

LOKALIZACE OBCHODNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

DOC. ING. KAMILA TUREČKOVÁ, PH.D., MBA

ÚVOD DO LOKALIZACE OBCHODNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

2. – 3.



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

PROSTOROVÁ (REGIONÁLNÍ) EKONOMIE

- jedná se soubor modelů a teorií, který popisuje přístup k ekonomické „realitě“ s ohledem na prostorové rozmístění jednotlivých ekonomických subjektů (firem a domácností) s cílem nalézt efektivní přístup k rozvoji území a všech zainteresovaných subjektů
- samostatný vědní obor rozvíjející se v rámci ekonomických věd, který se zabývá prostorovou dimenzí ekonomického rozvoje (ekonomickými procesy a ekonomickými vztahy subjektů, jejich formováním, interakcí a chováním v kontextu daného území)
 - vychází z ekonomie, kterou kombinuje zejména s hospodářskou a socioekonomickou geografii
 - relativně mladá vědecká disciplína, počátky lze najít v 1. pol. 19. stol, komplexnější přístupy se začaly prosazovat až v 50. letech století minulého
 - první zmínky o vnímání prostoru však již můžeme zaznamenat u merkantilistů v 15. století - zkoumala se problematika rozmístění mezinárodního obchodu (vzdálenost jako ekonomický činitel)
 - v 18. století prostorové aspekty zkoumali fyziokraté - posuzovali vztahy mezi městem a venkovem, snaha vysvětlit rozdílnosti v pozemkové rentě ve vztahu k poloze pozemku

LOKALIZAČNÍ TEORIE

- představují souhrn teorií, jejichž cílem je nalézt - identifikovat **faktory (podmínky)** ovlivňující **lokalizaci ekonomických aktivit v prostoru** a vysvětlit prostorové rozmístění ekonomiky
 - lokalizační faktory jsou specifické vlastnosti daných míst, které mají vliv na umístění socioekonomických aktivit (infrastruktura, kvalifikovaná pracovní síla, průmyslová tradice aj.)
- **lokalizační teorie:**
 - vznikaly z podnětu kapitalistických vlastníků, kteří hledali optimální – nejvýhodnější místo pro umístění své firmy
 - vycházejí tak z mikroekonomického přístupu
 - **lokalizace** je tak jedním z nejdůležitějších rozhodnutí firmy
 - smyslem je optimalizovat polohu jednotlivého podniku s cílem maximalizovat zisk, tržby či jinou požadovanou proměnnou (např. maximalizovat ekonomickou rentu)
 - jsou považovány za předchůdce teorií regionální rozvoje

LOKALIZACE OBCHODNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

- určování polohy, místa, lokality umístění objektu v prostoru
- hledání vhodné geografické oblasti pro umístění firmy (podniku) s odkazem na její stanovené cíle, požadavky a specifika
- každé místo disponuje odlišným souborem **lokalizačních faktorů** potenciálně vhodných pro umístění „té či oné“ firmy
 - ty mohou mít povahu geografickou, ekonomickou, environmentální, kulturní, technologickou, sociálně-politickou, právní, vzdělanostní - kvalifikační aj.
 - lokalizační faktory lze tradičně členit na ekonomické (objektivní) a neekonomické (subjektivní) nebo s ohledem na moderní pojetí na tvrdé (měřitelné) a měkké (neměřitelné, jejich podstata je psychologická či sociologická)
- otázkou lokalizace firmy tak lze doplnit standardní ekonomické otázky: (1) co vyrábět, (2) jak vyrábět a (3) pro koho vyrábět – tedy (4) kde vyrábět

OBECNÝ PROCES ROZVOJE EKONOMIK (GRADUALISTICKÉ TEORIE)

