



WORKING PAPER č. 5/2006

Konkurenceschopnost a konkurenční výhoda

Michal Beneš

Červen 2006



Řada studií Working Papers Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky je vydávána s podporou projektu MŠMT výzkumná centra 1M0524.

ISSN 1801-4496

Vedoucí: prof. Ing. Antonín Slaný, CSc., Lipová 41a, 602 00 Brno,
e-mail: slany@econ.muni.cz, tel.: +420 549491111



KONKURENCESCHOPNOST A KONKURENČNÍ VÝHODA

Abstract:

The aim of this paper is to try to define competitiveness, the buzzword which is so often used in spite of its vagueness. Variety of possible applications is a crucial challenge for defining it. This article presents the most frequently used concepts of competitiveness. Three fundamental levels are discussed here: firm (company), national economy and system. Each one is described in detail from both static and dynamic points of view further in the paper. The second part defines a related term - competitive advantage. Furthermore, possible sources of competitive advantage are introduced. These are: favourable factor endowment, effectiveness, innovations and creativity.

Abstrakt:

Cílem tohoto příspěvku je pokusit se o vymezení velmi užívaného, avšak přesto poměrně vágního pojmu konkurenceschopnost. Hlavním problémem, se kterým je definice tohoto výrazu spjata, je poměrně velká pestrost jeho možného užití. Předkládaná práce seznamuje s nejčastěji používanými pojetími konkurenceschopnosti. Diskutovány jsou tři základní referenční úrovně: podnik, národní ekonomika a systém, v jejichž rámci jsou popisována různá specifika, jež se týkají jak statického, tak dynamického pojetí. Ve druhé části je vysvětlen pojem konkurenční výhoda, který úzce souvisí s konkurenceschopností. Kromě toho jsou popisovány jednotlivé možné zdroje konkurenční výhody, od výhodného faktorového vybavení přes efektivnost a inovace až po kreativitu.

Recenzoval:

prof. Ing. Antonín Slaný, CSc.

ÚVOD

Konkurenceschopnost patří mezi slova, která se užívají velmi často, dalo by se říci až příliš často. Stal se z ní „sexy“ výraz, kterého je všude plno, ačkoliv málokdo přesně ví, co vůbec toto tajemné slůvko znamená. Znamená vůbec něco nebo je to jen nějaká chiméra, která se z času na čas v ekonomii objeví? Pokud je to chiméra, proč se tolik užívá? Proč se konkurenceschopností zaklínají také renomovaní ekonomové?

Přestože se o konkurenceschopnosti zejména na makroekonomické úrovni nehovoří příliš dlouho, nějaký ten čas už to bude. Pokud by konkurenceschopnost skutečně nic neznamenal, patrně by už tento výraz odešel do zapomnění. Jelikož k tomu nedošlo a není zde nějaká tendence, že by k tomu v brzké době mělo dojít, je třeba se konkurenceschopností jako takovou důsledněji zabývat. Jedině přesnější analýzou totiž můžeme překonat jistou vágnost tohoto pojmu.

Tématem této práce je právě konkurenceschopnost, přesněji její vymezení dle různých referenčních úrovní, vůči nimž ji vztahujeme. Rozlišeny jsou tři základní úrovně: podnik, národní ekonomika a systém jako jistá mezo-úroveň mezi nimi. Diskutována jsou zejména jednotlivá pojetí na makroekonomické úrovni.

Ve druhé části je pak vysvětlen pojem konkurenční výhoda, který úzce souvisí s konkurenceschopností. Zde je kladen důraz zejména na přesné vymezení tohoto termínu a jeho vazby na příbuzné pojmy. Následně jsou charakterizovány možné zdroje konkurenční výhody.

1 VYMEZENÍ KONKURENCESCHOPNOSTI

Nezbytnou podmínkou pro analýzu konkurenceschopnosti a jejich zdrojů je správné vymezení tohoto pojmu. Právě to je však největší problém. Asi jen velmi těžko bychom v dnešní ekonomii hledali vágnější pojem. Definicí konkurenceschopnosti proto existuje nepřeborné množství, což bezesporu souvisí také s celou řadou referenčních úrovní, vůči nimž ji vztahujeme, případně s časovým intervalem, v němž ji hodnotíme.

Jak upozorňují Cellini a Soci (1997), už samotný sémantický výklad slova konkurenceschopnost je komplikovanou záležitostí. Zpravidla totiž neexistuje respektovaný lingvistický výklad podstatného jména konkurenceschopnost, a to ani v nejnámějších slovnících angličtiny, kde je jsou definovány pouze adjektivum *competitive*, sloveso *to compete* a substantivum *competition*. Naopak substantivum *competitiveness* je definováno pouze jako odvozené slovo.

Etymologicky má konkurenceschopnost původ patrně v latinském *cum-petere*. Sloveso *petere*, ačkoliv má význam jisté akce, neznamená nic konfliktního. Ba naopak, jeho význam je spíše v intencích jisté spolupráce. Předložka *cum* potom nikterak neovlivňuje význam slovesa. Jak bude patrné z následujících částí, právě nejasný lingvistický výklad je velmi symptomatický pro definování konkurenceschopnosti, neboť zásadní nesoulad mezi různými definicemi jde právě po linii toho, zdali je v pozadí nějaký souboj mezi aktéry nebo není.

1.1. Konkurenceschopnost podniku

Relativně nejjednodušší je vymezení konkurenceschopnosti na mikroekonomické úrovni, tedy například na úrovni firmy. Ani zde však nemůžeme hovořit o něčem naprosto jasném. Sice lze obecně konkurenceschopnost definovat jako jistou schopnost úspěšně soutěžit na trzích, problém však nastane, pokud chceme přesněji vymezit onu úspěšnost, nebo jestli se tomuto kritériu vyhneme.

Už na úrovni firmy se totiž potýkáme s onou dichotomií, která byla zmíněna výše v souvislosti s lingvistickou analýzou, a totiž souvisí-li konkurenceschopnost s výsledky nějakého „souboje“ s konkurenty, anebo jde-li o termín v absolutním slova smyslu, což by znamenalo, že každá firma, která působí na trhu, je konkurenceschopná, pokud dosahuje pozitivních výsledků při produkci nenulového množství. „Firma je konkurenceschopná, pokud dokáže obsluhovat trh. Pokud nikoliv, jde ven z byznysu“ (Cellini, Soci 2002, str. 17). Tak jednoduché to však není, což přiznávají i sami tito autoři, kteří považují konkurenceschopnost nikoliv za absolutní, ale za relativní pojem.

Model dokonalé konkurence

Konkurenceschopnost totiž závisí na daném tržním kontextu, na jehož pozadí danou firmu hodnotíme. Zde je klíčové především to, o jakou tržní strukturu se jedná a v jakém časovém období konkurenceschopnost hodnotíme. Zvolme si pro začátek elementární příklad dokonalé konkurence se dvěma firmami.¹ Předpoklady tohoto modelu jsou standardní neoklasické: tedy homogenní produkt, dostatečný počet kupujících, kteří jsou lhostejní k tomu, jaká firma jim prodává výrobek, tržní cena stejná pro všechny a dokonalá informovanost aktérů. Jelikož budeme počítat pouze s jedním obdobím, je podmínka volného vstupu a výstupu do odvětví v tomto případě irelevantní.

Máme-li stanoveny tyto podmínky, potom je zřejmé, že jediné, čím se mohou od sebe firmy navzájem odlišovat, jsou jejich funkce celkových nákladů (1), kde q je množství, které daná firma produkuje. Jinak by si trh rozdělily napůl, neboť by se na trhu potýkaly se stejnou sadou relací cena-mezní náklady.

$$TC_A = 8q + \frac{q^2}{2} \quad TC_B = 4q + q^2 \quad (1)$$

Na základě těchto nákladových funkcí můžeme stanovit funkce mezních (2) a průměrných (3) nákladů obou firem.

$$MC_A = 8 + q \quad MC_B = 4 + 2q \quad (2)$$

$$AC_A = 8 + \frac{q}{2} \quad AC_B = 4 + q \quad (3)$$

Nyní můžeme již snadno zapsat rovnice individuálních nabídkových křivek (4) a (5), kde P je tržní cenou:

$$q_A = 0 \quad \text{pro } P \in (0;8) \quad q_A = P - 8 \quad \text{pro } P \in \langle 8; \infty \rangle \quad (4)$$

$$q_B = 0 \quad \text{pro } P \in (0;4) \quad q_B = \frac{P}{2} - 2 \quad \text{pro } P \in \langle 4; \infty \rangle \quad (5)$$

Rovnice křivky tržní nabídky (6) je pak horizontálním součtem (4) a (5).

$$Q = 0 \quad \text{pro } P \in (0;4)$$
$$Q = \frac{P}{2} - 2 \quad \text{pro } P \in \langle 4;8 \rangle \quad (6)$$

¹ Podobný příklad lze nalézt i v Cellini, Soci (1997), str. 2.

$$Q = \frac{3P}{2} - 10 \quad \text{pro } P \in \langle 8; \infty \rangle$$

Konečně, funkci tržní poptávky (7) zapíšeme v parametrické podobě, kde α je reálným parametrem.

$$Q = \alpha - P \quad (7)$$

Nyní budeme analyzovat různé situace, které mohou vzniknout, bude-li se lišit parametr α . Při jeho nízkých hodnotách bude také rovnovážná cena P na trhu nízká. Pokud bude cena nižší než 4, pak ani jedna z firem není schopna obsluhovat trh a tudíž ani jedna z nich není konkurenceschopná, ať už vezmeme jakékoliv pojetí tohoto výrazu. Jestliže však cena bude v rozmezí mezi 4 a 8, potom celý trh bude obsluhovat firma B. Jedině ona tak bude konkurenceschopná.

Zajímavá situace však nastane, pokud budeme postupně zvyšovat parametr α tak, aby se rovnovážná cena dostala nad úroveň bodu zvratu firmy A. V takovém případě na trhu prodávají obě firmy a je otázkou, jak posuzovat jejich konkurenceschopnost, jaké kritérium zvolit. Nabízí se jich celá řada: tržní podíl, zisk, zisk na jednotku případně průměrné náklady. Jak plyne z Tabulky 1, posouzení konkurenceschopnosti závisí na volbě kritéria hodnocení.

Tabulka 1: Ukazatele výkonnosti firem v modelovém příkladě

| Parametr α | | 15 | 20 | 25 | 30 | 35 | 40 | 45 | 50 |
|-------------------|---|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| Produkce | A | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 | 12 | 14 | 16 |
| | B | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Celkový zisk | A | 2 | 8 | 18 | 32 | 50 | 72 | 98 | 128 |
| | B | 9 | 16 | 25 | 36 | 49 | 64 | 81 | 100 |
| Zisk na jednotku | A | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| | B | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Průměrné náklady | A | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| | B | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |

Zdroj: Vlastní výpočty

Bude-li tedy $\alpha=15$, pak dle všech kritérií bude více konkurenceschopnou firma B, která je ziskovější, má vyšší tržní podíl a pracuje s nižšími průměrnými náklady. Zvýšíme-li však α na 20, firma B sice bude nadále ziskovější a nákladově efektivnější, nicméně podíl na trhu budou mít oba podniky totožný. Pokud bude $\alpha=25$, bude mít firma A dokonce vyšší podíl na trhu. Zajímavá situace nastává, jestliže je $\alpha=35$ a více. V takovém případě bude totiž firma A vykazovat nejen vyšší podíl na trhu, ale také vyšší celkový zisk. Nicméně průměrný zisk na jednotku má stále nižší než její konkurent, stejně tak firma A pracuje s vyššími průměrnými náklady, a je teda nákladově méně efektivní

Z výše uvedeného příkladu plyne významné zjištění, že konkurenceschopnost podniku nelze posuzovat absolutně jen podle nákladových či technologických faktorů, neboli podle strany nabídky. Je tedy nutné počítat i s poptávkovou stranou, především s velikostí trhu. Samozřejmě tento závěr neplatí absolutně, jistě by šlo najít příslušné nákladové křivky, které by vedly k jednoznačnějším závěrům, byla by to však pouze výjimka potvrzující pravidlo. Mají-li nákladové křivky klasický U-tvar, potom zpravidla dojdeme k obdobným závěrům.

