12: Stáří vysoce růstových firem v Česku v roce 2015



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Obr. 13: Průměrné stáří vysoce růstových firem v Česku v roce 2015, ORP



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Obr. 13 zobrazuje stáří vysoce růstových firem v geografickém rozložení za ORP. Z obrázku je zřetelné, že v Praze a jejím blízkém okolí jsou růstové firmy spíše mladší.

V ostatních velkých městech je trend podobný jako v Praze, to znamená, že v nich dynamicky rostou spíše mladší podniky. Což souvisí s tím, že jsou v Praze koncentrovány firmy v kvartéru a terciéru, které jsou obecně mladší. V zázemí dalších větších měst, krom Prahy, již není patrný efekt podobně se chovajícího zázemí. Naopak starší firmy dynamicky rostou spíše v periferních oblastech Česka, kde se koncentrují firmy v sekundéru, které jsou spíše starší.

5.5. Velikost firem a rychlost růstu

Velikost vysoce růstových firem se v databázi měří pouze obratem, a to z toho důvodu, že informace o počtu zaměstnanců nejsou za jednotlivé ekonomické subjekty dostupné. Průměrná velikost obratu vysoce růstové firmy byla v roce 2012 téměř 500 milionů Kč. Do roku 2015 se průměrný obrat vysoce růstových firem zvýšil na 1,6 miliardy Kč, což lze pozorovat v tab. 7. Index změny průměrného obratu vysoce růstových firem nám říká, kolikrát se průměrně zvětšil obrat od předešlého roku. Z tabulky je zřejmé, že nejvyšší tempo růstu obratu měly růstové podniky na začátku sledovaného období a postupem času jejich tempo růstu v průměru uvadalo.

Tab. 7: Průměrný obrat (Kč) a meziroční index změny vysoce růstových firem v Česku (2012–2015)

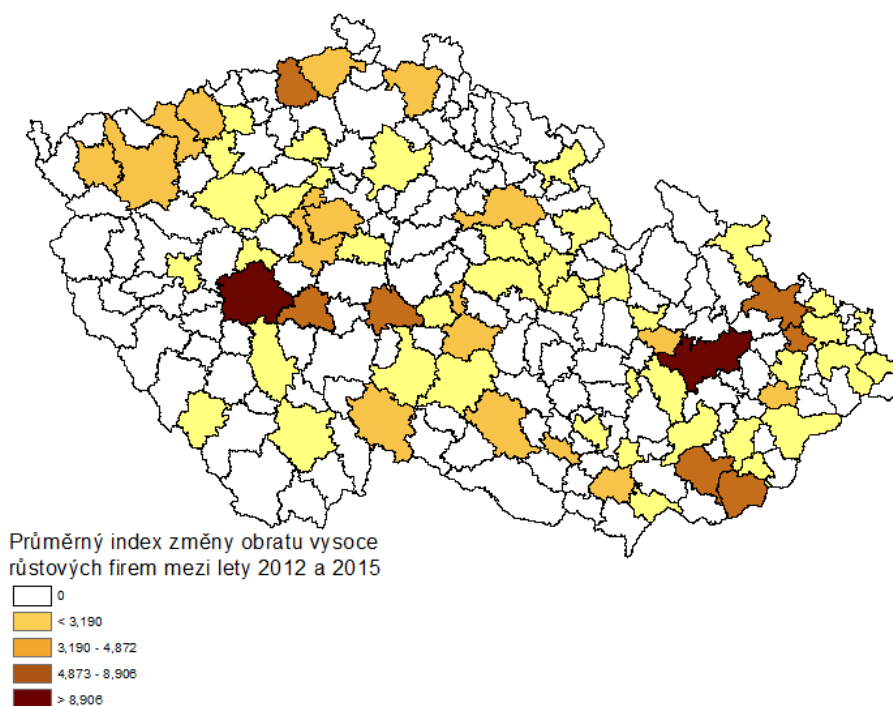
	2012	2013	2014	2015
Průměr obratu (Kč)	464 939 389	772 038 665	1 185 437 968	1 645 825 195
Meziroční index změny	100	1,66	1,54	1,39

Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Na obr. 14 můžeme pozorovat průměrný index změny za celé sledované období po jednotlivých ORP. V ORP s nejvyšším indexem změny dosáhly průměrně podniky na více jak osmi násobek obratu za sledované období a byly jimi ORP Příbram a Olomouc. Nicméně tyto regiony byly spíše výjimkou a většina ORP se pohybovala na podstatně menších hodnotách. V ORP, u kterých byl vykázan nejvyšší index změny, se jedná o jednotlivé podniky a nikoli o skupinu podniků s vyšším tempem růstu. Právě v ORP Olomouc se nachází dva podniky s vůbec nejdynamičtějším růstem z celého datasetu. Obě dvě firmy zvýšily svůj obrat během sledovaného období na více než 60 násobek.

Jedná se o firmu v sektoru stavebnictví (výstavba železnic a podzemních drah) a o firmu v maloobchodu a velkoobchodu (obchod s automobily a jinými lehkými motorovými vozidly). Posledním podnikem, který zvýšil svůj obrat více jak desetkrát, je firma v ORP Příbram a zabývá se maloobchodem prostřednictvím internetu. Tato firma zvýšila svůj obrat více jak třicet dvakrát.

Obr. 14: Průměrný index změny obratu vysoce růstových firem v Česku, 2012–2015, ORP



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

5.6. Právní forma

Právní formy ekonomických subjektů by se daly rozdělit na dvě velké skupiny. První jsou obchodní společnosti, pod které spadají akciové společnosti a společnost s ručením omezeným. Druhou skupinou jsou fyzické osoby, které tvoří převážnou většinu všech ekonomických subjektů. Tab. 8 ukazuje rozložení vysoce růstových firem v Česku podle právních forem. Firmy byly rozděleny do tří skupin, které nekorespondují s rozložením, které popisují výše. Fyzických osob je v databázi minimum, a proto byly zařazeny do skupiny „ostatní“. Nejvíce vysoce růstových firem má právní formu s.r.o. O poznání méně je akciových společností a ostatních forem, jakými jsou fyzické osoby

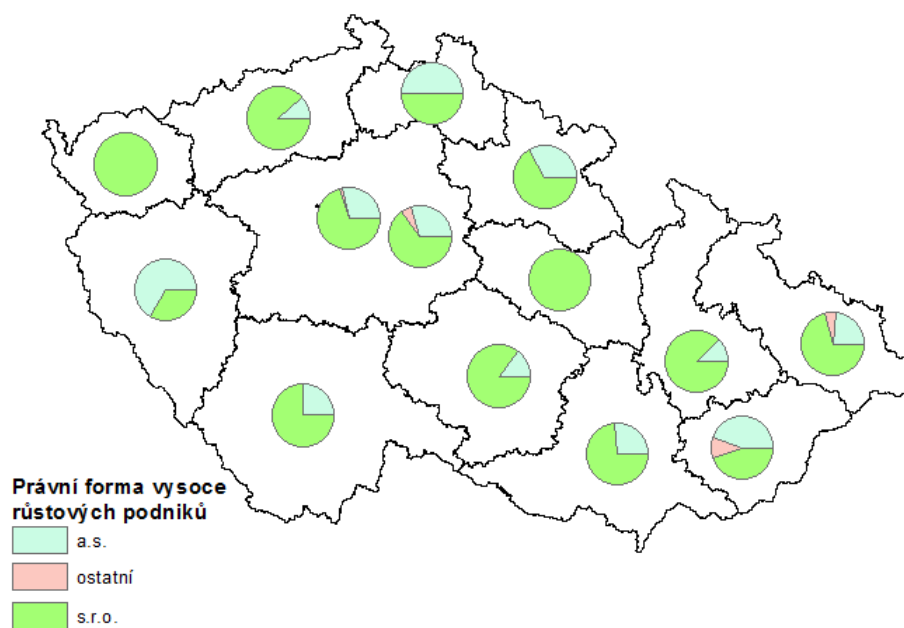
podnikající na živnostenský list, sdružení atp. Vysoké zastoupení firem s.r.o. vysvětluje Stiglitz a Weiss (1981) tím, že tyto podniky mají tendenci více riskovat, a proto se stanou pravděpodobněji růstovými. Což je na druhou stranu vykoupeno vyšší mírou „úmrtnosti“ těchto firem. Storey (1994) tvrdí, že podniky s.r.o. mají lepší přístup k externím peněžním zdrojům, proto se pravděpodobněji stanou růstovými.

