

RODINNÉ PODNIKY NA SLOVENSKU

Family businesses in the Slovak Republic

Boris Mucha¹, Tomáš Peráček², Eubomíra Strážovská³

¹ Bratislavský samosprávny kraj, Odbor implementácie operačných programov,
Sabinovská ulica č. 16, 820 05 Bratislava
Email: boris.mucha@gmail.com

² Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu,
Ulica Odbojárov č. 10, 820 05 Bratislava
Email: tomas.peracek@fm.uniba.sk

³¹ Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu,
Ulica Odbojárov č. 10, 820 05 Bratislava
Email: lubomira.strazovska@fm.uniba.sk

Abstrakt: Podnikateľskému prostrediu a procesu na Slovensku sa venuje pozornosť iba pomerne krátky čas a to od zmeny spoločenského zriadenia v roku 1989, ktorý je spojený s nástupom trhovej ekonomiky. Aspoň deklarovanou snahou vlády Slovenskej republiky je vytvorenie priaznivého podnikateľského prostredie. Rodinné podniky predstavujú vo vyspelých krajinách najmä západnej Európy najvýkonnejší motor jej ekonomiky, pretože predstavujú celý rad výhod ako aj predností. Vhodné využitie nástrojov marketingu pomáha propagovať tento spôsob podnikania. Téma príspevku je ukotvená v oblasti marketingu, ponúka však výrazné presahy do oblasti práva ústavného, či obchodného a smeruje k multidisciplinárnemu skúmaniu problematiky. Jej koncept a právna úprava ostáva (nielen) v slovenskom právnom a ekonomickom prostredí aj po rokoch odborných a laických diskusií do značnej miery nedokončená. Ťažiskovými právnymi predpismi sú popri Ústave Slovenskej republiky, najmä Obchodný zákonník a zákon o rodine. Zámerom autorov je pomocou vedeckých metód skúmania analyzovať vybrané problémy rodinného podnikania v podmienkach SR.

Abstract: The attention has been paid to business environment and process in the Slovak Republic only a short time since the change of social structure in 1989 that is connected to the entry of market economy. The creation of favorable business environment is a declared effort of the government of the Slovak Republic. Family businesses represent in the industrialized countries mainly in Western Europe, the most productive engine of their economy, because they represent many advantages. The convenient use of marketing tools helps to promote this way of entrepreneurship. The topic of this paper is anchored in the area of marketing, however it also offers the outstanding overlaps into the area of constitutional and commercial law. It has the effects of multidisciplinary and also international legal research of the issue, whose concept and legal regulation remains to a large extent, after years of professional and amateur discussions (not only) in the Slovak legal environment unfinished. The essential legal enactments except the Constitution of the Slovak Republic are Commercial Code and Family Code. The aim of authors is with the help of scientific methods of research, to analyze the chosen issues of family entrepreneurship in the conditions of the Slovak Republic.

Klíčová slova: Obchodný zákonník, rodinné podnikanie, rodinný podnik, zákon o rodine

Keywords: Commercial Code, family business, Family Code, family entrepreneurship

JEL classification: L29, M16

Úvod

Rodina a rodinné podnikanie predstavujú dva prelínajúce a navzájom sa ovplyvňujúce svety. V každom z nich existujú hodnoty a princípy, ktoré tvoria rodinu a formujú podnikanie. Rodinný život podnikateľa, jeho osobnosť a záujmy sú často jeho hnacou silou v podnikaní. Napriek tomu sa nezriedka stretávame so situáciou, keď podnikanie ohrozuje rodinu, ale aj so situáciou, keď rodina ohrozuje podnikanie. (EPPP, 2014)

Pred rokom 1989 bola akákoľvek súkromnovlastnícka psychológia potláčaná. Socializmus „úspešne“ zabil stáročiami overenú tradíciu „remeslo sa dedí z otca na syna“. Svoju rolu zohrala tiež ateizácia spoločnosti a neuznávanie kresťanských hodnôt, vďaka ktorým sa rodinným podnikom najlepšie darí v spoločnosti.

