

POSTOJ MSP MORAVSKOSLEZSKÉHO KRAJE A FIILINSKO-SPRÁVNÍHO KRAJE KE ZNALOSTEM A INOVACÍM

THE APPROACH TO KNOWLEDGE AND INNOVATION OF SMES OF MORAVSKOSLEZSKÝ REGION AND OF FIILINA-ADMINISTRATIVE REGION

DR. ING. MARIE GABRYŠOVÁ¹

PROF. ING. JOZEF VODÁK PHD.²

¹Katedra marketingu | ¹Department of marketing
Obchodní podnikatelská fakulta v Karviné | Faculty of Business Administration in Karviná
Slezská univerzita v Opavě | Silesian University in Opava
✉ Univerzitní náměstí 1934/3 733 40 Karviná, Czech Republic
E-mail: gabrysova@opf.slu.cz

²Katedra manažerských teorií | ²Department of Management Theories
Fakulta riadenia a informatiky | Faculty of Management Science and Informatics
fiilinská univerzita v fiilíne | University of Zilina
✉ Univerzitná 8215/1 010 26 fiilina, Slovak Republic
E-mail: Jozef.Vodak@fri.uniza.sk

Anotace

Cílem článku je ukázat jaký je postoj malých a středních podniků Moravskoslezského kraje a fiilinsko-správního kraje ke znalostem a inovacím, s uvedením společných i rozdílných hodnocení jednotlivých oblastí problémů. Pro dosažení tohoto cíle byl v obou správních celcích proveden sekundární a následně primární výzkum. Respondenty primárního výzkumu byly MSP ze všech částí krajů, tj. bývalých okresů. Pro analýzu získaných odpovědí bylo použito celkem 900 dotazníků, 450 ze slovenských MSP a stejné množství z českých MSP. Tím byly vytvořeny podmínky pro srovnání a formulaci závěrů. Výsledky analýzy a srovnání ukázaly, že zaměření podniků je orientované spíše na technologie než na lidský faktor. Jako velmi výrazná se jeví potřeba podpory vzdělávání ale také osvětla v oblasti inovací.

Klíčová slova

malé a střední podniky, regionální rozvoj, znalosti, inovace, primární výzkum, konkurenceschopnost

Annotation

This article aims to show what is the approach to knowledge and innovation of small and medium-sized enterprises of the Moravian-Silesian Region and of fiilina-administrative region, indicating both common and divergent assessments of individual problem areas. To achieve this aim the secondary and then primary research was implemented in both administrative units. The respondents of the primary research were the SMEs from all parts of the region, i.e. the former districts. For the analysis of the answers a total of 900 questionnaires were collected, 450 of Slovak SMEs and the same amount of Czech SMEs. This created the conditions for the comparison and the conclusions. The results of analyses and comparisons showed that the enterprises are oriented on technology rather than on the human factor. As seems to be a very strong need to support education but also education in the field of innovation.

Key words

SMEs, regional development, knowledge, innovation, primary research, competitiveness

JEL classification: L2, M1

Úvod

Strategie Evropa 2020 zd raz uje úlohu malých a st edních podnik v evropském hospodá ství jako hnacích sil zam stnanosti a r stu. Vytvá ení, pouffívání a í ení znalostí a inovací má zásadní význam pro r st, rozvoj a prosperitu spole nosti. Podpora malých a st edních podnik p edstavuje významný prvek této strategie. Lze také vnímat rostoucí vliv inovací na zvy-ování efektivity proces probíhajících v hospodá ství. Ekonomové se shodují v názoru, že vliv inovací na hospodá ství je velmi významný.

Ekonomický rozvoj je v trfních ekonomikách jednozna n spojen s pojmem konkurenceschopnosti jako základního m ítka dlouhodobé úsp nosti firem a rovn fl stát a jejich region , m st í obcí. (Wokoun, 2010). Souvisí to s poznáním, že to jsou práv regiony, které jsou základem národní konkurenceschopnosti, nebo práv na jejich úrovni dochází k p ímému st etu mezi tv rci znalostí a jejich uflivatelí. Prosperita regionu (Corvers, 2003) pak závisí p edev-ím na tom, jak se poda í danému regionu p ekonat p ípadnou propast mezi t mito dv ma skupinami subjekt . N kte í auto i vidí tuto otázku je-t í eji a spojují s kvalitou sociálního prost edí regionu. Víturka ve svých publikacích uvádí í regionální konkurenceschopnost je ovliv ována nejen úrovní podnikatelského prost edí (podrobn ji Víturka a kol.,2011; Víturka, 2011), ale i úrovní kvality sociálního prost edí, p í emfl její dlouhodobá udrflitelnost je podmín na vyváfeným vztahem obou komponent.

