

**UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ
ÚSTAV EKONOMIKY A MANAGEMENTU**

**RATING MSP
BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**AUTOR PRÁCE: Michal Bilka
VEDOUCÍ PRÁCE: doc. Ing. Pavel Duspiva, CSc.**

2006

**UNIVERSITY OF PARDUBICE
FAKULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION
INSTITUTE OF ECONOMY AND MANAGEMENT**

RATING MSP

BACHELOR WORK

AUTHOR: Michal Bilka

SUPERVISOR: doc. Ing. Pavel Duspiva, CSc.

2006

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 20. 5. 2006

Michal Bilka

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá projektem Hospodářské komory hlavního města Prahy a společnosti Czech Credit Bureau Rating MSP, který byl spuštěn na podzim roku 2003. Cílem tohoto projektu je malým a středním podnikům umožnit získání objektivního pohledu na jejich ekonomické zdraví a určitým způsobem tím stabilizovat celý sektor malých a středních společností v České republice.

Úkolem této bakalářské práce je představit projekt Rating MSP a ověřit jeho přínos malým a středním společnostem v praxi. Toto ověření je provedeno na společnosti Et-netera, s.r.o., která již tímto ratingovým hodnocením prošla dvakrát a je na ní tedy možno zhodnotit, jaký přínos pro malé a střední společnosti absolvování tohoto hodnocení má. Tato práce by rovněž měla odpovědět na otázku, zda můžeme projekt Rating MSP skutečně považovat za rating nebo se naopak jedná o zavádějící označení..

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat především doc. Ing. Pavlu Duspivovi, CSc za cenné rady, připomínky a ochotu při vedení této bakalářské práce. Dále bych chtěl poděkovat zástupcům Hospodářské komory hlavního města Prahy, Československé obchodní banky, Czech Credit Bureau a hlavně zástupcům společnosti Et-netera s.r.o. za vstřícnost a ochotu při poskytování informací. Úplně naposled jsem si nechal poděkování rodině a přátelům za poskytnutou podporu a zázemí.

Obsah

1	ÚVOD	9
2	PODSTATA A FUNKCE RATINGU	11
2.1	DEFINICE RATINGU A NEJZNÁMĚJŠÍ RATINGOVÉ AGENTURY	11
2.1.1	<i>Co je rating a k čemu slouží?</i>	11
2.1.2	<i>Hlavní ratingové agentury</i>	12
2.1.3	<i>Historie ratingu</i>	14
2.2	DRUHY RATINGU	15
3	HOSPODÁŘSKÁ KOMORA ČR	18
3.1	PŘEDSTAVENÍ HOSPODÁŘSKÉ KOMORY	18
3.2	CÍLE HK ČR	19
3.3	STRUKTURA HOSPODÁŘSKÉ KOMORY	20
4	PROJEKT RATING MSP	21
4.1	DEFINICE MALÝCH A STŘEDNÍCH SPOLEČNOSTÍ	21
4.2	PŘEDSTAVENÍ A FILOSOFIE PROJEKTU	23
4.2.1	<i>Představení projektu</i>	24
4.2.2	<i>Filosofie projektu</i>	24
4.2.3	<i>Cílová skupina projektu</i>	25
4.3	METODA HODNOCENÍ A ŠKÁLY HODNOCENÍ	25
4.3.1	<i>Czech Credit Bureau a. s.</i>	25
4.3.2	<i>Princip stanovení ratingu</i>	26
4.3.3	<i>Stupnice hodnocení</i>	28
4.4	POSTUP ZÍSKÁNÍ RATINGU	30
5	VYUŽITÍ PROJEKTU	33
5.1	OBECNÉ VÝHODY	33
5.2	PRAKTICKÉ VÝHODY	35
5.2.1	<i>ČSOB</i>	35
5.2.2	<i>KB</i>	35
5.2.3	<i>T-MOBILE</i>	36
5.3	RATINGOVÁ DOLOŽKA	36
5.4	STATISTICKÉ VYHODNOCENÍ PROJEKTU	36
6	ET NETERA, S.R.O.	39
6.1	PROFIL SPOLEČNOSTI	39
6.1.1	<i>Devět let úspěšného růstu</i>	39
6.1.2	<i>Za výsledky stojí silný tým</i>	40
6.1.3	<i>Struktura služeb</i>	41
6.2	DŮVODY VEDOUcí K ZÍSKÁNÍ RATINGU	42
6.2.1	<i>Hodnocení finančního zdraví</i>	42
6.2.2	<i>Marketingové využití ratingu</i>	44
6.3	ZHODNOCENÍ PŘÍNOSU	44
7	DALŠÍ MOŽNOSTI VYUŽITÍ	47
7.1	POTENCIÁLNÍ PARTNEŘI A BASILEJ II	47
7.2	DALŠÍ HODNOTÍCÍ PRODUKTY – SCORING VS. RATING	48
8	ZÁVĚR	51

9	POUŽITÉ ZDROJE	53
9.1	KNIHY	53
9.2	ČASOPISY A NOVINY	53
9.3	INTERNETOVÉ ZDROJE.....	53

Seznam tabulek:

TABULKA 4.1 - KŘÍŽOVÁ MATICE PRO RATING MSP	25
TABULKA 5.1 - NABÍDKA ČSOB.....	35
TABULKA 7.1 - SROVNÁNÍ RATINGU A SCORINGU	49

Seznam obrázků a grafů:

OBRÁZEK 3-1 - STRUKTURA HOSPODÁŘSKÉ KOMORY	20
OBRÁZEK 4-1 - ORGANIZAČNÍ STRUKTURA CCB.....	26
OBRÁZEK 4-2 - SCHÉMA RATINGU MSP	27
OBRÁZEK 4-3 - UKÁZKA VÝSTUPU RATINGOVÉHO HODNOCENÍ.....	30
OBRÁZEK 5-1 - STATISTICKÉ VYHODNOCENÍ (GRAFY)	38
OBRÁZEK 6-1 - LOGO SPOLEČNOSTI ET - NETERA	39
OBRÁZEK 6-2 - VÝVOJ OBRAU SPOLEČNOSTI ET - NETERA	40
OBRÁZEK 6-3 - VÝVOJ POČTU ZAMĚSTNANCŮ SPOLEČNOSTI ET – NETERA	41

1 Úvod

Rating je slovo, které má nejen u nás ale i ve světě mnoho podob použití. V nejširším smyslu se vždy jedná o hodnocení. V České republice je ovšem i mezi odbornou veřejností pojem rating stále poměrně málo rozšířený a jeho výklad nejednotný. Tento stav se odráží i na českém trhu, kdy se za rating vydávají i hodnotící metody, které nemají s klasickým pojetím ratingu nic společného.

Rating je všeobecně vnímám jako výsledek detailního, komplexního a nezávislého analytického procesu, který s dlouhodobě prověřenou přesností a určitou jistotou předpovídá budoucí rizika hodnocené společnosti. Použití pojmu rating tak dává hodnocení určitý punc důvěryhodnosti. Získání dobrého stupně ratingového hodnocení je v zahraničí považováno za prestižní záležitost. Ratingové hodnocení poskytuje uživatelům nezkrasovaný obraz o reálném stavu hodnocené společnosti a otevírá jí tím mnoho dalších možností v různých oblastech. Je proto potřeba velmi pečlivě rozlišovat, kdy je použití tohoto názvu oprávněné a kdy nikoliv.

Konkrétním tématem této bakalářské práce je projekt Hospodářské komory hlavního města Prahy Rating MSP, který byl spuštěn ve spolupráci s firmou Czech Credit Bureau na podzim roku 2003. Cílem tohoto projektu je malým a středním společnostem umožnit získání objektivního pohledu na jejich ekonomické zdraví a určitým způsobem tím stabilizovat celý sektor malých a středních společností v České republice. Tento sektor je u nás bohužel v poslední době hodně opomíjen, což vzhledem k jeho významu v ekonomice každého státu je trochu překvapivé.

Tuto bakalářskou práci jsem si zvolil hlavně z důvodu tematiky malých a středních společností. Sám již několik let podnikám v oblasti web designu a moc dobře vím, s jakými problémy se v dnešní době malé a střední společnosti potýkají. Tento projekt mě zaujal hlavně díky spolupráci s bankovními ústavami. Tato spolupráce by měla zjednodušit malým a středním společnostem možnost získání úvěru, což je pro ně v dnešní době poněkud problematické a ne zcela ideální.

Cílem této bakalářské práce je podrobně představit projekt Hospodářské komory hlavního města Prahy Rating MSP a ověřit, zda v praxi opravdu funguje. Toto ověření bude provedeno na společnost Et netera, s.r.o., která již ratingovým hodnocením Hospodářské komory hlavního města Prahy dvakrát prošla a můžeme na ní tedy zhodnotit skutečný přínos tohoto

projektu. Tato práce by měla rovněž odpovědět na otázku, zda můžeme Rating MSP opravdu označit za rating a dále by měla zvednout obecné povědomí o pojmu rating v České republice.

Podmínkou k úspěšnému splnění cíle této bakalářské práce je intenzivní spolupráce jednak s Hospodářskou komorou hlavního města Prahy a všemi partnery projektu Rating MSP a dále pak se samotnou společností Et netera. Je nutné od nich získat co nejvíce relevantních informací formou osobních setkání a písemného dotazování. Rovněž je potřeba získat přístup k interním datům všech subjektů. Komplexní posouzení získaných údajů není možno provést bez rešerše názorů odborné veřejnosti na tento projekt a jeho přínos. Po provedení všech výše uvedených úkonů budu schopen posoudit vliv projektu Rating MSP na malé a střední společnosti a také budu moci zhodnotit jeho potenciál do budoucna.

2 Podstata a funkce ratingu

2.1 Definice ratingu a nejnámější ratingové agentury

Klíčovým pojmem na soukromých trzích pro stát, pro mezinárodně činnou instituci a zvláště pro banku je její důvěryhodnost – kredibilita. Jejím standardizovaným vyjádřením se v průběhu dvacátého století stal na poli mezinárodních financí rating [9].

Jedna z definic ratingu říká - rating je standardní mezinárodní nástroj měření (hodnocení) bonity společenství pro posuzování jejich důvěryhodnosti resp. úvěruschopnosti. Rating státu (tzv. sovereign rating) deklaruje rizikovost podnikání v zemi pro zahraniční firmy a rovněž oceňuje ekonomickou schopnost státu dodržet vydané závazky. Podobně rating společnosti charakterizuje jeho schopnost dostát závazkům např. ve formě dluhopisů, směnek, závazků z obchodního styku nebo bankovních úvěrů. Rating vlastně určuje míru rizikovosti nesplnění těchto závazků [13].

2.1.1 Co je rating a k čemu slouží?

Okamžik, kdy financování z „oficiálních“ zdrojů je levnější a relativně dostupnější než ze zdrojů soukromých, je pravou chvílí pro pokus obnovit či získat důvěru soukromých investorů a uvedený cenový poměr zvrátit. Soukromí investoři zjevně potřebují takové dodatečné informace o stavu a perspektivách vývoje dané ekonomiky či subjektu (banky, velkého podniku), které by je přesvědčily, že je výhodné a relativně bezpečné do nich investovat. Takové informace jsou poskytovány prostřednictvím ratingu.

V nejširším smyslu znamená rating hodnocení.

Také pánové či dámy sedící v teplém jarním dni na lavičce a hodnotící kolem procházející příslušnice (příslušníky) opačného pohlaví provádí svým způsobem rating. Pokud by ale někdo z nich pojal úmysl někoho z kolemjdoucích pojmout za choť či manžela, bylo by dosud provedené hodnocení nedostatečné. Riziko fatální omylu by bylo v případě souhlasu vybraného partnera příliš vysoké. Proto by se zřejmě pokusil o rating v užším smyslu. Prostě by se snažil dozvědět o dotyčném víc, buď vlastními silami, za pomoci přátel, a ti nejdůkladnější nebo nejméně důvěřiví by si možná najali detektivní agenturu.

Subjekty podnikající na finančních trzích jsou z definice ty nejméně důvěřivé. Proto obvykle kombinují všechny uvedené možnosti. Sledují hodnocení mezinárodními

organizacemi, ty největší z nich provádějí a někdy i publikují pro individuální investory svá hodnocení a především sledují hodnocení publikovaná uznávanými ratingovými agenturami.

Zejména banky, penzijní fondy a jiné instituce podléhající přísnému dohledu státu či centrální banky mají jak zákonem, tak vnitřními pravidly (která určují jejich majitelé a jsou obvykle přísnější) daná omezení, která musí respektovat. Mezi ně obvykle patří i minimální úroveň ratingu, pod kterou při investici do cenných papírů nesmějí jít. Jinými slovy - prostor pro dosahování zisku je omezen definováním maximální možné míry rizika, které mohou podnikatelské subjekty při investicích podstoupit.

Rating v úzkém slova smyslu je hodnocení pravděpodobnosti, že hodnocený subjekt dostojí svým závazkům, především ve formě plateb úroků a jistiny, vyplývajícím z emisí cenných papírů, půjček či přijatých depozit. Na základě standardních postupů a škál hodnocení jej provádí uznávaná specializovaná ratingová agentura. Význam tohoto pojetí ratingu vzrůstá s postupujícím rozvojem finančních trhů, s jejich rostoucí komplikovaností, globalizací a finančními inovacemi. Nutnost hodnotit důvěryhodnost protistrany při finanční transakci se díky tomu stala klíčovou investiční informací pomáhající snižovat riziko podnikání na mezinárodní aréně.

Výše uvedené poznatky lze shrnout do přesné definice ratingu: Rating je nezávislé hodnocení, jehož cílem je zjistit, a to na základě komplexního rozboru veškerých známých rizik hodnoceného subjektu, jak je tento subjekt schopen a ochoten dostat včas v plné výši všem svým splatným závazkům [5].

Požadavek nezávislosti ideálně splňují uznávané ratingové agentury. V průběhu doby se jimi produkované informace standardizovaly a zaměřily na posouzení pravděpodobnosti, že daný subjekt splatí své závazky řádně a včas.

2.1.2 Hlavní ratingové agentury

Hlavními přednostmi ratingové agentury jsou nezávislost a dostatečná analytická kapacita. K tomu, aby se agentura stala uznávanou, musí být schopna reagovat na měnící se poptávku trhů v mezinárodním měřítku.