Toto poznání má závažné důsledky. Zkusme například uvažovat jiný trh, třeba v jiné zemi, na kterém operují firmy se stejnými nákladovými funkcemi. Oba trhy se pak budou lišit pouze poptávkovou křivkou, což povede k tomu, že hloubka obou trhů bude rozdílná. V takovém případě pak může dojít k paradoxní situaci, kdy firmy se stejnými nákladovými funkcemi, které pouze působí na jiných trzích, vykazují úplně opačné výsledky.

Je zřejmé, že mezi různými trhy může být celá řada rozdílů. Záleží i na tom, jak vymezujeme relevantní trh. Ten totiž můžeme chápat také jako určitý cenový segment, kdy v rámci daných tržních nik funguje dokonalá konkurence mnoha firem. Zatímco v jednom segmentu mohou být v krátkém období všechny firmy velmi ziskové, v jiném na tom budou mnohem hůře, třebaže jsou na tomto segmentu všechny firmy velmi efektivní a mají velmi nízké průměrné náklady. Naopak ti „šťastní“, kteří působí jinde, jsou velmi neefektivní, ale dosahují skvělých výsledků. Trefně to vystihuje slavný bonmot: „Tak jako v závodě jde odměna tomu nejrychlejšímu, i když se všichni soutěžící flákají. Stejně tak i ve světě tupců budou stále nějaké zisky“ (Alchian, cit. v Metcalfe, Ramlogan, Uyarra 2002, str. 13). Záleží až na daném konkrétním tržním kontextu, který určí, kdo je či není konkurenceschopný.

Nyní se zkusme posunout trochu jinam. Zůstaneme sice u dokonalé konkurence, ale budeme uvažovat dlouhé období. V něm budou všechny firmy operovat na minimu průměrných nákladů, k jehož stejné výši by postupně měly směřovat všechny firmy. I zde však nastávají jisté rozdíly u jiných kritérií hodnocení konkurenceschopnosti. Například podíl na trhu se odvíjí od optimálního množství produkce, což souvisí s konkrétním tvarem nákladových křivek, které se však mohou lišit. Potom se také liší podíl firem na trhu. Pokud jde o ziskovost, tak zde je situace trochu složitější, záleží totiž na tom, zda skutečně všechny firmy na trhu operují na stejné hladině minima průměrných nákladů, nebo je-li zde pouze marginální firma, zatímco ostatní mají toto minimum posunuto níže, čímž by se staly ziskovějšími. Jedná se však o poměrně složitou záležitost dynamiky rovnováhy na trhu, což není tématem této práce. Alespoň na závěr bychom však měli zdůraznit předpoklad neměnnosti technologie i v dlouhém období. Pakliže by se změnila, bylo by vše zase trochu jinak.

Nedokonalá konkurence

Nyní opustíme předpoklad dokonalé konkurence a přejdeme k situaci oligopolu, nebo spíše duopolu. Je vcelku logické, že zabývat se monopolem nemá význam. Na první pohled je situace duopolu obdobná dokonalé konkurenci se dvěma firmami, opět zde je homogenní produkt. Jediný rozdíl spočívá ve vědomí firem, že jsou to pouze ony, kdo dodává na trh, přičemž toto ovlivňuje jejich strategické chování. Existuje několik modelů popisujících chování firem v takové situaci, jejich přesný popis by však vyžadoval mnoho prostoru. Obecně se dá říci, že firmy mezi sebou budou soutěžit buďto v ceně (Bertrandův model) nebo v množství (Cournotův model).²

Zajímavý pohled přináší také teorie her, jejímž prizmatem lze hodnotit strategickou závislost dvou firem. Závěry odvozené na základě „věžňova dilematu“ jsou obdobné závěrům Cournotova modelu, kdy firmy - pokud se chovají sobeckým způsobem - sice docílí vyššího podílu na trhu na úkor svého konkurenta, avšak tyto výsledky nebudou ideální. Jinými slovy by firmy mohly dosáhnout vyšší ziskovosti, pokud by se chovaly kooperativně. Vztáhneme-li toto na konkurenceschopnost, potom sobecky se chovající firma je patrně konkurenceschopnější než ta druhá, což platí jen podle kritéria podílu na trhu, případně maximálního zisku. U zbývajících kritérií to nelze zobecnit. Pokud by firmy navíc mezi sebou kooperovaly, byly by obě víc ziskové. Otázkou tedy je, jak v tomto případě vůbec chápat konkurenceschopnost.

Opět zde můžeme použít příklad dvou trhů. Na jednom z nich proti sobě firmy tvrdě bojují, na druhém mají tendenci ke koluznímu chování. Lze očekávat, že na druhém trhu bude ziskovost vyšší, přesto je možné, že firmy operující na prvním trhu jsou efektivnější, a v případě sjednocení těchto trhů by to byly ony, kdo by vykazoval vyšší konkurenceschopnost.

Opustíme-li předpoklad homogenního výrobku, dostává se firmám dalších možností jak konkurovat. Už to tudíž nejsou pouze náklady, které ovlivňují jejich konkurenceschopnost, ale existuje zde možnost odlišit se svojí produkcí, a tím pádem se potýkat se svou „vlastní“ poptávkovou křivkou, která determinuje nejenom množství poptávané produkce dané firmy, ale rovněž cenu, která se může lišit od konkurence. Hodnotit konkurenceschopnost firem v této situaci lze podle podobných indikátorů jako v předchozích případech, pouze při jejich aplikaci musíme postupovat trochu opatrněji.

Zásadním rozdílem oproti předchozím situacím je právě možnost dosažení odlišné ceny, která odráží odlišnou vnímanou kvalitu. Zdrojem této odlišnosti může být jednak skutečná kvalita, ale také různé prvky necenové konkurence, například design, servisní služby

² Modelový příklad na Cournotův model řeší například Cellini, Soci (1997), str. 5.

případně image firmy. V takovém případě je velmi těžké určit, která z firem je více konkurenceschopná. Samozřejmě je možné aplikovat univerzální indikátory jako absolutní zisk, případně i podíl na trhu, avšak pouze za předpokladu, že se jedná o trh relativně dobře definovatelný, který se vyznačuje jistou homogenitou směrem dovnitř a heterogenitou směrem navenek, neboli odpovídající marketingové definici tržního segmentu. V takovém případě porovnáváme výkonnost našich dvou firem, nikoliv úplně jiných firem, které se pohybují v jiných segmentech.

Pokud bychom chtěli přímo srovnávat obě firmy, lze použít stínové ceny, které odrážejí kvalitativní rozdíly. Mějme tedy například firmu A, která prodává svůj výrobek kvality K_A za cenu p_A , a firmu B s výrobkem kvality K_B za cenu p_B . Potom můžeme říct, že firma A je více konkurenceschopná jak firma B, pokud platí (8), kde p_K je stínová cena odrážející rozdíl v kvalitě mezi oběma statky (Cellini, Soci 1997).

$$p_A - p_K(K_A - K_B) < p_B \quad (8)$$

Konkurenceschopná je pak tedy ta firma, která nabízí zboží srovnatelné kvality za nižší cenu. I zde však lze nalézt některé problematické body. V ekonomické realitě totiž něco jako stínové ceny až tak stoprocentně nefunguje. Pokud je rozdíl v cenách dostatečně velký, může se stát, že ani velmi vysoká kvalita dražšího statku nezabrání tomu, aby spotřebitelé preferovali výrobek konkurenční firmy, přestože by k tomu dle (8) nemělo dojít. Aby tedy tento vztah platil, museli by se spotřebitelé chovat maximálně racionálně.

Velkým problémem je také diferenciací příjmů spotřebitelů, přičemž konkrétní podoba tohoto příjmového rozdělení do značné míry předurčuje konkurenceschopnost jednotlivých firem s diferencovanou produkcí. Převažují-li ve společnosti nižší příjmy, výhodu mají spíše firmy prodávající levnější produkci. Ty pak mohou díky vysokému obratu vykazovat takovou ziskovost, že předčí i firmy s dražšími výrobky, které mají díky jejich vnímané kvalitě vyšší *mark-up*. Opět se tedy můžeme ptát, kdo je pak vlastně konkurenceschopný.

Každopádně možnost odlišení se od konkurence je pro firmy velkou výhodou, která může vést k vysoké ziskovosti, pokud ty jsou schopny díky špičkové kvalitě svých výrobků dosahovat vyšších přírůstků k nákladům. Záleží potom na dané tržní situaci, zdali je výhodnější postupovat cestou vysoké kvality výrobků a nižšího objemu prodeje, nebo nízkých cen doprovázených masovou produkcí. Nejlepším indikátorem konkurenceschopnosti je tak patrně zisk na jednotku produkce, případně rentabilita vlastního jmění, která je patrně nejpresnějším měřítkem hodnocení úspěšnosti firmy na trhu.

Která firma je vlastně úspěšná?

Je ale otázkou, na základě čeho se vůbec v dnešním světě posuzuje úspěšnost firmy. Lze patrně říci, že právě zodpovězení této otázky může být klíčem k objasnění mikroekonomické konkurenceschopnosti. Bylo by patrně už poněkud archaické všítat si jen celkového zisku. Mnohem zajímavější jsou spíše různé ukazatele, které se však právě od zisku odvíjejí. Jedním z nich je už vzpomínaná rentabilita vlastního jmění (ROE), případně rentabilita aktiv (ROA). Pro firmy kótované na burze je zajímavý také zisk na akcii, případně *P/E ratio*.

Pokud jsme dříve uvažovali relativnost pojmu konkurenceschopnost zejména ve vztahu k ostatním firmám na trhu nebo podle volby kritéria, zde se ukazuje, že dalším možným úhlem pohledu je zainteresovanost toho, kdo onu konkurenceschopnost hodnotí. Od toho se totiž odvíjí volba indikátoru, který tato osoba použije. Zde se tak dostáváme k problematice *corporate governance*. Pro každého ze *stakeholderů* má totiž konkurenceschopnost trochu jiný význam. V dnešním světě se pak akcentuje především možný konflikt zájmů mezi vlastníky a manažery, kteří se na výkonnost firmy mnohdy dívají odlišně.

Navíc jsme opomněli, že existují také firmy, které nejsou založeny za účelem zisku. Přestože takové nejsou příliš ve středu pozornosti ekonomické vědy, i tyto je někdy nutné hodnotit prizmatem konkurenceschopnosti. Stejně jako tedy existuje konfliktnost cílů *stakeholderů* uvnitř firmy, je zde také celá řada rozličných cílů, za účelem jejichž splnění firmy vznikají. Pokud toto všechno zobecníme, pak můžeme konkurenceschopnost podniku definovat jako schopnost plnit co nejlépe dané cíle.

Firmy a technologická změna

Nyní odstraňme předpoklad neměnnosti technologie. Dostáváme se tak do úplně jiného světa, někdy také nazývaného jako „schumpeterovský svět“. Spíše než stav nás v takovém případě zajímá proces, který vede k neustálému narušování rovnováhy. Ve fungující tržní ekonomice ani rovnováhu nejde nalézt, neboť ta je trvale vychylována inovacemi podnikatelů (Schumpeter 1975). Příčinou tohoto všeho je snaha těchto podnikatelů získat na trhu nějakou výhodu. „Podnikatelé hledají strategie, aby našli kombinaci zákazníků a služeb, u nichž mají výhodu oproti těm, které vnímají jako své konkurenty“ (Brenner, cit. v Metcalfe, Ramlogan, Uyarra 2002, str. 8).

Paradoxně se tak konkurence stává aktivní až tehdy, kdy do ní vstupuje nějaký prvek monopolu, třeba monopolistická konkurence spočívající v existenci diferencované produkce (Metcalfe, Ramlogan, Uyarra 2002). Pokud by podnikatelé neměli možnost těžit nějakou monopolní rentu jako odměnu za svou podnikatelskou činnost, neměli

by k takovému chování stimul. Proto je nezbytná také ochrana práv duševního vlastnictví.

Vrátíme-li se k otázce konkurenceschopnosti, musíme poněkud změnit její chápání oproti předešlým situacím. V nich byla konkurenční pozice statická, odrážela daný stav, rovnováhu. V dynamickém pojetí je naopak založena na schopnosti tuto rovnováhu narušovat. Základem je inovační proces, který přetváří především znalostní vstupy ke kreativnímu výstupu. Klíčovou otázkou potom je, jaký má tento výstup být. Měl by být především takový, aby firmě, které jej uvede na trh zaručil dobré výsledky. Tudiž nezbytným základem inovačního procesu je správný „podnikatelský čich“.

