

Malé a stredné podniky v procese globalizácie

Lubica LESÁKOVÁ*

Small and Medium Enterprises in the Process of Globalisation

Abstract

Small and medium enterprises are faced with the critical issue of how to respond to the process of globalisation. They are not immune from the impact of globalisation and are faced with the need for a strategic response. In first two parts of article the basic signs of globalisation and the influence of globalisation on small and medium enterprises are discussed. Two ways how to react to the process of globalisation by small and medium enterprises are presented: the passive (local) approach, or to join actively the globalisation process. In last two parts of the article possible opportunities and threats resulting from the process of globalisation for small and medium enterprise are analysed; special attention is given to the influence of globalisation on small and medium enterprises in Slovakia.

Key words: *small and medium enterprises, globalisation, opportunities, threats*

JEL Classification: F02, L20

Úvod

Podmienkou prežitia podnikov, teda aj malých a stredných podnikov, je schopnosť ich reakcie a adaptácie na zmeny, ku ktorým dochádza nielen v užšom lokálnom, ale aj v širšom regionálnom či nadregionálnom prostredí. Ak sa nebudú schopné adaptovať na nové náročné podmienky, ktoré proces globalizácie prináša, neprežijú.

Globalizáciu je možné chápať ako proces, ktorý vedie k stále väčšiemu a hlbšiemu prepájaniu rôznorodých druhov ľudskej činnosti vrátane ekonomickej. Ekonomické aspekty a súvislosti globalizácie majú svoj základ a východisko

* prof. Ing. Lubica LESÁKOVÁ, PhD., Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, Katedra podnikového hospodárstva, Tajovského 10, 975 90 Banská Bystrica; e-mail: lubica.lesakova@umb.sk

v globalizácii podniku [16, s. 63]. Prejavuje sa v tom, že na jednej strane podnik získava reálne možnosti expanzie na nových trhoch, na strane druhej je vystavený silnejúcemu tlaku, ktorý ho núti, aby vo svojej podnikateľskej stratégii kalkuloval s celým svetom ako možným zásobovacím, dodávateľským a odbytovým priestorom. Ako uvádza J. Veber [17], globalizácia je reakciou na presýtenosť domácich trhov a snahou uplatniť sa na nových odbytištiach, hľadať a využívať nové či lacnejšie materiálne a ľudské zdroje, alokovať kapitál tam, kde prinesie najlepšie zhodnotenie. Jej prejavom je zavedenie deľby práce v celosvetovom meradle, monitorovanie a využívanie komparatívnych výhod (surovín, lacnej pracovnej sily, schopných ľudí, kúpyschopného dopytu a pod.) v teritóriách, ktoré ponúkajú najvýhodnejšie podmienky.

Na jednej strane sa od globalizácie očakávajú prínosy prameniace z výhod medzinárodného obchodu, kooperácie, využitia najpriaznivejších teritoriálnych podmienok a pod. Na druhej strane však nemožno ignorovať i kritické názory, ktoré „vinia“ globalizáciu z degenerovania národných kultúr, z unifikácie všetkých krajín do jednej „technokratickej šedivej zóny“, vidia v nej hrozbu pre životné prostredie, príčinu nezamestnanosti. Keďže ide o významný fenomén zasahujúci stále viac do existencie našich podnikov, predmetom ďalšej časti nášho príspevku je problematika globalizácie na podnikovej úrovni, osobitne v sektore malých a stredných podnikov.

1. Proces globalizácie a jeho prejavy

Vývoj svetového hospodárstva je dlhodobo spojený s fenoménom globalizácie. Či už ide o celkovú internacionalizáciu hospodárskeho života, alebo o jej vplyv na vývoj medzinárodných ekonomických a politických vzťahov, až po zmeny v celosvetovom inštitucionálnom usporiadaní, prehĺbujúcu sa interdependenciu alebo presadzovanie prvkov transnacionality. Všetky sa premietajú do jej neustále väčšej expanzie zasahujúcej celé svetové hospodárstvo a jeho jednotlivé segmenty [2, s. 88].

Podľa V. Jenička [6, s. 9] sa globálna ekonomika formuje ako pokračovanie vývoja donedávna nazývaného internacionalizácia svetového hospodárstva; dnes je to úplne nový fenomén, v inej kvalite a intenzite – je globálny. Ide o proces, ktorý zvyšuje závislosť trhov a výroby rôznych krajín vďaka dynamike obchodu s tovarom a so službami, pohybom kapitálu a technológií. Uskutočňuje sa transformácia, v ktorej vznikajú nové formy hospodárstva, miznú národné produkty a technológie, i národné hospodárstvo. Nová globálna ekonomika je „ekonomikou vedomostí a ideí, kde kľúčom k vytváraniu nových pracovných miest a k vyššej životnej úrovni sú inovatívne myšlienky a technológie plne integrované

v službách a produktoch. Je to ekonomika, kde riziko, neistota a neustála zmena sú skôr pravidlom ako výnimkou“ [2, s. 47].

Hnacou silou novej ekonomiky sú vedomostne a informačne orientované profesie a úspešné sú iba tie podnikateľské subjekty, ktoré sú dynamické, sú schopné rýchlo reagovať na požiadavky trhu, realizovať výskum a vývoja nových produktov, zavádzať inovácie a technologických zmeny, dokážu realizovať obchodné transakcie prostredníctvom digitálnych elektronických prostriedkov. Proces globalizácie charakterizujú viaceré javy a procesy. Niekedy je možné iba s ťažkosťou rozlíšiť, či ide o príčiny, alebo dôsledky globalizácie, či o javy, ktoré sa vzájomne prelínajú a dopĺňajú. Patrí k nim najmä *internacionalizácia*, *flexibilita*, *akcelerácia*, *informatizácia*, *intelektualizácia*, *environmentalizácia* a *intenzifikácia*. Ich prejavy sú zreteľné aj v sektore malých a stredných podnikov (podľa [11, s. 67]).

