

Viera Kubičková a kolektív

Dynamické podniky služieb – gazely



Dynamické podniky služieb – gazely

Vedecká monografia je výstupom projektu VEGA 1/0205/14 Perspektíva existencie dynamických podnikov služieb v SR v kontexte uplatnenia princípov iniciatívy Inovácia v Únii.

Autorky © doc. Ing. Viera Kubičková, PhD. – doc. Ing. Dana Benešová, PhD. –
Ing. Monika Krošláková, PhD. – doc. Ing. Anna Micháľková, PhD., 2016

Recenzenti: prof. Ing. Ivan Nový, CSc.
doc. Ing. Elena Šúbertová, PhD.

Prvé vydanie

Schválené pedagogickou a edičnou komisiou Ekonomickej univerzity v Bratislave v edičnom programe na rok 2016 ako vedecká monografia.

ISBN 978-80-7552-438-6

OBSAH

ZOZNAM SKRATIEK	6
ÚVOD.....	7
1 DYNAMICKÉ PODNIKY SLUŽIEB V KONTEXTE INICIATÍVY INOVÁCIA V ÚNII.....	9
1.1 Inovačné zázemie dynamizácie podnikov v slovenskej ekonomike	10
1.2 Súčasný stav ekonomiky služieb v Slovenskej republike.....	12
2 EKONOMICKÝ RAST V INTENCIÁCH TECHNOLOGICKÉHO POKROKU A PRESADZOVANIA EKONOMIKY SLUŽIEB	17
2.1 Meranie produktivity v službách	19
3 GAZELY A ICH POSTAVENIE V EKONOMIKE	23
3.1 Teoretické aspekty existencie rýchlo rastúcich podnikov a gaziel.....	23
3.2 Medzinárodný a regionálny rozmer existencie gaziel.....	29
3.2.1 Medzinárodné porovnanie existencie gaziel.....	29
3.2.2 Územné rozloženie gaziel na Slovensku	35
4 FAKTORY RASTU DYNAMICKÝCH PODNIKOV.....	42
4.1 Inovácie ako faktor rastu	46
4.1.1 Faktory presadzovania inovácií v službách	49
4.2 Kvalita podnikateľského prostredia ako faktor ekonomického rastu – hodnotenie stavu v Slovenskej republike	51
4.2.1 Význam podpory z verejného sektora pre dynamizáciu podnikov.....	56
4.2.1.1 Informačné a verejné finančné zdroje podnikov na inovačné aktivity.....	58
4.2.1.2 Štruktúra finančných zdrojov dynamických podnikov	64
4.2.2 Klastrovanie ako faktor rozvoja	69
4.2.2.1 Stav klastrovania na Slovensku v prepojení na rýchlo rastúce podniky a gazely	71
5 CIEĽ A METODIKA VÝSKUMU	77
5.1 Identifikačné znaky konečného súboru sledovaných podnikov – gaziel.....	81
6 ANALYTICKÁ ČASŤ ŠTÚDIE DETERMINANTOV EKONOMICKÉHO RASTU DYNAMICKÝCH PODNIKOV SLUŽIEB V SLOVENSKEJ REPUBLIKE.....	85
6.1 Štúdia vplyvu vybraných determinantov na ekonomický rast v službách	85
6.2 Vplyv faktorov ekonomického rastu na výkony obchodno-podnikateľských služieb	86
6.2.1 Vplyv IKT na výkony poznatkovo-intenzívnych služieb a služieb s nižšou poznatkovou intenzitou	89
6.3 Výsledky primárneho výskumu o vzniku a existencii gaziel v službách v Slovenskej republike..	102
6.3.1 Inovačná aktivita ako dynamizujúci faktor gaziel	102
6.3.2 Podnikateľské prostredie a vonkajšie faktory ekonomického rastu	116
6.3.3 Regionálne podporné organizácie	123
ZÁVER	129
LITERATÚRA	137