Dal-ím d vodem, pro je v poslední dob kladen v t-í d raz na regionální úrove , jsou zm ny ve sv tové ekonomice, kdy dochází k její šregionalizaci na úrovni nadnárodních uskupení. To vede k jistému omezení role národních stát , které ztrácejí n které mofnosti v rámci provád ní makroekonomické hospodá ské politiky. Je mofné deklarovat, že jednotlivé státy jsou stále více vnímány jako regiony v rámci nadnárodních integra ních seskupení vzhledem k charakteru postup , jimifl ovliv ují n které ekonomické jevy. (Bene-, 2006).

Po vstupu zemí východní a st ední Evropy do Evropské unie vznikly nové regiony a ty stávající získaly nové postavení. V zájmu region by m la být snaha o efektivní vyuffívání finan ní podpory EU a jednotného evropského trhu tak, aby se výrazn ji rozvíjela jejich hospodá ská výkonnost a ekonomická konkurenceschopnost založená na vyuffívání znalostí.

Proto zvlá-tní pozornost zasluhují práv MSP, které jsou významnou slofkou každého regionu a ne vldy si dostate n uv domují význam znalostí a inovací.

Cíl a metody

Problematikou MSP se zabýval také mezinárodní projekt Inovace - cesta ke zvy-ování konkurence schopnosti a rozvoje region realizovaný spole n filinskou univerzitou v filin , fakultou PEDAS a Slezskou univerzitou v Opav , Obchodn podnikatelskou fakultou v Karviné. Projekt byl sou ástí programu p eshraní ní spolupráce Slovenská republika ó eská republika 2007 ó 2013. Cílem projektu bylo poskytnout malým a st edním podnik m informace a znalosti, které jim pomohou v lep-ím rozpoznávání nových p íležitostí, rozvoji inová ního potenciálu ve smyslu neustálého zlep-ování v-ech aktivit, a tím zvý-ít jejich konkuren ní potenciál. Napln ní cíle bylo podmín no znalostí skute ného stavu a pot eb MSP. Tyto informace byly získány sekundárním a hlavn primárním výzkumem. Hlavním cílem primárního výzkumu bylo v decky prozkoumat poptávku po podp rných vzd lávacích aktivitách v malých a st edních podnicích v obou dot ených regionech. Motivem pro takto stanovený cíl je p edpoklad následného lep-ího uplatn ní na trhu práce. Vedlejší cíle primárního výzkumu byly stanoveny takto:

- zji-t ní stavu obeznámení respondent s aktuálními mofnostmi podpory jejich innosti (na regionální i evropské úrovni),

- zji-t ní spokojenosti nebo nespokojenosti respondent s podnikatelským a trfním prost edím v regionu.

Primární dotazování bylo zahájeno pilotním dotazováním, ostré dotazování prob hlo v elektronické podob i jako osobní dotazování a bylo ukon eno v roce 2011. Výsledné údaje obou výzkumných tým byly zpracovány nejd íve za jednotlivé kraje a následn formou srovnání.

Výsledky výzkumu postoje MSP ke znalostem a inovacím

Do výzkumu se zapojilo 313 slovenských podnik¹ a 372 podnik eských.² V eské republice byly podniky z ásti osloveny formou osobního dotazování (51,88 %) a také prost ednictvím elektronického dotazování (16,61 %). lenové výzkumného týmu osobn nav-t vovali podniky a jen t m, které si nep ály osobní náv-t vu, byla anketa doru ena elektronickou po-tou. Z hlediska formy dotazování byla situace na Slovensku odli-ná. Výrazn p evařlo oslovení podnik formou elektronického dotazování (afl 82,75 %). Osobním dotazováním bylo osloveno pouze 16,61 % podnik . (Vodák a kol., 2012)

