

Podnikatelské prostředí

1. přednáška



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Ing. Šárka Zapletalová, Ph.D.
Katedra Podnikové ekonomiky a managementu
PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ

Základní informace k předmětu



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- **Přednášející: Ing. Šárka Zapletalová, Ph.D.**
 - Kancelář: B202
 - Konzultační hodiny: středa 11,00 – 13,00 nebo online přes MS Teams
 - Email: zapletalova@opf.slu.cz
 - Telefon: 596 398 433
- **Veškeré materiály, informace a podklady ke studiu: IS SU**
- **Požadavky na ukončení předmětu:**
 - Absolvování průběžného testu na přednášce v týdnu 28. 3. – 1. 4. 2022 – 20% hodnocení
 - Vypracování a odevzdání seminární práce nejpozději do 10. 5. 2022 (do 23:00) přes Odevzdáárnu IS SU a prezentace od 16. 5. 2022 – 20% hodnocení
 - Absolvování zkoušky – 60% hodnocení

Osnova tématu

- Podstata a vymezení podnikatelského prostředí
- Typologie podnikatelského prostředí
- Struktura podnikatelského prostředí
- Význam podnikatelského prostředí



Podnikatelské prostředí



- Každý podnik je otevřený systém, který má vztahy k okolím, ve kterém a působí a výsledky podniku pak ve značné míře závisí na faktorech vnějšího a vnitřního prostředí. Tyto síly a faktory mohou působit buď přímo, nebo nepřímo na aktivity a výsledky aktivit podniku.
- Podnikatelské prostředí musíme chápat v celistvosti, jako určitý komplex faktorů, vztahů a vlivů působících na daný podnikatelský subjekt.
- Podnikatelské prostředí představuje veškeré síly a vlivy, které působí na konkrétní podnikatelský subjekt, ať už z vnějšího (externího) prostředí nebo z vnitřního (interního) prostředí

Typologie podnikatelského prostředí



- Podnikatelské prostředí můžeme posuzovat podle různých charakteristik.

Dvořáček a Slunčík (2012) uvádějí čtyři základní typy podnikatelského prostředí, které byly identifikovány na základě těchto dvou faktorů:

- míra komplexnosti faktorů podnikatelského prostředí: jednoduchá – komplexní;
- dynamičnost vývoje faktorů prostředí v čase: statická – dynamická.

Na základě těchto dvou faktorů byly tedy identifikovány tyto typy podnikatelského prostředí:

- *stabilní jednoduché podnikatelské prostředí* – jedná se o prostředí statické s malou mírou nejistoty z hlediska identifikace vlivu faktorů působících na podnikatelský subjekt;

Typologie podnikatelského prostředí



- *stabilní komplexní podnikatelské prostředí* – také v tomto případě se jedná o prostředí statické, ale tentokrát se střední mírou nejistoty z hlediska identifikace vlivu faktorů působících na podnikatelský subjekt, střední míra nejistoty je dána vyšší mírou komplexností faktorů podnikatelského prostředí;
- *dynamické jednoduché podnikatelské prostředí* – zde se jedná o prostředí s vysokou dynamikou změn, která je příčinou vyšší míry nejistoty z hlediska identifikace faktorů působících na podnikatelský subjekt;
- *dynamické komplexní podnikatelské prostředí* – nazývá se také jako turbulentní prostředí a je typické značnou nejistotou předpovědí o budoucím vývoji což vyžaduje rychlou reakci na změny v prostředí, a tím vyvolává vysoké náklady na přizpůsobení se změnám v prostředí.

Struktura podnikatelského prostředí



- Podnikatelské prostředí, jako celek má vrstvy, které strukturují prostředí a vytvářejí z podnikatelského prostředí tak určitý komplexní systém.
- Strukturovat podnikatelské prostředí můžeme z různých hledisek a je pojímána různými autory různě.
- Asi nejčastěji se setkáváme se strukturováním podnikatelského prostředí ze dvou pohledů, a to z pohledu směru vlivu faktorů na daný podnik a z prostorového pohledu působení daného podniku.

Struktura podnikatelského prostředí z pohledu směru vlivu faktorů na daný podnik rozlišuje podnikatelské prostředí na externí (vnější) a prostředí interní (vnitřní).