ZOZNAM SKRATIEK

CR	– cestovný ruch
CRM	– <i>customer relationship management</i>
ECO	– Európska klastrová organizácia
EK	– Európska komisia
ERP	– <i>enterprise resource planning</i>
EU	– Európska únia
HDP	– hrubý domáci produkt
HGE	– <i>high-growth enterprise</i> (rýchlo rastúci podnik)
ICT/IKT	– informačno-komunikačné technológie
IT	– informačné technológie
KIBS	– <i>knowledge intensive business services</i> (poznatkovo intenzívne obchodno-podnikateľské služby)
MSP	– malé a stredné podniky
NARMSP	– Národná agentúra pre malé a stredné podnikanie
NUTS	– <i>Nomenclature of Territorial Units for Statistics</i> (spoločenská nomenklatúra územných jednotiek na štatistické účely)
OECD	– Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj
OPS	– obchodno-podnikateľské služby
PAS	– Podnikateľská aliancia Slovenska
PKS	– parita kúpnej sily
R&D	– <i>research and development</i>
SBA	– <i>Slovak Business Agency</i>
SCM	– <i>supply chain management</i>
ŠÚ SR	– Štatistický úrad Slovenskej republiky
TQM	– <i>total quality management</i>

ÚVOD

Kľúčom k porozumeniu prirodzenej existencie dynamických podnikov služieb – gaziel v súčasnej modernej, na vedomostiach založenej ekonomike je uznanie širokodimenzionálneho pôsobenia činností – služieb. Sú dôležité na definovanie nových riešení pre životné prostredie zaťažujúci priemysel, na definovanie progresívnych riadiacich procesov, na definovanie nových postupov na zabezpečenie zdravého životného štýlu dnešného človeka. Oblasť, kam zasahujú služby svojou produkciou, je však oveľa viac: zdravie, bezpečnosť, kultúra, vzdelávanie, ekonomické produkčné systémy atď.

Intermediálny charakter produkcie služieb je prirodzeným zdrojom transferu poznatkov zhmotnených v inováciách. Hovoríme tak o transformačnej sile inovácií služieb, ktorá sa v rámci dodávateľských systémov šíri v hodnotovom reťazci ekonomiky. Vytvára sa tak priestor na existenciu inovatívnych služieb a následne i pre dynamické podniky služieb s nadpriemerným ekonomickým rastom – pre gazely v službách.

Zmeny v spotrebiteľskom správaní, ktoré smerujú k zdravému životnému štýlu, vzdelaniu, poznávaniu, osobnej bezpečnosti, ako aj k efektívnemu využitiu voľného času človeka sú tiež zázemím pre dynamizáciu podnikov služieb.

Vznik a existencia inovatívnych podnikov služieb podporuje schopnosti a talent miestneho obyvateľstva, ako aj rozvoj lokálnych sociálnych a ekonomických špecifik a tradícií oproti unifikovanému systému fungovania transnacionálnych korporácií.

V neposlednom rade je aktivizácia nových inovatívnych podnikov služieb riešením pre nezamestnanosť spájanú s účinkami štvrtej technologickej revolúcie. Nové možnosti sa tak otvárajú pre kreatívny priemysel, služby zdravého životného štýlu a starostlivosti o znevýhodnené skupiny obyvateľstva. Príležitosť je tak posilnená i pre sociálne inovácie.

Uvedená monografia sa zaoberá postavením gaziel v ekonomike SR, hľadá odpovede na výskumné otázky, ktorých spoločným cieľom je vysvetliť dynamizujúce prvky podnikov služieb a určiť rozdiely, s ktorými pôsobia vzhľadom na poznatkovú intenzitu produkcie vybraných skupín podnikov služieb. Identifikuje správanie dynamických podnikov v službách, s akcentom na využitie inovácií ako hlavného dynamizujúceho prvku ich rastu. Ponúka odporúčania na podporu vzniku a rozvoja fenoménu gaziel v službách v slovenskej ekonomike.

Monografia je výstupom projektu VEGA 1/0205/14 Perspektíva existencie dynamických podnikov služieb v SR v kontexte uplatnenia princípov iniciatívy Inovácia v Únii. Možno ju označiť za systematizujúcu štúdiu k danej problematike a svojím zameraním a obsahom za jedinečné dielo v súčasnej slovenskej vedeckej ekonomickej tvorbe.

Ďakujeme Vedeckej grantovej agentúre Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied za poskytnutie dotácie na účely financovania výskumných a publikačných aktivít predmetného projektu, ďakujeme tiež Štatistickému úradu SR a spoločnosti FinStat, s. r. o., za poskytnutie relevantných dát, ako aj podnikom a ich zástupcom, ktorí nám poskytli kľúčové informácie.