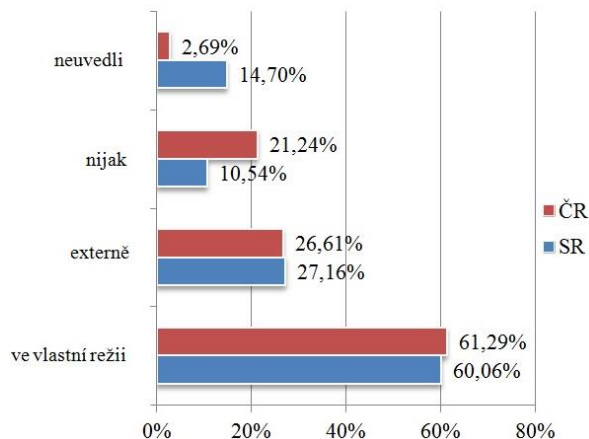
Mezi respondenty byly MSP s r znou právní formou. Nejvíce zastoupeny byly řivnosti a spole nosti s ru ením omezeným. Tyto dv právní formy se také nej ast ji vyskytují mezi malými a st edními podniky. Zastoupení podnik v anketním -et ení, z pohledu právní formy, je v souladu s reálným zastoupením jednotlivých forem podnikání.

Také v oblasti p sobení podnik byly mezi eskými a slovenskými podniky výrazné rozdíly. U podnik v R p evládá místní p sobnost (42,20 %) a regionální p sobnost (41,40 %). Celostátní p sobnost uvedla t etina dotazovaných (33,33 %). Nejmen-í zastoupení mají podniky se zahrani ní p sobností (jen 11,56 %). V p ípad slovenských podnik , tém polovina t ch podnik , které se zapojily do výzkumu, má celostátní p sobnost a t etina p sobí regionáln (30,35 %). Stejn jako u eských podnik i slovenské dotazované podniky mají nejmen-í zastoupení v zahrani ní p sobnosti (necelých 25%). Sou et odpov di na uvedenou otázku p evy-uje 100%, nebo podniky m ly mořnost uvést i dvojí p sobení (nap . regionální a zahrani ní p sobnost).

Z pohledu inovativního chování MSP bylo d leřité zjistit odpov na otázku: Zda a jak podniky zaji- ují vzd lávání svých zam stnanc . Mnoho firem si dnes jifl uv domuje, ře je vhodné investovat do vzd lávání svých zam stnanc . ře dávno pominula doba, kdy personální odd lení podniku p ijalo pracovníka s ukon eným vzd láním a o jeho dal-í odborný r st se jifl nestaralo. Jsou v-ak podniky, které poflavky doby nevnímají nebo v i zm nám jsou lhostejné. V rámci realizovaného výzkumu byly v této oblasti odhaleny velké rezervy. 60,06 % podnik v SR a 61,29 % podnik v R uvedlo, ře vzd lávání svých zam stnanc zaji- uje ve vlastní řefii, 27,16% podnik SR a 26,61 % podnik R vzd lávání zaji- uje extern , 10,54 % podnik SR a 21,24 % R se vzd láním svých zam stnanc v bec nezabývá. 14,70 % podnik SR a 2,69 % podnik R tuto skute nost neuvadlo a dá se p edpokládat, ře pat í k t m, které se otázkou dal-řho vzd lávání zam stnanc nezabývají. V této oblasti se budou muset MSP je-t mnoho u it. Musí si uv domit, ře fungují v globálním sv t , který vytvá ří mnohem náro n j-í podmínky a výrazn drav j-í konkurenci. Situaci v obou krajích uvádí následující obrázek . 1.

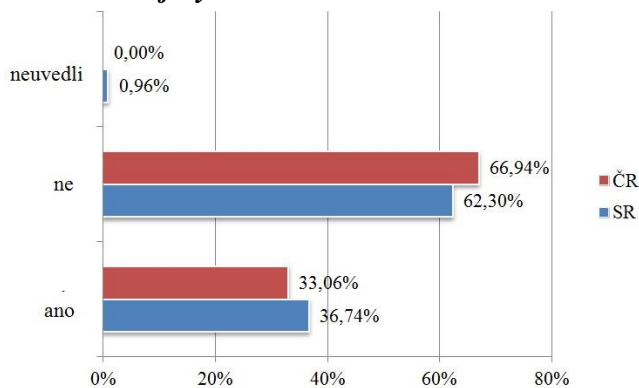
¹ Slovenským podnikem se myslí malé a st ední podniky p sobící na území řilinského kraje.

² eským podnikem se myslí malé a st ední podniky p sobící na území Moravskoslezského kraje.

