

Podnikatelské prostředí v kontextu globální, evropské, národní a regionální úrovně

Přednáška 2



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

doc. Ing. Jarmila Šebestová, Ph.D.

Obsah přednášky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Základní definice
 - Globální vlivy prostředí
 - Evropské vlivy prostředí
 - Národní versus regionální vlivy prostředí
-

Definice podnikatelského prostředí (PP)



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ











- Podnikatelským prostředím jsou chápány všechny faktory a síly, které ovlivňují podnik.
 - PP je prostorově a systémově vymezená kategorie širšího významu (ekonomicky, eticky a geograficky určeného) se strukturovaným obsahem.
 - Prostředí: rozvinuté – nevyvinuté
 - Působení okolí: příznivé - nepříznivé
 - Podněty z PP:
 - **Zanedbatelné**
 - **Účinné**
 - *Rezistentní reakce*
 - *Pružná reakce*
 - *Důsledná reakce*
 - **Destruktivní**
-



Globální podnikatelské prostředí představuje nejširší podnikatelské prostředí. Toto prostředí v sobě zahrnuje mezinárodní aspekt, jelikož je tvořeno prostředím světové ekonomiky a faktory mezinárodního ekonomického řádu. Ovlivněno např.:

- *Mezinárodními institucemi pro ekonomickou stabilitu (OECD, WTO, Mezinárodní měnový fond (IMF), Světová banka (IBRD) a další.*
 - *vývoj objemu směny zboží a služeb, vývoj světových cen*
 - *kryptoměny*
-



KRYPTOMĚNA ▾	SYMBOL ▾	KURZ ▾	ZMĚNA (24H) ▾	TRŽNÍ KAPITALIZACE ▾		
	BitConnect	BCC	\$ 5.42	23.14%	\$ 49,891,022	Obchodovat
	NEO	NEO	\$ 146.34	22.97%	\$ 9,512,425,000	Obchodovat
	Gas	GAS	\$ 43.99	18.79%	\$ 431,228,490	Obchodovat
	Qtum	QTUM	\$ 29.5	16.06%	\$ 2,180,035,537	Obchodovat
	Golem	GNT	\$ 0.377777	11.27%	\$ 315,164,996	Obchodovat
	Vertcoin	VTC	\$ 4.11	10.09%	\$ 177,180,322	Obchodovat
	OmiseGO	OMG	\$ 18.1	9.92%	\$ 1,846,970,187	Obchodovat
	Hshare	HSR	\$ 10.03	9.08%	\$ 427,891,546	Obchodovat
	Augur	REP	\$ 46.8	8.09%	\$ 514,804,400	Obchodovat
	Bitcoin Cash	XBC	\$ 1253.33	7.94%	\$ 21,293,685,034	Obchodovat

<https://investplus.cz/investice/seznam-kryptomen-kurzy/>

Prodej a služby zákazníkům

- 1) *Přizpůsobení modernímu zákazníkovi.* Některé zavedené firmy proto začínají zaostávat za start-upy.
- 2) *Umělá inteligence nenahradí lidi.* nezačnemasově nahrazovat lidskou práci, alespoň pokud jde o zákaznický servis. Česko se může stát evropským centrem vývoje umělé inteligence
- 3) *Jeden komunikační kanál nestačí.* Firmy budou muset nabídnout co nejvíce komunikačních platforem, pomocí kterých se se svými zákazníky mohou spojit.

Technologie a kyberbezpečnost

- 4) *Bez blockchainu to nepůjde* Informační struktura blockchain je spojovaná především s kryptoměnami, její využití ale bude daleko širší. Kryptoměny - Práce budoucnosti? Nejvíce roste poptávka po programátorech blockchainu, uvádí LinkedIn
- 5) *Vzestup internetu věcí.* Síť takzvaných chytrých spotřebičů usnadňuje život v mnoha domácnostech
- 6) *Kontextualizace dat bude snazší* . Ve větší míře budou vznikat analytické aplikace, které umožní analyzovat data nikoliv pouze odborníkům.
- 7) *Etika v algoritmech.* Tyto algoritmy se budou zdokonalovat ve smyslu lepšího zacházení s klienty a bude do nich vnášen etický rozměr.