Autorky

1

DYNAMICKÉ PODNIKY SLUŽIEB V KONTEXTE INICIATÍVY INOVÁCIA V ÚNII

Štúdium možnej dynamizácie podnikov v podmienkach európskych ekonomík opodstatňuje tézy súčasných politík, v rámci ktorých sa do popredia dostáva podmieňujúce postavenie inovácií pre ekonomický rast.

Dokument Inovácia v Únii (Európska komisia, 2013b) je súčasťou stratégie Európa 2020. Jej cieľom je identifikovať hlavné úlohy, ktoré posilnia inovačnú výkonnosť Európy ako hlavného zdroja jej hospodárskeho rastu:

- pretvoriť Európu tak, aby na svetovej vedeckej scéne zastávala poprednú pozíciu,
- radikálne zmeniť spôsob spolupráce verejného a súkromného sektora, najmä prostredníctvom partnerstiev v oblasti inovácií,
- odstrániť nedostatky – vytvoriť vnútorný trh v oblasti zručností, patentov, rizikového kapitálu, obstarávania inovácií a stanovovania noriem v záujme podpory rýchlej realizácie nápadov na trhu.

Opatrenia smerujúce k naplneniu uvedených cieľov sledujú posilnenie inovatívneho podnikateľského prostredia, zvýšenie životnej úrovne Európanov a rozširovanie výskumných aktivít. Partnerstvo sa pritom stáva kľúčovou platformou na realizáciu uvedených zámerov.

Stratégia Európa 2020 uvádza rast počtu rýchlo rastúcich podnikov ako politický cieľ (European Commission, 2010). Ďalej definuje „životaschopné odvetvie služieb“ ako silnú stránku európskej ekonomiky. Viac ako 155 miliónov ľudí možno dnes klasifikovať ako pracovníkov v službách, čo je takmer 70 % celkovej zamestnanosti. Služby sa podieľajú 71 % na tvorbe hrubej pridanej hodnoty v ekonomike EÚ. Európa 2020 označuje európsky sektor služieb za kľúč k produktivite a rastu, pretože disponuje nevyužitým rastovým potenciálom. Zaoberá sa tiež transformačnou úlohou inovácií služieb a vyjadruje fakt, že technologické inovácie musia byť podporené aj netechnologickými inováciami. Tieto sú zamerané na prispôsobovanie produktov požiadavkám spotrebiteľov.

Viacere štúdie vyúsťujúce do odporúčaní pre rôzne úrovne riadenia ekonomiky označujú rýchlo rastúce podniky za kľúčový zdroj a potenciálny generátor ekonomického rastu, inovácií a tvorby blahobytu (OECD 1998, 2000, 2002). Súčasťou odporúčaní na dosiahnutie cieľov Stratégie Európa 2020 je aj rozvoj Programu gaziel v službách, ktorý podporuje intenzívny dosah účinkov existencie týchto podnikov služieb v rámci EÚ.

Koncepčné materiály sa koncentrujú na úlohu a pôsobnosť inovácií služieb v ekonomikách EÚ. Inovácia služieb je považovaná za hybnú silu rastu a štrukturálnej zmeny v celom hospodárstve. Má dokonca potenciál vytvoriť aj nové centrá rastu a vedúce trhy s makroekonomickým vplyvom (Európska komisia, 2013a).

Súčasná konštrukcia slovenskej ekonomiky vyúsťuje v rozhodujúcej miere do produkcie s nízkou mierou pridanej hodnoty. Je významne integrovaná do globálnych hodnotových štruktúr. Produkcia je však realizovaná najmä v spodnejších častiach hodnotových reťazcov, keďže veľkú časť výroby automobilov a elektroniky uskutočňujú spoločnosti v zahraničnom vlastníctve, ktorých produkcia je určená na vývoz. Doteraz nebolo znamenane žiadne zásadné úsilie o diverzifikáciu hospodárstva do iných priemyselných odvetví, čím sa hospodárstvo vystavuje volatilitite vonkajšieho dopytu. Na druhej strane však sila kľúčových priemyselných odvetví generuje dopyt po intermediálnych produktoch vrátane služieb. Preto i konštrukcia ekonomiky Slovenska môže byť účinným prostredím na dynamizáciu podnikov služieb. Predpokladom je produkcia konkurencieschopných služieb. Nízka výkonnosť v oblasti inovácií a nízke výdavky podnikov na výskum a vývoj však sťažujú dlhodobé vyhliadky na naplnenie tejto podmienky a konzekventne i na rast ekonomiky.