Obr. 1: Zp soby vzd lávání zam stnanc

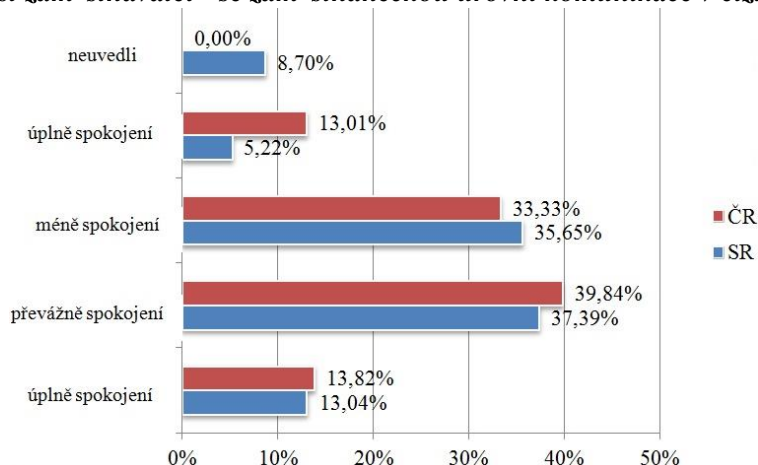
Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

Skute nost, že 11,56% z dotazovaných českých a 25 % slovenských MSP vyvábí své produkty nebo služby do zahraničí, vede k předpokladu, že tyto podniky mají také potřebu komunikovat v cizím jazyce. V podnicích na Slovensku (62,30 %) a v podnicích v ČR (66,94 %) není potřebná, resp. klíčová komunikace v cizím jazyce. Komunikaci v cizím jazyce vidí jako potřebnou a klíčovou v 36,74 % podniků v SR a 33,06 % podniků v ČR.

Obr. 2: Význam komunikace v cizím jazyce

Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

Představa zaměstnavatele a skutečné znalosti a schopnosti zaměstnanců mohou být rozdílné. Proto následující otázka měla zmapovat úroveň schopností zaměstnanců komunikovat v cizím jazyce ve vztahu k očekávání jejich zaměstnavatelů. Podniky (37,39 % v SR a 39,84 % v ČR), které uvedly, že komunikace v cizím jazyce je pro ně klíčová, uvedly, že jsou převážně spokojené s úrovní komunikace v cizím jazyce. Méně spokojených je 35,65 % podniků v SR a 33,33 % podniků v ČR. Úplně spokojených je 13,04 % podniků v SR a 13,82 % podniků v ČR. 5,22 % podniků v SR a až 13,01 % podniků v ČR jsou úplně nespokojeny se schopnostmi zaměstnanců komunikovat v cizím jazyce. Tuto skutečnost neuvědlo 8,70 % podniků v SR. Následující obrázek názorně vykresluje situaci v obou sledovaných krajích.

Obr. 3: Spokojenost zam stnavatel se zam stnaneckou úrovní komunikace v cizím jazyce

Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

Nespokojenost podnik s jazykovými schopnostmi zam stnanc je z ejm výsledkem celkové nízké jazykové vybavenosti ob an eské republiky. Podle pr zkumu a lánku šVíce nefl polovina ech neovládá fládný cizí jazyk, zve ejn něho dne 27.06.2012 (Evropská komise, 2012), klesl od roku 2005 podíl ech mluvících alespo jedním cizím jazykem o 12% a dosahuje nyní 49%. eská republika se tak nachází pod evropským pr m rem 54%. Vyplývá to z pr zkumu Eurobarometer, který se uskute nil mezi 27 000 respondenty ze v–ech lenských stát EU. Obdobný pokles jako u nás byl zaznamenán i na Slovensku, v Bulharsku, Polsku i Ma arsku. Oproti tomu lídry v jazykových znalostech jsou nap íklad Lucembursko, Loty–sko, Nizozemsko, Litva i Tědsko, kde se alespo jedním cizím jazykem domluví p es 90% obyvatel. (Gabry–ová, 2012.)

V rámci jifl zmín něho projektu byly plánovány také –kolicí aktivity, které m ly usnadnit MSP v Moravskoslezském kraji dal–í vzd lávání svých zam stnanc . Proto do primárního výzkumu byla za azena také otázka, zda se podniky mají zájem zapojit do nabízeného vzd lávání, které bude v plné vý–i hrazeno z evropských fond . I p es velmi atraktivní podmínky, za jakých se vzd lovací akce realizují, afl 37% dotazovaných neprojeвило zájem o dal–í vzd lávání. Také jifl realizované –kolicí aktivity ukázaly, fle mlad–í v kové skupiny si více uv domují pot ebu trvalého vzd lávání, z ad st ední a star–í generace jsou to výjimky. Více jako polovina podnik (58,79% v SR a 66,94% v R) vyjád ila zájem zapojit se do takového vzd lávání. Zájem neprojeвило víc jako 30% oslovených podnik , konkrétn 36,10% v SR a 33,06% v R. Obrázek .4 znázor uje zájem o dal–í vzd lávání v podnicích zkoumaných kraj .

