

## Změny podnikatelského prostředí a inovační aktivity v kontextu globalizace a specifických podmínek regionů

IVO MARŠÁLEK

*Slezká Univerzita, Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné*  
Univerzitní nám. 1934/3, Karviná 733 40  
Česká republika  
ivo.marsalek@smurfitkappa.cz

### Abstrakt

Příspěvek se zabývá fenoménem posledních let – globalizací a jím vyvolanými změnami podnikatelského prostředí a inovačními aktivitami s akcentem na analýzu a hodnocení faktorů, které jej ovlivňují i s ohledem na specifika podnikatelského prostředí v Moravskoslezském kraji. V současné době podniky a organizace pociťují změny ekonomického klimatu a rozhodují se o dalším postupu. Tato nová situace předkládá před tyto organizace nejen mnoho hrozeb, ale také řadu příležitostí. Naprosto klíčové je pro každou společnost, která se pohybuje na globálním trhu skutečnost, že se nachází na území státu a regionu se všemi jeho specifiky.

Účelem je definovat a prezentovat kontext změn, hledat alternativní reakce na změny vyvolané globalizačními procesy. Těžištěm bude pochopení dopadu těchto změn na chování podniků a vývoj podnikatelské sféry. Právě to vytvoří základ pro uplatnění nového pohledu na transformaci evropského sociálního systému se zvláštním zaměřením na tvorbu nových pracovních míst a zaměstnanost.

**Klíčová slova:** globalizace, podnikatelské prostředí, klastry, inovační sítě, trh, Moravskoslezský Kraj

### 1 Úvod

Cílem mého příspěvku je prezentovat vnímání změn podnikatelského prostředí podnikatelskými subjekty s akcentem na analýzu a hodnocení faktorů, které jej ovlivňují. Zohledňuji také specifika podnikatelského prostředí v Moravskoslezském kraji. Účelem je definovat a prezentovat kontext změn, hledat alternativní reakce na změny vyvolané globalizačními procesy. Těžištěm je pochopení dopadu těchto změn na chování podniků a vývoj podnikatelské sféry. Právě to vytvoří základ pro uplatnění nového pohledu na transformaci evropského sociálního systému se zvláštním zaměřením na tvorbu nových pracovních míst a zaměstnanost. Dopadá globalizace na všechny podniky včetně místních malých a středních firem, s pouze regionální působností? Jak to vnímají samotní manažeři v těchto firmách? Jaké jsou hlavní faktory a aspekty, které tyto firmy ovlivňují? Také na tyto otázky jsem se pokusil najít odpovědi v mém výzkumném šetření.

## 2 Dopady globalizace – vnímání podniků

Globalizace je velmi často používaný termín, ale s velmi nevyjasněným významem, respektive s více významy. Pod tímto pojmem si lidé mohou představovat, a také představují velmi různé procesy. Problém globalizace je zajisté mnohvrstevný a komplikovaný a tudíž nelze ani zcela jednoznačně bez širších vazeb tento termín definovat.

Globalizace není zcela novým jevem, ale intenzivním pokračováním vývoje překonávajícího hranice států, který byl až donedávna nazýván internacionalizací světového hospodářství.

V případě globalizace však státní hranice již nehrají roli mantinelů, uvnitř nichž je výrobní proces uzavřen. Dochází k vytváření nadnárodních společností. Ty využívají výhod lokalizace jednotlivých částí firmy v různých částech světa a produkce zboží a služeb je organizována na nadnárodní úrovni. Mezinárodní již není jen obchod s výsledky výrobního procesu, ale mezinárodním se stává i výrobní proces sám.

Je nutno si uvědomit, že globalizace především nemá jen ekonomický rozměr. Netýká se tedy pouze působení nadnárodních korporací, Světové banky a Mezinárodního měnového fondu, o kterých se nejvíce mluví. Globalizace se dotýká zásadně kulturní odlišnosti, tedy zachování rozmanitosti civilizací, národů, etnik a kmenů. Civilizačně-kulturní okruhy by se měly učit spolupracovat a žít na jedné malé planetě, ale budou spolu také soupeřit. Obzvláště islámská a čínská (konfuciánská) civilizace budou vzhledem k populačnímu růstu a ekonomické síle aspirovat na převzetí vůdčí role civilizace západní.