- *Externí prostředí* je prostředí, které se nachází mimo podnikatelský subjekt. Toto externí prostředí můžeme rozčlenit do dvou vrstev, a to na makroprostředí a tržní prostředí. Makroprostředí je chápáno jako vzdálenější prostředí a tržní prostředí jako tzv. bližší prostředí. Kotler a Keller (2013) nazývají makroprostředí jako širší prostředí a tržní prostředí jako tzv. činné prostředí.

Struktura podnikatelského prostředí

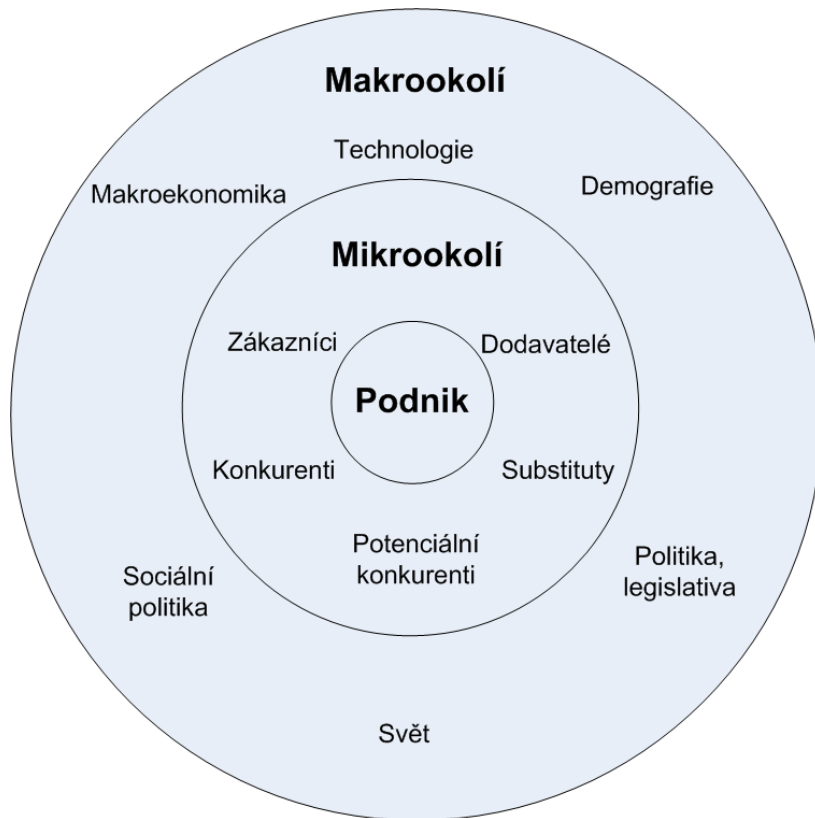


- *Interní prostředí* je pak chápáno jako prostředí konkrétního podnikatelského subjektu.
- Někteří autoři, jako třeba P. Kotler s G. Armstrongem (2001), člení prostředí do třech vrstev: makroprostředí, mikroprostředí (tržní prostředí) a vnitřní prostředí, přičemž makroprostředí a mikroprostředí jsou součástí vnějšího prostředí.
- Další autoři (jako např. Jakubíková 2008, s. 82-84) rozčleňují podnikatelské prostředí na makroprostředí a mikroprostředí (zahrnující trh a podnik). Z tohoto je vidět, že co autor, to jiný názor a jiné pojmenování.

Struktura podnikatelského prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



Prostor pro doplňující informace, poznámky

Externí podnikatelské prostředí



- Externí podnikatelské prostředí je vnějším prostředím podniku, které na podnik působí a ovlivňuje jej.
- Externí podnikatelské prostředí můžeme rozčlenit do dvou úrovní, a to na vzdálenější a bližší prostředí (okolí).
- Vzdálenější prostředí se obvykle nazývá makroprostředí a bližší prostředí jako tržní prostředí.
- Pojmenování těchto úrovní není v odborné literatuře vždy jednotné. Například trh nazývají Kotler a Keller ve své publikaci činným prostředím. Dvořáček a Slunčík (2012) označuje makroprostředí jako prostředí všeobecné a trh jako prostředí specifické.

