

# **Konkurenceschopnost v globalizované ekonomice**

Distanční studijní text

**Jan Nevima**

**Karviná 2019**



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Obor:** Tato distanční studijní opora tematicky spadá do oboru Veřejná ekonomika a správa.

**Klíčová slova:** konkurenceschopnost, tradiční východiska konkurenceschopnosti, Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky, Centrum ekonomických studií VŠEM, globalizace, nedokonalá konkurence, kartelové dohody, klastr, efektivita, konkurenceschopnost regionu, konkurenční výhoda, NUTS, kapacita regionální konkurenceschopnosti, pyramidový model, teorie komparativních výhod, národní konkurenceschopnost, konkurenční výhoda, zlatá pravidla konkurenceschopnosti, multidimenzionální hodnocení konkurenceschopnosti, žebříčky hodnocení konkurenceschopnosti, ročenka světové konkurenceschopnosti, Světové ekonomické fórum, IMD, inovace, inovační cyklus, intelektuální a lidský kapitál, nástroje udržitelného rozvoje, mýty o udržitelném rozvoji, pilíře udržitelného rozvoje

**Anotace:** Předložená distanční studijní opora s názvem „Konkurenceschopnost v globalizované ekonomice“ usiluje o pokrytí základním učebním textem stejnojmenného předmětu zejména pro studenty kombinované formy navazujícího magisterského studia Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné, Slezské univerzitě v Opavě.

Jedná se o nově zpracovanou oporu, která vychází z dlouhodobé výzkumné, pedagogické a publikační činnosti autora.

Studijní text poskytuje čtenáři nejprve vymezení klíčových pojmů, popisuje teoretické aspekty jednotlivých oblastí a tam, kde je to žádoucí usiluje o vysvětlení významu konkurenceschopnosti prostřednictvím příkladů.

Opora je rozdělena do sedmi kapitol, kde se jedná o poměrně autonomní celky usilující o základní vhled do pestré problematiky konkurenceschopnosti.

**Autor:** **doc. Ing. Jan Nevima, Ph.D.**

## Obsah

ÚVODEM.....	6
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	7
1 VYMEZENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI JAKO EKONOMICKÉ KATEGORIE.....	8
1.1 Rozsah konkurenceschopnosti .....	9
1.2 Vymezení konkurenceschopnosti.....	10
1.3 Centra zabývající se vymezením konkurenceschopnosti .....	11
1.4 Konkurenceschopnost a globalizace .....	15
2 FIREMNÍ KONKURENCESCHOPNOST .....	18
2.1 Firma v dokonalé konkurenci.....	18
2.2 Firma v nedokonalé konkurenci - monopol .....	19
2.3 Firma v nedokonalé konkurenci - oligopol .....	20
2.3.1 Cenové vůdcovství.....	21
2.3.2 Paralelní tvorba cen.....	21
2.3.3 Barometrická tvorba cen .....	21
2.4 Firma v nedokonalé konkurenci – monopolistická konkurence.....	22
2.5 Konkurenceschopnost firmy .....	22
2.5.1 Klastry.....	27
2.5.2 Zaměstnanci a konkurenceschopnost.....	28
2.5.3 Základní konkurenční strategie.....	29
2.5.4 Analýza konkurenceschopnosti .....	29
3 REGIONÁLNÍ KONKURENCESCHOPNOST .....	33
3.1 Konkurenceschopnost regionu .....	34
3.2 Hodnocení regionální konkurenceschopnosti .....	35
3.3 Pilířová struktura .....	36
3.4 Datová základna a její (ne)dostupnost .....	39
3.5 Konkurenceschopnost měst a obcí .....	40
3.5.1 Lidské zdroje.....	43
3.5.2 Výzkum, vývoj a inovace .....	43
3.5.3 Ekonomická struktura .....	44
3.5.4 Přímé zahraniční investice .....	44
3.5.5 Dopravní a telekomunikační infrastruktura .....	44

3.6	Vztah mezi produktivitou a zaměstnaností .....	45
3.7	Pyramidový model regionální konkurenceschopnosti .....	46
3.8	Kapacita regionální konkurenceschopnosti.....	48
3.8.1	Teorie komparativních výhod .....	48
3.8.2	Porterův koncept konkurenční výhody .....	49
3.8.3	Teorie X-neefektivnosti .....	49
4	NÁRODNÍ KONKURENCESCHOPNOST .....	54
4.1	Přístupy k vymezení národní konkurenceschopnosti .....	55
4.2	Konkurenční výhoda .....	56
4.3	Sledování konkurenceschopnosti .....	57
4.4	Udržení a zvýšení národní konkurenceschopnosti .....	58
4.5	Hodnocení konkurenceschopnosti České republiky podle Evropské komise.....	60
5	MEZINÁRODNÍ ORGANIZACE MĚŘÍCÍ KONKURENCESCHOPNOST .....	63
5.1	Mezinárodní organizace měřící konkurenceschopnost .....	63
5.2	Multidimenzionální (multikriteriální) přístupy k hodnocení konkurenceschopnosti.....	64
5.3	World Competitiveness Yearbook - Ročenka světové konkurenceschopnosti...	65
5.4	World Economic Forum.....	65
5.5	Další ročenky měření konkurenceschopnosti.....	67
5.5.1	Doing Business .....	67
5.5.2	Index ekonomické svobody .....	67
5.5.3	Index přitažlivosti zemí z hlediska delokačních rozhodnutí.....	68
5.6	Na co působí výstupy z mezinárodních hodnocení? .....	68
6	INOVACE A KONKURENCESCHOPNOST .....	70
6.1	Inovace .....	71
6.1.1	Dělení inovací .....	75
6.1.2	Inovační nástroje .....	76
6.1.3	Hodnocení inovací .....	76
6.1.4	Sociální inovace .....	77
6.1.5	Lidský kapitál.....	79
6.1.6	Intelektuální kapitál .....	80
6.1.7	Konkurenceschopnost a cesta celoživotního vzdělávání .....	81
6.1.8	Inovační proces .....	82
6.1.9	Modely inovačních procesů .....	82

6.1.10	Životní cyklus výrobků .....	84
7	KONCEPT (TRVALE) UDRŽITELNÉHO ROZVOJE (UR) .....	89
7.1	Nástroje udržitelného rozvoje .....	90
7.1.1	Ekonomické nástroje.....	90
7.1.2	Právní nástroje .....	90
7.1.3	Technické nástroje .....	91
7.1.4	Další nástroje .....	92
7.1.5	Přehled konkrétních nástrojů dosahování udržitelného rozvoje .....	92
7.2	Mýty o udržitelném rozvoji.....	94
7.2.1	Neexistuje žádný jasný koncept udržitelného rozvoje.....	95
7.2.2	Udržitelný rozvoj je pouze o životním prostředí .....	95
7.2.3	Vládní intervence nejsou důležité pro zajištění trvale udržitelného růstu ...	95
7.2.4	Problém udržitelného rozvoje je v konečném důsledku zapříčiněn přelidněním .....	96
7.3	Soudobé cíle udržitelného rozvoje a jejich monitoring.....	96
7.3.1	Pilíř sociální .....	97
7.3.2	Pilíř ekonomický .....	97
7.3.3	Pilíř environmentální .....	98
7.3.4	Soudobé cíle udržitelného rozvoje.....	98
	LITERATURA .....	101
	SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY .....	106
	PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	108

## ÚVODEM

Předložená studijní opora si klade za cíl v hlavních bodech seznámit čtenáře s vybranými oblastmi vymezení, měření a hodnocení konkurenceschopnosti. Tyto oblasti mají poměrně široký záběr a v konečném důsledku posilují tržní úspěšnost firem, regionů a národů.

Konkrétně je tato distanční opora určena studentům předmětu Konkurenceschopnost v globalizované ekonomice vyučovaného v kombinované formě studia na Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné, Slezské univerzitě v Opavě, příp. dalším zájemcům o tuto problematiku.

Opora je rozdělena do 7 obsahově výjimečných celků, které korespondují s probíranými oblastmi vyučovaného předmětu a jsou totožně koncipovány. Je potřeba na tomto místě čtenáře upozornit, že s ohledem na široký záběr problematiky konkurenceschopnosti nebylo možné detailně postihnout veškeré momenty, které se vážou k této oblasti. K tomu primárně slouží přednášky a konzultace v rámci dílčích tutoriálů.

Studijní opora usiluje o základní náhled do konkurenceschopnosti základních ekonomických subjektů – firem prostřednictvím forem nedokonalé konkurence, jedince s ohledem na lidský a intelektuální kapitál a státu prostřednictvím kritérií národní konkurenceschopnosti a udržitelného rozvoje. Vedle toho je součástí studijní opory také část věnovaná inovacím, které pomáhají dotvářet široké spektrum konkurenceschopnosti.

Věřím, že Vám tato opora bude užitečným zdrojem informací a přeji Vám mnoho úspěchů při studiu.

doc. Ing. Jan Nevima, Ph.D.

Karviná, prosinec 2019

### Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval za pomoc při zpracování této studijní opory studentkám navazujícího magisterského studia, jmenovitě Bc. Kateřině Walachové a Bc. Marii Szyszkowiczové.

## **RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY**

Vlastní studijní text distanční opory pro navazující magisterské studium je rozdělen do 7 samostatných kapitol, které jsou postupně probírány v rámci standardního vysokoškolského semestru.

První kapitola je zaměřena na definování a vymezení konkurenceschopnosti metrikou národních a mezinárodních institucí, které se měřením a hodnocením konkurenceschopnosti zabývají, čtenáři by rozhodně neměl uniknout průkopník v této oblasti, kterým je Michael Porter. Druhá kapitola přibližuje vnímání konkurenceschopnosti z pohledu firmy v postavení dokonalé a nedokonalé konkurence. Současně jsou vysvětleny klíčové prvky konkurenceschopnosti firmy v těchto tržních strukturách a je zde vysvětlen význam klastrů. Třetí kapitola se koncentruje na význam regionální konkurenceschopnosti, neboť národní konkurenceschopnost, která následuje ve 4. kapitole vychází zespod regionů. Regionální, stejně jako národní konkurenceschopnost je postavena na pilířové architektuře a tzv. pyramidovém modelu konkurenceschopnosti. Národní konkurenceschopnost je potom o nastavení vhodné hospodářské politiky, která zajistí udržení a perspektivu dalšího zvyšování konkurenceschopnosti. Pátá kapitola ukazuje možnosti měření konkurenceschopnosti ze strany mezinárodních organizací. Každá z organizací má vytvořenou jedinečnou metodiku, což však v konečném důsledku vede k obtížné porovnatelnosti dosažené úrovně. Důležité je také vnímat, na co působí dosažené výsledky tohoto mezinárodního hodnocení. Šestá kapitola demonstruje význam inovačních aktivit na konkurenceschopnost, neboť ekonomické subjekty, které inovují, dosahují vyšší konkurenceschopnosti. Poslední, sedmá kapitola, posouvá čtenáře k uvědomění si, že konkurenceschopnost úzce souvisí s principy udržitelného rozvoje.

# 1 VYMEZENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI JAKO EKONOMICKÉ KATEGORIE



## RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V první kapitole si představíme pojem konkurenceschopnost a tento pojem si vymežíme dle různých pojetí a východisek, která konkurenceschopnost nabízí. Dále se budeme zabírat tím, kdo se vymezením konkurenceschopnosti zabývá. Dalším důležitým tématem je konkurenceschopnost v podmínkách globalizace.

---



## CÍLE KAPITOLY

- Definovat konkurenceschopnost v širším a užším pojetí
  - Poukázat na rozdílná vymezení konkurenceschopnosti
  - Představení Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky
  - Představení Centra ekonomických studií VŠEM
  - Představení zahraničních organizací hodnotící konkurenceschopnost
  - Teoretické vymezení konkurenceschopnosti
  - Spojení konkurenceschopnosti a globalizace
- 



## KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Konkurenceschopnost, širší pojetí konkurenceschopnosti, užší pojetí konkurenceschopnosti, rozsah konkurenceschopnosti, tradiční východiska konkurenceschopnosti, novodobá východiska konkurenceschopnosti, Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky, Centrum ekonomických studií VŠEM, vymezení konkurenceschopnosti ve světě, teoretické vymezení konkurenceschopnosti, konkurenceschopnost a globalizace

---



## 1.1 Rozsah konkurenceschopnosti

Pojem konkurenceschopnost je velice obtížné definovat. Prakticky neexistuje žádný ucelený pohled, který by tento pojem mohl přesně, jednoznačně a zejména komplexně definovat. S tím, ruku v ruce, neexistuje ani unifikovaný metodický přístup k jejímu vymezení, měření a následnému hodnocení. Na rozdíl od jiných měřitelných pojmů, zde neexistuje žádný celosvětově používaný index (a především jednoduchý index), kterým by bylo možno konkurenceschopnost měřit.

Obecně je možné se setkat se dvěma pohledy na definování konkurenceschopnosti. Jedná se o užší a širší pohled na konkurenceschopnost.

**Užší pohled:** Komparativní pohled na zkoumaný objekt. Co je tímto objektem? – Předmětem této komparace může být například výkonnost či efektivnost a schopnost pozorovaných subjektů obstát na trhu.

**Širší pohled:** Kromě komparativního pohledu řešíme schopnost na trhu své postavení udržet či rozšířit. Současně je to schopnost se od ostatních odlišit prostřednictvím komparativní výhody, která by měla být jedinečná.

Nejširší rozsah vnímání konkurenceschopnosti nabízí **makroekonomická úroveň**, resp. agregátní. Analýza tohoto rozsahu konkurenceschopnosti je zaměřena na sledování ekonomických veličin, což představuje pohled komplexní. Sledujeme vybrané ekonomické veličiny, které máme možnost podrobit komparaci.

### K ZAPAMATOVÁNÍ



Užší pohled na konkurenceschopnost:

Komparativní pohled na zkoumaný objekt – předmětem této komparace může být například výkonnost či efektivnost a schopnost pozorovaných subjektů obstát na trhu.

Širší pohled na konkurenceschopnost:

Kromě komparativního pohledu řešíme schopnost na trhu své postavení udržet či rozšířit. Současně je to schopnost se od ostatních odlišit prostřednictvím komparativní výhody.

---

Za jednoho z největších guru managementu 20. století a otce firemní strategie a řízení je bezesporu považován americký akademik s českými kořeny **Michael Porter**. Jeho knihy jsou v oblasti konkurenceschopnosti a firemní strategie naprosto průlomové. Porterova práce předefinovala myšlenkový proces týkající se konkurenceschopnosti a ekonomické-

ho rozvoje a výrazně posunula soudobé ekonomické myšlení a zejména vnímání samotné konkurenceschopnosti.

Porter je autorem tzv. modelu **pěti konkurenčních sil**. Jde o způsob analýzy odvětví a jeho rizik. Model pracuje s pěti prvky – stávajícími konkurenty, potencionálními konkurenty, dodavateli, kupujícími a substituty. Podstatou modelu je prognózování vývoje konkurenční situace ve zkoumaném odvětví na základě odhadu možného chování výše uvedených subjektů a objektů působících na volném trhu a jeho rizik. Mimo analýzu pěti konkurenčních sil, je také autorem hodnotového řetězce, který je v podstatě souborem hodnot pro zákazníka z hlediska konkurenčních výhod, dále je také autorem národního diamantu, kdy tvrdí, že vždy existují vnitřní příčiny, proč je určitý národ soutěživější a proč jsou soutěživější i určitá odvětví vně samotných národů.

## 1.2 Vymezení konkurenceschopnosti

Většina teoretických přístupů se shoduje na tom, že u konkurenceschopnosti jde z hlediska příčin o **produktivitu** a z hlediska důsledků o rostoucí **životní úroveň** (odrážející zaměstnanost). Měřítkem konkurenceschopnosti je pak produktivita, protože odráží produktivitu celkové ekonomiky a vychází z produktivity práce.

Konkurenceschopnost může vycházet z dvojího definování, jež tvoří tradiční a novodobá východiska. V rámci tradičních východisek, byly základy pro teoretické vymezení pomocí zdrojů, vytvořeny Michaelem Porterem. Tato konkurenceschopnost se však týká výkonnosti, která je získána, ne vypůjčena! V rámci novodobých východisek definuje konkurenceschopnost Evropská komise, a další jako např. Clark a Tracey či Spullber.

K pochopení konkurenceschopnosti je potřeba podle M. Portera znát především její zdroje. Životní úroveň je determinována produktivitou ekonomiky, kterou měříme jako hodnotu zboží a služeb na jednotku vstupů. Závisí tedy jednak na hodnotě výstupu, ale také na efektivitě přeměny vstupů na výstupy. Skutečná konkurenceschopnost je pak měřena právě přes produktivitu, protože jenom ta umožňuje vysoké mzdy, silnou měnu nebo také dobrou výnosnost kapitálu, potažmo tedy vysokou životní úroveň. Produktivita se taky odráží od fázi ekonomického rozvoje, kdy v určitých fázích (růst) je produktivita vyšší než v jiných (pokles). Dále je ovlivněna i různými zdroji konkurenčních výhod např. inovacemi či kreativitou pracovníků. Dalším zdrojem jsou i **klastrové iniciativy**. Jde o spolupráci konkurentů s na první pohled viditelnými výhodami. Konkurenti společně řeší problémy, které trápí všechny bez rozdílu a tím zvyšují konkurenceschopnost celého odvětví.



### K ZAPAMATOVÁNÍ

Východiska dle M. Portera:

- Produktivita

- Vysoké tempo ekonomického růstu
  - Kvalita a rozvoj lidského kapitálu
  - Klastrové iniciativy
  - Fáze ekonomického rozvoje vs. zdroje konkurenční výhody
  - Inovační aktivity
  - Konkurenční výhoda – kreativita
- 

Definice Evropské komise (2004):

*„... competitiveness is the ability to defend and/or gain market share in open, international markets by relying on price and/or the quality of goods. This ability is affected by a wide range of factors and conditions.“*

„... konkurenceschopnost je schopnost bránit a/nebo získávat tržní podíl na otevřených, mezinárodních trzích tím, že se opírá o cenu a/nebo kvalitu zboží. Tato schopnost je ovlivněna širokou škálou faktorů a podmínek.“

Zmíněnými faktory a podmínkami jsou např. podnikatelský příznivé prostředí, přístup na trhy jak domácí, tak zahraniční, infrastruktura, přístup ke zdrojům (finance, suroviny, energie a kvalifikovaná pracovní síla), inovace, udržitelné zdroje či úroveň investic.

Definice dle Clarka a Traceyho (2004) popisují konkurenceschopnost jako značně kontroverzní oblast v ekonomii. Používají pro ni označení termínem „nejednoznačná část ekonomie“ a to právě díky tomu, že ji nelze jednoznačně vymezit, či definovat.

Definice dle Spulbera (2017) hovoří v souvislosti s konkurenceschopností jako pojmem o „globální konkurenční výhodě“, popisuje ji jako extra hodnotu vytvořenou firmou ve srovnání se svými konkurenty v prostoru globálního trhu.

## **K ZAPAMATOVÁNÍ**



Tradiční východiska teoreticky vymezují konkurenceschopnost pomocí zdrojů.

Novodobá východiska definují konkurenceschopnost jako schopnost získávat tržní podíl na základě ceny či kvality zboží.

---

### **1.3 Centra zabývající se vymezením konkurenceschopnosti**

Důležitou otázkou je, kdo se zabývá vymezením konkurenceschopnosti? Odpověď se dá rozdělit na dvě části – světovou a českou část.

V rámci světa jsou to následující organizace:

- IMD World Competitiveness Center (Switzerland)
- World Economic Forum (Switzerland)
- Centre for Competitiveness (Belfast, Dublin)
- Institute for Strategy and Competitiveness (Boston)
- Council on Competitiveness (Washington, D. C.)
- Institute for Competitiveness (India)

V rámci České republiky působí v této oblasti:

- Centrum pro výzkum konkurenční schopnosti české ekonomiky
- Centrum ekonomických studií VŠEM

V rámci **Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky** se Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity zabývá vědeckovýzkumnými aktivitami, které jsou zaměřeny do dvou stěžejních oblastí. V oblasti makroekonomie se zabývá identifikací faktorů hospodářského růstu, jak na nabídkové, tak na poptávkové straně. Růst výstupu je dekomponován na příspěvky jednotlivých výrobních faktorů. V mezinárodním srovnání je analyzován vliv technologického pokroku. Na poptávkové straně je výzkum zaměřen na makroekonomické veličiny ovlivňující soukromou spotřebu, disponibilní důchod, míru úspor domácností, spotřebitelské ceny apod.

Těžiště spočívá ve zkoumání monetární politiky a jejího vlivu na malou otevřenou, inflačně cílovanou ekonomiku. Je analyzováno optimální chování centrální banky představované variantními monetárními pravidly, včetně jejich výběru a testování robustnosti. Dalším předmětem výzkumu je vliv vnějších šoků na růst a stabilitu ekonomiky, identifikace možných zdrojů makroekonomické nestability a možností centrální banky při stabilizaci výstupu a inflace a v neposlední řadě také vliv zvolené monetární politiky a inflačního cílení na ekonomický růst. Předmětem výzkumných aktivit je rovněž význam a pojetí monetární ekonomie a monetární politiky v rámci rozšířené Evropské unie a možnosti zavedení Eura. Z tohoto hlediska jde zejména o správné propojení makroekonomických cílů monetární a fiskální politiky.

**Centrum ekonomických studií VŠEM** je výzkumné pracoviště Vysoké školy ekonomie a managementu. CES VŠEM bylo zařazeno na seznam výzkumných organizací splňujících zákonná kritéria v roce 2013. Výzkumné aktivity CES VŠEM se zaměřují zejména na analýzu předpokladů a výsledků růstové výkonnosti a kvalitativní konkurenceschopnosti české ekonomiky v mezinárodním srovnání (v rámci EU-28) a na identifikaci souvisejících hospodářsko-politických implikací pro podporu ekonomického dohánění a přechodu na znalostně založenou ekonomiku (v intencích cílů Lisabonské strategie).

CES VŠEM se zaměřuje na čtyři stěžejní oblasti – růstová výkonnost a stabilita, institucionální kvalita, strukturální konkurenceschopnost a inovační výkonnost.

Růstová výkonnost a stabilita analyzuje hospodářský vývoj a růst ČR v mezinárodním kontextu, včetně jejich dopadů na makroekonomickou rovnováhu. Široké spektrum ukazatelů umožňuje posoudit makroekonomický vývoj ČR a jejich analýza ve vztahu k ostatním zemím EU objasní sledované rozdíly a příčiny zaostávání české ekonomiky. Výběr sledovaných ukazatelů byl volen tak, aby charakterizoval všechny popsání oblasti vývoje včetně jejich kvalitativních stránek. Mezi tyto ukazatele patří např. HDP, produktivita práce, míra zaměstnanosti, index spotřebitelských cen aj.

### PRO ZÁJEMCE



Růstová výkonnost a stabilita – ukazatele:

- Hrubý domácí produkt
- HDP na obyvatele v paritě kupní síly
- Produktivita práce
- HDP v PPS na pracovníka a na dopracovanou hodinu
- Míra (ne)zaměstnanosti
- Dlouhodobá míra nezaměstnanosti
- Nominální a reálné mzdové náklady
- Index spotřebitelských cen
- Index cenové úrovně

---

Institucionální kvalita hodnotí kvalitu zprávy a podnikového prostředí. Je členěna do kapitol, které charakterizují problematiku hodnocení a měření institucionálního prostředí a jeho předpokladů pro ekonomickou výkonnost a konkurenceschopnost ekonomiky. Je tak identifikován jejich vztah k výkonnostním charakteristikám na podnikové úrovni. Opět jsou analyzovány jak kvalitativní, tak kvantitativní ukazatele sledované oblasti např. index vnímání korupce, index neprůhlednosti, kvalita veřejné správy, efektivnost produktových trhů aj.

### PRO ZÁJEMCE



Institucionální kvalita – ukazatele:

- Index ekonomické svobody – Freedom House
- Ukazatel jakosti životního prostředí
- Index vnímání korupce
- Globální barometr korupce
- Index neprůhlednosti
- Index otevřeného rozpočtu
- Kvalita veřejné správy

- Kvalita veřejných institucí
  - Zahájení a ukončení podnikání
  - Zdanění a zahraniční obchod
  - Smlouvy, ochrana investic, přístup k úvěrům
  - Kvalita podnikové správy
  - Efektivnost produktových trhů
  - Efektivnost finančních trhů
  - Efektivnost trhu práce
  - Ukazatel potencionální konkurenceschopnosti
- 

**Strukturální konkurenceschopnost** je rozdělena do dvou částí zabývajících se samostatně odvětvovou a regionální konkurenceschopností. Odvětvová, statistická část, zahrnuje odvětvové charakteristiky ekonomické výkonnosti a konkurenceschopnosti v České republice. V části věnované regionální konkurenceschopnosti je předveden výběr ukazatelů zachycujících postavení jednotlivých regionů v ČR a jejich vývoji.

Inovační výkonnost je zaměřena na hodnocení ekonomických aktivit z hlediska využití inovačních schopností a identifikaci meziodvětvových odlišností. Tato část je zaměřena na dva ukazatele. Prvním jsou informační systémy a technologie využívané v ČR a jejich srovnání s evropskými státy. Analyzován je i vývoj jejich používání v čase. Druhým jsou zdroje inovační výkonnosti, které jsou spojeny s výzkumem a vývojem a dále se zaměřují na analýzu inovační výkonnosti podle jednotlivých odvětví a typů podniků.



## K ZAPAMATOVÁNÍ

Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky má za primární cíl zabývat se komplexní analýzou zdrojů a výsledků konkurenční schopnosti. Objektem jejího pozorování je analýza konkurenceschopnosti v podobě kvalitních faktorů při zohlednění specifik české ekonomiky. Dalším cílem je vytvoření a následná aplikace metodických přístupů k analýze a hodnocení konkurenceschopnosti.

Základním předmětem zájmu Centra ekonomických studií VŠEM je analýza předpokladů a výsledků růstové výkonnosti a kvalitativní konkurenceschopnosti české ekonomiky. Pražské centrum spolupracuje v některých oblastech výzkumu i s brněnskou „konkurencí“. Oproti Centru výzkumu konkurenční schopnosti se však zaměřuje primárně na čtyři základní pilíře svého zájmu – růstovou výkonnost a stabilitu, institucionální kvalitu, inovační výkonnost a kvalitu lidských zdrojů. Čtyři popsané okruhy se staly základem pro sestavení „Ročenky konkurenceschopnosti ČR“.

---

## 1.4 Konkurenceschopnost a globalizace

Globalizace jako taková znamená spontánní proces integrace zemí a států světa do jediného propojeného ekonomického systému. V důsledku toho politika, ekonomika, společnost, technologie, legislativa a životní prostředí kdekoliv na světě mají v nějakém smyslu celosvětový (globální) dopad nebo charakter. Jedná se ty o rychlé přenášení pozitivních i negativních trendů po celém světě.

Globalizace má svá pozitiva i negativa. Mezi pozitiva se řadí růst objemu mezinárodního obchodu a zboží, růst přímých zahraničních investic, růst rozvojových zemí a rychlý transfer technologií. Mezi negativní pak patří společenské, ekonomické a bezpečnostní hrozby.

Důsledkem globalizace je vzájemná závislost zemí a států. Hospodářské cykly jednotlivých zemí jsou tak stále více závislé na celosvětovém hospodářském cyklu.

Z pohledu konkurenceschopnosti globalizace zhatila tradiční pravidla hospodářské soutěže mezi státy a firmami. Státy přestaly být tvůrci pravidel hospodářské soutěže, protože tato pravidla jsou eliminována globalizací. Ztráta tradiční hospodářské soutěže pak vyvolává potřebu zabývat se konkurenceschopností. Ta se s rostoucí globalizací stává měřítkem úspěšnosti toho, jak obstát na trhu.

Současná fáze globalizace představuje stav, kdy podnik musí usilovat o získání zdrojů-vstupů v nejlevnějších lokalitách světa, musí usilovat o zdroje kapitálu v mezinárodním měřítku. Globálnost sama o sobě přestává být konkurenční výhodou. Dokonce v tomto smyslu dochází k paradoxnímu vývoji, že současná etapa globalizace zvyšuje význam regionálních či odvětvových uskupení. Pro tvůrce hospodářské politiky, resp. regionální politiky tak vznikla potřeba na tuto situaci reagovat.

Je potřeba hledat faktory, které konkurenceschopnost ovlivňuje nejen nyní, ale především do budoucna. Základem strategie je vytvoření konkurenční výhody. V nových podmínkách již nestačí, když budete to, co děláte dělat lépe než ostatní – je třeba, abyste to, co děláte, dělali jinak než ostatní. Konkurenceschopné jsou pak státy, které jsou úspěšné v mezinárodní ekonomické soutěži se svou silnou národní měnou.

### K ZAPAMATOVÁNÍ



Globalizace znamená proces integrace zemí a států světa do jednoho propojeného ekonomického systému. Důsledkem globalizace je vzájemná závislost zemí a států. Hospodářské cykly jednotlivých zemí jsou tak stále více závislé na celosvětovém hospodářském cyklu. V rámci konkurenceschopnosti jde o mizející konkurenční výhodu.



## OTÁZKY

1. Co je to konkurenceschopnost? Jak ji rozlišíme v rámci užšího a širšího pohledu?
2. Čím jsou vymezena tradiční východiska?
3. Kolik je českých center zabývajících se konkurenceschopností a jaký je mezi nimi rozdíl?
4. Co je to globalizace a jak je propojena s konkurenceschopností?



## SHRNUTÍ KAPITOLY

V této kapitole jsme se seznámili s konkurenceschopností a jejím rozsahem, který jsme si rozdělili na užší a širší pojetí. V rámci vymezení jsme pak konkurenceschopnost rozdělili na tradiční východiska definovaná M. Porterem a na východiska novodobá, která jsou definovaná Evropskou komisí, definicí podle Clarka a Traceyho nebo například definicí podle Spulbera. V další části jsme si představili světová centra zabývající se konkurenceschopností a dvě centra, která působí u nás v ČR, jmenovitě centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky a Centrum ekonomických studií VŠEM. Také jsme si vysvětlili, čím se jednotlivá centra pro ČR zabývají, a čím se od sebe vzájemně liší v rámci svých cílů. Poslední část se zabývá definováním globalizace a snahy určit, jak je propojena s konkurenceschopností.



## ODPOVĚDI

1. Jednou z definic konkurenceschopnosti je, že se jedná o schopnost bránit a/nebo získávat tržní podíl na otevřených, mezinárodních trzích tím, že se opírá o cenu a/nebo kvalitu zboží. Užší pohled: Komparativní pohled na zkoumaný pohled. Co je tímto objektem? – Předmětem této komparace může být například výkonnost či efektivnost a schopnost pozorovaných subjektů obstát na trhu. Širší pohled: Kromě komparativní úrovně řešíme schopnost na trhu své postavení udržet či rozšířit. Současně je to schopnost se od ostatních odlišit prostřednictvím komparativní výhody.
2. Tradiční východiska jsou podle M. Portera vymezena produktivitou, vysokým tempem ekonomického růstu, kvalitou a rozvojem lidského kapitálu, klastrovými iniciativami, fází ekonomického rozvoje vs. zdroje konkurenční výhody, inovačními aktivitami, konkurenční výhodou – kreativitou.