Vytváření a fungování nadnárodních společností, vznik a rozvoj globálních finančních trhů a ekonomická globalizace byly umožněny významnými kontextuálními podmínkami. Mezi nejdůležitější patří pokrok v oblasti informačních technologií a deregulace světového a národních trhů se zbožím i penězi. Technologická informační revoluce díky satelitům, optickým kabelům a počítačovým sítím umožnila řízení a organizaci nadnárodních společností, jejichž dílčí články jsou rozmístěny v různých místech planety, a kontinuální obchodování na světových finančních trzích. Nejde jen o rychlé předávání informací, ale i o zajištění finančních převodů mezi různými částmi světa. Liberalizace mezinárodního obchodu, omezování bariér, kladených zahraničnímu obchodu jednotlivými státy, deregulace vnitřních trhů se zbožím, a zejména deregulace finančních trhů otevřela mnohá území pro aktivity nadnárodních společností. Rozpad brettonwoodského systému regulace mezinárodního obchodu, deregulace národních trhů jednotlivých zemí a decentralizace rozhodování otevřely dveře rychlému rozvoji globalizace.

Narůstající prostorová mobilita a překonávání bariér kladených prostorem jsou umožněny technologickým pokrokem v oblasti výrobních, dopravních, komunikačních a informačních technologií. Zatímco doručení zprávy mezi sousedními sídly trvalo před několika staletími hodiny, důležitá zpráva dokáže dnes obletět svět prakticky okamžitě. Role prostoru a času v lidském životě i v organizaci produkce se v posledních letech dramaticky změnila. Svět se v našem vnímání rapidně zmenšuje.

Silnější integrace způsobená globalizací přináší svým způsobem také z určitého pohledu větší nejistotu. Změny v ekonomickém prostředí (otřesy) v jednom sektoru, regionu nebo zemi jsou světovým ekonomickým systémem přenášeny rychleji. To přináší zvýšené nároky na světovou ekonomiku a na lidi a technologie, které jsou základem jejího úspěchu. Na druhou

stranu mají tyto změny daleko menší důsledek a dopad právě kvůli rozproštění dopadů v globálním měřítku. Být úspěšný v dosahování vysokého růstu, zaměstnanosti a sociální soudržnosti znamená pro každého, kdo hraje roli v ekonomice, že musí být adaptabilní jak na krátkodobý vývoj, tak na dlouhodobé změny.

Svět charakterizovaný permanentní ekonomickou změnou a zvyšující se neurčitostí by nebyl vhodný pro růst, investice a zaměstnání bez dalšího zajištění stability. Stabilita ukotvuje očekávání a umožňuje jednotlivcům a společnostem spolehlivěji plánovat. Globalizace posouvá svět směrem k větší integraci prostřednictvím zvyšujícího se obchodu a investic.

Pokud už tedy je globalizace realitou, měli bychom se pokusit reagovat aktivně snažit se na této nové situaci a realitě nalézt příležitosti a těchto maximálně využít a ne jen si na nové skutečnosti neustále naříkat.

Současná tržní situace však přináší také nové strategické postupy. Lídři na trhu se namísto pasivního přizpůsobování změnám snaží o aktivní ovlivňování situace v tržním segmentu.

Globalizace – situace, kterou si podniky uvědomují a která zejména v posledních letech iniciuje změny podnikatelského prostředí si vynucuje od podnikatelských subjektů reakce na nový stav. Pro pochopení podstaty a vlivu globalizace v plném významu, je třeba se snažit ji vnímat v co možná nejširších souvislostech. Společnost se snaží se vyrovnat s novou situací a udržet si konkurenceschopnost subjektů na globálním trhu. Jednou z cest je vytvoření příznivých podmínek pro rozvoj lidského kapitálu a pro zrychlení inovačního cyklu ve výzkumu a vývoji. Toto však není možné krátkozrakou politikou orientovanou na krátkodobé cíle. Politika zaměřená na zvyšování konkurenceschopnosti se naopak vyznačuje tím, že její cíle daleko přesahují časový horizont mnoha let nebo jednoho volebního období. Inovace a konkurenceschopnost jsou dva důležité pojmy, které se doplňují a podmiňují.