V současnosti tomu plně odpovídají pouze tři společnosti:

- Moody's Investors Service¹ - založená roku 1900,
- Standard & Poor's Corporation² - zahájila činnost roku 1860,
- Fitch Ratings³ – vzniklá v roce 1997 fúzí evropské agentury IBCA a americké Fitch Investor Service.

Agentury jsou plně v soukromých rukou a nemají žádnou spojitost s některou vládní agenturou nebo finanční institucí. Spíše lokální význam mají japonské instituce jako Japan Bond Research Institute, Nippon Investor Service či Japan Credit Rating Agency. Všechny tyto agentury používají stejná měřítka jako Moody's a S&P's, ale kvalita jejich ratingu je považována za nižší a za „měkčí“, prosazují se hlavně v Asii. Vzhledem k vysoké kvalitě největších agentur je udělení ratingu od Moody's, S&P's či Fitch považováno za vysoce prestižní. Poplatky za získání ratingu se pohybují mezi 30 až 75 tisíci USD, nejde tedy o nikterak levnou záležitost. V České republice a okolních zemích působí agentura CRA Rating Agency⁴.

Standard & Poor's Corporation

Společnost S&P's datuje svůj původ až do 60. let 19. století, kdy byla založena Henry V. Poorem, autorem publikace o historii železnic a průplavů v USA. Jeho mottem bylo: „Investor má právo vědět.“ Díky němu se stala průkopníkem publikací pro investory. Současná společnost vznikla v roce 1941 fúzí Standard Statistic Company a Poor's Publishing Company. Ze svého sídla v New Yorku působí po celém světě, má kanceláře v Londýně, Tokiu, San Francisku, Stockholmu, Paříži, Melbourne, Torontu a Mexico City [3].

Moody's Investors Service

Společnost byla sice Johnem Moodym, finančním analytikem a publicistou z Wall Street, založena až v roce 1900, zato ale drží historický primát - první rating publikovala už v roce 1909. Z New Yorku expandovala společnost Moody's i do Tokia, Londýna, Paříže, Sydney, Frankfurtu a Madridu. Politika Moody's ve stanovování ratingu se od S&P's zásadně

¹ Moody's Investors Service – dále už jen Moody's

² Standard & Poor's Corporation – dále už jen S&P's

³ Fitch Ratings – dále už jen Fitch

⁴ CRA Rating Agency - dále už jen CRA

liší. Ačkoliv obvykle hodnocení kreditu provádějí na žádost emitenta, vyhrazují si právo stanovit rating také na žádost investorů, a to i bez vědomí, eventuálně proti vůli emitenta [3].

Fitch Ratings (dříve Fitch IBCA)

IBCA byla jako specializovaná instituce na rating bank založena v roce 1978, ale už v roce 1987 začala hodnotit britské korporace a brzy svou aktivitu rozšířila i na emitenty z kontinentální Evropy. Jednou z příčin relativní úspěšnosti IBCA v Evropě proti USA byl vedle nesporné kvality jejích služeb částečně i způsob regulace amerického trhu cenných papírů. Když v roce 1992 IBCA fúzovala s francouzskou ratingovou firmou Euronotation, stala se největší evropskou nezávislou ratingovou agenturou se zaměřením na emitenty z evropských zemí. V roce 1997 IBCA opět fúzovala, tentokrát se spojila s další známou ratingovou agenturou Fitch z USA., kterou založil John Knowles Fitch 24. prosince 1913 v New Yorku.

V současné době má tato ratingová agentura dvě ředitelství, v New Yorku a v Londýně, a ještě dceřinou společnost ve Francii. Jde o třetí největší ratingovou agenturu na světě uznávanou nejen na evropských trzích. Agentura se prezentuje jako společnost, jejíž ratingové hodnocení často vytváří alternativu k hodnocení společností S&P's a Moody's [5].

CRA Rating Agency, a. s.

Společnost byla založena 14. ledna 1998 jako první lokální ratingová agentura v České republice. Zabývá se nezávislým hodnocením hospodářské bonity a stability podniků, měst a finančních institucí. Za dobu své existence získala vedoucí podíl na trhu ratingových služeb nejenom v České republice ale i v okolních zemích. Stala se nejvýznamnější ratingovou agenturou působící ve střední Evropě. O roku 2000 je teprve šestou afilací světové ratingové agentury Moody's ve světě a zároveň jedinou ve střední Evropě. Hlavním produktem agentury je CRA Rating.

2.1.3 Historie ratingu

Když John Moody v roce 1909 položil základy oceňování investičního rizika, pravděpodobně ani netušil, jak bude tento druh výnosného podnikání expandovat a jak vážné problémy pro budoucnost to může přinést. V roce 1909 začal John Moody hodnotit obligace železničních společností (tehdy velice důležitý sektor). O rok později rozšířil své ratingové aktivity také na dluhopisy podniků veřejných služeb a průmyslových společností.

Poor's Publishing company vydala své první ratingy v roce 1916, Standard Statistics Company a Fitch Publishing Company v roce 1922.

Historie ratingu je celkově úzce propojena s vývojem nejvyspělejšího světového finančního trhu – trhu Spojených států amerických a historií nejvýznamnějších ratingových agentur. Když Moody v roce 1958 zemřel, vzpamatovávaly se ratingové agentury ještě z velké krize 30. let 20. století, ale už v souvislosti s válkou ve Vietnamu a následnými pohyby cen na trhu obligací ve druhé polovině 60. let 20. století stoupla opět poptávka po jejich službách. Klíčový okamžik nastal v 70. letech 20. století, kdy obě vedoucí agentury zavedly poplatky emitentů za rating každé nové emise. Oficiálně to zdůvodnily tím, že investoři požadují informace o emitentech na tak sofistikované úrovni, že náklady na jejich získávání a analyzování už nelze dále hradit pouze z výnosů z prodeje publikací jako doposud. Dnes pochází plných 95 % příjmů agentur právě z poplatků emitentů [3].

2.2 Druhy ratingu

Ratingové agentury obecně začínaly na začátku 20. století s hodnocením konkrétních dluhopisových instrumentů. V tom spočívá jádro hodnocení – jde o hodnocení rizika nesplacení konkrétního dluhu. Postupem doby se však ratingové agentury dle požadavků trhu a potřeb investorů začaly orientovat na další subjekty hodnocení. Dnes se provádí i ratingové hodnocení států, měst, průmyslových podniků, bank, pojišťoven, penzijních fondů, ale i směnek, prioritních akcií, syndikovaných úvěrů, projektů atd. [4]

Jednotlivých typů ratingů existuje dnes již celá řada. Běžně lze rating rozlišit podle řady kritérií, např. z hlediska časového, podle trhu, pro který je rating určen, tj. podle adresátů, a zejména podle hodnoceného dluhového instrumentu a jeho denominace.

Dělení ratingu podle typu dluhového instrumentu:

- rating cenných papírů s pevným výnosem (obligace, směnky),
- rating syndikovaného dluhu,
- rating prioritních akcií,
- rating strukturovaného financování,
- rating projektového financování.

Další možné dělení:

- rating emitenta,
- rating banky či pojišťovny,
- rating podílového nebo penzijního fondu,
- rating organizátora trhu s cennými papíry (např. burzy).

Podle doby splatnosti zvoleného dluhového instrumentu se odpovídající druh ratingu rozděluje z hlediska časového. V případě směnečných programů a krátkodobých dluhů se jedná o krátkodobý rating, k ostatním instrumentům se splatnosti nad 1 rok se váže rating dlouhodobý. V návaznosti na denominaci dluhu a cílového trhu lze rozlišovat mezinárodní rating a rating lokální. [5]

Banka nebo podnik nemůže jakýkoliv rating získat dříve, než dojde k hodnocení kreditu země reprezentovaného centrální bankou, vládou nebo nějakou její agenturou. Toto hodnocení, známé jako sovereign (country) risk, tvoří zároveň strop, nad který se emitent z dané země nemůže dostat, a odráží schopnost a ochotu uvedených reprezentantů země splatit veřejně emitovaný dluh. Jinými slovy - důvěryhodnost jednotlivého emitenta nemůže být vyšší než důvěryhodnost země, ze které pochází.

Hlavní oblasti zkoumání

Ratingové agentury konkrétní metodologické přístupy historicky veřejně příliš neprezentovaly, jejich přístupy k hodnocení klientů jsou však často podobné a dnes už i veřejně dostupné.

Rating je založen na kvalitativních i kvantitativních faktorech. Kvalitativní faktory lze rozdělit do tří široce pojatých skupin:

- faktory specifické pro společnost (company risk),
- faktory odvětvové (sector risk),
- faktory specifické pro určitý stát (sovereign risk).

Pro lepší představu o hlavních oblastech zkoumání je níže uvedeno podrobnější členění kvalitativních faktorů. Celý proces tvorby ratingu je nesmírně složitý a k jeho bližšímu pochopení by bylo potřeba věnovat mu samostatnou práci.

Kvalitativní faktory⁵:

- řízení (management)
- obchodní struktura podnikatelské a obchodní činnosti
- cykličnost / sezónnost
- konkurenční prostředí
- technologické / technické změny
- vládní politika /subvence
- tržní ochrana / kvóty / tarify
- dostupnost a cena surovin
- profil klientely
- výkonnost podniku, omezující kapacitní faktory
- pracovní vztahy
- zatížení životního prostředí
- právní závazky
- finanční flexibilita
- termínová listina
- účetní politika

⁵ VINŠ, Petr - LIŠKA, Václav. *Rating*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2004 . 109 s. SBN 80-7179-807-X
Kapitola 1, Charakteristika ratingu, s. 22.

3 Hospodářská komora ČR

3.1 Představení hospodářské komory

Hospodářská komora České republiky⁶ je subjektem zastupujícím podnikatelskou veřejnost v České republice a neodmyslitelnou součástí hospodářského života v ČR. Chrání zájmy svých členů – malých, středních a velkých společností, sdružujících se v regionální síti komor a v živnostenských společenstvech. Hlavním posláním komory je prosazovat a podporovat opatření, která přispívají k rozvoji podnikání v ČR a tím i k celkové ekonomické stabilitě státu. Profil HK ČR je obsažen v příloze č. 1 této bakalářské práce.

Hospodářskou komoru je možno definovat [21] také takto – je to universální instituce, kterou zástupci podniků a firem ze všech oblastí hospodářského života (výroba, obchod, služby), založili, aby:

- zastupovala podnikatele u místních hospodářských a politických instancí,
- realizovala nezbytná opatření k zajištění rozvoje lokální ekonomiky,
- vyjadřovala se k dosaženým místním výsledkům,
- poskytovala široký administrativní servis včetně některých celních a certifikačních formalit.

Po politických a ekonomických změnách v České republice se HK ČR transformovala v samostatnou instituci, která se stala respektovanou a nedílnou součástí českého ekonomického systému. HK ČR zastupuje podnikatelskou veřejnost na základě zákona o hospodářsko komoře⁷.

HK ČR prochází od svého založení zákonitým vnitřním vývojem, který odráží vnější politicko-ekonomické klima v naší zemi. Měla-li hned od prvopočátku ambice významně se podílet na neustálém zlepšování podmínek pro podnikání v ČR a na rozvoji zahraničního obchodu, tak jak je běžné v ekonomicky vyspělých zemích, znamenalo to především maximálně se přiblížit podnikatelské sféře a v souladu s jejími zájmy a potřebami jí poskytovat profesionální servis, a vedle toho se snažit ovlivňovat všechny důležité kroky, které stát činí na poli ekonomiky.

⁶ Hospodářská komora České republiky – dále už jen HK ČR

⁷ Zákon č.301/1992 Sb. o Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky aktualizovaný zákonem č. 121/1993 Sb. a č 223/1994 Sb.

Postavení, v němž se HK ČR nachází, je výrazem několikaletého úsilí směřujícího od zatracovaného sdružení ke skutečně plně vnímané a uznávané organizaci, přestože je její činnost v určitém smyslu ztížena nedostatkem kompetencí, zcela v rozporu s evropskou tradicí i současností. Dnes je HK ČR institucí která se stala pro tisíce podnikatelů (členů i nečlenů) vyhledávaným servisním místem. Její členskou základnu tvoří na základě dobrovolného členství jednak velké a střední české firmy, ale zároveň jsou zastoupeni i představitelé malého stavu. Řada služeb komory včetně mezinárodních podpůrných akcí a programů je věnována právě jim.

Členství v Mezinárodní obchodní komoře, asociované členství v Eurochambers⁸, dlouhý seznam dvoustranných dohod s partnerskými organizacemi na celém světě jsou dokladem skutečnosti, že HK ČR je skutečným partnerem pro podporu rozvoje oboustranně výhodných obchodních vztahů i místem pro nalezení konkrétních kontaktů.

3.2 Cíle HK ČR

Hlavním cílem je podpora podnikání a podnikatelů v celé České republice. Posláním HK ČR je ochrana zájmů malých, středních a velkých společností i veškeré formy pomoci těmto subjektům. Své služby poskytuje jak členům komory, tak i ostatním podnikatelům z celého území České republiky.

Díky široké regionální a oborové síti je HK ČR schopna poskytnout široké podnikatelské veřejnosti (členům i nečlenům) služby odpovídající standardům hospodářských komor v zemích EU:

- organizace mezinárodních a bilaterálních firemních kontaktních akcí (outgoing a incoming mise),
- organizace doprovodných podnikatelských misí státních představitelů ČR při oficiálních návštěvách v zahraničí,
- návštěvnické mise podnikatelů u příležitosti oficiální účasti ČR na zahraničních veletrzích a výstavách,
- mise zahraničních investorů pro malé a střední české podniky,
- zprostředkování kontaktů s partnerskými obchodními komorami a jinými podnikatelskými institucemi v zahraničí,
- zajištění kompletních služeb zahraničním firmám pro jejich prezentaci v České republice,

⁸ Eurochambers = asociace evropských hospodářských komor

4 Projekt Rating MSP

4.1 Definice malých a středních společností

Malé a střední společnosti¹¹ si často stěžují na obtížný přístup ke zdrojům financování. Zatímco velké firmy získají relativně snadno jak investiční tak i provozní úvěry, malí podnikatelé obchází různé peněžní ústavy několik dní a často zcela bezúspěšně. Neochota bank půjčovat MSP vychází zejména z malé transparentnosti tohoto segmentu. Důkladně ho totiž nesleduje Česká národní banka ani Český statistický úřad.