Internacionalizáciou, t. j. posilňovaním medzinárodnej dimenzie, vzájomným prepojením hospodárskych procesov v jednotlivých krajinách sa stierajú hranice štátov, prehĺbuje sa medzinárodná deľba práce, vytvárajú sa podmienky na optimálnu alokáciu zdrojov a účinné využívanie výrobných faktorov. Jej dôsledkom je zánik tých subjektov, ktoré nedokážu obstáť najmä kvalitou, cenou a dodávateľsko-odberateľskými podmienkami v celosvetovej konkurencii. *Internacionalizácia* podniku ako ekonomická aktivita podnikov nad rámec jednotlivých národných hospodárstiev sa v najväčšej miere prejavuje v súčasných transnacionálnych korporáciách. Medzinárodné aktivity rôzneho druhu však rozvíjajú aj malé a stredné podniky.

Flexibilita predpokladá pružnú prispôsobivosť na meniace sa podmienky na trhu nielen z dôvodu meniaceho sa dopytu zákazníkov, ale aj z dôvodu meniacej sa ponuky konkurencie. To, s čím každý podnik musí rátať (vrátane malých a stredných podnikov), je „zmena“. Obstáť v konkurencii môže len ten podnik, ktorého adaptačné procesy majú nielen adekvátny obsah, ale aj potrebnú rýchlosť. Vďaka bezprostrednému kontaktu malých a stredných podnikateľov so zákazníkmi a vhodnejším podmienkam na vytváranie špecializovanej ponuky je kreativita týchto subjektov v porovnaní s veľkými podnikmi vyššia.

Akceleráciou dochádza k zrýchľovaniu hospodárskych procesov, a to najmä vplyvom vedecko-technického rozvoja. Využívaním výsledkov rozvoja vedy a techniky zanikajú tradičné a vznikajú nové technológie, ktoré umožňujú zvyšovať produktivitu práce. Udržanie tempa s konkurenciou, ktorá predstihuje naše malé a stredné podniky vo využívaní modernej techniky a technológií, je ich bytostnou otázkou. K základným dôvodom zaostávania v technologickej vybavenosti malých a stredných podnikov patrí najmä nedostatok finančných prostriedkov na zakúpenie technológií. Ten spôsobuje ich zaostávanie za zahraničnou konkurenciou.

Informatizácia umožňuje rýchlejšie získavanie a odovzdávanie informácií potrebných v rozhodovacích procesoch. V požiadavkách na rastúce informačné toky sa presúva objemové i významové ťažisko z informácií o tom, čo sa deje vnútri podniku, na informácie o rýchlo sa meniacom globálnom prostredí. Dôležitú úlohu zohráva rýchlosť zberu, spracovania a vyhodnocovania informácií. Tento problém pomáhajú riešiť moderné informačné technológie. Ich vplyv je však rozporný. Na jednej strane zvyšujú konkurencieschopnosť podniku tým, že mu informačne sprístupňujú rýchlejšie a globálnejšie účinkovanie na trhu, na druhej strane otvárajú a sprehladňujú priestor pre nebývalé zostrenie konkurencie nielen o získanie podielu na trhu, ale aj o kvalitatívne novú pozíciu na globálnom trhu [16, s. 65].

Rastúci význam nadobúda v podnikaní *intelektualizácia*. Súvisí s tvorivou činnosťou a s činnosťami, ktoré prinášajú vyššiu pridanú hodnotu, čo vyvoláva štruktúrne zmeny v prospech terciárnej a kvarciárnej sféry. Ich prejavom je presun čoraz väčšieho počtu pracovníkov do terciárnych činností (služby pre podnikateľskú sféru a obyvateľstvo) a kvarciárnych činností (veda, výskum, vzdelávanie, kultúra).

Environmentalizácia odráža snahu o zachovanie a skvalitnenie životného prostredia. Vyznačuje sa preferovaním takých podnikateľských aktivít, ktoré spĺňajú náročné ekologické kritériá. Medzinárodné organizácie vyvíjajú v tomto smere tlak na národné vlády, reálne výsledky však zďaleka nie sú také, ako by bolo potrebné. Treba však pripomenúť, že malé a stredné podniky sú pri ochrane životného prostredia nositeľmi pokroku, podieľajú sa na budovaní zariadení ochraňujúcich životné prostredie. Tým, že rozptyľujú výrobu a zabráňujú jej koncentrácii, eliminujú nadmerné ekologické zaťaženie jednej oblasti.

Intenzifikácia je snahou o čo najúčinnnejšie zhodnotenie všetkých disponibilných zdrojov, a to pracovníkov, materiálov, strojov, zariadení, budov, finančných prostriedkov, s cieľom zabezpečiť rast ich hospodárnosti a účinnosti. Konkurenčné tlaky nútia podniky – vrátane malých a stredných podnikov – hľadať čo najvýhodnejšie postavenie na trhu, a to efektívnou alokáciou výrobných faktorov, prítlačlivou ponukou, vhodnými cenami či distribučnými kanálmi.

Proces globalizácie zrýchľuje celý rad faktorov. Medzi najdôležitejšie z nich patrí pokrok v oblasti rozvoja technológií, čo núti podniky k úzkej kooperácii vo výrobe a v obchode, a proces široko diverzifikovanej liberalizácie v medzinárodnom podnikaní. Dôležitý účinok globalizácie sa prejavuje vo vyššej mobilite výrobných faktorov, rastie počet krajín, ktoré vstupujú do medzinárodných vzťahov prostredníctvom globálnej stratégie podnikov, zvyšuje sa miera intenzity medzipodnikového súťaženia, ale aj súbežného prehlbovania vzájomnej kooperácie a znižuje sa závislosť od domácich podnikateľských podmienok.