Dopadá globalizace na všechny podniky včetně místních malých a středních firem, s pouze regionální působností? Jak to vnímají samotní manažeři v těchto firmách? Jaké jsou hlavní faktory a aspekty, které tyto firmy ovlivňují? Abych byl schopen nalézt relevantní odpovědi a hlavně vnímání a uvědomění si dopadu vlivů globalizace, provedl jsem výzkumné šetření v rámci České republiky v Moravskoslezském Kraji. Jako oslovená skupina byly osloveny podniky spadající do kategorie malých a středních firem působících v Moravskoslezském Kraji.

## 2 Forma výzkumu

Jako forma výzkumu byl použit rozhovor a dotazníkové šetření. Výzkumný problém je pak řešen v deskriptivní rovině. Použity byly jak uzavřené otázky, které nabídky hotové odpovědi a dotazovaný musel odpověď zvolit z předem připravených alternativ. Dále byly použity zejména dichotomické otázky s volbou ano/ne, ale také otevřené otázky. Pořadí pokládaných otázek bylo z taktických důvodů vždy dodrženo.

Forma dotazů byla koncipována následovně:

1. Ovlivňuje globalizace váš podnik? Ano    Ne
2. Ve kterých oblastech? otevřená otázka

3. Ovlivňuje vás globální prostředí při vašich prodejních aktivitách?      Ano,    Ne  
4. Zvětšila globalizace hrozbu a tlak konkurence na váš podnik?      Ano    Ne
5. Obáváte se konkurence z Asijských zemí v horizontu do 5 let?      Ano    Ne
6. Obáváte se konkurence z Asijských zemí v budoucnu?      Ano    Ne
7. Ze kterého segmentu je pro vás konkurenční hrozba?  
-    Nadnárodní společnosti  
-    Velké tuzemské společnosti  
-    Velké zahraniční společnosti  
-    Tuzemské malé a střední firmy  
-    Zahraniční malé a střední firmy
8. Ovlivňuje vás globální prostředí při nákupu vstupních surovin?      Ano    Ne
9. Kdo jsou vaši dodavatelé?  
-    Nadnárodní společnosti  
-    Velké tuzemské společnosti  
-    Velké zahraniční společnosti  
-    Tuzemské malé a střední firmy  
-    Zahraniční malé a střední firmy
10. Jak se snažíte reagovat na globalizující se svět?      otevřená otázka
11. Nakupujete jako vstupní materiál suroviny pocházející z Asie?      Ano    Ne
12. Uvažujete o zapojení do klastru, nebo podobné struktury?      Ano    Ne

Počet otázek byl záměrně zvolen na 12, kdy tuto úroveň považuji za maximální, poté již podstatně klesá ochota vyplnit dotazník, případně se již projevuje “únava” z odpovídání.

Výzkum probíhal v průběhu roku 2007 a osloveno bylo celkem 103 respondentů.

### 3 Metody a úspěšnost

Ze vzorku 103 respondentů bylo 46 osloveno metodou rozhovoru a 57 dotazníkovou metodou. Návratnost odpovědí byla pochopitelně mnohem vyšší v případě rozhovoru – 42 případů, u dotazníků byla návratnost jen ve 20 případech, což je nad 35 % hranicí. Celková úspěšnost přesáhla nadprůměrných 60%.