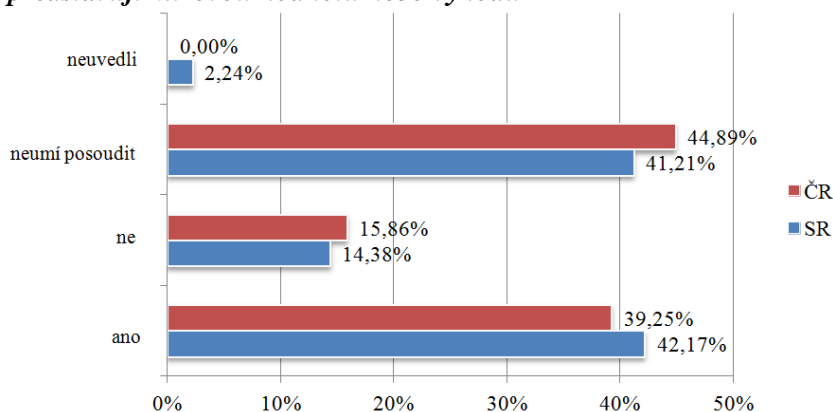
Obr. 4: Zájem o zapojení se do vzd lávání tohoto typu

Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

Inovace jsou velmi úzce spojeny práv s trvalým vzd láváním, proto bylo nutné respondent m položit otázku, která m la ukázat, jaký význam p ípisují inovacím. Pro 42,17% respondent SR a 39,25 %

respondent R p edstavují inovace klí ovou hodnotu, naopak 15,86 % eských a 14,38 % slovenských MSP v inovacích klí ovou nebo významnou hodnotu nevidí. Afl 41,21 % respondent SR a 44,89 % respondent R nemá jasné stanovisko a tuto problematiku neumí posoudit. Je to d kaz, fle tyto podniky vyřadují cílenou osv tu a efektivní podporu. Podrobný vý et názor dotázaných podnik podává následující obrázek . 5.

Obr. 5: Inovace p edstavují klí ovou hodnotu nebo výhodu

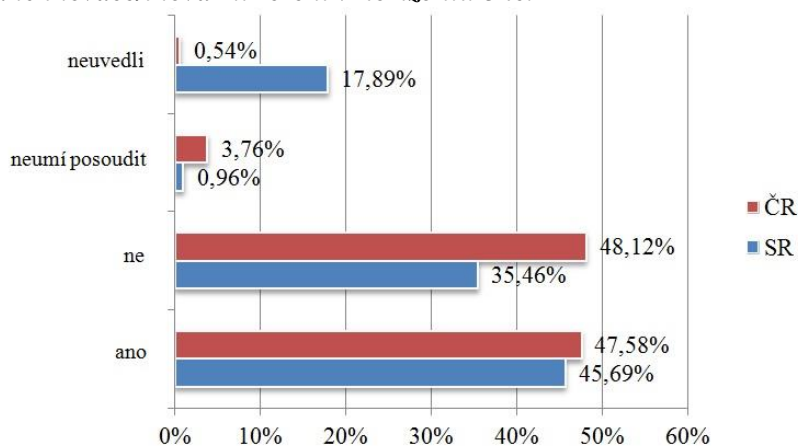


Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

V pr b hu posledních 5 let více jak t etina podnik obou kraj (34,85 % v SR, 33,56 % v R) realizovala inovace hlavn formou nákupu techniky, technologie a stroj . Více jak 15% podnik (16,67 % v SR, 15,07 % v R) investovalo do IT/IKT, software a e-business. 15 % oslovených podnik investovalo do výzkumu, vývoje, inovací a nových postup . 12,12 % podnik v SR realizovalo inova ní e-ení v oblasti služeb, obchodu a zákazník . V p ípad podnik v R je to afl 30,82 %. Do rekonstrukce a výstavby nových prostor investovalo 11,36 % podnik v SR a 16,44 % podnik v R. Zna ná ást dotazovaných (19,18% v R a 24,24% v SR) nevedla řádnou inova ní innost. Lze se domnívat, fle n které z t chto podnik z ejm řádnou inovaci nezavedly.