Situaci by ovšem měl změnit rating, který mohou firmy získat za 3 800 Kč bez DPH od nezávislé renomované instituce – společnosti Czech Credit Bureau¹². Rating nejenže umožní stanovit finanční zdraví podniku, a tedy míru rizika platební neschopnosti, ale hlavně poskytne podniku "pohled zvenčí téměř za hubičku". V porovnání s cenou studie poradenských firem je totiž velmi levný. Jeho vyhotovení navíc trvá jen 5 až 12 pracovních dní [26].

Definice MSP

MSP vytvářejí zdravé podnikatelské prostředí, zvyšují dynamiku trhu, mají schopnost absorbovat podstatnou část pracovních sil uvolňovaných z velkých podniků a jsou stabilizujícím prvkem ekonomického systému. Pro jejich rozvoj jsou rozhodující podmínky, za kterých mohou rozvíjet hospodářskou činnost. Ekonomické prostředí do značné míry určuje a ovlivňuje poptávku po jejich produktech a službách a může tak usnadňovat nebo naopak omezovat jejich přístup na trhy, které jsou důležité pro jejich vznik a další růst [18].

„Malé a střední podniky jsou hnací silou evropského hospodářství. Jsou hlavním zdrojem pracovních míst, vnášejí do Evropské unie podnikavost a inovaci a mají tak klíčový význam pro podporování konkurenceschopnosti a zaměstnanosti. Komise si stanovila cíl pomáhat

¹¹ Malé a střední společnosti = MSP = SME = Small and medium entrepreneurs

¹² Czech Credit Bureau – dále už jen CCB

malým a středním podnikům v získání přístupu k finančním prostředkům“, řekl Günter Verheugen¹³.

V praxi se definování MSP často zjednodušuje a vyjadřuje pouze počtem zaměstnanců. Definice MSP podle EU¹⁴ je komplexnější. MSP (ve smyslu Obchodního zákoníku) jsou v ČR pro účely podpory podnikání definovány pomocí následujících kritérií:

- počtu zaměstnanců,
- ekonomických kritérií (aktiva, nebo čistý obrat podniku za poslední uzavřené období),
- nezávislost.

MSP má méně než 250 zaměstnanců s vlastním ročním obratem do 50 milionů euro nebo konečnou roční rozvahu do 43 milionů euro. Musí splňovat kritérium nezávislosti, tj. že není vlastněn z 25 % a více subjektem, který definici MSP nespĺňuje; nebo je vlastněn více subjekty, které toto kritérium nespĺňují a společně mají nad 25 % hlasovacích práv. Tato hranice může být překročena v případě, že vlastníkem z více než 25 % je instituce, která nekontroluje podnikání MSP (např. veřejná investiční společnost).

Malý podnik má méně než 50 zaměstnanců, roční obrat do 10 milionů euro nebo konečná roční rozvaha nepřekročí 10 milionů euro. Musí rovněž splňovat kritéria nezávislosti. Za mikropodnik je považován podnik s méně než 10 zaměstnanci a obratem do 2 milionů euro nebo konečná rozvaha nesmí překročit 2 miliony euro. Podrobná definice MSP dle Ministerstva průmyslu a obchodu¹⁵ je obsažena v příloze č. 3 této bakalářské práce.

Schopnosti MSP

Ekonomický a sociální přínos MSP je charakterizován schopnostmi:

- zmírňovat negativní důsledky strukturálních změn,
- působit jako subdodavatelé velkých podniků,
- vytvářet podmínky pro vývoj a zavádění nových technologií,
- vytvářet pracovní příležitosti za nízkých kapitálových nákladů,

¹³ European Commission. *How to deal with the new rating culture* [online]. Publikováno v červenci 2005 [cit. 2005-03-22]. Dostupné z:

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/financing/docs/basel_2_guide/basel_guide%20en.pdf.

¹⁴ Evropa – portál Evropské unie. *Small and medium-sized enterprises* [online]. [cit 2006-02-14]. Dostupné z <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/s26004.htm>.

¹⁵ Ministerstvo průmyslu a obchodu – dále už jen MPO

- rychleji se adaptovat na požadavky a výkyvy trhu,
- vyplňovat okrajové oblasti trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé,
- decentralizovat podnikatelské aktivity a napomáhat rychlejšímu rozvoji regionů, menších měst a obcí.

Negativní vlivy na MSP

Možnost využití potenciálu malých a středních podniků v ekonomice je do značné míry závislá na prostředí, kterým jsou obklopeny. Na MSP negativně působí především:

- malá ekonomická síla v porovnání s velkými podniky,
- obtížný přístup ke kapitálu omezující možnost financování rozvojových aktivit,
- horší přístup k odbornému vzdělávání, nižší dostupnost potřebných informací a poradenských služeb,
- nekalá konkurence ze strany velkých podniků a dumpingové ceny dovážených produktů,
- omezení v odbytu hotových výrobků na domácím trhu a zvýšené náklady při jeho vývozu,
- konkurence obchodních řetězců vytvářených kapitálově silnými firmami,
- slabá pozice v soutěži o veřejné zakázky,
- platební nekážeň způsobující druhotnou platební neschopnost,
- vysoké administrativní zatížení.

Opatření zemí s tržní ekonomikou se proto zaměřují na snižování těchto nevýhod, na vytváření vhodných legislativních a ekonomických podmínek vedoucích k podpoře vznikajících a rozvoji již existujících malých a středních podniků [18].

4.2 Představení a filosofie projektu

"S jistotou předpokládám, že společný projekt Hospodářské komory hl. města Prahy a společnosti Czech Credit Bureau navíc s významnou účastí ČSOB, může velmi pomoci při zprůhlednění a narovnání obchodních vztahů, zejména však zvýšit šance podnikatelů na získání úvěru," věří předseda představenstva HKP Petr Kužel¹⁶.

O zpracování ratingu mohli v první, zkušební fázi žádat jen podniky s ročním obratem od 10 do 300 milionů Kč. Těch v České republice působí 80 až 100 tisíc. Sedm set tisíc menších

¹⁶ Plischke, Simona Ely. *Zrcadlo, zrcadlo, pověz, jak je moje firma úspěšná!* [online]. Publikováno 24.9.2003 [cit 2005-12-10]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/>.

firem se mohlo do projektu zapojit až po zkušební době, která trvala šest měsíců. Výsledkem ratingu má být nezávislé a maximálně objektivní posouzení finančního zdraví společnosti. Kromě usnadnění komunikace s finančními institucemi či jinými organizacemi by měl rating potvrdit majiteli firmy správnost dosavadní podnikatelské strategie [19].

4.2.1 Představení projektu

Rating MSP kromě zajištění objektivního vnějšího pohledu na ekonomické zdraví společností umožní dobrým MSP výhodnější pozici při komunikaci se všemi partnery. Bankám pak pomůže částečně eliminovat přijímané riziko v kombinaci se snižováním nákladů a velkým odběratelů i státu poskytne možnost výběru dobrých a spolehlivých firem jako spolupracovníků.

Jeho cílem je především zprůhlednit trh MSP a umožnit těm dobrým „rovnější“ postavení v obchodních vztazích s bankami, velkými korporacemi a institucemi státní právy. Rating podniku charakterizuje jeho momentální situaci i s přihlédnutím k vývoji konkrétního odvětví a posouzení některých faktorů, ovlivňujících jeho budoucnost. Cílem ratingu není posouzení podnikatelských záměrů společnosti, ale co nejobektivnější vystižení její výchozí situace, která může být pro dosažení záměrů klíčovým parametrem [19].

4.2.2 Filosofie projektu

Subjekt MSP si koupí nestranný, profesionální pohled na své hospodaření, harmonizovaný s pohledem bankovního sektoru. Harmonizovaným pohledem je míněna skutečnost, že způsob zpracování ratingu je založen na obvyklých principech v bankách. Rating se sestává z ratingového stupně a komentáře kladných a záporných skutečností a zprostředkuje subjektu MSP pohled finanční instituce na něj, jako na profesionálního dlužníka. Otevírá tím mnohé možnosti.

V případě vyššího stupně může podnikatel využít výhod, nabízených partnerskými organizacemi, vázanými na vyšší stupně ratingu. V tomto případě musí firma souhlasit s jeho zveřejněním, samozřejmě výhradně pro určené partnerské organizace. V případě nízkého stupně ratingu může podnik využít komentáře a vydat se cestou odstraňování slabých míst a tím zlepšovat svou finanční stabilitu. Svůj rating v tomto případě nebude pochopitelně zatím zveřejňovat.

Stručně řečeno - postavení MSP s dobrým ratingem se u řady organizací může, dá-li souhlas k jeho zveřejnění, výrazně zlepšit (rychlejší vyřizování úvěrů a nižší poplatky

u bank, nižší zálohy u dodavatelů energií, lepší pozice ve výběrových řízeních, kratší platební lhůty u velkých odběratelů apod.). Partnerské organizace získají lepší přehled o svých potencionálních dlužnících, klientech, dodavatelích nebo odběratelích. V mnoha případech se jim ukážou noví dobří partneři pro věřitelské a obchodní vztahy. Tato výhoda může mít i podobu náskoku před konkurencí. Za to „zaplatí“ nabídkou výhod pro tyto finančně stabilní subjekty [18].

4.2.3 Cílová skupina projektu

Cílovou skupinou projektu jsou MSP s ročním obratem mezi 6 až 500 miliony Kč, které vedou podvojně účetnictví jak už bylo řečeno v úvodu této kapitoly. Předpokládá se, že se ho budou účastnit především podnikatelé, kteří mají zájem lépe poznat svoji firmu.

4.3 Metoda hodnocení a škály hodnocení

Ratingový nástroj by měl být schopen stanovit objektivní ratingový stupeň s minimální účastí lidského faktoru. Vstupní data prochází sítí, které ověří jejich věrohodnost a jehož úkolem je snížit vliv chybných nebo zkreslených údajů. Všechna posuzovaná kritéria jsou ohodnocena body, principem podobným lékařskému rozboru krve. Body jsou pak násobeny vahou ukazatele a výstupem je stanovení finanční a nefinanční bonity. Jejich kombinace určuje rating, jehož výsledky se pohybují v rozsahu sedmi stupňů. Tento rozbor provádí v případě projektu Rating MSP již zmiňovaná společnost CCB [19].

Tabulka 4.1 - Křížová matice pro Rating MSP

	Finanční ukazatele					
		a	b	c	d	e
Nefinanční ukazatele	a	A	B+	B	B-	C
	b	B+	B	B-	C+	C-
	C	B	B-	C+	C	C-

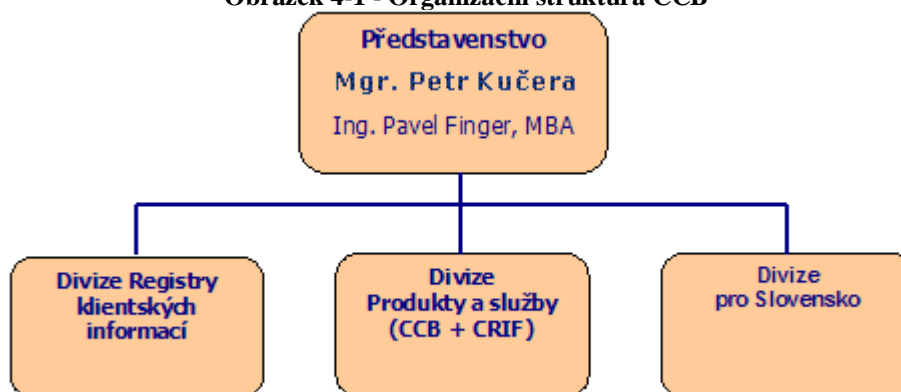
zdroj: Czech Credit Bureau¹⁷

4.3.1 Czech Credit Bureau a. s.

Společnost CCB byla založena v listopadu 2000 především za účelem vytvoření bankovního úvěrového registru v České republice. Nyní rozvíjí své aktivity též v oblasti nebankovních registrů a dalších nástrojů pro posouzení bonity a důvěryhodnosti klientů, čemuž byla přizpůsobena i organizační struktura firmy. V čele každé divize stojí zkušený manažer, který je zodpovědný za její činnost. Profil společnosti je přiložen k této bakalářské práci pod č. 8.

¹⁷ Czech Credit Bureau. *Internet rating CCB* [online]. Publikováno v roce 2005 [cit. 2005-05-10]. Dostupné z: <http://www.creditbureau.cz/Produkty/default.aspx?id=2>.

Obrázek 4-1 - Organizační struktura CCB



zdroj: Czech Credit Bureau¹⁸

CCB usiluje o dlouhodobou spolupráci se svými klienty, jejichž počet se stále rozšiřuje. Ačkoliv některé z produktů a služeb jsou poměrně "mladé", mohou se pochlubit referencemi [12] ze všech oblastí činnosti firmy:

- bankovní registr klientských informací (např.: Citibank a.s. a banka a.s.),
- nebankovní registr klientských informací (např.: CAC Leasing a.s. a ČSOB Leasing, a.s.),
- i-rating (např.: Československá obchodní banka, a.s. a Wüstenrot - stavební spořitelna a.s.),
- metodika ratingového hodnocení (např.: Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest a Českomoravská záruční a rozvojová banka).

Vstupní informace do ratingového systému

Rating je zpracováván na základě údajů o podniku, obsažených ve vstupním formuláři (vyplňuje MSP) a doplněných dalšími údaji z interní databáze HKP (odborného garanta) a externích informačních zdrojů.. Pro finanční analýzu jsou podkladem zejména účetní výkazy za poslední dva roky a aktuální čtvrtletí. Nefinanční analýza využívá dalších informací o firmě, jako je počet zaměstnanců, odvětví jeho podnikání apod. Vstupní formuláře jsou přiloženy k této bakalářské práci pod čísly 5, 6 a 7.

