



MALÉ A STREDNÉ PODNIKY V NOVEJ EKONOMIKE

Elena Gregová¹ – Elena Dengová²

Kľúčové slová: ekonomika, malý a stredný podnik, konkurencia, kooperácia, konkurencieschopnosť

Abstract:

Small and middle enterprises in being transformed economies are considered as one of basic factors of stabilization, that favours solving of economic and social problems. They are a base of entrepreneurship activity and a source of innovations, they create differentiated markets. Existence of small entrepreneurs is a prerequisite for contemporary market economy. Contemporary global economy supposes cooperation of all firms with a target of decreasing costs and risks, what is beneficial for firms themselves (small and large) and favours increasing of their competitiveness.

Podnikateľská činnosť a podnikateľ sú nevyhnutnými atribútmi trhovej ekonomiky založenej na princípoch slobodného podnikania opierajúceho sa prevažne o súkromné vlastníctvo, konkurenciu a ziskovú motiváciu. Podľa známeho amerického ekonóma Josepha Schumpetera (1883-1950) podnikateľ je ten, kto svojou prevažne inovačnou činnosťou uvádza trhovú ekonomiku do dynamického pohybu, je iniciátorom ekonomického vývoja a využíva nové ekonomické príležitosti s cieľom ovplyvňovať trhovú rovnováhu. Hoci vo svojej teoretickej analýze J. Schumpeter vychádzal z Walrasovho modelu všeobecnej ekonomickej rovnováhy ako nevyhnutného na vysvetlenie základných vzťahov v ekonomickom trhovom systéme, vyčítal mu že daný model rovnováhy je stacionárny. Znamená to, že každý podnik vyrába vždy tie isté typy a množstvá tovarov a tým istým spôsobom kombinuje výrobné faktory, čo sa v oblasti spotreby prejavuje nemennými preferenciami spotrebiteľov. Takto sa celý systém vyvíja len k „stacionárnemu stavu“, ktorý predpokladá len kvantitatívny rast v ekonomike. Podľa J. Schumpetera je dôležité od rastu odlišiť *vývoj*, ktorý sa začne len narušením stacionárnej rovnováhy pod vplyvom zmien – inovácií. Zavádzanie inovácií do ekonomického systému uskutočňuje podnikateľ, preto podnikanie a podnikateľ nie sú v stacionárnom stave, ale sú typické len pre vývoj. Zisk nechápe ako odmenu za riziko, ale ako výsledok podnikateľskej činnosti. Inovácia a zisk nie sú trvalé, stále sa prejavuje tendencia k ich zániku, hoci sa nepretržite objavujú nové podmienky na ich vznik.³

¹ Doc. Mgr. Elena Gregová, PhD. Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta prevádzky a ekonomiky dopravy a spojov, Katedra ekonomiky, Univerzitná 1, 010 26 Žilina. Tel.: 421 41 5133 211, e-mail: elena.gregova@fpedas.utc.sk

² Ing. Elena Dengová, Analyst of Acceptance Department, Rusfinance (Societe Generale group), Zemljanoj val 9, 105 064 Moskva. Tel: 009495 540-70-00, e-mail: DengovaE@rusfinance.ru

³ LISÝ, J. a kol.: *Dejiny ekonomických teórií*. Bratislava, IURA EDITION 2003, s.143 - 144.

K objektívnym predpokladom stimulujúcim podnikanie v trhovej ekonomike patrí otvorená ekonomika poskytujúca rovnakú možnosť využívania podnikateľských príležitostí, právne záruky vlastníckych práv a dlhodobá stabilita inštitucionálneho rámca. Podnikanie vystupuje ako objektívna ekonomická vlastnosť hospodárskych subjektov a predstavuje osobnostnú charakteristiku jednotlivcov v ich správaní. Analýza podnikateľskej činnosti v krajinách s rozvinutou trhovou ekonomikou poukazuje na to, že v podstate existujú dva modely podnikania – *klasické* a *inovatívne* podnikanie.