Je preto opodstatnené zaoberať sa mobilizáciou domácej sofistikovanej produkcie výrobkov a služieb, ktorá zabezpečí ekonomický rast a pracovné miesta. Výzvou pre SR sa preto stáva aj tvorba podmienok na vznik a rozvoj dynamických podnikov v sektore služieb.

1.1 Inovačné zázemie dynamizácie podnikov v slovenskej ekonomike

Prienik inovácií na podnikovej úrovni je podmienený inovačným zázemím, ktoré je inštitucionálne a legislatívne vytvorené v ekonomike. Slovensko sa v rámci hodnotiacich systémov radí ku krajinám, ktoré zaostávajú za priemerom EÚ z hľadiska výkonnosti v oblasti inovácií, ktorá je kľúčovým faktorom pre rastový potenciál. Napredovaniu v oblasti výskumu a vývoja bránia nedostatočné verejné a súkromné zdroje, roztrieštený politický rámec a neefektívne vynakladané verejné výdavky.

Výdavky na výskum a vývoj sa v uplynulých rokoch postupne zvyšovali, hoci z veľmi nízkej východiskovej úrovne, pričom sú do veľkej miery odkázané na fondy EÚ. Celková intenzita výskumu a vývoja vzrástla v roku 2014 na 0,89 % HDP, čo je takmer dvojnásobok úrovne z roku 2008. Tento podiel však ostáva výrazne pod priemerom EÚ, ktorý bol v roku 2014 na úrovni 2 % HDP (Európska komisia, 2016).

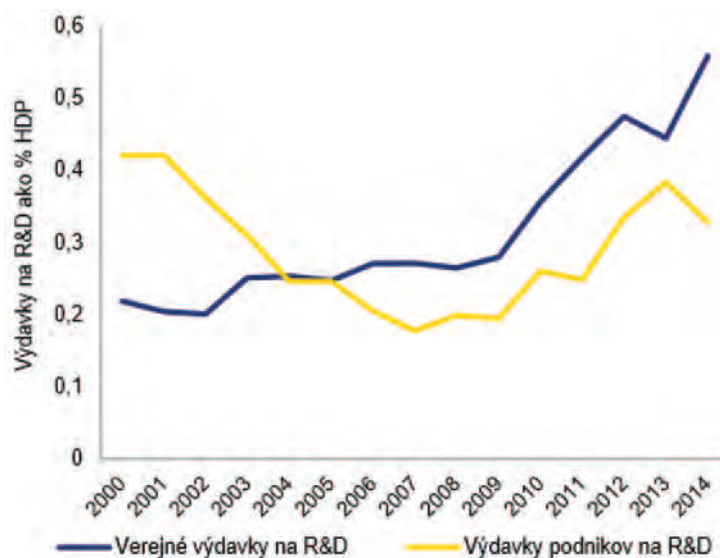
Súkromné výdavky na výskum a vývoj sú relatívne nízke, čo je čiastočne odrazom slovenského podnikateľského modelu. Súkromné výdavky na výskum a vývoj v podnikateľskom sektore v roku 2014 predstavovali 0,33 % HDP, zatiaľ čo priemer EÚ bol na úrovni 1,3 % HDP (Európska komisia, 2016). Mnohé európske i svetové štúdie pritom potvrdzujú, že výdavky na výskum na úrovni podniku priaznivo ovplyvňujú dosahovanú produktivitu, dokonca signifikantnejšie ako na úrovni odvetvia.