Rodinné podnikanie sa u nás začalo rozmáhať po zmene spoločenského zriadenia. Prudký rozvoj malých a stredných podnikov bol zaznamenaný najmä v rokoch 1991-1992, pričom ich zdroj bol podmienený viacerými skutočnosťami, napr. postupným rozpadom štátnych podnikov, čo malo za následok problematické zabezpečenie práce a príjmu bývalých zamestnancov. Rodinné podniky mali napomôcť stabilite a ekonomickej nezávislosti rodín a zvýšiť príťažlivosť podnikateľského prostredia. (STOLIČNÁ, 2012)

V podmienkach SR boli za uplynulé roky prijaté viaceré ekonomické a politické nástroje podporujúce malé a stredné podnikanie; žiadny z nich sa ale nezameriaval výlučne na rodinné podniky. Na rozdiel od nás, Európska únia (EÚ) prijala viaceré opatrenia, cieľom ktorých je zvýšiť konkurencieschopnosť malých a stredných, ale tiež rodinných podnikov. Uvedené legislatívne opatrenia sú prijímané aj v nadväznosti na správu o rodinnom podnikaní, podľa ktorej je v EÚ až 85 % všetkých podnikov rodinných a tieto zamestnávajú 60 % zamestnancov. (NOVÁČKOVÁ, MILOŠOVIČOVÁ, 2011)

Podnikateľský proces, ako aj rodinné podnikanie, sú v západných krajinách oveľa rozvinutejšie, čomu napomohla najmä priaznivá politická situácia, ale aj po stáročia prebiehajúce a vyvíjajúce sa podnikanie. A preto sú častou inšpiráciou pre našich mladých podnikateľov.

1 Definícia a charakteristika rodinného podniku

V právnom poriadku SR absentuje legálna definícia pojmu „rodinné podnikanie“ či „rodinný podnik“. Vychádzať preto môžeme len zo všeobecných zákonných definícií. **Podnik** sa podľa ust. § 5 zákona č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov (ďalej len „Obchodný zákonník“) rozumie súbor hmotných, ako aj osobných a nehmotných zložiek podnikania. **Podnikaním** sa podľa ust. § 2 ods. 1 Obchodného zákonníka rozumie sústavná činnosť, vykonávaná samostatne podnikateľom, vo vlastnom mene, na vlastnú zodpovednosť, za účelom dosahovania zisku. (TREĽOVÁ, 2014) Podľa čl. 2 zákona č. 36/2005 Z. z. o rodine v znení neskorších predpisov je **rodina** založená manželstvom základnou bunkou spoločnosti a spoločnosť všetky formy rodiny všestranne chráni.

Takúto tradičnú definíciu rodiny vzhľadom na súčasné spoločenské pomery možno chápať ako prekonanú. Niektoré západné krajiny preto považujú za prežitok nielen inštitút rodiny (najmä v zmysle postavenia a formy tradičnej rodiny), ale aj rodinné podnikanie. Rôzne chápanie pojmu rodiny súvisí s novým definovaním toho, kto členom rodiny je a kto už nie je, so zavádzaním registrovaných partnerstiev a pod. (EPPP, 2014)

Okruh rodinných firiem tvoria na Slovensku najmä malé a stredne veľké podniky, ktoré sú všeobecne chápané ako najvýkonnejší motor každej ekonomiky. Ekonomická teória ich definuje v troch základných charakteristikách, a to:

1. malé a stredné podniky majú relatívne malý podiel na trhu a nemôžu výraznejšie ovplyvniť trh,
2. malé a stredné podniky sú riadené vlastníkami (podnikateľmi), rodinami vlastníkov, a nie sprostredkované cez formálnu štruktúru manažmentu,
3. malé a stredné podniky sú nezávislé podniky, netvoria časť väčšieho podniku.

Kritériá na vymedzenie malých a stredných podnikov (ďalej aj „MSP“) sú rôzne, pričom najčastejšie používaným, aj keď nie jediným kritériom, je počet zamestnancov. Tieto hľadiská, ktoré sú zároveň ich rozlišovacími znakmi, poskytujú rôzne pohľady na problematiku a na poznávanie mikro, malých a stredných podnikov.