Tab. 8: Počet a podíl (%) právních forem vysoce růstových firem v Česku (2012–2015)

Právní forma	Počet	Podíl (%)
a.s.	46	24,86
s.r.o.	131	70,81
Ostatní	8	4,32

Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Obr. 15: Právní forma vysoce růstových podniků v Česku (%), 2012–2015, kraje



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

Obr. 15 ukazuje právní formy vysoce růstových podniků za jednotlivé kraje. Jak lze pozorovat, ve většině krajů převládá právní forma s.r.o., tak jako tomu je i v celém datasetu. Jedinou výjimkou je kraj Plzeňský, kde se vyskytuje více akciových společností. To je dáno celkovým nízkým počtem vysoce růstových firem v tomto kraji,

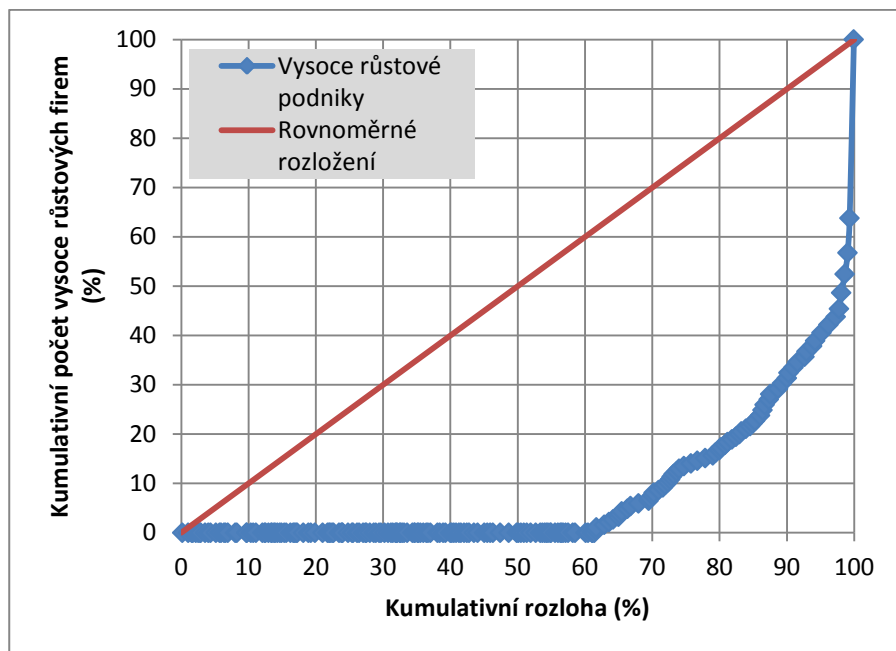
proto stačí výskyt čtyř a.s. k výrazné převaze. Co se týče rychlosti růstu, tak se firmy a.s. zdají být dynamičtější rostoucí. Podniky v této právní formě zvýšily průměrně svůj obrat za sledované období téměř pětkrát, kdežto firmy s.r.o. téměř čtyřikrát. Naopak průměrné stáří růstových podniků v obou právních formách je prakticky totožné okolo 13 let.

5.7. Územní koncentrace vysoce růstových firem

Pro zjištění územní koncentrace byl vypočítán ukazatel územní koncentrace: míra heterogenity H , která udává na jakém procentu plochy je koncentrováno 50 % jevu. Jako územní jednotky byly použity obce s rozšířenou působností, jakožto nepodrobnější územní celky v databázi. Prvním krokem výpočtu je stanovení poloviny počtu vysoce růstových firem v Česku. Poté jsou nasčítány počty růstových firem za ORP (od ORP s nejvyšším počtem růstových firem) než se dojde k číslu, které se označilo za 50 % počtu firem. U ORP, které spadají do dané poloviny, se nasčítá rozloha a procentuálně se vyjádří rozloha těchto ORP na celku. Ukazatel H vyšel 1,86, což znamená, že se 50 % vysoce růstových firem v Česku ve sledovaném období koncentruje přibližně na 1,86 % celkové rozlohy Česka. Jedná se tedy o silně prostorově selektivní jev, koncentrovaný jen na velmi malém území. Nicméně nutno podotknout, že se celá třetina vysoce růstových firem v Česku koncentruje do hlavního města.

Obr. 16 ukazuje nerovnoměrnost rozložení v umístění vysoce růstových podniků v Česku. V důsledku této silné prostorové alokace dochází k silné koncentraci ekonomické činnosti. Vysoce růstové podniky se podílejí významnou měrou na tvorbě nových pracovních pozic (Henrekson, Johansson 2010; Brüderl, Preisendörfer 2000), proto tato koncentrace vysoce růstových podniků především do metropolitních oblastí přispívá k rozevírání nůžek mezi jádrovými regiony a těmi ekonomicky slabšími. Henrekson a Johansson (2010) tvrdí, že vysoce růstové firmy si dokážou udržet schopnost vytváření nových pracovních míst i v době ekonomické recese. Právě v této době by mohly být vysoce růstové podniky zvláště důležité pro celkovou ekonomiku jednotlivých regionů a zvláště přínosné by mohly být v nemetropolitních regionech, kde bývá dopad ekonomických recesí citelnější.

Obr. 16: Lorenzova křivka, počet vysoce růstových podniků 2012–2015, **ORP**



Zdroj: Bisnode 2017; zpracování vlastní

6. Hlubší poznání faktorů a mechanismů dynamického růstu na příkladu vybraných firem

Pro bližší porozumění faktorů a mechanismů růstu dynamicky se rozvíjejících podniků, byl aplikován kvalitativní postupy ve formě polostrukturovaného rozhovoru se zástupci vybraných firem. Jak již bylo popsáno v metodologii, polostrukturovaný rozhovor tvoří střední cestu mezi strukturovanými metodami výzkumu, jakým je dotazník a těmi neformálními, které nemají danou pevnou strukturu (Hendl 2005). Polostrukturovaný rozhovor umožňuje přímou zpětnou vazbu mezi tazatelem a respondentem. Tazatel také umožňuje upřesnit položené otázky v průběhu rozhovoru, libovolně změnit pořadí otázek, či další otázky doplnit, v případě, že respondent projeví zájem (Kozel 2006).

Otázky polostrukturovaného rozhovoru byly tvořeny s přihlédnutím na teoretická východiska a současný stav poznání o růstu dynamických firem (viz diskuse literatury). Otázky byly zvoleny tak, aby obsáhly nejčastěji zmiňované faktory růstu v odborné literatuře, viz příloha č. 1. Otázky jsou členěny do několika hlavních témat, kterými jsou:

- Strategie firmy
- Výzkum a vývoj
- Role majitele
- Využívání programů na podporu podnikání
- Omezující faktory růstu

Pokud respondent projevil zájem o některé téma, nebyl mnou usměrňován do struktury rozhovoru, ale spíše byl podpořen doplňujícími otázkami k tématu, které považoval za nejzajímavější. Jelikož byly rozhovory uskutečněny se zástupci firem na různých pozicích firemní hierarchie, tak měl každý respondent svůj specifický obor svého zájmu.