Makroprostředí



- Vzdálenější podnikatelské prostředí je nejširším prostředím, které působí na podnikatelský subjekt.
- Toto prostředí se nejčastěji označuje jako tzv. makroprostředí.
- Makroprostředí je vytvořeno společenským a historickým vývojem konkrétní společnosti v konkrétní lokalitě, proto se také označuje jako „kontextuální úroveň“. Což znamená, že podnik funguje a existuje v určitém širším kontextu, širších souvislostech.
- Samotný podnikatelský subjekt nemůže ovlivnit makroprostředí a jeho části. Podnik faktory z makroprostředí pouze reflektuje, může je využívat a negativním faktorům se případně bránit.

Tržní prostředí



- Spíše než pojem bližší podnikatelské prostředí se používá pojem trh nebo odvětví, nebo také mezoprostředí. Někteří autoři začleňují toto prostředí do mikroprostředí, tj. do prostředí podniku.
- Základní charakteristikou tržního prostředí je to, že podniky mohou ovlivňovat subjekty a síly tohoto podnikatelského prostředí. Toto ovlivňování je cílené a záměrné.
- Tržní prostředí můžeme označit jako úroveň transakční, protože právě v tomto prostředí dochází k transakcím spojených s realizací podnikatelských aktivit.

Interní podnikatelské prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Interní prostředí podniku, nazývané často jako mikroprostředí, z pohledu podnikatelského prostředí představují schopnosti podniku, které by měla být zdůrazněny, vyzdviženy.
- Interní prostředí podniku můžeme označit jako organizační úroveň podnikatelského prostředí, jelikož se týká čistě podniku jako organizace.
- Faktory nebo také síly, které ovlivňují realizaci podnikatelských aktivit a směřují do prostředí podniku, můžeme rozdělit do dvou skupin, a to na faktory strategické a faktory organizační. Všechny tyto faktory jsou plně pod kontrolou podniku a zájmových skupin.
- Samozřejmě, že významným a nepomíjitelným faktorem tohoto prostředí je finanční hospodaření podniku a celková ekonomika podniku. Ale vzhledem k tomu, že těmto stránkám podniku jsou věnovány jiné studijní materiály, které studují tuto problematiku do hloubky, tak se jim v tomto studijní text věnuje pouze okrajově.

Struktura podnikatelského prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Další pohled na strukturu podnikatelského prostředí můžeme odvozovat z **prostorového (geografického) pohledu působení daného podniku**. Dvořáček a Slunčík (2012) ve své publikaci uvádějí tzv. komplexní pohled na podnikatelské prostředí, který člení podnikatelské prostředí na globální, národní, lokální, odvětví a podnik. Vzhledem k prostorovému uspořádání podnikatelského prostředí, pak tedy rozlišujeme:

- **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. Globální podnikatelské prostředí působí tzv. supranárodním vlivem na podniky. Supranárodní vliv ovlivňuje všechny podnikatelské subjekty na celém světě a vychází z působení subjektů světové ekonomiky.