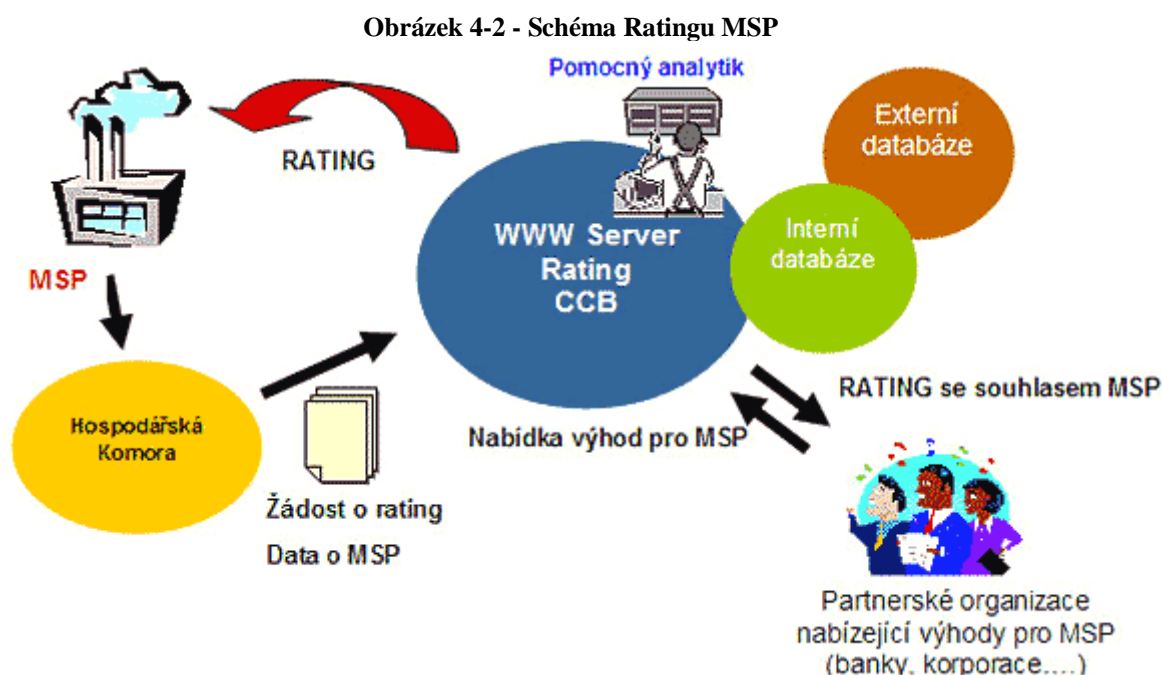
4.3.2 Princip stanovení ratingu

Rating je stanovován na základě vypočtené finanční a nefinanční bonity hodnoceného subjektu. Finanční bonita je charakterizována jedním z pěti stupňů rizika a vychází především z hodnocení velikostí finančních ukazatelů, a to jak staticky, tak v meziročním vývoji.

¹⁸ Czech Credit Bureau. *Internet rating CCB* [online]. Publikováno v roce 2005 [cit. 2005-05-10]. Dostupné z: <http://www.creditbureau.cz/Produkty/default.aspx?id=2>

Ukazatele charakterizují krátkodobou likviditu, dlouhodobou solventnost a rentabilitu hodnoceného subjektu. Každý ukazatel má svoji váhu.

Nefinanční bonita je charakterizována jedním ze tří stupňů rizika a opírá se o posouzení skupiny kritérií, týkajících se nefinančních charakteristik hodnoceného subjektu a příslušného regionu. Každé kritérium má svou váhu. Kombinací stupně finanční a nefinanční bonity je dán ratingový stupeň [19].



zdroj: Czech Credit Bureau¹⁹

Výstupní informace z ratingového systému

Ratingový stupeň charakterizuje výši věřitelského rizika. Je doplněn komentáři významných aspektů (jak pozitivních tak negativních), ovlivňujících finanční stabilitu subjektu MSP. Komentáře se týkají kritérií u nichž zjištěné hodnoty výrazně vybočují z normálu.

Ratingový nástroj je koncipován tak, aby maximálně omezil subjektivní vlivy a zároveň umožnil dodávku ratingového stupně a komentáře v čase pouhých několika dnů. Rating podniku charakterizuje jeho momentální situaci i s přihlédnutím k vývoji konkrétního odvětví a posouzení některých faktorů, ovlivňujících jeho budoucnost. Cílem ratingu není posouzení

¹⁹ Czech Credit Bureau. *Internet rating CCB* [online]. Publikováno v roce 2005 [cit. 2005-05-10]. Dostupné z: <http://www.creditbureau.cz/Produkty/default.aspx?id=2>

podnikatelských záměrů společnosti, ale co nejobektivnější vystižení její výchozí situace, která může být pro dosažení záměrů klíčovým parametrem [19].

4.3.3 Stupnice hodnocení



Systém Rating MSP má sedmibodové hodnocení (A; B+; B; B-; C+; C; C-) zpracovávané společností CCB. Toto hodnocení vzniká kombinací ukazatelů dle křížové matice pro Rating MSP – viz tabulka 4.1.

Specifikace jednotlivých stupňů ratingu

- A (aa) Subjekt výrazně převyšuje rámec srovnatelných MSP. Jeho podnikání je finančně velmi stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je velmi vysoká.
- B+ (ab) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je vysoká.
- B+ (ba) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně velmi stabilní a okolí dává předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je vysoká.
- B (ac) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně poměrně stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je průměrná.
- B (bb) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně stabilní a okolí dává předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je průměrná.
- B (ca) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně velmi stabilní i když okolí dává jen částečné předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je průměrná.
- B- (ad) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP průměrný. Jeho podnikání vykazuje částečnou finanční stabilitu a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je mírně snižená.
- B- (bc) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP průměrný. Jeho podnikání je finančně poměrně stabilní a okolí dává předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je mírně snižená.

- B- (cb) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP průměrný. Jeho podnikání je finančně stabilní, ale okolí dává jen částečné předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je mírně snižena.
- C+ (bd) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně podprůměrný. Jeho podnikání vykazuje jen částečnou finanční stabilitu a okolí dává předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je snižena.
- C+ (cc) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně podprůměrný. Jeho podnikání je poměrně finančně stabilní, ale okolí dává jen částečné předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je snižena.
- C (ae) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP podprůměrný. Jeho podnikání vykazuje malou finanční stabilitu, přestože okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je nejistá.
- C (cd) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP podprůměrný. Jeho podnikání vykazuje částečnou finanční stabilitu a okolí dává jen částečné předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je nejistá
- C- (be) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP hluboce podprůměrný. Jeho podnikání vykazuje malou finanční stabilitu a když okolí dává předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je velmi nejistá.
- C- (ce) Subjekt je v rámci srovnatelných MSP hluboce podprůměrný. Jeho podnikání vykazuje malou finanční stabilitu a také okolí dává jen částečné předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je extrémně nejistá.

Obrázek 4-3 - Ukázka výstupu ratingového hodnocení

Internet rating CCB  

Vytisknuto dne: 7.9.2004 16:37:20
















Rating MSP

Název subjektu: IČO:	OKEČ: 744000	Období: 2001-2003 Spočteno: 7.9.2004
-------------------------	---------------------	---

RATINGOVÝ STUPEŇ: B	Střední riziko
----------------------------	-----------------------

Hodnocení
Subjekt je v rámci srovnatelných MSP mírně nadprůměrný. Jeho podnikání je finančně poměrně stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je průměrná.

Komentář

-  Meziroční dynamická změna - Pokles celkové likvidity
-  Meziroční dynamická změna - Pokles běžné likvidity
-  Meziroční dynamická změna - Vyšší nárůst zadlužení
-  Meziroční dynamická změna - Pokles úrokového krytí
-  Meziroční dynamická změna - Nárůst doby obratu aktiv
-  Meziroční dynamická změna - Nárůst doby obratu kr. závazků
-  Rok 2002 - Vyšší rentabilita aktiv
-  Meziroční dynamická změna - Snižování rentability aktiv
-  Rok 2002 - Vyšší rentabilita vlastního kapitálu
-  Meziroční dynamická změna - Pokles rentability tržeb
-  Meziroční dynamická změna - Zvyšování osobních nákladů ve srovnání s přidanou hodnotou
-  Aktuální období - Vyšší závislost na hlavním odběrateli
-  Aktuální období - Měnová struktura inkasa je příznivá
-  Aktuální období - Nízká nezaměstnanost regionu
-  Aktuální období - Vyšší průměrná mzda v regionu

zdroj: Czech Credit Bureau²⁰

4.4 Postup získání ratingu

Ač celý proces vypadá poměrně složitě, množství nezbytné administrativy, kterou si musí podnik projít, není nijak závratné. Celý postup můžeme shrnout do 5 následujících kroků.

První krok

Je potřeba získat potřebné formuláře pro podání žádosti o Rating MSP. Tyto formuláře jsou k dispozici na internetových stránkách projektu www.ratingmsp.cz, kde jsou navíc uvedeny přesné a aktuální informace. Formuláře je možno si vyzvednout také na nejbližším kontaktním místě.

Jedná se o tyto formuláře:

- objednávka Ratingu MSP,
- vstupní formulář,
- souhlas s poskytnutím ratingu třetím stranám.

²⁰ Czech Credit Bureau. *Internet rating CCB* [online]. Publikováno v roce 2005 [cit. 2005-05-10]. Dostupné z: <http://www.creditbureau.cz/Produkty/default.aspx?id=2>

Druhý krok

Získané formuláře je potřeba pečlivě vyplnit. V případě jakýchkoliv nejasností nebo dotazů je vhodné se ihned obrátit na nejbližší kontaktní místo nebo manažera projektu.

Objednávka Ratingu MSP

- obsahuje základní identifikační údaje o subjektu žádajícím o Rating MSP,
- její správné vyplnění je podmínkou zpracování Ratingu MSP.

Vstupní formulář

- obsahuje požadované informace z posledních dvou účetních závěrek a aktuálního čtvrtletí,
- formulář má podobu excelovského souboru jehož součástí je i podrobný návod na vyplnění,
- úplnost a správnost vyplněných údajů je základní podmínkou stanovení Ratingu MSP.

Souhlas s poskytnutím Ratingu MSP třetím stranám:

- MSP svým souhlasem umožní vybraným partnerům projektu nahlédnout do ratingového hodnocení dané společnosti,
- bez podání souhlasu je Rating MSP zcela majetkem MSP,
- odevzdání formuláře pro souhlas není nutné pro přijetí žádosti o zpracování Ratingu MSP,
- souhlas je možné předložit před (tzv. podmíněný souhlas) nebo až po (tzv. nepodmíněný souhlas) oznámení výsledku Ratingu MSP.

Třetí krok

Vyplněné formuláře je nutné doručit osobně nebo poštou na kontaktní místo. Formuláře je potřeba doručit v listovní podobě, stvrzené podpisem statutárního zástupce, a současně též v elektronické podobě. Je možné doručit pouze listovní podobu, ovšem prodlouží se tím doba přijetí žádosti.

Čtvrtý krok

Ode dne podání žádosti (zadání do aplikace) musí hodnocený subjekt vyčkat 10 pracovních dnů, během nichž se žádost zpracovává. Co se děje od podání žádosti?

Pracovník kontaktního místa:

- zadá základní identifikační údaje o hodnoceném subjektu do aplikace Rating MSP,
- zkontroluje předloženou dokumentaci a zadá vyplněný Vstupní formulář do aplikace Rating MSP,
- předá hodnocenému subjektu automaticky vytištěné potvrzení o převzetí dat a heslo, pomocí kterého se subjekt k výslednému Ratingu MSP dostane,
- bude hodnocený subjekt informovat o nabídce výhod spojených s dobrým ratingem a případně si nechá podepsat podmíněný souhlas,
- je-li podepsán podmíněný nebo nepodmíněný souhlas, vyplní příslušná pole formuláře souhlasu zpřístupní formulář do aplikace Rating MSP.

Je-li součástí žádosti i podmíněný souhlas se zveřejněním ratingu, pak pracovník kontaktního místa pošle informaci o souhlasu do aplikace a uloží souhlas do trezorové skříně. Tak se Rating MSP (tj. rating + komentář + vstupní data) zpřístupní těm partnerským organizacím, kterým to hodnocený subjekt umožnil prostřednictvím formuláře „souhlasu se zveřejněním“. Pokud se hodnocený subjekt rozhodne čerpat výhody partnerských organizací teprve později, na základě jejich aktuální nabídky, máte tuto možnost kdykoli po oznámení výsledku ratingu, a to opět pomocí formuláře „souhlasu se zveřejněním“.

V aplikaci Rating MSP - žádost postupně automaticky zpracujeme systém společnosti CCB:

- ověří se došlá data,
- spočítá se Rating MSP včetně komentáře,
- poté rating + komentář čekají na zpřístupnění pro hodnocený subjekt na základě schválení pověřeným pracovníkem.

Pátý krok

Po uplynutí 10 pracovních dnů přijde na e-mailovou adresu hodnoceného subjektu zpráva, oznamující adresu zabezpečené webové stránky, na které si subjekt pomocí hesla, které obdržel na kontaktním místě (viz 4. krok), otevře již výsledný Rating MSP. Rating MSP je možné zaslat též poštou [19].

5 Využití projektu

5.1 Obecné výhody

V předchozích kapitolách byla jasně definována podstata a funkce ratingu. Dále byl konkrétně představen projekt HKP Rating MSP a nyní je potřeba se dostat k důvodům, proč by si vlastně rating měly MSP pořídit a v čem konkrétně jim může pomoci. Hodně věcí jasně vyplynulo už z předchozích kapitol. Přesto je nejdříve potřeba se zaměřit na výhody Ratingu MSP v obecné rovině a až poté se přesunout ke konkrétní nabídce vybraných partnerů projektu a k ratingové doložce.

Výhody nabízené partnerskými organizacemi vázané na vyšší stupně ratingu

V případě dobrého ratingu může podnikatel využít výhod, nabízených partnerskými organizacemi, vázanými na vyšší stupně ratingu. V tomto případě musí firma souhlasit s jeho zveřejněním, samozřejmě výhradně pro jí určené organizace. V případě špatného ratingu může podnik využít komentáře a vydat se cestou odstraňování slabých míst a tím zlepšovat svou finanční stabilitu. Svůj rating v tomto případě nebude pochopitelně zatím zveřejňovat.

Lepší výchozí pozici při žádosti o finance ze Strukturálních fondů EU

Vzhledem k tomu, že státní správa používá pro hodnocení hospodaření společnosti obdobný hodnotící nástroj, mají MSP možnost si díky Ratingu MSP stanovit svou hospodářskou situaci a případně se tak vyhnout neopodstatněné investici do projektové dokumentace k žádosti.