V čase ekonomickej globalizácie sveta sa treba zamýšľať nad tým, akú šancu majú malé a stredné podniky na prežitie v nových globálnych podmienkach. Podľa J. Filipa „... vcelku platí pravidlo, že čím je firma väčšia, tým viac sa zúčastňuje na medzinárodných ekonomických aktivitách a vzťahoch... platí to aj pre stredné a menšie firmy, a to podľa miery, v akej medzinárodne podnikajú (v najjednoduchšej forme – vývoze a dovoze), ale aj pre firmy, ktoré pôsobia len v domácej ekonomike, pretože vnútorný trh je otvorený zahraničnej konkurencii...“ [4, s. 28].

Globalizácia predstavuje proces, ktorý nie je možné zastaviť. Ak sa majú malé a stredné podnikateľské subjekty na tomto procese plnohodnotne zúčastňovať, musia riešiť všetky problémy, ktoré sú s účasťou na celosvetovom dianí spojené.

2. Globalizácia a malé a stredné podniky

Globalizácia vytvára nové podnikateľské prostredie s novými príležitosťami, ale aj s oveľa vyšším podnikateľským rizikom. Niektorí odborníci označujú tento stav termínom *superkonkurencia*. Odstraňovanie obchodných a technických prekážok obchodu predstavuje na jednej strane riziko pre domácich výrobcov a poskytovateľov služieb, no na druhej strane vytvára príležitosti pre expandujúce podniky.

Čo z toho vyplýva pre malé a stredné podniky? Všetky podnikateľské subjekty by mali starostlivo monitorovať prejavy procesu globalizácie a priebežne im prispôbovať svoju stratégiu a správanie. Každý podnikateľský subjekt by si mal položiť otázky: Aké príležitosti a riziká predstavuje proces globalizácie pre podnikateľské subjekty? Aké dopady bude mať proces globalizácie na portfólio ponúkaných tovarov konkrétneho podniku vo vybraných segmentoch trhu? Čo znamená globalizácia z aspektu hľadania konkurenčných výhod toho-ktorého podniku a o aké konkurenčné výhody sa chce podnik oprieť? Aké opatrenia musí vykonať, aby sa presadil (udržal) v nových podmienkach globálneho trhu?

Malé a stredné podniky (ďalej aj firmy) majú v podstate dve možnosti, ako sa s touto realitou vyrovnáť [9, s. 118].

Prvý prístup má charakter „*pasívneho – lokálneho*“ *prispôbovania globalizačným tendenciám*. Vyplýva zo skutočnosti, že podnik je koncipovaný ako malá firma so zámerom pôsobiť na lokálnom trhu, nedisponuje dostatkom finančných zdrojov, dostatočne kvalifikovanými pracovníkmi, resp. nevyhnutným *know-how*, aby si mohol dovoliť medzinárodnú expanziu. Uvedené rozhodnutie neznamena, že podnik zostane pasívny voči okolitému daniu. Aj pre podniky, ktorých „akčný rádius“ je obmedzený na lokálny či regionálny priestor, vyplýva

úloha starostlivo sledovať situáciu v podnikateľskom okolí a zisteným skutočnosťami prispôbovať svoje správanie a stratégiu.

Pre malé a stredné podniky, ktoré nemajú nadnárodné ambície, naskytuje sa priestor na dosiahnutie ich prosperity na domácich trhoch zapájaním do rôznych foriem sieťového podnikania. V krajinách EÚ sú v súčasnosti zjavné tendencie zoskupovania malých a stredných podnikov do rôznych druhov sietí (v mnohých prípadoch sa do nich zapájajú spolu s veľkými podnikmi). Vedie ich k tomu stále rastúca globálna ekonomická integrácia. V Európskej únii sa v súčasnosti rozvíjajú dva druhy sietí, a to siete, ktoré tvorí veľký podnik a naň sú napojené mnohé malé a stredné podniky (známe sú napr. priemyselné klastre, t. j. zhluky či zóny, alebo *franchisingové* reťazce), a siete, ktoré vytvárajú len samy malé a stredné podniky (známe sú napr. v podobe améby, t. j. bezhierarchickej siete, ktorá vychádza z autonómie podnikateľskej pružnosti a samoriadenia účastníkov siete).

Ako významný prvok regionálneho rozvoja sa v podmienkach malých a stredných podnikov odporúča vytváranie klastrov (*clusters*). Predstavujú „geografické koncentrácie“ vzájomne spätých podnikov a inštitúcií alebo iných jednotiek (univerzity, informačné a výskumné ústavy, technické podporné základne a i.). Ich podstata spočíva v tom, že pri veľkom subjekte sa „nabaľujú“ drobní producenti, ktorých aktivity sa vzájomne dopĺňajú, napríklad výrobný podnik, spravidla finalista a pri ňom pôsobiaci drobní subdodávatelia, obchodné organizácie, výskumno-vývojové organizácie, infraštruktúra a pod. Tak pracuje napríklad spoločnosť Volkswagen Bratislava, a. s., ktorá má obrovský počet väčších i menších dodávateľov, alebo aj spoločnosť Whirlpool Slovakia, a. s., Poprad, ktorá kooperuje pri výrobe bielej techniky s viacerými menšími podnikmi zo severného a z východného Slovenska. Často ide o veľmi úspešných výrobcov. Silný finálny producent vytvára malým a stredným podnikom zázemie na ich činnosť, umožňuje im pravidelný odbyt produkcie a stály príjem. Zároveň je zárukou stability v regióne.