V první fázi byli kontaktováni zástupci firem ve zpracovatelském průmyslu. Kontaktování firem probíhalo elektronickou formou, kde byli jednotliví zástupci firem seznámeni s daným tématem a požádáni o krátký rozhovor. Nicméně kvůli velmi slabé zpětné reakci od zástupců zpracovatelských firem, byly posléze kontaktovány také firmy v ostatních odvětvích. Ani u těchto firem nebyla zpětná vazba na žádost o rozhovor jiná. Největším problémem při kontaktování zástupců firem byl fakt, že řada podniků nezveřejňuje žádný kontakt na zástupce ve vedení společnosti. To se týká především zahraničních a celkově velkých společností. Celkově bylo kontaktováno okolo čtyřiceti zástupců růstových podniků napříč všemi odvětvími a regiony. Několik reakcí bylo zamítavého postoje k plánovanému rozhovoru, většinou nepřišla odpověď žádná. Povedlo se uskutečnit čtyři rozhovory se zástupci vysoce růstových firem. Rozhovory byly po souhlasu dotazovaného nahrávány k dalšímu zpracování. Při takto koncipovaném kvalitativním výzkumu je nutno brát v potaz zejména nemožnost generalizace a subjektivní náhled výzkumníka. Kvalitativní výzkum je též velice obtížné, ne-li nemožné, provést dvakrát za totožných podmínek (Hendl 2005).

Firmy, se kterými byl navázán kontakt, byly zastoupeny, z důvodů popsaných výše, napříč všemi odvětvími a regiony. Jednalo se o jednu firmu ve zpracovatelském potravinářském průmyslu se sídlem v Královéhradeckém kraji, dále o firmu v IT sektoru sídlící v Praze, o firmu působící ve velkoobchodu sídlící v Praze s provozovnou mimo hlavní město a v poslední řadě o firmu zabývající se administrativní a podpůrnou činností se sídlem v Pardubickém kraji. Tudiž se jednalo o jednu firmu v sekundéru, která byla zařazena do low-tech zpracovatelského sektoru. Dále byl rozhovor uskutečněn s dvojicí firem v kvartéru, kdy jedna byla označena jako high-tech služby (IT firma). A na konec se zástupcem firmy v terciéru, zabývající se velkoobchodem. Všichni zástupci firem uvedli, že při růstu obrátu firmy roste také jejich počet zaměstnanců. Což potvrzuje tvrzení Kubíčkové a kol. (2016), která tvrdí, že růst obrátu je většinou doprovázen také růstem počtu zaměstnanců.

6.1. Strategie firmy

Na problematiku strategie firmy se zaměřovalo několik otázek v rozhovoru, nicméně respondenti se dotýkali tohoto tématu napříč celým rozhovorem. Podle všech zástupců vysoce růstových firem byla právě změna strategie firmy jedním z klíčových faktorů

růstu. Podnik ve zpracovatelském potravinářském sektoru se přestal koncentrovat na dodávání produktů na český trh a začal se orientovat na zahraniční trhy. V kontextu zcela změněné strategie se firma začala soustředit na dodávání dražších inovovaných produktů na zahraniční trhy. Jednatel společnosti v rozhovoru uvedl: „*My jsme úplně rezignovali na souboj s nadnárodními molochy v Česku, protože to vede k tomu, že ten výrobek je silně cenově podhodnocený a my nemáme takovou marketingovou sílu jako malá střední společnost bojovat s těmito nadnárodními společnostmi. Proto jsme zvolili strategii, že budeme vyvíjet neunifikované speciální výrobky, kterými se kvalitou zkusíme prosadit na zahraniční trh.*“ Tento záměr se společnosti povedl na trzích především ve Velké Británii a Skandinávii. Zástupce firmy označil právě tento krok změny ve strategii firmy za klíčový k jejich dynamickému růstu. Tento vývoj ve firemní politice by se dal označit jako přechod z low-road strategie (konkurenceschopnost díky nízkým cenám zboží) na high-road strategii (konkurenceschopnost díky vysoké kvalitě zboží) (Blažek, Uhlíř 2011) s tím musela nastat také změna hlavního odbytového trhu. Český spotřebitel je podle jednatele firmy téměř výhradně zaměřen na cenu a až 80 % potravin se v Česku prodá ve slevové akci. To přisuzuje jednatel firmy tomu, že bylo v Česku enormní zastoupení maloobchodních nadnárodních společností, mezi kterými vypukla cenová „válka“, což vedlo ke snížení kvality potravin. V posledních pěti letech začíná být spotřebitel v Česku poučenější a kromě ceny se zaměřuje také na kvalitu výrobku. Druhým důvodem, proč se firma s kvalitnějšími inovovanými výrobky musí soustředit na zahraniční trhy je ten, že podle jednatele firmy mají v Česku maloobchodní řetězce zbytečně vysoké marže. Na toto téma zástupce firmy uvedl: „*Venku ty řetězce pracují s marží okolo 15 až 30 %, tady začínají od 50 % a výš, to znamená, že pokud chci mít výrobek kvalitní musím ho vyrobit s nějakou cenou, a když ho potom dám na trh, tak ten výrobek, přestože je mražený, stojí téměř stejně jako čerstvý (...) jako mražený výrobek je to neprodejné.*“ To jsou tedy hlavní důvody toho, proč se firma zaměřuje na zahraniční trhy a přestala se marketingově a obchodně starat o český trh. Nicméně když firma vyvine nový výrobek pro zahraniční trh, tak ho poskytne i na český trh, ale bez jakékoli marketingové propagace a obchodních ambicí. Firma má jednu provozovnu v Královéhradeckém kraji a výstavbu další neplánuje, z důvodu extrémně vysokých nákladů na technologie.

Dynamický růst IT firmy, jejíž zástupce byl dotazován, je spojen také se změnou strategie firmy. Ta přešla od role integrátora IT služeb, tedy od vytváření produktů na

míru zákazníkovi, k spíše agenturní práci, kdy firma poskytuje velkým nadnárodním společnostem celé IT týmy. To znamená, že nadnárodní společnost chce inovovat nebo vytvořit novou službu, kterou si samy navrhnu, a osloví tyto agenturní IT firmy, aby jim na tento projekt vytvořily tým IT odborníků. Zástupce firmy to pojmenoval jako „poskytování externích vývojových kapacit“. To klade velké nároky na kvalitu lidských zdrojů. O tom také hovořil manažer firmy, jako o jednom ze základů úspěchu firmy: „*My máme speciální unikátní platformu na sourcing lidí, to znamená, že dnes všichni pláčou nad nedostatkem lidí (...) my jsme stále schopní v naší skupině nacházet nové lidi a s těmi stávajícími spolupracovat na nových projektech. Fakt nám jde to skills and business collective, to znamená, že máme velký sourcing tým, jeden z největších v Česku (...) a jsme schopní ty lidi najít, namotivovat na ten projekt a dostat je tam.*“ Firma v posledních letech rozšiřovala síť poboček v Česku, nicméně expandovala i do zahraničí, kde se soustředí převážně na Slovensko a v nedávné době se vydala na rakouský trh. K tématu vize firmy nad budoucí expanzí zástupce firmy uvedl: „*V Česku a na Slovensku je gró toho byznysu, kde rosteme v průměru o 50 % za posledních x roků, takže nemáme potřebu jít dneska do Německa anebo někam, když tady tak rosteme, snažíme se na to plně soustředit a až budou časové kapacity, abychom se zamýšleli nad dalšími krajinami, tak tam určitě chceme jít.*“