3. Centra jsou v České republice dvě – Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky a Centrum ekonomických studií VŠEM. Zatímco první ze zmíněných center se primárně zabývá komplexní analýzou zdrojů a výsledků konkurenční schopnosti a pozoruje analýzu konkurenceschopnosti v podobě kvalitních faktorů při zohlednění specifik české ekonomiky, druhé se zaměřuje na čtyři základní pilíře svého zájmu – růstovou výkonnost a stabilitu, institucionální kvalitu, inovační výkonnost a kvalitu lidských zdrojů.
  4. Globalizace znamená proces integrace zemí a států světa do jednoho propojeného ekonomického systému. Důsledkem globalizace je vzájemná závislost zemí a států. Hospodářské cykly jednotlivých zemí jsou tak stále více závislé na celosvětovém hospodářském cyklu. V rámci konkurenceschopnosti jde o mizející konkurenční výhodu díky tomu, že čím dál více záleží na regionální výrobě.
-

## 2 FIREMNÍ KONKURENCESCHOPNOST



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Ve druhé kapitole si představíme konkurenceschopnost firem. Přiblížíme si tržní struktury nacházející se na trhu a charakterizujeme je. V rámci firem v nedokonalé konkurenční tržní struktuře si blíže objasníme jejich nejčastější formy, a to monopol, monopolistickou konkurenci a oligopol. Vysvětlíme si podstatu kartelových dohod, cenového vůdcovství, paralelní a barometrické tvorby cen. Definujeme konkurenceschopnost firem, včetně jejího vztahu k zaměstnancům, základní konkurenční strategie firem a vysvětlíme podstatu vzniku klastrů. Dále si představíme modely analýzy konkurenceschopnosti firem.

---



### CÍLE KAPITOLY

- charakterizovat firmy v dokonalé a nedokonalé konkurenci
  - vysvětlit vznik kartelů a kartelových dohod, cenové vůdcovství, paralelní a barometrickou tvorbu cen
  - definovat prvky konkurenceschopnosti firem
  - představit základní konkurenční strategie a vymežit klastr
  - přiblížit modely analýzy konkurenceschopnosti firem
- 



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

cenový vůdce, diferenciacce, dokonalá konkurence, firma, kartelové dohody, klastr, konkurenceschopnost, monopol, monopolistická konkurence, náklady, nedokonalá konkurence, odvětví, oligopol, strategie, trh.

---

### 2.1 Firma v dokonalé konkurenci

Za dokonale konkurenční trh označujeme tržní strukturu, pro kterou jsou typické tyto charakteristiky, je však potřeba si uvědomit, že v dokonalé konkurenci nejde o to právě

soutěžení, jaké známe a vnímáme v rámci běžného života. Předpoklady, za kterých firma v dokonalé konkurenci funguje, de facto eliminují potenciál reálné konkurence.

## 2.2 Firma v nedokonalé konkurenci - monopol

Monopol pochází z řeckého slova „*monos*“, které v překladu znamená jeden a „*polein*“, neboli prodávat. Monopol tedy znamená „jeden prodávající“. Za nedokonalé konkurenční trh označujeme tržní strukturu, pro kterou jsou typické tyto charakteristiky:

- v daném odvětví působí pouze jeden výrobce, který dokáže ovlivnit tržní cenu;
- produkty jsou specifické a neexistují jejich blízké substituty, které by jim konkurovaly;
- existence bariér vstupu jiných firem do odvětví.

Bariéry vstupu firem do odvětví jsou děleny na administrativní, právní, přírodní a ekonomické. **Administrativní** bariérou mohou být například patenty znemožňující imitaci výrobků nebo konkrétních výrobních postupů, licence či vysoká cla. **Právní** bariéry existovaly v dávnějších dobách v podobě práva várečného (právo vařit pivo), práva šenkovního (právo čepovat a prodávat pivo), také práva mílového (právo netrpět na míli cesty zakládáním řemesel) nebo práva tržního (právo konat trhy). **Přírodní** bariérou mohou být například bariéry spočívající v nepřístupnosti k potřebnému přírodnímu zdroji. **Ekonomickou** překážkou může být malý rozměr trhu ve vztahu k velikosti dané firmy. Pokud by daný trh absorboval pouze dvě firmy, pro třetí firmu by byl vstup na tento trh bariérou, případně by byl trh s touto třetí firmou přesycený. Další ekonomickou bariérou mohou být vysoké vstupní náklady do daného odvětví, které nemusí být spojeny pouze se zahájením vstupu do odvětví, ale i s jeho udržením. Další bariérou vstupu do odvětví může být i nepřístupnost k distribučním cestám, které nastávají nejčastěji v energetice nebo vodním hospodářství nebo bariéry psychologické povahy, které souvisí se silnou loajalitou kupujících k jedné výrobní značce.

V případě, že je monopolní firma jedinou prodávající firmou v odvětví, pak je její nabídka celkovou, tzn. tržní nabídkou daného produktu a její poptávka je celkovou tržní poptávkou po daném produktu. Monopolní firma je cenovým tvůrcem (*price maker*), neboť rozhoduje o rozsahu nabízené produkce. Monopolní firma si však nemůže stanovit libovolnou cenu, jelikož musí zvažovat již existující tržní poptávku na trhu a ochotu spotřebitelů za daný výrobek zaplatit.

Vztah mezi mezními příjmy, mezními náklady a cenou se odvíjí od tvaru tržní poptávkové křivky. Monopolní firma dosahuje monopolního zisku, pokud je cena vyšší než průměrné náklady. V monopolním odvětví je zisk dlouhodobým jevem. Jedním z typů monopolu je **přirozený** monopol, ve kterém je výroba produktu jedinou firmou méně

nákladná, než by byla tatáž výroba stejného množství produktu dvěma či více firmami. Typickým rysem přirozeného monopolu je úloha úspor z rozsahu.

Z pohledu konkurenčního prostředí nelze o konkurenci hovořit, neboť firma je jediná, která obsluhuje celý trh. Konkurenční prostředí však může být utvářeno také snahou prolomit existující bariéry vstupu do odvětví.

## 2.3 Firma v nedokonalé konkurenci - oligopol

Slovo oligopol pochází z řeckého slova „oligo“ a znamená několik a slova „poleo“ neboli prodávám. Oligopolní tržní struktura je typická malým počtem producentů, kteří si vzájemně konkurují. Tento malý počet firem se vyznačuje poměrně velkým podílem na celkové nabídce v odvětví, kterou doprovází vysoká vzájemná závislost. Kromě materiální výroby se oligopoly nejčastěji vytvářejí také v bankovníctví, pojišťovnictví, denním tisku či obchodu. Ceny oligopolu jsou rigidnější, nežli na trhu monopolním či dokonale konkurenčním.

Ke koordinaci cenové a často i výrobní politiky uzavírají oligopolní tržní struktury dohody o **kartelu**. Kartelovou dohodou je dohoda uzavřená mezi firmami zaměřená na koordinaci cen a rozsahu produkce. Firmy, které uzavřely kartelovou dohodu jsou označovány jako kartel. Nejznámější je cenová kartelová dohoda, která je podobná monopolu a spočívá v tom, že se firmy vzájemně dohodnou na ceně produkce a poptávku uspokojuje jeden subjekt. V rámci kartelů si mohou firmy rozdělovat trh na geografické segmenty, na nichž se firmy chovají jako monopolisté. Předmětem kartelových smluv bývá také rozdělení celkové produkce na kvóty. Důvodem těchto smluv je prevence před přesycením trhu nadměrnou nabídkou, která by způsobila pokles ceny. Je-li kartel úspěšný a firmy se chovají jednotně, mohou dosahovat monopolního zisku. Kartelové dohody představují formu smluvního oligopolu, který omezuje volnou soutěž a oslabuje snahu firem zvyšovat efektivitu a technologický pokrok. Kartelové dohody mohou omezovat jak hospodářskou, tak i politickou svobodu, a proto jsou zakázány a postihovány protimonopolním zákonem. Kartelové dohody nemají písemnou podobu, ale často jen podobu ústních (gentleman-ských) dohod.



### PRO ZÁJEMCE

Mezi největší a nejznámější kartel na světě patří „diamantový kartel“ The DeBeers Company, založený v roce 1871 na diamantových polích v jižní Africe. Tento kartel kontroluje světové ceny diamantů už od 30. let 20. století prostřednictvím své Ústřední prodejní organizace, díky které diamanty prodává. Ačkoliv diamanty pocházejí ze 14 % z jižní Afriky, má CSO obchodní smlouvy se všemi významnými producenty diamantů včetně Austrálie, Ruska, Zairu apod. Tyto společnosti daly The DeBeers monopol na prodej diamantů podmíněný stabilními smlouvami a vysokými cenami diamantů. Společnost The DeBeers kontroluje ceny diamantů regulací nabídky na trhu.

### 2.3.1 CENOVÉ VŮDCOVSTVÍ

Protože jsou kartelové dohody týkající se upravování cen zakázány, jsou využívány jiné typy dohod, a to cenové vůdcovství (*price leadership*). Tento typ oligopolního chování je založen na existenci jedné firmy, která je cenovým vůdcem. Tento typ se nejčastěji vyskytuje na trhu, kde se v odvětví nachází jedna dominantní firma a malá skupina menších výrobců, tzv. *outsiderů*. Dochází zde k cenové koordinaci bez existence jakékoliv smluvní dohody. V případě, že by menší firmy chtěly prodávat za cenu vyšší, než je stanovena dominantní firmou, neuspěly by na trhu. V případě, že by firmy chtěly prodávat za ceny nižší, než je stanovena dominantní firmou, nepokryly by své náklady, neboť nemají stejné možnosti jako velké firmy, které snadněji dosahují úspor z rozsahu.

### 2.3.2 PARALELNÍ TVORBA CEN

Tento typ cenotvorby je specifický tím, že firmy v odvětví stanovují podobnou cenu, aniž by o tom jednaly. Tento typ je typický pro odvětví, ve kterém působí malé množství firem, které si nekonkurují cenou, ale schopností prosadit se na trhu v oblasti marketingu reklamou nebo diferenciací produkce. Může se jednat například o výrobu baterií či nealkoholických nápojů (Pepsi, Coca-Cola). Tato koordinace cen se může vyskytovat i v odvětvích, ve kterých působí větší počet firem, které napodobují rozhodování jiných firem. Tento typ cenotvorby je označován také jako „cenová špionáž“.

### 2.3.3 BAROMETRICKÁ TVORBA CEN

Tento typ cenotvorby se vyskytuje v odvětvích, ve kterých působí firma, jenž získala pověst úspěšného cenového vůdce, kterého ostatní firmy následují a napodobují. Firma, která je v pozici úspěšného iniciátora cenových změn má určitou prestiž a schopnost citlivě a přesně implementovat změny v nákladových a poptávkových podmínkách v odvětví. V této firmě je vnímán jakýsi barometr, který odráží změny v ekonomickém prostředí.

Tradiční formy cenového vůdcovství či barometrické tvorby cen dnes vidíme zejména v odvětví mobilních operátorů. Tito operátoři na jedné straně těží z podobně nastavených smluvních podmínek, ale na druhé straně jsou pod tlakem díky očekávanému vstupu čtvrtého mobilního operátora, který může vnést do tohoto konkurenčního prostředí nové podmínky, které v konečném důsledku povedou ke snížení plateb za mobilní služby.

## 2.4 Firma v nedokonalé konkurenci – monopolistická konkurence

Monopolistická konkurence vzniká v odvětvích, ve kterých působí velký počet firem, které produkují statky a služby uspokojující stejnou potřebu. Vstup do odvětví v této formě tržní struktury je volný. Firmy si vzájemně konkurují diferenciací produktu, kterou se rozumí odlišnost vnímání produktu spotřebiteli. Může spočívat v odlišnosti vzhledu, vlastností, designu balení, pověsti, tradici či obchodní znače. Někdy může jít také o diferenciaci související s psychologickým prožitkem. Rozhodující je, zda spotřebitel daný produkt vnímá jako diferencovaný nebo nediferencovaný. Velikost vnímané diferenciaci je závislá na působení reklamy a propagaci. Monopolistická konkurence se vyskytuje například v odvětví práva, medicíny, kadeřnictví, maloobchodu, poradenství či cestovních kanceláří, které se snaží o maximální diferenciaci svých služeb, aby přilákaly co nejvíce zákazníků.

Diferenciaci produkce je v odvětví s velkým počtem produkujících nástrojem konkurence. Firmy se tak snaží odlišením vlastních produktů vytvořit svůj relativně samostatný trh. Monopolistická konkurence může dosahovat více než nulového ekonomického zisku, avšak tento zisk je pouze krátkodobý, neboť dlouhodobý ekonomický zisk by do odvětví přilákal další nové firmy a zisk eliminoval. Konkurence cestou diferenciaci produktů lze zařadit mezi necenovou konkurenci, jejímiž nástroji jsou objektivní vlastnosti produktu, ale i další faktory jako například jednání se zákazníkem, hygienické podmínky prodeje, image producenta a další.

---

Převzato a upraveno z publikace *Mikroekonomie, 3.vyd.*, Jurečka et al., 2018

---

## 2.5 Konkurenceschopnost firmy

Firemní konkurenceschopnost je schopnost firem poskytovat služby a výrobky stejně nebo efektivněji než významní konkurenti. Tato schopnost obnáší mít na mezinárodních trzích „trvalý úspěch“, a to bez ochranných opatření a subvenční politiky. Konkurenceschopnost firmy lze rozlišit podle těchto měřítek:

**a) u obchodovatelného zboží:** ziskovost, objem exportu, podíl na lokálním, národním či globálním trhu;

**b) u neobchodovatelného zboží:** nedá se explicitně změřit, ale lze usuzovat podle např. nákladové politiky a dosažené kvality.

Firma může být konkurenceschopná ve vztahu k několika rivalům, ale zároveň nekonkurenceschopná vůči jiným subjektům. Pojmem úzce souvisejícím s konkurenceschopností je **konkurenční výhoda**. Jedná se o odraz interakcí mezi firmami v tržním procesu. Identifikace konkurenční výhody vychází z porovnání skupiny firem, které jsou závislé na

charakteru tržního prostředí, ve kterém se nacházejí. U konkurenčních výhod není udržitelnost automatická. Závisí totiž na činnosti dalších firem na trhu a samotném vývoji trhu. Na začátku mohou konkurenční charakteristiky vést ke konkurenčním výhodám, později však mohou vést ke konkurenčním nevýhodám (Metcalfé, Ramlogan, Uyarra, 2002).

Dle ředitele IMD Stephana Garelliho (2002) jsou **konkurenceschopné podniky hlavním motorem konkurenceschopnosti země**. V posledních letech vzrostla ekonomická odpovědnost vlád a je proto nemožné ignorovat vliv, který mají státy na moderní ekonomiky. Státy mění prostředí, v nichž podniky působí, a ovlivňují tak jejich konkurenceschopnost. Významná část konkurenceschopnosti určitých zemí dnes plyne z agresivních incentivních politik uskutečňovaných s cílem přilákat zahraniční investory.

V posledních letech se začíná utvářet nový typ konkurenční výhody, a to konkurenceschopnost založená na kreativitě neboli kreativní ekonomika. **Význam kreativity pro konkurenceschopnost spočívá ve tvorbě vysoké přidané hodnoty, která vzniká díky jedinečnosti výsledků kreativního procesu** (Nilsson, Etelä, 2006).

Firmy lze podle konkurenceschopnosti rozdělit na absolutně a relativně konkurenceschopné. **Absolutní konkurenceschopnost** znamená, že každá firma na trhu je konkurenceschopná, pokud dosahuje pozitivní výsledky při produkci určitého množství. Naopak **relativní konkurenceschopnost** znamená, že firma je konkurenceschopná, pokud dokáže obsluhovat trh, resp. zvyšovat svůj tržní podíl. Pokud by nebyla schopna trh obsluhovat, už by dále neexistovala (Viturka, 2007).

Aby byla firma dlouhodobě konkurenceschopná, musí splňovat určité prvky, mezi které patří například:

- **inovační aktivita** – existuje velké množství typů inovací, a to výrobová, technologická, kombinovaná, organizační a marketingová. Výrobová inovace souvisí se zaváděním nových výrobků či služeb na trh, zdokonalením vlastností či parametrů výrobku. Technologická inovace souvisí se zaváděním nových technologií do výroby s cílem snížit náklady na výrobu – energetické, materiální, mzdové, a omezit počty vadných výrobků. Kombinovaná inovace souvisí s prolínáním výrobové a procesní fáze. Organizační inovace souvisí se zaváděním nových metod řízení. Marketingová inovace souvisí se zaváděním nových marketingových aktivit. Cílem inovačních aktivit je vytvořit dokonalejší výrobky a získat nové či lepší postavení na trhu;
- **adaptace na požadavky zákazníka** – spočívá v rychlé a pružné schopnosti firmy reagovat na změny v poptávce a požadavcích zákazníka a vyrábět přesně to, co zákazníci poptávají;
- **kvalita produkce** – pokud jsou vyráběné statky a služby kvalitní, jsou kupujícími vnímány jako statky vyšší hodnoty. Důsledkem kvalitní produkce jsou efektivnější výrobní procesy, snížené náklady a zvýšená produktivita. Firmy

mohou také obdržet certifikáty jakosti, které představují určitou konkurenční výhodu;

- **náklady na pracovní sílu a ostatní náklady firmy** – aby byla firma konkurenceschopná, měla by umět snižovat náklady, a tím zvyšovat ziskovost. Náklady na pracovní sílu jsou nejčastěji redukovány snížením mezd, platů, odstraněním benefitů nebo propouštěním zaměstnanců. Mezi ostatní náklady firmy patří například materiálové náklady, výrobní náklady, náklady na služby, provozní náklady, náklady způsobené neefektivními technologiemi, finanční náklady apod. Materiálové náklady firmy redukuje např. snížením zásob materiálu. Výrobní náklady firmy redukuje snížením nákladů na výrobu, její náročnosti nebo vyjednáváním lepších cenových podmínek. Náklady na služby firmy redukuje snížením nabídky či sjednáním lepších cenových podmínek. Provozní náklady firmy redukuje snížením počtu budov nebo provozů. Finanční náklady firmy redukuje restrukturalizací dluhu či prodloužením splatnosti faktur;
- **kvalifikace pracovníků** – aby byla firma konkurenceschopná, měla by zaměstnávat kvalitní pracovníky na profesionální úrovni, které splňují kvalifikační předpoklady a dbát na zvyšování této kvalifikace rozvíjením jejich znalostí a dovedností apod.;
- **péče o zákazníky** – péče o zákazníka je v současné době důležitá, neboť je snazší starat se o současného zákazníka než získávat nového. Péči o zákazníky firmy realizují formou rozvoje své činnosti směrem k uspokojení potřeb zákazníků. Firmy mohou o zákazníky pečovat také technologicky, a to formou zprovoznění helpdeskových databází v rámci řízení vztahů se zákazníky nebo dalších komunikačních kanálů, které zajistí rychlé vyřešení problému zákazníka. Dalším způsobem, jak pečovat o zákazníka, je zajistit takového pracovníka, který se zákazníkem přichází do kontaktu a nabízí zákazníkům různé slevy, akce, dárky k nákupu, klubové karty, slevové kupóny apod.;
- **přístup ke zdrojům financování** – aby firma dobře prosperovala, měla by pružně reagovat na různé tržní a podnikatelské příležitosti. Zajištěné nebankovní úvěry se mohou stát nejlepším řešením, jak realizovat zisk. Přístup k financování má zejména pro malé střední podniky velký význam, a to z hlediska jejich růstu a inovací. Přístup ke zdrojům financování je problémem hlavně u rychle rostoucích inovativních podniků. Výhodou firem je, když své zdroje financování veřejně publikují, neboť tato publicita zajistí větší důvěru investorů a potenciálních zákazníků;
- **jméno firmy a vnímání tradice firmy** – jméno firmy by mělo být jedinečné a snadno zapamatovatelné. Aby se firmy staly známé, využívají nástrojů marketingu. Tradice firmy představuje způsoby myšlení určité instituce, které se předávají z generace na generaci. Dlouhá tradice firmy je spojená se silnější



pozicí na trhu. Soubor vlastností produktu reprezentuje značka. Čím je značka známější, tím je konkurenční výhoda vyšší;

- **konkurenční boj** – k tomu, aby firma uspěla na trhu, měla by znát svou konkurenční výhodu, kterou bude využívat v boji s konkurencí. Konkurenční výhodou může být například design výrobků, cena, inovace, pružnost dodávek, kvalita výrobků, původ výrobků apod. Důležité je, aby firma znala své konkurenty a měla přehled o jejich podílu na trhu, jejich činnostech a slabých stránkách. Pokud firma nabízí stejné produkty jako jeho konkurenční firma, měla by se snažit svými výrobky zákazníky zaujmout, například zákaznickým servisem. Důležité je pracovat na zdokonalování postupně a nic neuspěchat. Výhodu v konkurenčním boji mají malé firmy, neboť jsou flexibilnější než velké firmy, které musí své plány připravovat několik měsíců dopředu. Zvítězit v konkurenčním boji není snadné, ale není to nemožné;
- **vyjednávací síla v dodavatelsko-odběratelských vztazích** – ke zvýšení firemní konkurenceschopnosti by měla firma uvážlivě zvolit strategii v oblasti dodavatelsko-odběratelského vztahu, neboť právě tento vztah ovlivňuje průběh zakázky a celkový objem tržeb. Míra závislosti mezi dodavatelem a odběratelem určuje jejich vyjednávací sílu. Maximální využití vyjednávací síly slouží pro vyjednání lepších podmínek. Ke zvýšení vyjednávací síly je využívána elektronizace poptávek a aukcí. Dalším způsobem, jak zvýšit vyjednávací sílu je vytvářet dlouhodobý a vyvážený partnerský vztah s dodavatelem;
- **korupce ve vnitřním a vnějším prostředí** – konkurenceschopnost firmy je ovlivněná vnitřním a vnějším prostředím podniku, a proto je nutné, aby firma prováděla strategickou analýzu těchto prostředí. Tato analýza určí pozici firmy na trhu a případné hrozby. Korupce je vnímána jako slabost institucí a morální úpadek a zejména pro malé firmy se korupční podnikatelské prostředí stává hazardním;
- **schopnost získávat finanční zdroje z českých a evropských dotačních titulů** – firmy se musí držet zásady, že dobrý projekt je takový projekt, jehož realizace je možná i bez dotace a případné získání dotace by mohlo daný projekt pouze urychlit. Největší problém firem je nalézt takové zdroje, které jsou dlouhodobě udržitelné. Udržitelnost rozšiřuje vlastnosti zdrojů a je z nich nejproblematičtější dosažitelná. Vlastnictví samotných zdrojů firem nestačí k dosažení konkurenční výhody, a proto by měly být firmy schopné získávat finanční zdroje z nejen českých ale i evropských dotačních titulů. Na druhé straně samotné získávání finančních zdrojů vede v případě evropských fondů k vytváření nežádoucí vícerychlostní konkurenceschopnosti, neboť firmy, které se svými projekty uspějí, se budou rychleji rozvíjet a tím se budou rychleji rozvíjet samotné regiony. To však popírá samotnou ideu soudržnosti, která usiluje o dosažení srovnatelných podmínek mezi regiony;

- **klastrové iniciativy a využití synergických efektů** – ke zvýšení konkurenceschopnosti firmy využívají klastry nebo také synergické efekty. Firmy z úspěšného klastru dosahují vyšší ziskovosti a rentability vlastního jmění. Výhodou klastrů je, že firmám umožňují být produktivní a inovativní, než kdyby byly v izolaci. Základem klastrů je blízkost subjektů a jejich vzájemné vazby propojené společným cílem, které vedou k vzájemnému přelévání znalostí. Firmy mohou využívat také synergické efekty, kterých firma dosáhne prostřednictvím fúze s jinou společností, akvizicí nebo strukturálními změnami firmy. Synergický efekt zajišťuje, že je efekt dvou a více aktivit větší než součet jejich částí;
- **teritorium dodavatele** – logistická firma by neměla být jenom dodavatelem, ale také partnerem, který pomáhá firmě dosahovat konkurenční výhody tím, že zajišťuje včasné, spolehlivé, kvalitní a přesné dodávky materiálu, zboží apod. Někdy firmy dosahují konkurenční výhody, pokud spolupracují s firmou působící v globálním měřítku, jindy je výhodnější využít specialistu v určitém teritoriu. Takový specialista má zejména lokální znalosti a také zaměstnance s odpovídajícími zkušenostmi.

Existuje několik definic konkurenceschopnosti firmy. Dle Čichovského (2002) lze konkurenceschopnost chápat jako pozitivní vlastnost konkurenta v konkurenčním prostředí nebo jako výsledek působení sil konkurentů v konkurenčním prostředí. Na konkurenceschopnost podniku má zásadní vliv stabilita dodavatele. Kvalita patří mezi dlouhodobý zdroj konkurenceschopnosti bez ohledu na specifičnost produkce. Firmy využívající certifikaci i ISO jsou schopny zvládat problémy ve výrobě lépe.

Dle Dvořáčka (2012) je konkurenceschopnost spojena s globalizací, zvětšujícími se trhy, nárůstem počtu podnikatelských subjektů, rozvojem informačních a komunikačních technologií a úsilím o harmonizaci pravidel hospodářské soutěže. Zvyšování konkurenceschopnosti se realizuje prostřednictvím podnikových či národohospodářských politik. V méně rozvinutých zemích převažuje **cenově nákladová konkurenceschopnost**, neboť podporuje nízké mzdy a podhodnocenou měnu. S rostoucí životní úrovní hraje důležitou roli také produktivita, kterou určují tržní ceny a efektivnost poskytování výrobků. Existuje však také kvalitativně založená konkurenční výhoda, jejímž předpokladem je zvyšování technologické úrovně ekonomických činností, která je ovlivněna dosaženou úrovní národní ekonomiky.

Hledat konkurenceschopnost firmy nepostačí pouze ve finančním zdraví, síle marketingu, inovačním dynamismu, ale například i v celkovém designu firmy, kultuře firmy a jejím vnitřním klimatu, chování a komunikaci firmy. Má-li být firma konkurenceschopná, musí být silná, odolná, mobilní, suverénní a identifikovatelná konkurencí (Mikoláš, 2005).

Firma by se při vytváření konkurenceschopnosti měla zaměřit na:

- **vytváření tlaku na inovace** – vyhledávat výzvy a nejnáročnější zákazníky s vysokými požadavky, včetně zavádění norem překračujících hranici běžně používaných standardů produkce, obracet se na nejvyspělejší dodavatele, mít aktivní přístup k zaměstnancům a zlepšovat se v oblasti dovedností a produktivity;
- **vyhledávání nejschopnějších konkurentů** – vyhledávání schopných konkurentů podněcují změny v podniku, proto je důležité konkurenty nejen vyhledávat, ale také studovat;
- **zřízení systému včasného varování** – včasné zjištění problému umožňuje podnikům učinit včasná opatření, která jim pomohou uspět v konkurenčním boji. Firmy mohou například nalézt a obsluhovat zákazníky, které ještě nikdo neuspokojuje, zkoumat nové zákazníky, udržovat vztahy s výzkumnými centry a se zdroji talentovaných lidí;
- **domácí rivalitu** – pokud chce podnik konkurovat na celosvětové úrovni, potřebuje tvrdou domácí rivalitu, která podnik požene vpřed. Silná domácí rivalita zajišťuje konkurenční výhodu a dominantní postavení na domácím trhu;
- **přístup ke globalizaci** – tento proces spočívá v proniknutí ke zdrojům výhod ostatních zemí. Patří zde například identifikace vyspělejších odběratelů v jiných zemích. Globalizace stimuluje podniky k rychlejšímu tempu inovací;
- **vhodném umístění domácího základu pro podporu konkurenční výhody** – multinárodně působící firma musí rozhodnout o alokaci základny pro každou podnikatelskou aktivitu. Každá z podnikatelských aktivit musí mít základnu v jiné zemi. Základna se nachází zpravidla tam, kde se stanovuje strategie a kde je vyráběn klíčový produkt nebo hlavní výrobní proces či rozhodující množství produkce. Tato základna by měla podporovat inovační proces (Dedouchová, 2001).

### 2.5.1 KLASTRY

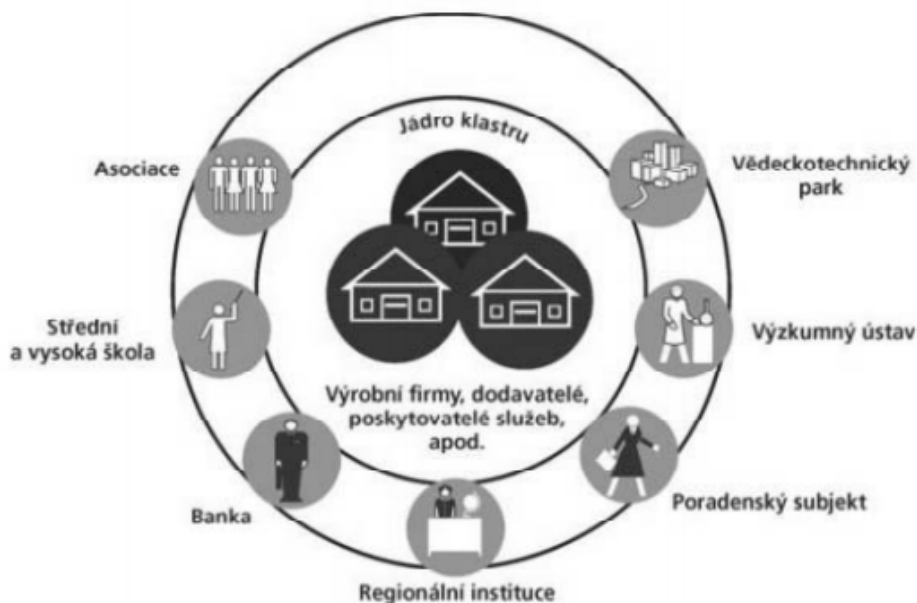
Konkurenceschopnost firem je také spojená s termínem klastr. Dříve se jednalo o sdružení firem stejného odvětví ekonomické činnosti, dnes je modernější používat termín klastry. Dle Portera (2003, s. 4) lze definovat klastry jako „*geograficky blízké skupiny vzájemně propojených firem, dodavatelů, poskytovatelů služeb a dalších institucí v určité oblasti, které jsou spojeny přes rozličné společné zájmy a potřeby.*“ Klastry fungují v rámci jednotlivých regionů nebo zemí. Kromě firem jsou klastry tvořeny taktéž akademickými a veřejnými institucemi.

Výhodou klastrů je, že firmám umožňují být produktivní a inovativní, než kdyby byly v izolaci a těžit z idejí, kvalifikací a myšlenek. Základem klastrů je blízkost subjektů,

kteřá zajišťuje vzájemné přelévání znalostí. Mezi aktéry musí existovat funkční vazby, které jsou propojeny společným cílem. Mezi aktéry musí docházet k interakcím (Ketels, 2004).

Subjekty klastru znázorňuje obrázek 1.

### OBRÁZEK 1: SUBJEKTY KLASTRU



Zdroj: Odborně vzdělávací zpravodaj MM [online] [vid. 25. června 2019]. Dostupné z: <https://www.mmspektrum.com/clanek/princip-a-prinosy-klastru-pro-prumyslove-podniky.html>

Firmy z úspěšného klastru by měly dosahovat vyšší ziskovosti a rentability vlastního jmění. Klastry fungují v rámci jednotlivých regionů nebo zemí. Existuje však jejich vytváření na nadnárodní úrovni, a to mezi sousedními státy. V každém oboru zpravidla existuje několik klastrů, které se od sebe liší specializací. Mnohdy je tak konkurence mezi jednotlivými státy či regiony konkurencí mezi klastry (Porter, 2003).

### 2.5.2 ZAMĚSTNANCI A KONKURENCESCHOPNOST

Růst počtu pracovníků firmy nemá přímý vliv na rostoucí úspěšnost podniku. Management s adekvátním vzděláním má lepší perspektivy učinit firmu dlouhodobě konkurenceschopnou. Firma s větším počtem vysokoškolsky vzdělaných jedinců dosahuje lepších tržních výsledků. Neplatí zde, že rostoucí počet pracovníků v administrativě povede k rychlejšímu růstu firmy. Firma je konkurenceschopná v regionu s dobrou infrastrukturou, se kterou jsou spojeni i kvalifikovaní zaměstnanci.

