



INTERNACIONALIZÁCIA PODNIKATEĽSKÝCH SUBJEKTOV V PROCESE GLOBALIZÁCIE

Jana Magdolenová¹

Kľúčové slová: internacionalizácia, globalizácia, podnikateľský subjekt, zahraničný obchod, export

Abstract:

Internationalization of economical life - other words economical spreading of activities through regional borders - it relates to almost all countries, segments and companies. Globalization and international economic interdependence are the reason and also suppose of internationalization of business subjects. This article explains the relation between internationalization and globalization like a meaning of internationalization macro economical and micro economical point of view.

Úvod

Spoločensko-ekonomický vývoj na začiatku 21. storočia je ovplyvnený skutočnosťami, ktoré možno pozorovať v celosvetovom meradle (Kislingerová, Nový a kol., 2005, s. 1):

- ustupuje úloha poľnohospodárstva, oceliarstva a ťažkého priemyslu v prospech odborov s vysokým podielom znalostí, invencií, kvalifikovanej práce,
- v ekonomickom vývoji, ktorý je často determinovaný politickými zmenami často dochádza k narušeniu plynulosti, jednoznačnosti a stability vývoja,
- u mnohých komodít dochádza nielen k vyrovnanosti ponuky s dopytom, ale k trvajúcemu prebytku ponuky nad dopytom,
- ústup od masovej výroby pre neznámeho zákazníka v prospech zákazkovej produkcie, podľa konkrétnych požiadaviek zákazníka,
- odklon od materiálnych faktorov prosperity (budovy, pozemky, strojné vybavenie, disponovanie zásobami surovín atď.) v prospech znalostí, invencie, schopnosti inovácií,
- zdôrazňovanie významu ochrany životného prostredia v súvislosti s rozvojom spoločnosti.

Na pozadí týchto celospoločenských javov stoja ďalšie skutočnosti v priestore svetového hospodárstva, ktoré ich ovplyvňujú:

¹ Jana Magdolenová, Ing., Žilinská univerzita v Žiline, Katedra manažérskych teórií, Detašované pracovisko Prievidza, Bakalárska 2, 971 01 Prievidza, tel. 041/5131416, e-mail: magdolenova@utcpd.sk

- silnejúci hospodársky význam expandujúcich krajín juhovýchodnej Ázie,
- existencia troch najväčších hospodárskych centier: USA, Japonsko, Európska únia (triáda),
- rýchly vedecko-technický pokrok, prudký vývoj v oblasti informačno-komunikačných technológií, „skracovanie vzdialeností“,
- medzinárodná ekonomická interdependencia, t.j. väčšia či menšia závislosť medzi jednotlivými národnými ekonomikami.

Tieto skutočnosti pôsobia v procese globalizácie, ktorá je v súčasnosti frekventovaným pojmom, pričom zjednodušene možno chápať globalizáciu ako proces vytvorenia svetového hospodárskeho priestoru bez hraníc.

Teoretické prístupy k definícii internacionalizácie

Pojem internacionalizácia (zmedzinárodňovanie) podnikateľského subjektu je odbornej literatúre chápané rôznorodo. Ako príklad možno uviesť názory niekoľkých autorov na tento fenomén:

Internationalizáciu firmy chápe Macharazina ako „formu vstupu na zahraničný trh a manažment dcérskych spoločností“. (Macharazina, Welge, 1989, s. 903)

Pomerne abstraktné vymedzenie pojmu internacionalizácie ponúka S. Schmidt, ktorý internacionalizáciu vníma ako „činnosť firmy, ktorá prekračuje národné hranice“. (Schmidt, 1996, s. 120)

Ďalej ide vo svojom ponímaní internacionálnej firmy P. Kotler, ktorý za svetovú považuje „firmu, ktorá pôsobí aspoň v dvoch krajinách a má také výhody v oblasti výskumu a vývoja, výroby, logistiky, marketingu a financií, nákladov a dobrej povesti, ktoré nemôže čisto domáci konkurent nikdy dosiahnuť.“ (Kotler, 1998, s. 355)

Z domácich autorov možno uviesť vysvetlenie J. Sršňovej, ktorá skúma pojem internacionalizácia v dvoch rovinách:

- procesnej a
- inštitucionálnej.