Hlavné faktory, ktoré určujú kategórie MSP, sú **počet zamestnancov** a **obrat alebo celkový majetok**.

Tabuľka 1: Kategórie malých a stredných podnikov

Kategória	Zamestnanci	Obrat	Celkový majetok
stredne veľké podniky	< 250	≤ 50 mil. EUR	≤ 43 mil. EUR
malé podniky	< 50	≤ 10 mil. EUR	≤ 10 mil. EUR
mikropodniky	< 10	≤ 2 mil. EUR	≤ 2 mil. EUR

Zdroj: (SRPOVÁ a kolektív 2012)

V nadväznosti na vyššie uvedené možno konštatovať, že na európskej úrovni bolo doposiaľ rodinné podnikanie definované len počtom zamestnancov. Rodinné podniky často neprijímali viac zamestnancov ako je maximálny počet zadefinovaný pre rodinný podnik, aby neprišli o výhody, ktoré im európska legislatíva poskytovala. Preto táto definícia už nie je dostačujúca. Podľa nášho názoru je potrebné vnímať rodinný podnik v širšom kontexte a zohľadniť aj typ vlastníctva, spôsob riadenia a organizácie a pod. (MILOŠOVIČOVÁ, NOVÁČKOVÁ, 2014)

Napriek absencii legálnej definície pojmu rodinný podnik sa možno oprieť o charakteristiky ekonomických teoretikov u nás, ako aj v zahraničí.

V SR sa môžeme stretnúť s definíciou rodinného podniku ako podnikateľského subjektu s najmenej dvomi generáciami rodiny, ktoré sú vzájomne spojené podnikateľskou politikou. Ako rodinné podniky s rodinnými vzťahmi môžu byť potom definované tie, u ktorých sa vyskytuje jeden alebo viac z nasledovných znakov:

- rodinné vzťahy sú väzbou medzi členmi rodiny a určujú úspešnosť riadenia,

- manželky alebo deti súčasného alebo predchádzajúceho riaditeľa podniku sú členmi kontrolného orgánu,
- najdôležitejšie strategické hodnoty podniku sú identifikované spolu s rodinou vo formálnych alebo neformálnych organizačných vzťahoch,
- všetci členovia rodiny, ktorí sa zúčastňujú podnikania, sa cítia byť viazaní udržať a rozvíjať podnik, a to aj v situácii, keď je rodinný podnik stratový,
- pozícia člena rodiny v podniku vyplýva z postavenia v rodine,
- kariéra každého člena rodinného podniku (člena rodiny) je podmienená predstavami a požiadavkami ostatných členov rodiny. (STRÁŽOVSKÁ, 2002)

V západnej Európe sa stretávame s viacerými definíciami, z ktorých možno spomenúť napríklad holandskú definíciu (Flören, 2002), podľa ktorej je rodinný biznis vtedy rodinným biznisom, keď spĺňa minimálne dve z nasledujúcich charakteristík:

- jedna rodina vlastní viac ako 50 % podniku,
- jedna rodina má vplyv na prijímanie rozhodnutí a stratégií,
- najmenej dvaja členovia štatutárneho orgánu, ktorý vedie spoločnosť, pochádzajú z jednej rodiny.

Pre porovnanie možno uviesť aj tri typy teórií, ktoré boli použité v USA:

1. rodina má zásadný vplyv na riadenie a rozvoj podniku a jej strategickým cieľom je postúpiť podnik ďalšej generácii,
2. rodinný podnik je vlastnený zakladateľom a jeho potomkami,
3. rodinný podnik je podnikom niekoľkých generácií; rodina podnik priamo riadi, majetok podniku je vo vlastníctve rodiny a viac ako jeden člen rodiny je vo vedení podniku.