Inovatívne podnikanie spočíva vo vytvorení tzv. „*noviniek*“ – statkov (tovarov a služieb), technológií, nových metód organizácie výroby a riadenia prostredníctvom využitia tradičných faktorov výroby (práce, pôdy, kapitálu) a ich nových kombinácií. Podnikateľ, ktorý chce dlhodobo pôsobiť na trhu, musí neustále prichádzať s novými výrobkami, ich inováciami, prinášať vyššiu pridanú hodnotu. Inovatívny podnikateľ musí brať do úvahy akceleráciu tempa vedecko-technického pokroku, pod vplyvom ktorého nové nápady a výrobky rýchlo morálne zaostávajú, čo si vyžaduje neustálu orientáciu na uspokojenie budúceho dopytu spotrebiteľa. Úzky kontakt so spotrebiteľom je jednou zo základných podmienok úspešnej firmy, ktorá má potrebu v novátorstve a inováciách. Medzi základné faktory úspešného pôsobenia podniku na trhu z pozície technológií a výrobných metód sa považujú: stimulovanie systému výroby, dosiahnutie rovnováhy medzi požiadavkami trhu a výrobou, efektívnosť nákladov a spoľahlivosť dodávateľov.

Malé inovatívne podniky, produkujúce nové myšlienky a nápady, ktoré potom transformujú na nové technológie a nové výrobky, začali vznikať a rozvíjať sa predovšetkým v povojnovom období. Typickým sa stalo také podnikanie až v 70 – 80 tých rokoch minulého storočia, keď sa formovali nové vedné odvetvia.

V ekonomickej literatúre nie je jednotný názor na vplyv veľkosti podniku na jeho schopnosť inovovať. Takí vedci a ekonómovia, ako J. Schumpeter a J. Galbraith považujú len veľké podniky za schopné uskutočňovať vedecké výskumy a zavádzať novinky, pretože disponujú dlhodobými finančnými prostriedkami, čo im aj umožňuje prienik na trhy s novými tovarmi. Podľa J. Galbraitha použitie zložitých technológií je možné len so zväčšením firiem. Tieto spoločnosti majú potrebu vo väčšom množstve kapitálu, a preto môžu mobilizovať kvalifikovaných pracovníkov.⁴ Prívrženci tejto koncepcie vyzdvihli tézu o takzvanej „závislosti“ inovačnej aktivity od veľkosti firiem, to znamená zo začiatku aktivity, alebo množstvo ročne realizovaných noviniek so zväčšením veľkosti podniku monotónne rastie, a potom zostáva konštantnou vo veľkých organizáciách. Existuje skupina ekonómov, ktorí sa stotožňujú s ideou, že práve veľké podniky záporne vplyvajú na rozvoj vedy a výskumu, sú v tejto oblasti menej efektívne. Ekonómovia predstavujúci tretiu skupinu názorov na tento problém považujú za najoptimálnejší variant „spoluprácu“ malých a veľkých podnikov, ktoré sa navzájom dopĺňajú. Podľa nich na etape nahromadenia technických poznatkov prioritnú úlohu majú zohrať malé podniky, a už na etape odbytu a prieniku na trh vstupujú do procesu veľké podniky, ktoré ako už bolo povedané majú v tomto pláne výhodnejšiu pozíciu. Malé a stredné podniky podporujú rozvoj veľkých podnikov oslobodzujúc ich od malosériovej a zákazkovej výroby. Kooperáčnymi väzbami zefektívňujú ich činnosť, takže ich vzájomný vzťah má skôr charakter spolupráce ako konkurencie. Niektoré malé a stredné podniky sa tak v rámci partnerstva podieľajú na spoločnom riešení technických problémov, spoločnom vývoji a výskume, v rámci franšízových vzťahov využívajú špičkové technológie a podobne.