Tabulka č. 1: Metody výzkumu a úspěšnost

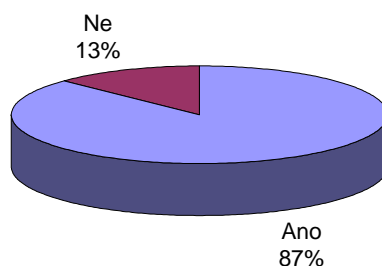
<i>metoda</i>	<i>počet oslovených</i>	<i>počet odpovědí</i>	<i>návratnost v %</i>
rozhovor	46	42	91%
dotazník	57	20	35 %
celkem	103	62	60 %

Zdroj: vlastní

## 4 Analýza výsledků

Výsledky jsem pro větší přehlednost zpracoval do podoby grafů a opatřil komentářem.

Graf č. 1: Ovlivňuje globalizace váš podnik?



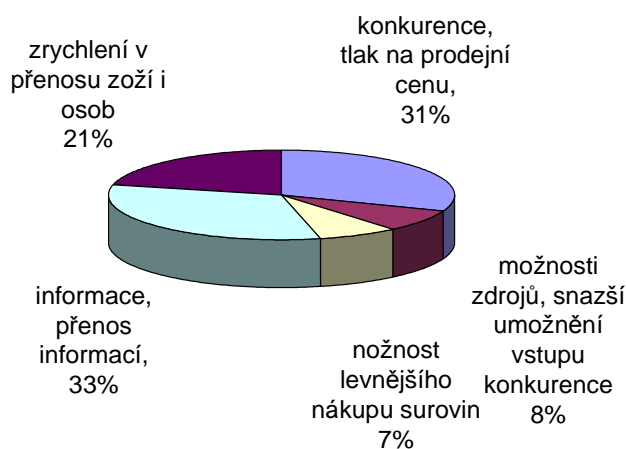
Zdroj: vlastní

Cílem této otázky bylo zjistit všeobecné povědomí o pojmu globalizace. problémem dnešní doby je “zprofanování” slova globalizace. Důvodem je relativní modernost tohoto pojmu a jeho příliš časté používání, zejména v masmédiích. V praxi je však bohužel míněno mnohdy za slovy o globalizaci něco plně jiného. Otázka je svým způsobem nesmyslná, neboť pokud si uvědomíme, že se jedná o podniky na území Evropské unie, je každý podnik ovlivněn globalizací přinejmenším v základních aspektech.

Přesto na tuto otázku odpovědělo 13% respondentů, že se jich globalizace nedotýká..

Tento výsledek svědčí o relativně vysoké neznalosti tohoto pojmu, případně o nepochopení souvislostí a důsledků globalizace.

Graf č. 2: Ve kterých oblastech?

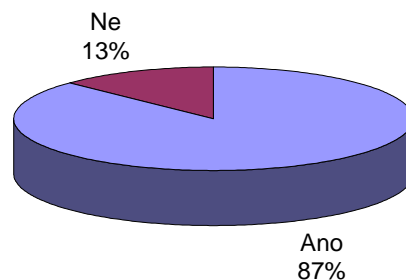


Zdroj: vlastní

Lidé většinou pocítují nějaký důsledek globalizace. Málo kdy si podniky uvědomují co za příležitosti bude nová skutečnost skýtat. Konvenčním postojem zapříčiněným nízkou flexibilitou je n nejlepší případě reakce na následky, v horším pouze nařikání a stěžování si na dané skutečnosti. Místo toho by měly podniky využívat výhod, které se nově naskýtají.

Z grafu je patrné, že nejvíce podniky vnímají nárůst konkurence a tlak na prodejní cenu, což jsou související faktory. Dále si také uvědomují – a to je velmi pozitivní, že se podstatně “zmenšuje svět” – zrychluje se přenos informací (33 %), které je možné dnes sdílet v prakticky reálném čase a podstatně se zrychluje pohyb zboží a lidí po planetě (21 %).

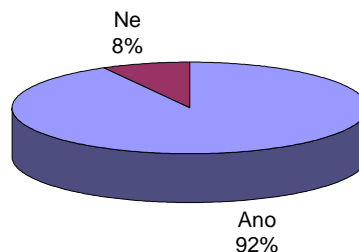
Graf č. 3: Ovlivňuje vás globální prostředí při vašich prodejních aktivitách?