Struktura podnikatelského prostředí

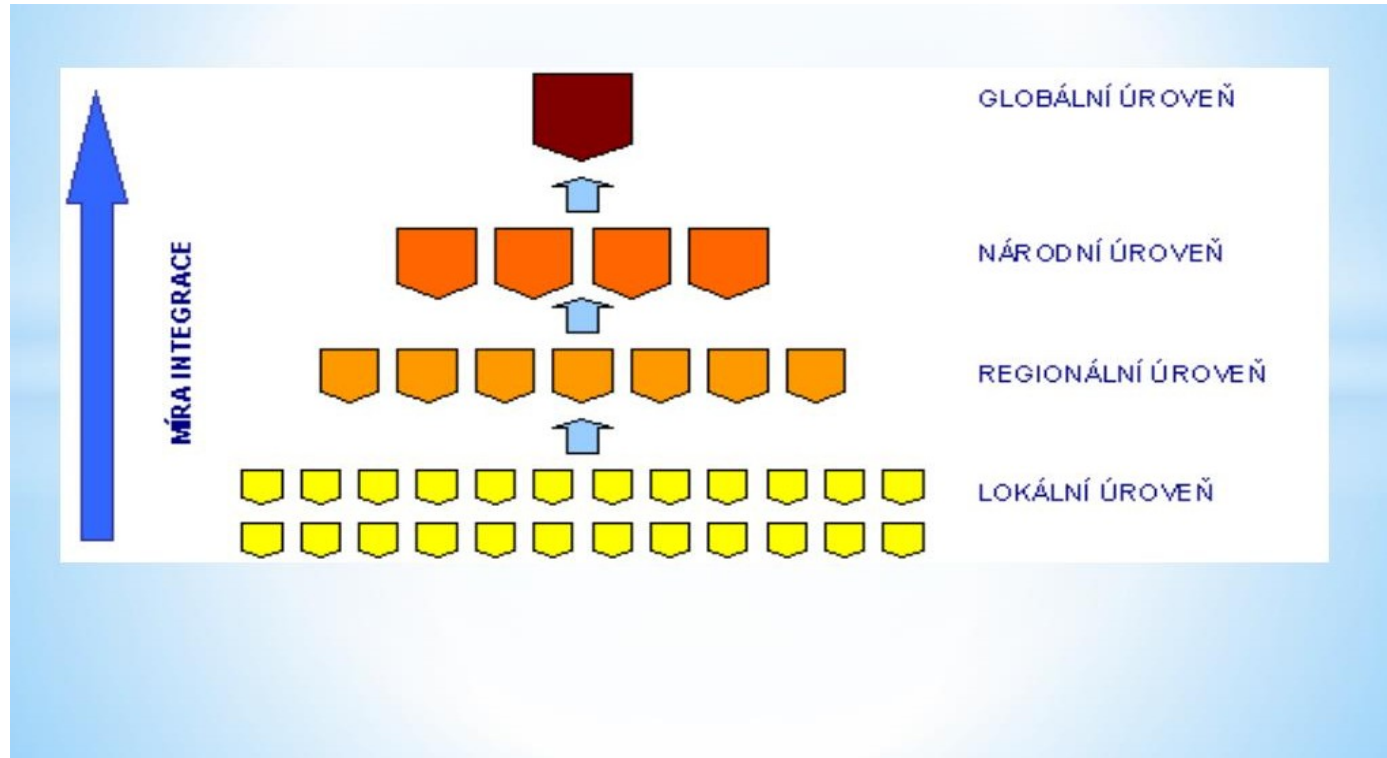


- **Národní podnikatelské prostředí** je představováno konkrétními faktory (politické, legislativní, ekologické, demografické, technologické a další) konkrétní země, se kterou se konkrétní podnikatelský subjekt identifikuje. Národní podnikatelské prostředí působí tzv. národním vlivem na podniky, který vychází a je dán politikou a rozhodnutími vlády příslušné země.
- **Lokální podnikatelské prostředí** je chápáno jako konkrétní prostředí (lokalita, město, oblast), ve kterém je podnik umístěn a realizuje své podnikatelské aktivity. Lokální podnikatelské prostředí působí tzv. subnárodním vlivem na podniky, který je dán působením lokálních autorit v příslušné oblasti.

Struktura podnikatelského prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KÁROVINĚ



Globální podnikatelské prostředí



- Podnikatelské subjekty dnes nemohou vnímat svět „podnikání“ jenom v kontextu národního státu, kde působí, ale v kontextu celosvětovém. A týká se to i podniků, které působí pouze na tuzemských trzích.
- “Proto v této souvislosti hovoříme o globálním podnikatelském prostředí. P
- Pochopení vztahů a interakcí mezi podnikem a globálním podnikatelským prostředím je významným faktorem pro úspěch podniku a jeho konkurenceschopnost.
- Globální podnikatelské prostředí lze vymezit jako prostředí různých suverénních států, které působí na podnikatelský subjekt, ovlivňuje jeho aktivity a rozhodování

Prostředí světové ekonomiky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Teritoriem realizace mezinárodních podnikatelských aktivit je světové hospodářské prostředí (světová ekonomika), které je tvořeno faktory a silami významným způsobem ovlivňujícími činnost podnikatelských subjektů.
- Světová ekonomika, která je chápána jako ekonomickopolitická polycentrická soustava složená z různých relativně výrobně uzavřených a ekonomicky samostatných státních celků, se zformovala v poslední třetině 19. století jako světová kapitalistická (tržní) ekonomika založená na nerovných vztazích mezi vysoce rozvinutými centry a zaostávající koloniální periférií.
- Mezi nejvýznamnější externí faktory působící z úrovně světové ekonomiky a ovlivňující rozvoj mezinárodních podnikatelských aktivit můžeme zařadit proces liberalizace a globalizace světové ekonomiky.