Další rozhovor byl pořízen s majitelem firmy, která se zaměřuje na velkoobchod s drůbeží. Zaměřuje se převážně na export do zemí bývalého východního bloku. Firma se zaměřuje pouze na export a je silně závislá na svém dodavateli, který sídlí ve stejném městě. Jako hlavní faktory růstu uvedl majitel to, že je Česko geograficky i kulturně blízké právě východním zemím než jsou ostatní Západní země. Proto je obchod na trase Česko – východní blok snadnější. Nehledě na to, že on sám pochází z této oblasti a má v tomto regionu stále spoustu kontaktů. Na toto téma uvedl, že člověk, který osobně nezná prostředí postsovětských republik, nemá šanci na tomto trhu uspět. Největší úskalí podle něj spočívá v tom, že člověka bez místních znalostí každý podvede a také to, že tam panuje silně korupční prostředí, které vyžaduje osobní vztahy. Jako další důvod úspěchu firmy uvedl dlouhé období ekonomické konjunktury a zvyšující se úroveň života ve východních zemích. Jelikož jsou tam lidé stále bohatší, můžou si dovolit maso daleko častěji, než tomu bylo dříve. Nicméně tam není životní úroveň na takové výši, aby si mohli mezi masem vybírat, a proto preferují nejlevnější variantu, kterou představuje v dnešní době právě drůbež. Dalším aspektem dynamického růstu

firmy uvedl majitel, že drůbež v dnešní době představuje „trendy“ maso, které je zdravé a nenáročné na přípravu. Také uvedl, že je smířen s tím, že do zemí východního bloku vkročí v dohledné době ekonomická recese a export drůbeže bude stagnovat nebo se sníží. Pro zachování úspěšného podnikání, proto zakládá nové společnosti zaměřené na úplně jiný segment odvětví, nicméně tyto společnosti nebyly předmětem zkoumání, protože je zakládá jako nové společnosti s odlišným IČ. Majitel uvedl, že s firmou expanduje na nové trhy, nicméně se stále drží osvědčené cesty zemí bývalého Sovětského svazu, naposledy firma expandovala na kazašský trh. Jak bylo zmíněno výše, firma má oficiální sídlo v Praze, ale pobočka i řízení firmy se nachází mimo Prahu. Na dotaz proč tomu tak je, bylo sděleno, že Prahu ve východním bloku každý zná a hned se mu spojí s Českem, které má v těchto zemích poměrně dobrou obchodní reputaci.

Posledním uskutečněným rozhovorem byl rozhovor se zástupcem firmy zabývající se administrativní a podpůrnou činností, především pak provozováním eshopů a back office. Firma má poněkud nezvyklou hlavní strategii, kterou je zaměstnávání lidí se zdravotním omezením. Růst je tedy ve firmě vnímán pouze jako nástroj na to, aby mohla firma expandovat a zaměstnávat stále větší množství zaměstnanců se zdravotním omezením. Firma neustále rozšiřuje portfolio nabízených služeb a zaměřuje se na činnosti, kde je vhodné uplatnit právě lidi se zdravotním znevýhodněním. Proto se jedná spíše o lehčí činnosti, které nepotřebují nijaké specifické schopnosti, např. práce ve skladu nebo na prodejně. Jako hlavní zdroj růstu byl označen úplně nový projekt zakládání franchizových poboček pro jednu významnou českou společnost, se kterou již dlouhodobě spolupracuje. Dotazovaná firma tyto pobočky provozuje pod značkou silné české společnosti a zaměstnává v nich převážně lidi se zdravotním omezením. Firma právě s těmito pobočkami expanduje i do zahraničí, kde se zaměřují převážně na země Visegrádské čtyřky a nyní expanduje na trh v Polsku.

Z rozhovorů celkově vyplynulo, že firemní strategie pro růst firmy jsou v jednotlivých odvětvích rozdílné a neexistuje jedna strategie pro úspěšný rozvoj podniku. Ve zpracovatelském sektoru to může být přechod z low-road strategie na high-road strategii, a s tím spojené zaměření se firmy na zahraniční trhy. U sektoru high-tech služeb to může být zase přerod firmy z „obyčejné“ IT firmy dělající projekty na zakázku, spíše na agenturní firmu poskytující celé kreativní skupiny pracovníků. U společností zaměřujících se na méně náročné aktivity, může být růst zapříčiněn

rozšiřujícím se portfoliem poskytovaných služeb. U společností zabývajících se velkoobchodem, se zdá být klíčové to, kam zacílí společnost své obchodní zájmy. Při prozíravém zaměření se na trhy s ještě nepřesycenou nabídkou a zvyšující se poptávkou může dojít k prudkému růstu společnosti. Nicméně z rozhovoru vyplynulo, že v segmentu velkoobchodu by mohly být důležité také osobní vazby a konexe. Expanze firmy na nové trhy se zdá být podle rozhovorů jedním z nejvýznamnějších faktorů růstu napříč odvětvími.

6.2. Výzkum a vývoj

Další část rozhovoru byla zaměřena na firemní výzkum a vývoj. Z rozhovorů vyplynulo, že samostatné VaV oddělení má pouze firma ve zpracovatelském potravinářském průmyslu. Toto oddělení tvoří tři pracovníci. Jednatel firmy kladl tomuto oddělení vysoký význam, jelikož je firemní strategie firmy založena na nových inovativních výrobcích vyšší kvality. Růst firmy označil jako hnaný novými výrobky. *„Na vývoj máme celé oddělení, kde tři mladé inženýrky s potravinářským vzděláním den co den vymýšlejí a připravují nové výrobky. Jsou v podstatě dvě základní cesty, jimiž to u nás vzniká. V první pošle zákazník relativně přesný požadavek na složení, kde si nadefinuje nejen složení a kolik a které ingredience požaduje, ale v poslední době velmi často i kvalitu jednotlivých složek. Druhou cestou je vlastní vývoj. Jezdíme po výstavách a veletrzích, případně navštěvujeme restaurace a koukáme, co je nového.“* uvedl na adresu VaV zástupce firmy. Při VaV aktivitách se tedy firma zaměřuje na vývoj nových výrobků a zlepšení senzorických vlastností těch stávajících. Firma v poslední době přišla na trh s úplně novou technologií mražených výrobků, které se doposud pekly a následně zmrazily. Firma vyvinula technologii, jak vyrobit mražený produkt nepečený, který si upeče zákazník doma sám. Právě tento nový inovativní výrobek otevřel dveře společnosti na trh ve Velké Británii a Skandinávii. Respondent také zmínil, že se nové výrobky podílí dlouhodobě na 15 až 20 % celkového obrátu společnosti. Jako nový výrobek je brán ten, který je méně jak 12 měsíců na trhu. V současné době firma vyvinula nový produkt, se kterým plánuje dobýt francouzský trh a následně ho rozšířit do zbytku Evropy.

Ve zbylých třech podnicích v obslužném sektoru, nehrají VaV aktivity tak zásadní význam, jako tomu je u firmy ve zpracovatelském průmyslu. Všechny tři tyto

společnosti nemají vlastní VaV oddělení. Zástupce firmy v IT sektoru uvedl, že neustále investují do zlepšování jejich jedinečné sourcingové platformy, kterou označil za jádro úspěchu firmy. Nicméně na inovaci této platformy nepracuje firma sama, ale zadává požadavky externí firmě. Firma také nabízí svým zaměstnancům různé benefity v podobě vzdělávání a školení, a tím chce pracovníky motivovat, aby na dalším projektu spolupracovali znovu s touto firmou a ne s konkurencí. Majitel velkoobchodní firmy uvedl, že investuje pouze do vzdělání zaměstnanců. Zástupce firmy zabývající se administrativní a podpůrnou činností uvedl, že firma investuje do modernizace technologií například do modernizace skladů. Nicméně nechtějí jít formou úplné robotizace, protože by to popřelo celou strategii firmy, kterou je poskytovat pracovní možnosti osobám se zdravotním znevýhodněním. Dále také investují do školení a vzdělávání zaměstnanců.

Z rozhovorů vyplynulo, že VaV aktivity by mohly hrát klíčovou roli v dynamickém růstu firmy a to zejména ve zpracovatelském průmyslu. Důležitou roli VaV aktivit také indikuje analýza vztahu investic do VaV s počtem růstových podniků, která je předkládána v práci výše. Naopak rozhovory napověděly, že u firem v obslužném sektoru by investice do VaV nemusely hrát tak zásadní roli při růstu firmy.