Nestranný a profesionální pohled na své hospodaření harmonizovaný s pohledem bankovního sektoru

Harmonizovaným pohledem je míněna skutečnost, že způsob zpracování ratingu je založen na postupech, obvyklých v bankách. Rating MSP se sestává z ratingového stupně a komentáře kladných a záporných stránek jeho hospodaření a zprostředkuje subjektu MSP pohled finanční instituce na něj, jako na dlužníka. Rating MSP Vám nejen pomůže zrychlit a zlevnit přístup k úvěrům, ale dle hesla „těžko na cvičišti, lehký na bojišti“, vám dokáže ozřejmit hodnotící postupy používané v bankovních domech.

Přehled o svých dlužnících

V roli partnerské organizace získáte lepší přehled o svých potencialejších dlužnících, klientech, dodavatelích nebo odběratelích. V mnoha případech se ukážou noví

dobří partneři pro věřitelské a obchodní vztahy. Tato výhoda může mít i podobu náskoku před konkurencí [19].

Finanční oblast

Vedle bankovního sektoru se Rating MSP uplatní i u leasingových společností nebo společností, které se zabývají splátkovým prodejem – zde jsou možné výhody [26]:

- snížení poplatku za vyhodnocení a zpracování žádosti o službu,
- snížená úroková sazba při poskytnutí úvěru , leasingu nebo pořízení věci na splátky,
- odklad splátek,
- prodloužení splatnosti,
- zvýhodněná cena za službu,
- zkrácení doby pro hodnocení předložené žádosti,
- snížení počtu a objemu předkládaných dokumentů.

Velké společnosti

Rating může sehrát svou roli také ve vztazích MSP s velkými subjekty - korporacemi, a to zejména s těmi, které mají své obchodní vztahy postaveny na zálohových platbách (např. plyn, elektřina, komunikace apod.). Níže jsou vybrány potenciální výhody [26]:

- snížení objemu povinných záloh,
- odlišná délka zúčtovacího období a z toho plynoucí frekvence placení,
- odlišná doba splatnosti,
- vybrané potencionální výhody u odběratelů,
- vyšší pravděpodobnost navázání spolupráce,
- kratší doba splatnosti (rychlejší inkaso).

Organizace státní správy

Prostor lze nepochybně nalézt i u organizací státní správy všech stupňů (obec, město, kraj, stát) - hlavně v případě dodavatelsko – odběratelských vztahů s nimi.

- vyšší pravděpodobnost navázání spolupráce se státní správou (výběrová řízení),
- vyšší pravděpodobnost získání státních nebo regionálních podpor a dotací.

5.2 Praktické výhody

Jako bonus (díky partnerům Ratingu MSP) může hodnocený subjekt získat některé výhody. Partnery Ratingu MSP jsou ČSOB, a.s., Komerční banka, a.s., T-MOBILE, a.s., Puncovní úřad, Pražská plynárenská, a.s., Pražská energetika, a.s., Kolektory Praha a.s. a Dopravní podnik hl.m. Prahy, a.s.. V závěrečné fázi jednání s HKP jsou: Česká spořitelna, a.s., Metrostav, a.s., Subterra, a.s., Siemens, s.r.o., Technická správa komunikací hl.m. Prahy a Pražská vodohospodářská společnost, a.s.. Pro ilustraci jsou zde vybrány konkrétní výhody od 3 partnerů projektu Rating MSP:

5.2.1 ČSOB

Po zpřístupnění ratingu bude MSP osloven úvěrovou nabídkou a může získat tyto slevy:

Tabulka 5.1 - Nabídka ČSOB

Produkt	Poplatek za	Sleva
Povolené přečerpání	Obstarání a obnova úvěru	50%
Úvěrové obchody	Obstarání úvěru, poskytnutí rámce bankovních záruk	50%
Záruky	Avizování záruky, popř. registrace záruky (včetně ověření a posouzení záruky)	50%
Hypoteční úvěry	Vyhodnocení žádosti o úvěr a poplatek spojený s poskytnutím úvěrové angažovanosti	50%
	- na koupi nemovitosti	50%
	- na stavbu	50%
Dokumentární akreditivy import	Otevření nebo zvýšení akreditivu	50%
Dokumentární akreditivy tuzemské vydané	Otevření nebo zvýšení akreditivu	50%

pramen: HKP²¹

5.2.2 KB

V případě klientů, kteří mají Rating MSP HKP, je cena za zpracování a vyhodnocení žádosti o úvěr snížena o výši poplatku zaplacenou klientem za rating, pokud je poplatek za rating stejný nebo vyšší než cena zpracování, je vyhodnocení žádosti o úvěr zdarma.

V případě klientů, kteří mají Rating MSP HKP, je cena za sjednání možnosti čerpání pod RAS²² snížena o výši poplatku zaplacenou klientem za rating, pokud je poplatek za rating vyšší než cena sjednání, je možnost čerpání pod RAS zdarma.

²¹ Hospodářská komora hl. města Prahy. *Prezentace projektu Rating MSP* [online]. Publikováno v roce 2004 [cit. 2005-02-22]. Dostupné z: <http://www.ratingmsp.cz/>.

²² RAS = KB FlexiRámec

5.2.3 T-MOBILE

T-MOBILE nabízí odběratelům zboží a služeb prodloužení splatnosti faktur na 30 dnů, v případě, že jejich zpracovaný Rating MSP bude s výsledným hodnocením do stupně B.

5.3 Ratingová doložka

„Rating MSP se za dobu své existence stal velice významným systémovým řešením v dodavatelsko-odběratelských vztazích,“ zdůrazňuje předseda představenstva Hospodářské komory hl.m. Prahy Petr Kužel. Firmy, které už Ratingem MSP prošly, stále častěji nabízejí, ale od svých obchodních partnerů i stále častěji vyžadují, tzv. ratingovou doložku. Ta se stává jakousi pojistkou, že obchod uzavíráte s důvěryhodným partnerem, že vám samotným může druhá strana věřit. „Tato doložka má velký význam v zamezení druhotné platební neschopnosti, velice často ji používají velké korporace v řetězcích. Dodavatel a odběratel se navzájem informují o svém ekonomickém zdraví,“ říká Kužel²³.

Obchodní smlouvy obsahující ratingovou doložku jsou fér. Jsou poctivou hrou, mají punc vzájemně výhodného obchodu, čestnosti, otevřenosti a upřímnosti. Ratingová doložka je jasným důkazem spolehlivosti vlastní firmy i podniku, s nímž byl byznys sjednán, potvrzením o výborném ekonomickém zdraví partnerů, pojistkou slušnosti.

Důvody vzniku ratingové doložky jsou v zásadě dva: nespolehlivost a nejistota. Ratingová doložka je ve smlouvě od toho, aby obě strany o sobě věděly to zásadní, co je při byznysu vědět potřeba, že se na sebe mohou spolehnout. Ruku v ruce se stvrzením spolehlivosti jde i čerpání výhod – obchodů se budou účastnit pouze fair firmy, které se postarají o vytvoření zdravého řetězce dodavatelů a odběratelů, včetně možnosti snížit nutnost zálohových plateb, či zařazení do seznamu výhradních dodavatelů apod.

Smluvní strany zapracují ratingovou doložku do úvodních nebo závěrečných ustanovení příslušné smlouvy. V případě smlouvy řešící odběratelsko-dodavatelské vztahy se ratingová doložka umístí do povinností smluvních stran [7]. Přesné znění ratingové doložky je obsaženo v příloze č. 9. této bakalářské práce.

5.4 Statistické vyhodnocení projektu

Buď je naprostá většina MSP velice úspěšná, nebo pravdě do očí chtějí pohlédnout pouze ti, kteří tuší, že se jejich podnik nepotýká s žádnými vážnějšími nemocemi. Možná jsou obě

²³ Ležovičová, Andrea. Získejte rating! I malé firmy mají šanci. *MF Dnes*, 13.1.2006. ISSN: 1210-1168.

tvrzení platná zároveň. Každopádně je pravdou, že firmy, které využily nabídky HKP a nechaly si udělat Rating MSP, z něho vyšly velice dobře.

Ze závěrů prezentace hodnotícího systému Rating MSP v Bruselu vyplynulo, že ratingované společnosti dopadly nad očekávání dobře. Analýza dvou tisíc ratingovaných společností prokázala, že v naprosté většině dostávají známku B, B+ a B-. Neznamená to však, že tyto firmy jsou nějaká „béčka“. Naopak podnik má potvrzení, že je ve srovnání s ostatními MSP nadprůměrný (B+), mírně nadprůměrný (B) či průměrný (B-). Jeho podnikání je finančně stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje (B+). Poměrně stabilní firmy jsou označovány B, částečně stabilní dostanou B-. Schopnost dostát svým závazkům je vysoká (B+), průměrná (B) nebo mírně snížená (B-) [22].

I s ohledem na skutečnost, že lepší než B+ je pouze známka A, lze konstatovat, že ratingované MSP obstály více než dobře. Skoro žádné firmě nebyla udělena nejhorší známka C-.

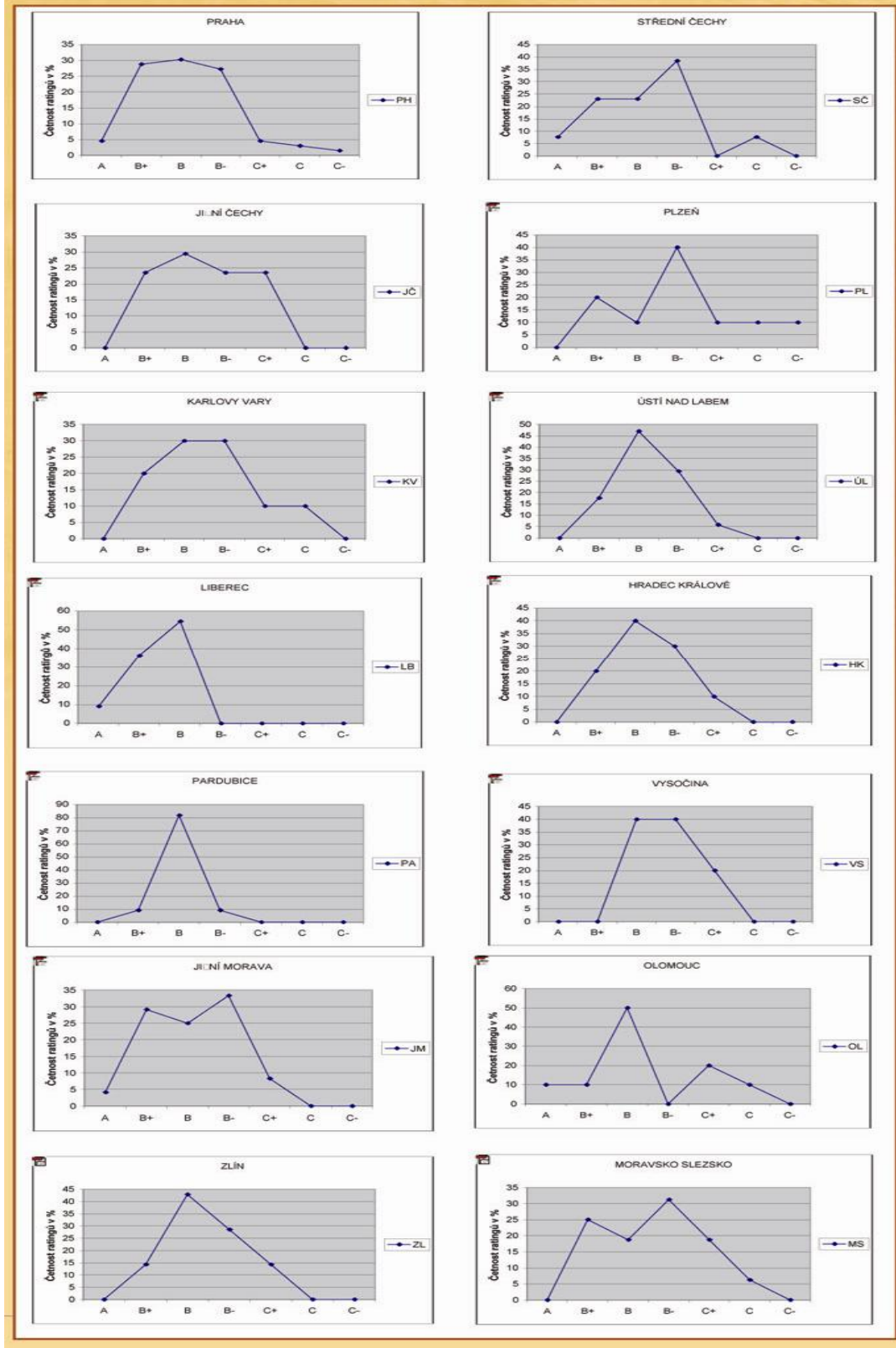
Největší poptávka je v Praze, nejlépe dopadlo Liberecko

Zatímco nejvíce žádostí o Rating MSP bylo podáno v Praze (28% ze všech žádostí v celé ČR), nejlépe dopadl Liberecký kraj, v němž „zdravotní prohlídku“ společnosti absolvovaly nejhůře se známkou B (cca 55% ze všech žádostí v Libereckém kraji), B+ získalo necelých 35% společností a známku A obdrželo téměř 10% společností. V Praze firmy nejčastěji dostávaly známku B+, B a B-, shodně po 30% z pražských žádostí, do kategorie A dostalo vstupenku zatím jen 5 % pražských MSP.

Největší zájem o Rating MSP doposud projevily firmy zabývající se velkoobchodem a zprostředkováním obchodu (kromě motorových vozidel), stavební společnosti, firmy, podnikající v oboru zemědělství a myslivosti a ve výrobě kovových konstrukcí a kovodělných výrobků. Možnost nechat si udělat Rating MSP ovšem mají všechny MSP bez ohledu na to, v jakém oboru služby poskytují [22].

Obrázek 5-1 - Statistické vyhodnocení (grafy)

Podrobný přehled "úspěšnosti krajů" přináší následující grafy:



zdroj: HKP²⁴

²⁴ Hospodářská komora hl. města Prahy. Zpravodaj 1/2006 [online]. Publikováno v březnu 2006 [cit 2006-04-20]. Dostupné z http://www.hkp.cz/upl/files/1_2006.pdf.