Nejvíce konkurenceschopnou je pak taková firma, která se dokáže nejlépe přizpůsobovat měnícímu se prostředí, případně jej svými inovacemi sama vytváří. Konkurenceschopnost tak lze do značné míry ztotožnit s flexibilitou, avšak tuto schopnost musíme spojovat také a jistou výkonností firmy na trhu. Nelze vyloučit, že i firma, která není příliš flexibilní, může těžit ze svých konkurenčních výhod, které mají trvalejší charakter. Potom i taková firma je vysoce konkurenceschopnou. Zpravidla by však vyšší flexibilita měla vést k dlouhodobě lepším výsledkům. Problémem však může být definice samotné flexibility, což je taktéž poměrně vágní pojem. Definovat konkurenceschopnost přes flexibilitu tak může být jakousi definicí v kruhu.

Otázkou je, jak takovou dynamickou konkurenceschopnost vůbec měřit. Dlouhodobě konkurenceschopná firma je především dlouho existující firma. Při hodnocení dlouhodobé konkurenceschopnosti firem máme jistou výhodu v tom, že víme stoprocentně, že nekonkurenceschopná firma jde „z kola ven“. Pokud tam tedy nějaká působí celá desetiletí, tak to patrně není náhodou. Nejvíce konkurenceschopnými jsou potom především firmy, které na trhu působí relativně dlouho, dokáží se přizpůsobovat dlouhodobým změnám na trzích, či případně tyto změny samy vytvářejí svými inovacemi. Takové firmy trvale zhodnocují peníze svým akcionářům, dobře platí své zaměstnance, jejich značky mají vysoký kredit a u zákazníků se většinou těší dobré reputaci

Dobrá image firmy je v delším časovém období patrně tím nejlepším znakem konkurenceschopnosti. Taková firma z něj dokáže těžit jednak na trzích produkce, kdy může dosahovat vyšších *mark-ups* díky dobrým značkám, ale také na straně poptávky po zaměstnancích, kdy si vybírá ten nejkvalitnější lidský kapitál, dále na trhu komponent, kdy možnost dodávat zavedené firmě zlepšuje reputaci i subdodavatelům, a v neposlední řadě pak na finančním trhu. Za tím vším však stojí schopnost dlouhodobě využívat těchto výhod a neusnout na vavřínech.

Konkurenceschopnost člověka?

Na závěr této kapitoly zkusme pouvažovat tak nějak po „beckerovsku“, zda může existovat něco jako konkurenceschopnost člověka. Ačkoliv to na první pohled vypadá jako hloupost, nemusí tomu tak být. Lidé se mezi sebou liší ve schopnosti uspět v životě. Stejně jako u firem, tak i u člověka můžeme rozlišovat statické a dynamické pojetí konkurenceschopnosti, přičemž závěry budou obdobné. Rovněž lidé uspějí dlouhodobě nejlépe, pokud jsou co možná nejvíce flexibilní, když se dokáží dobře přizpůsobovat měnícím se podmínkám ve světě nebo ten svět dokonce sami mění.

Taktéž relativnost pojmu konkurenceschopnost je zde více než zřejmá, ježto záleží hodně na úhlu pohledu, který ovlivní příslušné závěry. Zásadním problémem na tomto poli však je opět ona dichotomie slova z úvodu této části, zdali je v pozadí konkurenceschopnosti nutně konflikt. Tak se dostáváme k poměrně závažným filozofickým úvahám o společnosti, tedy jak moc je relevantní Hobbesova válka všech proti všem. Pokud tuto ideu trochu zmodernizujeme, tak se ptáme, zda úspěch jednoho člověka je či není na úkor jiného člověka. Odpověď na tuto otázku je však už ryze subjektivní záležitost.

1.2. Makroekonomická konkurenceschopnost

Zřejmě nekontroverznější referenční úrovní, na níž se konkurenceschopností zabýváme, je makroekonomická úroveň, tedy úroveň států, případně nadnárodních uskupení. Jde o relativně nové téma, které se do popředí světové ekonomie dostává až v posledních dvou desetiletích. To zřejmě souvisí s proměnami světové ekonomiky, kdy globalizace vede k jistému zviditelnění konkurence jednotlivých zemí a makroregionů.

Byl to především úspěch asijských zemí, který přivedl politiky v USA a Evropě k úvahám, jak této konkurenci čelit. Začíná se tak přemýšlet nad zdroji tohoto úspěchu a nad tím, co změnit v domácích ekonomikách nebo i v institucionálním uspořádání světové ekonomiky, aby to byly opět USA a Evropa, kdo udává směr. Celé téma bylo tedy od počátků velmi zpolitizováno. Ekonomie tak do jisté míry jedná na politickou objednávku a je nucena věnovat se tomu, po čem je aktuální poptávka.

Sledování národní konkurenceschopnosti se také začíná institucionalizovat. Postupem času vznikají různé rady pro konkurenceschopnost, jejichž předmětem činnosti je analýza konkurenceschopnosti daných zemí ve srovnání s hlavními rivaly ve světové ekonomice. Na základě těchto analýz jsou doporučována opatření, která jsou následně s většími či menšími úspěchy implementována do hospodářských politik příslušných států.

Zajímavé je však porovnání výskytu slova „konkurenceschopnost“ v pravidelné Ekonomické zprávě prezidenta USA.³ Nejčastěji se toto slovo užívalo v 80. letech, kdy Sboru ekonomických poradců předsedal Beryl Sprinkel. Za Michaela Boskina dochází k menšímu ústupu, který následně pokračuje za prezidentování Billa Clintona a jeho týmu poradců, kterým postupně šéfovali Laura D’Andrea Tyson, Joseph Stiglitz, Janet Yellen a Martin Baily. Tento odklon patrně souvisel s větším důrazem Clintonovy administrativy na domácí otázky. K častějšímu užívání pojmu pak nedochází ani za George W. Bushe, tedy za šéfporadců Roberta Hubbarda a Gregory Mankiwa. Jistý posun nastal až v letošním roce, kdy stanul v čele Sboru ekonomických poradců Ben Bernanke.

Přestože se konkurenceschopností zabývá spousta lidí, mluví se o ní a píše se o ní, její definice není nijak sjednocena. Existuje nepřeberné množství někdy velmi odlišných definic tohoto pojmu, které akcentují mnohdy velmi odlišné věci. Jádrem problému totiž je, jak aplikovat na státy konkurenceschopnost, která je obtížně zachytitelná už na mikroekonomické úrovni. Oproti firmám totiž nelze na státy aplikovat kritérium přežití. I když budou státy nekonkurenceschopné, nemohou odejít z byznysu, budou tu stále.

Vnější konkurenceschopnost

Postupem času vykrystalizovalo několik směrů definic národní konkurenceschopnosti. První z nich představuje tzv. vnější pojetí, kdy tuto hodnotíme jen dle exportní výkonnosti sledované země. „Můžeme říct, že země se stává více či méně konkurenceschopnou, jestliže se v důsledku vývoje cenově-nákladových faktorů zlepšila nebo zhoršila její schopnost prodávat na zahraničních trzích“ (Balassa, cit. Cellini, Soci 2002, str.5).

V podobném duchu se nese následující definice konkurenceschopnosti, která je sice primárně určena pouze pro daný průmyslový sektor, nicméně můžeme ji aplikovat také na makroekonomickou úroveň v tomto pojetí. „Konkurenceschopnost je definována jako způsobilost průmyslového sektoru bránit a/nebo získat tržní podíl na otevřených mezinárodních trzích, spoléhajíc se na cenu a/nebo kvalitu své produkce“ (EC 2004, str. 13). Oproti předešlé definici je zde výrazný posun v tom, že jako konkurenční hodnotu bereme také kvalitu produkce, tedy nikoliv jen cenově-nákladové faktory.

³ Četnost použití tohoto výrazu v posledních 20 zprávách

| | | | | | | | | | |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 1987 | 1988 | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 |
| 39 | 23 | 35 | 12 | 18 | 25 | 3 | 17 | 5 | 6 |
| 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
| 2 | 5 | 5 | 0 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 15 |

Zdroj: Economic Report of the President 1987-2006

Z českých definic, které lze zařadit do tohoto směru, uvedme třeba následující: „Mezinárodní konkurenceschopnost se chápe jako schopnost země proniknout se svým obchodovatelným zbožím a službami na zahraniční a světové trhy a z takové mezinárodní směny získávat komparativní výhody“ (Čapek, Hájek, Mertlík, cit. v Kubišta a kol. 1999, str. 316). Je však otázkou, zda možnost získávat komparativní výhody není už jakýmsi přechodem k druhému pojetí, neboť právě komparativní výhody patří do paradigmatu světové ekonomiky jako hry s nenulovým součtem. V takovém případě, už to pak není soubor mezi zeměmi o co největší tržní podíl.

Vnější konkurenceschopnost je pojetí svým způsobem podobné kritériu, které se aplikuje na firmy. Hodnotí konkurenceschopnost ekonomiky podle její schopnosti dosahovat dobrých výsledků na mezinárodních trzích. Daná ekonomika je pak konkurenceschopná tehdy, když jsou její zboží a služby úspěšné v zahraničí a na domácím trhu. Takový úspěch pak lze měřit indikátory typu objem vývozu a dovozu, výkonová bilance, indexy komparativní výhody atd.

Problémem tohoto vymezení je, že jednotlivé ekonomiky se navzájem liší významem zahraničního obchodu pro agregátní poptávku. Zpravidla větší ekonomiky jsou tedy spíše uzavřené. Bylo by však poněkud nešťastné je hodnotit jako nekonkurenceschopné, i když jejich podíl na světovém obchodu neodpovídá podílu jejich HDP na světovém důchodu. Pro větší ekonomiky je pak relevantnější to, k čemu dochází uvnitř nich, než to, jak si vedou na světovém trhu (Pérez et al. 2004).

Agregátní konkurenceschopnost

Druhé pojetí označované jako tzv. celková (agregátní) konkurenceschopnost považuje za konkurenceschopnou takovou ekonomiku, která se může pochlubit jakousi pozitivní trajektorií na základě hlavních makroekonomických indikátorů jako jsou růst HDP, životní úroveň či zaměstnanost. Tento přístup zdůrazňuje roli produktivity, jejíž trvalý růst je nezbytný pro dosahování příznivých výsledků ve zmíněných ukazatelích. Hodnocení dané ekonomiky pak již nelze založit jen na absolutních číslech, ale spíše na jejich srovnání s dalšími ekonomikami.

Ačkoliv oba přístupy k vymezení konkurenceschopnosti ekonomik jsou na první pohled vzdálené, ve skutečnosti jsou si celkem blízké, protože dnes jsou již takřka všechny ekonomiky na světě poměrně otevřené, takže vnější sektor je standardní součástí jejich celkové nabídky a poptávky. Nepříznivý profil dle kritérií vnější konkurenceschopnosti se tedy automaticky může přelít do špatných výsledků v celkové konkurenceschopnosti. Totéž však platí i obráceně.

Trefně tuto syntézu hodnotí Krugman, který konkurenceschopnost považuje za „kombinaci příznivé obchodní výkonnosti a něčeho navíc“

(Krugman 1997, str. 7). Místo slova „navíc“ si můžeme dosadit spoustu možných ekonomických proměnných, přičemž jednotliví autoři se v tomto konkrétním sice poněkud liší, ale v zásadě jdou podobným směrem.

K pochopení konkurenceschopnosti je tak třeba podle Michaela Portera (2003) znát především její zdroje. Životní úroveň je determinována produktivitou ekonomiky, kterou měříme jako hodnotu zboží a služeb na jednotku vstupů. Závisí tedy jednak na hodnotě výstupu, ale také na efektivitě přeměny vstupů na výstupy. Skutečná konkurenceschopnost je pak měřena právě přes produktivitu, protože jenom ta umožňuje vysoké mzdy, silnou měnu nebo také dobrou výnosnost kapitálu, potažmo tedy vysokou životní úroveň. Porter pak konstatuje, že cílem není export sám o sobě, ale právě produktivita, přičemž nezáleží na tom, zda tuto produktivitu vykazují domácí či zahraniční firmy sídlící ve sledované ekonomice, ani jde-li o produkci určenou pro domácí nebo zahraniční trh. Důležitá je produktivita celé ekonomiky.