6.3. Role řízení a entuziazmu majitele

V rozhovoru byl kladen důraz také na aktivitu a roli majitele ve firmě. Všechny čtyři dotazované firmy měly tuzemského majitele, i když jeden nemá české občanství, ale dlouhodobě žije v Česku a jeho příchod sem nebyl motivován podnikatelskými ambicemi. To, že dotazované společnosti mají téměř výhradně tuzemské majitele, může souviset s tím, že tyto firmy byly ochotnější k spolupráci, než tomu bylo u firem v zahraničním vlastnictví. Nicméně rozhovory napověděly, že růstové podniky nemusí být pouze velké nadnárodní společnosti řízené profesionálními manažery. Dynamický růst můžou vykazovat i menší společnosti s tuzemskými vlastníky. Právě mladí, motivovaní vlastníci, které obor IT baví a zajímají se o něj, jsou podle dotazovaného manažera z IT firmy jedním z hlavních faktorů růstu firmy. Zmiňovaná firma má dva vlastníky a oba se aktivně podílejí na řízení firmy. Na řízení firmy se také podílí majitelé firmy ve zpracovatelském průmyslu. Tu vlastní čtyři fyzické osoby a z toho dva jsou Češi a dva cizinci. Tato firma dříve spadala pod křídla velké nadnárodní

společnosti, v roce 2010 se rozhodli zmiňovaní čtyři manažeři odkoupit podnik do vlastních rukou a změnit její strategii. Dva z těchto lidí se aktivně podílejí na řízení firmy, jeden se stará o výrobu a chod firmy a druhý o export na zahraniční trhy.

Velkoobchodní firmu vlastní pouze jeden muž, se kterým byl veden rozhovor. Právě on je klíčovým článkem úspěchu firmy, protože se firma zaměřuje na export do zemí bývalého Sovětského svazu, odkud sám pochází. A je si vědom, že v těchto zemích je pro úspěšný byznys extrémě důležitá znalost místního prostředí a osobní vztahy. Myslí si, že člověk, který osobně nezná prostředí postsovětských republik, nemá šanci na tomto trhu uspět. Největší úskalí podle něj spočívá v tom, že vás tam každý okrade a také to, že tam panuje silně korupční prostředí, které vyžaduje osobní vztahy. Firmu zaměřenou na podpůrné a administrativní činnosti vlastní dvojice Čechů, kteří se dlouhou dobu podíleli na řízení firmy, ale v nedávné době oba z předních manažerských pozic odešli a přenechali řízení firmy profesionálním manažerům. Nicméně oba dohlíží na firmu z pozice členů dozorčí rady. Právě tyto dva zakladatelé byli nositeli myšlenky na sociální podnikání, kterou si firma stále drží.

Rozhovory se zástupci firem ukázaly, že vysoce růstové firmy nemusí být pouze podniky spadající pod velké nadnárodní společnosti, ale mohou to být také menší tuzemské firmy. Pozice majitele může hrát klíčovou roli pro růst. Příklad odkupu zpracovatelské firmy z rukou nadnárodního řetězce do rukou tuzemských manažerů a s tím spojený přechod z low-road strategie na high-road, dokazuje, že se firmám spadajícím pod nadnárodní řetězce nemusí vždy dařit lépe.

6.4. Využívání programů na podporu podnikání

Dalším tématem rozhovoru bylo to, jak firma využívá evropské, vládní nebo krajské programy na podporu podnikání. Zástupce zpracovatelské firmy uvedl, že firma využila evropskou dotaci na vzdělání zaměstnanců a pravidelně čerpá od ministerstva zemědělství dotace na účast na mezinárodních veletrzích. Ohledně dotační politiky pro potravinářské firmy nebyl respondent spokojen a k tomuto tématu uváděl: *„My máme teď připraveno, že potřebujeme investovat několik desítek možná stovek miliónů do rozvoje fabriky a bohužel pro potravinářské produkty jsou dotační programy velmi obtížně dosažitelné. Tady dostanete dotace na vzdělávací střediska, na energie a na inovace, nicméně jsme to zkoušeli přes program inovací, ale shodili nám to na hlavu, že*

mražené produkty nejsou dostatečně inovativní. Tam je problém, že se dostanete do skupiny s nanotechnologiemi (...) ty programy jsou pro potravinářství špatně postavené.“ Pro investice do podniku (převážně technologie na zkapacitnění výroby a zvýšení produktivity práce) tedy firma využívá výhradně vlastních zdrojů nebo externích bankovních zdrojů, které jsou, podle názoru spolumajitele, stále ještě nejvýhodnější na trhu. Firma, která naopak úspěšně čerpá dotace na podporu podnikání je firma zaměřující se na administrativní sociální podnikání. Zástupce firmy uváděl, že se snaží co nejvíce vytěžit z poskytovaných pobídek. Firma v minulých letech investovala z dotačních titulů do několika investičních akcí, jakými byly hlavně výstavba školicího centra zaměstnanců a výstavba několika sociálních bytů v areálu firmy. Dále firma úspěšně čerpá neinvestiční dotace na vzdělání zaměstnanců nebo na dílčí inovace. Firma je v tomto ohledu velmi úspěšná, protože se zaměřuje na zaměstnávání lidí se zdravotním omezením a některé programy jsou zaměřené právě na integraci těchto lidí do běžného života. Naopak firmy v IT sektoru a velkoobchodní firma tyto dotace nevyužívají a ani to nemají v plánu.

Vysoce růstové firmy mají odlišnou strategii ve využívání programů na podporu podnikání. Zatímco jedna společnost úspěšně čerpá především evropské fondy na podporu podnikání, druhá by také velmi ráda čerpala, ale nastavené podmínky jí to neumožňují, tak zbylé dvě o podobné dotační záležitosti ani neuvažují. Možná by bylo vhodné zaměřit nějaký dotační program na samotnou skupinu vysoce růstových firem s cílem, aby si tyto podniky udržely růst i do budoucna a podílely se tak na tvorbě nových pracovních míst. Nicméně je zřejmé, že k dynamickému růstu firem nejsou dotace rozhodujícím podmiňujícím faktorem, což je významné zjištění pro koncipování politiky na podporu podnikání.

6.5. Omezující faktory růstu

Poslední otázkou v rozhovoru byl dotaz, jaké vnímají zástupci firem možné omezující faktory růstu podniku. Spolumajitel potravinářské zpracovatelské firmy uvedl, že jako největší problém v současné době vidí totální a kritický nedostatek pracovní síly. Kvůli tomuto problému se firma snaží postupně automatizovat výrobu, ale jelikož se firma zaměřuje na výrobu neunifikovaných speciálních výrobků, tento proces není úplně jednoduchý. Další problém způsobený nedostatkem pracovních sil je ten, že se právě