Pre slovenské hospodárstvo je charakteristický vysoký podiel výrobnjej produkcie, ktorá je zvyčajne náročná na výskum a vývoj. Nízka úroveň výdavkov na výskum a vývoj v podnikateľskom sektore však odráža skutočnosť, že vo výrobnom odvetví dominuje niekoľko veľkých nadnárodných spoločností, ktoré väčšinu svojich technológií dovážajú. Slovensku sa dosiaľ nepodarilo od týchto spoločností pritiahnúť značný objem zdrojov do výskumu a vývoja. Celkový podiel technologicky vyspelých produktov na vývoze je navyše naďalej pomerne nízky v porovnaní s hlavnými konkurentmi Slovenska, aj keď sa v posledných rokoch zvyšuje. Existuje len veľmi málo slovenských MSP, ktoré realizujú inovácie interne (15 % na Slovensku v porovnaní s 28,7 % v EÚ), a málokteré z nich pritom spolupracujú s inými (6,7 % na Slovensku v porovnaní s 10,3 % v EÚ) (Európska komisia, 2016).

Je evidentná pokračujúca nízka úroveň spolupráce univerzitného prostredia s priemyselným prostredím, čo bráni transferu poznatkov na jednej strane, ako aj výchove žiadanej pracovnej sily na druhej strane. Absentuje tiež podpora spin-off podnikov.

Uskutočnené aktivity v rámci politického úsilia o posilnenie výskumu a vývoja:

- Systém inovačných poukazov (voucherov) spustený v roku 2013 (v rámci tretej výzvy získalo 70 žiadateľov finančnú podporu v celkovej výške 365 000 €).
- Január 2015: zákon o zavedení daňových úľav (25 %) pre súkromné podniky, ktoré investujú do výskumu a vývoja.
- Jún 2015 – vládna „konceptia“ na podporu startupov a rozvoj startupového „ekosystému“.



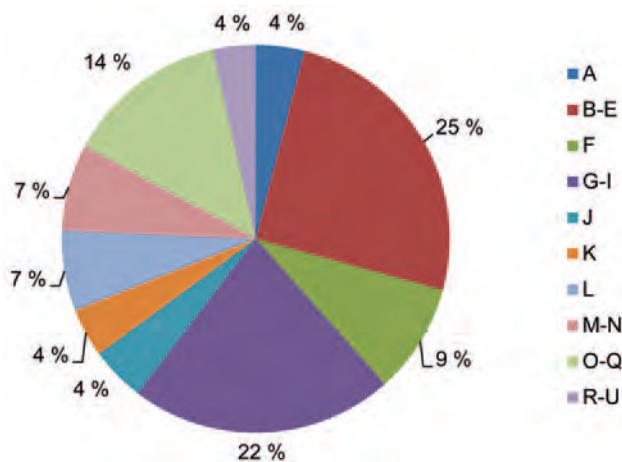
Graf 1.1 Výdavky na vedu a výskum z verejných a súkromných zdrojov, Slovensko, vývoj v období rokov 2000 – 2014

Zdroj: Európska komisia, 2016.

1.2 Súčasný stav ekonomiky služieb v Slovenskej republike

Úvahy o možnej dynamizácii podnikov služieb v slovenskej ekonomike úzko súvisia s poznatkami o štruktúre ekonomických činností v národnej ekonomike a tiež o rozsahu, v akom sa presadzujú služby.

Ako vyplýva z údajov na grafe 1.2, hrubý domáci produkt bol v roku 2015 v slovenskej ekonomike vytvorený v prevažnej miere službami (G-U). Služby sa na tomto parametri podieľali 72 %. Trhové služby tvorili 44 % celkového HDP SR, po vyňatí finančného sektora 40 %. Výsledky vývoja HDP v troch sektoroch v ekonomike Slovenska (graf 1.3) potvrdzujú intenzívne presadzovanie sektora služieb v rokoch 1995 – 2014. Uvedené dáta dokumentujú existenciu charakteristík ekonomiky služieb v SR.