Osobitne možno poukázať na definíciu Massachusetts Mutual Life Company, ktorá rodinný podnik charakterizuje ako podnik, ktorý spĺňa aspoň jedno z uvedených znakov:

- majiteľ považuje svoj podnik za rodinný,
- majiteľ má v úmysle ho odovzdať blízkeho príbuznému alebo
- okrem majiteľa v ňom pracuje ako riadny zamestnanec iný člen rodiny, ktorý je súčasťou každodenného riadiaceho procesu podniku. (SERINA, 2011)

Rodinný podnik počas svojej existencie prechádza tromi vývojovými štádiami:

- a) **start-up** – táto fáza predstavuje zapojenie prvej generácie rodiny do rodinného podniku; zakladateľ je natoľko zamestnaný zaistením prežitia podniku, že sa nezaobrá myšlienkou generačnej kontinuity,
- b) **rozvoj rodinného kapitálu** – zakladateľ ovplyvňuje nie len podnik, ale aj svoju rodinu; postupne zapája do podnikania svojich potomkov (druhá generácia rodiny),
- c) **rozvoj generačného kapitálu** – vplyv zakladateľa je skôr nepriamy, spočíva vo forme odkazu; mladší členovia rodiny si osvojujú hodnoty a postoje svojho predchodcu. (HESKOVÁ, VOJTKO, 2008)

2 Špecifiká rodinných podnikov

Špecifickosť rodinného podnikania spočíva vo vzájomnom pôsobení podnikania a rodiny. Zakladateľ býva súčasne štatutárom, a preto často dochádza k interakcii medzi tvrdou

podnikateľskou klímou a citlivými rodinnými väzbami. Len ťažko možno rozlíšiť a oddeliť vzťahy, ktoré sú v podniku profesionálne a doma emocionálne, a preto musí podnikateľ riešiť otázku priorít medzi podnikaním a osobným životom.

Na druhú stranu, každá rodina má prirodzenú snahu prežiť a ak je existenčne závislá od výsledkov svojej činnosti, tak vyvíja spravidla väčšie spoločné úsilie na dosiahnutie úspešného výsledku ako cudzí zamestnanci. Medzi rodinnými príslušníkmi je zároveň väčšia dôvera, a preto majú rodinné podniky dlhodobejšiu stabilitu a prežijú aj niekoľko generácií. (ŠÉTAFFY, J., 2014)

Ťažiskom rodinného podnikania je často tzv. **rodinný záujem**, ktorý sa vytvára zapojením viacerých členov rodiny do podnikania. Takýto silnejší rodinný celok dáva potom lepší predpoklad na prenos skúseností z generácie na generáciu. Osobný faktor nie je len zdrojom stability, ale aj tvorby tradície, čím sa vytvára silný základ pre kontinuitu fungovania podniku a jeho budúcu prosperitu. (SERINA, P., 2011)

Ďalšími špecifikami rodinných podnikov sú napr. uprednostňovanie rodinných príslušníkov do vedúcich pozícií či flexibilita v rozhodovaní. Rozdiely oproti iným typom podnikov ale možno badať aj v ďalších aspektoch, napr.:

- motivácia, solidarita a súdržnosť – súvisí so závislosťou rodiny od úspešnosti v podnikaní,
- koordinácia a organizácia – charakteristický je rešpekt a podpora medzi členmi rodiny navzájom a akceptácia neformálnych vzťahov a autorít,
- výmena informácií – výmena informácií je medzi členmi rodiny úprimná a priama, bez akýchkoľvek špekulácií,
- optimalizácia nákladov – členovia rodiny sa ľahšie dohodnú na nastavení podstatných nákladových položiek, napr. vlastných miezd,

3 Výhody rodinných podnikov

Vzhľadom na skutočnosť, že rodinné podniky sú v podmienkach SR súčasťou kategórie malých a stredných podnikov, ich výhody spočívajú aj v prednostiach, ktoré sú charakteristické pre malé a stredné podniky, napr.:

- jednoduchšia riadiaca štruktúra,
- zvyšovanie zamestnanosti,
- lepšia znalosť potrieb zákazníkov a schopnosť riešiť ich špecifické problémy,
- využívanie regionálnej pracovnej sily alebo regionálnych zdrojov.