Klastre sa vyskytujú v rôznych odvetviach a predstavujú spájanie podnikov najrôznejších veľkostí v rôznych geografických oblastiach. Za štandardné sa považuje vytváranie klastrov spoluprácou výrobcov koncového produktu, výrobcov potrebného strojového vybavenia (technológie), dodávateľov materiálov (vstupov) a potrebných odborov služieb.

Hlavnými výhodami koncipovania podnikových klastrov je podľa M. Portera [12] skutočnosť, že vytvárajú širokú základňu kooperácie, skracujú cesty komunikácie medzi podnikmi a odborníkmi z teoretickej a vedeckovýskumnej základne, koncentrujú tvorivú myseľ i aktivitu, vytvárajú atmosféru nového poznania, súčinnosti a tvorivosti, sú významným faktorom regionálneho rozvoja. Známe sú

príklady z mnohých krajín (Taliansko, Španielsko, Veľká Británia, Holandsko, USA), v ktorých zoskupovanie malých a stredných podnikov do podoby priemyselných klastrov prispelo k ekonomickému rozvoju regiónov i celej krajiny. V súčasnosti sa priemyselné klastre hodnotia ako najefektívnejšie systémy podporujúce regionálny rast, pretože zvyšujú nielen výrobu, ale aj zamestnanosť.

Druhý prístup predpokladá *aktívne zapojenie* malých a stredných podnikov do globalizačných procesov. Malé a stredné podniky nechápu globalizáciu ako hrozbu pre svoje podnikateľské aktivity, ale vidia v nej príležitosť. Spravidla je tento prístup spojený s prechodom firmy z rámca národnej inštitúcie do podoby nadnárodnej spoločnosti. Aj malé a stredné podniky sa internacionalizujú.

Internacionalizácia podnikov predstavuje ekonomickú aktivitu podnikov nad rámec jednotlivých národných hospodárstiev. V tomto zmysle pojmy globalizácia a internacionalizácia spolu úzko súvisia. Každý z nich však definuje rôzny vývojový stupeň vzťahov medzi subjektmi svetového hospodárstva. Internacionalizácia je predchodcom pojmu globalizácia [2, s. 89].

Odborná teória vymedzuje základné stupne internacionalizácie podniku podľa rôznych kritérií, ktoré uvádzajú charakter a rozsah internacionalizácie podniku. M. Šíkula [16, s. 64] uplatňuje na zaradenie podnikov do jednotlivých internacionalizačných stupňov tieto kritériá:

- *podiel exportu na celkovej produkcii podniku a počet krajín, resp. trhov, na ktoré podnik vyváža;*
- *podiel špecializovanej a kooperovanej produkcie na exporte a na celkovej produkcii, počet kooperačných partnerov, ako aj šírka a hĺbka špecializácie a kooperácie podľa predvýrobných, výrobných, odbytových a popredajných fáz a podľa typu del'by práce;*
- *podiel zahraničných majetkových účastí na celkovom kapitáli podniku, počet a charakter týchto účastí z hľadiska toho, či ide o majoritnú, určujúcu, minoritnú a pod. účasť, ako aj z hľadiska toho, či táto účasť má vo vzťahu k podniku technologickú a ekonomickú nadväznosť;*
- *počet dcérskych spoločností v zahraničí a počet krajín, v ktorých sa nachádzajú, obrat a zisk vyprodukovaný v nich a ich podiel na celkovom obrate a zisku, stupeň závislosti dcérskych spoločností od materskej spoločnosti, miera jednotnosti a zladenosti obchodnej politiky materskej spoločnosti a dcérskych spoločností, rozsah a charakter účastí dcérskych spoločností na vnútropodnikovej del'be práce z hľadiska toho, do akej miery vytvárajú funkčný komplex so synergickým efektom, miera multinacionálnosti zloženia kapitálu a manažmentu v materskej spoločnosti a v dcérskych spoločnostiach.*

Prvým stupňom internacionalizácie podniku je jeho činnosť spojená s exportno-importnou špecializáciou. Vyšším stupňom internacionalizácie podniku sú

kooperačné väzby založené na zmluvnej báze, nasleduje majetková účasť domáceho podniku v zahraničnom podniku, najvyšším stupňom internacionalizácie je podnik, ktorý si v zahraničí založil dcérske spoločnosti [2, s. 90].

Podľa N. Adlera a F. Ghadara (1) sa internacionalizácia, t. j. vzájomné prepájanie hospodárskych procesov na úrovni jednotlivých podnikov prejavuje postupným prechodom od nižšieho štádia firemného vývoja do vyššieho štádia, teda prechodom od etnocentrického štádia po globálne štádium.

Etnocentrické štádium sa vyznačuje orientáciou na domácu výrobu a jej export. Kľúčovú úlohu v takto zameranom podniku hrajú manažéri, politika ľudských zdrojov sa riadi takmer výhradne separátne.

Polycentrické štádium je orientované na získavanie zahraničných autonómnych partnerov, na spoluprácu najmä vo výrobe, prípadne v marketingu a distribúcii. Personálna politika sa sústreďuje na socializáciu zamestnancov a na adaptáciu ich myslenia, konania a správania.

Regiocentrické štádium vyžaduje koordináciu národnej (vlastnej) produkcie a marketingu na regionálnej úrovni, hľadanie úrovne odmeňovania a kariérového rozvoja porovnateľného s regionálnym štandardom.