6 Et netera, s.r.o.



Obrázek 6-1 - Logo společnosti Et - netera

6.1 Profil společnosti

Et netera pomáhá firmám využívat moderní informační technologie v podnikání. Vytváří profesionální prezentace firem na internetu zlepšující komunikaci firmy se zákazníky a umožňující online prodej výrobků a služeb. Buduje extranety propojující firmy s dodavateli, pobočkami či distribuční sítí nebo intranety, které umožňují firmám zefektivnit administrativu, oběh interních informací, řízení procesů a celkovou komunikaci se zaměstnanci. Rozumí elektronickému obsahu (informacím), ví jak ho dobře strukturovat, spravovat a prezentovat. Analyzuje, vyvíjí aplikace, navrhuje designy, konzultuje, poskytuje servis. Zkrátka dodává ebusiness řešení, na kterých se dá dlouhodobě stavět. Bližší informace o společnosti jsou uvedeny v příloze č. 10 této bakalářské práce.

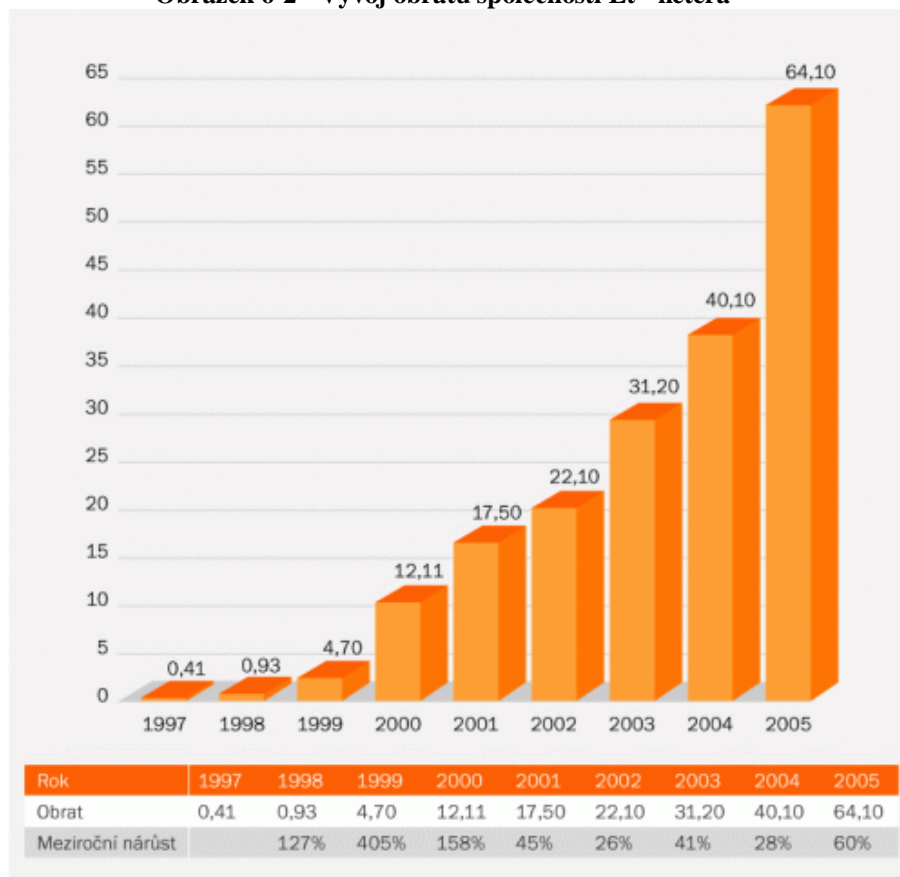
Kvalitu práce společnosti Et netera již několik let oceňují firmy jako Eurotel, Siemens, Scania, Annonce, Euromedia a další. Et netera, to jsou chytrá ebusiness řešení pro chytré firmy. Společnost Et netera patří mezi leadery technologického trhu v České republice.

6.1.1 Devět let úspěšného růstu

Et netera s.r.o. je od svého vzniku rostoucí, zisková společnost, která byla opakovaně vybrána poradenskou společností Deloitte&Touche mezi nejrychleji rostoucí technologické firmy ve Střední i Západní Evropě:

- Fast50 – 50 nejrychleji rostoucích technologických firem ve Střední a Východní Evropě (2001, 2002, 2004)
- Fast500 – 500 nejrychleji rostoucích technologických firem v celé Evropě, na Středním Východě a v Africe (2002, 2004)

Obrázek 6-2 - Vývoj obratu společnosti Et - netera



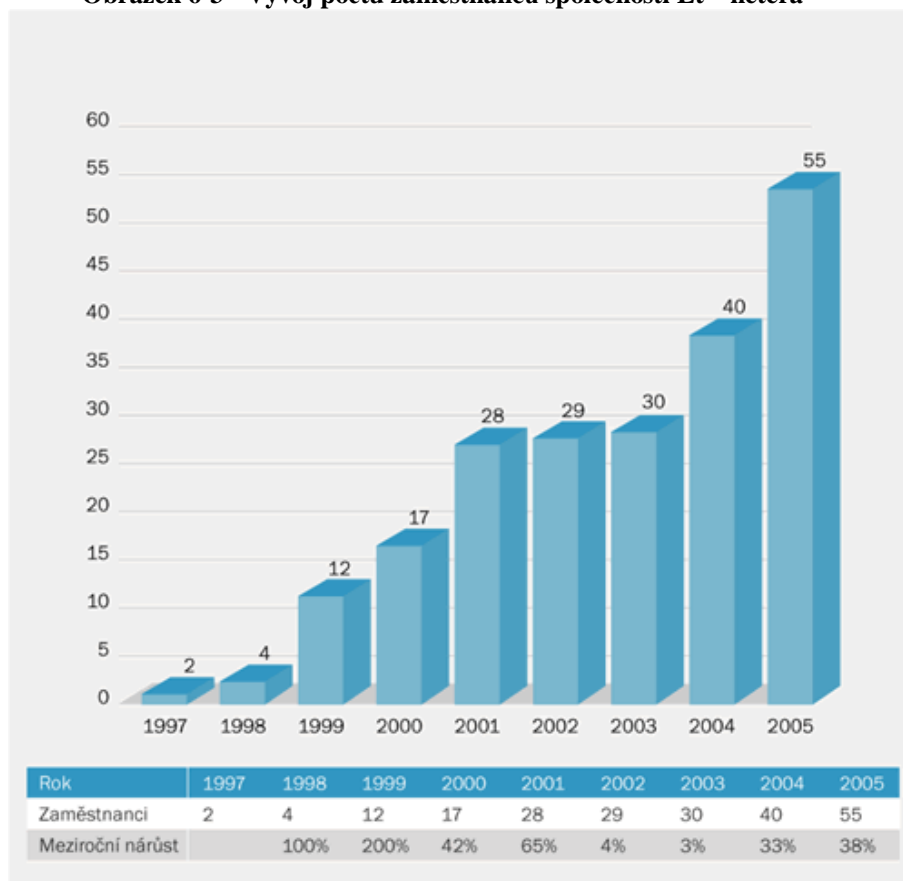
zdroj: Et-netera²⁵

6.1.2 Za výsledky stojí silný tým

Et netera zaměstnává řadu odborníků z oblastí IT, projektového řízení, business consultingu, marketingu a kreativity. Z více než devítileté praxe si společnost ověřila, že dlouhodobě vysokou a konzistentní úroveň kvality služeb v tomto oboru je možné udržet pouze se silným týmem kmenových zaměstnanců, raději než s „množstvím externistů“. Společnost věří, že vyšší náklady na zaměstnance lze vyvážit kvalitní organizací práce a důsledným řízením projektů. Klienti společnosti naopak oceňují stabilitu a vysokou přidanou hodnotu dlouhodobého partnerství, servis 24/7 a mimořádnou flexibilitu a akceschopnost pracovníků Et Netera [14].

²⁵ Et-netera. *Prezentace společnosti* [online]. [cit. 2005-05-02].
Dostupné z: <http://www.etnetera.cz/etn/jnp/cz/home/index.html>.

Obrázek 6-3 - Vývoj počtu zaměstnanců společnosti Et – netera



zdroj: Et-netera²⁶

6.1.3 Struktura služeb

Komplexní pokrytí hlavních e-business oblastí to je Et netera - znamená to řešení na bázi internetových technologií. Oblasti potřeb, na které společnost zaměřuje své služby, jsou především:

- prezentace společností na internetu (www prezentace a portály, CMS a redakční systémy, produktové weby, podpora značky na internetu),
- zlepšování služeb zákazníkům (webové produktové katalogy, objednávky a prodej online, SMS soutěže, online věrnostní programy, digitální call centra integrovaná s webem),
- podpora řízení procesů a zefektivnění administrativy (návrh a realizace intranetů, správa a oběh dokumentů - DMS, intranetové aplikace pro řízení procesů),

²⁶ Et-netera. *Prezentace společnosti* [online]. {cit. 2005-05-02}. Dostupné z: <http://www.etnetera.cz/etn/jnp/cz/home/index.html>.

- zefektivňování obchodních procesů (extranety pro komunikaci a spolupráci s dodavateli, odběrateli, dealery a dalšími obchodními partnery, online objednávky a podpora B2B obchodního styku).

Práce na projektech společnosti Et netera lze rozdělit na tři fáze – předprojektovou, projektovou a poprojektovou. Veškerá řešení je společnost Et netera schopna dodat na klíč od návrhu, přes realizaci, po provoz včetně servisu se zárukou, uživatelské podpory a dalšího rozvoje [14].

6.2 Důvody vedoucí k získání ratingu

Společnost Et Netera byla jednou z prvních společností v České republice, která získala ratingové hodnocení v rámci projektu Rating MSP. V současné době už má společnost k dispozici své druhé hodnocení. K získání ratingového hodnocení se Et netera rozhodla hlavně ze dvou důvodů:

- hodnocení finančního zdraví ,
- marketingového využití ratingu.

6.2.1 Hodnocení finančního zdraví

Et Netera patří k nejrychleji rostoucím technologickým společnostem nejen na českém trhu ale v celé Střední Evropě. Podle studie Deloitte Fast 50 ji náleží 29. příčka. Je to již počtvrté, kdy se společnost Et Netera do prestižního žebříčku zařadila. Za minulý rok dosáhla společnost 60% růstu obrátu – přitom původně měla v plánu jen 20% růst. Rok před tím (tedy za rok 2004) měla společnost 38 % růst obrátu při nezdaněném zisku 6,2 mil Kč.

Z výše uvedených údajů jasně vyplývá, že společnost dynamicky a pravidelně roste. S tím ovšem vyvstal problém s financováním tohoto růstu, které začalo být čím dál tím víc obtížnější. Společnost je plně v českých rukou od svého počátku v roce 1997 a odmítla jít obvyklou cestou v oboru IT - tedy vstupu rizikového kapitálu do společnosti. Et Netera se neúspěšně snažila získat výhodnější podmínky u bank při úvěrování [14].

Bohužel při jednání s bankami narážela na 3 hlavní důvody, na jejichž základě banky odmítaly nabídnout lepší podmínky při jednání o úvěrování společnosti. Jednalo se o:

- poměrně krátkou historii společnosti,
- dynamický růst společnosti,
- technologický obor působení společnosti.

Historie společnosti

Společnost Et Netera vznikla 3.2.1997 a má za sebou tedy poměrně krátkou historii. Vzhledem k opatrnosti českých bank, která vychází ze zkušeností z minulého období, je to častý problém, na který narážejí začínající nebo mladé společnosti

Dynamický růst společnosti

Společnost od svého počátku dynamicky roste – každý rok se chlubí minimálně dvojcifernými růsty obrátu. Ze začátku svého působení dokonce dosahovala tak astronomických čísel, jako je růst o 405% , jak můžeme vidět z grafu v předchozí části této bakalářské práce .

Toto všechno by na první pohled mělo být jasným signálem o tom, že společnost je úspěšná. Ovšem to nemusí být ani zdaleka pravda a minulosti už nás o tom několikrát přesvědčila nejen v České republice ale po celém světě. Banky sázejí spíše na finanční stabilitu a mírný růst – oprávněně se obávají, že společnost s takto dynamickým růstem by svoji expanzi nemusela zvládnout.

Obor působení společnost

Společnost působí v technologickém sektoru, který je v současné době hodně populární a všichni mu předvídají velkou budoucnost, protože možností působení a uplatnění se vzhledem k technickému pokroku otevírá každý rok mnoho. Zároveň ale právě díky technickému pokroku není vůbec jisté, zda v současné době používané technologie budou využívány i v budoucnu.

O tomto se společnosti a bankovní ústavy mohli přesvědčit během krize, která přišla po prasknutí tzv. bubliny dotcomů²⁷ a hlubokému propadu akciového indexu burzovního trhu NASDAQ v březnu roku 2000. Hodnota tohoto indexu vzrostla během let 1995 až 2000 téměř pětkrát – poté ovšem došlo k hlubokému vystřízlivění a propadu indexu zpět na úroveň roku 1995 a hluboké stagnaci. Toto se odrazilo nejen na akciových trzích, ale také v ekonomické realitě firem podnikajících v tomto oboru. Bublina internetových akcií byla založena na deformovaných tržních signálech (zkreslených informacích). Když začalo být zřejmé, že tržby a zisky nejvýznamnějších webových firem jsou jiné než se předpokládalo

²⁷ Za dotcomy byly označovány internetové společnosti, jež byly tehdy téměř zázračným podnikatelským modelem, a jež v mnoha případech přinesly svým zakladatelům obrovské zisky.

a že (tehdy) typické modely internetového podnikání nebudou schopny generovat dostatek příjmů, aby pokryly nezbytné náklady, bublina praskla.

Všichni zainteresovaní se sice z této události poučili, došlo opět k růstu trhu a k nastavení pravidel, která by měla zabránit opakování tohoto „zhroucení“. Ovšem nikdo to nedokáže zaručit a toho se banky obzvláště v České republice hodně obávají vzhledem ke své opatrné politice úvěrování.

Společnost Et Netera se domnívala, že právě ratingové hodnocení od HKP by mohlo vzhledem k jeho metodice pomoci tento problém vyřešit. Společnost věřila ve své finanční zdraví a doufala, že by obdržení rating mohl přesvědčit banky o výhodnějších podmínkách úvěrování.

6.2.2 Marketingové využití ratingu

Druhým ale též významným motivem, který vedl společnost Et Netera k zadání ratingu firmy, byly marketingové důvody. Zveřejnění ratingu společnost považuje za důkaz informační otevřenosti a v podstatě za nástroj komunikace s věřiteli a zákazníky. Ratingové hodnocení představuje dle společnosti Et Netera objektivní prezentaci podniku a může být i zdrojem pro zlepšení prestiže společnosti.