Prostředí světové ekonomiky



- **Subjekty světové ekonomiky** jsou obecně nazývány jako ekonomické celky. Základním subsystémem světové ekonomiky je státní ekonomický celek (*národní ekonomika*). K dalším subjektům světové ekonomiky patří *mezinárodní integrační seskupení* (institucionalizované integrační celky), *nadnárodní celky* (neinstitucionalizované integrační celky) a *podnikatelské subjekty* působící uvnitř národní ekonomiky.
- Subjekty tak rozdělujeme na subjekty makroekonomického typu a mikroekonomického typu. K subjektům *makroekonomického typu* zařazujeme národní ekonomiky a mezinárodní integrační seskupení.
- Podnikatelské subjekty tuzemské (rezidenti) i zahraniční (nerezidenti), které realizují mezinárodní podnikatelské aktivity, patří k subjektům světové ekonomiky tzv. *mikroekonomického typu*.

Prostředí světové ekonomiky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

- Mezi subjekty mikroekonomického typu patří především nadnárodní podniky, ale můžeme zde zařadit i ostatní podnikatelské subjekty bez ohledu na jejich velikost.
- Subjekty světové ekonomiky jsou mezi sebou provázány vazbami, mezinárodními ekonomickými vztahy, které mají formu pohybu zboží a služeb, pohyb u kapitálu, pohyb vědecko-technických znalostí a pracovních sil. Pomocí těchto vazeb dochází k vzájemným interakcím mezi jednotlivými subjekty i k interakcím každého prvku z nich se světovým hospodářstvím jako celkem.
- Subjekty světové ekonomiky jsou mezi sebou provázány vazbami, přičemž světová ekonomika vystupuje vůči těmto subjektům jako vnější prostředí



Vývoj světové ekonomiky:

- 1. etapa - vznik světové ekonomiky – konec 19. století
- 2. etapa – rozvoj světové ekonomiky – do začátku 1. světové války
- 3. etapa – období mezi dvěma světovými válkami
- 4. etapa – od konce 2. světové války do konce 90. let
- 5. etapa – od konce 90. let do dnešních dnů

Prostředí světové ekonomiky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

- Mezi nejvýznamnější externí faktory působící z úrovně světové ekonomiky a ovlivňující rozvoj mezinárodních podnikatelských aktivit můžeme zařadit proces liberalizace a globalizace světové ekonomiky.
- Globalizace je nejčastěji vnímána jako soubor ekonomických procesů vyvolávající celou řadu společenských důsledků, a to nejvíce v oblasti kultury, ekonomiky a životního prostředí země.
- Mezinárodní měnový fond (IMF, 1997) globalizaci definuje jako rostoucí ekonomickou vzájemnou závislost zemí ve světovém měřítku v důsledku rostoucího objemu a druhu přeshraničních transakcí zboží a služeb a toku mezinárodního kapitálu, jakož i rychlejšího a rozsáhlejšího šíření technologií.
- Globalizace světové ekonomiky je pokračováním vývoje internacionalizace světového hospodářství. Globalizace je potom chápána jako pokročilejší a komplexnější forma internacionalizace, která zahrnuje i funkcionální integraci mezinárodně rozptýlených aktivit. V rámci globalizace vzniká nový ekonomický řád a nová dělba práce, nový politický řád s novou strukturou i režimem světového politického systému, kosmopolitní kultura.



- Prostředí národního státu, z pohledu podnikatele, představuje viditelné a neviditelné instituce, které ovlivňují normativní a kognitivní dimenze podnikání.
- *Viditelnými institucemi* jsou formální instituce a organizace poskytující podporu a pomoc podnikatelským subjektům.
- K *neviditelným institucím* patří kulturní hodnoty, vzdělávací systémy, regulace a procedury, ekonomický systém a vládní politika.
- Nastavení podmínek národního státu vychází převážně z ekonomického, politického a legislativního prostředí daného státu.