Mnoho rodinných podnikov využíva vlastné schopnosti a zručnosti, preto sú flexibilnejšie v rozhodovaní a dokážu promptnejšie reagovať na zmeny. Sú teda stabilnejšie a ak budú správne stimulované zo strany štátu (najmä v počiatočnej fáze), „nezbaliť sa a neodíť“, keď vyprší obdobie daňových prázdnin.

Z pohľadu členov rodiny možno vidieť prednosť rodinného podniku tiež v akejsi sociálnej výhode oproti osobám, ktorých rodiny takýto podnik nevlastnia, a to v tom, že v „najhoršom prípade“ sa môžu zamestnať v rodinnom podniku.

Rodinné podniky predstavujú priestor na seberealizáciu pre ich zakladateľov, ako aj členov ich rodiny. Prostredníctvom nich sa vytvára spoločný záujem bez ohľadu na okamžitý finančný prospech, plnia sa dlhodobejšie ciele a postupom času môže vzniknúť kontinuita

a sociálna istota v rodine a tiež záujem nepretrhnúť tradície. **A práve preto by počet generácií, ktoré si podnik odovzdali, a nie zisk, mal byť podľa nášho názoru meradlom úspešnosti rodinných firiem.**

4 Problémy (nevýhody) rodinných podnikov

Aj napriek vyššie uvedeným výhodám, rodinné podnikanie so sebou prináša viacero rizík, ktoré možno rozdeliť do 3 hlavných okruhov, a to:

A. Prelínanie rodinného a pracovného života

Prelínanie rodiny a podniku môže vyústiť do problémov najmä vtedy, ak vzťahy medzi členmi rodiny nie sú úprimné. K prenosu konfliktov môže dôjsť jednak z podnikania do rodinného života, ale aj naopak. Tieto súkromné spory môžu ovplyvniť chod podniku a môžu mať za následok aj jeho likvidáciu. Preto je vhodné, aby sa pred začatím podnikania zadefinovali základné formálne pravidlá medzi jednotlivými členmi rodiny.

Je preto nevyhnutné, aby bola rodina schopná pomenovať problémy a vyriešiť ich skôr, ako ohrozia podnikanie. Jedným z možných riešení je vytvorenie rodinnej rady (family governance), ktorá sa stretáva na pravidelnej báze a rieši problémy skôr, ako prekročia prípustné hranice. Family governance zahŕňa dve roviny, a to riadenie podniku a riadenie rodiny a úzko súvisí aj so strategickým plánovaním, ktoré je jedným z predpokladov úspechu rodinnej firmy. Plánovanie má nielen ekonomický, ale aj psychologický význam; jeho cieľom je povzbudzovať sa a vytvárať vzťah k podnikaniu medzi členmi rodiny, učiť sa a vzájomne komunikovať, diskutovať o rozdielnych názoroch či odovzdávať skúsenosti zo staršej generácie na mladšiu. (EPPP, 2014)

Z interakcie medzi rodinným a podnikateľským prostredím vyplývajú aj ďalšie riziká, spočívajúce v neopodstatnenom zvýhodňovaní rodinných príslušníkov voči iným zamestnancom, a to aj na úkor podniku, v nedostatočnej alebo naopak prehnanej kritickosti rodinných príslušníkov a pod. Bežnou nevýhodou je tiež nedostatok času na voľno-časové aktivity, rodinu a priateľov.

B. Legislatívne bariéry

Ako sme už vyššie uviedli, rodinné podnikanie nie je legislatívne upravené. Odstrániť tento nedostatok sa v minulosti opakovane (v rokoch 2013 až 2015) snažil len predkladateľ návrhu zákona o rodinnom podnikaní, ktorý navrhoval tri nové formy podnikania s cieľom podporiť najchudobnejšie regióny na Slovensku, regióny s vyššou nezamestnanosťou alebo s malým počtom pracovných miest. Špecifickou podmienkou podnikateľskej činnosti rodinného podniku mala byť účasť najmenej dvoch členov rodiny.