Společnost Et netera patří k leaderům českého trhu v technologickém sektoru a vzhledem k velké konkurenci v oboru je každá informace zlepšující obraz společnosti považována za konkurenční výhodu. Celkově si společnost Et Netera zakládá na svém obraze a otevřeně komunikuje se širokou veřejností s cílem vybudovat si silnou pozici. Firma tedy získané ratingové hodnocení ve svém marketingu aktivně používá. Navíc pro ilustraci o propracovanosti celé firemní kultury můžeme například uvést, že jedna ze zásad společnosti hlásá korektnost, což. získáním ratingu společnost jenom potvrzuje.

6.3 Zhodnocení přínosu

Společnost Et netera získala 17. srpna 2005 svůj již druhý rating – tentokrát s hodnocením A, což znamená dle definice toto: Subjekt výrazně převyšuje rámec srovnatelných MSP. Jeho podnikání je finančně velmi stabilní a okolí dává dobré předpoklady budoucího vývoje. Schopnost dostát svým závazkům je velmi vysoká. Vylepšila tím předchozí ratingové hodnocení, při kterém dosáhla stupně B+.

Společnost považuje postup, který vede k získání ratingového hodnocení za velmi jasný, jednoduchý a přehledný. Vřele doporučuje vzhledem ke svým zkušenostem s ratingovým hodnocením každé společnosti, aby si nechala ratingové hodnocení udělat a získala tak nezávislý přehled o svém stavu. Jedinou menší připomínku má k předávání podkladů k ratingu – vzhledem ke svému oboru působnosti by HKP doporučovala přidat možnost předávání dokumentů čistě v elektronické podobě. V dnešní době už je možnost dokumenty podepsat elektronickým podpisem, který má stejnou váhu jako podpis klasický.

Získané ratingové hodnocení si společnost pochvaluje i přes určitou úvodní nedůvěru k projektu Rating MSP. Společnost nevěřila, že by hodnocení mohlo mít až takový vliv na každodenní činnost, jenom doufala, že by mohlo pomoci získat lepší podmínky při úvěrování. Dnes udává, že vzhledem k poměru cena/výkon se jedná o jednu z vůbec nejlepších investic společnosti v její historii.

Všechny výhody, které to společnosti Et netera přineslo je možno shrnout do několika následujících bodů:

- zajištění lepších podmínek při získávání úvěru,
- marketingové využití,
- potvrzení finanční stability,
- lepší vyjednávací pozice s EU,
- používání ratingová doložky.

Zajištění lepších podmínek při získávání úvěru

Toto byl jeden z hlavních důvodů, kvůli kterému se společnost rozhodla pro získání ratingového hodnocení. Po jeho získání se společnosti skutečně povedlo získat lepší podmínky při zajištění svého úvěrování. Financující banka vzala v potaz ratingové hodnocení hlavně z důvodu výhledu do budoucnosti a postavení společnosti na českém trhu. Ratingové hodnocení eliminovalo obavy banky ohledně splatnosti závazků. Banka sama totiž nemá prostředky, aby vyhodnocovala postavení společnosti na trhu, její analýza je zaměřena čistě jenom na finanční ukazatele.

Marketingové využití

Jak již bylo uvedeno v předchozí části, tak společnost ratingové hodnocení aktivně používá ve svém marketingu.

Potvrzení finanční stability

Získané hodnocení potvrdilo dobrý finanční stav společnosti. Toto hodnocení je o to cennější, že je od nezávislé společnosti. Došlo tak k potvrzení správně nastavené finanční strategie společnosti a navíc k potvrzení dobré práce finančního ředitele.

Lepší vyjednávací pozice s EU

Získané ratingové hodnocení vylepšilo vyjednávací pozici společnosti vzhledem k Evropské unii. Et netere se povedlo získat dotaci na vzdělávání svých zaměstnanců. Jednání bylo po získání ratingu jednodušší. Společnost navíc předpokládá, že by ji ratingové hodnocení mohlo pomoci získat další dotace nejen pro sebe a i pro partnery, se kterými spolupracuje na tvorbě určitých obecně prospěšných projektů. Společnost Et netera v rámci své filosofie totiž část své práce a výdělků poskytuje potřebným – například podporuje Český svaz tělesně postižených sportovců.

Ratingová doložka

Možná se jedná o předčasné označení za výhodu – čas ratingové doložky totiž ještě pravděpodobně přijde, protože povědomí o ní je velmi malé. Společnost přesto ratingovou položku využívá, po svých partnerech ji zatím ale povinně nevyžaduje. Jedná se o jeden z mnoha signálů korektnosti jednání, který ovšem působí na potenciálního partnera pozitivně a dalo by se říct, že prolamuje ledy počáteční přirozené nedůvěry.

Na závěr je možno jasně říct, že společnost Et netera si získané ratingové hodnocení pochvaluje a hodlá ho každý rok obnovovat, protože je přesvědčena, že výhod bude neustále přibývat. Uvítala by jen lepší obecnou informovanost o projektu – doporučuje hlavně kvalitnější marketing ze strany HKP.

7 Další možnosti využití

7.1 Potenciální partneři a Basilej II

Projekt Rating MSP má před sebou světlou budoucnost, pokud bude jeho tvůrce HKP plnit vše, co si na začátku předsevzal. Mohl by pomoci stabilizovat celý sektor MSP v České republice, na který se v poslední době dost pozapomnělo, což můžeme vzhledem k definici MSP a zkušenostem z fungujících ekonomik považovat za poměrně velkou chybu.. Segment MSP není v současné době podrobně sledován ani Českou národní bankou ani Českým statistickým úřadem. Tento stav vede ke značné netransparentnosti tohoto segmentu. Projekt Rating MSP ho může pomoci zprůhlednit [26].

Projekt je slušně nastartován, ale zdaleka není plně využit jeho potenciál. Je potřeba soustavně pracovat na jeho propagaci a vylepšovat informovanost o projektu nejen mezi odbornou veřejností, ale i mezi obyčejnými MSP, které jsou cílovou skupinou tohoto projektu.

Dále je potřeba zapracovat na rozšíření řad partnerů projektu. V současné době se vedou jednání s energetickým gigantom ČEZ o zapojení do projektu. Mezi partnery by se měli zařadit především firmy, které mají klienty po celé republice a jsou schopny ocenit finanční zdraví svých odběratelů či klientů ze segmentu MSP - tedy poskytnout jim výhodnější platební podmínky.

V oblasti finančnictví lze také předpokládat uplatnění ratingového hodnocení i u leasingových nebo splátkových společností. Svou roli může sehrát také ve vztazích s jinými podniky, zejména s těmi, jejichž obchodní styk je postaven na zálohových platbách, a v případě odběratelsko-dodavatelských vztahů i s organizacemi veřejné správy.

Na první pohled to ovšem vypadá, že HKP se více věnuje startu stejného projektu na Slovensku ve spolupráci se Slovenskou hospodářskou komorou než rozvoji projektu zde v České republice. Obecná informovanost o projektu Rating MSP se sice zlepšuje, ale není to zásluha HKP, ale spíše společností, které již ratingové hodnocení získali a aktivně ho používají ve svém marketingu či ve svých dodavatelsko-odběratelských vztazích. Hodně MSP zatím stále netuší, co to projekt Rating MSP vůbec je a jaký přínos by pro ně mohl mít.

Velkým impulsem pro další rozvoj projektu Rating MSP v České republice bude jistě Basilej II (Basel II), která se v současné době připravuje k nasazení v celé Evropské unii. Jedná se o nová pravidla upravující kapitálovou přiměřenost bank.

Vzhledem k vývoji v oblasti řízení rizik se Basilejský výbor²⁸ pro bankovní dohled rozhodl reformovat pravidla upravující kapitálové požadavky bank. Tento nový rámec je znám jako Basilej II. Podle této nové dohody²⁹ již nebude (až na některé výjimky) minimální výše kapitálu, kterou jsou banky povinny rezervovat, záviset hlavně na výši úvěru, ale do značné míry také na úvěrovém riziku. Tato změna způsobí, že „riskantnější“ poskytování úvěrů bude pro banky poněkud nákladnější, zatímco relativně bezpečnější poskytování úvěrů bude méně nákladné.

Změny, které přinesla dohoda Basilej II, jsou odrazem směřování bankovníctví ke kvantitativnějšímu a diferencovanějšímu řízení rizika. Nová úprava bankám doporučuje, aby pomocí ratingových systémů oceňovaly do větších podrobností riziko skryté v každé jednotlivé úvěrové smlouvě, tj. aby pozorněji zkoumaly budoucí schopnost dlužníka splácet dluh. Pro MSP z toho vyplývají dva hlavní důsledky. Zaprvé budou banky věnovat zvýšenou pozornost hodnocení rizika nebo ratingu MSP, i těch, které žádají o malé úvěry. Zadruhé je možné, že společnosti budou muset počítat s širším rozpětím cenových a úvěrových podmínek, které jim banky nabídnou.

7.2 Další hodnotící produkty – scoring vs. rating

Pojmy scoring, ranking či benchmarking jsou názvy pro další užívané hodnotící metody. V praxi se ovšem tyto metody často neprávem označují za rating. Vzhledem ke své podobnosti dochází často k záměně. HKP by měla proto zpracovat na jasném odlišení těchto pojmů a přesném určení projektu Rating MSP, aby nedocházelo k nejasnostem.

Pro zjednodušení lze scoring, ranking a benchmarking označit názvem scoringové metody. Uvedené postupy jsou kvantitativním hodnocením daného subjektu. Zaměřují se na analýzu

²⁸ Basilejský výbor byl založen guvernéry centrálních bank zemí skupiny G10 koncem roku 1974. V současné době jsou členskými zeměmi Belgie, Francie, Itálie, Japonsko, Kanada, Lucembursko, Německo, Nizozemsko, Spojené království, USA, Španělsko, Švédsko a Švýcarsko. Země jsou zastoupeny centrální bankou a také orgánem s formální odpovědností za důkladný dohled nad bankovním podnikáním, pokud jím není centrální banka.

²⁹ KOM(2004) 486 v konečném znění – Návrh směrnic Evropského parlamentu a Rady, kterým se přepracovává předchozí směrnice 2000/12/ES ze dne 20. března 2000 o přístupu k činnosti úvěrových institucí a o jejím výkonu a směrnice Rady 93/6/EHS ze dne 15. března 1993 o kapitálové přiměřenosti investičních podniků a úvěrových institucí.

předložených dat a zejména prostřednictvím kvantitativní analýzy, která je představována určitým systémem finančních ukazatelů, se snaží odhadnout bonitu daného subjektu. Tato metoda tak oproti ratingu představuje velmi jednoduchý, průzračný a časově nenáročný mechanismus zjišťování bonity klienta, na druhou stranu však také informaci hodnotově omezenou [13].

Tabulka 7.1 - Srovnání ratingu a scoringu

položka	rating	scoring
zdroj dat	hodnocený subjekt, externí zdroje	<i>hodnocený subjekt</i>
charakter dat	kvantitativní i kvalitativní s pohledem do budoucna	<i>převážně kvantitativní, důvěryhodné jsou minulé výsledky</i>
analýzu provádí	ratingový tým – min 2 lidé	<i>1 analytik</i>
způsob hodnocení	analýza s převahou kvalitativních faktorů	<i>automatizovaný proces s důrazem na kvantitativní část</i>
výsledek	známka na základě rozhodnutí ratingového výboru	<i>výstup dle automatizovaného výpočtu z PC</i>
doba hodnocení	1 až 2 měsíce	<i>do 1 týdne</i>
cenová náročnost	řádově ve statisících Kč	<i>minimální poplatek</i>
užití	<i>pro nestandardní nebo významné dlouhodobé kontrakty</i>	<i>pro standardní nebo menší obchody krátkodobějšího charakteru</i>

zdroj: Petr Vinš a Václav Liška³⁰

Jak je z předchozí tabulky jasně vidět, mezi ratingem a scoringem, i přes jejich společný konečný cíl, existuje velká řada odlišností. Scoring je metoda, která každému hodnocenému subjektu přiřadí podle předem definované metodiky určitý počet bodů - skóre. Body se mohou získávat z více hodnotících kritérií, jak kvantitativních, tak kvalitativních. Do celkového součtu pak mohou jednotlivá kritéria vstupovat se stejnými nebo různými vahami. Výsledné skóre může být převedeno pomocí stupnice na slovní interpretaci. Scoring je běžný např. při posuzování úvěrové bonity klienta a se scoringovými modely pracuje většina bank v rámci řízení rizika [13].

³⁰ VINŠ, Petr - LIŠKA, Václav. *Rating*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2004. 109 s. ISBN 80-7179-807-X
Kapitola 5, Hodnotící produkty a jejich odlišnosti od ratingu, s. 63.

Je Rating MSP opravdu rating?

Vraťme se nyní ale k ratingu. Nejčastěji se spojuje s měřením ekonomické bonity podniku, města nebo státu. Jak už bylo uvedeno výše, v praxi často dochází k zaměňování hodnotících metod a ne vždy to, co je označováno za rating, můžeme ratingem skutečně nazvat. Z předchozí části jasně vyplývá, že většina znaků scoringu tedy spíše scoringových metod obecně přesně pasuje na projekt Rating MSP, o kterém je celá tato bakalářská práce. Je tedy Rating MSP skutečně ratingem nebo tomu tak není?

Na položenou otázku musíme jednoznačně odpovědět ne, není. Jedná se převážně o kvantitativní hodnocení vytvořené na bázi soustavy poměrových ukazatelů a to i přesto, že se při něm v potaz berou nefinanční ukazatele. Rating MSP můžeme označit za tzv. interní rating [5]. Toto ovšem nic nemění na významu tohoto projektu – správně by jen neměl být označován za v tomto případě zavádějících výrazem rating. Dochází tak ke zbytečnému matení uživatelů, které může být v budoucnu při větším rozšíření značně kontraproduktivní. Toto je ale téma spíše na další samostatnou práci.