### 2.5.3 ZÁKLADNÍ KONKURENČNÍ STRATEGIE

Mezi základní konkurenční strategie patří strategie nízkých nákladů, strategie diferenciacie a fokální neboli ohnisková strategie.

**Strategie nízkých nákladů** představuje podniky, které využívají například vertikální integraci, méně nákladné suroviny, efekt z rozsahu výroby, optimální dodávky a distribuční kanály, stabilní design výrobku či výrobního procesu, přísnou kontrolu nákladů, detailní kontrolní výkazy či intenzivní dohled nad pracovní silou. Rizikem této strategie je možnost jejího napodobování jinými podniky. Hlavní roli zde hrají náklady, a ne produkt či změny na trhu, a to může vést k zanedbání inovačních procesů. V podnicích by měl být růst nákladů na pracovní sílu kompenzován inovacemi, vývojem technologií zvyšováním kvalifikace apod.

**Strategie diferenciacie** je používaná zejména podniky, které využívají unikátnost výrobků, na které neexistují substituty, efektivní výzkum a vývoj, kreativní rozvoj produktu, pozitivní vnímání kvality, dosahování dobrých výsledků, koordinaci s odběrateli, vysoce kvalifikované pracovníky apod. Tato strategie musí brát v úvahu řízení nákladů. Rizikem této strategie může být nechtěnost kupujících se odlišovat. Za diferencovaný produkt se obvykle platí vyšší cena, jenž musí pokrýt náklady spojené s jeho diferenciací.

**Fokální (ohnisková) strategie** je zaměřená na určitý tržní segment, ve kterém je možné aplikovat jak strategii nízkých nákladů, tak strategii diferenciacie. Segmentace trhu potvrzuje, že každý trh má své preference.

### 2.5.4 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI

Pro analýzu konkurenceschopnosti se využívají níže vysvětlené modely, a to Porterův model diamantu, Rugmanův druhý diamant, Devítifaktorový model a Systémický model.

**Porterův model diamantu** je základní model, který pracuje s faktorovými podmínkami, strategiemi, strukturou a rivalitou, podobnými odvětvími a podmínkami poptávky, jež se vzájemně doplňují. Faktorovými podmínkami mohou být přírodní podmínky, životní úroveň obyvatelstva a náklady na pracovní sílu, vzdělanost apod. Úlohou státu je podporovat a vyzývat podniky k vyšší konkurenceschopnosti prostřednictvím přístupů politiky (vyvarování se intervencí na trhu výrobních faktorů a měny, vynucování kvality, bezpečnosti a norem životního prostředí, limit spolupráce mezi rivaly v odvětví, podnicovní investic, deregulace konkurence, vynucení antimonopolních politik apod.). Cílem Porterova modelu je vymezení prostředí konkurenceschopnosti. Porter se ztotožňuje se dvěma strategiemi zdrojů hodnoty výrobků – výhody v nákladech a výhody výrobní diferenciacie. Právě výběr mezi těmito dvěma strategiemi je brána za důležitou schopnost podniku dosahovat konkurenční výhody.

**Rugmanův druhý diamant** – vychází z Porterova modelu, zahrnuje stejné determinanty, avšak na mezinárodní úrovni. Může být interpretovaný dvěma způsoby, a to jako

domácí diamant porovnáváný s diamantem konkurující země či jako domácí diamant obklopený globálním diamantem, který zahrnuje přímé zahraniční investice a činnost transnacionálních společností.

**Devíti-faktorový model** – kritizuje Porterův model a jeho omezenost aplikace v rozvíjejících se zemích. Tento model vychází z nemožnosti měření mezinárodní konkurenceschopnosti obchodní bilancí, podílem na světovém trhu, nabídkou práce, kapitálových či přírodních zdrojů. Tento model se využívá ke spojení odvětvové konkurenceschopnosti s makroekonomickými faktory. Je založen na devíti faktorech, které jsou děleny na lidské a fyzické. Mezi lidské faktory patří politici, byrokraté, podnikatelé, profesionálové a pracovníci. Mezi fyzické faktory patří domácí poptávka, příbuzná odvětví a podnikatelské prostředí. Posledním faktorem je příležitost. Model rozlišuje čtyři úrovně rozvoje a dělí země na méně rozvinuté, rozvíjející se, částečně rozvinuté a rozvinuté.

**Systémický model** – jedná se o rozšířený nástroj pro analyzování konkurenceschopnosti propojením makroúrovně a mikroúrovně tzv. mezzourovni. V tomto modelu hrají sociální aktéři a stát podmínky nezbytné pro rozvoj konkurenceschopnosti.

Převzato a upraveno z publikace *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí*, Dvořáček, et al., 2012

---



## OTÁZKY

1. Jaké jsou charakteristické rysy dokonale tržní struktury?
  2. Jak vzniká kartel?
  3. Proč se některá firma stává „cenovým vůdcem“?
  4. V čem spočívá podstata paralelní a barometrické tvorby cen?
  5. Jaké rysy jsou typické pro monopolistickou konkurenci a v jakých odvětvích se s ní setkáváme?
  6. Co znamená konkurenceschopnost firmy?
  7. Co musí firma splňovat, aby se stala konkurenceschopnou a na co by se měla zaměřit?
  8. Co znamená pojem klastr?
  9. Jaké jsou základní konkurenční strategie firem, a jak se nazývá základní model analýzy konkurenceschopnosti?
- 



## SHRNUTÍ KAPITOLY

Ve druhé kapitole byla charakterizována dokonalá a nedokonalá tržní struktura. V rámci nedokonalé tržní struktury byl popsán monopol, oligopol a monopolistická konkurence. Byly vysvětleny příčiny vzniku kartelu a kartelových dohod, které omezují volnou soutěž a oslabují snahu firem zvyšovat efektivitu a technologický pokrok. Dále se kapitola věnovala cenovému vůdcovství, které je spojeno s existencí jedné firmy, která je označována za cenového vůdce. Byly popsány dva typy tvorby cen, a to paralelní a barometrická. Kapitola se dále věnovala konkurenceschopnosti firem, která umožňuje firmám poskytovat statky a služby efektivněji, než její konkurenti a vztahu konkurenceschopnosti firem k zaměstnancům. V souvislosti s konkurenceschopností firem byly vysvětleny tři základní konkurenční strategie, a to strategie nízkých nákladů, strategie diferenciací a fokální strategie, kterými se firmy řídí. Dále byla kapitola věnována také pojmu klastr, který nahradil dřívější pojem sdružení firem stejného odvětví ekonomické činnosti. Závěr kapitoly byl věnován třem modelům analýzy konkurenceschopnosti, mezi něž patří Porterův model diamantu, Rugmanův druhý diamant, Devítifaktorový model a Systémický model.

## ODPOVĚDI



1. Mezi základní charakteristické rysy dokonalé tržní struktury patří existence velkého množství kupujících a prodávajících, z nichž ani jeden nemá schopnost ovlivnit cenu. Vstupu dalších firem do odvětví nebrání žádné překážky. Na trhu práce nepůsobí odbory ani velké firmy, které by mohly dohlížet na trh. Výrobní faktory jsou dokonalé mobilní a mohou být volně přesunovány. Výrobci i spotřebitelé mají dokonalé informace nejen o cenách, ale i o produktech.
2. Kartel je označení pro firmy, které mezi sebou uzavřely kartelovou dohodu. Nejčastěji jsou tyto dohody uzavřeny na koordinaci cen nebo rozsahu produkce.
3. Cenovým vůdcem se stává vždy dominantní firma určitého tržního odvětví, která je obklopená malou skupinou menších výrobců. Dominantní firma koordinuje ceny bez existence jakékoliv smluvní dohody. Ostatním výrobcům se nevyplatí prodávat za nižší nebo vyšší cenu, než nabízí cenový vůdce.
4. Paralelní tvorba cen spočívá v tom, že firmy v daném odvětví stanovují podobnou cenu, aniž by o tom jednaly. Tento typ tvorby ceny je označován také jako cenová špionáž. Barometrická tvorba cen spočívá v tom, že na trhu působí firma, která představuje cenového vůdce a ostatní firmy ji napodobují.

5. Pro monopolistickou konkurenci je typické, že vzniká v odvětvích, ve kterých působí velký počet firem, které produkují statky a služby uspokojující stejnou potřebu. Vstup do daného odvětví je volný. Firmy si vzájemně konkurují diferenciací produktu. Monopolistická konkurence se nejčastěji vyskytuje v odvětvích práva, medicíny, kadeřnictví, maloobchodu, poradenství nebo cestovních kanceláří.
  6. Firemní konkurenceschopnost je schopnost firem poskytovat služby a výrobky stejně nebo efektivněji než významní konkurenti. Pojem, který souvisí s firemní konkurenceschopností je konkurenční výhoda.
  7. Aby se firma stala konkurenceschopnou, musí splňovat například inovační aktivitu, adaptaci na požadavky zákazníka, kvalitu produkce, náklady na pracovní sílu a ostatní náklady firmy, kvalifikaci pracovníků, péči o zákazníky, přístup ke zdrojům financování, jméno firmy a vnímání tradice firmy, konkurenční boj, vyjednávací sílu v dodavatelsko-odběratelských vztazích, schopnost získávat finanční zdroje z dotací atd. Firma by se měla zaměřit na vytváření tlaku na investice, vyhledávání nejschopnějších konkurentů, na včasné varování, zdokonalení čtyřúhelníku domácí země, domácí rivalitu, přístup ke globalizaci a vhodném umístění domácího základu.
  8. Klastř představuje geograficky blízké skupiny vzájemně propojených firem, dodavatelů, poskytovatelů služeb a dalších institucí v určité oblasti, které jsou spojeny společnými zájmy a potřebami.
  9. Mezi základní konkurenční strategie patří strategie nízkých nákladů, strategie diferenciací a fokální (ohnisková) diferenciací. Základním modelem analýzy konkurenceschopnosti je Porterův model diamantu.
-



### 3 REGIONÁLNÍ KONKURENCESCHOPNOST

#### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Ve třetí kapitole si představíme a definujeme konkurenceschopnost regionu. Vysvětlíme si způsoby hodnocení konkurenceschopnosti, pilířovou strukturu, která je využívána pro hodnocení konkurenceschopnosti a indikátory regionální konkurenceschopnosti, včetně datové základny a její (ne)dostupnosti. Objasníme si konkurenceschopnost měst a obcí a vysvětlíme vztah mezi produktivitou a zaměstnaností. V rámci této kapitoly si také představíme a vysvětlíme pyramidový model a teoretické aspekty regionální konkurenceschopnosti. Dále si přiblížíme také kapacitu regionální konkurenceschopnosti obsahující tři teorie, která v sobě integruje teorii komparativních výhod, Porterův koncept konkurenční výhody a Leibensteinovu teorii X-neefektivnosti, které si podrobně vysvětlíme.

#### CÍLE KAPITOLY



- definovat regionální konkurenceschopnost
- vysvětlit způsoby hodnocení regionální konkurenceschopnosti
- objasnit pilířovou strukturu a indikátory regionální konkurenceschopnosti
- přiblížit datovou základnu včetně její (ne)dostupnosti
- vysvětlit konkurenceschopnost měst a obcí a vztah produktivity a zaměstnanosti
- představit a vysvětlit pyramidový model regionální konkurenceschopnosti
- představit a vysvětlit teoretické aspekty regionální konkurenceschopnosti
- popsat a vysvětlit kapacitu regionální konkurenceschopnosti

#### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Efektivita, konkurenceschopnost regionu, konkurenční výhoda, NUTS, kapacita regionální konkurenceschopnosti, pyramidový model, teorie komparativních výhod

### 3.1 Konkurenceschopnost regionu

Konkurenceschopností regionů rozumíme uplatnění vlastních výrobních disponibilních faktorů při zvyšování ekonomického růstu regionu s ohledem na množství těchto disponibilních faktorů uvnitř daného regionu i s využitím vnějších disponibilních faktorů, přičemž tyto použitelné faktory nejsou ovlivňovány pouze působením standardních tržních mechanismů, ale i realizovanou regionální a strukturální hospodářskou politikou (Nevima, 2014).

Regionální konkurenceschopnost můžeme chápat jako výsledek společného úsilí o co nejproduktivnější využívání vnitřních zdrojů v interakci s využíváním vnějších zdrojů a rozvojových příležitostí, zaměřené na trvalé zvyšování produkčního potenciálu regionů. Vztah mezi konkurenceschopností regionů a konkurenceschopností a v nich usazených podnikatelských subjektů není zcela jednoznačný, což vyplývá již ze samotné existence protichůdných zájmů účastníků trhu. Každý region má své konkurenční charakteristiky, které označujeme jako **prvky**. Tyto **prvky jsou buď zdrojem anebo bariérou konkurenceschopnosti. Jádrem prvku může být vnitřní anebo vnější konkurenční výhoda**. Dle Hugginse (2003) je konkurenceschopnost jedním z nejdůležitějších faktorů, které ovlivňují možnost regionálního rozvoje. Posilování konkurenceschopnosti umožňuje regionům a dalším územním jednotkám vytvářet komparativní výhody vůči ostatnímu území.

Regionální konkurenceschopnost lze definovat z několika přístupů, mezi které patří pojetí regionální konkurenceschopnosti jako agregovanou podnikovou konkurenceschopnost a pojetí regionální konkurenceschopnosti jako odvozenou makroekonomickou konkurenceschopnost. První pojetí je založeno na existenci podniků v regionu, které trvale ziskově produkují a splňují požadavky otevřeného trhu z hlediska ceny, kvality apod. Předpokladem tohoto pojetí je podobnost zájmů firem a regionu. V každém regionu se nacházejí podniky s rozdílnou úrovní konkurenceschopnosti. Důležitá je také existence společných rysů regionů, které působí na konkurenceschopnost všech podniků, jež se v daném regionu nacházejí. Druhý přístup je založen na existenci zákonů platných v mezinárodním obchodě a neplatných na nižší než národní úrovni. Přesun vybraných výrobních faktorů, jako je kapitál nebo práce mezi regiony, může pro regiony představovat reálné ohrožení (Wokoun, 2010).

Regiony jsou odrazem celkového obrazu ekonomiky a hnací silou národních ekonomik. Regiony jsou také považovány za základní „přístav“ změn v mobilitě výrobních faktorů. Nemají přesně definovanou úlohu v mezinárodní dělbě práce, ale jejich doménou je specializace. Regiony začínají být nositeli koordinačních a rozhodovacích aktivit realizované hospodářské politiky a jsou rovněž nositeli původu disponibilních výrobních faktorů. Za úspěšný region lze považovat ten, který je schopen vytvářet a zároveň udržovat

vysoce kvalifikovaná a dobře placená pracovní místa pro co největší počet obyvatel. Schopnost regionů ovlivňovat hospodářské a společenské dění je omezené, neboť rozhodnutí politik, společenských a hospodářských procesů se odehrávají mimo region a jeho kontrolu. V zemích Evropy se může jednat o rozhodnutí Evropské unie, globálních korporací či veřejného sektoru ohledně rozdílného daňového zatížení určitých aktivit aj. (Blažek, Uhlíř, 2011).

### 3.2 Hodnocení regionální konkurenceschopnosti

Regionální konkurenceschopnost lze hodnotit podle Porterova diamantu konkurenceschopnosti. Konkurenceschopnost je vyjádřena působením faktorů vstupů jako je nabídka výrobních faktorů, dále faktorů domácí poptávky, faktorů příbuzných a podpůrných odvětví s přímou vazbou na dělbu práce, faktorů generovaných podnikovými strategiemi a charakterem konkurence a faktorů způsobených vlivem vlády a náhodných faktorů (Wokoun, 2010).

Hodnocení a posuzování regionální konkurenceschopnosti lze provádět pouze na základě již existujícího konceptu konkurenceschopnosti či názorového proudu. Vytvoření systému pro hodnocení konkurenceschopnosti je stanoveno v podmínkách Evropské unie heterogenitou států a regionů a přístupy ke konkurenceschopnosti. Hodnocení z hlediska diferencí mezi jednotlivými státy a regiony je nutno sledovat v širokém komplexu ekonomických, sociálních a environmentálních kritérií. Tato kritéria umožňují vymezit problémové oblasti zemí a regionů, které jsou zdrojem diferencí. Při sledování regionálních rozdílů je důležitý nejen jejich současný stav, ale také jejich vývoj v čase, tzn., zda dochází ke snižování nebo k nárůstu diferencí. Vývoj v jednotlivých regionech úzce souvisí s jejich rozdílnou hospodářskou dynamikou. Hlavními příčinami nerovnoměrného rozvoje regionů a vzniku regionálních disparit mohou být například rozdíly v ekonomické struktuře, kvalitě lidských zdrojů a místních samospráv, zhoršená dostupnost veřejných služeb či neuspokojivý stav životního prostředí. Nejčastěji bývají v rámci hodnocení konkurenceschopnosti regionu využívány přístupy desagregace makroekonomických ukazatelů mezinárodních organizací.

Pro hodnocení úrovně regionální konkurenceschopnosti se využívají dvě metody škálování, a to metoda semaforu a bodová metoda, která je využívána k výpočtu výsledných hodnot jednotlivých ukazatelů odrážejících míru regionálních disparit a konkurenčního potenciálu. **Metoda semaforu** se podobá metodě škálování a je na rozdíl od metody škálování založena na přiřazení specifických symbolů jednotlivým hodnotám ukazatelů. Symboly mají nejčastěji podobu tří kruhů v barvách světla semaforu, od čehož je také odvozen název této metody. Přínosem tohoto přístupu je rychlost, přehlednost a bezproblémové využití při analýzách různě širokých skupin socio-ekonomických ukazatelů. Východiskem **bodové metody** je nalezení regionu, jehož ukazatel dosahuje buďto maximální nebo naopak minimální hodnoty. Minimální hodnota je využívána v okamžiku, kdy je za progresivní označován pokles příslušného ukazatele, maximální hodnota je používána v opačném případě, kdy je za progresivní považován růst hodnoty příslušného ukazatele v

daném regionu. Bodovou hodnotu příslušného indikátoru tak v případě maxima určíme pomocí rovnice (Kutscherauer, et al., 2010).

Hodnocení regionální konkurenceschopnosti je v současné době metodicky nejednotné, což vede k využití vlastního, alternativního přístupu v této oblasti. Využívání různých přístupů k hodnocení konkurenceschopnosti tak generuje různé výsledky. Tato skutečnost je logická a predikovatelná. Nelze očekávat, že všechny uvedené přístupy povedou k totožným závěrům o dosaženém stupni konkurenceschopnosti. Řada metod a přístupů k hodnocení konkurenceschopnosti je do jisté míry nesrovnatelná, a proto je nutné jejich výsledky brát na zřetel zcela individuálně (Melecký, Staníčková, 2011).

Dle Viturky (2007) je hlavním cílem hodnocení zjištění konkurenčního potenciálu regionů, posuzovaný podle kvality podnikatelského prostředí, využití lidských zdrojů a inovačního potenciálu firem. Hlavními výhodami tohoto přístupu ve srovnání s používanými desagregacemi makroekonomických ukazatelů spočívají v jeho vyšší explanační schopnosti, kterou posilují přímé vazby na formulování programových cílů regionální politiky. Využití kvality podnikatelského prostředí pro zhodnocení regionální konkurenceschopnosti vyplývá ze skutečnosti, že nabídka představuje tu hlavní oblast, ve které mezi sebou regiony vzájemně soutěží. Důvodem tohoto soutěžení je snaha vytvořit lepší podmínky pro rozvoj podnikatelských aktivit.



## PRO ZÁJEMCE

Hlavní hnací faktory konkurenceschopnosti lze rozdělit do sedmi skupin: klastry, demografické faktory, podnikatelské prostředí, institucionální kvalita, odvětvová struktura, inovační infrastruktura a vlastnické poměry (Viturka, 2007).

### 3.3 Pilířová struktura

Pilířová struktura je využívána pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti. Pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti je také využíván **index regionální konkurenceschopnosti**, který je zveřejňován každé tři roky již od roku 2010. Umožňuje regionům monitorovat a hodnotit svůj rozvoj v průběhu času a ve srovnání s jinými regiony. Index je považován za první opatření, které ukazuje konkurenceschopnost regionů Evropské unie z evropské perspektivy. Index regionální konkurenceschopnosti je založen na statistických regionech NUTS 2, přičemž regiony NUTS 2, které jsou součástí stejné funkční městské oblasti, jsou posuzovány jako jeden celek. Díky tomu index regionální konkurenceschopnosti zachycuje dovednosti dostupné na místním trhu práce. Index regionální konkurenceschopnosti je složen z jedenácti pilířů popisujících různé aspekty konkurenceschopnosti. Prostřednictvím těchto pilířů index posuzuje silné a slabé stránky každého regionu. Jsou rozděleny do tří skupin: základní, efektivita a inovace. Do „zá-

kladní“ skupiny patří pět pilířů, obsahujících složky, které v rámci hodnocení nesou určitou váhu:

**I. Vládní a institucionální pilíř:**

- přímý výběr daní
- transfer příjmů
- investiční výdaje
- veřejná bezpečnost – boj s kriminalitou a terorismem
- počet základních a středních škol
- počet zdravotnických zařízení
- počet policejních stanic a pošt
- počet municipalit

**II. Výkonný infrastrukturní pilíř (zaměřen na dopravní infrastrukturu ve všech variantách):**

- energetická náročnost regionu
- hustota dálniční sítě
- hustota letecké sítě
- počty hotelů a dalších ubytovacích kapacit
- počty pevných linek

**III. Pilíř ekonomického rozvoje:**

- reálný HDP nebo HDP per capita
- růst reálného a běžného HDP
- objem exportu a podíl exportu na HDP
- počet zaměstnaných na ekonomicky aktivních
- podíl manuálně pracujících na celkovém počtu zaměstnaných

**IV. Pilíř lidského kapitálu:**

- schopnost pochopit a řešit matematické úlohy na základních a středních školách (matematická gramotnost)
- počty absolventů veřejných a soukromých universit
- hustota universit
- dětská úmrtnost
- mortalita obyvatel
- lékařská péče a její dostupnost

**V. Pilíř podnikatelské efektivity:**

- průměrná pracovní produktivita

- počet firem a jejich velikost
- počet úspěšných firem
- dlouhodobé záměry firem
- kreativita v nových produktech a službách
- počet inovovaných produktů a služeb
- zlepšení technologie a procesů
- příležitosti pro OSVČ
- mzdová úroveň
- objem nemzdových nákladů

Regionální konkurenceschopnost lze charakterizovat souborem ekonomických, sociálních, politických, ekologických, organizačních a dalších faktorů. Nejlepším řešením by bylo vytvoření jednoho syntetického indikátoru, který by charakterizoval regionální konkurenceschopnost. Huggins (2003) ve svém článku popisuje index konkurenceschopnosti na příkladu Velké Británie. Index představuje měřitelná kritéria místní konkurenceschopnosti, čímž se snaží zaplnit určitou mezeru ve výzkumu konkurenceschopnosti. Huggins při tvorbě indexu konkurenceschopnosti kladl důraz na dostupnost dat, a to jak na místní, tak na regionální a národní úrovni, která by odrážela vzájemnou propojenost mezi makroekonomickými výstupy a inovačním podnikatelským prostředím. Index odráží model tří faktorů, které obsahují konceptuální rámec konkurenceschopnosti založený na vstupech, výstupech a výsledcích. Index konkurenceschopnosti vytvořený Hugginsem je při určité modifikaci možný aplikovat také v dalších státech. Pro měření ekonomické konkurenceschopnosti regionů se tak využívají indikátory, přičemž specifikem je problematika územní struktury regionů, tj. míra urbanizace a počet větších měst v daném regionu (Evropský sociální fond, 2012, s. 13). Míra urbanizace je zjišťována podle počtu obyvatel žijících v určité velikostní kategorii měst. Mezi indikátory ekonomické konkurenceschopnosti regionů dle Hugginse (2003) a Turoka (2003) patří:

### **Ekonomické vstupy**

- počet podniků na obyvatele, ekonomické subjekty podle vybraných právních forem, vzniklé a zaniklé – nutno přepočítat údaje, které jsou dostupné na Českém statistickém úřadě, úroveň NUTS III;
- inovační podniky;
- podíl znalostně založených firem podle zaměstnanosti v IT a telekomunikacích, finančních a obchodních službách a médiích;
- míra ekonomické aktivity obyvatel;
- zaměstnanci ve výzkumu a vývoji;
- výdaje na výzkum a vývoj.

### **Ekonomické výstupy**

- regionální hrubý domácí produkt na 1 obyvatele;
- hrubý domácí produkt na 1 zaměstnance;

- vývoz v běžných cenách.

### **Ekonomické výsledky**

- průměrné mzdy;
- čistý disponibilní důchod na 1 obyvatele;
- míra nezaměstnanosti a její struktura;
- migrační saldo – představuje demografický ukazatel, který je výsledkem ekonomických podmínek a atraktivity regionu.

Výše uvedené ekonomické výsledky jsou Českým statistickým úřadem sledovány na úrovni NUTS III (Wokoun, 2010).

## **3.4 Datová základna a její (ne)dostupnost**

Důležitou úlohu při volbě datové základny pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti hraje volba územní úrovně regionů NUTS 2 a NUTS 3, délky posuzovaného období, periodicity dat a výběru vhodných ukazatelů pro analýzu na základě dostupnosti dat, která by vhodně odražela regionální konkurenceschopnost.

V rámci volby územní úrovně regionů NUTS 2 a NUTS 3 je nutno podotknout, že dostupnost a délka časových řad přímo úměrně klesá s územně menší regionální jednotkou v rámci územní klasifikace NUTS. Pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti v Evropské unii je nejvhodnější územní jednotka NUTS 2. Lze se však také setkat i s argumenty, že srovnávání jednotek NUTS 2 není efektivní a vhodnější je využití jednotek NUTS 3. Pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti v Evropské unii prostřednictvím soustavy strukturálních ukazatelů je nejvhodnější územní jednotkou úroveň NUTS 2, lze se však setkat i s argumenty, že srovnávat jednotky NUTS 2 není efektivní a vhodné především z toho důvodu, že nemají institucionální vymezení jako např. jednotky NUTS 3 (Viturka, 2007). Pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti je důležitá také délka posuzovaného období, která je orientována především na dlouhodobý časový horizont. K hodnocení ukazatelů jsou využívána pravidelně zjišťovaná a nejaktuálnější data.

Při volbě konkrétních ukazatelů pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti jsou využívány strukturální ukazatele. Jedná se o ukazatele mezinárodního srovnání, které jsou sestavovány v rámci evropského statistického úřadu (Eurostat) na základě pravidelně zasílaných údajů z národních statistických úřadů, které slouží k měření a porovnávání výkonnosti členských států, respektive regionů. Oficiální data uváděná Eurostatem jsou vyznačována rozdílností z hlediska využití. Tato rozdílnost je způsobená dostupností datové základny vykazovaných strukturálních ukazatelů, která se liší v závislosti na sledovaných územních statistických jednotkách. Vzhledem k tomu, že databáze strukturálních ukazatelů je zaznamenávána na národní úrovni, tvoří datovou základnu hrubý domácí produkt na obyvatele, produktivita práce na zaměstnanou osobu, míra zaměstnanosti, míra zaměstnanosti starších obyvatel, hrubé domácí výdaje na výzkum a vývoj a míra dlouhodobé ne-



zaměstnanosti (Melecký, Staníčková, 2011). V souvislosti s hodnocením regionální konkurenceschopnosti je využíván také tzv. European System of Accounts. Jedná se o systém národních a regionálních účtů, které používají členské státy Evropské unie. Jedná se o nejnovější mezinárodně kompatibilní účetní rámec Evropské unie pro systematický a podrobný popis ekonomiky.

Regionální jednotky jsou děleny na jednoregionální a víceregionální. **Jednoregionální jednotky** soustřeďují a uskutečňují svůj ekonomický zájem v jednom regionu. Mezi jednoregionální jednotky můžeme zařadit domácnosti, společnosti, jejichž místní činnostní jednotky jsou všechny umístěny ve stejném regionu, organizace místní a ústřední vlády, přinejmenším část sociálního zabezpečení a mnohé neziskové instituce obsluhující domácnosti. **Víceregionální jednotky** uskutečňují svůj ekonomický zájem ve více než jednom regionu. Příkladem mohou být neziskové instituce sloužící domácnostem při zabezpečování jejich potřeb nebo malý počet společností v monopolním postavení, obsluhující několik regionů. Metodologický problém je ten, jak podchytit transakce víceregionálních jednotek, a jak je následně rozdělit mezi regiony, v nichž působí. Řešením by v tomto případě bylo vytvoření úplné soustavy účtů za místní činnostní jednotky. Co se týče dostupnosti dat, jsou pro hodnocení a kvantifikaci ukazatelů využívány zejména veřejně přístupné datové zdroje. Může se jednat o data ze zdrojů Českého statistického úřadu, která nejsou běžně publikovaná a využívána pro další zpracování.

### 3.5 Konkurenceschopnost měst a obcí

Regiony, města a obce spolu vzájemně soutěží při vytváření, získávání, udržení a podpoře ekonomických subjektů, které vytvářejí nová pracovní místa, příležitosti a zároveň mají vliv na prosperitu, blahobyt a životní úroveň regionu a obcí. Regionální konkurenceschopnost generuje příjmy a udržuje úroveň zaměstnanosti v rámci národní a mezinárodní konkurence (Wokoun, 2010).

Regiony spolu navzájem soutěží nejen v rámci jednoho státu, ale i mezi státy. Města a obce mezi sebou vzájemně soupeří z různých důvodů, například k posílení a udržení svých podílů na exportních trzích, přilákání zahraničního kapitálu, investic (fyzický kapitál), kvalifikovaných zaměstnanců (lidský kapitál). Dále se může jednat o infrastrukturu (veřejný kapitál), nové a vyspělé technologie a myšlenky (znalostní kapitál) a také volnočasové, rekreační a kulturní aktivity (kulturní kapitál). Podmínkou regionální konkurenceschopnosti jsou jak makroekonomická stabilita, tak mikroekonomická opatření, která jsou dělena do tří skupin. Mezi ně patří infrastruktura a dostupnost lokalit, lidský kapitál a produktivní prostředí (Ketels, 2003).

Mezi jednotlivými regiony existují rozdíly v ekonomickém výkonu a blahobytu, kterým se říká regionální disparity (OECD, 2002).

**Regionální disparity** se projevují v rozdílných podmínkách života a rozdílných hospodářských a rozvojových možnostech. Cílem regionální politiky je snižovat, případně



odstraňovat rozdíly v úrovni rozvoje regionů. Prostředkem, kterým jsou zjišťovány regionální disparity, jsou indikátory. Regionální disparity se nacházejí na národní, krajské a statistické úrovni.

Regionální disparity na národní úrovni jsou zaměřeny na strukturálně postižené regiony, hospodářsky slabé regiony a regiony s vysoce nadprůměrnou nezaměstnaností. Strukturálně postižené regiony se vyznačují vysokým zastoupením průmyslu s vysokým stupněm urbanizace, ve kterých se soustřeďují negativní projevy strukturálních změn. V těchto regionech dochází k útlumu významných podniků, respektive celých odvětví a k nadprůměrnému růstu nezaměstnanosti. Hospodářsky slabé regiony se vyznačují nízkou životní úrovní, nízkým ekonomickým potenciálem, nadprůměrnou zaměstnaností v primárním sektoru a nadprůměrnou nezaměstnaností. Regiony s nadprůměrnou nezaměstnaností jsou charakteristické překročením průměrné hodnoty nezaměstnanosti (Kutscherauer).