Na základe tohto návrhu mali vzniknúť tri druhy rodinných podnikov, odvodené z už existujúcich právnych foriem, a to:

- 1. rodinné živnosti**, kde minimálne jeden člen rodiny musel mať živnostenské oprávnenie a ostatní členovia rodiny sa mohli stať členmi rodinnej živnosti v prípade, že neboli uchádzačmi o zamestnanie,
- 2. rodinné farmy**, a to na báze samostatne hospodáriaceho roľníka,
- 3. rodinné obchodné spoločnosti.**

Okrem nových právnych foriem podnikania sa navrhovalo zníženie dane z príjmov o nezdaniteľné časti základu dane na každého člena rodiny a investičná pomoc po dobu

piatich rokov, avšak len v prípade, že celkový počet členov rodiny pracujúcich v rodinnom podniku by bol najmenej desať. Nedostatky navrhovaného konceptu spočívali najmä v jeho nesystematickosti z pohľadu platenia daní a odvodov či investičnej pomoci.

Ďalšie bariéry sa vyskytujú v oblasti pracovno-právnych vzťahov. Je ťažšie vyvodit' dôsledky za porušenie pracovnej disciplíny, neplnenie pracovných povinností alebo nedostatočný pracovný výkon voči členom rodiny v porovnaní s ostatnými zamestnancami. Z viacerých prieskumov realizovaných medzi podnikateľmi však vyplynulo, že ako väčší problém vnímajú možnosti zamestnávania rodinných príslušníkov v kontexte nelegálneho zamestnávania, ale aj daňovo-odvodového zaťaženia.

C. Nástupníctvo

Najkritickejšou fázou života rodinného podniku, a často súčasne aj jeho zlomovým momentom, je proces generáčnej výmeny – nástupníctvo. Zakladatelia sa spravidla snažia tento moment čo najviac oddialiť v snahe mať podnikanie pod kontrolou. Schopnosť včas z podnikania odísť a podnik prenechať nasledovníkovi je dôležitejšia, než by sa mohlo na prvý pohľad zdať. Z dlhodobých štatistík v zahraničí totiž vyplýva, že len jedna tretina rodinných podnikov „prežije“ generáčnú výmenu a len malý zlomok z nich zostane vo vlastníctve rodiny viac ako 50 rokov.

Uvedené potvrdzujú aj viaceré zahraničné zdroje, podľa ktorých sú najčastejšími príčinami ukončenia rodinného podnikania:

- zanedbanie plánovania nástupníctva,
- otázky majetkových prevodov,
- nezáujem/neochota ďalších generácií pokračovať v rodinnom podnikaní,
- vnútorné rodinné konflikty a
- iné pridružené problémy. (STRÁŽOVSKÁ a kol., 2008)

Za účelom zachovania kontinuity podniku je preto nevyhnutné s veľkým časovým predstihom pripravovať následníctvo, teda výmenu generácií rodiny v riadení rodinnej firmy. V prípade, že v podnikaní niet osoby, ktorá by mohla alebo chcela pokračovať v rodinnej podnikateľskej tradícii, prichádza do úvahy otázka možného predaja podniku. Obe tieto možnosti (výmena generácií alebo odpredaj podniku) súvisia s problémom zabezpečenia prevodu majetku, preto si tento proces vyžaduje náležitú pozornosť a čas.

5 Vzdelávanie a podpora v oblasti rodinného podnikania

Vo vyspelých demokratických štátoch EÚ existuje vzdelávanie v oblasti rodinných podnikov, a to nielen v rámci vysokoškolského vzdelávania. Prínosné sú aj špecializované kurzy, kde si záujemcovia osvojujú základné znalosti z účtovníctva, marketingu, daňovníctva, personálneho manažmentu, štatistiky či práva.