Prostředí národního státu



- Jednotlivé ekonomické celky jsou považovány za samostatné systémy a jako takové si samy stanovují podmínky pro působení tuzemských a zahraničních podnikatelských subjektů. Všechny státy mají snahu zasahovat do podnikatelských aktivit přesahujících hranice státu v různých stupních.
- Intervence mají většinou charakter politických rozhodnutí s cílem získání co nejlepších možností pro národ a jeho obyvatele.
- Důvody intervencí vlád můžeme rozdělit na důvody ekonomické a důvody neekonomické. Mezi **ekonomické důvody** patří například prevence nezaměstnanosti, ochrana vznikajících odvětví, podpora industrializace nebo zlepšování ekonomických vztahů s jinými zeměmi. Mezi nejčastější **neekonomické důvody** bývá zařazováno zachování nezbytného průmyslu (odvětví), zachování nebo rozšíření sfér vlivu nebo ochrana aktivit pomáhající zachovávat národní identitu.

Význam podnikatelského prostředí



- Podnikání a podnik spolu velmi úzce souvisí, protože z ekonomického hlediska ke každému podnikání je zapotřebí určitých podnikatelských zdrojů, které jsou typickým způsobem uspořádány a institucionalizovány v celek, který se nazývá podnik.
- Od konce minulého století je vnímán vliv podnikatelského prostředí na úspěch podnikání jako velmi významný, ne-li přímo určující. Můžeme objevit v Timmonsově modelu z roku 2001 podnikatelské prostředí jako jeden ze tří faktorů úspěchů podnikání. V tomto svém modelu jej Timmons označuje jako hnací síly.
- Také systémový model faktorů úspěchů v podnikání zařazuje podnikatelské prostředí mezi tzv. objektivní faktory úspěchů podnikání, spolu s faktorem vlastnictví. Z tohoto pohledu je vidět, že význam podnikatelského prostředí pro úspěch podnikání je nezanedbatelným.

Význam podnikatelského prostředí



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Když bychom stručně měli shrnout význam podnikatelského prostředí pro podnikání, tak můžeme vyjít z tvrzení Jünger a Fialová (2004), že podnikatelské prostředí vytváří:

- podmínky pro start podnikatelské činnosti;
- podmínky pro rozvoj podnikatelské činnosti;
- podmínky pro kvalitní podnikatelské aktivity.

Jak uvádí Dvořáček a Slunčík (2012) znalost podnikatelské prostředí je důležitá, mimo jiné, z těchto důvodů:

- umožňuje pochopit vztahů podnikatelského subjektu s okolím,
- zvyšuje schopnost adaptace na konkrétní podnikatelské prostředí,
- umožňuje využívat možnosti pro ovlivňování konkrétního podnikatelského prostředí.

Změny v podnikatelském prostředí



Charakteristickou vlastností podnikatelského prostředí je neustálý proces událostí a změn, které mají různě dlouhé doby trvání a rozličnou míru vlivu na společnost. Z pohledu doby trvání a míry vlivu na společnost rozlišujeme:

- **Módní jevy (výkyvy)** jsou nepředvídatelné, krátkodobé události bez významnějšího vlivu na dlouhodobou sociální, ekonomickou a politickou oblast.
- **Trend** je charakteristický směr nebo posloupnost vývoje událostí, který se vyznačuje dlouhodobou tendencí.
- **Megatrendy** jsou reprezentovány velkými sociálními, ekonomickými, politickými a technologickými změnami, které se vyvíjejí pozvolna a dlouhodobě a výrazným způsobem ovlivňují život jednotlivce i společnosti. Mezi nejčastěji uváděné megatrendy patří globalizace, liberalizace, regionalizace apod.

Shrnutí tématu



- Podnikatelské prostředí představuje veškeré síly a vlivy, které působí na konkrétní podnikatelský subjekt z vnějšího a vnitřního prostředí. Tyto síly a vlivy jsou v řadě případů určující pro úspěch podnikatelských aktivit daného subjektu. Podnikatelské prostředí jednak vytváří pro podniky příležitosti, které mohou využívat, ale také generuje hrozby, které podnikatelský subjekt mohou ohrožovat a způsobovat neúspěch jejich aktivit.
- Podnikatelské prostředí můžeme strukturovat, a to jak z pohledu směru vlivu faktorů na podnik (externí prostředí a interní prostředí), tak z pohledu prostorového (globální prostředí, národní prostředí, lokální prostředí). V případě začleňování prvků a faktorů do jednotlivých vrstev podnikatelského prostředí, existuje značná nejednotnost názorů různých autorů.