Regionální disparity na krajské úrovni představují kritičtější hodnocení socioekonomického rozvoje a projevují se detailnější znalostí specifických problémů nižších celků. V rámci Moravskoslezského kraje zde patří centrálně vymezené problémové oblasti a problémové oblasti vymezené krajem. Do centrálně vymezených problémových oblastí patří například Karviná, Ostrava, Nový Jičín, Bruntál a Vítkov. Do problémových oblastí vymezených krajem patří například Osoblažsko, Albrechticko, Karvinsko, Orlovsko, Havířovsko, Vítkovsko, Rýmařovsko, Ostravsko a Třinecko. U těchto regionů je podporována řada rozvojových oblastí a jsou zde finančně podporovány subjekty. Mezi regionální disparity na statistické úrovni patří demografická úroveň, sociální úroveň, ekonomické prostředí, infrastruktura a poloha.

Pro zvýšení dynamiky rozvoje a posílení konkurenceschopnosti regionů je doporučována/doporučováno:

- změna rozpočtového určení daní spočívající v zaměření se na malé obce a zohlednění místa vzniku daně;
- rozšíření technické vybavenosti obcí a měst, zejména budováním čističek odpadních vod, kanalizací, posílením dopravní obslužnosti a využití možnosti financování z evropských fondů;
- posílení adresnosti, specifčnosti, rovného přístupu k dotacím a omezení politických vlivů při rozdělování dotací z České republiky a Evropské unie;
- zlepšení etiky politiků spočívající ve změně přístupu vlády k obcím a městům, například zrušením úřadů práce a specifických dávek, omezením byrokracie, omezením vlivu krajů a dokončením restitucí;
- podpora podnikání a rozvoje průmyslu spočívající ve zvýšení podpory malých a středních podniků a budování průmyslových zón;
- podpora rozvoje zemědělství a venkova spočívající v podpoře alternativní turistiky, ochraně životního prostředí, vlastní koncepci turistiky, ekoturistiky a sociálním turismu;

- podpora bytové výstavby spočívající ve využití zdrojů pro ekonomické bydlení a výkupy pozemků;
- podpora vzdělávacích kapacit spočívající v zajištění dostupnosti vzdělávání, navýšení a obnovení kapacity mateřských škol a podpoře skupin ohrožených sociální exkluzí;
- krajinná tvorba spočívající ve využití podpory revitalizovaných brownfieldů a ekologických projektů a odstranění ekologické zátěže, zajištění lepšího odpadového hospodářství a budování protipovodňového opatření;
- preference mladých lidí a zajištění pozitivních podmínek pro život na venkově.

Mezi základní faktory, které ovlivňují konkurenceschopnost regionu patří:

- infrastruktura (technická, sociální, institucionální, podnikatelská);
- pracovní síla a její vybavenost (dovednosti, dosažená úroveň vzdělání, ochota dalšího vzdělávání);
- výkonnost veřejného sektoru;
- výkonnost v produktivitě (měřená vztahy mezi příjmy a zaměstnaností);
- obchodní faktory;
- pracovní faktory;
- regionální a lokální faktory;
- infrastrukturní faktory;
- cenové faktory;
- environmentální faktory.

Mezi základní faktory konkurenceschopnosti měst dle Ministerstva pro místní rozvoj (2018) patří dostupnost kapitálu, lidské zdroje a intelektuální kapitál, věda, výzkum a inovační prostředí, infrastruktura, kvalita prostředí a kvalita a úroveň dialogu mezi veřejným a soukromým sektorem.

**Dostupnost kapitálu** spočívá ve schopnosti měst vytvářet zdroje, pozemky, budovy, zařízení a technologie. Hlavním smyslem veřejné intervence je zajistit prostorovou funkčnost, flexibilitu a prostor pro růst. Města by měla disponovat adekvátní nabídkou nemovitostí, tzn., že by měly zajistit a udržovat databáze, aktivně nabízet prodejné nemovitosti. **Lidské zdroje a intelektuální kapitál** zahrnují zejména vzdělanost, zaměstnanost, strukturu poptávky a nabídky v oblasti lidských zdrojů. Hlavním smyslem veřejné intervence je profilace vzdělávacího systému nejen ve vztahu k poptávce a nabídce v oblasti lidských zdrojů, ale také ve vztahu k přijaté strategické vizi, která souvisí s budováním znalostní ekonomiky. Města jsou odpovědná za poskytování informací o situaci a trendech na trhu práce. **Věda, výzkum a inovační prostředí** zahrnuje zejména produkci nových znalostí, vytváření inovačního prostředí a aplikaci nových znalostí. Hlavním smyslem veřejné intervence je zaměření na podporu transferu technologií do praxe či podpory aplikovaného výzkumu. Díky Regionální inovační strategii (RIS) je vytvořen prostor pro sdílenou a koordinovanou intervenci města a kraje. V souvislosti s aplikovaným výzkumem lze využít spolupráce s centry transferu technologií na vyso-

kých školách. Města by se měla zaměřovat na podporu strategických oborů, které pomáhají dotvářet strategický profil a image města. Infrastruktura hraje v industriální společnosti roli platformy směny osob, médií, nákladů a výrobků. V post-industriální společnosti je hlavní rolí infrastruktury platforma pro směnu hodnot, idejí a informací.

Hlavním smyslem veřejné intervence je zajistit zdroje pro budování dopravní a technické infrastruktury. Od určité úrovně funkčnosti tradiční infrastruktury nepřinášejí další investice zvýšení konkurenceschopnosti. Infrastruktura je základním faktorem konkurenceschopnosti, ve kterém je pro stát i město přímá angažovanost považována za klíčovou. V ekonomicky úspěšných a konkurenceschopných městech a regionech existuje důležitá vazba mezi **kvalitou prostředí**, tzn., urbánní prostředí zajišťující kvalitu života. Zvyšování kvality životního prostředí je investičně náročné. V současné době je naprosto běžné hradit investice z vlastních kapitálových zdrojů či dotačních titulů. Pro města je velmi důležité osvojení hlavních principů a postupů pro sdružování zdrojů nejen veřejného ale i soukromého sektoru. Důležitá je však také **kvalita a úroveň dialogu mezi veřejným a soukromým sektorem**, kdy je hlavním smyslem intervence pozitivně stimulovat tento faktor, neboť je zásadní a velmi levný. Jedná se o činnosti, které lze financovat v rámci běžné agendy rozpočtu města. Mezi tyto činnosti patří například výměna a prezentace informací, udržování databází, předběžná a následná péče o investory, obchodní schůzky apod. Veřejné intervence města mají povahu otevřenosti, kontinuity, dlouhodobosti, pravidelnosti a aktuálnosti (Zezulková, 2018).

### 3.5.1 LIDSKÉ ZDROJE

Lidské zdroje jsou považovány za jeden z klíčových faktorů ovlivňujících konkurenceschopnost regionů. Lidské zdroje jsou odlišně přizpůsobivé na vnější podmínky. Tento faktor je schopen rychle reagovat na vzniklou situaci a ovlivňovat všechny ostatní spolupůsobící subjekty. Lidské zdroje se tak dají považovat za hlavního nositele rozvoje. Hodnocení lidských zdrojů je prováděno na základě vzdělanostní úrovně, neboť kvalifikovaná pracovní síla má předpoklad směřovat ekonomiku směrem k využívání znalostí, zkušeností a nových poznatků, což představuje konkurenční výhodu. Dalším spolupůsobícím faktorem je také oborová struktura vzdělanosti a její vztah k poptávce po pracovní síle, která podmiňuje okamžitou využitelnost pracovní síly. Doplnujícím vlivem jsou tzv. psychologické aspekty kvality lidských zdrojů. Každá společnost funguje na základě určitého hodnotového systému. Preference některých hodnot mají dopad na chování lidí v určitých situacích, což může mít vliv na ekonomickou konkurenceschopnost.

### 3.5.2 VÝZKUM, VÝVOJ A INOVACE

Regiony v současnosti čelí mnohem silnější konkurenci za strany rozvíjejících se zemí a nemohou se tak spoléhat na dřívější konkurenční výhodu, která plynula z dostupných přírodních zdrojů a levné pracovní síly. Regiony v rozvinutých zemích nejsou schopné konkurovat nižším cenám vstupů, zejména pracovní síly, v rozvíjejících se ekonomikách.

Svou konkurenceschopnost tak musí zakládat na kvalitě a technologickém pokroku. Kvalita činí zboží atraktivním na straně poptávky a technologický rozvoj vede k vývoji nových výrobků a služeb na straně nabídky, tzn. vzniku nových trhů a růstu produktivity výrobních faktorů. Jedinou možností pro udržení konkurenční výhody je orientace na technologický náskok, kvalitu a úspěšnou inovaci procesů a vstupů. Základem inovací je získávání a aplikace nových znalostí prostřednictvím vědy a výzkumu. Věda, výzkum a vývoj představují spolu s kvalitou lidských zdrojů základ inovačního potenciálu regionů a jejich výsledky jsou nositeli základních zdrojů inovací. Důležitou podmínkou inovačního procesu je neustálé vzájemné učení a předávání znalostí, které vyžaduje úzkou spolupráci mezi výzkumnými a vývojovými institucemi a také soukromým a veřejným sektorem.

### **3.5.3 EKONOMICKÁ STRUKTURA**

Dříve byla ekonomická struktura regionu založena na existenci velkých regionálních firem, které garantovaly stabilitu místní ekonomiky. Tyto firmy byly důležitými partnery malých a středních podniků a do určité míry hnaly vývoj celé místní ekonomiky. Role velkých firem se s nástupem post-industriální ekonomiky změnil a velké firmy přestaly být konkurenceschopné. Nový model byl postaven na existenci firem, které prováděly velké množství činností souvisejících s produkcí konečného výrobku tzv. “pod jednou střechou“. Dnes se velké firmy více podobají síti několika dílčích subjektů specializujících se na určitou činnost. V současnosti se pozornost obrátila na malé a střední firmy, které jsou schopné konkurovat velkým podnikům. Důležitou roli hrají malé a střední podniky při tvorbě nových pracovních míst, vytváření podnikatelského klima v regionu a udržování konkurenčního prostředí v ekonomice.

### **3.5.4 PŘÍMÉ ZAHRANIČNÍ INVESTICE**

S nárůstem provázanosti světové ekonomiky roste význam nadnárodních korporací a přímých zahraničních investic. Přímé zahraniční investice jsou faktorem ekonomického rozvoje. Přínos zahraničních investic pro ekonomický rozvoj lze sledovat jak na místní, regionální (například transfer technologií, zvýšení kvality lidských zdrojů, vznik nových pracovních míst atd.), tak národní úrovni (například stabilizace platební bilance, růst exportu atd.).

### **3.5.5 DOPRAVNÍ A TELEKOMUNIKAČNÍ INFRASTRUKTURA**

Aby byl zajištěn ekonomický růst, je nutné mít k dispozici dobrou infrastrukturu. Moderní infrastruktura je v rámci výkonu podniků významným faktorem, který ovlivňuje hospodářskou a sociální přitažlivost místa. Moderní infrastruktura je faktor zajišťující ekonomický rozvoj. Ve vyspělých zemích, ve kterých dopravní infrastruktura nehraje zásadní roli, se naopak zvyšuje význam moderních informačních a telekomunikačních technologií (pilíř znalostní ekonomiky). Zavádění a efektivní využívání moderních infor-

mačnických a telekomunikačních technologií představuje potenciál pro růst celkové produktivity ekonomiky (Šimáčková, Puchýř, 2013).

### 3.6 Vztah mezi produktivitou a zaměstnaností

Dle Gardinera (2003) je běžným zastoupením konkurenceschopnosti hrubý domácí produkt na obyvatele, který lze rozdělit do různých faktorů. Vysoce produktivní regiony, které využívají kvalifikovanou pracovní sílu, mohou vykazovat vysokou míru zaměstnanosti. Existuje mnoho argumentů týkající se využití hrubého domácího produktu na zaměstnance či na odpracovanou hodinu jako měřítko produktivity. Regiony se s větší pravděpodobností specializují na určité odvětvové činnosti, jako například zemědělství, ve kterém představuje odpracovaná hodina skutečné pracovní úsilí spojené s produkcí výstupu, proti kterému se měří. Dále je nutno zmínit také udržitelnost, která souvisí se zaměřením regionů na emise a energie s cílem stát se konkurenceschopnými. Pro zjištění podílu hrubého domácího produktu na objem produkce je využíván níže uvedený vzorec:

$$\frac{HDP}{P} = \frac{HDP}{Z} \frac{Z}{O_{PV}} \frac{O_{PV}}{P}$$

kde:  $HDP$  (hrubý domácí produkt),  $P$  (objem produkce),  $Z$  (počet zaměstnaných osob),  $O_{PV}$  (počet osob v produktivním věku).

Pro analytické účely je možné rozdělit ukazatel hrubého domácího produktu na dílčí faktory, a to na produktivitu práce, míru zaměstnanosti a podíl obyvatel na produktivním věku na celkovém počtu obyvatel. Aby se region stal konkurenceschopným, měl by dosahovat jak vysoké úrovně produktivity práce, tak zaměstnanosti, která je závislá na nabídce pracovních příležitostí. Mezi zaměstnaností a produktivitou práce existuje vztah, který lze chápat jako nepřímo úměrný. V krátkodobém časovém horizontu se vazba mezi zaměstnaností a produktivitou práce prosazuje, pokud region prochází restrukturalizací. V této situaci dochází k úbytku pracovních příležitostí v tradičních odvětvích a tento úbytek není doprovázen tvorbou nových pracovních příležitostí, které by nahrazovaly odstraněná pracovní místa. V dlouhodobém časovém horizontu je vazba mezi produktivitou práce a zaměstnaností přímo úměrná. Regiony, které vykazují větší produktivitu práce přitahují investory, čímž dochází k nárůstu počtu pracovních míst a růstu zaměstnanosti. Meziregionální rozdíly v dosahované výši hrubého domácího produktu na jednoho obyvatele jsou spojeny se čtyřmi základními faktory, mezi které patří:

- **ekonomická struktura** vyjádřená podílem zaměstnanosti v zemědělství, průmyslu, stavebnictví, tržních službách a netržních službách na celkové zaměstnanosti. Regiony s vysokým hrubým domácím produktem se vyznačují vysokým podílem zaměstnanosti v tržních službách či průmyslu;
- **rozsah inovací** měřený počtem přihlášených patentů a vynálezů. Silnější regiony vykazují větší inovační aktivitu;

- **dopravní dostupnost** regionu měřená indexem okrajovosti, který zahrnuje vliv geografické polohy a rozdíly ve vybavenosti dopravní infrastrukturou. Regiony s nadprůměrným hrubým domácím produktem jsou lépe dopravně dosažitelné;
- **kvalifikace pracovní síly** vyjadřována podílem obyvatelstva s dosaženým vysokoškolským, středoškolským a základním vzděláním na celkovém počtu obyvatel věkové skupiny 25 až 59 let. Ve vyspělých regionech je vykazován větší podíl obyvatelstva s dosaženým vyšším stupněm vzdělání (Matoušková, 2000).

Dle Gardinera (2004) dochází s růstem produktivity k růstu reálných mezd a zaměstnanosti. Existuje několik způsobů měření produktivity, ale nejčastěji je měřen výkon pracovníka. Je však důležité rozlišovat pracovní poměr na částečný a plný pracovní úvazek. Produktivita ovlivňuje nejen komparativní výhody exportních odvětví v regionech, ale také celou škálu jejich odvětví a služeb tak, aby byl udržen krok s externími konkurenty.

Dle Portera a Ketelse (2003) je pro pochopení konkurenceschopnosti důležité, aby byla hlavním zdrojem prosperity národa. Životní úroveň je určována produktivitou ekonomiky země, jež je měřena hodnotou zboží a služeb vyrobených na jednotku lidského kapitálu a přírodních zdrojů. Produktivita je závislá na hodnotě produktů a služeb země. Skutečná konkurenceschopnost je měřena produktivitou. Zejména produktivita práce umožňuje zemi podporovat růst mezd, silnou měnu a návratnost kapitálu spojenou s vysokou životní úrovní.

### 3.7 Pyramidový model regionální konkurenceschopnosti

Produktivita v regionech může záviset na řadě klíčových faktorů konkurenceschopnosti. Regionální rozdíly v ekonomickém růstu jsou často vysvětlovány pomocí regionálních rozdílů v míře technologického pokroku, který může být vnímán jako exogenní či endogenní proměnná v závislosti na použitém přístupu. Rozdílná úroveň ekonomické výkonnosti a produktivity v regionech se stala také základem **pyramidového modelu konkurenceschopnosti**, který znázorňuje obrázek 2.

Dle Martina (2003) tento model obsahuje zdroje, projevy a cílové výsledky a dopady regionální konkurenceschopnosti. Kvalitu života v regionu a životní úroveň určují mimo jiné také produktivita práce a úroveň zaměstnanosti. Jejimi zdroji jsou pak další vstupní faktory kvantitativního i kvalitativního charakteru, které představují regionální aktiva, která jsou charakteristická pro každý region.

**OBRÁZEK 2: PYRAMIDOVÝ MODEL REGIONÁLNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI**



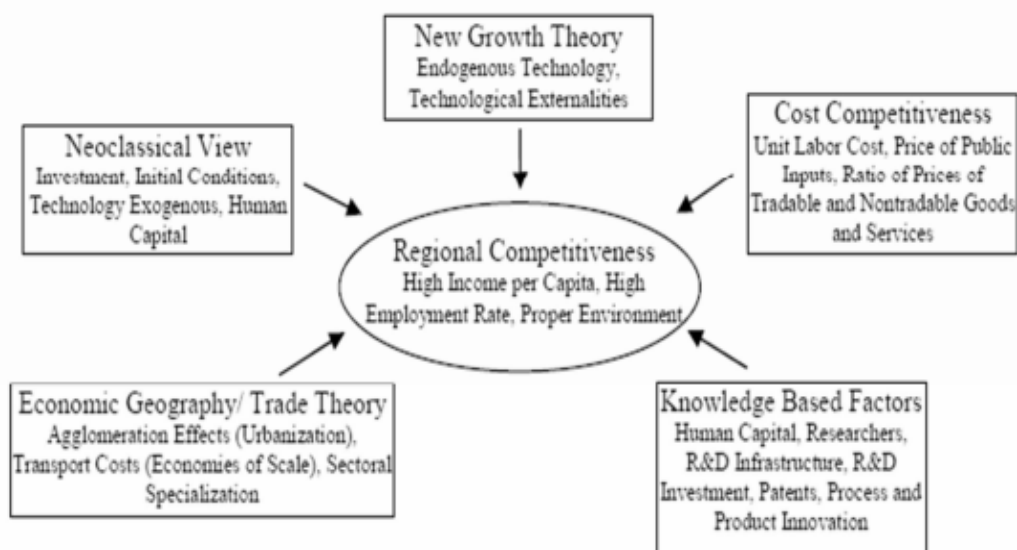
Zdroj: Gardiner et al. (2004, s. 7)

Z výše uvedeného obrázku 2 je zřejmé, že v regionálním kontextu práce je produktivita výsledkem určitých determinant. Mnoho z těchto regionálních faktorů a aktiv určuje celková míra zaměstnanosti v regionu. Produktivita a míra zaměstnanosti jsou společně považovány za tzv. „odhalenou konkurenceschopnost“ a obě jsou považovány za hlavní složky ekonomické výkonnosti regionu a jeho prosperity. Není nejvhodnější považovat region za konkurenční podle jeho produktivity, neboť ta se může kdykoliv zvýšit racionalizací či snížením počtu méně efektivních firem a propuštěním nejméně efektivních pracovníků. Obrázek 2 tak naznačuje, že se produktivita mezi regiony může z různých důvodů lišit. Důležité je však vědět, jak se tyto regionální rozdíly budou v průběhu času vyvíjet. Regionální rozdíly v růstu produktivity jsou vysvětlovány v míře technického pokroku a růstu kapitálového pracovního poměru. Model předpokládá konstantní výnosy v měřítku, snižující návratnost práce a kapitálu a úplnou mobilitu faktorů, včetně neomezeného šíření technologického pokroku (Gardiner, 2004).

Regionální konkurenceschopnost sdílí mnoho svých společných rysů. Obrázek 3 představuje přehled teoretických aspektů regionální konkurenceschopnosti. Z tohoto přehledu je možné vytvořit seznam ukazatelů pro mnoho faktorů, které jsou zapojené do procesu národní i regionální konkurenceschopnosti (Gardiner, 2003).



### OBRÁZEK 3: TEORETICKÉ ASPEKTY REGIONÁLNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI



Zdroj: Gardiner (2003, s. 5)

## 3.8 Kapacita regionální konkurenceschopnosti

### 3.8.1 TEORIE KOMPARATIVNÍCH VÝHOD

Teorie komparativních výhod byla v roce 1817 vyvinutá Davidem Ricardem v knize *Zásady politické ekonomie a zdanění*. Teorie komparativních výhod řeší nedostatky teorie absolutních výhod. Jak uvádí Štrach ve svém díle *Mezinárodní management* (2009): „Země by se podle Davida Ricarda měly vzdát produkce té komodity, kterou vyrábí méně efektivně, ve prospěch komodity, jejíž produkce je efektivnější“.

Teorie komparativní výhody počítá s tím, že mezinárodní obchod je výhodný, i když není dosahována absolutní výhoda. Zdrojem komparativní výhody nejsou přirozené nebo získané faktory, ale rozdíl v nákladech při produkci statků. Podle Ricarda je každý region nebo stát specializován na produkci a export zboží, které je schopný produkovat levněji. Rozvojové země tak mohou obchodovat s vyspělými zeměmi a dosahovat přitom výhod.<sup>1</sup> Důležité je, aby regiony využily komparativních výhod, které jim zajistí výsadu velkých producentů konkurenceschopných komodit s nízkými náklady. Komparativní výhody představují pro firmy a instituce veřejné správy daného regionu přínosy.

<sup>1</sup> Webový portál Mendelovy univerzity Brno [online] [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: [https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz\\_cast.pl?cast=46060](https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=46060)



### 3.8.2 PORTERŮV KONCEPT KONKURENČNÍ VÝHODY

Porterovo pojetí konkurenční výhody je založeno na zdrojích, respektive základních kompetencích. Porter definuje konkurenční výhodu jako jádro výkonnosti podniku na konkurenčních trzích. Konkurenční výhoda vyrůstá z hodnoty, kterou podnik vytváří pro kupující a která převyšuje náklady podniku na její vytvoření. Porter vymezil vztah konkurenceschopnosti a konkurenční výhody, kdy konstatuje, že: „*konkurenceschopnost je tvořena konkurenčními výhodami, které dávají firmě výhodu před konkurenty*“ (Porter, 2004).

Michael Porter definoval tři základní konkurenční strategie, a to strategii vedoucího postavení v nízkých nákladech, diferenční strategii a cílenou strategii. Strategie vedoucího postavení v nízkých nákladech spočívá ve schopnosti podniku vyrábět levněji než jeho konkurence. Firma by se měla zaměřit na průměrného zákazníka, výrobky nediferencovat a vytvořit přednosti v materiálovém hospodářství a ve výrobě. Tato strategie chrání firmu před hrozbami konkurentů a silnými dodavateli a odběrateli, ale může být snadno napodobitelná konkurenty. Strategie nízkých nákladů je nejčastěji využívána v letecké dopravě. Diferenční strategie souvisí se snahou podniku odlišit se od konkurence dokonalejší výrobou a produktem. Tato strategie je drahá, neboť vyžaduje investice do vědeckotechnického rozvoje a marketingu. Strategie chrání před konkurenty a vytváří vstupní bariéru. Úspěšnost této strategie je závislá na schopnosti podniku přesvědčit zákazníky o výjimečnosti produktu nebo služby. Podnik, který si dokáže dlouhodobě udržet diferenciaci, dosahuje zpravidla vyšších zisků. Tato strategie je nejčastěji využívána v kosmetice a službách. Cílená strategie má dvě varianty, a to zaměření na nízké náklady nebo zaměření na diferenciaci. Tato strategie se zaměřuje na hledání výhody nízkých nákladů nebo diferenciaci u konkrétního tržního segmentu. Náklady jsou snižovány zkušenostním efektem a diferenciaci je založena na dokonalé znalosti zákazníků. Úspěšnost cílené strategie je ovlivněna vysokou mírou odlišnosti potřeb kupujících. Cílená strategie je nejlevnější varianta, neboť vyžaduje méně zdrojů na obsluhu jednoho segmentu (Srpková et al., 2011).

V 80. letech 20. století přišel Michael Porter s modelem hodnotového řetězce, který představil metody, jak vyrábět stejné věci jiným způsobem, a to uspořádáním vnitřních aktivit podniku a využitím jejich vazeb. Porter dokázal, že konkurenční výhoda, která vyplývá z vnitřních aktivit podniku a jejich vazeb může být dlouhodoběji udržitelná z důvodu své „neviditelnosti“ (Sedláčková a Buchta, 2006).

### 3.8.3 TEORIE X-NEEFEKTIVNOSTI

Pojmem X-neefektivnost je označována skutečnost, kdy firmy nejsou tak efektivní, jak by mohly být, kdyby své zdroje využívaly dokonale. Jedná se o ztráty efektivnosti způsobené existencí monopolu a absence konkurence v odvětví. Jak uvádí Jurečka et al. (2018, s. 220): „*Koncept X-neefektivnost je především vyjádřením ztráty efektivnosti, která plyne z nedostatečného tlaku na snižování nákladů*“. Každý monopol vytváří pohodlné klima, které snižuje vůli ke zlepšování. Monopoly byly od konce 19. století kritizovány za

omezování technického a technologického pokroku, a to nejen z důvodu nedostatečné motivace, ale také proto, že tomu nejrůznějšími způsoby bránily. X-neefektivnost se nenachází pouze v monopolizovaných odvětvích, ale také v odvětvích s nedokonalou konkurencí. Když dochází k uvolnění bariér vstupu do odvětví a trhy se stávají konkurenčními, snaží se monopolní firmy snižovat náklady. Při hodnocení monopolu je nutné vzít v úvahu i ty stránky v chování monopolu, které působí nebo mohou působit v opačném směru (Jurečka, 2018).

S teorií X-neefektivnosti přišel v roce 1966 Harvey Leibenstein. Hlavními prvky této teorie je motivační účinnost v podniku, vnější motivační účinnost a účinnost netržního vstupu. Leibenstein v roce 1973 zdůraznil, že X-neefektivnost vzniká ze ztrát na výstupu z důvodu motivačních nedostatků vlastníků zdrojů. X-neefektivnost je tedy charakterizována jako neefektivnost buď jako existence a sledování dalších požadovaných výstupů, nebo jako výdaje na zdroje potřebné pro optimální vymáhání smluv (Stigler, 2012).

Leibenstein dokázal, že v regulovaných monopolech není motivace snižovat náklady, tzn., že ceny produktů mohou být nižší, ale kvůli absenci minimalizace nákladů nejsou. Konkurenční prostředí tak nutí firmy hledat levnější zdroje a materiály, snižovat cenu produktů a být tak konkurenční. Podle Leibensteina existují různé možnosti řešení neefektivnosti, například změnou pracovních podmínek, které mají pozitivní dopad na motivaci mezi pracovníky. Další možností řešení neefektivnosti je vliv na produktivitu, která ovlivňuje jednotkové náklady na výstup. Z toho vyplývá, že čím efektivněji pracovník pracuje, tím jsou menší mzdové náklady na jednotku. Problémem, který způsobuje X-neefektivnost je nasměrování práce top manažerů, kteří se zaměřují zejména na finanční a obchodní záležitosti, a nikoliv na provozování podniku a efektivnost výroby.

Leibenstein ve své teorii zdůrazňuje motivační aspekt. Východiskem teorie je skutečnost, že ani jednotlivci ani firmy nepracují tak, jak by doopravdy byli schopní. Neoklasická teorie předpokládá, že manažeři a zaměstnanci jednájí zcela racionálně a mají dostupné všechny informace k maximalizaci zisku. To znamená, že náklady by měly být minimalizovány a organizace by měly fungovat co nejefektivněji. Ve skutečnosti náklady nejsou minimalizovány a firmy nejsou tak efektivní, jak by mohly být, tudíž v organizacích vždy existuje určitý druh X-neefektivnosti. I když existují možnosti, jak snížit neefektivnost, nevyužívají se, a to kvůli nedostatečnému výzkumu, jež může být způsoben nedostatkem motivace. Leibenstein objevil několik důvodů, proč vložené vstupy nevedou k předpokládanému výstupu, a to existence neúplných pracovních smluv, neuvádění všech faktorů výroby na trh, špatně specifikovaná či neznámá produkční funkce, vzájemná závislost a nejistota vedoucí konkurenci určité firmy k tajné spolupráci a vzájemné respektování a napodobování techniky. Dalšími příčinami X-neefektivnosti může být také například životní prostředí, které ne vždy umožňuje firmám být co nejefektivnější, dále vnitropodniková neefektivnost, či neefektivní řídicí postupy (Huil, 2014).

Neefektivnost X lze chápat také v oblasti byrokracie. Neefektivnost X je spojena s nabídkou veřejných statků a zahrnuje představy o neefektivnosti byrokracie v podobě plýtvání, nadbytku nepotřebných zaměstnanců a nízké produktivity. Neefektivnost X je

také označována jako technická neefektivnost a představuje úřad, který nefunguje na své hranici produkčních možností, ale někde uvnitř této hranice. Neefektivnost X vzniká vinou nedokonale specifikovaných smluv, tzn., že pokud nejsou smlouvy specificky jednoznačné, pak je obtížné naplnit jejich podmínky. Existence neefektivnosti X je příkladem tržního selhání, způsobeného vysokými transakčními náklady. Pokud je smlouva špatně specifikována, bude byrokrat používat zvýšenou míru volnosti, kterou může využít k maximalizaci svého rozpočtu. Existující stupeň neefektivnosti závisí na povaze konkurenčního prostředí, v němž se organizace nachází. U byrokracie je neefektivnost X přenášena na daňového poplatníka v podobě vyšších daní nebo nižší úrovně veřejného výstupu.<sup>2</sup>

## OTÁZKY



1. V čem spočívá regionální konkurenceschopnost?
2. Jak lze regionální konkurenceschopnost hodnotit a co je hlavním cílem hodnocení?
3. K čemu je využívána pilířová struktura a které pilíře patří do základní skupiny?
4. Co je nutné vědět při volbě územní úrovně regionů NUTS 2 a NUTS 3 a jaký je rozdíl mezi jednoregionální a víceregionální jednotkou?
5. Za jakým účelem dochází ke konkurenci měst a obcí?
6. Jaký je vztah mezi produktivitou a zaměstnaností?
7. Co je základem pyramidového modelu regionální konkurenceschopnosti?
8. V čem spočívá Porterův koncept konkurenční výhody?
9. Jaká je podstata teorie X-neefektivnosti a kdo je jejím autorem?



## SHRNUTÍ KAPITOLY

Ve třetí kapitole byla definována a vysvětlena podstata regionální konkurenceschopnosti. Byly zde vysvětleny způsoby hodnocení regionální konkurenceschopnosti, včetně cíle tohoto hodnocení. Jelikož je pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti využívána pilířová struktura obsahující jedenáct pilířů rozdělených do třech skupin, byla tato kapitola zaměřena na pilířovou strukturu včetně jejich složek. Dále byly popsány a vysvětleny indikátory regionální konkurenceschopnosti obsahující ekonomické vstupy, výstupy a ekonomické výsledky. Protože je pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti

<sup>2</sup> Webový portál Mendelovy univerzity v Brně [online] [vid. 31. července 2019]. Dostupné z: [https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz\\_cast.pl?cast=55953](https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=55953)

důležitá datová základna, byla vysvětlena také volba územní úrovně regionálních jednotek NUTS 2 a NUTS 3, délka posuzovaného období, periodicita a dostupnost dat a výběr vhodných ukazatelů pro analýzu. Zvláštní pozornost byla věnována konkurenceschopnosti měst a obcí a příčiny konkurence mezi městy a obcemi, včetně základních faktorů regionální konkurenceschopnosti. Došlo k vysvětlení vzájemného vztahu mezi produktivitou a zaměstnaností z krátkodobého i dlouhodobého časového horizontu. Rovněž byl vysvětlen a graficky znázorněn pyramidový model regionální konkurenceschopnosti, který představuje existující rozdíly v produktivitě mezi regiony a teoretické aspekty regionální konkurenceschopnosti. Závěr této kapitoly se koncentroval na kapacitu regionální konkurenceschopnosti zahrnující tři teorie, a to teorii komparativní výhody, Porterův koncept konkurenční výhody a Leibensteinovu teorii X-neefektivnosti.