Marketing a reklama

8) *Ještě personalizovanější marketing.* Trend cílené reklamy bude pokračovat. Zároveň tím bude ubývat neosobních výzev, které přesvědčují spotřebitele k nákupu.

9) *Vlivné uživatelské recenze.* Stále více lidí, kteří nakupují online, se rozhoduje podle recenzí jiných zákazníků. Také tento trend bude sílit.

Technologie a média

10) *Nové strategie.* Nové zdroje údajů o zákaznících

11) *Hlasové vyhledávání* Hlasové vyhledávání je rychlejší a například pro řidiče bezpečnější než psaní.



Bankovníctví

12) *Možnosti plateb.* Bankovní sektor prochází významnými změnami ohledně možnosti placení, o vlastních službách začínají uvažovat i nebankovní instituce. To si však vyžádá další regulace kvůli zachování bezpečnosti transakcí nebo i boji proti praní špinavých peněz.

13) *Proměna internetového bankovníctví* Mileniálové chtějí platit kdykoliv a kdekoliv, čemuž banky budou muset přizpůsobovat své často stále tradiční modely. I vzhledem k tomu, že jim v tomto ohledu může narůst konkurence v podobě nebankovních institucí.

14) *Více kyberútoků.* Mobilní internetové bankovníctví a více možností platebních metod bude znamenat nárůst kybernetických útoků.



Politika

15) *Doba přeje podnikatelům.* Politické klima přeje podnikatelům a vytváří optimální podmínky pro byznys.

16) *Ochrana osobních údajů.* Ochrana osobních údajů se stává standardem. Firmy se musely už od letošního května vypořádat s nařízením Evropské unie GDPR, které má ochranu osobních údajů posílit.

17) *Dovozní cla.* Nejistota firem ohledně dovozních cel, která mezi sebou zavádějí Spojené státy, Čína i Evropská unie na různé komodity, neskončí.



Moderní pracoviště

18) *Spokojenost zaměstnanců je prioritou* Vzhledem k historicky velmi nízkým hodnotám nezaměstnanosti, která v Česku v listopadu dosahovala 2,8 procenta, se pro firmy stává problémem najít zaměstnance.

19) *Práce na dálku* Vzhledem k situaci na trhu práce je pravděpodobné, že firmy budou nabízet svým zaměstnancům různorodější formy pracovních úvazků a využívána bude také ve větší míře práce na dálku.

20) *Zaměstnanci start-upů.* Z mnohých start-upů se stávají úspěšné firmy. Lze proto očekávat, že budou nejen zvyšovat počty svých zaměstnanců, ale také najímat více odborníků.

Index globalizace 2018 (KOF, 209 zemí)



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Skládá se z:
ekonomického (36%),
sociálního (38%) a
politického globalizačního indexu (26%)
17. ČR
27. Slovensko
24. Estonsko
45. Rusko

Rank	Country	Globalisation Index, de facto
1	Switzerland	90,51
2	Netherlands	89,91
3	Belgium	89,55
4	Ireland	87,15
5	Austria	87,10
6	Sweden	86,33
7	Denmark	85,94
8	Germany	85,93
9	United Kingdom	84,97
10	Malaysia	84,95

Ekonomická Globalizace



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Ekonomická Globalizace

i) Aktuální vlivy

Zahraníční obchod

Přímé zahraniční investice

Portfolio Investice

ii) Bariéry

Skryté bariéry dovozu

Cla

Restrikce dovozu kapitálu

13. ČR

20. Slovensko

108. Rusko

Rank	Country	Economic Globalisation , overall index
1	Singapore	92,47
2	Hong Kong, China	90,07
3	Netherlands	89,31
4	Belgium	89,23
5	Malta	86,73
6	Ireland	86,19
7	Luxembourg	85,49
8	Estonia	84,31
9	Switzerland	83,82
10	Hungary	83,02

Index Sociální Globalizace

Sociální Globalizace

i) Osobní kontakt

Využívání telefonu

Bankovní převody (percent of GDP)

Mezinárodní turismus

Cizinci v populaci (percent of total population)

Odesílání dopisů do zahraničí (per capita)

ii) Informační toky

Uživatelé internetu (na 1000 obyv.)