kvůli nedostatku lidí prodlužují dodací lhůty jak sledované firmy, tak jejím dodavatelům. Nicméně poukázal také na nepříliš přívětivé prostředí pro podnikání, o kterém uvedl: „Některé naše státní dozorové orgány jsou mnohem náročnější a byrokratičtější než vyžaduje zákon, čímž nám často ve srovnání s konkurencí v jiných státech spíše škodí. Často je to dáno tím, že nemáme vymezené pravomoci těchto státních orgánů. Výsledkem je, že jednu a tu samou věc nám chodí kontrolovat různé instituce.“ Na otázku co by tedy změnil, odpověděl, že by mu stačilo, kdyby vláda vytvořila stabilní prostředí, kde se nemění zákony každý rok a nechali by ho v něm podnikat a nepřekáželi by mu. O nedostatku pracovních sil hovořil také zástupce velkoobchodní společnosti. Uvedl, že se s tímto problémem snaží vypořádat tak, že dobře vychází se svými současnými zaměstnanci, a tím si zajišťuje nízkou fluktuaci pracovníků. Nicméně uvedl, že je smířen s tím, že v dohledné době přijde ekonomická recese a spotřeba drůbeže se na východě sníží. Tím pádem si je vědom, že trvalý růst jeho firmy není reálně dlouhodobě udržet. Majitel proto v poslední době založil několik nových firem zaměřených na jinou podnikatelskou činnost. Rozdílnou optikou viděl omezující faktory růstu zástupce společnosti zaměřující se na administrativní činnosti a zaměstnávání osob se zdravotním omezením. Ten uvedl, že nejvýraznějším současným problémem pro jejich firmu je dlouhodobé zvyšování minimální mzdy. Jelikož se firma zaměřuje na jednodušší činnosti, na které zaměstnává právě osoby se zdravotním omezením, dotýká se jí zvyšování minimální mzdy, kdy jí právě díky tomuto trendu každý rok rostou výdaje o několik miliónů a omezují se tím pádem prostředky na investice. Naopak zástupce IT firmy neuvedl, žádné omezující faktory růstu firmy. Uvedl, že vnímá, že se mluví o nedostatku IT pracovníků, ale že jejich firmu to zatím nijak nezasáhlo, což si vysvětluje velmi dobrým sourcing týmem.

Rozhovory naznačily, že různé firmy mohou mít různé omezující faktory růstu. Zatímco firma v high-tech službách nevnímá žádné omezující faktory, tak firmu zaměřenou spíše na levnější pracovní sílu může trápit nedostatek pracovních sil a zvyšování minimální mzdy. Pro firmy by také mohl být jedním z omezujících faktorů růstu velmi nestálé a složité právní prostředí se stále se měnícími zákony.

Závěr

Vzhledem k nejednotné definici vysoce růstových firem napříč odbornou literaturou, bylo v práci použito doporučení OECD (2007) pro vymezení vysoce růstových firem. Nicméně i toto doporučení muselo být upraveno vzhledem k dostupnosti dat v Česku. V práci byly vysoce růstové firmy definovány jako podniky, které vykazují minimálně 20% meziroční růst obrátu za tři po sobě jdoucí období. Sledované období bylo zvoleno od roku 2012 do roku 2015 jako poslední roky s dostupnými daty. Aby v práci nedošlo k nadhodnocení těch nejmenších firem, byla zvolena prahová hranice obrátu na dva milióny Euro.

Předkládaná práce si kladla za cíl vymežit prostorové a odvětvové koncentrace souvislosti a specifika vysoce růstových firem v Česku mezi lety 2012 a 2015 s důrazem na odhalení společných charakteristik růstu těchto tzv. „ekonomických gazel“. Dílčím cílem bylo vymezení prostorové a odvětvové koncentrace vysoce růstových firem na úrovni ORP, krajů a metropolitních areálů. Jako posledním dílčím cílem bylo pomocí kvalitativního výzkumu odhalení specifických faktorů růstu vybraných vysoce růstových firem v Česku.

První výzkumná otázka práce byla zaměřena na prostorovou koncentraci vysoce růstových firem v Česku. Z analýzy vyplynulo, že se vysoce růstové podniky v Česku silně koncentrují do metropolitních areálů (vymezených dle Hampla a Marady 2016), kde je alokováno téměř 80 % vysoce růstových firem. Nicméně ke koncentraci dochází především v hlavním městě, kde má sídlo více než třetina vysoce růstových firem. Jedná se tedy o silně koncentrický jev, což dokládá také výpočet míry heterogenity H . Jelikož se v databázi jedná „pouze“ o sídla firem, bylo u růstových firem sídlících v Praze specificky zjišťováno, ve kterých regionech ekonomickou činnost reálně vykonávají. Z této analýzy vyplynulo, že třetina firem se sídlem v Praze vykonává svou ekonomickou činnost pouze v Praze. Další třetinu tvořila skupina firem působících po

celém Česku. Zbývající část tvořily firmy, které mají sídlo v Praze a provozují svoji činnost výhradně mimo Prahu. Dalším aspektem práce byl výpočet podílu počtu vysoce růstových firem na 10000 aktivních ekonomických subjektů. Při analýze na úrovni krajů byla vypočítána nejvyšší hodnota u samostatného kraje Prahy, téměř stejné hodnoty dosáhl také Pardubický kraj. Stejný ukazatel byl také vypočítán pro samosprávné celky ORP, při tomto rozdělení byly nejvyšší hodnoty spočítány pro ORP Mohelnice, Ivančice a Opava, tj. nemetropolitní regiony. Všechny tyto regiony mají společný rys malého počtu vysoce aktivních ekonomických subjektů.

Druhá výzkumná otázka se soustředila na odvětvové a velikostní charakteristiky a také na stáří vysoce růstových firem v Česku. Necelá polovina vysoce růstových podniků se v Česku koncentruje do sekundárního sektoru, třetina do sektoru terciárního a více jak pětina růstových firem spadá do kvartéru. Firmy obslužného sektoru se koncentrují především do Prahy a Brna, naopak průmyslové podniky se soustředí v průmyslových regionech (Středočeský, Moravskoslezský, Ústecký). Při pohledu na rozdělení vysoce růstových firem podle klasifikace CZ-NACE se celá třetina firem řadí do sekce zpracovatelského průmyslu, další necelá třetina firem se zabývá velkoobchodem a maloobchodem, opravou a údržbou motorových vozidel. Pro bližší porozumění charakteristiky růstových podniků byly tyto společnosti rozřazeny podle technologické náročnosti. Nejvyšší podíl měl již zmiňovaný velkoobchod a maloobchod, dále medium-high-tech zpracovatelský průmysl, který se koncentruje převážně do nemetropolitních regionů. Naopak firmy s vyšší technologickou náročností (high-tech služby, KIBS) jsou koncentrovány především v Praze. Z analýzy stáří firem vyplynulo, že průměrné stáří vysoce růstového podniku v Česku je 13,42 let. V databázi byly zastoupeny poměrně rovnoměrně firmy mladší i starší, což napovídá, že v Česku platí spíše Gibratovo pravidlo, které říká, že růst firmy je nahodilý proces. Průměrná velikost obratu růstových firem byla na začátku sledovaného období necelých 500 miliónů Kč. Firmy během sledovaného období průměrně zvýšily svůj obrat více jak třikrát na 1,6 miliardy Kč. Nicméně z tohoto hlediska by bylo přínosnější analyzovat pohyb počtu zaměstnanců, což v práci nebylo možné kvůli nedostupnosti dat.

Poslední výzkumná otázka se zaměřovala na odhalení faktorů růstu vysoce růstových firem. Ty byly v práci odhaleny pomocí kvalitativních metod, kdy byly se zástupci firem uskutečněny polostrukturované rozhovory. Tímto způsobem byli vyzpovídáni čtyři zástupci vybraných vysoce růstových firem napříč odvětvími

a regiony. Z analýzy rozhovorů vyplynulo, že různé firmy mohou mít různé faktory růstu a neexistuje jedna strategie pro úspěšný rozvoj podniku. U firem ve zpracovatelském sektoru to může být efektivní firemní strategie přechodu z low-road strategie na high-road strategii. Také u firem v IT sektoru může být růst motivován změnou firemní strategie, kdy se firma přestane orientovat na roli integrátora a přejde na poskytování externích vývojových kapacit. Nicméně všechny dotazované firmy expandovaly na nové trhy, což může být klíč k dynamickému růstu. Navíc firma zabývající se administrativní podpůrnou činností v posledních letech rozšiřovala portfolio poskytovaných služeb. Důležitá se také zdá být role majitelů. Energický a cílevědomý tuzemský majitel zapojený do řízení firmy, může být jedním z důležitých faktorů růstu firmy. Všichni respondenti potvrdili to, že s růstem obrátu firmy roste také počet zaměstnanců. Jako omezující faktory růstu firem uvedli zástupci nedostatek pracovních sil a zvyšující se minimální mzdu. Nicméně tyto závěry nelze generalizovat, jedná se pouze o nástin možných faktorů růstu vysoce růstových firem.