Zdroj: vlastní

Na tuto otázku bylo v drtivé většině odpovězeno ano. Avšak většinou se jedná pouze o tlak na prodejní cenu, což zapříčiňuje pouze jinou cenovou politiku. mnohem méně podniků se pak zaměřuje na odlišné prodejní, či marketingové strategie.

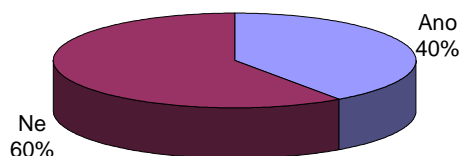
Graf č. 4: Zvětšila globalizace hrozbu a tlak konkurence na váš podnik?



Zdroj: vlastní

Výsledek tohoto grafu skýtat naprosto paradoxní nález v kontextu s předchozí otázkou. Když si uvědomíme, že 92% podniků pocítuje zvýšený tlak konkurence a pouze 87% pocítuje ovlivnění v prodejních aktivitách, je možná vyvodit dva možné závěry. Za první – 5% podniků, přesto že pocítuje zvýšenou konkurenci, nijak nereaguje v oblasti prodejních aktivit. Za druhé – není pochopena souvislost mezi změnami podnikatelského prostředí a nutností reagovat na změny.

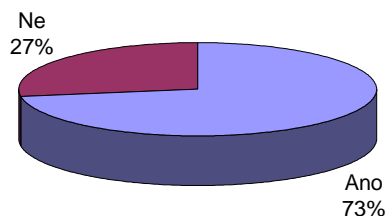
Graf č. 5: Obáváte se konkurence z Asijských zemí v horizontu do 5 let?



Zdroj: vlastní

K interpretaci výsledků této otázky použijí té výsledky otázky následující.

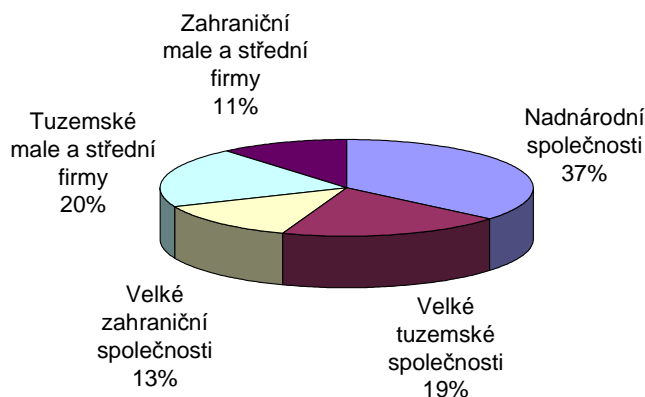
Graf č. 6: Obáváte se konkurence z Asijských zemí v budoucnu?



Zdroj: vlastní

Asijská konkurence je vnímána také díky medializaci velmi silně. Zatímco v horizontu do 5 let se cítí ohroženi v 40% podniků v delším horizontu je to již 73%! Toto je velmi pozitivní zpráva svědčí o relativně fundovaném povědomí. příčinou budou také příchody velkých investorů do Moravskoslezského kraje (ASUS, Hyundai, atd.) a celé řady navázaných subdodavatelů.

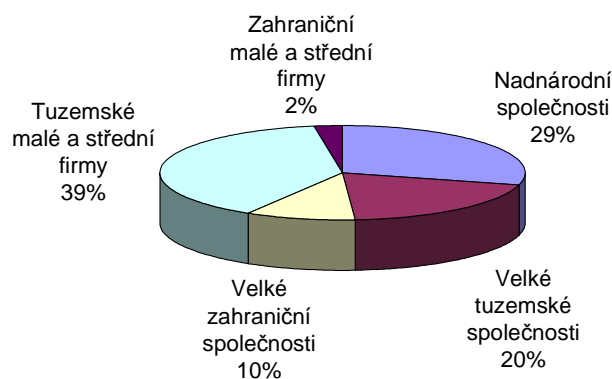
Graf č. 7: Ze kterého segmentu je pro vás konkurenční hrozba?