- primitivní, soběstačné ekonomiky s nízkou mírou investic a malým objemem meziregionálního obchodu
- ekonomiky s rozvinutější vnitroregionální dělbou práce a vyšší specializací → intenzivnější doprava a obchod, vznik nové vrstvy obyvatel
- prohlubování meziregionálního obchodu a intenzivnější formy zemědělské produkce
- industrializace zejména v odvětvích navázaných na zemědělství
- specializace v dalších odvětvích, prohlubování industrializace
- postindustriální společnost, globalizace a internacionalizace, rozvoj služeb, zvětšuje se význam postavení vědy a výzkumu, vznik technických elit, upozaduje se výroba hmotných statků na úkor tvorby a užití inovací
- klíčovou roli měly **dopravní náklady a celkové transakční náklady**, dnes je to spíše **souhrn aglomeračních efektů**

ZÁKLADNÍ TERMINOLOGIE

dělbba práce:
rozdělení
pracovních postupů
mezi jednotlivé
subjekty



specializace:
soustředění zaměření
subjektu na určitou
užší oblast pracovní
činnosti



kooperace:
vzájemná
spolupráce vedoucí
k vyšší efektivitě
realizovaných
činností

- **přidaná hodnota (added value):** představuje (dodatečnou) hodnotu, kterou ekonomický subjekt (firma) vytvoří a přidá k externě nakoupeným vstupům
 - hodnota, kterou výrobce přidá svým úsilím k hodnotě nakupovaných meziproduktů, tj. surovin, materiálů, paliv, polotovarů a služeb
 - přidaná hodnota představuje rozdíl mezi tržní cenou výrobku a cenou meziproduktů
 - **všeobecná** snaha o maximalizaci přidané hodnoty

ZÁKLADNÍ TERMINOLOGIE – INDUSTRIALIZACE A TECHNOLOGICKÝ POKROK

- **industrializace:** evoluční proces, během něhož dochází k proměně předprůmyslové (zemědělské – agrární + řemeslné - rukodělné) společnosti ve společnost industriální (průmyslovou) a společnost postindustriální, orientovanou na sektor služeb
 - **mechanizace:** nahrazení lidské či zvířecí síly stroji
 - **automatizace:** využívání samočinných systémů k řízení technologických zařízení a procesů, zejména v oblasti výroby
 - snižuje potřebu přítomnosti člověka při vykonávání určité činnosti
 - **digitalizace:** proces zavádění využívání digitálních technologií do různých oblastí výroby i života společnosti
 - **robotizace:** proces založený na autonomní práci softwarových robotů, zejména ve výrobě
 - plně nahrazuje pracovní sílu
- **technologický pokrok:** proces zdokonalování výrobních a pracovních procesů, organizace a také samotných prostředků → výroba nových výrobků (inovace) nebo výrobků s novými užitnými vlastnostmi, které lépe uspokojují společenské i individuální potřeby
 - průběhu technického pokroku dochází také ke strukturálním a organizačním změnám výroby i společnosti
 - projevuje se ve všech složkách industrializace (mechanizace, automatizace, digitalizace či robotizace)

ETAPY INDUSTRIALIZACE DLE FÁZÍ VĚDECKO-TECHNICKÉ REVOLUCE

0

- agrární společnost, řemeslná výroba
- silné zastoupení primárního sektoru

1 etapa

- vynález parního stroje v 18. století
- první průmyslová revoluce
- formování industriální společnosti, rozvoj průmyslu (posilování sekundárního sektor nad sektorem primárním)

2 etapa

- objev elektrického proudu a motoru (přelom 19. a 20. století)
- druhá průmyslová revoluce
- prohlubování industriální společnosti, dominance průmyslu (sekundární sektor)

3 etapa

- rozvoj informačních technologií (konec 20. století)
- třetí průmyslová revoluce
- formování postindustriální společnosti, posilování odvětví služeb (terciální sektor)