## ODPOVĚDI

1. Konkurenceschopnost regionu spočívá v uplatnění vlastních výrobních faktorů při zvyšování ekonomického růstu regionu s ohledem na množství těchto faktorů uvnitř daného regionu i s využitím vnějších faktorů, přičemž tyto použitelné faktory nejsou ovlivňovány pouze působením standardních tržních mechanismů, ale i realizovanou regionální a strukturální hospodářskou politikou. Jedná se o výsledek společného úsilí o co nejproduktivnější využívání vnitřních zdrojů v interakci s využíváním vnějších zdrojů a rozvojových příležitostí, zaměřené na trvalé zvyšování produkčního potenciálu regionů.
2. Regionální konkurenceschopnost lze hodnotit podle Porterova diamantu konkurenceschopnosti. Hodnocení lze realizovat pouze na základě již existujícího konceptu či názorového proudu. K hodnocení se využívají také dvě metody, a to metoda semaforu a bodová metoda. Nejčastěji bývají pro hodnocení konkurenceschopnosti regionu využívány přístupy desagregace makroekonomických ukazatelů mezinárodních organizací. Cílem hodnocení regionální konkurenceschopnosti je zjistit konkurenční potenciál regionů.
3. Pilířová struktura je využívána pro hodnocení regionální konkurenceschopnosti, stejně jako index konkurenceschopnosti. Mezi pilíře řazené do základní skupiny patří vládní a institucionální pilíř, výkonný infrastrukturní pilíř, pilíř ekonomického rozvoje, pilíř lidského kapitálu a pilíř podnikatelské efektivity.
4. V rámci volby územní úrovně regionů NUTS 2 a NUTS 3 je nutno podotknout, že dostupnost a délka časových řad přímo úměrně klesá s územně menší regionální jednotkou v rámci územní klasifikace NUTS. Jednoregionální jednotky soustředují svůj ekonomický zájem v jednom regionu, kdežto víceregionální jednotky soustředují svůj ekonomický zájem ve více regionech.
5. Ke konkurenci mezi městy a obcemi dochází za účelem vytváření, získávání, udržení a podpory ekonomických subjektů, které vytvářejí nová pracovní místa, příležitosti a zároveň mají vliv na prosperitu, blahobyt a životní úroveň regionu a ob-

cí. Dalším důvodem je také například snaha o udržení podílu na exportních trzích, přilákání firem, investic, pracovních míst, kvalifikovaných zaměstnanců, infrastruktury, nových a vyspělých technologií a myšlenek a také volnočasových, rekreačních a kulturních aktivit.

6. Vztah mezi produktivitou a zaměstnaností lze chápat jako nepřímo úměrný. V krátkodobém časovém horizontu se vzájemný vztah prosazuje, pokud region prochází restrukturalizací, při které dochází k úbytku pracovních příležitostí v tradičních odvětvích. V dlouhodobém časovém horizontu je vzájemný vztah přímo úměrný.
  7. Základem pyramidového modelu je rozdílná úroveň ekonomické výkonnosti a produktivity v regionech. Model naznačuje, že se produktivita mezi regiony může z různých důvodů lišit.
  8. Porter definuje konkurenční výhodu jako jádro výkonnosti podniku na konkurenčních trzích. Konkurenční výhoda vyrůstá z hodnoty, kterou podnik vytváří pro kupující a která převyšuje náklady podniku na její vytvoření.
  9. Podstata X-neefektivnosti spočívá v neefektivnosti firem, jež nevykonávají svou činnost tak efektivně, jak by byly schopné, kdyby své zdroje využívaly dokonale. Jedná se o ztráty efektivnosti způsobené existencí monopolu a absence konkurence v odvětví. X-neefektivnost se nachází také v odvětvích s nedokonalou konkurencí. S teorií X-neefektivnosti přišel v roce 1966 Harvey Leibenstein.
-

## 4 NÁRODNÍ KONKURENCESCHOPNOST



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Ve čtvrté kapitole si představíme pojem národní konkurenceschopnost a tento pojem si vymezíme dle různých přístupů včetně uvedení jeho kritického vnímání. Dále se budeme zabírat konkurenční výhodou – jaké má zdroje, a jaké jsou vlastnosti těchto zdrojů. Dalším tématem je pak představení možností měření národní konkurenceschopnosti v daných indexech.

---



### CÍLE KAPITOLY

- Definovat jednotlivé přístupy k vymezení národní konkurenceschopnosti
  - Poukázat na rozdílná vymezení a jejich kritiku
  - Představit pojem konkurenční výhoda a vysvětlit jeho význam
  - Vytyčit zdroje konkurenční výhody a poukázat na jejich vlastnosti
  - Představit možnosti sledování a měření konkurenceschopnosti
  - Poukázat na to, jak lze docílit udržení a zvýšení národní konkurenceschopnosti
- 



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Konkurenceschopnost, národní konkurenceschopnost, Krugmanova kritika, definice OECD, definice Portera, konkurenční výhoda, zdroje konkurenční výhody, vlastnosti zdrojů konkurenční výhody, CPI index, PPI index, ULC, S. Garelli, zlatá pravidla konkurenceschopnosti, principy národní konkurenceschopnosti.

---

## 4.1 Přístupy k vymezení národní konkurenceschopnosti

Národní konkurenceschopnost je stupeň schopnosti národa, za podmínek volného a férového trhu (soutěže) produkovat zboží a služby, které obstojí v testu mezinárodního trhu za současného zlepšování (zvyšování) reálných příjmů svých občanů.

P. Krugman, který patří k významným kritikům doktríny mezinárodní konkurenceschopnosti, jednoznačně odmítá smysluplnost tradičního vnímání národní konkurenceschopnosti z následujících důvodů:

- Na národní ekonomiku nelze nahlížet stejně jako na firmu. Zatímco u firmy lze definovat bod zvratu, a pokud není schopna prodávat produkci a platit zaměstnancům, dodavatelům a akcionářům, odchází z trhu, u národních států tomu tak není. Země mohou být spokojeny či nespokojeny se svou ekonomickou výkonností, ale bod zvratu u nich neexistuje a „odchod z globálního trhu“ není možný.
- Růst produktivity firmy spojený s nárůstem jejího tržního podílu znamená za jinak neměnných podmínek nižší tržní podíl konkurenta – v tomto smyslu je konkurence mezi firmami tzv. hrou s nulovým součtem. Růstu produktivity dané ekonomiky ale není dosaženo na úkor jiných zemí. Důsledkem nadužívání pojmu mezinárodní konkurenceschopnost je podle Krugmana mylné hodnocení až faktická dezinterpretace ekonomického vývoje jednotlivých zemí s negativním dopadem na volbu hospodářské politiky, na vládní výdaje určené na podporu mezinárodní konkurenceschopnosti, ale i na mezinárodní ekonomický systém.

Porter pak říká, že skutečná konkurenceschopnost je měřena přes produktivitu, protože jenom ta umožňuje vysoké mzdy, silnou měnu nebo také dobrou výnosnost kapitálu. V souvislosti s Porterem a konkurenceschopností se hovoří o čtyřech fázích budování národní konkurenceschopnosti, která je:

- založena na maximálním využívání výrobních faktorů;
- rozvíjena investicemi k vyššímu výkonu;
- rozvíjena inovacemi;
- rozvíjena prostřednictvím zvyšování kvality života.

Další definici národní konkurenceschopnosti uvádí OECD. Podle ní je konkurenceschopnost míra schopnosti, s jakou je země v otevřených tržních ekonomikách schopna produkovat zboží a služby, které obstojí v testu mezinárodní konkurence a zároveň udržovat nebo zvyšovat reálný domácí důchod.

Národní konkurenceschopnost je svým způsobem ovlivněna i politikou. Je totiž určitým odrazem programového prohlášení vlády, protože konkurenceschopnost je do jisté míry politickou záležitostí, která odráží politické priority.



## DEFINICE

**Krugmanova kritika** k vymezení národní konkurenceschopnosti:

- konkurenceschopnost je vnímána jako synonymum pro jinak vyjádřenou produktivitu – růst životní úrovně je determinován růstem produktivity;
- země nemají vytvořenou hranici která by reprezentovala mezník mezi životaschopnými a těmi, kteří jsou na pokraji bankrotu;
- konkurenceschopnost zemí není hrou s nulovým součtem.

**Porter:** Skutečná konkurenceschopnost je měřena přes produktivitu, protože jenom ta umožňuje vysoké mzdy, silnou měnu nebo také dobrou výnosnost kapitálu.

**OECD:** Konkurenceschopnost je míra schopnosti, s jakou je v otevřených tržních ekonomikách země schopna produkovat zboží a služby které obstojí v testu mezinárodní konkurence a zároveň udržovat nebo zvyšovat reálný domácí důchod.



## SAMOSTATNÝ ÚKOL

- Má růst HDP a produktivity opravdu vypovídající schopnost o konkurenceschopnosti? Co v případě, kdy produkt a produktivita roste, ale 20 % práceschopného obyvatelstva je bez práce?

## 4.2 Konkurenční výhoda

I v národní konkurenceschopnosti hledáme **zdroje konkurenční výhody**, které pochází z regionů. Význam regionů je v posledních letech velmi akcentován. Souvisí to s tím, že regiony jsou základem národní konkurenceschopnosti. Právě zde totiž dochází k přímému střetu mezi tvůrci znalostí a jejich uživateli. Prosperita regionu tedy závisí především na tom, jak se podaří danému regionu překonat případnou propast mezi těmito dvěma skupinami subjektů.

Dalším důvodem, proč je v poslední době kladen takový důraz na regiony, jsou změny ve světové ekonomice. Dochází v ní k tzv. **regionalizaci** na úrovni národních uskupení. Ze států se v podstatě stávají svým způsobem regiony, protože jejich postupy k ovlivňování některých makroekonomických jevů se podobají spíše postupům regionálních autorit.



Pro dosažení konkurenční výhody musí zdroje vykazovat určité vlastnosti. Dle Barneye jsou to tyto:

- být hodnotné, což znamená, že musejí přinášet zákazníkovi hodnotu;
- nelze je běžně získat, jsou obtížně dostupné na trhu zdrojů;
- nelze je nahradit např. jinou technologií, jiným materiálem, substituty;
- nelze je napodobit např. v důsledku dobře chráněného duševního vlastnictví nebo utajení.

Z toho vyplývá, že na trhu zdrojů existuje omezený přístup k nim, a vzniká tak relativně trvalá asymetrie ve vybavení zdroji, jež vede k dosažení konkurenční výhody těch, kteří s nimi disponují. Konkurent si nemůže rozhodující zdroje a na nich postavené klíčové kompetence koupit, nahradit nebo napodobit. Největším současným problémem je nalezení a využití takových zdrojů, které jsou dlouhodobě udržitelné. Udržitelnost rozšiřuje výčet vlastností zdrojů a je z nich nejproblematictější dosažitelná.

### K ZAPAMATOVÁNÍ



Pro zjednodušení jsou jako konkurenční výhody národní konkurenceschopnosti uváděny dvě následující:

- cenové a nákladové faktory,
- kvalitativní faktory.

### PRO ZÁJEMCE



Vlastnictví samotných zdrojů nestačí k dosažení konkurenční výhody. K tomu se musí přidat jejich zvládnutí a využití k tržnímu úspěchu. Aby vedly k dosažení konkurenční výhody, musí zdroje navíc:

- vést k odlišnosti výrobků a služeb od konkurentů;
- být zákazníkům známy a akceptovány jimi, např. značkou, nebo efektem, který se projevuje v kvalitě, odlišení apod.;
- uspokojovat jejich potřebu nebo potřebu vyvolávat;
- vytvářet dlouhodobou loajalitu zákazníků, a nejen jednorázovou koupi;
- buď samy, nebo ve spojení s dalšími hodnotnými aktivy přinášet zisk.

## 4.3 Sledování konkurenceschopnosti

Pro sledování konkurenceschopnosti existuje celá řada možných reálných měnových kurzů, které se mezi sebou liší právě volbou příslušného cenového indexu. V úvahu připadají zejména CPI, PPI a UCL.

CPI neboli **index spotřebitelských cen** je index měřící vývoj cenové hladiny určitého spotřebního koše obsahujícího vybrané zboží a služby. Jedná se o nejsledovanější míru inflace, protože často bývá používán k stanovení růstu životních nákladů a benchmark pro vyjednávání odborů o zvýšení platů. Je často kritizován pro nadhodnocování inflace. Ne-zohledňuje totiž pokles ceny různých technologicky vyspělých výrobků, který nastává po jejich představení trhu. CPI je někdy značně ovlivňován výkyvy v cenách energií a potravin. Z tohoto důvodu je sestavován tzv. jádrový CPI, který tyto vlivy vylučuje.

PPI – **index cen výrobců** (produkčních cen) bývá specifikován pro různá odvětví a obory jako index cen průmyslových, zemědělských výrobců, stavebních prací apod. Koše obsahují příslušné výrobky a služby. Reprezentativním způsobem měří v časovém vývoji relativní změny cen, kterými výrobci oceňují vyrobenou produkci realizovanou na domácím trhu. Index se vztahuje na zboží, které je vyrobeno a předáno k odbytu v tuzemsku a nezahrnuje cenový vývoj výrobků pro vývoz.

Dalším významným prvkem pro sledování zdrojů konkurenceschopnosti je vazba nákladů a produktivity, potažmo ziskovost. Nejpoužívanějším indikátorem cenové konkurenceschopnosti jsou tedy **jednotkové pracovní náklady** (UCL – Unit Labour Costs),

$$ULC = \frac{w_n}{Q/L}$$

protože pracovní náklady jsou obecně považovány za významnější hledisko.

Algebraicky jsou *ULC* definovány jako podíl nominálních nákladů na pracovníka  $w_n$  a produktivity práce, vyjádřené jako podíl fyzického objemu produkce  $Q$  a počtu pracovníků  $L$ .



## K ZAPAMATOVÁNÍ

Pro sledování konkurenceschopnosti jsou nejpoužívanější následující indexy:

- CPI – index spotřebitelských cen
- PPI – index produkčních cen
- ULC – jednotkové pracovní náklady

## 4.4 Udržení a zvýšení národní konkurenceschopnosti

K udržení a zvýšení národní konkurenceschopnosti by země, podle Stevena Garelliho, měly dodržovat jistá pravidla, která by jim v tomto měla napomoci. Garelli tato pravidla strukturoval do deseti bodů tzv. **10 zlatých pravidel konkurenceschopnosti**.

1. Vytvoření stabilního a předvídatelného právního prostředí.
2. Vytvoření flexibilních trhů a flexibilní ekonomické struktury.
3. Investice do tradiční a technologické infrastruktury.
4. Podpora domácích úspor a investic.
5. Vytvoření agresivity domácích ekonomických subjektů na mezinárodních trzích a současná snaha o to být atraktivní pro přímé zahraniční investory.
6. Kladení důrazu na kvalitu, rychlost a transparentnost vlády a státní administrativy.
7. Udržování zdravých vztahů mezi úrovní mezd, produktivitou a zdaněním.
8. Zachování sociálního konsensu redukcí mzdové disparity a posílením střední třídy.
9. Investování do vzdělání, zvláště na středoškolské úrovni a do celoživotního vzdělávání pracovníků.
10. Udržování rovnováhy mezi ekonomikou vlastní a globální s cílem zajistit tvorbu bohatství a současně zachovat hodnotový systém, který občané přejí.

Z těchto deseti zlatých pravidel pro konkurenceschopnost tedy můžeme určit hlavní **principy národní konkurenceschopnosti**.

- Ekonomický výkon:
  - Prosperita země závisí na její minulé ekonomické výkonnosti.
  - Konkurenceschopnost tažená exportem je klíčová.
  - Soutěž řízená tržními silami zlepšuje ekonomickou výkonnost země.
  - Konkurence domácí bývá projevem konkurence v zahraničí.
  - Mezinárodní investice alokují zdroje efektivněji.
- Efektivnost fungování vlády:
  - Státní intervence do firemních aktivit by měly být minimalizovány.
  - Vláda by měla zajistit předvídatelné makroekonomické podmínky.
  - Vláda by měla adaptovat svou hospodářskou politiku měnícím se mezinárodním podmínkám.
  - Vláda by měla zajistit společenský rámec pro spravedlnost a bezpečnost obyvatelstvu.
- Efektivnost fungování firem:
  - Přístup pracovní síly ovlivňuje konkurenceschopnost země.
  - Vzdělaná pracovní síla zvyšuje konkurenceschopnost země.
  - Udržení vysoké životní úrovně usnadňuje integraci ekonomiky.
  - Podnikavost pozitivně usměrňuje potenciální investiční aktivity.
- Infrastruktura:
  - Rozvinutá infrastruktura podněcuje investiční aktivity firem.
  - Konkurenční výhodu lze vybudovat na inovativní aplikaci existujících technologií.
  - Dlouhodobé investice do výzkumu a vývoje by měly vést k vyšší konkurenceschopnosti firem.
  - Dostupné zdroje vzdělání pomáhají budovat znalostní ekonomiku.



## K ZAPAMATOVÁNÍ

Hlavní principy národní konkurenceschopnosti:

- Ekonomický výkon
  - Efektivnost fungování vlády
  - Efektivnost fungování firem
  - Infrastruktura
- 

### 4.5 Hodnocení konkurenceschopnosti České republiky podle Evropské komise

Česká republika je charakterizovaná vysokým podílem zpracovatelského průmyslu a exportu zboží a služeb na HDP. Většina jejího zahraničního obchodu se odehrává v rámci EU, přičemž ČR má pozitivní obchodní bilanci a největší objem výměny uskutečňuje se zeměmi eurozóny. Komise uvádí, že v České republice chybí programy pro financování začínajících malých a středních podniků, a to i navzdory tomu, že index přístupu malých a středních podniků k financím se výrazně zlepšil. Investice směřují především do automobilového a strojírenského odvětví. Společně s Estonskem a Slovenskem vykazuje Česká republika vysokou míru investic do zařízení.

Co se týče inovací, chybí v ČR větší propojení mezi podnikatelskou a akademickou sférou, a její inovační výkonnost je pod průměrem EU. Mezi lety 2008 - 2012 došlo také ke snížení financování výzkumu a vývoje z veřejných zdrojů. Navzdory rostoucímu podílu obyvatel s terciárním vzděláním, je jejich podíl v ČR stále nižší, než je průměr EU. Problémem je také relevance terciálního vzdělání s trhem práce, nebo kvalita vzdělávacích institucí.

Dopravní infrastrukturu hodnotí Komise jako málo rozvinutou s nedostatečnými investicemi do její údržby a rekonstrukce. Snižuje se energetická náročnost ČR, ve srovnání s průměrem EU je však pořád vysoká.

Komise ve své zprávě kritizuje také veřejnou správu, především ve vztahu k podnikatelskému sektoru. Nedostatečná je např. ochrana investic nebo získávání stavebních povolení a vztahy mezi podnikatelskou a akademickou sférou. Problémem je také neefektivita veřejné správy, korupce nebo administrativní a daňová zátěž. Pod průměrem EU je ČR také v případě ukazatele složitosti procedur při založení podniku. Podobný výsledek dosáhla ČR také v hodnocení podnikatelského prostředí.



## OTÁZKY

1. Co zahrnuje Krugmanova kritika národní konkurenceschopnosti?
2. Jaké jsou dvě další definice národní konkurenceschopnosti?
3. Jaké jsou konkurenční výhody národní konkurenceschopnosti? (2)
4. Jaké jsou nejvyužívanější indexy pro měření národní konkurenceschopnosti?
5. Kdo strukturoval 10 zlatých pravidel konkurenceschopnosti?
6. Jaké jsou principy národní konkurenceschopnosti?

## SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jsme se seznámili s národní konkurenceschopností a jejími možnými definicemi, které nám vytyčily tři různá pojetí. V rámci vymezení jsme se seznámili s definicemi Portera, OECD a Krugmanovou kritikou celého konceptu národní konkurenceschopnosti. Následně jsme se zaměřili na pojem konkurenční výhoda, věnovali se sledování a měření národní konkurenceschopnosti dle různých indexů. V neposlední řadě jsme si představili deset zlatých pravidel konkurenceschopnosti a z nich vyplývající principy konkurenceschopnosti.

## ODPOVĚDI



1. Konkurenceschopnost je vnímána jako synonymum pro jinak vyjádřenou produktivitu – růst životní úrovně je determinován růstem produktivity. Země nemají vytvořenou hranici, která by reprezentovala mezník mezi životaschopnými a těmi, kteří jsou na pokraji bankrotu. Konkurenceschopnost zemí není hrou s nulovým součtem.
2. **Porter:** Skutečná konkurenceschopnost je měřena přes produktivitu, protože jenom ta umožňuje vysoké mzdy, silnou měnu nebo také dobrou výnosnost kapitálu.  
**OECD:** Konkurenceschopnost je míra schopnosti, s jakou je v otevřených tržních ekonomikách země schopna produkovat zboží a služby které obstojí

v testu mezinárodní konkurence a zároveň udržovat nebo zvyšovat reálný domácí důchod.

3. Cenové a nákladové faktory, kvalitativní faktory.

4. CPI – index spotřebitelských cen

PPI – index produkčních cen

ULC – jednotkové pracovní náklady

5. S. Garelli

6. Ekonomický výkon

Efektivnost fungování vlády

Efektivnost fungování firem

Infrastruktura

---

## 5 MEZINÁRODNÍ ORGANIZACE MĚŘÍCÍ KONKURENCESCHOPNOST

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V páté kapitole si definujeme mezinárodní konkurenceschopnost. Představíme si jednotlivé žebříčky, které měří konkurenceschopnost a jejich způsob měření. V rámci této kapitoly si dále objasníme multidimenzionální přístup k hodnocení konkurenceschopnosti a metodologii těchto hodnocení. Nakonec se pokusíme zjistit, zda je měření konkurenceschopnosti vzájemně kompatibilní.

### CÍLE KAPITOLY



- definovat mezinárodní konkurenceschopnost
- vysvětlit multidimenzionální přístupy k hodnocení konkurenceschopnosti
- představit nejznámější žebříčky hodnocení konkurenceschopnosti
- popsat postavení ČR vůči ostatním zemím EU
- zjistit, na co působí závěry z těchto hodnocení

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Multidimenzionální hodnocení konkurenceschopnosti, žebříčky hodnocení konkurenceschopnosti, Ročenka světové konkurenceschopnosti, benchmarking, IMD, WEF

### 5.1 Mezinárodní organizace měřící konkurenceschopnost

Mezinárodní konkurenceschopnosti je věnována pozornost jak v oblasti ekonomické, tak v hospodářské. Konkurenceschopnost je časově proměnná. V důsledku toho řada ekonomicky vyspělých zemí zaznamenala hospodářský pokles, naopak rozvojové země se mohou pochlubit značným hospodářským růstem. Z toho je patrné, že se mění faktory ovlivňující konkurenceschopnost.

**Mezi nejznámější hodnocení konkurenceschopnosti států patří:** Zpráva o globální konkurenceschopnosti (WEF), Ročenka světové konkurenceschopnosti (Institut pro rozvoj managementu, IMD), Podnikatelské prostředí (Doing Business - Světová Banka), Index ekonomické svobody (Fraser's Institute, Heritage Foundation), Index přitažlivosti zemí z hlediska delokačních rozhodnutí (A. T. Kearney), Přehled evropské přitažlivosti (Ernst&Young).

## 5.2 Multidimenzionální (multikriteriální) přístupy k hodnocení konkurenceschopnosti

Multidimenzionální hodnocení představuje komplex indikátorů jak kvantifikovatelných, tak kvalitativních (často charakterizovány jako institucionální složky hodnocení). Multikriteriální přístup je také označován jako **benchmarking**. Jde o kooperaci ekonomických ale i neekonomických determinantů konkurenceschopnosti.

Michael Porter stanovil 4 fáze konkurenceschopnosti státu:

1. konkurenceschopnost založená na maximálním využívání výrobních faktorů;
2. konkurenceschopnost rozvíjená investicemi;
3. konkurenceschopnost rozvíjená inovacemi;
4. konkurenceschopnost rozvíjená prostřednictvím zvyšování kvality života.

V první fázi konkurenceschopnosti se nacházejí státy na nejnižším stupni ekonomického rozvoje. V druhé fázi konkurenceschopnost státy zvyšují svou konkurenceschopnost díky vysokému podílu států a jejich výroby na světovém trhu => dochází k navýšení příjmů obyvatel dané země => zvyšování životní úrovně. Ve třetí fázi konkurenceschopnosti jsou podniky schopny se přizpůsobit vývoji na trhu a dlouhodobě se na něm udržet. Ve čtvrté fázi konkurenceschopnosti zemí jsou státy na stejném stupni hospodářského rozvoje a jsou vybaveny stejnou kvantitou a kvalitou výrobních faktorů.

Determinanty konkurenceschopnosti země nejsou pouze výrobní faktory, produktivita, kvalita výstupu, uplatnění na zahraničních trzích. Patří zde také kvalita životního prostředí, sociální, kulturní, politické, psychologické faktory.

Metodologie těchto hodnocení je prováděná dvěma mezinárodními institucemi - 1. World Competitiveness Yearbook (IMD), 2. World Economic Forum (WEF). Obě tyto instituce sestavují žebříčky mezinárodní konkurenceschopnosti pro velký objem zemí. Obě instituce hodnotí jiný soubor zemí a sleduje různé indikátory. IMD hodnocení se koncentruje především na indikátory vycházející z pozice zemí na mezinárodních trzích. WEF hodnocení zkoumá hlavně ekonomický růst země. Obě instituce sledují indikátory na bázi "hard data" a "soft data".



## DEFINICE



Konkurenceschopnost je nástrojem i cílem hospodářské politiky.

Tvrdá data jsou získána z mezinárodních a národních zdrojů.

Měkká data jsou získána na základě průzkumu veřejného mínění.

### 5.3 World Competitiveness Yearbook - Ročenka světové konkurenceschopnosti

**World Competitiveness Yearbook** je výroční zpráva o konkurenceschopnosti národů vydaná švýcarským mezinárodním **Institutem pro rozvoj managementu (IMD)** a vydává se od roku 1989. Dvě třetiny údajů tvoří tzv. tvrdá data a jednu třetinu tzv. měkká data. Ročenka srovnává výkon 63 zemí (počet zemí se průběžně mění) na základě měření 342 kritérií (každoročně jsou kritéria upravována a mění se jejich počet) aspekty konkurenceschopnosti. IMD přináší několik žebříčků, ty jsou rozdělovány dle regionů, velikosti populace či bohatství atd. Sledují se zde 4 oblasti (faktory) konkurenceschopnosti a tyto jsou dále rozděleny do dalších 20 subfaktorů.

1. ekonomická výkonnost (domácí efektivnost, mezinárodní obchod, mezinárodní investice, zaměstnanost, ceny);
2. efektivnost fungování vlády (veřejné finance, fiskální politika, institucionální prostředí, obchodní legislativa, společenské prostředí);
3. efektivnost fungování podniků (produktivita, trh práce, financování, manažerské praktiky, postoje a hodnoty);
4. infrastruktura (základní infrastruktura, technologická infrastruktura, zdraví a životní prostředí, vzdělání).

Na základě tohoto hodnocení je pak možné vydefinovat silné a slabé stránky v jednotlivých zemích.

### 5.4 World Economic Forum

**Světové ekonomické fórum (WEF)** je nezávislá mezinárodní organizace usilující o zlepšení stavu světa zapojováním podniků, předních politiků a akademiků do utváření globálních, regionálních a průmyslových agend. Ročenka je publikována pod názvem **“Global Competitiveness Report” (GCR)**.

Od roku 2006 se objevuje jako hlavní indikátor konkurenceschopnosti Global Competitiveness Index (GCI), index globální konkurenceschopnosti ekonomik. Žebříček představuje nejkompexnější hodnocení ukazatelů určujících produktivitu a prosperitu vybraných jevů.

Kritéria hodnocení jsou rozdělena do 12 pilířů. GCI je vypočten váženým průměrem vstupních ukazatelů. Země jsou rozděleny do tří skupin podle ekonomické vyspělosti (měřené podle HDP na obyvatele a podílu exportu primárních produktů na celkovém produktu). Aby bylo umožněno srovnání různě ekonomicky vyspělých zemí, jsou v těchto skupinách jednotlivým ukazatelům přiděleny různé váhy.

1-4 => Sub-index A: základní předpoklady:

1. instituce;
2. infrastruktura;
3. makroekonomické prostředí;
4. zdraví a základní školství.

5-10 => Sub-index B: stimulatory efektivity:

5. vysokoškolské vzdělání a školení;
6. efektivita trhu zboží;
7. efektivita trhu práce;
8. vývoj finančního trhu;
9. technologická pohotovost;
10. rozsah trhu.

11-12 => Sub-index C: inovace a sofistikované faktory:

11. sofistikace obchodu;
12. inovace.

WEF definuje konkurenceschopnost takto: konkurenceschopnost jakou soubor institucí, politik a faktorů, které určují úroveň produktivity země. Úroveň produktivity určuje udržitelnou úroveň prosperity, kterou může ekonomika vyprodukovat. Jinými slovy, konkurenceschopnější země jsou schopny produkovat vyšší úroveň příjmů pro své občany.

Úroveň produktivity také ovlivňuje výši výnosů, které se zpět do ekonomiky vrátí v podobě investic.

WEF se ve svém hodnocení nezaměřuje pouze na celý svět globálně, také řeší konkrétní regiony světa.

## 5.5 Další ročenky měření konkurenceschopnosti

### 5.5.1 DOING BUSINESS

**Doing Business** je publikace, kterou vydává **International Financial Corporation** od roku 2003. Tato ročenka mapuje podnikatelské prostředí ve většině států světa, a kromě celkového pořadí hodnotí podmínky v jednotlivých zemích podle 10 indikátorů.

1. Zahájení podnikání
2. Vyřizování stavebního povolení
3. Dodávka elektrické energie
4. Převod vlastnictví nemovitostí
5. Přístup k úvěrům
6. Ochrana investorů
7. Placení daní
8. Zahraniční obchod
9. Vymáhání smluvních závazků
10. Úspěšnost věřitelů v insolvenčním řízení.

### 5.5.2 INDEX EKONOMICKÉ SVOBODY

**Index ekonomické svobody** sestavuje "The Heritage Foundation". Tento žebříček je sestavován již od roku 1955. Hodnocení probíhá ve čtyřech základních ekonomických pilířích světa. 1. Právní stát, 2. Vláda, 3. Regulace, 4. Otevřenost trhu. Hodnocení zemí světa jsou dle sledovaných ekonomických ukazatelů rozdělena do pěti skupin (1. svobodné, 2. převážně svobodné, 3. utlumená svoboda, 4. většinou nesvobodné, 5. potlačovaná svoboda.

### 5.5.3 INDEX PŘITAŽLIVOSTI ZEMÍ Z HLEDISKA DELOKAČNÍCH ROZHODNUTÍ

Společnost A. T. Keatney vydává index přitažlivosti zemí z hlediska delokačních rozhodnutí. Hodnocení napomáhá transnacionální společnosti rozhodnout se, kde přesunout svou výrobu, to umožňuje snížení nákladů odstěhováním výroby do levnějších zemí.

### 5.6 Na co působí výstupy z mezinárodních hodnocení?

Výsledky žebříčků konkurenceschopnosti slouží vládám států jako vodítko při realizaci hospodářské politiky, investorům jako podklad při přerozdělování jejich investic. Sledovaná data jsou důležitá také z hlediska fungování transnacionálních korporací. (Malý, 2014). Dále může nastat přímý dopad žebříčků konkurenceschopnosti na rating země, na vývoj akciových trhů, vývoj cen dluhopisů atp.