Z procesného hľadiska sa internacionalizáciou podnikateľského subjektu rozumie činnosť spojená s procesnými aktivitami firmy (napr. odbyť, marketing, riadenie zahraničných afiliácií). V zmysle inštitucionálneho chápania sa podnik považuje za medzinárodný, keď realizuje aktivity v zahraničí. Dôležitý je „bod“, kedy možno podnik považovať za medzinárodný. K jeho vymedzeniu sa používajú rôzne kvantitatívne kritériá (počet krajín, v ktorých je podnik činný, obrat v zahraničí, zisk vyprodukovaný v zahraničí a i.) a kvalitatívne kritériá (postoj manažmentu k podnikovej filozofii, zásady obchodnej politiky a pod.). Do popredia vystupujú kvalitatívne kritériá, podľa ktorých je podnik medzinárodný, keď pre zabezpečenie a dosiahnutie podnikových cieľov majú zahraničné aktivity medzinárodný význam. (Sršňová, Füzyová, 2003, s. 11)

S každou z citovaných definícií sa možno stotožniť a každá poskytuje iný uhol pohľadu na daný problém. V zásade možno konštatovať, že firma nastúpila proces internacionalizácie, ak je zapojená (bez hlbšieho skúmania v akom rozsahu) do vonkajších ekonomických vzťahov. Tieto majú podobu medzinárodných tovarových, kapitálových,

devízových a iných vzťahov. Najzreteľnejším prejavom internacionalizácie podnikateľského subjektu je jeho aktívna zahraničnoobchodná angažovanosť.

Internacionalizácia a globalizácia

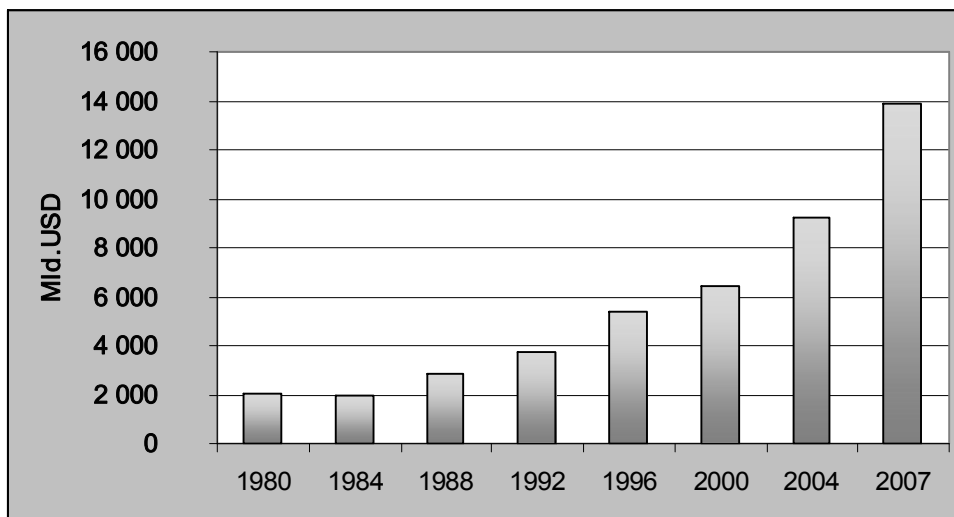
Internacionalizácia prebieha v priestore svetového hospodárstva predovšetkým ako následok medzinárodnej ekonomickej interdependencie – teda závislosti medzi jeho jednotlivými časťami a v konečnom dôsledku medzi národnými ekonomikami. Ekonomická aktivita jednej krajiny spojením s vonkajším svetom sa premieta do postavenia a aktivít iných ekonomík a zároveň je sama ovplyvňovaná tým, čo sa deje za jej hranicami. Je zrejmé, že internacionalizačné, interdependenčné a globalizačné procesy sú úzko späté a navzájom sa podporujú a prehlbujú. Globalizácia a medzinárodná ekonomická interdependencia sú na jednej strane dôsledkom, na druhej strane predpokladom internacionalizácie. Firmy, ktorých pôsobenie je „lokálne“ či „regionálne“ musia neustále sledovať situáciu v podnikateľskom prostredí a tejto prispôbovať svoje aktivity. Globalizačné procesy spôsobujú, že sa nevyhnutne rozširuje akčný rádius sledovaného podnikateľského priestoru, pričom prístup firiem k týmto procesom môže byť dvojaký.

V prípade, že firma len monitoruje všetky vplyvy globalizácie a čiastočne im prispôbuje svoje správanie ide len o *pasívne prispôbovanie* sa globalizačným tendenciám. Firma nemá inú možnosť ako využiť tento prístup, ak ide o malý podnikateľský subjekt nedisponujúci dostatkom finančných prostriedkov, kvalifikovanými, jazykovo zdatnými pracovníkmi, či nevyhnutným know-how, aby mohla využiť aktívny prístup v podobe internacionalizácie.