Globálne štádium znamená vysoký stupeň integrácie výroby a marketingu na geocentrickej, globálnej úrovni. Zmeny v politike ľudských zdrojov spočívajú v rozvoji manažérskeho globálne orientovaných kádrov, ktoré majú spoločné hodnoty a porozumenie, a sú dostatočne flexibilné akceptovať medzinárodný transfer skúseností.

Podľa Markovej [10, s. 104] sa mnohé malé a stredné podniky na Slovensku nachádzajú v prvom a druhom štádiu rozvoja, a to nielen z hľadiska ich základných čŕt, ale aj z hľadiska ekonomických a spoločenských procesov, v rámci ktorých vyvíjajú svoju činnosť. Postupným etablovaním euroregiónov a zapájanim malých a stredných podnikov do ich rozvoja sa posunuli k ďalšiemu štádiu rozvoja – k regiocentrickému štádiu. Možno očakávať, že vstupom Slovenska do Európskej únie sa niektoré z nich posunú do globálneho štádia.

Významným faktorom pri internacionalizovaní malých a stredných podnikov je tendencia (ochota a pripravenosť) samotných vlastníkov a manažérov podstúpiť možné riziká spojené so vstupom na zahraničné trhy. Rozhodnutia v týchto podnikateľských subjektoch sú často založené na subjektívnych pocitoch vlastníkov alebo manažérov, vnímaní a strategickom uvedomení si toho, čo sa práve na trhu deje. Manažérske schopnosti a medzinárodná orientácia majú rozhodujúci vplyv na internacionalizovanie podniku. Úroveň zručností a skúseností manažérov, znalosť cudzích jazykov, ochota, resp. neochota podstupovať riziko – to všetko sú faktory, ktoré sú určujúce pri internacionalizovaní aktivít v konkrétnych podmienkach malých a stredných podnikov.

3. Príležitosti a riziká vyplývajúce z globalizácie pre malé a stredné podniky

Je nesporné, že v dôsledku globalizačných tendencií dochádza z rozširovaní relevantného trhového priestoru, na ktorom môžu podnikateľské subjekty pôsobiť. Malé a stredné podniky, podľa výsledkov prieskumu [13], najčastejšie uvádzajú ako príležitosti na globálnych trhoch: *rozšírenie trhu, administratívne a finančne jednoduchší vývoz a dovoz, väčšia dostupnosť kapitálu, jednoduchšia kooperácia a fúzie, lepší prístup k technológiám, zníženie nákladov na logistiku z dôvodov prítomnosti dodávateľov v mieste výroby, diferenciáciu dodávateľov a odberateľov, zvýšenie tempa rastu dopytu a pod.*

V odbornej i laickej komunite sa často diskutuje o možnostiach presadenia sa malých a stredných podnikov na globálnych trhoch. Okrem nadnárodných korporácií sa predpokladajú šance v prosperite aj malým a stredným podnikom. Dôvodov je niekoľko.

- Malé a stredné podniky predstavujú subjekty, ktoré dokážu byť *flexibilné a sú schopné veľmi rýchlo reagovať na požiadavky zákazníkov*. Majú jednoduchú organizačnú štruktúru, ktorá umožňuje bezprostrednejšiu komunikáciu vnútri podniku i mimo neho. Vďaka racionálnemu správaniu v oblasti administratívy a správy dokážu dosahovať nižšiu nákladovosť.

- Malé a stredné podniky môžu *vhodne zaplniť „výklenkový“ trh („niche“ market)*, a to nielen na národnej, ale dokonca na medzinárodnej úrovni. Tým, že dokážu svoje (v podstate rovnaké) produkty ľahko upravovať a prispôbovať lokálnym trhom, dosahujú vyšší obrat.

- Malé a stredné podniky *poskytujú väčší priestor na inovácie*, pretože je v nich menej reštriktívnych organizačných prvkov a väčšia individuálnosť. C. Barrow [3, s. 40] uvádza aj ďalšie štyri dôvody. V malých technologicky zameraných podnikoch sú inovácie nevyhnutnou podmienkou prežitia, zatiaľ čo veľké podniky majú skôr tendenciu udržiavať pozíciu svojho výrobku na trhu. Ďalším dôvodom je, že v menších podnikoch sú manažéri viac zainteresovaní na realizácii inovácií. Tretím dôvodom je skutočnosť, že pre veľké podniky môže byť výhodnejšie uskutočňovať iba minimálne technologické inovácie (z obchodných dôvodov). A po štvrté, výskumní pracovníci a vynálezcovia vo veľkých podnikoch sa špecializujú, zatiaľ čo v malých podnikoch majú tendencie k univerzálnosti. Špecializácia môže inováciu obmedzovať. Čím má vynálezca širšie vedomosti, tým originálnejšie výsledky prinášajú jeho inovácie.

- Príkladom využitia príležitostí, ktoré ponúka globalizácia pre malé a stredné podniky (osobitne v krajinách s malým vnútorným trhom), sú *firmy zrodené globálne* (BG – *Born Global*). V zahraničnej odbornej literatúre nájdeme aj

d'alšie termíny – *Global Start-ups, High-Technology Start-ups, Technology Based New Firms*. Keďže pôsobia v takých odboroch činnosti, kde je cyklus inovácií a nadväzne životný cyklus výrobkov veľmi krátky (napr. komunikačné technológie, informatika a pod.), musia už od svojho založenia uvažovať *internacionálne*. Tieto *start-ups* sa stávajú vo vyspelých krajinách hnacím motorom radikálnych inovácií. Mnohé začínajúce podniky *start-ups* však čelia jednému problému – potrebujú kapitál. Viaceré príklady z vyspelých krajín po-skytujú návod, ako uvedené problémy prekonať. Ide najmä o vytvorenie systému vzťahov medzi veľkými podnikmi a tzv. *start-ups*, aj o možnosť využitia rizikového investovania a fondov rizikového kapitálu. P. Baláž a P. Verček [2, s. 70] uvádzajú, že samotná existencia niekoľkých inovatívnych firiem v ekonomike však nepostačuje; kľúčová je relatívne malá skupina rýchlo rastúcich firiem. Tieto firmy sa môžu významne podieľať na vytváraní nových pracovných miest v segmente malých firiem.