Zdroj: vlastní

Jako největší hrozbu společnosti vnímají v oblasti konkurence nadnárodní společnosti (37%). To je také slovní spojení, které je nejčastěji spojováno s pojmem globalizace.

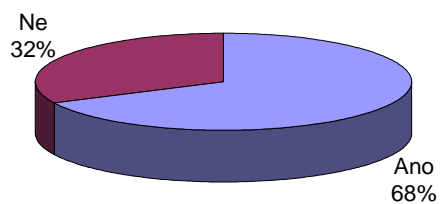
Graf č. 8: Kdo jsou vaši dodavatelé?



Zdroj: vlastní

Zde byl výsledek pro mne samotného relativně překvapivý. Jako očekávané jsou malé a střední podniky (zejména díky jejich kvantitě), ale jako překvapivé považuji, že 29% uvedlo jako své dodavatele také nadnárodní společnosti.

Graf č. 9: Ovlivňuje vás globální prostředí při nákupu vstupních surovin?

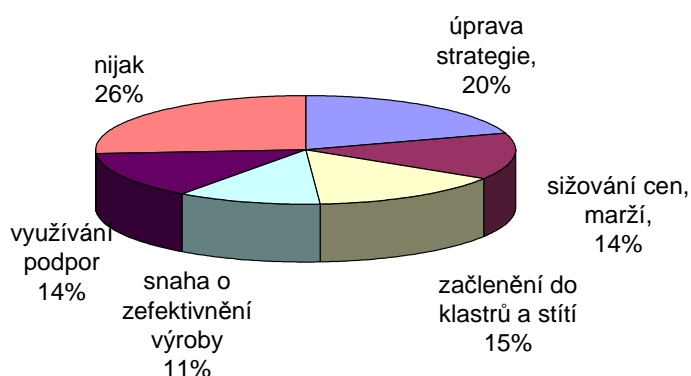


Zdroj: vlastní

32% respondentů uvedlo, že je globální prostředí neovlivňuje v oblasti nákupu vstupních surovin. V kontextu s otázkou č. 4, kdy uvedlo 92% podniků, že globalizace “zapříčinila” zvýšenou konkurenci nám vyplývá, že 24 % podniků je ovlivněno globální situací v oblasti prodejní, ale není schopno reagovat v oblasti nákupu surovin.



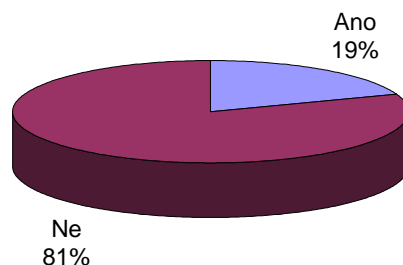
Graf č. 10: Jak se snažíte reagovat na globalizující se svět?



Zdroj: vlastní

Tuto otázku považuji za jednu ze stěžejních. Dává nám obrázek o tom, jak podniky reagují na nastalé změny podnikatelského prostředí. Jako pozitivní vidím, že 15% uvažuje o začlenění do klastrů a sítí, což je konkrétní možné a dle mého názoru velmi vhodné řešení. Pouze 20 % společností se chystá revidovat svou strategii. Naprosto alarmující je 26% podniků, které nereagují na situaci nijak.

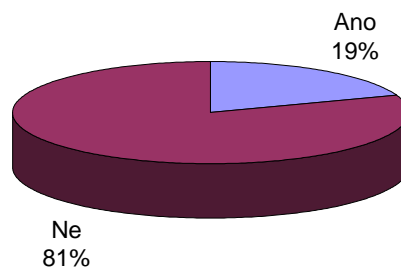
Graf č. 11: Nakupujete jako vstupní materiál suroviny pocházející z Asie?