Systém vzdelávania v tejto oblasti si vyžaduje viaceré systematické opatrenia. Najlepšie prepracovaný systém vzdelávania má Holandsko, kde štát vyvíja viaceré aktivity na podporu a zachovávanie rodinných podnikov. Preto odporúčame tieto všeobecné návrhy:

- zaviesť vzdelávanie zamerané na rodinné podniky, najmä na vysokých školách, napr. prostredníctvom samostatného predmetu Rodinné podnikanie,
- aktivovať vzájomnú spoluprácu akademických pracovísk, ale aj výskumných agentúr a vývojových centier,

- podporovať a zvýšiť spoluprácu vysokých škôl so študentmi a viac ich zapájať do vedecko-výskumnej činnosti,
- realizovať tréningové programy a tréningové výstupy, vrátane simulácie podnikateľských procesov,
- vypracovať príručku s postupmi prevzatia spoločnosti novou generáciou,
- vydávať špecializovaný časopis zameraný na rodinné podnikanie a jeho problémy,
- poskytovať službu pre začínajúce rodinné podniky prostredníctvom špecializovaných konzultantov,
- založiť organizáciu zaoberajúcu sa podporou rodinných podnikov a zlepšením podnikateľského prostredia pre ne,
- propagovať rodinné podnikanie ako formu sebarealizácie,
- motivovať mladú generáciu k založeniu rodinného podniku a vypracovať motivačný program pre tých, ktorí sa rozhodli ísť vlastnou cestou.

Pri podpore malých a stredných, ako aj rodinných podnikov by mal dôležitú úlohu zohrávať štát, a to predovšetkým v začiatkoch podnikania. Vzorom pre systém podpory by mohli byť vyspelejšie štáty EÚ.

Oceniť možno aspoň iniciatívu Ministerstva financií SR v spolupráci s Ministerstvom hospodárstva SR, Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu SR a Slovak Business Agency, zameranú na podporu start-upov a rozvoja start-upového ekosystému v SR. Jej cieľom je stimulovať podnikateľské prostredie a systém štátnej podpory a tiež prilákať zahraničné subjekty s inovatívnymi nápadiami s cieľom zatriť investovanie do start-upov.

Za účelom podpory mladých rodinných podnikateľov navrhuje, aby štát prostredníctvom svojich inštitúcií:

- poskytoval špecializované poradenstvo, vrátane online poradenstva,
- realizoval workshopy a semináre,
- realizoval tréningové programy,
- zabezpečoval/podporoval aktívnu alebo pasívnu účasť na medzinárodných start-up podujatiach alebo konferenciách.

Prínosom v tejto oblasti je činnosť už spomínanej **Slovak Business Agency** (bývalá Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania), ktorá je kľúčovou a najstaršou špecializovanou inštitúciou z hľadiska podpory malých a stredných podnikov. Jej poslaním je komplexná pomoc a podpora podnikateľov, a to na národnej, regionálnej aj miestnej úrovni, ako aj posilnenie ich konkurencieschopnosti v rámci spoločného trhu EÚ.

Druhou významnou inštitúciou na Slovensku je **Národné podnikateľské centrum** (NPC), vytvorené v rámci operačného programu Výskum a vývoj. Jeho hlavným cieľom je realizovanie koncepcie jednotného miesta typu „one-stop-shop“ poskytujúceho široké portfólio informácií a doplnkových služieb pre všetkých začínajúcich a etablovaných podnikateľov v rôznych štádiách životného cyklu, záujemcov o podnikanie, ako aj kreatívnych a inovatívnych ľudí, ktorí uvažujú o komercializácii svojho nápadu či produktu.

Záver

Rodinné podnikanie ako samostatná právna forma v podmienkach SR neexistuje, a preto nie je počet rodinných podnikov „oficiálne“ štatisticky sledovaný. S podporou sa opakovane nestretol ani predkladateľ zákona o rodinnom podnikaní, ktorý chcel zlepšiť podnikateľské

prostredie pre tento typ podnikov, čo nepochybne súvisí aj s novým chápaním inštitútu rodiny a prekonaním jej tradičných definícií.

Napriek tomu majú rodinné podniky svoje nezastupiteľné miesto u nás aj v zahraničí. Veď mnohé svetoznáme firmy, napr. IKEA, Mc Donald či Versace, začínali svoje podnikanie práve takto. Okruh rodinných firiem tvoria na Slovensku najmä malé a stredné podniky, ktoré sú často označované prívlastkom „najvýkonnejší motor každej ekonomiky“.