V rámci tohoto proudu, v němž je kladen důraz na vývoj produktivity ekonomiky, jde dnes převážná většina definic. Cílem většiny zemí je pak především zvyšovat dlouhodobé tempo růstu HDP. „Konkurenceschopnost je míra schopnosti, s jakou je v otevřených tržních podmínkách země schopna produkovat zboží a služby, které obstojí v testu mezinárodní konkurence, a zároveň udržovat nebo zvyšovat reálný domácí důchod“ (OECD 1992, str. 237).

Někteří autoři pak svoje definice více přibližují lidem a místo obecných pojmů jako domácí důchod či produktivita pracují s životní úrovní nebo příjmem obyvatel. Konkurenceschopnost je pak „naše schopnost produkovat zboží a služby, které uspějí v mezinárodní konkurenci tak, že občané země si mohou dopřávat životního standardu, který je jednak rostoucí, ale také udržitelný“ (D'Andrea Tyson, cit. v Cellini, Soci 2002, str. 3), případně „schopnost zvyšovat reálný příjem všech Američanů produkcí zboží a služeb vysoké hodnoty, které projdou testem světových trhů“ (Porter, Van Opstal 2001, str. i).

V podobném duchu se nesou definice, které chápou konkurenceschopnost jako „schopnost generovat relativně vysoký důchod faktorů a jejich vysokou míru využití za situace vystavení mezinárodní konkurenci“ (OECD, cit. v Mayerhofer 2005, str. 2) nebo „schopnost produkovat zboží a služby, které obstojí v testu mezinárodních trhů, a zároveň zachovávat vysokou a udržitelnou úroveň, nebo obecněji, schopnost vytvářet relativně vysoký příjem a úroveň zaměstnanosti při vystavení mezinárodní konkurenci“ (EC 1999, str. 4).

Poslední uvedené definice pracují také s mírou využití výrobních faktorů, což je myšleno především jako využití lidského kapitálu, tedy míra zaměstnanosti. Odráží to některé znepokojivé jevy v dnešní

ekonomice typické zejména pro evropské země, které sice vykazují vysokou životní úroveň, avšak při nízkém využití lidských zdrojů. V takovém případě je pak údaj o HDP na obyvatele, nebo ještě lépe produktivita práce, hezkým číslem, avšak nic moc neznamená, pokud je třeba desetina práceschopného obyvatelstva bez práce. Vrátime-li se na počátek této subkapitoly, tak bylo konstatováno, že národní konkurenceschopnost je do značné míry politickým pojmem, takže její atributy, ať chceme či nechceme, musí rovněž odrážet politické priority dané země.

Širší pojetí konkurenceschopnosti

Determinanty ekonomického rozvoje jsou tedy jednak schopnost domácích firem prodávat svoji produkci na trzích, potom hodnota těchto produktů a efektivita jejich produkce a v neposlední řadě pak i stupeň využití domácího kapitálu (včetně lidského) a přírodních zdrojů. Konkurenceschopnost je pak komplexní funkcí vztahů mezi těmito determinantami (Turok 2004).

Počet těchto determinant se však dále rozšiřuje, takže můžeme nalézt definice, kde máme třeba i jakousi kvalitu života, do níž se dá zakomponovat celá řada věcí od ekologických faktorů přes různé sociální, až po ryze psychologické hodnoty. „Národní konkurenceschopnost je široký koncept zahrnující rozmanitý soubor faktorů, které napomáhají schopnosti irských firem dosáhnout úspěchů na mezinárodních trzích takovým způsobem, který poskytuje obyvatelům Irska možnost zlepšit svůj životní standard a kvalitu života“ (NCC 2005, str. 2).

V posledních letech tak někteří autoři přicházejí v rámci tohoto směru se širším spektrem faktorů, které vymezují celkovou konkurenceschopnost. Hovoří se tak o „atraktivnosti země“ (Cellini, Soci 2002), což je jakýsi soubor znaků, které umožňují dané ekonomice překonávat jiné ve schopnosti generovat národní důchod a přitahovat faktory produkce. Mezi tyto znaky patří kromě nákladových či technologických komparativních výhod také daňový režim, trh práce, politická situace nebo příznivá geografická poloha.

Hra s nulovým součtem?

Za tímto konceptem můžeme vidět některé realie dnešní globální ekonomiky, která se dá charakterizovat jako souboj jednotlivých aktérů - tedy i států - o mobilní zdroje, kterými mohou být jak kapitál, tak i pracovní síly. Jelikož se jedná o záležitost s poměrně závažnými důsledky není bez významu se nad tímto problémem chvíli zdržet. Právě na základě výkladu tohoto jevu se lze totiž přiklonit buďto k odmítnutí nebo přijetí existence makroekonomické konkurenceschopnosti.

Paul Krugman (1997) například tvrdí, že obavy o konkurenceschopnost, jako o empirickou záležitost, jsou zpravidla nepodložené. Posedlost

konkurenceschopností pak nejen že je špatnou, ale je podle něj i nebezpečnou. To vše pak vede ke špatným rozhodnutím, když se politici snaží o zvyšování konkurenceschopnosti. Podle Krugmana totiž nelze na země aplikovat obdobné závěry pozorování u firem, neboť je zde zásadní rozdíl ve skutečnosti, že země nemají nic takového jako bod zvratu a nemohou tak ani odejít z byznysu. Klíčovým poznatkem pak je, že mezinárodní obchod není hrou s nulovým součtem.

Právě poslední větu zkusme rozebrat. Už od dob Adama Smithe se mezinárodní obchod nepovažuje za hru s nulovým součtem, když tento zakladatel ekonomie jako samostatné vědy ve svém konceptu absolutních výhod dokázal, že na mezinárodním obchodu mohou vydělat všechny země, pokud mají ve výrobě nějakého statku absolutní výhodu. David Ricardo obohatil teorie mezinárodního obchodu o zákon komparativních výhod, podle něhož spolu země mohou obchodovat i tehdy, když jedna z nich dokáže vyrábět všechna zboží s absolutně nižšími náklady a druhá země všechna s absolutně vyššími náklady.

Podle Ricardovy teorie se má každá země orientovat na výrobu těch produktů, u nichž má relativně nižší náklady. Přestože v dalších obdobích vznikla celá řada teorií mezinárodního obchodu, základem obhajoby liberalizovaného obchodu jsou právě tyto principy mající počátky již v dobách klasické politické ekonomie. Specializace dle komparativních výhod totiž zvýší světovou produkci, protože vede k efektivnější alokaci zdrojů. K růstu tak není nutný vyšší celkový fond práce.

Z dnešního pohledu je však důležitým předpoklad, že obchod na bázi komparativních výhod se rozvine pouze tehdy, když mezi zeměmi nedojde k intenzivnímu pohybu kapitálu. Pokud by k němu docházelo, kapitál by plynul do zemí s nižšími absolutními náklady. Dnešní globalizovaná ekonomika je charakteristická právě masivními přesuny kapitálu, navíc je vcelku mobilní i pracovní síla, především ta vysoce kvalifikovaná.

Je tedy vcelku kontroverzní otázkou, zda mezinárodní obchod stále plní tu roli, jakou by teoreticky plnit měl. Není sporu o tom, že celkový světový důchod se díky specializaci skutečně zvyšuje. Jádro problému však spočívá v tom, zda mohou země prosperovat na úkor jiných zemí či nikoliv. Zde je třeba rozlišit dva druhy trhů. Trh výstupu není tím problémovým, neboť země se specializují jen na určitý typ produkce, přičemž komparativní výhody zde stále působí, i když ne v takovém rozsahu, jako by tomu bylo při totální imobilitě kapitálu. Jinými slovy, prizmatem pouze tohoto trhu je mezinárodní obchod skutečně hrou s pozitivním součtem.

Otázkou je však druhá strana, tedy trh výrobních faktorů. Přijmeme-li hypotézu, že zásoba kapitálu a pracovních sil je omezená a exogenně daná, potom například pobídka jedné země za účelem získání

zahraničního kapitálu zvyšují šance této země na jeho získání na úkor jiných zemí. Podobně cílená imigrační politika, zaměřená například na přilákání špičkových vzdělaných odborníků, vede k tomu, že nějaká jiná země naopak trpí odlivem mozků (*brain drain*). Pokud podobnou politiku aplikuje více zemí, pak se dokonce nemusí jednat o hru s nulovým součtem, ale přímo o hru se součtem negativním, na které mohou trpět všechny zúčastněné státy, přičemž získávají třeba jen zahraniční investoři, kteří mají daňový domicil v úplně jiné zemi, a přispívají tak k prosperitě někoho jiného.

Vrátíme-li se k Ricardovi a jeho podmínce fungování principu komparativních výhod, můžeme dnes rozšířit jeho tezi o přesunu kapitálu tam, kde je nejlépejší pracovní síla o další faktory, které ovlivňují investiční rozhodování. Kromě ceny práce to tak dnes je také její kvalifikace, velikost domácího trhu, existence kvalitní distribuční sítě, dostatek kvalitních subdodavatelů, investiční pobídky, fungující instituce atd. Stejně tak migrující pracovníci se dnes rozhodují nejenom na základě životních nákladů v dané zemi, ale také třeba podle daňového režimu, kvality životního prostředí, školství či zdravotnictví nebo i možností kulturního vyžití. Úspěšnost v přilákání jak finančního, tak i lidského kapitálu tak závisí na celé řadě parametrů, které jsou do značné míry politicky ovlivnitelné.

Vidíme tedy, že výrobní faktory jsou poměrně mobilní, navíc existují nástroje, jak jejich pohyb usměrňovat. Pokud zároveň platí, že jejich příliv přispívá k růstu konkurenceschopnosti země, potom můžeme konstatovat, že dnešní světová ekonomika je hrou s nulovým součtem. Avšak termín „světová ekonomika“ je tentokrát použit záměrně místo pojmu „mezinárodní obchod“, neboť ten hrou s nulovým součtem není. Otázka ale zní, zda-li nás v souvislosti s konkurenceschopností zajímá pouze mezinárodní obchod, který reprezentuje jen zboží a služby, nebo i pohyby kapitálu, lidí, znalostí, technologií atd. Poněvadž dnes platí spíše to druhé, je logičtější zabývat se světovou ekonomikou jako celkem. A ten zřejmě má, ať chceme nebo nechceme, podobu hry s nulovým součtem.

Samozřejmě se dá namítnout spousta věci proti tomuto závěru jako například prospěch celého lidstva z globální tvorby inovací, které tak vznikají patrně snáze. Princip však zůstává stejný: pokud je někdo více konkurenceschopný, musí být někdo méně. Někdo může těžit z toho, že se nachází na hranici nejlepší technologické praxe díky tomu, že třeba disponuje nejkvalifikovanějšími odborníky, jiný se zase musí orientovat na levnou výrobu. Stejně jako tato technologická úroveň, rovněž úroveň ekonomická je relativní pojem. V takovém případě je i konkurenceschopnost relativní, neboť ta má podle výše uvedených definic bezprostřední vztah k životní úrovni obyvatel.

Dlouhodobá udržitelnost konkurenceschopnosti

Vraťme se však ještě k definicím, neboť zde je jeden atribut, který byl dosud opomenut. Některá pojetí kromě jiného artikuluji udržitelnost růstové výkonnosti či životní úrovně. „Ekonomika je konkurenceschopná, jestliže si její populace může užívat vysokého a rostoucího životního standardu na udržitelném základě“ (EC, cit. v Mayerhofer 2005, str. 3). „V širším pojetí označuje konkurenceschopnost souhrn předpokladů pro dosahování dlouhodobě udržitelné růstové výkonnosti, a tím i zvyšování ekonomické úrovně v podmínkách vnitřní a vnější rovnováhy“ (Kadeřábková 2003, str. 64).