Druhý prístup predpokladá *aktívne zapojenie sa* do globalizačných procesov. Firma nevníma globalizáciu ako hrozbu pre svoje podnikateľské aktivity ale naopak ako príležitosť svojho rastu a expanzie. Tento prístup sa realizuje formou **internacionalizácie** firmy.

Makroekonomický význam internacionalizácie

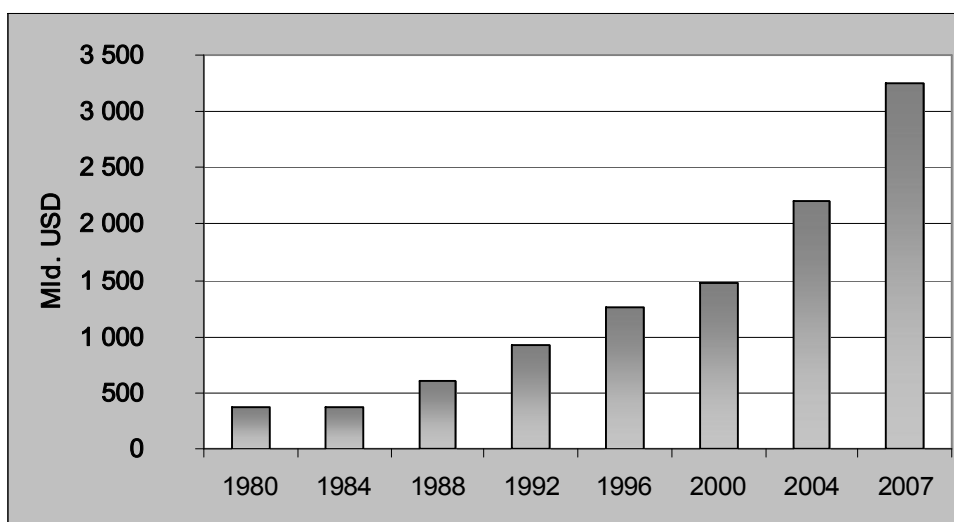
Význam internacionalizácie pre krajinu, či jednotlivé odvetvia je nepopierateľný a dá sa demonštrovať stavom zahraničnoobchodných aktivít. Zahranično-obchodnú dlhodobu pôsobiacu angažovanosť ako následok internacionalizačných procesov, možno chápať ako rozhodujúci indikátor akcelerácie národnej ekonomiky. Potvrďuje to aj skutočnosť, že zatiaľ čo v päťdesiatych rokoch minulého storočia prechádzala medzinárodným obchodom asi jedna desatina svetovej tovarovej výroby, v polovici osemdesiatych rokov to bola už jedna tretina svetovej produkcie a v súčasnosti tento podiel dosahuje vyše 40%. Podľa štatistík Svetovej obchodnej organizácie (WTO) sa objem svetového exportu neustále zvyšuje a medzi rokmi 1980 a 2007 vzrástol v obchode s tovarmi približne 7 krát.



Obr. 1. Objem svetového exportu v obchode s tovarmi

(Spracované podľa štatistických údajov WTO)

V priebehu posledných rokov sa dynamickou položkou svetového obchodu stáva výmena služieb. Pod pojmom služby sa myslia patenty, realizované prostredníctvom licenčných zmlúv, know-how – poznatky v oblasti techniky, inžiniering, obchodné či manažérske zručnosti. Taktiež sem patria služby bezprostredne spojené s realizáciou vývozu a dovozu, ako napr. doprava, poistenie, skladovanie, finančné operácie. Neodmysliteľnou súčasťou obchodu so službami je cestovný ruch. Medzinárodný obchod so službami sa vyvíja ešte dynamickejšie ako obchod s tovarmi. Nasledujúci obrázok znázorňuje rast objemu svetového obchodu so službami v rokoch 1980 až 2007, ktorý sa podľa štatistik Svetovej obchodnej organizácie za toto obdobie zvýšil takmer desaťnásobne.



Obr. 2. Objem svetového exportu v obchode so službami

(Spracované podľa štatistických údajov WTO)

Z pohľadu národnej ekonomiky je výsledkom jej zapojenia sa do medzinárodných ekonomických štruktúr formou internacionalizácie jednotlivých podnikateľských subjektov, zvyčajne rozšírený prístup na trhy, dlhodobý vzrast vývozu a jeho diverzifikácia,

racionalizácia dovozu, získavanie nových rozvojových zdrojov a pod. To sa premieta do rastu národnej ekonomiky, úspory národnej práce. Jeho pozitívne pôsobenie je zreteľné pri malých ekonomikách, nakoľko správnou orientáciou a intenzitou dovozových tokov môže aj malá krajina dostatočne nedovybavená potrebnými výrobnými faktormi v podstatnej miere vyriešiť alebo aspoň redukovat' absenciu vlastných prírodných či iných zdrojov. Celý proces aktívne zasahuje do vnútornej štruktúry národnej ekonomiky.