⁴ GALBRAITH, J.: *Ekonomičeskije teorii i celi obščestva*. Moskva PROGRES, 1976.

V poslednom období prevláda názor, že v podmienkach globálnej ekonomiky má význam nie konfrontácia malých a veľkých podnikov, ale práve ich spolupráca, vzájomné dopĺňanie a vzájomná závislosť, hlavne pokiaľ ide o odvetvia vysokých technológií, vedy a výskumu. Ako aj potvrdzujú svetové skúsenosti, jedna z príčin úspešného rozvoja malého a stredného podnikania vo vyspelých ekonomikách spočíva v tom, že veľkovýroba sa nielen nedáva do protikladu s malou formou hospodárenia, ako to bývalo v centrálne riadených ekonomikách, ale naopak zdôrazňuje sa trend ich vzájomnej spolupráce. Skutočnosť, že veľké monopolné spoločnosti nevytláčajú malé firmy z trhového priestoru, ale sa navzájom dopĺňajú, je charakteristická pre všetky krajiny s rozvinutou sférou malého podnikania. V Japonsku, napríklad úzke prepojenie veľkých spoločností s malými domácimi firmami (priemyselný dualizmus – šitauke) je vzorom kooperácie a spolupráce veľkých spoločností a malých firiem. Podstatnú časť subdodávok veľkým firmám dodávajú samostatné malé podniky, ktoré sú hospodársky ovládané odberateľmi. Vysoká efektívnosť tejto kooperácie sa spolupodieľa na dosahovaných výsledkoch japonských firiem v oblasti inovácií a schopnosti pružne sa prispôsobovať zmenám na medzinárodných trhoch.⁵

Vysoká miera efektívnosti tohto ekonomického modelu je však dosiahnuteľná len v prípade, keď na všetkých základných trhoch statkov a služieb, vrátane regionálnej úrovne, expanzia veľkých výrobcov bude akoby vyvážená nevyhnutným počtom malých a stredných podnikateľov, pretože práve oni v rozhodujúcej miere zabezpečujú formovanie a udržanie trhu ako konkurenčného prostredia slobodného podnikania, stoja v ceste tendenciám monopolizácii trhov a pomáhajú pri riešení sociálnych problémov v ekonomike.

Globalizácia si vyžaduje spoluprácu firiem predovšetkým kvôli znižovaniu nákladov a rizík. Dynamizácia investícií a inovácií v transformujúcich sa ekonomikách v podstate nie je možná bez vzájomnej spolupráce medzi rôznymi firmami podnikateľských subjektov. Taká kooperácia prináša výhody nielen veľkým firmám, ale aj malým a stredným podnikom pred ktorými sa otvárajú nové trhy a rozširuje sa distribučná sieť. Podniky vstupujú do rôznych foriem spolupráce na základe zmlúv, využívania licencií, strategických aliancií a stávajú sa konkurenčne schopnými a silnými vďaka tejto kooperácii. Efektívny model organizácie výroby existuje len v konkurenčnom prostredí a je v súčasnej globálnej ekonomike orientovaný na rozvoj kooperačných vzťahov medzi podnikmi. Veľké podniky sú konkurencieschopnejšie, keď sa okolo nich formuje efektívny systém dodávateľov z malých a stredných spoločností – výrobných, inovatívnych, servisných, podnikov poskytujúcich právne a poradenské služby. Tak sa môže formovať jednotný odvetvový klaster.

Skutočný prelom v technológiách, nové nápady, objavy, vynálezy podporujú hospodársky rast. Podľa mnohých odhadov a predpokladov, bez uskutočnenia radikálnych zmien v tejto oblasti dvojnásobné zvýšenie investícií do výrobných zdrojov zvýši reálny dôchodok len o 0,5 – 1 % ročne. Naopak investície do vedy, výskumu a technológií umožnia vznik nových trhov, pracovných miest a nových možností. Výdavky na vedu a výskum – to je prvý krok celkovej stratégie rozvoja ekonomiky, kde by práve štát mal podporovať rozvoj technických vedomostí a novej techniky, kladúc osobitný dôraz práve na malé podniky, ktoré môžu byť najpokrokovejšími v technologickom pláne, no úroveň technického zariadenia majú pritom často nie na veľmi vysokej úrovni.