Když bychom tedy měli shrnout, co to vlastně makroekonomická konkurenceschopnost je, došli bychom k několika znakům. Konkurenceschopná ekonomika je úspěšná na mezinárodních trzích, díky tomu v ní roste kvalita života, přičemž tento růst je dlouhodobě udržitelný. Za těmito úspěchy stojí splnění mnoha nezbytných podmínek, mezi něž můžeme řadit především růst produktivity a co nejvyšší možné využití zdrojů. Hlavními stavebními kameny, na kterých je úspěch konkurenceschopné ekonomiky založen, jsou pak její vstupy, kterými jsou ekonomická a technologická infrastruktura, daně a regulace, vzdělání, podnikání a inovace. Hospodářská politika pak může ovlivňovat konkurenceschopnost ekonomiky právě přes působení na tyto stavební kameny, nikoliv přes nezbytné podmínky nebo přímo růstovou výkonnost (NCC 2005).

Řečeno trochu lidověji, je to tedy soubor faktorů, díky nimž je ve sledované zemi radost žít a podnikat, přičemž obojí musí být splněno. Právě kvalitní podnikový sektor je totiž základem veškerých úspěchů. Jsou to firmy, kdo dává lidem práci, za kterou je platí, kdo inovuje a svými výrobky dělá zemi reklamu v zahraničí. Avšak úspěšný podnikový sektor potřebuje kvalifikovanou pracovní sílu, která se musí cítit v dané zemi spokojená.

Pokud jde o časový horizont, můžeme rozlišit konkurenceschopnost v krátkém a dlouhém období. Zatímco ve statickém (krátkém) pojetí nás zajímají spíše konkrétní výsledky, kterých ekonomika dosahuje, v dlouhém období se zdůrazňují spíše dynamické aspekty konkurenční pozice. Ty jsou spojeny především s technologickými a strukturálními faktory, nezajímají nás tak některé konjunkturální vlivy, které mohou být ovlivněny působením například monetárních faktorů. Dlouhodobá konkurenceschopnost ekonomiky pak odráží její schopnost přizpůsobovat se globálním změnám struktur nabídky a poptávky, případně schopnost pomoci tuto změnu utvářet. Místo výsledků se tak zkoumají spíše faktory, které napomáhají nebo zabraňují zlepšování konkurenceschopnosti (Kadeřábková et.al. 2002).

Nicméně toto dělení nemá až tak pevnou hranici, jedná se totiž o propojené nádoby. Je především otázkou, co ještě je a co už není

krátké období. Toto dělení má význam zvláště pro měření a následné hodnocení konkurenceschopnosti. Ve statickém pojetí nás zajímá jakýsi fotografický snímek, který zachycuje pozici země dle rozličných kritérií, zatímco v dynamickém pojetí podle různých ukazatelů zkoumáme trajektorii země. Lze však říct, že ke statickému pojetí má blíže vnější konkurenceschopnost a k dynamickému spíše konkurenceschopnost agregátní.

1.3. Konkurenceschopnost systému

Mezi mikroekonomickou a makroekonomickou úrovní leží specifická úroveň, kterou můžeme obecně nazvat jako systém. Ten nevzniká prostou agregací jednotlivých firem, ani to není žádná odvozenina od národní ekonomiky. Tento systém je souborem subjektů, které jsou koordinovány tak, že tvoří jistý relativně samostatný organismus, který má svá pravidla a společné cíle. Vzniká jako výsledek evolučního vývoje působením vzájemné závislosti mezi subjekty a exogenních faktorů, které jej ovlivňují. (Cellini, Soci 1997).

Existence společného cíle a souboru pravidel neznamená, že jednotlivé subjekty nemohou mít své individuální cíle. Nicméně právě onen vyšší cíl vytváří jistou pospolitost, díky níž je plnění individuálních cílů snadnější. Jinými slovy, konkurenceschopnost firem tvořících systém je ovlivněna některými společnými charakteristikami. Ty mají zpravidla podobu tzv. „soft externalit“. Jak připomínají Kitson, Martin a Tyler (2004), tyto přínosy odpovídají triádě externalit průmyslové lokalizace v pojetí Alfreda Marshalla, podle něhož je tvoří kvalifikovaná pracovní síla, podporující a přidružená odvětví a znalostní přelévání. Panuje tam tedy jakási „průmyslová atmosféra“, lze také tvrdit, že je „něco ve vzduchu“.

Základními elementem systému tak jsou především existence veřejných statků, které tvoří hlavně znalosti a společné informace. Díky nim pak vznikají různé externality, které snižují náklady firmám, ať už transakční, tak na inovace. Usnadňuje se tak šíření inovací, díky čemuž roste jak konkurenceschopnost systému, tak i jednotlivých subjektů na něm participujících. Právě důležitost inovací a jejich šíření naznačuje, že systém je nutné chápat spíše dynamicky než staticky. Přestože firmy mohou být firmy vně systému staticky efektivnější, dlouhodobé efekty povedou k zlepšení pozice členů systému.

Systémy můžeme rozlišovat dle různých kritérií. Klíčové je však dělení do dvou skupin podle toho, zda-li jsou vymezeny geograficky nebo sektorálně. Za specifický systém lze považovat také velké transnacionální korporace, které jsou tvořeny mnoha dceřinými společnostmi v různých částech světa, jejichž předmět činnosti nemusí být vždy totožný.

Lokální konkurenceschopnost

Začneme geografickým vymezením. Zde můžeme rozlišit konkurenceschopnost města, okresu (distriktu) či regionu. V odborné literatuře se hovoří převážně o prvním a třetím případě. Konkurenceschopnost města bývá definována jako „schopnost městské ekonomiky přitáhnout a udržet firmy se stabilním nebo rostoucím podílem na trhu jejich produkce, které zároveň zachovávají nebo zvyšují životní standard těm, kdo na jejich výrobě participují“ (Storper, cit. v Kitson, Martin, Tyler 2004, str. 4).

Jak je vidět, definice je velmi podobná makroekonomické úrovni, kdy se opět hovoří o kombinaci jisté výkonnosti na trzích s životním standardem obyvatelstva. Trochu odlišná je pak následující definice, podle níž je konkurenceschopnost města „schopnost města podporovat jeho firmy, které se snaží o úspěch na trhu tím, že se jim poskytují doplňková aktiva (infrastruktura, lidský kapitál, přístup na trhy.)“ (Mayerhoffer 2005, str. 2). Zde se již o životní úrovni obyvatel tolik nehovoří, spíše se akcentuje význam lokálních firem pro konkurenceschopnost města, přičemž úspěch těchto firem je závislý na fungování onoho systému.

Konkurenceschopnost na úrovni regionu se od města nijak zvlášť neliší. I zde tak můžeme aplikovat definice podobné Storperově, stačí jen nahradit slovo „městské“ slovem „regionální“. Regionální konkurenceschopnost je pak zpravidla chápána jako schopnost zvyšovat zaměstnanost, diverzifikovat produkci, zvyšovat produkt a přidanou hodnotu dostatečným tempem tak, aby se obchodní vztahy vyvíjely vyrovnaným způsobem. Zde stojí za zmínku především diverzifikace produkce, která souvisí s obavou o osud regionu v případě, že by ten byl příliš jednostranně orientován na obor, který by mohl být zasáhnout nějakým specifickým asymetrickým šokem. V takovém případě by mohlo dojít k radikálnímu úpadku postiženého regionu, z něhož by se dlouho dostával.

Odlišovat regiony, okresy či města a jejich konkurenceschopnost lze skutečně jen velmi těžko. Obecně to můžeme nazvat jako lokální konkurenceschopnost (*place competitiveness*). Její atributy jsou, jak už bylo zmíněno výše, velmi podobné. Pro všechny navíc platí, spíše než samostatnou jednotkou že jsou součástí širšího ekonomického systému, spousty sítí a toků. Jejich konkurenceschopnost pak vychází především z jejich velikosti a zároveň diverzity (Turok 2004).

Proč si tolik všimat regionů?

Význam regionů je v posledních letech velmi akcentován. Souvisí to s poznáním, že to jsou právě regiony, které jsou základem národní konkurenceschopnosti, neboť právě na jejich úrovni dochází k přímému střetu mezi tvůrci znalostí a jejich uživateli. Prosperita regionu pak závisí především na tom, jak se podaří danému regionu

překonat případnou propast mezi těmito dvěma skupinami subjektů (Corvers 2003).

Druhým důvodem, proč je v poslední době kladen takový důraz na regiony, jsou změny ve světové ekonomice, kdy dochází k její „regionalizaci“ na úrovni nadnárodních uskupení. To vede k jistému omezení role národních států, které ztrácejí některé možnosti v rámci provádění makroekonomické hospodářské politiky. Dá se tak říci, že ze států se stávají svým způsobem regiony, neboť jejich postupy jak ovlivňovat některé ekonomické jevy se spíše podobají postupům regionálních autorit. Byla to totiž převážně možnost provádět makroekonomickou hospodářskou politiku, díky níž měly centrální orgány odlišnější roli.

Ze států se tak stávají jakési systémy. Samozřejmě lze namítnout, že jimi byly i dříve, rozdíl však spočíval v jejich větší uzavřenosti vůči vnějšímu prostředí, díky čemuž byly sto účinněji ovlivňovat vnitřní prostředí. Především u zemí eurozóny jsou ale dnes tyto možnosti velmi omezené. Pochopitelně, vlády mají dodnes stále mnoho možností, jak ovlivnit dění v zemi například přes rozpočtovou politiku. Kupříkladu daňová politika je nadále v rukou vlád členských států, přesto lze do budoucna očekávat vytvoření nových limitujících faktorů. Už dnes je například legislativa v mnoha oblastech komunitarizovaná.

Pokud si však připomeneme některé atributy makroekonomické konkurenceschopnosti, tak jistě nás napadne třeba stabilita či udržitelnost. Ta se dnes týká spíše celé eurozóny, což představuje jistý problém, neboť vlády mohou tíhnout například k nezodpovědné fiskální politice za účelem zvýšení domácí zaměstnanosti, přičemž náklady této politiky nesou všechny členské země patřící do eurosystému. Z toho je patrné, že vlády se chovají spíše jako regionální autority v případě, že cíle jejich hospodářské politiky odpovídají více cílům, které jsou charakteristické regionům.

Něco podobného se dá postupem času očekávat v celé světové ekonomice, neboť se stále intenzivnějšími toky nejenom zboží a služeb, ale také osob, kapitálu, znalostí či informací, budou státy více a více připomínat regiony. Proto již dnes je možná anachronismem rozlišovat konkurenceschopnost států a regionů. Je to patrné již z definic, kdy na významu nabírá role zvyšování životní úrovně obyvatel, nebo ještě lépe, kvality jejich života či spokojenosti. To lze těžko zachycovat přes makroekonomické ukazatele. A hlavně, těžko to lze makroekonomicky ovlivňovat.

Fenomén zvaný klastr

Vraťme se k roli regionů jakožto místa, kde se střetávají tvůrci znalostí s jejich uživateli. Právě toto můžeme chápat jako jistý nástupný bod ke druhému pojetí, jak vnímat systém. Bylo řečeno, že systém lze chápat také sektorálně, tedy jako určitý shluk firem, patřících do stejného

oboru ekonomické činnosti. Zatímco dříve se akcentovala jednotlivá odvětví, dnes je módnější používat výrazu klastry, které jsou však něčím úplně jiným.

„Klastry jsou geograficky blízké skupiny vzájemně propojených firem, dodavatelů, poskytovatelů služeb a dalších institucí v určité oblasti, které jsou spojeny přes rozličné společné zájmy a potřeby“ (Porter 2003, str. 4). Jak je z definice patrné, jedná se o úplně jiné paradigma než v případě odvětví. Spojení všech aktérů je založeno na existenci společného cíle, který může mít takovou podobu, že logicky vyžaduje účast firem z různých odvětví. Kromě firem jsou klastry tvořeny taktéž akademickými a veřejnými institucemi.

Výhodou klastrů je, že firmám na něm participujícím, umožňují totiž být produktivnější a inovativnější, než kdyby byly v izolaci. Těží totiž z blízkosti idejí, kvalifikací a myšlenek specificky relevantních k jejich aktivitám. Základními znaky klastrů jsou zaprvé blízkost (*proximity*), která značí, že jednotliví aktéři musejí být od sebe relativně blízko, aby bylo umožněno znalostní přelévání. Zadruhé, musí existovat funkční vazby mezi aktéry (*linkages*), aby jednotlivé aktivity byly spojeny právě oním společným cílem, třeba produkcí konkrétního finálního výrobku. Zatřetí, mezi firmami dochází k interakcím (*interactions*), nestačí tedy, aby se firmy nacházely jen na určitém území, musí spolu kooperovat. A konečně začtvrté je třeba, aby byla překonáno jisté množství (*critical mass*) účastníků se subjektů (Ketels 2004).