Nejčastěji je zlepšení či zhoršení národní konkurenceschopnosti odvozováno od změny pořadí země v mezinárodních žebříčcích konkurenceschopnosti. Způsob konstrukce těchto žebříčků ovšem neumožňuje najít uspokojivou odpověď na otázku, zda je národní konkurenceschopnost objektivně měřitelná. Podrobný pohled na dílčí sledovaná kritéria vede k závěru, že mnohá z nich jsou vzájemně nekompatibilní a rozporná. Například za vysoce konkurenceschopnou je považována země, která má sice vzdělanou, ale levnou pracovní sílu, flexibilní pracovní trh s nízkou mírou sociální ochrany, a také nízké daně, ale vysoké výdaje na infrastrukturu, vzdělání, výzkum a vývoj a zároveň příznivou bilanci veřejných rozpočtů (Malý et al., 2011).



#### OTÁZKY

1. Uveďte čtyři fáze konkurenceschopnosti státu dle Michaela Portera.
2. Vysvětlete rozdíl mezi měkkými a tvrdými daty a uveďte jejich příklad.



#### SHRNUTÍ KAPITOLY

Na začátku páté kapitoly jsme si uvedli nejznámější organizace, které se věnují hodnocení konkurenceschopnosti. Dále jsme přešli k přístupům hodnocení konkurenceschopnosti. Vysvětlili jsme si, čemu se věnuje Ročenka světové konkurenceschopnosti, Světové ekonomické fórum, publikace Doing Business či dva indexy (Index ekonomické svobody a Index přitažlivosti zemí z hlediska delokačních rozhodnutí). V závěru kapitoly jsme zjistili, k čemu výstupy z mezinárodního hodnocení slouží – mohou posloužit vládě dané-

ho státu při rozhodování v oblasti hospodářské politiky či investorům při nastavení zacílení plánovaných investic.

---

## **ODPOVĚDI**



1. Je to konkurenceschopnost založená na maximálním využívání výrobních faktorů, konkurenceschopnost rozvíjená investicemi, konkurenceschopnost rozvíjená inovacemi a konkurenceschopnost rozvíjená prostřednictvím zvyšování kvality života.

2. Měkká data jsou získána z průzkumu veřejného mínění. Příkladem může být dotazníkové šetření, které zkoumá názor respondentů na konkrétní politické rozhodnutí. Naproti tomu tvrdá data jsou získána z národních a mezinárodních zdrojů, například počet obyvatel.

---

## 6 INOVACE A KONKURENCESCHOPNOST



### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V šesté kapitole si představíme inovace a konkurenceschopnost. Definujeme si pojem inovace a zaměříme se na šest fází životního cyklu inovací. Dále si představíme několik skupin typických inovátorů podle Garyho Hamela. Objasníme si rozdělení inovací a inovační nástroje, včetně inovační infrastruktury a vysvětlíme způsoby hodnocení inovací a jejich výhody a nedostatky. Také si představíme sociální inovace a blíže si vysvětlíme pojmy lidský kapitál a intelektuální kapitál. Vysvětlíme si cestu celoživotního vzdělávání její cíle a funkci Národní soustavy kvalifikací. Následovat budou jednotlivé fáze inovačního procesu a jeho modely a zaměříme se také na jednotlivé fáze životního cyklu výrobku, které si podrobně vysvětlíme.

---



### CÍLE KAPITOLY

- definovat inovace a vysvětlit jejich jednotlivé fáze životního cyklu
  - objasnit dělení inovací, inovační nástroje a způsoby hodnocení inovací
  - představit sociální inovace
  - vysvětlit pojmy lidský kapitál a intelektuální kapitál
  - charakterizovat cestu celoživotního vzdělávání
  - popsat jednotlivé fáze inovačního procesu
  - charakterizovat modely inovačního procesu
  - popsat jednotlivé fáze životního cyklu výrobku
- 



### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Inovace, inovační aktivita, inovační proces, inovátoři, intelektuální kapitál, lidský kapitál, životní cyklus.

---

## 6.1 Inovace

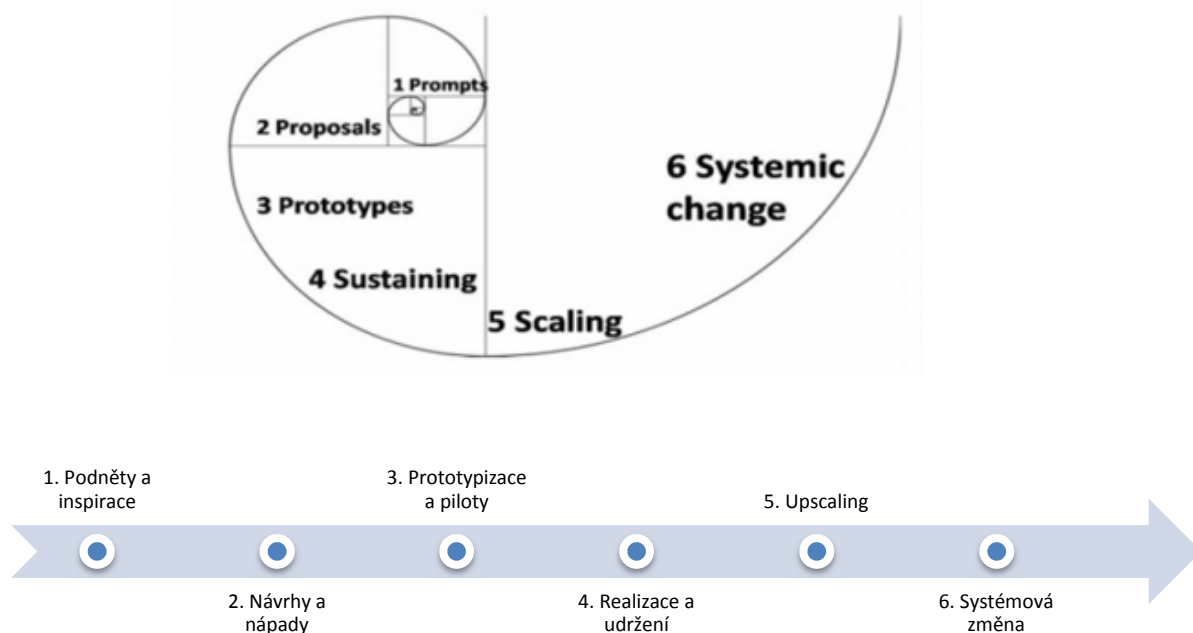
Od počátku vzniku soukromého podnikání inovace neoddělitelně patří k budování a řízení firmy. Rozmach inovací hojně podporuje zejména masový nástup informačních technologií (Novák, 2017).

Inovace je existenčně rozhodujícím způsobem spojena s podnikatelskou sférou. Je primárně podnikatelským jevem. Podnikatelské subjekty se v konkurenčním tržním prostředí snaží cestou inovací nalézt a využít nové podnikatelské příležitosti, a tak zajistit další rozvoj svého podnikání, a i svou další úspěšnou existenci (Národní inovační politika, 2005).

Dle Evropské komise (2003) je inovace obnova a rozšíření škály výrobků a služeb a s nimi spojených trhů, vytvoření nových metod výroby, dodávek a distribuce, zavedení změn řízení, organizace práce, pracovních podmínek a kvalifikace pracovní síly.

Níže uvedený obrázek 4 znázorňuje šest fází životního cyklu inovací podle typu.

### OBRÁZEK 4: FÁZE INOVACÍ



Zdroj: SUCHÁ, L. Z., P. ŠKYŘÍK a M. BOČKOVÁ [online] [vid. 3. listopadu 2019].  
Dostupné z: <https://knihovnaplus.nkp.cz/archiv/2018-01/informace-a-konference/koncept-inkubatoru-a-akceleratoru-pro-podporu-socialnich-inovaci-v-knihovnach>

V první fázi dochází k **identifikaci problému** nebo příležitosti a jeho/její příčiny, respektive diagnóze. Určitý problém nebo příležitost získá pozornost u potenciálních stakeholderů a odstartuje mapování a vyhodnocení uplatnění nového přístupu například v zahraničí. Příkladem aktivit v této fázi jsou průzkum potřeb u cílových skupin a sběr dat a podkladů. V této fázi dochází k nízké míře výskytu rizik, ale je důležité případné riziko odhalit včas a provést opatření, která by zabránila jeho zvýšení.

V druhé fázi dochází k **vytvoření projektu** s využitím kreativních a interaktivních metod, aktivního zapojení beneficentů a stakeholderů. Příkladem aktivit v této fázi jsou designové myšlení, mapa empatie či případně jiné kreativní techniky. V této fázi dochází k vysokému výskytu rizik, a proto je nutné vedení zkušeného mentora ve formě pravidelných konzultací.

Ve třetí fázi dochází k **posouzení, zda daný projekt funguje v praxi**, případně dojde k předložení důkazů pro jeho přepracování. Příkladem aktivit v této fázi jsou rychlé prototypy a jejich testování, design služby, produktu nebo procesu, uživatelský design a podobně. V této fázi dochází k vysokému výskytu rizik a stejně jako u předchozí fáze se doporučuje vedení zkušeného mentora ve formě pravidelných konzultací.

Ve čtvrté fázi je důležité **inovaci zavést a udržet**. Podmínkou je existence silného a sebevědomého vedení, kvalitního managementu a schopnosti zavádění inovace do praxe. Příkladem aktivit v této fázi jsou tvorba strategií, programů, byznys modelů a celková organizace. V této fázi dochází ke střednímu výskytu rizik. Důležitá je příprava na přizpůsobení konečné podoby řešení při jejím zavádění do praxe.

V páté fázi dochází ke **škálování**, respektive ke scalingu inovace a jejího rozšiřování, prohlubování a posilování jejího dopadu. V této fázi je také požadováno silné a sebevědomé vedení, kvalitní management a schopnost zavádění inovace do praxe. Příkladem aktivit v této fázi jsou růst byznysu či organizace, franchising, šíření a přenos dobré praxe. V této fázi dochází ke střednímu výskytu rizik. Je potřeba vyhodnocovat přesnost a zajistit silnou kapacitu organizace pro přenos do praxe.

Cílem poslední, šesté, fáze je **změnit systém** podle inovace. Příkladem aktivit v této fázi jsou tvorba sítí, vyvažování trhu, změna chování, změna zákonů, regulací a podobně. V této fázi je výskyt rizik různě vysoký, proto se v této fázi doporučuje mapovat nezamýšlené důsledky.

Všemi těmito fázemi inovace nemusí projít. Někdy inovace nedojdou na úroveň systémové změny, ale to nutně neznamená, že je něco špatně. U sociálních inovací platí, že kvalita převažuje nad kvantitou. U sociálních inovací vzniká poměrně vysoké riziko, se kterým je nutné počítat. Je výhodné, aby tvůrci inovací věděli, v jaké fázi vývoje inovace se nacházejí. Často dochází k situaci, kdy tvůrci inovace považují setrvačnost, respektive stagnaci za konečnou fázi vývoje inovace, ale reálně tomu tak být nemusí.



Převzato a upraveno z publikace *Sociální inovace pro zvědavé, odvážné a tvořivé*, kolektiv autorů, 2015

---

Někteří autoři popisují takzvaný „New Venture“ typ inovace. Jedná se o inovace, které jsou založeny na spolupráci s dalšími podnikatelskými subjekty. Cíl této spolupráce spočívá ve zdokonalení existujících procesů nebo vytvoření nových výrobků a služeb. Typickým příkladem této spolupráce může být kolínské konsorcium TPCA, ve kterém vystupují tři organizace, a to Toyota, Peugeot a Citroën.

Asijská konkurence vyvíjí od 80. let 20. století na evropské a americké organizace nemalý tlak, neboť dokáže nové výrobky rychle napodobit a vyrobit. Existují však i organizace, jako například Samsung nebo Hyundai, které se pouští do vlastního výzkumu a vývoje s úžasnými výsledky. Asijské státy ovlivňují mnohé světové ekonomiky. Řada firem outsourcovala do těchto regionů činnosti, které outsourcovat šly. Na západě tak zůstala ta oddělení, která se věnují inovacím a marketingu a vyžadují kreativní zaměstnance. Za inovační explozi mohou především technologie a automatizace pracovních postupů. Typickým příkladem inovační exploze může být snaha firmy Amazon, která již testuje využití dronů pro distribuci svého zboží. Dále třeba český výrobce nemocničních lůžek LI-NET, který přidává do svých lůžek software mimo jiné také pro diagnostické účely.

Inovace budou nadále pokračovat v ohromném množství nejen v oblasti fyzických produktů, ale také ve službách. V současnosti se v oblasti nástupu nových technologií hovoří o nástupu takzvané čtvrté průmyslové revoluce ve světě výroby, respektive Průmyslu 4.0. Americký profesor Richard Florid, jež zkoumal přímou souvislost mezi ekonomickým růstem regionu a podílem kreativní třídy v populaci, hovoří o současné době jako o věku kreativity. Inovace je potřeba brát mnohem vážněji než jako pouhý módní výstřelek. Pro úspěšné inovace je důležité, aby byly firmy flexibilní a dokázaly se velmi rychle přizpůsobit svému okolí, především potřebám svých zákazníků. Inovace vyžadují kvalifikované zaměstnance či alespoň schopnost se rychle naučit něco nového. Důležitým zdrojem většiny inovačních projektů je systematický rozvoj znalostí a dovedností.

Gary Hamel popsal několik skupin typických inovátorů, a to rakety, laureáty, umělce, kyborgy a znovuzrozené inovátory. Každý z těchto skupin inovátorů klade důraz v oblasti inovací na něco jiného a řeší také jiné výzvy.

**Inovátoři typu raketa** startují s unikátním byznys modelem. Cílem je postavit firmu jinak než konkurence, čímž inovátor získá poměrně slušný náskok, který však netrvá věčně. Důležité je z této pozice vytěžit maximum a včas přicházet s dalšími produktovými inovacemi. Příkladem inovátorů typu raketa může být nábytkářská firma IKEA nebo řetězec kaváren Starbucks. Raketou se mohou stát firmy z jakéhokoliv odvětví.

**Inovátoři typu laureátů** jsou organizace, které jsou založené na rychlém zpracování vědeckých informací a schopnosti je co nejrychleji transformovat do inovativních produk-

tů v rámci oboru. Takovými organizacemi mohou být například firmy Novartis nebo Microsoft. Základem těchto organizací jsou unikátní inovační procesy, spolupráce s vědeckými subjekty a otevřenost organizace. Laureátem mohou být firmy, které stojí na unikátním know-how, nebo si jej v rámci svého oboru mohou vytvořit.

**Inovátoři typu umělci** jsou organizace, jejichž hlavní kompetencí je kreativita. Mezi ně lze zařadit například reklamní a digitální agentury, mediální koncerny, designérská studia a podobně. Důležité pro tento typ inovátorů přitáhnout maximální množství vysoce kreativních osobností a umění je správně vést.

**Inovátoři typu kyborgů** jsou organizace, které vládou dnešními světu, neboť skvěle ovládají technologie. Mezi tyto inovátory patří například firmy Apple či Google. Kyborgové jsou mistři v produktové a procesní inovaci a byznys modelu. Jedná se o organizace, které mají takovou organizační strukturu a kulturu, která jim umožňuje rychle vytvářet nové technologické inovace. Ovládnutí technologií přináší cestu k inovacím v téměř každém oboru.

**Inovátoři typu znovuzrození inovátoři** jsou organizace, které dokázaly provést vnitřní transformaci tak, aby byly inovativní. Inovace se tak stala pro tyto firmy klíčovou kompetencí. Příkladem tohoto typu inovátorů může být firma Whirpool.

Větší podniky mají při inovačních aktivitách pomalé reakce na změny a při inovacích jim do dění vstupuje vnitřní politika. Menší organizace jsou v inovačních aktivitách mnohem flexibilnější a nejsou tolik provázané procesy a pravidly, která by bránily kreativitě zaměstnanců. U menších organizací dochází k rychlému šíření informací a rychlému rozhodování. Menším firmám však chybí inovační proces a prvky inovační infrastruktury. Případný inovační neúspěch tak může celou firmu destabilizovat.

Převzato a upraveno z publikace *Inovace je rozhodnutí: Kompletní návod, jak dělat inovace nejen v byznysu*, Novák, 2017

---

V současnosti prochází Evropa obdobím hospodářské a společenské transformace, tentokrát od průmyslové ekonomiky k ekonomice kreativní, která vyžaduje především lidskou inteligenci, znalosti a kreativitu. V průběhu několika let se kreativita stala hnací silou ekonomického růstu. Dle Frankové (2011) je kreativita a organizační prostředí podporující kreativitu a inovace předpokladem pro úspěch a rozvoj organizace.

Inovace se vztahují nejen k výrobkům a službám, které organizace poskytují, ale také k organizačním změnám, které podmiňují pružnost a adaptivnost organizace a její schopnost vyvíjet nové výrobky a služby, zavádět a využívat nové technologie, produkovat vysoce efektivně, uspokojovat potřeby zákazníků prostřednictvím inovací a zvyšováním kvality nabízených a poskytovaných produktů a služeb a rychle a pružně uplatňovat výrobky a služby na trhu.

### 6.1.1 DĚLENÍ INOVACÍ

Inovace lze dělit na technické, netechnické, produktové, organizační, procesní a marketingové. Technické inovace jsou zaměřené převážně na výzkum. S netechnickými inovacemi se lze setkat v oblasti organizace a řízení. Patří zde například nové formy organizace práce, řízení kvality, procesní řízení a podobně, dále v oblasti inovací trhů, inovací modelů podnikání či u prezentačních inovací, které představují komplexní pojem pro inovace v oblasti designu a marketingu.

**Produktové inovace** představují zavedení nových nebo významně zlepšených **výrobků nebo služeb** s ohledem na jejich charakteristiky nebo zamýšlené užití. To zahrnuje významná zlepšení v technických specifikacích, komponentech a materiálech, softwaru, uživatelské vstřícnosti nebo jiných funkčních charakteristikách. Příkladem inovací výrobků a služeb mohou být vzdušné textilie, nano-textilie, plasty přijatelné po životní prostředí, navigační systémy v dopravních zařízeních, kamery v mobilních telefonech a podobně. Novák (2017) rozlišil také produktové **inovace průlomové**. Jedná se o inovace, které zásadním způsobem mění produkt, případně zvyšují hodnotu pro zákazníka. Průlomové inovace jsou zdrojem jak vysokých výnosů, tak rizik.

**Organizační inovace** představují zavedení nových organizačních metod v podnikových obchodních praktikách, organizaci pracovního místa nebo v externích vztazích. Organizační inovace jsou zaměřeny především na změny v oblasti dělby práce a řízení pracovníků uvnitř podniku, organizační změny v souvislosti s mezinárodním působením podniků a podobně. Příkladem organizačních inovací může být zavedení standardů kontroly kvality pro dodavatele a subdodavatele, podpora manažerských systémů pro optimalizaci rozdělení zdrojů, snížení počtu úrovní managementu a podobně.

**Procesní inovace** představují zavedení nové nebo významně zlepšené produkce či dodavatelských metod. To zahrnuje významné změny jak v technice, tak například v zařízeních anebo softwaru. Příkladem procesních inovací může být počítačem podporovaný vývoj produktu, digitalizace tiskových procesů, zavedení čárových kódů nebo pasivních čipů a podobně.

**Marketingové inovace** představují zavedení nových nebo inovovaných marketingových metod či aktivit obsahujících významné změny v designu produktu nebo balení, umístění produktu, podpoře produktu či ocenění. Marketingové inovace lze chápat ve formě lepšího adresování potřeb zákazníka, otevřením nových trhů, umístěním nového produktu na trhu, včetně využívání marketingových metod vyvinutých inovujícím podnikem či převzatým od jiných podniků. Příkladem marketingových inovací mohou být pře-

nosné paměťové karty upravené na nošení jako šperk, nový design spotřebních předmětů, vývoj obchodních známek pro nové produkty a jiné.

### 6.1.2 INOVAČNÍ NÁSTROJE

Inovační nástroje jsou nehmátelné a proměnlivé v čase. Jejich efektivita se mění v důsledku změn prostředí a dalších faktorů (Flanagan, et al, 2011).

**Inovační nástroje se dělí na přímé a nepřímé.** Mezi přímé nástroje patří legislativní, finanční, organizační a politické nástroje. Mezi nepřímé vnitřní nástroje patří inovační infrastruktura, personální a technické aspekty. Mezi nepřímé vnější nástroje patří mezinárodní spolupráce.

**Přímé nástroje** přímo působí na vznik produktů či procesů. Příkladem přímých nástrojů mohou být různé granty, dotace, finanční příspěvky, úvěry, vratné zálohy a podobně (OECD, 2011). **Nepřímé nástroje** se pouze podílejí na vzniku inovačních aktivit, procesů a produktů, ale nejsou jejich základem. Přispívají k vytvoření vhodného inovačního prostředí, a to v místech, kde inovace mohou vznikat. Může se jednat o rozvoj inovační infrastruktury, transfer technologií, podpora výzkumu a vývoje a podobně (Žíttek, 2008).

**Inovační infrastruktura** přispívá k tvorbě a šíření znalostí, pomáhá spolupráci výzkumné, komerční sféry, transferu technologií a také podporuje inovační podnikání. Za inovační infrastrukturu mohou být považovány například podnikatelské inkubátory, vědeckotechnické parky nebo výzkumná centra. Inovační infrastruktura je v České republice budována od roku 2004, a to po vstupu České republiky do Evropské unie. Hlavním důvodem rozvoje inovační infrastruktury je možnost využívat programy spolufinancované ze strukturálních fondů. Po roce 2007 se v České republice začala budovat také výzkumná infrastruktura, a to především na vysokých školách a veřejných výzkumných institucích. Inovační infrastruktura umožňuje získávat nové znalosti, transfer technologií a podporu inovačních firem (Klímová, 2013).

### 6.1.3 HODNOCENÍ INOVACÍ

Pro hodnocení inovací neexistuje komplexní systém. Inovace lze však hodnotit univerzálně, a to průběžně, dlouhodobým pozorováním, kvalitativní nebo kvantitativní dimenzí, mezinárodními ISO normami a metodikou hodnocení VaVaI.

Kvalitativní metody hodnocení jsou založeny na posudcích a názorech odborníků v daných oborech nebo širšího spektra zástupců komerční či průmyslové sféry. Výhodou kvalitativních metod je skutečnost, že poskytují informace o procesech a jevech a jejich vzájemných souvislostech, které není možné kvantifikovat. Nejčastěji využívanými kvalitativními metodami jsou například peer-review a dotazníková šetření.

Kvantitativními metodami se zpracovávají statistická data, informace z databáze publikačních výstupů jako jsou například Thomson, Reuters, Web of Science, Elsevier, Scopus. Dále se těmito metodami zpracovávají také údaje patentových úřadů a výsledky statistických šetření. Silnou stránkou kvantitativních metod je možnost statistického vyhodnocení kauzálních vztahů, explanačního a prognostického modelování, porovnávání a benchmarkingu, analýzy časových řad a v neposlední řadě jsou finančně méně náročné. Nevýhoda využití kvantitativních metod spočívá v nutnosti sledovaný jev kvantitativně vyjádřit, tedy jeho podstatu vystihnout vhodným kvantitativním ukazatelem.

Základem kvantitativní metody hodnocení by měly být monitorovací ukazatele. Cíle a následně indikátory pro jejich hodnocení musí být specifické, měřitelné, uznané, realistické a časově ohraničené. Nejčastěji využívanou kvantitativní metodou je hodnocení podle kvantitativních ukazatelů. Ukazatelé by měli být relevantní, snadno dostupné, věrohodné, uznané, robustní a nákladově efektivní. Aby byli ukazatele relevantní, musí existovat vzájemná vazba mezi ukazatelem a cílem, respektive sledovaným jevem. Snadná dostupnost ukazatelů spočívá v jejich snadném získání, a to s nízkými náklady. Věrohodnost ukazatelů spočívá v jejich jednoznačnosti a snadné interpretovatelnosti. Robustnost ukazatelů je dána jejich odolností vůči manipulaci zodpovědnými pracovníky a jednoznačnou interpretovatelností. Aby byli ukazatelé považováni za nákladově efektivní, nesmí jejich přínosy průběžného hodnocení a důvěryhodnost výsledků monitorování převážit náklady na získání dat.

Hodnocení metodikou VaVaI je poměrně novou metodikou hodnocení inovačních aktivit, která je jejich součástí. Hodnocení usiluje o propojení cílů a aktivit programů s prostředky alokovanými na jejich realizaci. Cílem této metodiky hodnocení je zhodnocení efektivity vynakládaných prostředků na podporu programů a získání informací pro potřeby případných změn nebo vytváření nových projektů (Čadil, 2012).

#### 6.1.4 SOCIÁLNÍ INOVACE

**Sociální inovace** představují nové a oproti dostupným alternativám lepší řešení, které naplňují naléhavé sociální, respektive společenské potřeby a zároveň vytvářejí nové sociální vztahy nebo spolupráce. Dle definice Ministerstva práce a sociálních věcí ČR je za lepší řešení považováno to řešení, které je účinnější, efektivnější, udržitelnější, spravedlivější. Sociální inovace mohou zahrnovat nové produkty, procesy, služby nebo organizační uspořádání.

Sociální inovace je charakteristická různými formami otevřené spolupráce mezi zúčastněnými aktéry, využitím mezioborové spolupráce, využitím a objevováním nového využití u dostupných zdrojů a vytvářením nových zdrojů, změnami hodnot (od konkurence ke kooperaci, otevřenosti a sdílení), změnami vztahů, využitím participativních přístupů, které přispívají k delší udržitelnosti řešení, různorodostí finančních zdrojů pro realizaci a využití přirozených sil, zejména lokálních komunit a škálováním inovace, například rozšiřováním do dalších měst.

Převzato a upraveno z publikace *Sociální inovace pro zvědavé, odvážné a tvořivé*, kolektiv autorů, 2015

---

Sociální inovace představuje řešení přetrvávajícího sociálního problému nebo nevyužitých příležitostí. Řešením mohou být například technologické inovace, intra-podnikavost, inovace pracoviště, inovace managementu nebo inkluzivní business modely. Řešení problému představuje výsledek, respektive kvalitativní změnu života cílové skupiny, komunity či pracoviště. Tato změna je prokazatelná, pakliže je možno doložit vztah mezi inovační intervencí, či výstupem a výsledkem, respektive efektivním řešením problému. Vztah mezi inovační intervencí je nazýván jako impakt a jeho prokázání je zásadní podmínkou u všech realizovaných projektů. Bez prokázání impaktu není možné hodnotit efektivnost vynaložených zdrojů. Pokud programy podpory nehodnotí impakt projektů, nemohou dosáhnout kvalitativní změny a pouze generují stejnými nebo mírně obměněnými nástroji stejné výstupy, a tak začínají stále znovu od začátku.

Smyslem sociální inovace je využít znalosti a dovednosti obyvatel. Jedná se o nápady, instituce nebo způsoby práce, které přinášejí pozitivní efekty, zlepšují nebo řeší potřeby. Sociální inovace jsou využívány v různých oblastech jako například ve vzdělávání, zdravotnictví, sociálních službách, veřejné politice, rozhodovacích procesech a dalších. Výsledek realizovaných změn musí být technicky, ekonomicky nebo společensky výnosný. Sociální inovace nemusejí mít nutně charakter produktu nebo služby, ale mohou se šířit ve formě myšlenek, hodnot, softwaru nebo nástrojů práce. Sociální inovace propojují veřejný a soukromý sektor, socioekonomické aktivity, místní znalosti, mezisektorovou spolupráci a rozvoj kapacit kooperačních sítí.

Efektem sociální inovace jsou především vyšší efektivita při využívání zdrojů a prostor a platforma pro realizaci nových nápadů, finanční i nefinanční úspory, vyšší odbyt produktů a služeb, výstupu, posilování sociálního kapitálu v regionu v podobě zahušťování sítě lidských vazeb a spolupráce a také vytvoření nových trhů.

Dalším přínosem je také jejich přenositelnost, která není nutně vázána na region, ve kterém vznikly. Nedostatkem sociální inovace mohou být nedostatek kreativity a nápadů, nedostatek finančních zdrojů a vysoké náklady, nadměrná ekonomická a jiná rizika, nedostatek kvalifikovaných pracovníků, malý zájem zákazníků o nové produkty či služby, nepružnost a rigidita organizační struktury.

## PRO ZÁJEMCE



Inovace neznamena, že by se měly rušit používané účinné postupy. Příkladem sociální inovace mohou například putovní fotografické výstavy lidí bez domova nebo Social Innovation Camp Praha, který má za cíl propojit lidi, nápady a digitální nástroje a vytvořit tak inovace.

### 6.1.5 LIDSKÝ KAPITÁL

Existuje několik definic lidského kapitálu. Dle OECD (1996), lze lidský kapitál chápat jako znalosti, které jednotlivec získává v průběhu života, užívá k produkci statků, služeb či myšlenek v tržním nebo netržním prostředí. **Lidský kapitál** lze chápat také jako soubor všech vrozených a získaných vlastností, znalostí a dovedností určujících hodnotu jeho nositele na všech existujících trzích v daných institucionálních podmínkách a při dané úrovni technologie (Balcar, 2006).

Dle Bartáka a Vomáčkové (2007) lze lidský kapitál chápat jako aktivum vtělené do konkrétního jedince, které lze akumulovat a zhodnocovat. Tato akumulace a zhodnocení však nemá jen podobu nejčastěji uváděných investic do vzdělání, nýbrž se dotýká i komponent pozitivně ovlivňujících produktivnost jedince, jako jsou například zdravotní stav, úroveň a kvalita volnočasových aktivit, rodinné zázemí a kulturně-náboženské zakotvení.

Pojem lidského kapitálu se stal předmětem zájmu již Adama Smithe. Nejen Smith, ale později také Karl Marx a A. C. Pigou začali do svých ekonomických teorií zařazovat mezi výrobní faktory také znalosti a zručnosti vlastněné určitou osobou. Mezi hlavní faktory, které ovlivňují lidský kapitál jedince, patří vzdělání jedince. Lidským kapitálem můžeme rozumět také nejvyšší dosaženou úroveň vzdělání. Dle Beckera (1963) jsou za lidský kapitál považovány schopnosti, dovednosti a odpovídající motivace tyto schopnosti a dovednosti uplatnit. V dnešní době je přijímána právě tato zmiňovaná definice.

Lidský kapitál je dělen na dvě části, které spolu úzce souvisí. První část představuje základní lidský kapitál, jenž zahrnuje produktivní schopnosti a vlastnosti, například fyzickou sílu, analytické myšlení a podobně. Druhá část představuje širší kapitál, který umožňuje využívat složky kapitálu základního.

#### PRO ZÁJEMCE



Hodnocením rozvoje lidského kapitálu se v současné době zabývá Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), která každoročně vydává studii o stavu a rozvoji lidského kapitálu *Education at a Glance*.

---

Na lidský kapitál působí několik faktorů, mezi které patří geneticky dané a vrozené schopnosti, rodinné, sociální a další faktory, prostředí a formální, neformální a informační vzdělávání (OECD, 2002). Tyto faktory se vzájemně ovlivňují. Obě části lidského kapitálu ovlivňují načerpané znalosti, osvojené dovednosti, vrozené a rozvinuté vlastnosti jedince.



