

Pragmatická potřeba zprůhlednění vztahů mezi mikroekonomií, podnikovou ekonomikou, naukou o podnikání a obchodním právem

Zdeněk MIKOLÁŠ – Ekonomická fakulta VŠB-TU Ostrava (zdenek.mikolas@vsb.cz)

Co si má pomyslet student prvního ročníku o skriptech předmětu „ekonomika podniku a podnikání“, když autor v první kapitole vymezuje firmu podle obecné ekonomické teorie hlavního proudu, v druhé kapitole toto pojetí opouští a pojem firma znamená v právním pojetí „obchodní jméno“ a místo firmy v ekonomickém smyslu použije právní definici podniku. Současná aplikovaná teorie a praxe podnikání používá spíše právní pojmy než ekonomické nebo vlastní vědecky konstituované kategorie. Tím nechci říci, že ten či onen autor nebo ta či ona teorie nemá pravdu, ale chci naznačit, že je naší (tzn. reprezentantů vysokých škol a veřejných škol zvláště) povinností vést odbornou rozpravu o pojmech, odstraňovat metodologický chaos, vytvářet mosty vzájemného poznání vědních teorií a přiblížit teorii praxi v aplikovatelné podobě.

Firma je obvykle pojata – např. (Soukupová, 1996, s. 149) – jako subjekt specializující se na výrobu, tj. na přeměnu zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Čím je dána existence firmy? V hlavním proudu mikroekonomie (Soukupová, 1996, s. 150) se konstatuje, že firma se soustřeďuje na tři hlavní činnosti: nákup služeb výrobních faktorů, organizaci jejich přeměny ve výstup a prodej výstupu. Hlubší studium vymezení pojmu firma naznačuje nejednotnost ekonomů. Situace se stává ještě složitější, když sáhneme k informačním zdrojům právních věd, sociologie, managementu atd. Pokusme se jen stručně uvést několik pohledů vybraných věd na svět podnikání – kupř. (Mikoláš, 2000), (Jünger, 2001):

- a) *Ekonomické pojetí* – Podnikání je kombinace ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Děje se tak zejména prostřednictvím inovací a zavedením změn. Je to dynamický proces vytváření přírůstkového bohatství, resp. přidané hodnoty.
- b) *Psychologické pojetí* – Podnikatel je osoba motivovaná určitými pohnutkami. Potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Dosáhnout seberealizace nebo se zbavit závislosti, tedy podnikat.
- c) *Sociologické pojetí* – Podnikání je vytváření blahobytu pro všechny zainteresované, hledání cesty k dokonalejšímu využití zdrojů; vytvoření pracovních míst a příležitostí.
- d) *Právnícké pojetí* – Podnikání je soustavná činnost prováděná podnikatelem samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku.
- e) *Podnikatelské pojetí* – „Podnikání je proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik a získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení.“ (Hishrich, 1996, s. 19).

K hlavním znakům všech pojetí společně patří: cílevědomá činnost, chopení se iniciativy, organizování aktivit („businessu“, sociálně-ekonomických procesů a dějů) za účelem přeměny zdrojů (potenciálů) v praktický výsledek, převzetí a zakalkulování rizika neúspěchu, tvorba přidané hodnoty. Smyslem podnikání tedy je samo „podnikání“, tzn. cyklický proces podnikání (jeho reprodukce). Prostudujeme-li alespoň zá-

kladní ekonomické teorie firmy (z hlediska uvedených poznámek), pak na jedné straně je zřejmě přeceňování významu ekonomického, resp. účetního zisku a na druhé straně se podceňuje význam preferencí a role vlastníka (resp. vlastníků). To znamená, že se podceňují vztahy mezi podnikateli (vlastníky), podniky (jako nástroji podnikání) a prostředím podnikáním. Rovněž nejsou plně doceněny tendence a vztahy uvnitř podniku a mezi podniky v rámci určité skupiny (např. obchodní společnosti /corporations/, řetězce, sítě atd.). Zcela se však podceňuje podnikání jako svébytný, zejména specifický sociologický fenomén tím, že dochází ke ztotožnění podnikání s ekonomickou činností a vše „jiné“ (technické, ekologické, sociální, psychologické, právní atd.) se považuje za „externalitu“. Toto zjednodušení praxe nezná, podnikání je celistvý jev lidského společenství v konkrétním prostředí. Domnívám se, že k výše nastoleným myšlenkám odborná veřejnost málo diskutuje.

LITERATURA

- HISHRICH, R. D. – PETERS, M. P. (1996): *Entrepreneurship*. Irwin McGraw-Hill, Boston etc., 1989, 1992, 1995. (česká verze: Praha, Victoria Publishing, 1996)
- JÜNGER, J. (2001): Bariéry rozvoje podnikání. In.: *Sborník příspěvků konference „Bariéry rozvoje podnikání v Moravskoslezském kraji a hledání cest k jejich odstranění“*. Ostrava, VŠP, 2001.
- KIERNAN, J. M. (1998): *Inovuj, nebo nepřežiješ!* Praha, Management Press, 1998.
- KUDERA, J. (2000): *Moderní teorie firmy*. Praha, Grada, 2000.
- MIKOLÁŠ, Z. (2000): *Synergické podnikání*. MAJ, Háj ve Sl., 2000.
- SOUKUPOVÁ, J. – HOŘEJŠÍ, B. – MACÁKOVÁ, L. – SOUKUP, J. (1996): *Mikroekonomie*. Praha, Management Press, 1996.

SUMMARY

JEL Classification: B4, D2, L2, M1

Keywords: microeconomics – entrepreneurship – entrepreneur – enterprise – university

Microeconomic Theory and Business: Words of Difference

Zdeněk MIKOLÁŠ – Faculty of Economy, VSB-Technical University Ostrava (zdenek.mikolas@vsb.cz)

Both the business community and the academic world ask the question: what is the chief purpose of a business entity? As business and economic terminology increasingly enter the vernacular, and vice versa, confusion as to technical usage mounts. Vernacular and non-economic concepts are being used in applied economic theory and practice. Are persons working in a SOHO (small office/home office) entrepreneurs, self-employed or employees? Is a small economic unit — such as a small venture or a husband-and-wife partnership — to be considered an enterprise, firm, corporation?