Téma vysoce růstových firem je v Česku téměř neprobádanou oblastí. Práce poskytla pouze základní charakteristiky vysoce růstových firem v Česku a možné nastínění faktorů růstu těchto firem, které byly odhaleny pomocí rozhovorů se zástupci vybraných firem. Zatímco v této práci byl zohledněn pouze růst vyjádřený obrátem, v následujících výzkumech by bylo zajímavé zaměřit se na růst počtu zaměstnanců. Pro další práce na toto téma by bylo vhodné se detailněji zaměřit na faktory růstu vysoce růstových podniků.

LITERATURA

- ACS, Z., PARSONS, W., TRACY, S. (2008): High-Impact Firms: Gazelles Revisited. *Small Business Administration*, č. 328, 87 s.
- ADÁMEK, P., CSANK, P., ŽÍŽALOVÁ, P. (2007): Regionální inovační systémy a jejich veřejná podpora. Working Paper CES VŠEM, č. 7, 68 s.
- ALMUS, M., NERLINGER, E. (1999): Growth of new technology-based firms: Which factors matter? *Small Business Economics*, 13, s. 141–154.
- ALMUS, M. (2002): What characterizes a fast-growing firm? *Applied Economics*, 34, s. 1497–1508.
- AUDRETSCH, D. (1995): Innovation, growth and survival. *International Journal of Industrial Organization*, 13, s. 441–457.
- AUDRETSCH, D. (2012): Determinants of High-Growth Entrepreneurship. Výzkumná zpráva, report prepared for the OECD/DBA International Workshop on — High growth firms: local policies and local determinants, Kodaň, 37 s.
- BEUCCHETTI, L., TROVATO, G. (2002): The determinants of growth for small and medium sized firms. The role of the availability of external finance. *Small Business Economics*, 19, č. 4, s. 291–302.
- BIRCH, D. L. (1981): Who creates jobs? *The Public Interest*, 65, s. 3–14.
- BIRCH, D. L. (1987): Job Creation in America. In: BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. (2011): *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, implikace*. Univerzita Karlova v Praze, Praha. 342 s.
- BIRCH, D. L., HAGGERTY, A., PARSONS, W. (1995): Who's Creating Jobs? In: AUDRETSCH, D. (2012): Determinants of High-Growth Entrepreneurship. Výzkumná zpráva, report prepared for the OECD/DBA International Workshop on — High growth firms: local policies and local determinants, Kodaň, 37 s.

- BISNODE (2017): Databáze vysoce růstových firem.
- BLACK, D., HENDERSON, V. (1999): A theory of urban growth. *Journal of Political Economy*, 107, č. 2, s. 252–284.
- BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. (2011): Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, implikace. Univerzita Karlova v Praze, Praha. 342 s.
- BOHATÁ, M., MLÁDEK, J. (1999): The development of the Czech SME sector. *Journal of Business Venturing*, 14, č. 5–6, s. 461–473.
- BROWN, D., EARLE, S., LUP, D. (2005): What makes small firms grow? Finance, human capital, technical assistance, and the business environment in Romania. *Economic Development and Cultural Change*, 54, č. 1, s. 33–70.
- BRÜDERL, J., PREISENDÖRFER, P. (2000): Fast-growing Businesses: Empirical Evidence from a German Study. *International Journal of Sociology*, 30, č. 3, s. 45–70.
- BRUSH, C., CERU, D., BLACKBURN, R. (2009): Pathways to entrepreneurial growth: The influence of management, marketing, and money. *Business Horizons*, 52, č. 5, s. 481–491.
- COAD, A. (2007): Firm growth: A survey. Max Planck Institute, Working Paper, Jena.
- CZECHINVEST (2018): Definice malého a středního podnikatele. www.czechinvest.org.
- ČSÚ (2018a): Ekonomické subjekty podle vybraných právních forem. Dostupné na: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=30831&zo=N&pvo=ORG01&verze=-1&nahled=N&sp=A&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_null_.
- ČSÚ (2018b): Výzkum a vývoj. Dostupné na: https://www.czso.cz/csu/czso/veda_a_vyzkum_veda_.
- ČSÚ (2018c): Metodické vysvětlivky. Dostupné na: <https://www.czso.cz/documents/10180/20551741/33013814.pdf/5d3ba611-1739-4df7-9169-bffc0c3c20e0?version=1.0&fbclid=IwAR0-y2zzzSlaKlmb3HeKQOnPCkwTV61czsm0vr7VjYTsxkLFe-3urN17DNc>.

- ČSÚ (2016): High-tech sektor a jeho vymezení podle klasifikace CZ NACE. dostupné na:
https://www.czso.cz/documents/10180/44684506/htsektor_definice.pdf/eb7385c9-a446-42db-83fb-3b683499d058?version=1.4.
- ČSÚ (2014): Základní tendence demografického, sociálního a ekonomického vývoje hl. m. Prahy v roce 2013. Dostupné na:
<https://www.czso.cz/documents/10180/20551741/33013814.pdf/5d3ba611-1739-4df7-9169-bffc0c3c20e0?version=1.0>.
- DAMBORSKÝ, M., WOKOUN, R. (2010): Lokalizační faktory malého a středního podnikání v podmínkách ekonomiky ČR. *Ekonomie a management*, č. 2, s. 32–43.
- DAVIDSSON, P., KIRCHHOFF, B., HATEMI, A., GUSTAVSSON, H. (2002): Empirical analysis of business growth factors using Swedish data. *Journal of Small Business Management*, 40, č 4, s. 332–349.
- DELMAR, F., DAVIDSSON, P., RARTNER, W. (2003): Arriving at the High Growth Firm. *Journal of Business Venturing*, 18, č. 2, s. 189–216.
- DJAKOV, S., MURELL, P. (2001): Enterprise restructuring in transition: A quantitative survey. *Journal of Economic Literature*, XL, s. 739–792.
- DU, J., TEMOURI, Y. (2015): High-growth firms and productivity: evidence from the UK. In *Small Business Economy*. 44, s. 123–143.
- GHOSHAL, S., HAHN, M., MORAN, P. (1998): An integrative theory of firm growth: implications for corporate organization and management. London Business School, Working paper, Londýn.
- GIBRAT, R (1931): Les Inégalités Économiques. In: KUBÍČKOVÁ a kol. (2016): *Dynamické podniky služieb – gazely*. Wolters Kluwer s.r.o., Praha, 152 s.
- GREINER, L. (1998): Evolution and revolution as organizations grow. Harvard business review, dostupné na: <https://hbr.org/1998/05/evolution-and-revolution-as-organizations-grow>.
- HAMPL, M. (2005): Geografická organizace společnosti v České republice: Transformační procesy a jejich obecný kontext. Univerzita Karlova v Praze, Přírodovědecká fakulta, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Praha, 144 s.