Pro změření lidského kapitálu je důležité odhadnout úroveň lidského kapitálu. Je nutno najít ukazatele, který je jevu blízký, vystihuje jej a je z praktického hlediska použitelný a odhadnutelný. Při měření lidského kapitálu je důležité pochopit, že lidský kapitál je kvalitativní vlastnost člověka, kterou chceme zachytit kvantitativním ukazatelem. Lidský kapitál lze měřit úrovní znalostí, kterou lze zjistit prostřednictvím znalostního testu. Z celkové úrovně lidského kapitálu by došlo ke zhodnocení pouze částečném, neboť pouze znalosti neznamenají vyšší úroveň lidského kapitálu. Vhodné změření lidského kapitálu může být pomocí lidského potenciálu, se kterým jedinec disponuje. Ideální možností by bylo změřit lidský kapitál v kombinaci s ohodnocením znalostí a potenciálu jedince nabýt další znalosti a dále je v budoucnu rozvíjet.

Základními datovými zdroji vhodnými pro měření úrovně lidského kapitálu je úroveň funkční gramotnosti dospělých, zdroje o formálním vzdělávání obyvatelstva a zdroje o dalším vzdělávání obyvatelstva. Šetření funkční gramotnosti dospělých realizuje OECD již od devadesátých let dvacátého století. Zkoumá především čtenářskou, matematickou, informační a v současnosti také přírodovědeckou gramotnost obyvatel. Šetření dalšího vzdělávání dospělých je zjišťováno prostřednictvím dotazování osob.

Formální vzdělání lze definovat jako vzdělávání, které je upraveno právními předpisy a probíhá ve vzdělávacích institucích. Zahrnuje navazovací stupně vzdělávání a je potvrzováno příslušným osvědčením v podobě vysvědčení, diplomu a podobně.

Převzato a upraveno z publikace *Lidský kapitál: Měření, souvislosti, prognózy*, Mazouch et al, 2011

---

## 6.1.6 INTELEKTUÁLNÍ KAPITÁL

**Intelektuální kapitál** lze dle Bartáka (2006) definovat jako určitý komplex nehmotného vlastnictví, znalostí, dovedností, postupů, procesů, aplikovaných zkušeností, technologií užívaných v podniku, vztahu se zákazníky, profesních i neprofesionálních dovedností, které vytvářejí další hodnotu a konkurenční výhodu podniku na trhu.

Dle Armstronga (2007) je intelektuální kapitál definován jako zásoby a toky znalostí, které jsou organizaci k dispozici. Tyto zásoby a toky mohou být považovány za nehmotné zdroje, které souvisejí s lidmi a společně s hmotnými zdroji tvoří tržní a celkovou hodnotu podniku. Intelektuální kapitál se mění v čase. Důležitou roli v něm hrají lidé, kteří působí a pracují společně. Aby se intelektuální kapitál zvýšil, je nutné, aby organizace investovala do lidí.

**Intelektuální kapitál je nehmotným vlastnictvím každé organizace.** Může představovat veškeré firemní znalosti, tedy firemní know-how, image firmy, ale také produkt činnosti nebo personální způsobilosti zaměstnanců. Můžeme rozlišit tři složky intelektu-



álního kapitálu, mezi které patří lidský kapitál, společenský kapitál a organizační kapitál. Lidský kapitál byl již v této kapitole definován. Společenský kapitál představuje zásoby a toky znalostí, které vyplývají ze sítí vztahů uvnitř i vně organizace. Organizační kapitál představuje kodifikované vlastněné znalosti firmy institucionalizované organizací.

Je samozřejmé, že o lidský kapitál je potřeba pečovat a rozvíjet ho například přijímáním nových lidí, snahou o udržení kvalitních zaměstnanců, investicemi do jejich dalšího rozvoje a vzdělávání a péčí o ně. Nicméně pokud by se organizace pohybovala pouze v rovině práce s intelektuálním kapitálem, mohla se dostat do situace, kdy kvalitní a kvalifikovaní zaměstnanci z nějakého důvodu z firmy odejdou (například z důvodu nemoci, stěhování, rodinné situace) a vše, co organizace do jejich rozvoje investovala, odejde spolu s nimi. Zjednodušeně řečeno je lidský kapitál intelektuální bohatství, které každý večer odchází domů s pracovníkem, zatímco organizační kapitál zůstává, i když pracovník odchází.

Efektivnost organizace závisí na dobrém využívání znalostí jednotlivců, tzn. lidského kapitálu, jejich rozvoji a obohacování prostřednictvím vzájemné spolupráce a výměny informací, respektive sociálního kapitálu, za účelem vytváření organizačního kapitálu. Smyslem práce s intelektuálním kapitálem organizace je především rozvoj znalostí, schopností, dovedností jednotlivých zaměstnanců, podpora vzájemné spolupráce, výměna informací, projektových a týmových aktivit, v rámci kterých, může docházet k obohacování dosavadních znalostí a vzniku zcela nových. Převedením takto vytvořených firemních znalostí zůstane majetkem organizace bez ohledu na to, zda jsou původci znalostí jejich součástí či nikoliv. Může se jednat například o různé manuály, technologické či výrobní procesy, vedení databází, patentování výrobků a podobně (Slováčková, Horáková, Rendoš, 2014).

### 6.1.7 KONKURENCESCHOPNOST A CESTA CELOŽIVOTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ

Mezi hlavní cíle celoživotního vzdělávání patří podpora kurikulární reformy s důrazem na zvýšení funkční gramotnosti žáků, snižování nerovnosti v přístupu ke vzdělávání a Národní systém kvalifikací, podpora otevřenosti a prostupnosti mezi vzdělávacími programy středoškolského studia i mezi programy středoškolského a terciálního studia a jejich propojení na další vzdělávání, vytváření podmínek pro sladění nabídky vzdělávání s potřebami na trhu práce, posílit výukové kapacity vysokých škol pro vzdělávání dospělých z praxe a dále také podpora spolupráce institucí působících v sektoru terciálního vzdělávání, a to zejména vyšších odborných škol a vysokých škol, a to v prostupnosti a síťování znalostí. Celoživotní vzdělávání vede k vyšší oborové specializaci podporovat centra polytechnického vzdělávání a zavést centrální systém akreditací v rovině základních škol, středních škol, vyšších odborných škol a vysokých škol.

**Národní systém kvalifikací** je průběžně budovaný, státem podporovaný a zaměstnavateli využitelný registr profesních kvalifikací. Umožňuje zájemcům získat celostátně uznávané osvědčení o jejich profesní kvalifikaci, aniž by museli usednout do školních

lavic.<sup>3</sup> Celoživotní vzdělávání zahrnuje různé kurzy, rekvalifikace, výcviky a podobně. Je realizováno řadou vysokých škol a organizací, které jsou zaměřeny na různé cílové skupiny.

### 6.1.8 INOVAČNÍ PROCES

Inovační proces lze chápat jako vývoj nového produktu, technologie a dalších aktivit podniku od invence až po zavedení do praxe a uplatnění na trhu. Jedná se o přípravu na postupné uskutečňování inovačních změn.

Dle jedné z definic inovační proces lze rozdělit do tří základních fází, a to do tvorby invence, tvorby inovace a pronikání inovace. **Tvorba invence** zahrnuje generování idejí, průzkum a podnikatelskou analýzu. Při generování idejí je využívána široká škála poznatků, mezi které patří například poznatky základního a aplikovaného výzkumu, podněty z výrobního procesu, poznatky z marketingových analýz z průzkumu trhu, konkurence, vědeckotechnického rozvoje či poznatky z dalších profesionálních a neprofesionálních zdrojů. V rámci průzkumu je využíván teoretický výzkum, prognózování inovací a tvorba variant koncepce inovací. Jak bylo výše uvedeno, je součástí tvorby invence také podnikatelská analýza, která zahrnuje analýzu variant koncepce inovací z aspektu podnikatelských záměrů a výběr optimální varianty.

**Tvorba inovace** zahrnuje přípravu inovačního programu, výzkum, vývoj a výrobu. Příprava inovačního programu představuje výběr inovačních úloh a sestavení inovačního programu. Výzkum a vývoj je tvořen teoretickým a experimentálním výzkumem a ověřováním, vypracováním projektu prototypu a konstrukční přípravou prototypu, dále technologickou a materiálovou přípravou prototypu, jeho výrobou a zkouškou a vypracováním dokumentace pro ověřovací sérii. Výroba spočívá v převzetí organizačně-technického projektu, zavedení výroby a řízení osvojené výroby.

**Pronikání**, respektive difúze inovace zahrnuje komercializaci a následné využití. Komercializace v sobě zahrnuje propagaci, prodej, expedici, servis a aktivní licenční dohody. Ve fázi využití dochází k využívání hmotných realizačních výstupů, udržování a zdokonalování hmotných realizačních výstupů, likvidaci zastaralé výroby a hodnocení realizace inovačních akcí.

### 6.1.9 MODEL Y INOVAČNÍCH PROCESŮ

Úspěch podniků při generování nápadů a zavádění inovací do značné míry závisí na schopnosti formalizovat a strukturovat inovační proces. V literatuře lze najít různé modely, které strukturují inovační procesy různými způsoby. Inovační modely můžeme klasifi-

---

<sup>3</sup> Webový portál Národní soustavy kvalifikací [online] [vid. 4. listopadu 2019]. Dostupné z: <http://www.narodnikvalifikace.cz/predstaveni>

kovat podle jejich účelu a cílových skupin na deskriptivní modely, normativní modely, manažerské modely a didaktické modely.

**Deskriptivní modely** popisují a vyhodnocují skutečný stav. Lze sem zahrnout také simulační modely aplikované jako kopie chování reálného systému. Výsledky mají především odvozený charakter. **Normativní modely** jsou založeny na praktických zkušenostech, případových studiích a zobecňují úspěšné přístupy. Tyto modely mají účelovou funkci, která podléhá určitým omezením. **Manažerské modely** jsou postaveny na vizualizaci a systematizaci rozvojových aktivit organizace. **Didaktické modely** jsou modely, ve kterých jsou inovační procesy vizualizovány a zjednodušovány pro potřeby vzdělávání a výcviku.

Dále je rozlišován také lineární model tlačení technologií, lineární model tažený potřebami trhu, model fází a bran, interaktivní model, zřetězený model a síťový model.

**Lineární model tlačení technologií**, který je nazýván také, jako model první generace vznikl na pozadí hospodářského růstu poválečné doby, kdy se podniky soustředily především na budování výrobních kapacit, výzkum a vývoj.

**Lineární model tažený potřebami trhu**, který je nazýván také jako model druhé generace, vznikl v důsledku hospodářské krize po druhé světové válce, inflace, nasycení trhu a vysokých kapacit nabídek. Právě díky uvedeným faktorům, které vedly k zintenzivnění konkurence, začaly podniky zahrnovat do svých inovačních modelů zákazníka, jako primární faktor a zdroj vyvolávající inovace.

**Model fází a bran** je jedním z nejúspěšnějších modelů vývoje nových výrobků, který byl vypracovaný Georgem Cooperem a úspěšně implementovaný NASA v 60. letech 20. století. Inovační proces, z pohledu tohoto modelu, je rozdělen na pět fází, jejichž vstupy a výstupy jsou definovány předem. Na konci každé fáze je brána, v níž se rozhoduje o pokračování nebo zastavení inovačního procesu. Model jako takový integruje technologický a tržní pohled. Jeho výhodou je systemizace, která usnadňuje komunikaci jak mezi týmy, tak mezi týmy a vrcholovým managementem.

**Interaktivní model** měl charakter všeobecně platného modelu, který představoval kombinaci modelů tlačení technologií a tažení potřebami trhu. Model byl doplněn zpětnou vazbou, která v obou předchozích modelech citelně chyběla, a došlo k jakémusi provázání mezi technologickými možnostmi podniku a potřebami trhu. Výzkum a vývoj a marketingové funkce spolupracovali v těchto modelech rovnocenně.

**Zřetězený model** je charakteristický paralelním nasazením integrovaných vývojových týmů a zahrnutím jak dodavatelské strany, tak důležitých zákazníků. V tomto modelu je zdůrazněna kooperace mezi výzkumem, vývojem a výrobou. Mimo to se zohledňuje horizontální kooperace bez ohledu na hranice podniku. Na inovace je pohlíženo, díky potřebnému zkracování inovačního času jako na paralelní proces. Na významu nabývají externí

zdroje nápadů a myšlenek, ale také aktivity různých interních oddělení podniků se stávají důležitými a jsou integrovány do inovačního procesu.

**Síťový model** je popisován jako integrovaný síťový systém. V případě modelu páté generace jsou zaváděna opatření ke zvýšení efektivity. Mezi tato opatření patří například vnitřní organizační systémová integrace, extenzivní networking, flexibilní a ploché organizační struktury, vyzrálé vnitřní datové banky a elektronicky podporovaný vývoj produktu.

### 6.1.10 ŽIVOTNÍ CYKLUS VÝROBKŮ

Každý výrobek, který vstupuje na trh, prochází určitými fázemi, které se nazývají životní cyklus výrobku. Tento cyklus zahrnuje čtyři fáze, a to zavedení, růst, zralost a pokles.

První fází životního cyklu výrobku je **zavedení neboli pronikání nového výrobku na trh**, který je charakteristický nízkým odbytem, vysokými náklady na výrobu, neboť výrobek zpravidla ještě nemá definitivní podobu. Značný podíl na nákladech mají výdaje na propagaci a servis a výrobky představují takzvaný „šlágr sezóny“, respektive absolutní novinky, které mají v této počáteční fázi vyšší cenu než ve fázích následujících.

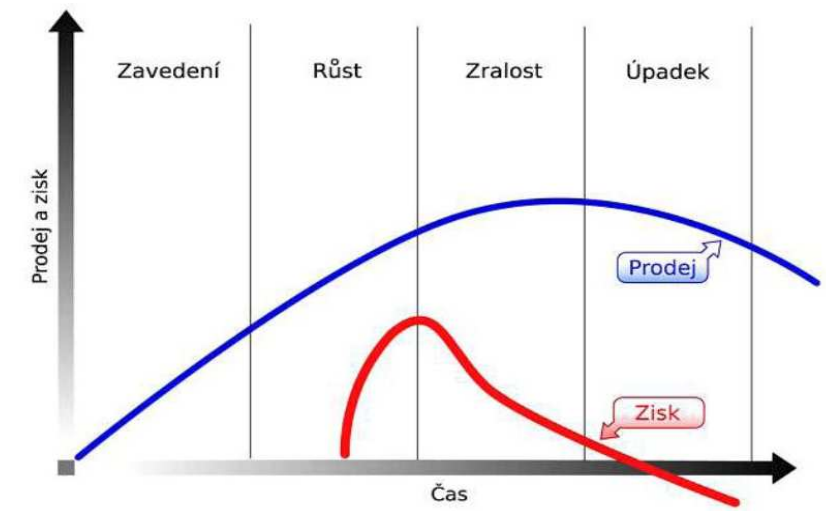
Druhou fází životního cyklu výrobku je **růst**. Tato fáze má největší význam pro úspěch, respektive neúspěch nového výrobku. Je charakteristická rostoucím odbytem, klesajícími náklady na propagaci, snižováním jeho ceny, dosažením konečné podoby výrobku a u výrobků, které nejsou technicky dořešené, a o které není dostatečný zájem, je tato fáze jejich fází poslední.

Třetí fází životního cyklu výrobku je **zralost**, která je specifická ustáleností a je doprovázená mírnějším ročním nárůstem odbytu. Je charakteristická vylepšováním určitých vlastností produktů nebo jejich rozšiřováním a vylepšováním jejich funkcí. Výroba produktu v zájmu zachování kontinuity se světovým vývojem a trhem už v této fázi připravuje nový výrobek.

Čtvrtou a zároveň poslední fází životního cyklu výrobku je **pokles**, který je charakteristický prudkým poklesem odbytu. V této fázi dochází k morální zastaralosti výrobku, roste tlak odběratelů na kvalitativní změnu úrovně a parametrů výrobku a rentabilita výrobku klesá, což vytváří tlak na výrobce nahradit dožívající výrobek novým.

Jednotlivé fáze životního cyklu výrobku jsou znázorněny na obrázku 5.

### OBRÁZEK 5: ŽIVOTNÍ CYKLUS VÝROBKU



Zdroj: Webový portál Slideplayer [online] [vid. 4. listopadu 2019]. Dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/11198082/>

### OTÁZKY



1. Jak lze definovat inovaci a jaké má fáze životního cyklu?
2. Jak lze dělit inovace?
3. Které nástroje patří mezi přímé a nepřímé inovační nástroje, a k čemu přispívá inovační infrastruktura?
4. Jak lze inovace hodnotit a jaký je rozdíl mezi kvalitativní a kvantitativní metodou hodnocení inovací?
5. Co jsou to sociální inovace, co zahrnují, a čím jsou charakteristické?
6. Co znamená lidský kapitál, jak se měří, a jak lze zvýšit jeho úroveň?
7. Co představuje intelektuální kapitál, a jaké složky jej tvoří?
8. Co je cílem celoživotního vzdělávání, a co má na starosti Národní soustava kvalifikací?
9. Jak lze definovat inovační proces a jakými fázemi prochází?
10. Jakými fázemi životního cyklu prochází výrobek při vstupu na trh?



## SHRNUTÍ KAPITOLY

V šesté kapitole byly představeny inovace a vysvětleny jednotlivé fáze životního cyklu inovací. Byly charakterizovány skupiny typických inovátorů podle Garyho Hamela, a to skupiny inovátorů typu rakety, laureáti, umělci, kyborgové a znovuzrození inovátoři. Bylo objasněno dělení inovací, které bylo následně vysvětleno na příkladech. Dále jsme si představili inovační nástroje a způsoby hodnocení inovací. Následovaly sociální inovace, které jsou podle Ministerstva práce a sociálních věcí ČR lepším řešením oproti dostupným alternativám inovací. Bylo vysvětleno, čím jsou sociální inovace charakteristické a jaké jsou jejich důsledky. Dále jsme se posunuli směrem k pojmu lidský kapitál a způsoby jeho měření a následně vysvětlen pojem intelektuální kapitál. Kapitola se věnovala také charakteristice celoživotního vzdělávání a funkci Národní soustavy kvalifikací. Rovněž jsme si vymezili inovační proces včetně jeho fází. Byly charakterizovány jednotlivé modely inovačních procesů, na kterých závisí úspěch firem generovat nápady a inovace.

---



## ODPOVĚDI

1. Inovace představuje obnovu a rozšíření nabídky výrobků a služeb a s nimi spojených trhů, vytvoření nových metod výroby, dodávek a distribuce, zavedení změn řízení, organizace práce, pracovních podmínek a kvalifikace pracovní síly. Inovace má šest fází, ale všemi těmito fázemi inovace projít nemusí. První fází je identifikace problému či příležitosti, druhou fází je vytvoření projektu, třetí fází je posouzení funkčnosti projektu v praxi, čtvrtou fází je zavedení a snaha udržet inovaci, pátou fází je škálování inovace a její rozšiřování, prohlubování a posilování jejího dopadu a poslední fází je změna systému podle inovace.
2. Inovace lze dělit na technické, netechnické, produktové, organizační, procesní a marketingové.
3. Mezi přímé inovační nástroje patří legislativní, finanční, organizační a politické nástroje. Může se jednat o granty, dotace, finanční příspěvky, úvěry a vratné zálohy. Mezi nepřímé inovační nástroje patří inovační infrastruktura, personální a technické aspekty a mezinárodní spolupráce. Může se jednat o rozvoj inovační infrastruktury, transfery technologií a podpora výzkumu a vývoje. Inovační infrastruktura přispívá k vytváření a šíření znalostí, pomáhá spolupráci výzkumné, komerční sféry, transferu technologií a podporuje inovační podnikání.

4. Inovace lze hodnotit univerzálně, průběžně, dlouhodobým pozorováním, kvalitativní nebo kvantitativní dimenzí, mezinárodními ISO normami nebo metodikou VaVaI. Kvalitativní metoda je založená na posudcích a názorech odborníků v daných oborech a poskytuje informace o procesech, jevech a jejich vzájemných souvislostech. Kvantitativní metodou se zpracovávají statistická data, informace z databáze publikačních výstupů a jejím základem jsou monitorovací ukazatelé.
5. Sociální inovace představují nové či lepší řešení, která naplňují společenské potřeby, a které vytvářejí nové sociální vztahy či spolupráce. Mohou zahrnovat nové produkty, procesy, služby nebo organizační uspořádání. Sociální inovace je charakteristická otevřeností spolupráce mezi zúčastněnými aktéry, využitím mezioborové spolupráce, využitím a objevováním nového využití u dostupných zdrojů a vytvářením nových zdrojů, změnami hodnot a vztahů, využitím participativních přístupů a využitím přirozených sil.
6. Lidský kapitál lze chápat jako znalosti, které jednotlivec získává v průběhu života, užívá k produkci statků, služeb či myšlenek v tržním nebo netržním prostředí nebo také jako soubor všech vrozených a získaných vlastností, znalostí a dovedností určujících hodnotu jeho nositele na všech existujících trzích v daných institucionálních podmínkách a při dané úrovni technologie. Mezi základní zdroje pro měření úrovně lidského kapitálu je úroveň funkční gramotnosti dospělých, zdroje o formálním vzdělávání obyvatelstva a zdroje o dalším vzdělávání obyvatelstva. Úroveň lidského kapitálu lze zvýšit získáváním a rozvíjením dovedností, vyhledáváním nejvhodnějšího místa pro využití svých dovedností a uměním plánovat a rozvrhovat činnosti.
7. Intelektuální kapitál je komplex nehmotného vlastnictví, znalostí, dovedností, postupů, procesů, aplikovaných zkušeností, technologií užívaných v podniku, vztahu se zákazníky, profesních i neprofesionálních dovedností, které vytvářejí další hodnotu a konkurenční výhodu podniku na trhu. Intelektuální kapitál je tvořen lidským kapitálem, společenským kapitálem a organizačním kapitálem.
8. Hlavními cíli celoživotního vzdělávání může být například podpora kurikulární reformy s důrazem na zvýšení funkční gramotnosti žáků, snižování nerovnosti v přístupu ke vzdělávání a Národní systém kvalifikací, podpora otevřenosti a prostupnosti mezi vzdělávacími programy středoškolského studia i mezi programy středoškolského a terciálního studia a jejich propojení na další vzdělávání, vytváření podmínek pro sladění nabídky vzdělávání s potřebami na trhu práce, posílení výukové kapacity vysokých škol pro vzdělávání dospělých z praxe a podpora spolupráce institucí působících v sektoru terciálního vzdělávání. Národní soustava kvalifikací umožňuje zájemcům získat celostátně uznávané osvědčení o jejich profesní kvalifikaci, aniž by museli navštěvovat školská zařízení.

9. Inovační proces lze chápat jako vývoj nového produktu, technologie a dalších aktivit podniku od invence až po zavedení do praxe a uplatnění na trhu. Mezi tři fáze inovačního procesu patří tvorba invence, tvorba inovace a pronikání inovace. Tvorba invence zahrnuje generování idejí, průzkum a podnikatelskou analýzu. Tvorba inovace tvoří příprava inovačního programu, výzkum, vývoj a výroba. Pronikání inovace zahrnuje komercializaci a následné využití.
  10. Životní cyklus výrobku zahrnuje čtyři fáze, a to zavedení, růst, zralost a pokles.
-



## 7 KONCEPT (TRVALE) UDRŽITELNÉHO ROZVOJE (UR)

### RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V sedmé kapitole si představíme problematiku (trvale) udržitelného rozvoje. Jako trvale udržitelný rozvoj je označován takový rozvoj, který naplňuje potřeby přítomných generací, aniž by ohrozil schopnost budoucích generací naplňovat potřeby své. Nejdříve budou objasněny nástroje udržitelného rozvoje, kam patří nástroje ekonomické, sociální a environmentální. V následující kapitole budou představeny a vyvráceny některé z mýtů, které problematiku udržitelného rozvoje zatěžují. Prostor je také věnován konkrétním soudobým cílům udržitelného rozvoje a jejich sledování.

### CÍLE KAPITOLY



- Objasnit nástroje udržitelného rozvoje
- Představit mýty o udržitelném rozvoji
- Tyto mýty následně argumentací vyvrátit
- Stanovit pilíře udržitelného rozvoje
- Představit konkrétní cíle udržitelného rozvoje a jejich monitoring

### KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Udržitelný rozvoj, nástroje udržitelného rozvoje, mýty o udržitelném rozvoji, pilíře udržitelného rozvoje, cíle udržitelného rozvoje, sociální pilíř, ekonomický pilíř, environmentální pilíř.

## 7.1 Nástroje udržitelného rozvoje

### 7.1.1 EKONOMICKÉ NÁSTROJE

Podstata ekonomických nástrojů tkví v zásazích do tržních ekonomik, kdy místní vláda nebo nižší samospráva buď podporuje žádoucí chování ekonomických subjektů, nebo naopak postihuje chování negativní. Jinými slovy, jedná se o nástroje, které pomocí dotací (resp. sankcí) ovlivňují chování ekonomických subjektů za účelem dosažení udržitelného rozvoje.

Mezi ekonomické nástroje se řadí následující:

- daně;
- podpory (např. dotace nebo granty);
- daňové úlevy;
- pokuty;
- poplatky, aj.

Jako konkrétní případ užití ekonomických nástrojů lze uvést povinnost platit vysoká odškodnění, která musí subjekt platit při např. ropné havárii. Ani v tomto případě však vyplacené odškodnění málokdy vyváží skutečně napáchané škody v environmentální oblasti.

Ekonomické nástroje jsou založeny na třech zásadách:

- Zásada prevence, kdy cílem je předcházení negativních dopadů.
- Zásada původce negativních efektů, kdy vláda pomocí vhodných nástrojů přiměje daný subjekt, aby náklady na odstranění negativního jevu nesl on sám jakožto původce.
- Zásada korporace, kdy dochází ke spolupráci mezi veřejnými a soukromými subjekty za účelem společného dosahování cílů udržitelného rozvoje.

### 7.1.2 PRÁVNÍ NÁSTROJE

K zabránění negativních dopadů se používají také **právní nástroje**. Jedná se o soubor pravidel, jejichž dodržováním jsou subjekty zavázány, a jejichž porušením se vystavující riziku trestu. Tyto právní normy slouží k tomu, aby subjektům zabraňovaly nešetrnému chování, čímž by mohly ohrozit obyvatelstvo.

V České republice mezi tyto právní normy patří:

- zákony;
- vyhlášky;
- Nařízení Evropského parlamentu;
- Nařízení Rady EU.

Jako konkrétní případ právního nástroje lze uvést např. Zákon o svobodném přístupu k informacím, Zákon o ochraně životního prostředí a jiné, spolu se souvisejícími prováděcími vyhláškami. Mezi právní nástroje se řadí také vyhlášky místních samospráv, které udávají povinnosti pouze na daném území, jejichž nedodržením se řeší přestupkem. Tyto přestupky pak vymáhá samo město nebo obec.

Tyto vyhlášky mohou např. stanovovat podmínky konání sportovních a veřejných akcí, nebo stanovovat konkrétní povinnosti v souvislosti s ochranou životního prostředí a udržování čistoty na veřejných prostranstvích. Místní vyhlášky však nemohou odporovat zákonům.

### 7.1.3 TECHNICKÉ NÁSTROJE

Kromě nástrojů ekonomických a právních se v různých odvětvích používají také **nástroje technické**. Tyto nástroje stanovují, které látky, technologie a materiály je možné v daném průmyslu používat. Povinnost jejich dodržování závisí na konkrétním zákonu nebo vyhlášce. Mezi základní technické nástroje v oblasti ochrany životního prostředí lze zařadit:

- Globálně harmonizovaný systém (angl. GHS) klasifikace a označování chemikálií – tento systém zavedla Organizace spojených národů a slouží k identifikaci nebezpečných chemikálií.
- Registrace, hodnocení, povolování a omezování chemických látek (angl. REACH) – nařízení Evropského parlamentu, které mělo za cíl zvýšit odpovědnost průmyslových podniků v oblasti lidského zdraví a životního prostředí.
- Proces integrované prevence a omezování znečištění (angl. IPPC) – pokročilý způsob regulace vybraných průmyslových a zemědělských činností, jehož cílem je předcházení vzniku znečištění, popřípadě omezování jeho dopadů, a to za pomoci vhodných technologií a výrobních postupů.
- Program podpory environmentálních technologií (angl. ETAP) - plán, jak pomoci evropským firmám při zavádění environmentálně šetrnějších technologií.

#### 7.1.4 DALŠÍ NÁSTROJE

Vedle nástrojů, jejichž užití je podmíněno daným zákonem nebo vyhláškou, se v praxi objevují také **nástroje dobrovolné**. Tyto nástroje bývají implementovány především za účelem PR (public relations), kdy se daná firma snaží vyniknout mezi konkurenty za pomoci budování image ekologické šetrnosti. Mezi tyto nástroje se řadí různé druhy certifikátů a služeb. Jako příklad lze uvést např. ekoznačení (neboli ecolabelling), jež slouží k označování takových výrobků, které jsou šetrnější k životnímu prostředí a zdraví spotřebitele. Takové značení pak slouží zejména k propagaci daného produktu.

Za nástroj udržitelného rozvoje je rovněž označován **nástroj informační**. V tomto případě se jedná o osvětu, pomocí které se státní instituce, firmy a neziskové organizace snaží o rozvoj kompetencí potřebných pro environmentálně odpovědné jednání. Tento program se souhrnně označuje jako EVVO – environmentální vzdělávání, výchova a osvěta a v České republice je rozvíjen po desítky let. Stejně jako v jiných zemích, i v ČR je tento systém zakotvený v politických a strategických dokumentech a je založený na spolupráci vícero aktérů od veřejné správy po výzkumné instituce a další poskytovatele.

#### 7.1.5 PŘEHLED KONKRÉTNÍCH NÁSTROJŮ DOSAHOVÁNÍ UDRŽITELNÉHO ROZVOJE

##### Posuzování rizika

Posuzování rizika je velmi rozšířeným nástrojem, který má za úkol identifikovat nepříznivé účinky expozice na zdraví člověka a životní prostředí. Takové hodnocení rizika tradičně zahrnuje čtyři kroky:

- identifikace nebezpečí;
- hodnocení dávka-odezva;
- posouzení expozice;
- charakteristika rizika.

V případě identifikace nebezpečí se posuzují typy účinků, které by teoreticky mohly mít negativní dopad na životní prostředí. Bod hodnocení „dávka-odezva“ pak závisí na srovnání úrovně expozice s konkrétní úrovní nepříznivého účinku, tj. například porovnání výše koncentrace nebezpečného plynu ve vzduchu s výskytem zhoršeného zdravotního stavu v dané lokalitě. Posouzení expozice charakterizuje prvky expozice, tj. intenzita, četnost, načasování aj. Charakteristika rizika kombinuje hodnocení dávky a odezvy s posouzením expozice, aby se vytvořil popis rizika pro různé nepříznivé účinky stanovené v kroku identifikace nebezpečí.

Posuzování rizik může zahrnovat například předpovědi o zvýšeném výskytu rakoviny mezi lidmi v případě chemické expozice v dané lokalitě, nebo rozpětí mezi expozicí v životním prostředí s účinkem, který byl zpozorován v laboratoři či ve studiích provedených u lidí.

Při provádění hodnocení rizika se využívá široká škála analytických přístupů a nástrojů. Hodnocení rizika je rovněž důležitým vstupem do procesu stanovování environmentálních předpisů a povolování průmyslových zařízení. Důležitým hlediskem při těchto opatřeních je, zda dojde ke zhoršení nebo zlepšení životního prostředí či zdraví občanů, pokud budou přijata opatření nyní nebo v budoucnu.

### **Posuzování životního cyklu**

Posuzování životního cyklu je analýza dopadů na životní prostředí v průběhu života výrobku, který zahrnuje:

- produkci výrobku;
- použití výrobku;
- případná likvidace výrobku.

Výsledky takovéto analýzy jsou využívány jak k posouzení hlavních dopadů různých produktů na životní prostředí, tak i ke stanovení toho, jak by případné změny mohly tyto dopady zmírnit či přímo eliminovat.