- *Vysoká miera špecializácie a cezhraničná del'ba práce* prinášajú malým podnikom významné efekty. Prakticky ide o rozloženie výrobného reťazca na elementárne funkcie, ktoré môžu externe zabezpečovať nezávislí producenti – malé firmy – operujúce kdekoľvek na svete; spravidla tam, kde dosahujú vďaka nízkym nákladom (alebo iným faktorom) komparatívnu výhodu. Tieto, spravidla malé, podniky tak môžu ovplyvňovať vývoj celého odvetvia. Nižšie náklady na výrobu, resp. jednoduchší prístup na nové trhy samy osebe nemusia byť kľúčovým motívom investovania mimo materského podniku (hoci sú často prvotným motívom) – rozhodujúci je rozvojový potenciál daného miesta poskytujúci takú kombináciu technológií a výrobných možností, ktorá prináša výhodný pomer vstupov a výstupov [5, s. 108].

- Súčasné prejavy globalizácie poskytujú príležitosť uplatniť sa na dosiaľ neprístupných alebo len veľmi ťažko prístupných trhoch aj malým a stredným podnikom, a to vďaka *elektronickému obchodovaniu (e-business)*. Informačné a komunikačné technológie (osobitne internet a aplikácie *e-business*) sa využívajú pre potreby *on-line* obchodovania podnikov aj jednotlivcov, ktorí sú zainteresovaní na nakupovaní alebo predávaní produktov a služieb priamymi alebo nepriamymi metódami. Obchodovanie prostredníctvom internetu umožňuje výrazné zníženie nákladov, ktoré by inak vznikli v súvislosti s potrebou budovať vlastnú distribučnú sieť. Dôležité je, že sa darí rozširovať nevyhnutnú infraštruktúru elektronického obchodu – elektronické bankové transakcie, pružné logistické systémy, zavedenie elektronického podpisu a pod.

Je zrejmé, že s postupujúcou globalizáciou a internacionalizáciou ekonomiky sa ocitnú malé a stredné podniky v neúprosnom konkurenčnom prostredí, v ktorom budú bojovať o svoje prežitie. Z ich formy však pramenia aj isté nevýhody,

vinou ktorých sú zraniteľnejšie ako veľké podniky. Slabé stránky malých a stredných podnikov predstavuje najmä nedostatok vlastného štartovacieho kapitálu, ale aj kapitálu potrebného na prevádzku podniku, problematickejšie možnosti získania cudzieho kapitálu, nedostatok moderných technológií, strojov, zariadení, *know-how*, licencií, nedostatočné vedomosti z oblasti manažmentu, marketingu, práva a ekonomiky, alebo nedostatočné zabezpečenie marketingových činností. V tejto súvislosti sa často uvádzajú **hrozby a riziká**, ktorým budú malé a stredné podniky vystavené. Za najväčšie riziko vyplývajúce z procesu globalizácie považujú *prienik rozsiahlej zahraničnej konkurencie, ktorá svojimi štandardnými podmienkami v oblasti kvality, rýchlosti inovácií a pružným servisom bude vytláčať domácu produkciu*. Na zvýšenie schopnosti malých a stredných podnikov konkurovať v náročných ekonomických podmienkach iným podnikateľským subjektom je potrebné riešiť viacero problémov. Sú to najmä problémy v oblasti kvality, vo využívaní modernej techniky a technológií, ale aj problémy, ktoré sa prejavujú v nedostatočnom prístupe malých a stredných podnikov k informáciám potrebným na riadenie kvality a využívanie výsledkov rozvoja vedy a techniky.

Za významné riziko, ktoré bude determinovať vývoj malých a stredných podnikov u nás, možno považovať *stratu konkurenčnej výkonnosti v dôsledku rýchleho vyčerpania doterajších konkurenčných výhod* (nižšie ceny energie, domácich surovín, pracovnej sily a pod.). Malé a stredné podniky by už nemali stavať len na týchto dvoch uvedených konkurenčných výhodách; ako konkurenčnú výhodu by mali viac využívať inovácie, *know-how*, novátorské myšlienky, kvalitu, a to, čo je špecifické pre našu krajinu. Mali by sa to snažiť zužitkovať nielen pasívne voči zahraničným firmám, ktoré sa etablujú na našich trhoch, ale aj aktívne – vstupom na zahraničné trhy, najmä trhy susedných krajín a krajín, ktoré sú blízke nášmu naturelu.

Riziko predstavuje aj *rast nákladov na adaptačné procesy z titulu prevzatia ekologických, sociálnych, právnych, technických a iných štandardov EÚ* (ich implementácia je nevyhnutným predpokladom, a zároveň podmienkou presadenia sa na globálnych trhoch). Prínosy implementácie štandardov budú pôsobiť dlhodobo, náklady s tým spojené sa však sústredia do krátkodobého a strednodobého časového horizontu [15].

Aj *vyhľadávanie a dobývanie určitých segmentov trhov* je spojené v malých a stredných podnikoch s určitým rizikom. Je to tak preto, lebo na cestu hľadania nových trhov sa vydali všetky podnikateľské subjekty s vyššími než len s lokálnymi cieľmi. Rizikom pre malých a stredných podnikateľov je fakt, že svetový aktér je na hľadanie nových trhov vždy pripravený, má cenové a diferenciačné výhody, ktoré malý podnikateľ nemá.