Pokud podniky nechápou, jaká je skute ná hodnota inovací, t flko je budou zavád t a investovat peníze do jejich realizace. Na otázku, zda plánují v budoucnu realizovat n jaké inovace v souvislosti s podnikatelskou inností 47,58 % v R a 45,69 % v SR odpov d lo kladn . V horizontu p ti let v-ak nehodlá investovat do inovací 35,46 % podnik v SR a 48,12 % podnik v R. ást podnik neumí na situaci posoudit, nebo na otázku neodpov d la. Podrobný výsledek zobrazuje obrázek . 6

Obr. 6: Plánované inovace/inova ní e-ení v horizontu 5 let



Zdroj: primární výzkum OPF Karviná a PEDAS filina

Výsledky výzkumu ukázaly, fle situace v oblasti vnímání pojmu inovace je v R i SR obdobná. Podniky tento pojem nej ast ji chápou jako zlep-ování produkt a služeb a zlep-ování eventuáln

zefektivní technických nebo technologických proces . Zna ná ást podnik nevidí v inovacích cestu ke konkurenceschopnosti a nep íkládá jim pat i nou d lefitost.

Záv r

Výsledky výzkumu jednozna n ukázaly pot ebu v-estran né podpory malých a st edních podnik a to v obou krajích (filinském i Moravskoslezském). Celkov se dá íct, že zam ení podnik je spí-e orientované na technologie nejl na lidský faktor. Jako velmi výrazná se jeví pot eba podpory vzd lávání, ale také osv ta vedoucí ke zm n my-lení a hodnocení významu i pot eby samotného vzd lávání. P ínosem by ur it bylo i získání -ír-ích znalostí v oblasti inovací. Podniky by tak získaly p ehled o inova ních technikách, které by pak mohly aplikovat ve své hospodá ské praxi. Mnoho podnik podce uje význam inovací a mnohé MSP nedokázaly v bec tuto problematiku posoudit I tento výzkum ukázal, že v oblasti inovací, hlavn jejich -ír-ím vnímání, mají podniky filinského i Moravskoslezského kraje velké rezervy. Ke zm nám nesta í jen finan ní podpora MSP, je t eba s t mito podniky v-estran n pracovat a vést je k vnímání m nicích se podmínek a sílící konkurence.

Literatura

- [1] BENE^TM., (2006). Konkurenceschopnost a konkuren ní výhoda. *Working Paper* . 5. Brno: CVKS ESF MU.
- [2] CORVERS, F., (2003). Indicators for Regional Innovation Performance. In *International Conference on Entrepreneurship and Business Incubation šStrengthening the Regional Innovation Profileš*. Dostupné z: <<http://www.cisv.org>>.
- [3] Evropská komise, (2012). *Více nejl polovina ech neovládá fládný cizí jazyk*. [online]. [cit. 2014-3-17]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/ceskarepublika/news/120627_eurobarometr_znalost_jazyku_cs.htm>
- [4] GABRY^TOVÁ, M., (2012). *Inova né systémy a podnikanie*. filina: AB-TLA filina. ISBN 978-80-971206-0-3.
- [5] VITURKA, M., (2011). Integra ní teorie udrflitelného regionálního rozvoje (p edstavení a aplikace). *Politická ekonomie*, vol. 2011, iss. 6, pp. 794-809. ISSN 0032-3233.
- [6] VITURKA, M., FIÍTEK, V., KLÍMOVÁ, V., TONEV, P., (2011). Application of Microeconomic and Macroeconomic Approach to Evaluating Disparities in the Regional development. *Ekonomický asopis*, vol. 59, iss. 7, pp. 71-90. ISSN 0013-3035.
- [7] VODÁK J., SOVIÁR, J., LENDEL, V., VARMUS M., (2012). *Marketing a inovativn marketingové riadenie*. filina: AB-Tla filina. ISBN 978-80-971206-4-1.
- [8] WOKOUN, R., (2010). Teoretické a metodologické p ístupy k výzkumu regionální konkurenceschopnosti. In: *Regionální studia*, no. 2/2010, pp. 2-7. ISSN 1803-1471.

P ísp vek byl zpracován s podporou projektu "Inovace studijních p edm t na Slezské univerzit v Opav , Obchodn podnikatelské fakult v Karviné", reg. . CZ.1.07/2.2.00/28.0017.