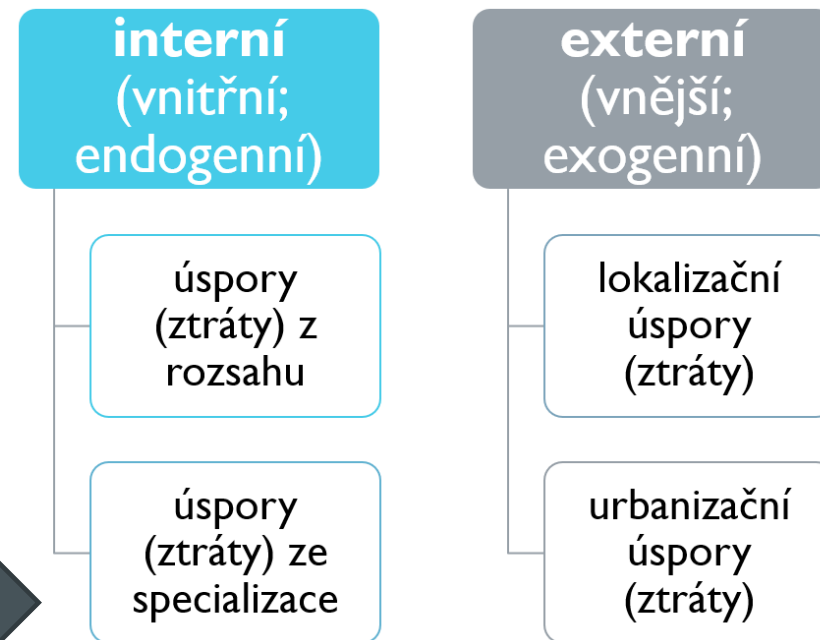
4 etapa

- digitalizace ekonomiky a automatizace a robotizace výroby (po roce 2010?)
- čtvrtá průmyslová revoluce (Průmysl 4.0)
- prohlubování postindustriální společnosti (Společnost 4.0), další posilování odvětví služeb (kvartérní sektor)

„AGLOMERAČNÍ“ EFEKTY

- jsou to efekty, které vyplývají z **koncentrace** (prostorové blízkosti) firem a obyvatel → soustředěním trhu pracovních sil a ostatních výrobních faktorů do malého místa
- zvláštní typ externalit spojených s koncentrací socioekonomických aktivit → čím vyšší koncentrace, tím vyšší jsou aglomerační efekty
- **pozitivní** (úspory) a **negativní** (náklady)
 - pozitivní vedou k prohlubování koncentrace a lokalizaci dalších subjektů, zatímco negativní efekty povedou k jejich dislokaci
 - aglomerační úspory mají vliv na produkční funkci dané firmy → snižují její náklady a poskytují dané firmě konkurenční výhodu
- rozeznáváme je na úrovni jednotlivých subjektů (zejména firem), odvětví či daného místa
- obecně efekty (úspory) dělíme je na **efekty interní (vnitřní)** a **externí (vnější - aglomerační)**

Pojem aglomeračních úspor zavedl poprvé německý ekonom **Alfred Weber**: aglomerační úspory vyplývají z prostorové blízkosti ostatních firem a mohou se projevovat jako úspora nákladů na infrastrukturu, nižší dopravní náklady, existence speciálních služeb, obslužného zázemí, využívání stejných technologií apod. Avšak při zvyšování koncentrace v území (území má své limity!) se mohou změnit v nevýhody, které se projeví například rostoucími cenami pozemků, devastací životního prostředí, nebo náklady na přetíženou infrastrukturu.