Posuzování životního cyklu navíc zohledňuje i systémový pohled, který zahrnuje produkci vstupních surovin, a proto je v souladu s analýzou udržitelnosti a často je dokonce její základní složkou.

Jako příklad lze uvést porovnání dopadů dopravních paliv na životní prostředí. Konkrétně pak k posouzení, zda biopaliva splňují požadavky na snižování emisí uhlíku v porovnání s klasickými fosilními palivy.

### **Posuzování nákladů a užítku**

Analýza nákladů a užítku je široce využívaným nástrojem ekonomie sloužícím k vyhodnocení čistých přínosů alternativních rozhodnutí. Tato analýza se snaží posoudit změnu blahobytu jednotlivce v případě výběru konkrétní politiky oproti souboru alternativ. Většina analýz nákladů a užítku poté agreguje míru jednotlivých přínosů a vybrané alternativy seřadí a snaží se vyhledat tu, která přináší nejvyšší čistou sociální výhodu. Kritikou tohoto modelu však je, že v případě řešení otázky životního prostředí se klade přílišný důraz na ekonomické náklady, a naopak důraz nedostatečný na přínosy a jejich distribuci.

Z hlediska analýzy udržitelnosti je obzvláště důležité vážení (diskontování) nákladů a užítku, které připadnou na nynější generaci s náklady a užítkem, který připadne na generaci příští. Ačkoliv toto diskontování bude odpovídat nákladům příštím generacím, odpůrci této analýzy vnímají diskontování jako neslučitelné s předpoklady zákonů o životním prostředí.

### **Integrované modely hodnocení**

Integrovaná hodnocení se zaměřují na spojení teorie s daty z různých oborů za účelem řešení komplexní otázky životního prostředí. Standardním nástrojem pro provádění integrovaného hodnocení je modelování. Ve studii o změně klimatu vznikly integrované modely posuzování, jako je například model globálního posuzování změn (Global Change Assessment Model – GCAM), který spojuje modely globálního oběhu s modely ekonomickými. Cílem tohoto modelu je posouzení pravděpodobných nákladů a užítku v oblasti energetiky a klimatu.

Síla integrovaných hodnocení spočívá v tom, že kombinují znalosti z různých oborů, které jsou nezbytné pro pochopení toho, jak by konkrétní lidské činnosti mohly zásadně ovlivnit ekosystém, jako je například emise skleníkových plynů. Integrovaná hodnocení navíc často poskytují rozsáhlý a dlouhodobý pohled, který je vhodný pro analýzu udržitelnosti.

### **Nástroj hodnocení a řízení udržitelnosti**

Přístup hodnocení a řízení udržitelnosti vyžaduje hodnocení současných a modelových budoucích podmínek, aby bylo zajištěno, že současná rozhodnutí a činnosti neohrozí budoucí lidské zdraví a životní prostředí. Požadavek těchto prvků umožňuje předvídat budoucí podmínky jakožto funkci zvoleného rozhodnutí. Prognóza by měla brát v potaz základní biofyzikální, sociální a ekonomické jevy, které ovlivňují dynamiku systému.

Tento nástroj predikce však představuje určitý paradox. Neexistuje totiž žádný standardizovaný a všeobecně přijímaný způsob, jak předpovídat budoucnost, a tudíž je většina prognóz ve větším či menším měřítku nepřesná. Na druhou stranu, většina politických opatření vychází z předpokladů o budoucích podmínkách. Toto prognózování je do určité míry nevyhnutelné v otázce řešení udržitelného rozvoje, nicméně naše schopnost předvídání je silně omezená.

## **7.2 Mýty o udržitelném rozvoji**

Koncept udržitelného rozvoje je mezi laickou veřejností opředen mnoha mýty. Přestože se o této problematice mluví už delší dobu, pro mnoho lidí je udržitelný rozvoj stále pouze neurčitým konceptem. Nyní si představíme hlavní mýty ohledně udržitelného rozvoje a následně vysvětlíme jejich omyl.

### 7.2.1 NEEXISTUJE ŽÁDNÝ JASNÝ KONCEPT UDRŽITELNÉHO ROZVOJE

Termín „udržitelný rozvoj“ je skloňován v souvislosti s množstvím různých aktivit, a to od recyklování po činnost různých ekologicky zaměřených organizací. Z toho důvodu mnoho lidí předpokládá, že se jedná pouze o nejasný pojem.

Ve skutečnosti ale byl pojem udržitelného rozvoje jasně definován již v roce 1987, a to Světovou komisí Organizace spojených národů pro životní prostředí a rozvoj (United Nations World Commission on Environment and Development – WCED) ve studii nazvané Naše společná budoucnost (Our Common Future), která je také známa pod názvem Zpráva Brundtlandové (pojmenované po norské fyzičce Gro Harlem Brundtlandové, tehdejší předsedkyni). V této zprávě je za udržitelný rozvoj označeno takové jednání, které „zajišťuje současné potřeby, aniž by tím omezilo možnosti příštích generací uspokojovat potřeby jejich“. Jinými slovy, lidstvo si má brát pouze to, co nezbytně potřebuje.

### 7.2.2 UDRŽITELNÝ ROZVOJ JE POUZE O ŽIVOTNÍM PROSTŘEDÍ

Jelikož je udržitelný rozvoj nejčastěji spojován s ekologií, lidé si často myslí, že jediným cílem tohoto směru je pouze ochrana životního prostředí. Toto přesvědčení má své opodstatnění – hnutí udržitelného rozvoje se ve své době opravdu zaměřovalo zejména na znečištění životního prostředí a ochranu volně žijících živočichů.

Ochrana životního prostředí však nikdy nebyla jediným cílem – o původních záměrech udržitelného rozvoje se dočteme opět ve zmíněné zprávě Brundtlandové. Zde je uvedeno, že původním záměrem byla pomoc chudším zemím při rozvoji v oblasti životní úrovně. Tento cíl zahrnoval především zajištění pitné vody, elektřiny a jídla obyvatelům zemí, kde bylo těchto potřeb nedostatek.

V posledních letech také dochází k přesunu zaměření na oblast environmentální, sociální a správní neboli ESG (Environmental, Social and Corporate Governance). ESG je oproti původním záměrům více zaměřena na eliminování původců problémů. Například chudoba, nezaměstnanost a nerovnost pohlaví může často zapříčinit takové chování obyvatelstva, které škodí životnímu prostředí a tvoří další negativní jevy. Eliminace zdrojů problému bývá zpravidla mnohem déle trvající.

### 7.2.3 VLÁDNÍ INTERVENCE NEJSOU DŮLEŽITÉ PRO ZAJIŠTĚNÍ TRVALE UDRŽITELNÉHO RŮSTU

Někdy to může díky mediální dezinterpretaci vypadat tak, že by státní intervence pozbyly na důležitosti. Například v roce 2015 proběhla konference OSN o změně klimatu, jíž se zúčastnili představitelé 147 zemí. Tato konference skončila přijetím právně závazné celosvětové dohody, která má za cíl snižování dopadů klimatických změn. Tato tzv. Pařížská dohoda byla přijata aklamací téměř všemi státy světa a jejím základem je omezení globálního oteplování do roku 2100 v porovnání s předindustriální érou o 2 °C.

V souvislosti s touto dohodou státy uzákoňují různé kroky vedoucí k tzv. „zelené ekonomice“, která zahrnuje podporu obnovitelné energie a ekologicky šetrného zemědělství.

Ačkoliv stále častěji vnímáme snahy některých států se populisticky obracet k uhlíkové ekonomice, je zejména v zemích EU vidět výrazný progres v těchto ekologických iniciativách.

#### **7.2.4 PROBLÉM UDRŽITELNÉHO ROZVOJE JE V KONEČNÉM DŮSLEDKU ZAPŘÍČINĚN PŘELIDNĚNÍM**

Ačkoliv se nejedná vyloženě o mýtus a toto tvrzení má své logické opodstatnění, nelze řešit problém trvalého růstu jako problém přelidnění. V obecné rovině se dá označit každý ekologický problém za problém související s přelidněním. Pokud by světová populace dosahovala například pouze 100 milionů obyvatel, veškerý odpad by bylo možné odvézt na odlehlé místo a ekologické problémy by de facto neexistovaly.

Nicméně problém přelidnění nelze v dohledné době vyřešit. Experti na tuto problematiku se shodují, že nejlepší cestou na omezení přelidnění je vzdělávání žen a zvyšování úrovně života v rozvojových zemích. Ale ani tak nelze dosáhnout potřebného snížení přelidnění v dostatečném časovém horizontu. Odhady Organizace spojených národů předpokládají, že světová populace se do roku 2050 zvýší o 2,6 miliardy. Nicméně už za současného stavu lidstvo využívá zdroje v dlouhodobě neudržitelné míře a hrozí jejich vyčerpání. Neexistuje tedy žádný způsob kontroly stavu obyvatelstva, který by výrazným nezasahoval do základních lidských práv (jako tomu je v Číně v případě politiky plánování porodnosti), a tudíž je třeba zaměřit se na jiné způsoby dosahování udržitelného růstu.

Určitý novým prvkem v této oblasti pak budou efekty SMART ekonomiky, která v kombinaci s efekty Průmyslu 4.0 utlumí stávající povolání, zatímco nová povolání budou vznikat pozvolna a budeme čelit novým výzvám, které budou mít přímé i nepřímé dopady na zaměstnanost populace.

### **7.3 Soudobé cíle udržitelného rozvoje a jejich monitoring**

Pilíře udržitelného rozvoje jsou vnímány ve 3 oblastech, které na první pohled působí odděleně, ve skutečnosti jsou úzce integrovány:

- pilíř sociální;
- pilíř ekonomický;
- pilíř environmentální.

Toto rozdělení bylo ustanoveno v dříve zmíněné studii Naše společná budoucnost, vydané v roce 1987. Tyto pilíře byly následně rozvinuty a upřesněny na Konferenci Organi-



zace spojených národů, která proběhla v Rio de Janeiru v roce 1992. Někteří autoři však občas rozdělují pilíř sociální na pilíř sociální a kulturní, popřípadě i na rovinu společensko-politickou.

V tomto textu se však budeme zabývat pouze původnímu rozdělení. Zmíněné pilíře si dále rozebereme.

### 7.3.1 PILÍŘ SOCIÁLNÍ

Sociálnímu pilíři se někdy také říká **pilíř sociální soudržnosti**. Podstata tohoto pilíře spočívá zejména ve snižování rozdílů mezi jednotlivými společnostmi a jednotlivci. Pro jeho kvantifikaci se užívá index lidského rozvoje, který zahrnuje předpokládanou délku života, hrubý domácí produkt na obyvatele a přístup ke vzdělání. Tyto informace shromažďuje Rozvojový program OSN (United Nations Development Program, UNDP) a dlouhodobě jejich vývoj sleduje.

Mezi základní cíle sociálního pilíře patří především:

- odstraňování chudoby, a to jak na úrovni lokální (tj. na úrovni daných států), tak i v globálním měřítku (tj. mezi jednotlivými zeměmi);
- přístup k základním hygienickým podmínkám;
- přístup k lékařské péči.

Mezi další aktivity patří také potlačování diskriminace, nenávisti vůči rasovým a náboženským menšinám a snahy o začleňování vyloučených skupin obyvatelstva, jako jsou důchodci či lidé s tělesným či duševním postižením.

### 7.3.2 PILÍŘ EKONOMICKÝ

Pod pilíř ekonomický spadají jak veškeré hospodářské aktivity, tak i vzájemné působení ekonomických subjektů s životním prostředím a společností. Rozvoj oblasti ekonomiky bývá nejčastěji ztotožňován právě s růstem. Do roviny ekonomické jsou tedy zahrnovány tržně kompatibilní nástroje, které umožňují danému subjektu fungovat na trhu fungovat s výhodami životního prostředí, které ale nebuje ohrožovat ani jej poškozovat. Tyto nástroje plní následující funkce:

- přispívají k ochraně životního prostředí na straně výrobce i spotřebitele;
- vytvářejí finanční zdroje potřebné k jejich další ochraně;
- vyváženě podporují inovační cyklus směrem ke zlepšení, jak environmentální šetrnosti, tak ke zlepšení samotné hodnoty výrobků.

Neustále se rozvíjející oblast technologií šetrných k životnímu prostředí naskýtá možnost lepšího využití přírodních zdrojů, kdy dochází jak k výhodám na straně výrobce díky menší energetické náročnosti, tak i na straně přírodního prostředí, jelikož rovněž dochází i k menší produkci odpadů a znečištění. Nedílnou součástí jsou také snahy o naplnění sociálních potřeb veškerého obyvatelstva.

### 7.3.3 PILÍŘ ENVIRONMENTÁLNÍ

Environmentální pilíř stojí na třech základních myšlenkách, které charakterizoval bývalý ekonom Světové banky Herman Daly ve své práci nazvané *Towards an Environmental Macroeconomics*. V ní popisuje tyto tři základní principy takto:

- intenzita využívání obnovitelných přírodních zdrojů nesmí přesáhnout rychlost jejich regenerace;
- intenzita využívání neobnovitelných zdrojů nesmí přesáhnout rychlost nalézání jejich obnovitelných náhrad;
- intenzita znečišťování nesmí přesáhnout asimilační kapacitu životního prostředí.

Herman Daly ve své práci tvrdí, že pokud lidstvo dokáže tyto principy prosazovat, zaslouží se o záchranu biodiverzity. Tento pilíř se do vysoké míry opírá o dva pilíře předchozí, zejména o pilíř ekonomický – výnosy ekonomik podporují vývoj nových technologií se zvýšenou šetrností k životnímu prostředí.

Základní myšlenkou tohoto pilíře je, že vývoj nových technologií má za úkol ochránit životní prostředí pro následující generace a zároveň neohrožovat ekonomický růst. Za tímto účelem Evropská unie založila organizace, které mají dohlížet na prosazování environmentální stránky udržitelného rozvoje.

### 7.3.4 SOUDOBÉ CÍLE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE

Nyní se dostáváme ke konkrétním cílům udržitelného rozvoje. Agenda udržitelného rozvoje v jeho nynější podobě byla oficiálně schválena summitem OSN 25. září 2015 v New Yorku, a to v dokumentu nazvaném **Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development** (neboli Přeměna našeho světa: Agenda pro udržitelný rozvoj 2030). Tato agenda se však začala formovat již o tři roky dříve, a to na Konferenci OSN o udržitelném rozvoji v Rio de Janeiro v roce 2012. Na této formulaci se kromě členských států podíleli také zástupci občanské společnosti, podnikatelské sféry a akademické obce. Celý program počítá s naplněním cílů do roku 2030.

Cílů udržitelného rozvoje bylo představeno 17:

1. Konec chudoby
2. Konec hladu
3. Zdraví a kvalitní život
4. Kvalitní vzdělání
5. Rovnost mužů a žen
6. Pitná voda a kanalizace
7. Dostupné a čisté energie
8. Důstojná práce a ekonomický růst
9. Průmysl, inovace a infrastruktura
10. Méně nerovností
11. Udržitelná města a obce
12. Odpovědná výroba a spotřeba
13. Klimatická opatření
14. Život ve vodě
15. Život na souši
16. Mír, spravedlnost a silné instituce
17. Partnerství ke splnění cílů

Při bližším prostudování těchto 17 cílů udržitelného rozvoje je zřejmé, že jejich naplnění je možno vnímat jako komplexní přístup výchozích podmínek k dosažení potenciální konkurenceschopnosti. Jak jsme si uvedli v předchozích kapitolách, je nutné konkurenceschopnost vytvářet zespod, a cíle udržitelného rozvoje ukazují cestu, jak tento složitý proces správně uchopit.

## **OTÁZKY**



1. Uveďte příklady ekonomických nástrojů udržitelného rozvoje.
2. Vyjmenujte pilíře udržitelného rozvoje.
3. Co nepatří mezi právní normy České republiky: vyhlášky, spisový a skartační řád, nařízení Evropského parlamentu, školní řád, zákony.



## SHRNUTÍ KAPITOLY

V této kapitole jsme se seznámili s konceptem trvale udržitelného rozvoje. V úvodu jsme si objasnili základní nástroje, pomocí nichž je trvale udržitelného rozvoje dosahováno. Mezi tyto nástroje patří zejména nástroje ekonomické, právní, a technologické, nicméně zařadit zde lze i řadu jiných, často i nepovinných nástrojů, souvisejících s daným odvětvím.

Druhá subkapitola byla věnována mýtům opředených o myšlenku trvale udržitelného rozvoje. Všechny zmíněné mýty však byly pomocí argumentů vyvráceny.

Poslední subkapitola byla věnována konkrétním cílům udržitelného rozvoje, které si vytyčila Organizace spojených národů. Tyto cíle byly konkretizovány do vybraných bodů a u každého bodu byl zmíněn i současný stav a dosavadní vývoj v dané oblasti. Zde lze uvést, že ačkoliv v mnoha bodech plánu docházelo a stále dochází ke zlepšení, cesta za opravdu udržitelným rozvojem je stále dlouhá.

---



## ODPOVĚDI

1. Jedná se například o daňové úlevy, granty, daně, pokuty, poplatky atd.
  2. Pilíř ekonomický, sociální a environmentální.
  3. Mezi právní normy České republiky nepatří: spisový a skartační řád a školní řád.
-

## LITERATURA

ARMSTRONG, M., 2007. *Řízení lidských zdrojů*. 10. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-1407-3.

BALCAR, J., 2006. Lidský kapitál a jeho evoluce v ekonomické teorii. *Ekonomická revue*, **9**(3), 86-98. ISSN 1212-3951.

BARTÁK, M. a H. VOMÁČKOVÁ, 2007. *Ekonomický rozměr lidského a sociálního kapitálu*. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně. ISBN 978-80-704-4955-4.

BLAŽEK, J. a D. UHLÍŘ, 2011. *Teorie regionálního rozvoje*. Praha: Karolinum Press. ISBN 978-80-246-1974-3.

ČIHOVSKÝ, L., 2002. *Marketing konkurenceschopnosti*. Praha: RADIX, spol. s. r. o. ISBN 80-86031-35-7.

DEDOUCHOVÁ, M., 2001. *Strategie podniku*. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-603-4.

DVOŘÁČEK, J. a P. SLUNČÍK, 2012. *Podnik a jeho okolí. Jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-224-3.

FLANAGAN, K. et al., 2011. Reconceptualising the „policy mix“ for Innovation. *Research Policy*, **40**(5), 702-713. ISSN 0048-7333.

FRANKOVÁ, E., 2011. *Kreativita a inovace v organizaci*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-3317-3.

JUREČKA, V. et al., 2018. *Mikroekonomie*. 3. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-271-2126-7.

MAZOUC, P. a J. FISCHER, 2011. *Lidský kapitál: Měření, souvislosti, prognózy*. Praha: C. H. Beck. ISBN 978-80-7400-380-6.

MIKOLÁŠ, Z., 2005. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku - Konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 80-247-1277-6.

NEVIMA, Jan. *Konkurenceschopnost regionů Visegrádské čtyřky (teoretické a empirické*

přístupy k vymezení, měření a hodnocení). Praha: Professional Publishing, 2014. ISBN 978-80-7431-144-4

NOVÁK, A., 2017. *Inovace je rozhodnutí: Kompletní návod, jak dělat inovace nejen v byznysu*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-271-0333-1.

OECD, 2002. *Geographic Concentration and Territorial Disparity in OECD Countries*. Paris: OECD Publication Service.

PORTER, M., 2004. *Competitive Advantage*. USA: Free Press. ISBN: 0-7432-6087-2.

SEDLÁČKOVÁ, H. a K. BUCHTA, 2006. *Strategická analýza*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck. ISBN 80-7179-367-1.

SOUKUP, J. et al., 2015. *Zdroje a perspektivy Evropských ekonomik na počátku 21. století v kontextu soudobé globalizace*. Praha. ISBN 978-80-7261-281-9.

SRPKOVÁ, J. et al., 2011. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-4103-1.

ŠTRACH, P., 2009. *Mezinárodní management*. Praha: Grada Publishing a. s. ISBN 978-80-247-2987-9.

VITURKA, M., 2007. *Regionální ekonomie a politika II*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-4478-4.

VITURKA, M. et al., 2010. *Kvalita podnikatelského prostředí a konkurenceschopnosti regionů v ČR*. Praha: Grada Publishing a. s. ISBN 978-80-247-638-9.

### **Elektronické informační zdroje**

BENEŠ, M., 2006. *Konkurenceschopnost a konkurenční výhoda* [online]. Working paper č. 5/2006. Brno: Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky [vid. 26. června 2019]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/do/econ/soubory/oddeleni/centrum/papers/wp2006-05.pdf>

ČADIL, V., 2012. *Obecný rámec pro hodnocení programů výzkumu, vývoje a inovací a jeho možné využití v České republice* [online]. Praha: Technologické centrum Akademie věd ČR. [vid. 18. června 2019]. Dostupné z: doi: 10.2478/v10217-012-0004-0

Evropský sociální fond, 2012. *Teoretické a metodologické přístupy k výzkumu regionální konkurenceschopnosti* [online]. [vid. 19. června 2019]. Dostupné z: <https://docplayer.cz/4624847-Teoreticke-a-metodologicke-pristupy-k-vyzkumu-regionalni-konkurenceschopnosti.html>

GARDINER, B., 2003. *Regional Competitiveness Indicators for Europe – Audit, Database Construction and Analysis* [online]. UK: Covent Garden, Cambridge [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.8343&rep=rep1&type=pdf>

GARDINER, B. et al., 2004. *Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions*. [online]. [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/23731212\\_Compelitiveness\\_Productivity\\_and\\_Economic\\_Growth\\_across\\_the\\_European\\_Regions](https://www.researchgate.net/publication/23731212_Compelitiveness_Productivity_and_Economic_Growth_across_the_European_Regions)

HUGGINS, R., 2003. *Creating a UK Competitiveness Index: Regional and Local Benchmarking*. [online]. [vid. 5. července 2019]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0034340022000033420?journalCode=cres> 20

HUIL, M., 2014. *Critical view on Leibenstein's X-Efficiency Theory* [online]. Netherland: Enschede, University of Twente [vid. 31. července 2019]. Dostupné z: [https://essay.utwente.nl/66208/1/Huil\\_BA\\_MB.pdf](https://essay.utwente.nl/66208/1/Huil_BA_MB.pdf)

KETELS, C. H. M., 2003. *The Development of the cluster concept - Present experiences and further developments*. [online]. [vid. 12. července 2019]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/268059813\\_The\\_Development\\_of\\_the\\_cluster\\_concept-Present\\_experiences\\_and\\_further\\_developments](https://www.researchgate.net/publication/268059813_The_Development_of_the_cluster_concept-Present_experiences_and_further_developments)

KLÍMOVÁ, V., 2013. Inovační infrastruktura v moravských regionech. In: *Sborník příspěvků Mezinárodního kolokvia o regionálních vědách ze dne 19. – 21. 6. 2013*. Brno: Masarykova univerzita, s. 198-204. Dostupné z: doi: 10.5817/CZ.MUNI.P210-6257-2013-24

KUTSCHERAUER, A. *Regiony, na něž je zaměřována soustředěná podpora státu*. [online]. [vid. 14. srpna 2019]. Dostupné z: [http://www.alkut.cz/rap\\_htm/problem\\_regiony.htm](http://www.alkut.cz/rap_htm/problem_regiony.htm)

KUTSCHERAUER, A. et al., 2010. *Disparity v regionálním rozvoji České republiky – pojetí, teorie, klasifikace a hodnocení. Závěrečná výzkumná zpráva.* [online]. [vid. 12. července 2019]. Dostupné z: [http://alkut.cz/edice\\_cd/cd9\\_prilohy\\_e-projekt\\_2010/pdf/zaverecna\\_zprava\\_2010.pdf](http://alkut.cz/edice_cd/cd9_prilohy_e-projekt_2010/pdf/zaverecna_zprava_2010.pdf)

MALÝ, J., 2014. *Konkurenceschopnost: problémy jejího měření a důsledky její rozdílné úrovně mezi zeměmi EU.* [online]. [vid. 17. července 2019]. Dostupné z: [http://www.eu-vyzkum.eu/pdf/seminar\\_konference\\_10/Maly\\_OPVK\\_10.pdf](http://www.eu-vyzkum.eu/pdf/seminar_konference_10/Maly_OPVK_10.pdf)

MARTIN, R., 2003. *A Study on the Factors of Regional Competitiveness. A Final Report for the European Commission - DG Regional Policy* [online]. Cambridge: University of Cambridge [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf](https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/3cr/competitiveness.pdf)

MATOUŠKOVÁ, Z., 2000. Konkurenceschopnost regionů. *Deník veřejné správy* [online]. 25. července 2000 [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: <http://www.dvs.cz/clanek.asp?id=57270>

PORTER, M. and CH. H. M. KETELS, 2003. *UK Competitiveness: Moving to the next Stage* [online]. Institute of Strategy and Competitiveness, Harvard University [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/238513657\\_UK\\_Competitiveness\\_Moving\\_to\\_the\\_Next\\_Stage](https://www.researchgate.net/publication/238513657_UK_Competitiveness_Moving_to_the_Next_Stage)

SLOVÁČKOVÁ, Z., P. HORÁKOVÁ a D. RENDOŠ, 2014. *Průvodce personální psychologií* [online]. Brno: Filozofická fakulta Masarykovy univerzity [vid. 4. listopadu 2019]. Dostupné z: [https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/ff/js14/pers\\_psych/web/pages/11-vzdelavani-dospelych.html](https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/ff/js14/pers_psych/web/pages/11-vzdelavani-dospelych.html)

STIGLER, J. G., 2012. *The Xistence of X-Efficiency* [online]. USA: American Economic Association. The American Economic Review, Vol. 66, pp. 213-216. [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/7d42/fbb9ccf234fd4e67ad36131f1984f02ae525.pdf>

ŠIMÁČKOVÁ, K. a B. PUCHÝŘ, 2013. *Faktory působící na konkurenční schopnost regionů (Moravskoslezský kraj).* [online]. [vid. 22. července 2019]. Dostupné z:



[http://www.conference-cm.com/podklady/history4/Prispevky/prispevek\\_Simackova\\_Puchyr\\_VUT.pdf](http://www.conference-cm.com/podklady/history4/Prispevky/prispevek_Simackova_Puchyr_VUT.pdf)

VITURKA, M., 2007. *Konkurenceschopnost regionů a možnosti jejího hodnocení* [online]. Brno: Masarykova univerzita [vid. 12. července 2019]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/290907882\\_Konkurenceschopnost\\_regionu\\_a\\_moznosti\\_jejeho\\_hodnoceni](https://www.researchgate.net/publication/290907882_Konkurenceschopnost_regionu_a_moznosti_jejeho_hodnoceni)

WOKOUN, R., 2010. Regionální konkurenceschopnost: teorie a přístupy [online]. In: *XIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Praha: Vysoká škola ekonomická [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: <https://www.econ.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/4884317/14318877/Wokoun.pdf>

ZEZŮLKOVÁ, M., 2018. Konkurenceschopnost měst. *Ministerstvo pro místní rozvoj* [online]. 19. dubna 2018 [vid. 22. července 2019]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/getmedia/f51efed5-850a-4382-85a3-0c01eb201655/PS\\_25\\_Konkorenceschopnost\\_mest\\_Zezulkova.pdf.aspx?ext=.pdf](https://www.mmr.cz/getmedia/f51efed5-850a-4382-85a3-0c01eb201655/PS_25_Konkorenceschopnost_mest_Zezulkova.pdf.aspx?ext=.pdf)

ŽÍTEK, V., 2008. Hodnocení regionální inovační výkonnosti. In: *5. mezinárodní konference o vývoji ekonomických teorií a politiky*. Bilbao: Baskická univerzita, s. 1-21. Dostupné z: <http://docplayer.cz/80457263-Hodnoceni-inovacni-vykonnosti-regionu-vladimir-zitek.html>

## SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY

První kapitola seznámila čtenáře se základními přístupy k vymezení konkurenceschopnosti. V rámci vymezení jsme pak konkurenceschopnost rozdělili na tradiční východiska M. Porterem a na východiska novodobá, která jsou definovaná Evropskou komisí. V další části jsme představili, které instituce se zabývají měřením a hodnocením konkurenceschopnosti ve světě a v ČR. V závěru první kapitoly byla pozornost zaměřena na vztah globalizace a konkurenceschopnosti.

Ve druhé kapitole byla charakterizována dokonalá a nedokonalá tržní struktura. V rámci nedokonalé tržní struktury byl popsán monopol, oligopol a monopolistická konkurence z pohledu cenové a necenové konkurence. Ve významu pochopení firemní konkurenceschopnosti byly podrobně charakterizovány jednotlivé prvky, které mají bezprostřední vliv na růst tržní úspěšnosti těchto tržních struktur. Dále byla druhá kapitola věnována vysvětlení významu klastru pro zvyšování konkurenceschopnosti firem.

Třetí kapitola obrací pozornost čtenáře na podstatu regionální konkurenceschopnosti. Byly zde vysvětleny způsoby hodnocení regionální konkurenceschopnosti včetně cíle tohoto hodnocení. Zvláštní pozornost byla věnována konkurenceschopnosti měst a obcí a příčiny konkurence mezi městy a obcemi, včetně základních faktorů regionální konkurenceschopnosti. Podstatným momentem je v případě regionální konkurenceschopnosti její pyramidový model. K pochopení významu regionální konkurenceschopnosti má pak nezastupitelnou úlohu její kapacita obsahující teorii komparativní výhody, Porterův koncept konkurenční výhody a Leibensteinovu teorii X-neefektivnosti.

Čtvrtá kapitola je orientována na národní konkurenceschopnost. Zde je potřeba znovu připomenout, že národní konkurenceschopnost je odrazem konkurenceschopnosti pocházející z regionů. Jdeme tedy cestou zespoda nahoru. Podobně jako v případě regionální konkurenceschopnosti, je i v tomto případě důležitá pilířová konstrukce celého systému hodnocení. Významným doporučením pak v tomto případě může být 10 zlatých pravidel konkurenceschopnosti v podání S. Garelliho, která svým pojetím mají jednoznačně nadčasový charakter. Zatímco se hodnocení ČR ze strany Evropské komise příliš nemění, v mnoha oblastech se ČR posunula.
















V páté kapitole byl popsán koncept měření konkurenceschopnosti prostřednictvím mezinárodních organizací. Významnou úlohu v tomto ohledu sehrávají dvě instituce – Světové ekonomické fórum (WEF) a Institut pro rozvoj managementu (IMD), které pravidelně zveřejňují své žebříčky národního hodnocení. Kromě těchto organizací existují ještě další subjekty, které z určité perspektivy konkurenceschopnost hodnotí, a to převážně na národní úrovni. Nesmíme však také zapomenout, co tato hodnocení následně ovlivňují.

Šestá kapitola upozorňuje čtenáře na důležitost inovací pro dlouhodobé zvyšování konkurenceschopnosti. V tomto smyslu byly popsány jednotlivé typy inovací a jejich de-

finiční znaky. V návaznosti pak také inovační proces, cyklus a inovační modely. Důležitou roli pro zvyšování společenské potřeby představují sociální inovace a v nich vysoký potenciál lidského a intelektuálního kapitálu.

Sedmá kapitola pojednává o úzké korelaci mezi konceptem (trvale) udržitelného rozvoje a konkurenceschopností. Je to dáno tím, že při hledání zdrojů konkurenceschopnosti hledáme něco, co zajistí její udržitelnost, a ukáže nám možné cesty pro její další zvyšování. V této kapitole byly představeny cíle, principy a pilíře udržitelného rozvoje – ekonomický, sociální a environmentální pilíř. Kapitola je pak uzavřena vytyčenými cíli udržitelného rozvoje podle OSN do roku 2030.

## PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Název: Konkurenceschopnost v globalizované ekonomice  
Autor: **Jan Nevima**  
Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě  
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné  
Určeno: studentům SU OPF Karviná  
Počet stran: 108

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.