Ďalšie riziko môže spočívať v tom, že malým a stredným podnikom *sa nemusi podariť dosiahnuť „kritické množstvo“ vyrobeného tovaru, t. j. ani minimálnu výnosovosť*. To následne znižuje možnosť investovania do ďalšieho rozvoja podniku a zužuje priestor na potenciálne znižovanie cien [14, s. 231].

Ohrozenie pre malé a stredné podniky predstavuje aj *ich atomizácia (nízka úroveň združovania a vytvárania sietí)*. Aby sa presadili v náročných podmienkach procesu globalizácie, mali by posilniť svoje prednosti prostredníctvom organického rastu, aliancií alebo akvizícií [8, s. 62]. Ako vhodné sa ukazujú sieťové štruktúry podnikania a virtuálne organizácie, na ktorých môžu malé a stredné podniky participovať.

Cieľom *sieťového podnikania* je predovšetkým zvýšenie konkurenčnej schopnosti podnikateľských subjektov, a to jednak prostredníctvom znižovania nákladov pri uzatváraní transakcií, znižovania výrobných nákladov, rozširovania prístupu k moderným technológiám a informáciám, jednak spoločným vytváraním informačných databáz, rýchlejšim zavádzaním novinek, získavaním možností vstupovať na nové trhy a rozdeľovaním rizika medzi členmi siete. Výhodou sieťovej štruktúry podnikania je možnosť deliť sa o produkt, jeho výskum a vývoj, prípadne odbyt s inými organizáciami, ktoré sú súčasťou pevnej sieťovej organizačnej štruktúry.

Na Slovensku existujú v súčasnosti hlavne neformálne siete, a to najmä na regionálnej úrovni. Dôvodom ich vzniku nie je len riešenie problémov samotných podnikateľských subjektov, ale aj problémov ďalšieho rozvoja vyšších územných celkov, ktorých sú prirodzenou súčasťou.

Obdobou sieťovej firmy je *virtuálna firma*, ktorá má na rozdiel od sieťovej firmy pružnú organizačnú štruktúru. Je významná v silnejúcom konkurenčnom prostredí, v ktorom majú podniky so združeným potenciálom v ad hoc prípadoch väčšie príležitosti získať vhodné zákazky. Dôvodom využívania aliancií je spojenie výrobných a obchodných firiem a realizácia spoločných marketingových aktivít, spoločné využívanie informácií pri podnikaní, úspora času pri inováciách a ich implementácii, využívanie existujúceho *know-how*, prístupy k novým trhom, zníženie nákladov a pod.

Z uvedeného vyplýva, že práve malé a stredné podniky stoja pred základnou otázkou pripravenosti a schopnosti obstať v globálnej konkurencii.

4. Globalizácia a malé a stredné podniky v Slovenskej republike

V súvislosti s postupujúcou globalizáciou a internacionalizáciou podnikov nastáva pre podnikateľskú sféru v Slovenskej republike – osobitne v sektore malých a stredných podnikov – úplne nová situácia.

Možno rátať s tým, že *viacero podnikov v SR, ktoré sa v súčasnosti považujú za veľké, sa bude v dôsledku globalizácie transformovať a zostupovať do kategórie stredných, resp. malých podnikov*. Ich inovačný dynamizmus, slabšie kooperačné siete, ale aj nižšia produktivita práce a vyššie náklady budú ich značnou nevýhodou oproti veľkým podnikom.

Zároveň je možné predpokladať, že *časť malých a stredných podnikov bude expandovať*, a to na základe už existujúceho etablovania na zahraničných trhoch, ale aj prostredníctvom využívania výskumných poznatkov, informačných a komunikačných technológií či nájdenej konkrétnej konkurenčnej výhody.

Prednosť našich podnikov, ako napríklad súčasná cenová úroveň súvisiaca predovšetkým s relatívne nízkymi osobnými nákladmi, bude iba krátkodobá, keďže je predpoklad, že po vstupe do EÚ sa priemerná úroveň miezd bude postupne zvyšovať. Následne bude v pohybe celý systém nákladov, čo výrazne ovplyvní ceny. Na druhej strane sa predpokladá, že *značná prispôsobivosť a schopnosť improvizácie našich podnikov so znalosťou mentalít a trhu strednej a východnej Európy bude určitou prednosťou našich malých a stredných podnikov aj v budúcnosti*.

Postupujúca globalizácia a internacionalizácia ekonomiky vyžadujú *intenzívne vytváranie stimulačného podnikateľského prostredia* tak, aby novoformované podnikateľské prostredie (a to v podobe legislatívneho, ekonomického, sociálneho a vedecko-technického prostredia) umožnilo realizovať jeho kvalitatívnu premenu. V prípade, že to tak nebude, môžu sa prejaviť globalizačné a integračné účinky tým, že dôjde k poklesu malého a stredného podnikania v slovenskej ekonomike ako celku, a osobitne v niektorých regiónoch [8, s. 63].

Dôvody na tieto tvrdenia vyplývajú z prejavov globalizácie a internacionalizácie ekonomiky. Podľa nich možno očakávať, že *časť našich podnikov bude pohltená nadnárodnými korporáciami, alebo budú určené de facto k zániku*. Za tejto situácie je vhodné zachovať časť malých a stredných podnikov ako *národný a regionálny fenomén v podnikaní*, t. j. časť firiem viazaných lokálne a regionálne k spotrebiteľom by mala zabezpečovať hodnoty a zvyklosti, ktoré boli tradične spojené (živý kontakt so životom v regióne či lokalite a pod.) s malým a so stredným podnikaním.