- HAMPL, M., MARADA, M. (2016): Metropolizace a regionální vývoj v Česku v transformačním období. *Geografie*, 121, č. 4, s. 567–590.
- HART, R. (2000): Theories of firms' growth and the generation of jobs. *Review of Industrial Organization*, 17, s. 229–248.
- HASHI, I., KRASNIQI, B., A. (2010): Entrepreneurship and SME growth: evidence from advanced and laggard transition economies. *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, č. 17, s. 456–487.
- HENDERSON, J., DICKEN, P., HESS, M., COEN, N., YEUNG, H. (2002): Global production network and the analysis of economic development. *Review of International Political Economy* 9, č. 3, s. 436–464.
- HENDL, J. (2005): Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, Praha, 407 s.
- HENREKSON, M., JOHANSSON, D. (2010): Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*, 35, č. 2, s. 227–244.
- HÖLZL, W. (2013): Industrial and Corporate Change. 23, č. 1, s. 199–231.
- HUMPHREY, J., SCHMITZ, H. (2002): How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters? *Regional Studies*, 36, č. 9, s. 1017–1027.
- ILÍK, J., OUŘEDNÍČEK, M. (2007): Karlín a jeho proměny v souvislostech postsocialistické transformace Prahy. *Geografie – Sborník ČGS*, 112, č. 3, s. 292–314.
- INKA (2016): Inovační kapacita ČR: hlavní závěry ověřovacích analýz. Technologická agentura ČR, 44 s.
- KOUDELKOVÁ, P. (2013): Inovační faktory ovlivňující růst malých a středních podniků. Disertační práce. Ústav managementu, fakulta podnikatelská, VÚT, Brno, 188 s.
- KOZEL, R. (2006): Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti. Grada, Praha, 277 s.
- KRASNIQI, B. A. (2012): Building an Expanded Small Firm Growth Model in Transitional Economy: Evidence on Fast Growing Firms. *Journal of East-West Business*, 18, č. 3, s. 231–271.

- KUBÍČKOVÁ a kol. (2016): Dynamické podniky služeb – gazely. Wolters Kluwer s.r.o., Praha, 152 s.
- LAFORET, S. (2010): Managing Brands — A Contemporary Perspective. In: KUBÍČKOVÁ a kol. (2016): Dynamické podniky služeb – gazely. Wolters Kluwer s.r.o., Praha, 152 s.
- MAINE, M. E., SHAPIRO, M. D., VINING, R. A. (2010): The role of clustering in the growth of new technology-based firms. *Small Business Economics*, 34, č. 2, s. 127–146.
- MASON, G., BISHOP, K., ROBINSON, C. (2009): Business growth and innovation: The wider impact of rapidly-growing firms in UK city-regions. NESTA, Londýn, 52 s.
- MOLNÁR, Z., BERNAT, P. (2006): Řízení inovací v malých a středních podnicích (klastrech). *Ekonomika a management*, č 4, s. 88–96.
- MORÁVKOVÁ, M. (2017): Prostorová diferenciacie a její příčiny v míře vzniku nových firem v Česku. Diplomová práce, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK, Praha. 92 s.
- MPO (2016): Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2015. www.MPO.cz.
- MUKHAR, S., M. (2002): Differences in Male and Female Management Characteristics: A Study of Owner-Manager Businesses. *Small Business Economics*, 18, s. 289–311.
- OECD (2007): Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics. Office for Official Publications of the European Communities. Lucemburk, 99 s.
- OECD (2010): High-Growth Enterprises. What Governments Can Do to Make a Difference. *OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship*. 234 s.
- PAVLÁK, M. (2013): *Ekonomika malých a středních podniků*, studijní opora. Západočeská univerzita v Plzni, Plzeň.
- PELLENBARG, P. H., VAN STEEN, P. J. M. (2003): The demography of firms in the Netherlands: Introduction to the 2003 Maps. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* – 2003, 94, č. 1, s. 144–146.

- PENROSE, E. (1959): *The Theory of the Growth of the Firm. With a New Introduction* by Christos N. Pitelis, fourth edition (2009). Oxford University Press, New York, 245 s.
- PETERSEN, D. R., AHMAD, N. (2009): High-growth Enterprises and Gazelles- preliminary and Summary Sensitivity Analysis. OECD, dostupné na: <http://www.oecd.org/industry/business-stats/39639605.pdf>.
- PIERGIOVANNI, R., SANTARELLI, E., KLOMP, L., THURIK, R. (2003): Gibrat's Law and the firm size/firm growth relationship in Italian small scale services. *Revue d'Economie Industrielle*, 102, s. 69–82.
- REYNOLDS, P., STOREY, D., WESTHEAD, P. (1994): Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28, č. 4, s. 443–456.
- RODRIGUEZ, A., MOLINA, M., PEÉREZ, A., HERNÁNANDEZ, U. (2003): Size, age and activity sector on growth of the small and medium firm size. *Small Business Economics*, 21, s. 291–306.
- SAFE (2016): Survey on the access to finance of enterprises. European Commission. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/growth/access-to-finance/data-surveys>.
- SKOKAN, K. (2005): Systémy inovací v regionálním rozvoji. *Ekonomická revue*, 8, č. 4, s. 12–25.
- SLEUWAEGEN, L., GOEDHUYS, M. (2002): Growth of firms in developing countries: Evidence from Cote d'Ivoire. *Journal of Development Economics*, 68, s. 117–135.
- SMALLBONE, D., WELTER, F. (2006): Conceptualizing entrepreneurship in a transition context. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 3, č. 2, 190–206.
- STIGLITZ, J., WEISS, A. (1981): Credit rationing in markets with imperfect information. *American Economic Review*, 71, č. 3, s. 912–927.
- STOREY, D. (1994): The role of legal status in influencing bank financing and new firm growth. *Applied Economics*, 26, s. 129–136.
- STURGEON, T., BIESEBROECK, J., GEREFFI, G. (2008): Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry. *Journal of Economic Geography*, 8, č. 12, s. 297–321.

- SÝKORA, L. (2007): Office development and post-communist city formation. In: Stanilov, K.: *The Post-Socialist City: Urban Form and Space Transformations in Central and Eastern Europe after Socialism*. Springer, Cincinnati, Ohio, s. 117–145.
- ŠVEJDA, P. a kol. (2007): *Inovační podnikání. Asociace inovačního podnikání*, Praha, 348 s.
- VAN WISSEN, L. J. G. (2002): Demography of firm: A useful metaphor? *European Journal of Population*, 18, s. 263–279.
- VEBER, J., SRPOVÁ, J., a kolektiv (2012): *Podnikání malé a střední firmy*. Grada Publishing, Praha, 336 s.
- VOJTÍK, V. (2010): *Specifika podnikání malých a středních podniků v tuzemsku a zahraničí*. Wolters Kluwer Česká republika, Praha, 275 s.
- WIKLUND, J., DAVIDSSON, P., DELMAR, F. (2003): What do they think and feel about growth? An expectancy value approach to small business manager's attitudes toward growth. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 27, č. 3, 24–270.
- ŽENKA, J., SLACH, O., HLAVÁČEK, P. (2017): Rozmístění znalostně náročných obchodních služeb v českých (ne)metropolitních regionech. *Geografický časopis*, 69, č. 2, s. 129–144.
- ŽÍŽALOVÁ, P., CSANK, P. (2009): Jsou výzkum, vývoj a inovace klíčové procesy (nerovnoměrného) regionálního rozvoje? *Geografie*, 14, č. 1, s. 21–36.

PŘÍLOHY

Příloha 1: Polostrukturovaný rozhovor se zástupci firem

1. Jaké hlavní důvody stojí za dynamickým růstem Vaší firmy?
2. Dochází při růstu obrátu také k růstu počtu zaměstnanců firmy?
3. Jaká je hlavní střednědobá strategie firmy?
4. Má firma tuzemského nebo zahraničního vlastníka? Jak se majitel podílí na řízení firmy?
5. Má firma vlastní VaV oddělení? Kolik prostředků vydává na VaV, kolik pracovníků se podílí na VaV?
6. Na co je VaV zaměřen (vývoj nových produktů, služeb; procesní zlepšení; marketingové inovace)?
7. Má firma více provozoven/poboček? Jaká je vize/strategie firmy v tomto směru?
8. Expanduje firma na nové trhy (zahraniční, tuzemské, rozšíření portfolia služeb/výrobků)? Jaká je vize/strategie expanze?
9. Kde je hlavní odbytový trh firmy?
10. Je firma zapojena do nadnárodního řetězce (v jaké pozici)?
11. Využila firma nějaké evropské, vládní, krajské programy na podporu podnikání (kdy, na co)?
12. Využila firma externích finančních zdrojů (k čemu tyto finance použila)?
13. Jaké jsou hlavní omezující faktory růstu firmy?