Globalizace zvyšuje význam klastrů, neboť odstraňování bariér pro obchod a investice vede ke zostřené konkurenci mezi lokalitami. To vede k jejich větší specializaci ve specifických klastrech. Právě možnost přístupu do těchto často lokálních klastrů se stává zdrojem konkurenční výhody pro některé firmy, které využívají nenapodobitelných výhod účasti na daném klastru, protože jedině tak se mohou odlišovat od svých konkurentů (Ketels, Sölvell 2005).

Klastry zpravidla fungují v rámci jednotlivých regionů nebo zemí. Existuje však tendence k jejich vytváření na nadnárodní úrovni, většinou mezi sousedícími státy. Národní ekonomiky a regiony pak tíhnou ke specializaci v určitých klastrech. V každém oboru zpravidla existuje několik klastrů na světě, navzájem od sebe se liší sofistikovaností a specializací. Mnohdy je tak konkurence mezi jednotlivými státy či regiony je de facto konkurencí mezi podobnými klastry. Proto by mělo být cílem hospodářské politiky napomáhat jejich vzniku a podporovat je (Porter 2003).

Jak již bylo uvedeno výše, jako svébytný systém lze chápat také multinacionální korporace. Jejich konkurenceschopnost je do značné míry ovlivněna schopností sdílet určité znalosti a informace v rámci celé globální korporátní sítě. Stejně jako u jiných systémů i zde dochází k přelévání těchto znalostí mezi jednotlivými pobočkami. Tvrdí se, že externality z aglomerace, tedy externality vznikající v rámci

regionálních systémů případně klastrů nejsou tak rozsáhlé, jako výhody vyplývající z šíření znalostí v rámci multinacionálních korporací. To znamená, že pro firmy může být výhodnější patřit do nějaké globální skupiny a být relativně izolovány od lokálních klastrů, než být součástí pouze daného klastru a nemít možnost těžit z náležitosti ke globální korporaci. (Turok 2004). Pochopitelně také nelze vyloučit, že konkurenceschopnost právě těchto korporací je závislá na jejich participaci v klastrech, díky nimž mohou získat konkurenční výhodu nad jinými korporacemi.

Kromě klastrů se někdy hovoří také o regionálních inovačních sítích, resp. regionálních inovačních systémech. První jmenované jsou jakýmsi více organizovanými klastry, od nichž se liší existencí jistých formálních dohod mezi jejími účastníky. Regionální inovační systém pak kromě toho tvoří také další instituce. Akcentována je pak systematická závislost všech jeho aktérů. Pro chápání konkurenceschopnosti mezi nimi však není nutné nějak zvlášť rozlišovat.

Hodnocení systémů

Otázkou je, jak konkurenceschopnost všech systémů hodnotit, když už je jejich vymezení mnohdy obtížné. Zejména u klastrů nás ve statickém pojetí může zajímat podíl na trhu finálních výstupů. Stejně jako to ostatně platí i pro regiony, i zde je problémem statistické zachycení něčeho takového, neboť příslušné statistiky jsou zpravidla nedostupné. Proto je zřejmě lepší chápat zde produktivitu jako jakousi odhalenou konkurenceschopnost (*revealed competitiveness*) (Kitson, Martin, Tyler 2004).

Firmy z úspěšného klastru by měly dlouhodobě dosahovat vyšší ziskovosti či rentability vlastního jmění. Města či regiony by zase měly svým obyvatelům zajišťovat vyšší životní úroveň v důsledku rychlého růstu produktivity. Avšak jak již bylo diskutováno u makroekonomické konkurenceschopnosti, v poslední době se spíše preferuje kvalita života v širším vymezení. Konkurenceschopnými lokalitami pak jsou ty, které dokáží nejlépe přitahovat lidi a kapitál, a díky tomu potom zvyšovat kvalitu života všech obyvatel, pochopitelně za co nejvyššího možného využití místních zdrojů. Právě existence úspěšných lokálních klastrů zvyšuje pravděpodobnost úspěchu místní ekonomiky. Totéž platí i obráceně: když úspěšný region s dostatkem kvalitního lidského kapitálu a širokou podnikatelskou základnou mnohem snáze vytvoří konkurenceschopný klaster.

Základem regionální konkurenceschopnosti pak je kombinací několika faktorů: produktivního kapitálu, lidského kapitál, sociálně-institucionálního kapitálu, kulturního kapitál, infrastrukturalního kapitálu a znalostně-kreativního kapitál. Jejich vzájemné působení pak předurčuje regionální produktivitu, zaměstnanost a životní úroveň (Kitson, Martin, Tyler 2004). Jednotlivé regiony pak mezi sebou

soupeří v podpoře získávání, budování a udržování tohoto kapitálu. Z toho vyplývá poznatek, že regiony mezi sebou přímo soutěží v získávání produktivních zdrojů, aniž by mezi sebou musely nutně soupeřit na trhu výstupů, ačkoliv i k tomu někdy dochází, především u strukturálně podobných místních ekonomik, například u velkých námořních přístavů (Boschma 2004).

Podobně jako u států, i zde se může často jednat o nezdravé soupeření mající podobu „Vězňova dilematu.“ Nejnebezpečnější je konkurence v podobě imitace úspěšných regionů, která zpravidla vede k podbízení v podobě různých investičních pobídek či subvencí. Tyto politiky navíc vedou k jisté homogenizaci regionů, která má podobnou formu jako homogenizace produktů. Mezi regiony tak dochází k boji o stejnou skupinu investorů, specialistů či turistů. Místo snahy o odlišení je zde tak snaha přetáhnout je odjinud nižší cenou. To však nesmíme brát absolutně, ne vždy se totiž jedná o tzv. „*low-road*“ politiky, mnohdy jde o „*high-road*“ politiky spočívající v napodobování technologických parků, nicméně efekt to má podobný. (Malecki 2004).

V dlouhém období je konkurenceschopnost systému závislá především na jeho flexibilitě, tedy schopnosti přizpůsobovat se poptávce, podobně jako na mikroekonomické úrovni. Avšak stejně jako u států, ani geograficky vymezené systémy nemohou jednoduše odejít z byznysu. Problém zde tak nastává v tom, že jejich produkční specializace je užší než v případě států, tudíž více podléhají hlubším strukturálním změnám. V tom se tak mohou blížit firmám, neboť taktéž u regionů můžeme pozorovat jakousi „kreativní destrukci“, kdy regiony vázané na dané odvětví jsou časem překonány jinými, které se orientují na progresivnější obory. To pak s sebou může přinést mnohdy rozsáhle přesuny kapitálu či obyvatel z upadajícího regionu do některého z prosperujících.

Konkurenceschopnost rodiny?

V samotném závěru této kapitoly se zkusme zamyslet opět trochu po „beckerovsku“. Za jistý systém totiž můžeme považovat taktéž rodinu. Je vcelku logické, že prosperita rodiny vyplývá z úspěchů jejích jednotlivých členů. Zároveň je úspěch rodinných příslušníků dán nejen jejich vlastními schopnostmi, ale také prostředím rodiny, které je ovlivňuje ať už pozitivně či negativně, neboť v jeho rámci dochází například ke znalostnímu přelévání. V dnešním náročném světě proto příslušnost k relativně úspěšné rodině může zvýšit konkurenceschopnost jejích jednotlivých členů. Konkurenceschopnost rodiny je pak dána úspěchy rodinných příslušníků a vnitřním prostředím rodiny.

KONKURENČNÍ VÝHODA

Pojmem úzce souvisejícím s konkurenceschopností je konkurenční výhoda. Tu můžeme na mikroekonomické úrovni chápat jako zachycení relativní výkonnosti dané firmy v určitém období. Je to reflexe interakcí mezi firmami v tržním procesu. Identifikace konkurenční výhody vychází z porovnání skupiny firem, přičemž toto porovnání je závislé na charakteru tržního prostředí, ve kterém firmy operují. Konkurenční výhoda tedy není majetkem individuální firmy. Podobně jako u konkurenceschopnosti se jedná o relativní pojem.

Konkurenční výkonnost potom následuje konkurenční výhodou, ale podobně jako ona není majetkem firmy. Je opět výsledkem konkurenčního procesu a vyrůstá z interakcí mezi konkurujícími si firmami v dané tržní situaci. Konkurenční charakteristiky jsou naopak vlastnictvím firmy, avšak nedefinují konkurenční výhodou. Ta může být identifikovatelná pouze srovnáním dvou nebo více firem ve specifickém tržním kontextu.

Vrátíme-li se ke konkurenční výhodě, pak je třeba zdůraznit, že nemá žádný význam hovořit o konkurenčních výhodách firmy bez vazby na specifické konkurenční podmínky a nezávisle na specifikaci rivalů. Firma totiž může být konkurenceschopná ve vztahu k několika rivalům, ale nekonkurenceschopná vůči jiným. Distribuce konkurenčních výhod mezi jednotlivé firmy v daném časovém bodě potom odráží jak rozdíly v konkurenčních charakteristikách mezi firmami, tak i konkrétní tržní situaci. Změní-li se podmínky na trhu, mění se taktéž tyto charakteristiky, potažmo konkurenční výhody (Metcalfe, Ramlogan, Uyarra 2002).

Záleží tedy na tom, jaká měřítko relativní výkonnosti si vybereme, abychom na základě nich mohli rozlišovat krátké (statické) a dlouhé (dynamické) období. V krátkém období nás zajímají především ziskovost či podíl na trhu, v dlouhém období pak kapacita inovovat a růst. Firma má poté například statickou konkurenční výhodou oproti svému rivalovi, pokud jí patří vyšší tržní podíl, resp. dynamickou konkurenční výhodou, jestliže je schopna tento tržní podíl získávat na úkor svého rivala.

V dlouhém období se také může dosti lišit vývoj konkurenčních charakteristik a konkurenčních výhod. Zatímco prvé jsou výsledkem firemní strategie, mohou být dlouhodobě udržitelné. Záleží totiž jen na firmě samotné, zda si je ponechá. U konkurenčních výhod totiž není udržitelnost automatická. Závisí totiž na činnosti dalších firem na trhu a samotném vývoji trhu, takže konkurenční charakteristiky, které na začátku sledovaného období vedly ke konkurenční výhodě dané firmy, mohou na jejím konci vést ke konkurenčním nevýhodám.

Podobně je možné nazírat také na vyšší celky, tedy systém či národní ekonomiku. Každý region či klastr, případně země, mají určité

konkurenční charakteristiky, které následně determinují jejich konkurenční výhodu oproti jiným regionům, klastrům nebo zemím. Konkurenční výkonnost, potažmo konkurenceschopnost, je pak odrazem těchto konkurenčních výhod ve specifických tržních situacích v daném období, ať už krátkém či dlouhém. Tak jako se mění podmínky na trhu, může se tedy měnit rovněž distribuce konkurenčních výhod, a tedy i konkurenceschopnost jednotlivých aktérů.

Občas se rozlišují komparativní a konkurenční výhody. Ty první vycházejí z Ricardova konceptu komparativních výhod, reformulovaného Heckscherovým-Ohlinovým teorémem, a odrážejí dané rozdíly ve faktorovém vybavení. Jde o statický koncept, základem je pak statická efektivnost. Naopak konkurenční výhoda je chápána jako nové paradigma. Vychází se z představy, že je možné udržovat a dále zlepšovat svoje konkurenční charakteristiky. Konkurenceschopnost jako důsledek těchto charakteristik je pak funkcí dynamické progresivity, inovací a schopnosti měnit a zlepšovat (Kitson, Martin, Tyler 2004).

Výše uvedené členění odpovídá dělení komparativních výhod dle jejich původu na exogenní (dané) a endogenní (vytvořené). První z nich odpovídají komparativní výhodě dle předešlého pojetí, druhé potom konkurenční výhodě. U exogenní komparativní výhody akcentujeme jejich přirozený původ, který odráží danou lokalitu a její příslušné charakteristiky, endogenní pak souvisí spíše s vlastní činností spočívající ve tvorbě inovací a jejich komerčním využitím (Peneder 1999).