Zdroj: vlastní

Zajímavou se také stala tato otázka, která poukázala na to, že téměř každý pátý podnik nakupuje suroviny pocházející z Asie.

Graf č. 12: Uvažujete o zapojení do klastru, nebo podobné struktury?



Zdroj: vlastní

Otázka byla také míněna jako doplňující. Její výsledek však vypovídá, o tom, že přestože samo od sebe uvedlo začlenění do klastrů jako vhodnou reakci na globalizaci pouze 15% podniků, při konkrétní otázce to bylo již 19%. To svědčí o stále nedostatečné informovanosti podniků o možnostech a výhodách klastrů a inovačních sítí.

## 5 Závěr

Vzhledem k předchozí struktuře mého příspěvku si dovolím pouze velmi stručné shrnutí. vyvozené závěry jsou postaveny na výsledcích tohoto výzkumu, nicméně je nutno zohlednit jisté zkreslení, které může být dáno odvětvími ve kterých oslovené podniky působí a také další samozřejmé okolnosti.

Nicméně ze šetření lze usuzovat, že téměř 13% podniků ve sféře malého a středního podnikání nechápe správně význam slova globalizace a nechápou zcela správně všechny souvislosti.

Jako největší změnu podnikatelského prostředí v důsledku globalizace chápe 92% podniků zvyšující se konkurenci a tak na cenu. Na tuto skutečnost však podniky reagují jen ve 20% snahou o změnu strategie, ve 26% nereagují nijak, což je velmi překvapivé.

Zatímco v horizontu do 5 let se cítí ohroženi Asijskou konkurencí ve 40% podniků v delším horizontu je to již 73%. Nebezpečí asijské konkurence není podceněno a patrně i zde se promítá specifikum Moravskoslezského kraje v příchodu velkých investorů (ASUS, Hyundai a další)

V 19 % podniky uvažují o začlenění do klastrů, resp. inovačních sítí, či podobných struktur, nicméně dle mého názoru také chybí konkrétnější představy, což může být zapříčiněno také malou informovaností a neznalostí.

Všechny zmíněné závěry bude nutno ověřit v dalších výzkumech, k čemu bude zapotřebí rozšíření výzkumného vzorku.

## Literatura

1. WAGNEROVÁ, E. Vybrané problémy v rozvoji podnikání s vazbou na MSP v regionu. In *Sb. Podnik a podnikání, současnost a perspektivy*. Ostrava: VŠB-TU, EF, 2002, s. 371-378, ISBN: 80-7329009-X
2. LEBIEDZIK, M. *Hospodářská politika Evropské unie*. dotisk. Praha: VŠE, 1999. ISBN 80-7079-946-3
3. WAGNEROVÁ, E. Podpůrné a brzdící faktory v procesu zakládání, fungování a ukončování činností MSP. *Acta oeconomica* N 12. Banská Bystrica, EF UMB, 2002, s. 145-152, ISBN 80-8055-597-4
4. PRNKA, T., HRONEK, F., ŠTERLINK, K. Evropská unie a inovace. *Česká společnost pro nové materiály a technologie*, Praha 2003. ISBN 80-7329-042-1
5. KŘENEK, P., CHVOJKA, M., BRÁBNÍKOVÁ, Š.: Česká republika v evropském výzkumném prostoru. *MZV ČR*, Praha 2003. ISBN 80-86345-35-1
6. LEDNICKÝ, V., VAŇEK, J. Síťové organizace malých a středních firem. In *Sborník výzkumných prací Ústavu malého a středního podnikání*, díl 6. Karviná: SU OPF, 2001, s. 45-54. ISBN 80-7248-126-6.
7. BIČÍK, I. Globalizace současného světa. *Geografické rozhledy*, 1999, ročník 3, str. 2-4.
8. SOROS, G. *The Crisis of Global Capitalism (Open Society Endangered)*. London: Little, Brown and Co., 1998
9. Internetové stránky Aliance PAS (<http://www.alianciapas.sk>)
10. Internetové stránky Portálu globalistiky (<http://www.darius.cz/globe/>)