ÚSPORY

úspory z lokalizace = využití dostupné infrastruktury a snížení dopravních nákladů, sdílení obslužných závodů či stejných technologií, difúze inovací, zesílení vazeb mezi podniky a tvorba vztahů

difúze inovací = snadné předávání inovativních postupů v rámci prostorově koncentrovaných firem

- **vnitřní** (interní/endogenní) – vznikají faktory nacházející se **uvnitř** firmy (firma např. rozšíří výrobní kapacity, zlepší technologii výroby, lepší dělba práce apod.), obvykle přímo vyplývají z rozsahu produkce
 - **úspory z rozsahu** (economies of scale) jsou pojem z oboru mikroekonomie, pod kterým se rozumí výhody, které skýtá provoz či výroba ve větším měřítku
 - náklady na výrobu dodatečné jednotky klesají s rostoucím objemem výroby
 - **úspory ze specializace** – přínosy vzniklé z prohlubování specializace
- **vnější** (externí/exogenní; **AGLOMERČNÍ**) – vznikají díky faktorům mimo firmu, firma jich dosahuje expanzí odvětví, kterého je součástí, obecným růstem kvalifikace pracovní síly, nalezením nových surovinových zdrojů, účastí v klastru, implementace inovací a technologických postupů, zlepšení infrastruktury apod.
 - **lokalizační faktory** (localization factors) - specifické vlastnosti daných míst, které mají vliv na umístění socioekonomických aktivit ve formě **úspor z lokalizace** (v různé míře je mohou dosahovat všechny jednotky lokalizované v daném prostoru a projevuje se zejména růstem produktivity a poklesem nákladů)
 - patří zde také tzv. **úspory z urbanizace**, které vyplývají z koncentrace obyvatelstva

EXTERNALITY

celkové společenské náklady = celkové soukromé náklady + suma externích nákladů

celkové společenské přínosy = celkové soukromé přínosy + suma externích přínosů

- činnost (výroba, spotřeba, chování) jednoho subjektu způsobuje nezamýšlené náklady nebo přínosy jiným subjektům, aniž by ti, kteří způsobili náklady či získali přínosy, za ně platili
 - jedná se o vedlejší, nezamýšlený efekt určité činnosti, který je jednosměrný, neekvivalentní a neprocházející trhem (jedná se o selhání trhu)
 - externí náklad nebo výnos nějaké činnosti (finanční i nefinanční)
 - externí náklad, negativní (záporná) externalita (náklad činnosti, který nesou jiní lidé než ti, kteří ji vykonávají), společensky je žádoucí externalitní náklady potlačovat
 - externí přínos, pozitivní (kladná) externalita (přínos činnosti, který připadne jiným lidem než těm, kteří ji vykonávají), společensky je žádoucí externalitní přínosy podporovat
- členění:
 - podle prostorového působení (místní, regionální, národní, mezinárodní, globální)
 - podle funkce, která je jimi ovlivněna: externality spotřeby (ovlivnění funkce užitku) a externality produkce (produkční funkce)
 - podle účinku (pozitivní, negativní, reciproční)
 - podle schopnosti penetrace mezi sektory (externality v rámci daného sektoru (odvětví), externality uvnitř daného sektoru s dopadem do dalšího sektoru)
 - podle vlivu na ekonomickou efektivnost (s adresným ekonomickým dopadem, s plošným ekonomickým dopadem, bez ekonomického dopadu)

DALŠÍ VYBRANÉ EFEKTY

■ **přímé a nepřímé**

- efekt změny proměnné vyvolané změnou endogenní veličiny
- efekt změny proměnné vyvolané změnou exogenní veličiny (změny vyvolané faktory vně systém), např. externalitní efekty

■ **synergické**

- efekt spolupůsobení, součinnosti více činitelů, který je však kvantitativně či kvalitativně jiný než jejich prostý součet
 - působením synergických efektů vzniká výsledek, který je větší než součet dílčích složek ($1+1>2$)

■ **multiplikační**

- efekt při němž dochází v situaci, kdy zvýšení nebo snížení jedné (exogenní) proměnné způsobí násobné, přírůstkové zvýšení nebo snížení proměnné druhé (endogenní)

■ **spillover effect (efekty přelévání)**

- identifikujeme ho v celé řadě oblastí, kdy se nám jedna, třeba i zdánlivě nesouvisející událost či jev promítne do událostí či jevů jiných „jinde“



DĚKUJI ZA POZORNOST.