Konkurenceschopnost je v dlouhodobém časovém horizontu ovlivněna charakterem konkurenční výhody. Zároveň ale platí, že dosažená ekonomická či technologická úroveň působí na konkurenční charakteristiky, tedy na zdroje a zaměření konkurenční výhody. Tyto konkurenční charakteristiky se v jednotlivých etapách rozvoje liší. Co je silnou stránkou v počátcích, může být postupem času slabinou. Například napodobování technologií je v počátcích výhodné, neboť je levnější než vyvíjet svoje vlastní technologie. Časem už však zpravidla nestačí. Problémem však bývá, že staré návyky dlouho přinášejí relativně vysoký zisk, což snižuje motivaci ke změnám (Porter 2003).

Faktorové vybavení a efektivnost

Ve výchozí fázi je konkurenční výhoda založená převážně na využití levných faktorových vstupů, a proto se také tato fáze rozvoje dle Portera nazývá jako faktorově tažená (*factor-driven*). Firmy, potažmo regiony a země, tak těží ze svého faktorového vybavení, především z nízkých cen práce a jiných vstupů, například energií. U zemí se pak k tomu často přidává podhodnocená měna. Takto založenou konkurenceschopnost také někdy nazýváme jako cenově-nákladovou.

V dalších etapách rozvoje dochází v důsledku úspěchů na světovém trhu k růstu cen faktorových vstupů a ke zhodnocování měny, což vede k poklesu cenově-nákladové konkurenceschopnosti. Poněvadž struktura produkce je v takové ekonomice založena především na komoditách citlivých na cenové změny, velice rychle se může stát, že se daná země stane nekonkurenceschopnou. V takové situaci jediným možným východiskem je přejít na produkci kvalitativně vyšších statků. Země se tak začne orientovat na kvalitativně zaměřenou konkurenční výhodu (Kadeřábková et al. 2002). Podobným vývojem procházejí také firmy a regiony, kdy se jich dotýká především rostoucí mzdová hladina. Jediným rozdílem oproti národním ekonomikám je, že současně nedochází k posilování měny.

Obě pojetí konkurenceschopnosti lze dobře odlišit podle definice produktivity, kterou obecně chápeme jako hodnotu produkce na jednotku vstupů. Tato hodnota je dána cenami dosaženými na trhu a efektivností produkce. Produktivita, potažmo národní důchod, tak může růst buďto díky vyšším cenám dosahovaným na trhu nebo větší efektivitě produkce, tedy nižším nákladům, k nimž vedou nižší ceny vstupů (například nižší mzdy), nebo nižší fyzický objem vstupů (třeba menší zaměstnanost). Matematicky řečeno, konkurenceschopnost může být dle definice produktivity založena jednak na růstu čitatele (kvalitativní), tak na poklesu jmenovatele (cenově-nákladová). Zatímco cenově-nákladová konkurenceschopnost je do značné míry dlouhodobě limitována, kvalitativní konkurenceschopnost je udržitelná i v dlouhodobém horizontu.

V rámci kvalitativní konkurenceschopnosti můžeme odlišit několik různých stádií. První z nich je konkurenční výhoda založená na efektivnosti (*efficiency-driven*). Ta je spojovacím můstkem mezi oběma typy konkurenční výhody, neboť ji lze částečně řadit k cenově-nákladové konkurenceschopnosti. Efektivnost je zde určována produktivitou, která však již není dána pouze nízkou cenou výrobků, ale spíše jejich kvalitou, a pak také efektivními výrobními postupy. Klíčovou konkurenční charakteristikou je zde technologická kapacita, tedy přístup k vyspělým technologiím a schopnost tyto technologie využívat (Kadeřábková 2006).

Význam inovací

Další fází, která již plně odpovídá kvalitativnímu typu konkurenční výhody, je rozvoj založený na inovacích (*innovation-driven*). Ty jsou považovány za nejvýznamnější zdroj dlouhodobého růstu. V nejširším pojetí je inovace definována jako „nová myšlenka, která je komerčně využita“ (Ketels, Sölvell 2005, str. 25). V této souvislosti je třeba rozlišovat mezi vynálezy a inovacemi. Zatímco vynález je prvním výskytem daného nápadu, inovace je následnou komercializací tohoto nápadu.

Jak však upozorňuje Fagerberg (2003), převedení vynálezu na inovaci není automatické, v mnoha případech je mezi nimi poměrně dlouhá

časová prodleva. Komerční úspěch inovace je pak často závislý na celé řadě dalších vynálezů a jejich komercionalizaci. Stává se tak, že různá další vylepšení již obchodně využitého vynálezu jsou komerčně mnohem zajímavější než inovace, která vzešla z původního vynálezu. Proto je lepší inovace chápat spíše jako kontinuální proces než jako jednoznačně definovatelnou věc.

Přestože inovace neodmyslitelně patří k vývoji lidstva od jeho počátků, do pozornosti ekonomické vědy se dostávají až v posledních desetiletích, kdy jsou oprášeny zejména některé teze Josefa Schumpetera, který se jimi jako první ekonom začal zabývat důkladněji již v první polovině 20. století. Právě tento český rodák jako inovace chápal nejenom nové produkty, ale také nové metody produkce, využití nových trhů či nové formy organizace byznysu. Právě toto širší pojetí inovací se dnes dostává do popředí.

Inovace jsou prioritou pro konkurenceschopnost, neboť jednak zlepšují procesy a působí tak na větší efektivnost produkce, ale také jsou zdrojem odlišení díky novým výrobkům a službám. Díky tomuto odlišení jsou pak firmy, které je produkují, potažmo regiony či země, v nichž tyto firmy sídlí, schopny na trhu docílovat vyšších cen. Takové firmy, regiony či země jsou pak konkurenceschopnější než ty, které neinovují, případně inovují pomaleji. Inovace jsou totiž silným vysvětlujícím faktorem rozdílů v jejich výkonnosti.

Navíc platí, že firmy, které uspějí v inovačním procesu, prosperují na úkor méně schopných konkurentů. Inovující regiony a země pak mají vyšší produktivitu a tedy i příjem a životní úroveň než ty neinovující (Fagerberg 2003). Zdůraznit je třeba jistou relativnost tohoto inovačního závodu, kdy prospěch z něj mají ti, kdo jsou rychlejší než ti druzí. Nestačí totiž inovovat, je třeba inovovat rychleji než ostatní. Přesně to vystihuje slavný Krugmanův citát: „Podobně jako Alice a Red Queen, vyspělý region musí stále běžet, aby zůstal stát“ (Krugman 1979, str. 262). Konkurenční výhodu založenou na inovacích má tedy nejrychleji inovující subjekt, což odpovídá dynamickému chápání konkurenční výhody.

Kreativní ekonomika

V posledních letech se začíná vydělovat nový typ konkurenční výhody. Jde o konkurenceschopnost založenou na kreativitě (*creativity-driven*). Přestože je kreativita a její vazba na učení a zkušenosti běžně považována za podmínku vzniku a šíření inovací, a kreativní inovace jsou jako termín užívány v literatuře týkající se inovací, zdůraznění samotné kreativity se patrně stává základem úplně nového směru s potenciálem tvorby nového ekonomického paradigmatu tzv. „kreativní ekonomiky“.

Obecně je kreativita definována jako „proces, pomocí něhož jsou myšlenky vytvářeny, spojovány a transformovány do věcí, které mají

hodnotu“ (CISV 2005, str. 5). Je to právě kreativita, která je významným zdrojem přidané hodnoty. V tomto pojetí je kreativita širším pojmem než inovační činnost, kdy například technologické či procesní inovace jsou založeny na kreativní činnosti. Samotná kreativita však vede rovněž k umělecké či kulturní tvorbě, která nemusí mít nutně komerční charakter. Její výsledky tudíž nemůžeme považovat za inovace v pravém slova smyslu.

Význam kreativity pro konkurenceschopnost spočívá právě ve tvorbě vysoké přidané hodnoty, která vzniká díky jedinečnosti výsledků kreativního procesu. Jak již bylo zmíněno, ne vždy vede kreativita k inovacím. Výzvou pro firmy, regiony i země je pokusit se komercializovat rovněž tyto nekomerční výsledky kreativního procesu. Cestou je spojení kreativních odvětví s dalšími sektory ekonomiky za účelem pomoci kreativnímu podnikání přinést tyto ideje do ziskového byznysu. Takovým spojovacím mostem je například design, který se v dnešním světě stává významným zdrojem konkurenční výhody (Nilsson, Etelä 2006).

Výhodou takto vzniklé konkurenční výhody je její jedinečnost, čemuž pak odpovídá vysoká přidaná hodnota. Takto založená konkurenceschopnost je pak dlouhodobě udržitelná, neboť vychází ze zdrojů, které jsou vázány na aktiva, jimiž disponuje pouze daná firma, případně region či země. Přesně to vystihuje následující definice. „Konkurenceschopnost je schopnost vytvářet příjmy ze zdrojů, které nemohou být snadno napodobeny“ (CER 2005, str. 6). Zdroje kreativity jsou nepřenosné z jednoho prostředí do druhého.

Zatímco výzkum a vývoj vyžaduje „pouze“ kvalifikovanou pracovní sílu v kombinaci s odpovídající infrastrukturou, základem kreativity je spojení lidského kapitálu s konkrétním prostředím. A právě toto prostředí determinuje výsledky kreativního procesu. Pokud tedy příslušného kreativce přesadíme někam jinam, jeho tvorba bude jiná, neboť se bude stýkat s jinými lidmi a žít v jiném prostředí. Proto i přetavení vynálezů v inovace není automatické, neboť náš kreativec vyžaduje, aby se tyto vynálezy daly komerčně využít. K tomu například je nutné znát dobře trh, kterému má být takový výrobek určen. A tato znalost je nepřenosná. Je tedy možné provádět výzkum a vývoj výrobku pro evropský trh například v Asii, avšak marketing musí být nutně evropského původu. Výzkum trhu a marketingovou komunikaci tak nelze provádět odděleně od cílového trhu.

Jak je patrné z výše uvedeného, kreativita velmi silně ovlivňuje celý inovační proces. Jelikož však zahrnuje také další oblasti, její význam je ještě větší. Existuje tak celý tzv. kreativní sektor, který je tvořen jednak kreativním průmyslem a službami, které fungují na ziskovém principu, ale také neziskovým uměním. Právě tato kombinace vede ke tvorbě vysoké přidané hodnoty v oborech jako architektura, design či zábava (CISV 2005). Tyto obory nemusejí mít takřka nic společného

s klasickou vědou. To potom ale také značně limituje standardní posuzování konkurenční výhody striktně na základě inovačního profilu firem, regionů či zemí, neboť úspěšný kreativní sektor sám zvyšuje konkurenceschopnost.

V samotném závěru se podívejme na zdroje kreativity. Tím není nic jiného než lidský kapitál a prostředí, ve kterém se nachází. V kreativní ekonomice je tedy globální konkurence bojem o talenty. Jednotlivé firmy, regiony či země mezi sebou soupeří ve snaze získat kreativní osoby. Samotní talentovaní lidé jsou však zase přitahováni místy, která jsou dynamická a kreativní. Těmi jsou pak především taková místa pestrá co do sociální skladby, neboť právě v nich se díky stýkání co nejpestřejšího vzorku lidí rodí nejvíce nových nápadů (Florida 2002).

ZÁVĚR

Konkurenceschopnost se stala pojmem, jemuž se nelze vyhnout. Není to jen kvůli tomu, že jej užívá kdekdo, tedy nejenom ekonomové, ale také politici či byznysmeni. Důvodem, proč se tolik užívá, totiž může být skutečnost, že toto slovo nejde nijak nahradit. Byl tu zmíněn sémantický výklad konkurenceschopnosti. Když něco nelze v lingvistice vědecky vysvětlit, plyne z toho také to, že k takovému slovu neexistuje synonymum.

Kritici by namítli, že konkurenceschopnost je chiméra, tedy nelze najít žádné slovo, které by něco takového pojmenovalo, nejde tedy primárně o jazykový problém. Avšak, otázka zní, jestli lze vůbec takovou kritiku brát vážně, když se konkurenceschopnosti věnuje tolik prací. Meritum tak bude zřejmě někde jinde. Je to patrně přílišná obecnost tohoto výrazu, která způsobuje, že jej lze užívat na tolika referenčních úrovních, kdy se pak význam mnohdy vcelku logicky liší.