Televize (na 1000 obyv)

Prodej novin (percent of GDP)

iii) Kulturní provázanost

Počet restaurací McDonald's (per capita)

Počet obchodů Ikea (per capita)

Prodej knih (percent of GDP)

Rank	Country	Social Globalisation, overall index
1	Norway	90,43
2	Luxembourg	89,89
3	Switzerland	89,58
4	Denmark	88,30
5	Ireland	88,12
6	United Kingdom	88,05
7	New Zealand	86,88
8	Austria	86,75
9	Canada	86,48
10	Belgium	86,29

33. ČR

35. Slovensko

93. Rusko



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Politická Globalizace



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Politická Globalizace

Počet ambasád

Členství v mezinárodních organizacích

Účast v radě bezpečnosti OSN

Zahraniční mise

Mezinárodní smlouvy a dohody

27. Rusko

28. ČR

43. Slovensko

Rank	Country	Index, overall
1	Italy	99,26
2	France	99,15
3	Germany	98,23
4	Spain	98,04
5	Netherlands	97,64
6	Sweden	97,16
7	Belgium	95,80
8	Switzerland	95,69
9	Austria	95,62
10	United States	95,43

Globalizace nás sblíží, ale vnitřně jsme každý jiný...



- Manažeři musí pochopit šíři a hloubku proměnných, které mohou ovlivnit jejich styl řízení, stejně jako obchodní praktiky.



Investiční plán pro Evropu: Junckerův plán : Obnova investic v Evropě

- *Strategie pro jednotný trh*

Podílet se na stimulaci hospodářského růstu a vytváření pracovních míst. Zvýšit konkurenceschopnost Unie a učinit z ní atraktivní místo pro investice a inovace.

- *Unie kapitálových trhů*

Vytvořit hlubší a integrovanější kapitálové trhy v Evropě, s jejichž pomocí se docílí mobilizace kapitálu pro všechny podniky, včetně malých a středních, a pro infrastrukturní projekty, které kapitál potřebují, aby se mohly rozvíjet a vytvářet pracovní místa.

- *Strategie pro jednotný digitální trh*

Usnadnit přístup k online zboží, navrhnout pravidla, která budou držet krok s vývojem technologií, a využít přínos digitalizace.

- *Akční plán EU pro oběhové hospodářství*

Směřovat k ekonomice účinně využívající zdroje, v níž je co nejdéle zachována hodnota produktů, materiálu a zdrojů a minimalizuje se produkce odpadu.



- Národní podnikatelské prostředí je představováno konkrétními faktory (politické, legislativní, ekologické, demografické, technologické a další) konkrétní země, se kterou se konkrétní podnikatelský subjekt identifikuje.
 - Národní podnikatelské prostředí působí tzv. národním vlivem na podniky, který vychází a je dán politikou a rozhodnutími vlády příslušné země.
 - **Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro období 2012 až 2020 (SMK). Její podtitul je "Zpět na vrchol". (9 pilířů, 200 opatření)**
-

PP na národní úrovni



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Na vytváření podnikatelského prostředí se podílejí:

- **státní orgány** - např. ministerstva, ČNB, další centrální orgány
- **státem zřízené nebo státem podporované instituce a agentury** – Czech Invest, EGAP, OHK
- **soudy,**
- **orgány veřejné samosprávy**
- **vzdělávací infrastruktura,**
- **výzkumná a vývojová pracoviště,**
- **subjekty působící v oblasti peněžnictví, banky, pojišťovny, instituce kapitálového trhu,**
- **leasingové společnosti,**
- **podnikatelská samospráva (komory, svazy, asociace, spolky a další)**
- **poradenské, zprostředkovatelské a obdobné organizace,**
- **tržní subjekty** - reální a potenciální konkurenti a reální a potenciální kooperační partneři.

Hodnocení na regionální/lokální úrovni



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Lokální podnikatelské prostředí je chápáno jako konkrétní prostředí (lokalita, město, oblast), ve kterém je podnik umístěn a realizuje své podnikatelské aktivity.
 - Strategické plány krajů, obcí
 - Podnikatelská nálada
 - Vliv na vznik nových podnikatelských subjektů
 - <http://www.businessinfo.cz/cs/podnikatelske-prostredi.html>
-

Index podnikatelské nálady MSP

—■— UEAPME
—■— ČR