Napriek tomu, že v posledných rokoch sa zlepšili podmienky na podnikanie (skrátil sa čas potrebný na založenie podniku, znížila sa administratívna náročnosť spojená s podnikateľskou činnosťou, úvery „zlacneli“, daňové zaťaženie podnikov sa znížilo), viacere problémy malých a stredných podnikov v SR – chronicky opakované už niekoľko rokov – pretrvávajú a riešia sa iba čiastočne a sporadicky. Ide o nejednoznačnú, a často sa meniacu legislatívu, problémy spojené s vymáhateľnosťou práva, vysoké odvodové zaťaženie, komplikovaný

a netransparentný systém podpory malých a stredných podnikov, korupciu a pod. Existujúci stav v uvedených oblastiach stále nie je uspokojivý.

Možno konštatovať, že nie všetky malé a stredné podniky SR by obstáli v tvrdej konkurencii krajín EÚ so súčasnou úrovňou svojej konkurencieschopnosti. Manažmenty našich podnikov sa príliš zameriavajú na krátkodobé prevádzkové problémy súvisiace so zhoršujúcou sa finančnou situáciou podnikov, a často nekontrolovateľne sa meniacou štruktúrou vlastníkov, a menej na otázky dlhodobej perspektívy a strategického rozvoja.

Nedostatkom je i všeobecne malá informovanosť o podmienkach existencie v konkurenčnom prostredí Európskej únie. To všetko môže zhoršiť vyhliadky našich podnikov na úspech v nových podmienkach. Ukazovateľom konkurencieschopnosti našich podnikov musí byť porovnateľná produktivita, schopnosť prevziať medzinárodne prijaté zvyklosti, postupy a normy, a prispôbovať sa meniacim podmienkam.

Záver

Hlavným predpokladom toho, aby ekonomiky a podnikateľské subjekty boli schopné adaptovať sa na nový fenomén globalizácie, je poznanie prejavov procesu globalizácie ekonomiky, jeho smerov a foriem, v ktorých prebieha. Pre malé krajiny so silne otvorenou ekonomikou, akou je Slovensko, to má priam existenčný význam. Je to v ich záujme, ak nechcú byť len pasívnym objektom, na ktorý chaoticky dopadajú dôsledky globalizačných procesov, ale majú záujem byť aktívnym subjektom. Subjektom, ktorý v rámci svojich možností jednak eliminuje, alebo aspoň zmierňuje ohrozenia a nepriaznivé účinky globálneho prostredia, jednak hľadá svoje rozvojové príležitosti a šance, a čo najúčinnšie ich využíva.

Literatúra

- [1] ADLER, N., GHADAR, F. Strategic Human Resource Management. A Global Perspective. New York: McGraw-Hill 1997.
- [2] BALÁŽ, P. – VERČEK, P. Globalizácia a nová ekonomika. Bratislava: SPRINT 2002. ISBN 80-89085-06-7.
- [3] BARROW, C. Základy drobného podnikání. Praha: GRADA Publishing 1996. ISBN 80-7169-232-8.
- [4] FILIP, J. Teória medzinárodného podnikania a ekonomický rozvoj. In: Medzinárodné podnikanie. 1. vyd. Bratislava: SPRINT 1995.
- [5] Fostering Entrepreneurship. Paris: OECD Publications 1998. ISBN 92-64-16139-2.
- [6] JENÍČEK, V. Globalizace světového hospodářství. Praha: C. H. Beck 2002. ISBN 80-7179-787-1.

- [7] LESÁKOVÁ, Ľ. Internationalisation of Small and Medium Enterprises in Slovakia. In: Management, Enterprise, Benchmarking. [Zborník príspevkov z konferencie.] Budapest: Polytechnic University 2004, s. 235 – 242. ISBN 963-7154-272.
- [8] LESÁKOVÁ, Ľ. Pripravenosť a možné dopady vstupu Slovenskej republiky do Európskej únie na sektor malých a stredných podnikov. In: Pripravenosť českých podnikateľských subjektů na vstup do Európskej únie. [Zborník príspevkov z konferencie.] Praha: Vysoká škola ekonomická 2002, s. 60 – 65. ISBN 80-245-0324-7.
- [9] LESÁKOVÁ, Ľ. Vplyv globalizácie na malé a stredné podniky. Ekonomika a spoločnosť, 2, 2001, č. 2, s. 115 – 122.
- [10] MARKOVÁ, V. Malé a stredné podnikanie v Slovenskej republike. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela 2003. ISBN 80-8055-816-7.
- [11] MARKOVÁ, V. Zhodnotenie pripravenosti malých a stredných podnikov v Slovenskej republike na vstup do Európskej únie. In: Pripravenosť českých podnikateľských subjektů na vstup do Európskej únie. [Zborník.] Praha: Vysoká škola ekonomická 2002, s. 66 – 74. ISBN 80-245-0324-7.
- [12] PORTER, M. Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. In: Economic Development Quarterly. Boston: Sage Publication 2000.
- [13] Pripravenosť malých a stredných podnikov na vstup do EÚ. [Diskusia.] Bratislava: Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania 2002.
- [14] STOREY, D. J. Understanding The Small Business Sector. London: International Thomson Business Press 1997. ISBN 0-415-10038-0.
- [15] STRÝČEK, P. Konkurencieschopnosť podnikov po vstupe do EÚ. Dostupné na internete: http://www.msyz.sk/trend_poradenstvo_9-03.pdf.
- [16] ŠIKULA, M. Globalizácia – rázcestie civilizácie. Bratislava: SPRINT 1999. ISBN 80-88848-46-6.
- [17] VEBER, J. a kol. Management. Základy, prosperita, globalizace. Praha: Management Press 2000. ISBN 80-7261-029-5.