Skúsenosti vyspelých ekonomík potvrdzujú, že čím je ekonomický rozmer národného hospodárstva menší a čím je absencia rozvojových – najmä prírodných zdrojov zreteľnejšia, tým je akútnejšia potreba jeho hlbšieho zapojenia sa do medzinárodných hospodárskych štruktúr. Z národohospodárskeho hľadiska zahraničný obchod ako nástroj internacionalizácie plní štyri funkcie: (Baláž, 2001. s. 289)

- transformačná funkcia,
- funkcia ekonomického rastu,
- parametrická funkcia a
- funkcia proporcionality.

Mikroekonomický význam internacionalizácie

Význam internacionalizácie pre podnikateľský subjekt sa dá vnímať podobne ako význam zahraničného obchodu všeobecne pre ekonomiku krajiny. Preto niektoré z funkcií, ktoré plní zahraničný obchod možno priznať aj internacionalizácii z pohľadu podnikateľského subjektu. Je to predovšetkým funkcia ekonomického rastu a parametrická funkcia.

Funkcia ekonomického rastu

Zahranický obchod pomáha nahrádzať neefektívnu, alebo menej efektívnu domácu produkciu dovozom alebo využívaním zahraničných zdrojov. Ide o naplnenie hľadiska „ekonomie času“ s výsledkom úspory práce pri zapojení do medzinárodnej deľby práce. Export zároveň výrazne ovplyvňuje domácu výrobu a jej špecializáciu a stáva sa predpokladom pre naplnenie ambícií domácich producentov.

Z pohľadu internacionalizácie firmy, možno túto funkciu vnímať rovnako – dovoz zo zahraničia firma realizuje buď z dôvodu neexistencie výroby požadovaného tovaru (surovín, polotovarov) na domacom trhu alebo z dôvodu jeho efektívnejšieho nákupu na zahraničnom trhu. Vývozom firma rozširuje svoje odbytišťa – či už v dôsledku nasýtenosti domáceho trhu alebo prebytku výrobných kapacít firmy. Cieľom je vo všetkých prípadoch dosiahnuť stav ekonomickej prosperity firmy (či už v dôsledku zvyšovania výnosov alebo znižovania nákladov) a z dlhodobého hľadiska zabezpečiť jej ekonomický rast.

Parametrická funkcia

S prehľbujúcou sa úrovňou medzinárodnej deľby práce, ktorá je čoraz viac výsledkom urýchľovania vedecko-technického pokroku, vzrastá úloha medzinárodného obchodu ako nástroja konfrontácie. Firma, prezentujúca svoj výrobok na zahraničnom trhu je konfrontovaná s výrobcami pôsobiacimi na tomto trhu z hľadiska technicko-technologických, úžitkových kvalitatívnych, cenových a ďalších parametrov, ktoré ovplyvňujú úspešnosť daného výrobku na trhu.

Okrem spomenutých funkcií, firma, ktorá je zapojená do medzinárodných obchodných vzťahov dosahuje aj akýsi demonštratívny efekt – vývozný program každej firmy predstavuje vizitku stavu a úrovne rozvoja jej výrobných síl. Ide teda o určitú demonštráciu svetového, technického, dizajnového, módného trendu, ktorý môže pôsobiť pre firmu stimulačne v konkurenčnom boji aj na domácom trhu.

Literatúra:

- [1] BALÁŽ, P. a kol.: Medzinárodné podnikanie. Bratislava: Sprint, 2001.
- [2] KISLINGEROVÁ, E., NOVÝ, I. a kol.: Chování podniku v globalizujícím se prostředí. Praha: C. H. BECK, 2005.
- [3] MACHARAZINA, R., Welge, M.K.: Handwörterbuch Export und Internationale Unternehmung. Stuttgart: Schäfer/Poeschel Verlag, 1989.
- [4] SCHMIDT, S.: Multikulturalität in der internationalen Unternehmung. Konzepte – Reflexionen – Implikationen. Wiesbaden: T. Gabler Verlag, 1995.
- [5] SRŠŇOVÁ, J., FÜZYOVÁ, L.: Medzinárodné strategické rozhodovanie podniku. Bratislava: Sprint, 2003.
- [6] ŠÍBL, D. ŠÁKOVÁ, B.: Svetová ekonomika. Bratislava: Sprint, 2002.
- [7] Total merchandise and services trade – Statistics Database.
<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>



Internetové noviny pre rozvoj
logistiky na Slovensku.

ISSN: 1336-5851