Existuje viacero ekonomicko-teoretických definícií, ktoré vymedzujú rodinný podnik. Ich autori sa opierajú najmä o podiel na vlastníctve podniku, vplyv na rozhodovaní, ale aj o osobný postoj zakladateľa či majiteľa, spočívajúci v úmysle odovzdať rodinný podnik blízkeho príbuznému. Špecifikom rodinného podnikania je vzájomné pôsobenie rodiny a podnikania, prostredníctvom ktorého sa vytvára tzv. rodinný záujem, a teda silný základ pre kontinuitu fungovania podniku a jeho budúcu prosperitu. Prelínanie sa rodinného a pracovného života je však súčasne aj jedným z najčastejších problémov, s ktorými sa rodinné podniky musia vysporiadať.

Naším príspevkom poskytujeme čitateľovi všeobecný prehľad zameraný na problematiku rodinných podnikov, ich charakteristiku, špecifická a výhody. Zvýšenú pozornosť venujeme aj vybraným okruhom problémov, ktoré môžu ohroziť nielen rodinné podnikanie, ale aj rodinu ako takú. Napokon, v poslednej časti nášho príspevku analyzujeme systém vzdelávania a podpory u nás a v zahraničí a navrhujeme viaceré aktivity za účelom podpory a zachovania rodinných podnikov.

Literatura

- [1] HESKOVA, M. a V. VOJTKO, 2008. *Rodinné firmy zdroj regionálneho rozvoje*. Zeleneč: Profess Consulting s. r. o. ISBN 978-80-7259-062-9.
- [2] MILOŠOVIČOVÁ, P. a D. NOVÁČKOVÁ, 2014. *Uplatňovanie práva EÚ na Slovensku*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-520-3.
- [3] NOVÁČKOVÁ, D. a P. MILOŠOVIČOVÁ, 2011. *Medzinárodné ekonomické právo*. Bratislava: Eurounion. ISBN 978-80-89374-12-0
- [4] STOLIČNÁ, Z., 2012. *Vývoj hospodárskej politiky SR od transformačného obdobia roku 1989 až po súčasnosť*. Bratislava: Kartprint. ISBN 978-80-89553-08-2
- [5] SRPOVÁ, J. a kol. 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada. ISBN: 978-80-24745-20-6
- [6] STRÁŽOVSKÁ, E., H. STRÁŽOVSKÁ a M. KROŠLÁKOVÁ, 2008. *Podnikanie formou rodinných podnikov*. Bratislava: Sprint. ISBN 978-80-969927-0-6.
- [7] STRÁŽOVSKÁ, E. a H. STRÁŽOVSKÁ, 2002. *Rodinné podnikanie*. Bratislava: Sprint. ISBN 80-89085-00-8.
- [8] TRELOVÁ, S., 2014. *Obchodné právo pre medzinárodný manažment*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave. ISBN 978-80-223-3689-5
- [9] EPPP, 2014. *Rodinné podnikanie alebo (ne)zostane to v rodine* [online]. [vid. 08. 10. 2016]. Dostupné z: http://www.eppp.sk/docs/eppp_studia_fb.pdf
- [10] ŠERINA, P., 2011. *Rodinné podnikanie na Slovensku* [online]. [vid. 08. 10. 2016]. Dostupné z:

http://www.sbagency.sk/sites/default/files/file/studia_rodinne_podnikanie_na_slovensku.pdf

- [11] ŠÉTAFY, J., 2014. *Rodinné podnikanie a franchising* [online]. [vid. 08. 10. 2016]. Dostupné z: <http://mesacnikpodnikanie.sk/rodinne-podnikanie-a-franchising/>
- [12] ŠÉTAFY, J., 2014. *Rodinné podnikanie potrebuje aj na Slovensku novú modernú definíciu* [online]. [vid. 08. 10. 2016]. Dostupné z: <https://www.sfa.sk/sk/novinky/detail/rodinne-podnikanie-potrebuje-aj-na-slovensku-novu-modernu-definiciju>
- [13] Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov
- [14] Zákon č. 36/2005 Z. z. o rodine v znení neskorších predpisov