V súčasnosti podiel inovácií narastá a nejde len o náhodnú vynaliezavosť, ale o *trvalú inovačnú činnosť*, spojenú s výskumom, ktorá sa stáva súčasťou celkovej kultúry podnikania. Inovačný rozvoj sa rozširuje na všetky podnikové aktivity v oblasti výroby aj služieb a

⁵ ŠÍBL, D. a kol.: *Veľká ekonomická encyklopédia*. Bratislava SPRINT 2002, s. 683.

inovácia ktorejkoľvek internej alebo externej podnikovej aktivity môže ovplyvniť konkurenčnú výhodu podniku. V globálnej ekonomike konkurenčná výhoda už nie je determinovaná veľkosťou krajiny, bohatými prírodnými zdrojmi alebo silou finančného kapitálu, ale skôr úrovňou kvalitného vzdelania a objemom spoločnosťou nahromadených poznatkov.

Konkurencieschopnosť slovenskej ekonomiky si vyžaduje vytvorenie národného inovačného programu, ktorý by mohol vytvoriť základ budúceho rozvoja výskumu a vývoja. Inovatívne a znalostné firmy produkujú výrobky s vysokou pridanou hodnotou. Slovenská republika sa usiluje okrem vzdelanostnej stratégie obnoviť vlastnú inovačnú politiku, čo potvrdzuje aj prijatie „Inovačnej stratégie pre SR na roky 2007 – 2013“, ktorá je v súlade s požiadavkami Európskej komisie na túto problematiku, pri súčasnom zohľadnení domácich špecifik. Cieľom stratégie bude podporiť záujem o inovačné podnikanie v krajine, najmä vo vzťahu k uvádzaniu výsledkov výskumu a vývoja do komerčného využitia, t. j. na trh. Predpokladá sa, že realizáciou zákona o inováciách v praxi dôjde k výraznému zvýšeniu úrovne inovačného podnikania a nárastu inovácií, a následne k zvýšeniu konkurenčnej schopnosti ekonomiky.

Pozornosť v oblasti malého a stredného podnikania v Slovenskej republike na obdobie nasledujúcich siedmich rokov bude zameraná na:

1. *legislatívne aspekty* – analýza potrieb a možností ďalšieho znižovania odvodového zaťaženia v SR, vytvorenie jednotného kontaktného miesta (one stop Office) na vybavenie všetkých náležitostí pre začínajúceho podnikateľa, zabezpečenie dostupnosti poradenských služieb prostredníctvom podporných programov financovaných zo štátneho rozpočtu a pod.;
2. *aspekty prístupu ku kapitálu a podporným programom* – zlepšenie v oblasti úverov pre mikropodnikateľov a začínajúcich podnikateľov, ponuky dlhodobého kapitálu, prístupu súkromného sektora k rizikovému kapitálu a pod.;
3. *aspekty vzdelávania a informovanosti* – vybudovanie služieb *eGovernmentu* vo všetkých oblastiach, kde dochádza k interakcii štátnej správy a samosprávy s podnikateľmi, zintenzívnenie informačnej kampane o význame elektronického obchodu pre malé a stredné podniky pri zvyšovaní odbytu svojich produktov a rozširovaní exportu na zahraničných trhoch, zvyšovanie kvalifikácie a pod.

Merítkom zlepšenia pozície malých a stredných podnikov v oblasti zahraničného obchodu bude ich podiel na celkovom exporte Slovenskej republiky, počet exportujúcich MSP, ako aj podiel exportu na obrate samotných malých a stredných podnikov.