8 Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala projektem Hospodářské komory hlavního města Prahy a společnosti Czech Credit Bureau Rating MSP, který v České republice funguje od podzimu roku 2003. Od této doby absolvovalo ratingové hodnocení již tisíce společností, některé z nich i opakovaně. Jednou ze společností byla i Et netera, s.r.o, na které jsem ověřoval přínosy ratingového hodnocení v praxi.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo komplexní představení projektu Rating MSP a následné ověření přínosu tohoto pro malé a střední společnosti (MSP) v praxi. Po setkáních se zástupci Hospodářské komory hlavního města Prahy, společnosti Czech Credit Bureau, která je garantem tohoto projektu, a v neposlední řadě po setkání se zástupkyní Československé obchodní banky, která patří k hlavním partnerům tohoto projektu, jsem získal mnoho poznatků, které bylo potřeba ověřit a porovnat s praktickými zkušenostmi, které mi poskytli zástupci společnosti Et-netera s.r.o. Do mého celkového hodnocení se samozřejmě promítly i názory odborné veřejnosti na tento projekt, které nejsou zrovna jednotné.

Projekt Rating MSP má podle mě před sebou velkou perspektivu a mohl by výrazně promluvit do vývoje celého segmentu MSP v České republice, který je hodně zanedbaný a opomíjený, což je vzhledem k jeho důležitosti pro mě poměrně nemilým překvapením. Na příkladu společnosti Et netera. se mi podařilo ověřit, že získané ratingové ohodnocení může malé a střední společnosti podle mě pomoci hlavně ve dvou klíčových věcech.

První z nich je zajištění výhodnějších podmínek při financování. Přístup bankovních ústavů k MSP se v poslední době sice zlepšuje vzhledem ke stavu na konci 90. let 20. století, ale stále ještě není na optimální úrovni. Získání úvěrů je leckdy pro menší společnosti velmi obtížné, ne-li nereálné. Je to způsobeno absencí kvalitních informací o segmentu MSP. Tím, že stále neexistují důvěryhodná čísla o vývoji MSP jsou bankovní ústavy značně limitovány a oprávněně podle toho potom vypadá jejich politika vzhledem k MSP. Rating MSP by měl tento problém odstranit, měl by totiž přinést souhrnné údaje o vývoji celého sektoru MSP, které by stávající politiku bankovních ústavů měly změnit. Ve výsledku by měl být projekt výhodný pro obě strany – jak pro MSP, kterým by měl pomoci dosáhnout na úvěry, tak pro bankovní ústavy, kterým by naopak přinesl nové klienty.

Druhým významným aspektem projektu je podle mě nestranné a profesionální hodnocení hospodaření, které dostanou MSP po absolvování ratingového hodnocení k dispozici. Neobsahuje totiž jen samotné ohodnocení stavu společnosti, ale i komentáře k věcem, které je potřeba napravit. Společnost má tedy jasné vodítko, na co se má ve svém dalším vývoji zaměřit a co je potřeba vylepšit. Pro mnohé MSP je toto hlavní motiv, který je vede k získání ratingu. Chtějí si ověřit, že jejich finanční strategie je správná.

Na komplexní vyhodnocení projektu je i přes dosažené dílčí úspěchy ale stále brzo. Projekt zatím funguje poměrně krátkou dobu – 2,5 roku není rozhodně dostatečná doba k důkladnější analýze získaných dat. Pokud tento projekt splní vše, co si jeho tvůrci představují (a zatím to tak vypadá), bude rozhodně přínosem. Být to tak ale nemusí. HKP nesmí usnout na dosavadních vavřínech a musí se projektu nadále intenzivně věnovat, což se ale v posledních týdnech moc neděje. Mám pocit, že HKP se v poslední době zaměřila hlavně na rozjezd stejného projektu na Slovensku. Informovanost o projektu je vzhledem k nedostatečnému marketingu ze strany komory stále nízká.

Projekt Rating MSP by ale bohužel neměl být nazýván ratingem, protože se v žádném případě o rating v pravém slova smyslu nejedná. Projekt naopak splňuje všechny znaky tzv. scoringu, což je jiná hodnotící metoda. To ovšem vůbec nesnižuje jeho přínosy, které jsou popsány v této bakalářské práci. Název projektu byl zřejmě motivován snahou HKP o co největší publicitu a počítalo se s jeho využitím v prodejním marketingu celého produktu - přeci jenom slovo rating dobře zní. Ve svém výsledku to ale považuji za značně kontraproduktivní. Dochází tím k matení uživatelů, kteří si mohou myslet, že vlastní „opravdový“ rating na světové úrovni

Všechny cíle, které jsem si stanovil na počátku této bakalářské práce, byly úspěšně splněny. Na příkladu společnosti Et netera bylo jasně prokázáno, že projekt Rating MSP může malým a středním společnostem přinést mnoho výhod. Projekt má navíc význam pro celý segment MSP v České republice. Tato bakalářská práce může být použita jako komplexní informační zdroj pro zájemce o absolvování projektu Rating MSP. Objasní jim teoretické základy, představí samotný projekt, dá návod jak ratingové hodnocení získat a ukáže na příkladu konkrétní získané výhody.

9 Použité zdroje

9.1 Knihy

- [1] CÍSAŘ, Jaromír. *Drobné podnikání*. 1. vydání. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1996. 176 s. ISBN 80-7079-955-2.
- [2] KISLINGEROVÁ, Eva. *Oceňování podniku*. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2001. 367 s. ISBN 80-7179-529-1.
- [3] LEVICH, Richard M. - MAJNONI, Giovanni - REINHART, Carmen M. *Ratings, rating agencies and the global financial system*. Boston (MA): Kluwer Academic Publishers, 2002. 379 s. ISBN 1-4020-7016-0
- [4] STANDARD & POOR'S. *Rating process and methodology*. New York: Standard & Poor's, 1999. 24 s.
- [5] VINŠ, Petr - LIŠKA, Václav. *Rating*. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2004. 109 s. ISBN 80-7179-807-X

9.2 Časopisy a noviny

- [6] Ležovičová, Andrea. Získejte rating! I malé firmy mají šanci. *MF Dnes*, 13.1.2006. ISSN: 1210-1168.
- [7] Martiničová, Martina. Finanční zdraví se firmám vyplatí. *Profit*, 2005, č. 10. ISSN: 1211-5428.
- [8] Martiničová, Martina. Speciál – Úvěry pro malé a střední firmy. *Profit*, 2005, č. 10. ISSN: 1211-5428.
- [9] Stingl, Tomáš. Rating už i pro malé firmy. *Profit*, 2005, č. 35. ISSN: 1211-5428.
- [10] Vltavský, Lukáš. K úvěru může pomoci také "Rating MSP", *Hospodářské noviny*, 15.6.2004, s. 22. ISSN: 0322-7774.

9.3 Internetové zdroje

- [11] CRA Rating Agency. *Prezentace společnosti* [online]. [cit. 2005-04-08]. Dostupné z: <http://www.crarating.com/Default.aspx>.
- [12] Czech Credit Bureau. *Internet rating CCB* [online]. Publikováno v roce 2005 [cit. 2005-05-10]. Dostupné z: <http://www.creditbureau.cz/Produkty/default.aspx?id=2>.
- [13] Česká kapitálová informační agentura. *O rankingu* [online]. [cit. 2005-04-78]. Dostupné z: <http://www.cekia.cz/?idf=ranking#h3-5>.
- [14] Et-netera. *Prezentace společnosti* [online]. [cit. 2005-05-02]. Dostupné z: <http://www.etnetera.cz/etn/jnp/cz/home/index.html>.

- [15] Europa – portál Evropské unie. *Small and medium-sized enterprises* [online]. [cit 2006-02-14]. Dostupné z <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/s26004.htm>.
- [16] European Commission. *How to deal with the new rating culture* [online]. Publikováno v červenci 2005 [cit. 2005-03-22]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/financing/docs/basel_2_guide/basel_guide%20_en.pdf.
- [17] European Saving Banks Group. *SME toolkit* [online]. Publikováno 4.10.2004 [cit. 2006-04-04]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/financing/docs/basel_2_toolkit/malta_toolkit.pdf.
- [18] Finance.cz. *Rating* [online]. [cit. 2005-03-12]. Dostupné z <http://www.finance.cz/home/hospodarstvi/>.
- [19] Hospodářská komora hl. města Prahy. *Prezentace projektu Rating MSP* [online]. Publikováno v roce 2004 [cit. 2005-02-22]. Dostupné z: <http://www.ratingmsp.cz/>.
- [20] Hospodářská komora hl. města Prahy. *Rubrika Rating MSP* [online]. Publikováno v roce 2004 [cit 2006-03-14]. Dostupné z <http://www.hkp.cz/index.php?menu=rating-msp>.
- [21] Hospodářská komora hl. města Prahy. *Výroční zpráva – 2005* [online]. Publikováno v únoru 2006 [cit 2006-03-24]. Dostupné z: http://www.hkp.cz/upl/files/vyrocní_zprava_2005.pdf.
- [22] Hospodářská komora hl. města Prahy. *Zpravodaj 1/2006* [online]. Publikováno v březnu 2006 [cit 2006-04-20]. Dostupné z http://www.hkp.cz/upl/files/1_2006.pdf.
- [23] iPOINT. *Profily subjektů*. [online]. [cit 2006-04-18]. Dostupné z http://ipoint.financninoviny.cz/subj_hledani.php.
- [24] Komerční banka. *Tisková zpráva - Komerční banka se stala partnerem projektu Rating MSP a členem Hospodářské komory* [online]. Publikováno 24.6.2004 [cit. 2005-04-28]. Dostupné z: <http://www.kb.cz/cs/com/press/releases/236.shtml>.
- [25] Official Journal of the European Union. *Definition of micro, small and medium-sized enterprises* [online]. Publikováno 20.5.2003 [cit 2006-01-12]. Dostupné z <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/JOIndex.do?year=2003&serie=L&textfield2=124&Submit=Search>.
- [26] Plischke, Simona Ely. *Zrcadlo, zrcadlo, pověz, jak je moje firma úspěšná!* [online]. Publikováno 24.9.2003 [cit 2005-12-10]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/>.
- [27] Uryč-Gazda, Michal. *Rating podpoří vedle ČSOB i Komerční banka* [online]. Publikováno 12.9.2003 [cit. 2005-11-10]. Dostupné z: http://ihned.cz/3-13356500-rating+msp-000000_d-b7.

ÚDAJE PRO KNIHOVNICKOU DATABÁZI

Název práce	Rating MSP
Autor práce	Michal Bilka
Obor	Veřejná ekonomika a správa
Rok obhajoby	2006
Vedoucí práce	doc. Ing. Pavel Duspiva, CSc.
Anotace	<p>Tato bakalářská práce se zabývá projektem Hospodářské komory hlavního města Prahy a společnosti Czech Credit Bureau Rating MSP, který byl spuštěn na podzim roku 2003. Cílem tohoto projektu je malým a středním podnikům umožnit získání objektivního pohledu na jejich ekonomické zdraví a určitým způsobem tím stabilizovat celý sektor malých a středních společností v České republice.</p> <p>Úkolem této bakalářské práce je představit projekt Rating MSP a ověřit jeho přínos malým a středním společnostem v praxi. Toto ověření je provedeno na společnosti Etnetera s.r.o., která již tímto ratingovým hodnocením prošla dvakrát a je na ní tedy možno zhodnotit, jaký přínos pro společnost absolvování tohoto hodnocení mělo. Tato práce by rovněž měla odpovědět na otázku, zda můžeme projekt Rating MSP skutečně považovat za rating nebo se naopak jedná o zavádějící označení..</p>
Klíčová slova	rating, ratingová agentura, ratingové agentury, MSP, malé a střední podniky, SME, hospodářská komora, scoring, banky

FORMULÁŘ PRO ZPŘÍSTUPNĚNÍ PRÁCE V ELEKTRONICKÉ FORMĚ – ČESKY

Typ dokumentu	<i>bakalářská práce</i>		
Autor	BILKA, Michal		
E-mail adresa autora	bilka@new-design.cz		
URN			
Název závěrečné práce	<i>Rating MSP</i>		
Stupeň studia	<i>bakalářské</i>		
Katedra	Ústav ekonomiky a managementu		
Vedoucí práce, školitelé	doc. Ing. Pavel Duspiva, CSc, vedoucí práce		
Klíčová slova	<i>rating ratingové hodnocení ratingové agentury malé a střední podniky MSP scoring</i>		
Datum obhajoby	<i>2005-06-05 až 2005-06-09</i>		
Označení rozsahu zpřístupnění	<i>I/ souhlasím se zveřejněním celé práce</i>	Datum: 22.5.06	Podpis autora:
Abstrakt	<p>Tato bakalářská práce se zabývá projektem Hospodářské komory hlavního města Prahy a společnosti Czech Credit Bureau Rating MSP, který byl spuštěn na podzim roku 2003. Cílem tohoto projektu je malým a středním podnikům umožnit získání objektivního pohledu na jejich ekonomické zdraví a určitým způsobem tím stabilizovat celý sektor malých a středních společností v České republice.</p> <p>Úkolem této bakalářské práce je představit projekt Rating MSP a ověřit jeho přínos malým a středním společnostem v praxi. Toto ověření je provedeno na společnosti Et-netera, s.r.o., která již tímto</p>		
Název souboru	<i>Bilka - bc prace - Rating MSP (web).pdf</i>	Velikost souboru	10 602 Kb

FORMULÁŘ PRO ZPŘÍSTUPNĚNÍ PRÁCE V ELEKTRONICKÉ FORMĚ – ANGLICKY

Type of Document	<i>Bachelor work</i>		
Author	BILKA, Michal		
Author's E-mail Address	bilka@new-design.cz		
URN			
Title	<i>Rating MSP</i>		
Degree	<i>Bachelor study programme</i>		
Department	Institute of economy and management		
Advisory Committee	doc. Ing. Pavel Duspiva, CSc., supervisor		
Keywords	<i>rating rating agencies small and medium enter entrepreneurs SME scoring banks</i>		
Date of Defense	<i>from 2005-06-05 until 2005-06-09</i>		
Availability	<i>1/ Unrestricted</i>		
Abstract			
Filename	<i>Bilka - bc prace - Rating MSP (web).pdf</i>	Size	11 602 Kb

Seznam příloh

- příloha 1 Profil Hospodářské komory ČR – základní data
- příloha 2 Profil Hospodářské komory hl. města Prahy – základní data
- příloha 3 Podrobná definice MSP dle MPO
- příloha 4 Porovnání staré a nové definice MSP
- příloha 5 Vstupní formulář – objednávka
- příloha 6 Vstupní formulář – vstupní data
- příloha 7 Vstupní formulář – souhlas s poskytnutím ratingu
- příloha 8 Profil CCB – základní data
- příloha 9 Ratingová doložka
- příloha 10 Profil Et-netera – základní data
- příloha 11 Et-netera – informační brožura