Rovněž tak rozdíl mezi statickým a dynamickým pojetím konkurenceschopnosti představuje jistý oříšek. Ať už totiž vezmeme jakoukoliv referenční úroveň, rozdíl mezi krátkodobým a dlouhodobým pohledem na věc je zpravidla značný. Zatímco staticky konkurenceschopnost připomíná efektivnost, dynamicky má hodně blízko k ekonomickému růstu, případně k flexibilitě. Jak známo, v ekonomii nedochází příliš často k přímému spojování krátkého a dlouhého období, čemuž odpovídá vcelku odlišná terminologie v těchto rozdílných sférách. Konkurenceschopnost však patří jak tam tak i onam.

Stěžejním bodem, na který se při užívání pojmu konkurenceschopnost zapomíná, je její relativnost. Tu lze logicky pochopit přes kauzalitu vysvětlenou v rámci kapitoly o konkurenční výhodě. Je totiž zásadní rozdíl mezi konkurenčními charakteristikami a konkurenční výhodou. Konkurenceschopnost je pak odrazem konkurenčních výhod, které jsou determinovány konkrétní tržní situací. Proto je vcelku bezpředmětné použití slov konkurenceschopnost či konkurenceschopný bez jejich specifikace na určité okolnosti, dané jak aktéry tržního procesu, tak i samotným tržním prostředím.

Tento problém se až tolik netýká mikroekonomické úrovně, kde konkurenceschopnost lze s přivřením očí ztotožnit s její prosperitou bez ohledu na její vztahení ke konkurenci. Nekonkurenceschopná firma totiž nemá příliš mnoho šancí dlouhodobě přežít. Samozřejmě, jak bylo v příslušné kapitole popisováno, okamžitě k tomu dojít nemusí, navíc jsou zde různé pozitivní sektorální šoky, které mohou i nekonkurenceschopnou firmu učinit krátkodobě relativně ziskovou.

V plné nahotě se však ona relativita projevuje na vyšších referenčních úrovních, především u zemí. To pak vede k jakémusi růstovému fetiši, když cokoliv rostoucího, co se zdánlivě týká konkurenceschopnosti, je

bráno jako její důkaz. Neexistuje však žádné teoretické zdůvodnění, že by něco takového snad mělo platit. Důvodem, proč k něčemu takovému dochází, je zřejmě určitá vágnost definic makroekonomické konkurenceschopnosti, které jsou velmi široce pojímány a chybí v nich explicitně vyjádřené srovnání sledovaného státu s konkurenty na světovém trhu.

Potom dochází k oné záměně růstu s konkurenceschopností. Krásně to lze přiblížit například na některé z modernějších definic, které zdůrazňují kvalitu života, jež se odráží v atraktivitě dané země. Běžně totiž nastává situace, kdy atributy této atraktivity rostou ve všech sledovaných zemích. Konkurenceschopnou ekonomikou je pak ta, v níž rostou nejrychleji, a právě tato země je pak atraktivní pro migranty nebo investory. Naopak země, v níž nedochází k takovému zlepšování, může utrpět ztráty v důsledku odlivu kapitálu včetně lidského, přestože bychom takovou ekonomiku mohli jinak chybně považovat za konkurenceschopnou.

Závěrem potom můžeme konstatovat, že konkurenceschopnosti jako pojmu se patrně jen tak nezbavíme. Zabydlela se v ekonomických textech, je součástí politických programů, jejím prizmatem hodnotíme firmy. Jelikož je však její vymezení velmi problematické, bylo by dobré vyvarovat se alespoň jejího nadužívání, případně nepřesné aplikace.

POUŽITÁ LITERATURA

BOSCHMA, R. (2004): Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective. In: *Regional Competitiveness*. Association of Regional Observatories. Dostupné na: <http://www.regionalobservatories.org.uk> (24.4.2006).

CELLINI, R., SOCI, A. (1997): La competitività, DSE Working Paper No. 292, Università di Bologna.

CELLINI, R., SOCI, A. (2002): Pop competitiveness, BNL Quarterly Review, n.º 220, str. 71-101, Milano, BNL.

CENTER FOR EUROPEAN REFORM (CER) (2005): The Future of the European Economy. Highlights from the CER Conference, Ditchley Park, 4-5 November 2005.

CORVERS, F. (2003): Indicators for Regional Innovation Performance. International Conference on Entrepreneurship and Business Incubation „*Strengthening the Regional Innovation Profile*“, Bremen, 16-17 October 2003. CULTURAL INITIATIVES SILICON VALLEY (CISV) (2005): Creative Community Index. Dostupné na: <http://www.cisv.org> (7.5.2006).

ECONOMIC REPORT OF THE PRESIDENT (1987-1994). Dostupné na: <http://fraser.stlouisfed.org/publications/ERP> (26.5.2006).

ECONOMIC REPORT OF THE PRESIDENT (1995-2006). Dostupné na: <http://www.gpoaccess.gov/eop/download.html> (26.5.2006).

EUROPEAN COMMISSION (EC) (1999): Sixth Periodic Report on the Social and Economic Situation of Regions in the EU, European Communities, Brussels.

EUROPEAN COMMISSION (EC) (2004): European Competitiveness Report 2004, Enterprise and Industry Publications, European Communities, Brussels.

FAGERBERG, J. (2003): Innovation: A Guide to the Literature. Paper to be presented at the Workshop „*The Many Guises of Innovation: What we have learnt and where we are heading*“, Ottawa, 23-24 October 2003. Dostupné na: <http://folk.uio.no/janf/> (26.4.2006).

FAGERBERG, J. (2004): The dynamics of technology, growth and trade: A Schumpeterian perspective. In: Hanusch, H. and A. Pyka (eds.): *Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics*, Cheltenham, Edward Elgar. Dostupné na: <http://folk.uio.no/janf/> (26.4.2006).

FLORIDA, R. (2002): The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York, Basic Books.

GARDINER, B., MARTIN, R., TYLER, P. (2004): Competitiveness, Productivity and Economic Growth across European Regions. In: *Regional Competitiveness*. Association of Regional Observatories. Dostupné na: <http://www.regionalobservatories.org.uk> (24.4.2006).

KADEŘÁBKOVÁ, A. et. al. (2002): Hospodářský růst a strukturální změny. Praha, Oeconomica.

KADEŘÁBKOVÁ, A. (2003): Základy makroekonomické analýzy – růst, konkurenceschopnost, rovnováha. Praha, Linde.

KADEŘÁBKOVÁ, A. (2004): Výzvy pro podnikání – inovace a vzdělání: Česká republika na cestě ke znalostně založené ekonomice. Praha, Linde.

KADEŘÁBKOVÁ, A. a kol.(2005): Ročenka konkurenceschopnosti České republiky 2005. Praha, Linde.

KADEŘÁBKOVÁ, A. (2006): Kvalitativně založená konkurenční výhoda ČR v mezinárodním srovnání. Working Paper CES VŠEM N°2/2006, Praha, CES VŠEM.

KETELS, C. (2004): European Clusters. In: *Structural Change in Europe 3 – Innovative City and Business Regions*. Bollscheivel, Hagbarth Publications.

KETELS, C., SÓLVELL, Ó (2005): The State of the Region Report: Competitiveness and Cooperation in the Baltic Sea Region., Stockholm, Baltic Development Forum Annual Summit 2005.

KITSON, M., MARTIN, R., TYLER, P. (2004): Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept? In: *Regional Competitiveness*. Association of Regional Observatories. Dostupné na: <http://www.regionalobservatories.org.uk> (24.4.2006).

KRUGMAN, P. et. al. (1994): Competitiveness: An International Economics Reader. New York, Foreign Affairs.

KRUGMAN, P. (1979): A Model of Innovation, Technology transfer and the World Distribution of Income, *Journal of Political Economy*, vol. 87, str. 253-266.

KRUGMAN, P. (1997): *Pop Internationalism*. Cambridge, MIT Press.

KUBIŠTA, V. a kol. (1999): *Mezinárodní ekonomické vztahy*. Praha, HZ Editio.

MALECKI, E.J. (2004): Jockeying for Position: What it Means and Why it Matters to Regional Development Policy When Places Compete. In: *Regional Competitiveness*. Association of Regional Observatories. Dostupné na: <http://www.regionalobservatories.org.uk> (24.4.2006).

MAYERHOFER, P. (2005): Structural Preconditions of City Competitiveness: Some Empirical Results for European Cities. WIFO

Working Papers, No. 260, Wien, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung.

METCALFE, J.S., RAMLOGAN, R., UYARRA, E. (2002): Economic Development and the Competitive Process. Centre on Regulation and Competition Working Paper Series, No. 36, Manchester, Centre on Regulation and Competition.

NATIONAL COMPETITIVENESS COUNCIL (NCC) (2005): Annual Competitiveness Report 2005. Dublin, Forfás.

NILSSON, P., ETELÄ, N. (2006): Norden – A Creative Powerhouse. Oslo, Nordic Innovation Center.

OECD (1992): Technology and the economy: The key relationships. Paris, OECD.

PENEDER, M. (1999): Intangible Investment and Human Resources: The New WIFO Taxonomy of Manufacturing Industries. WIFO Working Papers, No. 114, Wien, Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung.

PÉREZ, F. et. al. (2004): La Competividad de la Economía Española – Inflación, Productividad y Especialización, Colección Estudios Económicos, Núm. 32, Barcelona, Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona „la Caixa“.

PORTER, M., VAN OPSTAL, D. (2001): U.S. Competitiveness 2001: Strengths, Vulnerabilities and Long Term Priorities. Washington D.C., Council on Competitiveness.

PORTER, M. (2003): Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. In: Global Competitiveness Report 2002-2003. World Economic Forum, Harvard University.

SCHUMPETER, J.A. (1975): Capitalism, socialism and democracy. New York, Harper.

TUROK, I. (2004): Cities, Regions and Competitiveness. In: Regional Competitiveness. Association of Regional Observatories. Dostupné na: <http://www.regionalobservatories.org.uk> (24.4.2006).

V roce 2005 vyšlo:

WP č. 1/2005

Petr Chmelík: Vliv institucí přímé demokracie na hospodářskou politiku ve světle empirického výzkumu

WP č. 2/2005

Martin Kvizda – Jindřiška Šedová: Privatizace a akciové společnosti – k některým institucionálním aspektům konkurenceschopnosti české ekonomiky

WP č. 3/2005

Jaroslav Rektořík: Přístup k inovacím v České republice. Současný stav a možné směry zlepšení.

WP č. 4/2005

Milan Víturka – Vladimír Žítek – Petr Tonev: Regionální předpoklady rozvoje inovací

WP č. 5/2005

Veronika Bachanová: Analýza kvality regulace České republiky

WP č. 6/2005

Hana Zbořilová – Libor Žídek: Washingtonský konsenzus v české ekonomické praxi 90. let

WP č. 7/2005

Osvald Vašíček and Karel Musil: The Czech Economy with Inflation Targeting Represented by DSGE Model: Analysis of Behaviour

WP č. 8/2005

Zdeněk Tomeš: Je stárnutí populace výzvou pro hospodářskou politiku?

WP č. 9/2005

Ladislav Blažek – Klára Doležalová – Alena Klapalová: Společenská odpovědnost podniků

WP č. 10/2005

Ladislav Blažek – Alena Klapalová: Vztahy podniku se zákazníkem

WP č. 11/2005

Ladislav Blažek – Klára Doležalová – Alena Klapalová – Ladislav Šiška: Metodická východiska zkoumání a řízení inovační výkonnosti podniku

WP č. 12/2005

Ladislav Blažek – Radomír Kučera: Vztahy podniku k vlastníkům

WP č. 13/2005

Eva Kubátová: Analýza dodavatelských vztahů v kontextu inovací

WP č. 14/2005

Ladislav Šiška: Možnosti měření a řízení efektivnosti a úspěšnosti podniku

V roce 2006 vyšlo:

WP č. 1/2006

Tomáš Otáhal: Je úplatkářství dobrá cesta k efektivnějšímu vymáhání práva?

WP č. 2/2006

Pavel Breinek: Vybrané institucionální aspekty ekonomické výkonnosti

WP č. 3/2006

Jindřich Marval: Daňová kvóta v ČR

WP č. 4/2006

Zdeněk Tomeš – Daniel Němec: Demografický vývoj ČR 1990-2005

WP č. 5/2006

Michal Beneš: Konkurenceschopnost a konkurenční výhoda