Federálna agentúra vedy a inovácií Ruskej federácie je dnes tiež zameraná na realizáciu komplexného prístupu k formovaniu národného inovačného systému. V posledných rokoch sa už vytvorili základné elementy inovatívnej infraštruktúry: technoparky, inovačno-technologické centrá, centrá transferu technológií a pod. Osobitosť inovačno-technologických centier (ITC) spočíva v tom, že sú štruktúrou podpory už sformovaných inovatívnych firiem, ktoré prešli cez najťažšiu etapu stanovenia podnikania, zatiaľ čo technoparky by mali plniť úlohu inkubovania malých firiem. Cieľom ITC je zabezpečovanie stabilnejších vzťahov malého biznisu s priemyslom, preto sa spravidla vytvárajú pri podnikoch a vedecko - technických komplexoch. Vďaka Federálnej agentúre vedy a inovácií v poslednom období boli vytvorené elementy konsaltingovej infraštruktúry, na ktorú sa vzťahujú aj centrá transferu technológií (CTT), informačno-analytické centrá a koučing-centrá. V rámci rozvoja

sieti CTT bolo sformovaných päť centier transferu technológií so zahraničnou účasťou: rusko-francúzske a rusko-nemecké centrá, a taktiež jedno s účasťou maďarských partnerov v oblasti nanotechnológií. Ďalšou formou podpory inovatívnej činnosti v Rusku je vytvorenie 10 národných informačno-analytických centier (NIAC) v špičkových smeroch vedy na monitorovanie svetového a ruského vedecko-technického potenciálu.

Malé inovatívne podnikanie vo vedecko-technickej sfére je najdynamickejším sektorom inovatívnej ekonomiky, schopným operatívne reagovať na potreby trhu vysoko technologickej produkcie. Ako všade vo svete, etapa stanovenia a začiatočného rozvoja malých vysoko technologických organizácií sa môže efektívne realizovať len prostredníctvom štátnej podpory, preto sa aj RF využíva mechanizmus podpory malých inovatívnych firiem pomocou Fondu pomoci rozvoja malých foriem podnikov vo vedecko-technickej sfére.

Tranzitívne ekonomiky sa viac ako vyspelé ekonomiky nachádzajú pod vplyvom súčasnej globalizácie ekonomických aktivít, ktoré majú dopad aj na malé a stredné podniky. Produktivita a konkurencieschopnosť ekonomických subjektov, či už ide o firmy, regióny alebo štáty závisia dnes od ich schopnosti vytvárať, spracovať a efektívne použiť informácie.

Príspevok vznikol za podpory grantovej agentúry VEGA reg. č. projektu 1/4565/07 Zabezpečenie konkurenčnej schopnosti malých a stredných podnikov v SR v podmienkach ekonomickej globalizácia.

Literatúra:

- [1] GALBRAITH, J.: *Ekonomičeskije teorii i celi obščestva*. Moskva Progres, 1976.
- [2] BARTOŠOVÁ, V.: *Budúcnosť podnikania, konkurencie, riadenia a trhu v globálnej ekonomike*. In: *Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie – Globalizácia a jej vplyv na transformujúce sa ekonomiky (Pozitíva a negatíva)*. ŽU Žilina, 2002.
- [3] GREGOVÁ, E. – DENGOVÁ, E.: *Informacionnye tehnologii v strategii razvitiia v malych i srednich firm*. In: *Upravlenie ekonomikoj: metody, modeli, tehnologii*. Sbornik Sed'maja vserossijskaja naučnaja konferencia s meždunarodnym učastiem. UFA 2007
- [4] LISÝ, J. a kol.: *Dejiny ekonomických teórií*. Bratislava IURA EDITION 2003.
- [5] ŠÍBL, D. a kol. *Veľká ekonomická encyklopédia*. Bratislava SPRINT 2002.