Graf 1.2 Zastúpenie jednotlivých odvetví ekonomiky SR na vytvorenom HDP v roku 2015

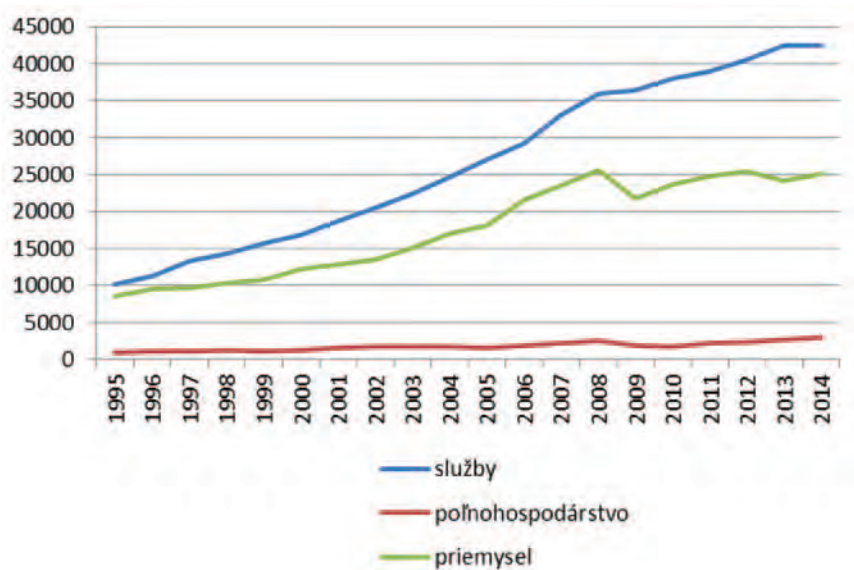
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, 2016.

Úroveň, s akou podniky služieb v SR implementujú a využívajú nástroje rastu, možno vyjadriť ekonomickou efektívnosťou. V prostredí produkcie služieb sa využíva ukazovateľ pridanej hodnoty na jedného zamestnanca (produktivita).

Tabuľka 1.1 zachytáva produktivitu v sektore priemyslu, stavebníctva a služieb v Slovenskej republike v rokoch 2009 – 2014. Najvýraznejší nárast je zaznamenaný v priemysle, v službách je rast najnižší. Napriek tomu je však evidentné, že služby nereagovali na krízové obdobie tak výrazne ako stavebníctvo a priemysel.

Grafy 1.4 až 1.7 znázorňujú vývoj tohto ukazovateľa v rokoch 2005 – 2013. Umožňujú komparáciu v rámci vybraných krajín k priemeru dosiahnutému krajinami EÚ.

Sledované sú výsledky vo vybraných službách reprezentujúcich cestovný ruch – cestovné kancelárie a agentúry, ubytovacie zariadenia, pričom ich možno označiť za služby s nízkou poznatkovou intenzitou.



Graf 1.3 Vývoj HDP v sektoroch ekonomiky SR, roky 1995 – 2014, v mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, 2015.

Tabuľka 1.1 Produktivita práce v sektoroch, medziročná zmena, Slovensko, roky 2009 – 2014

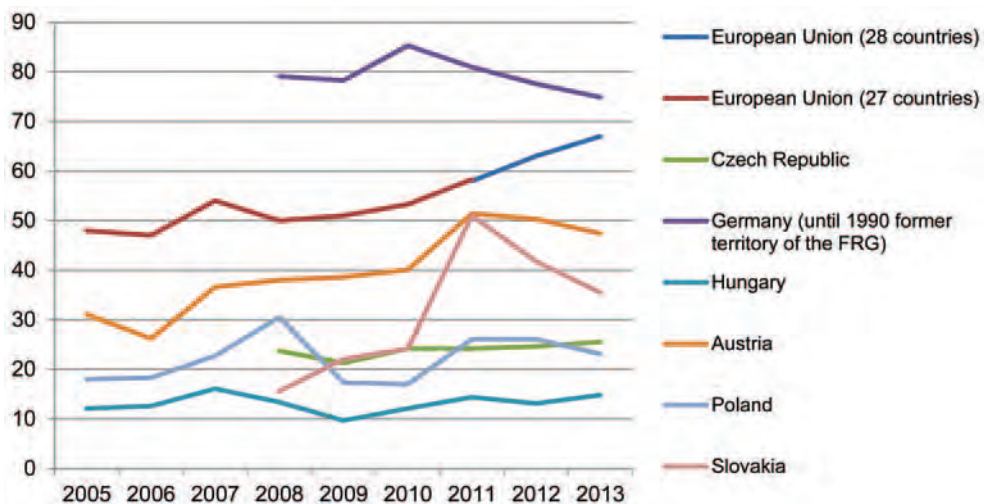
Ukazovateľ/Rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Produktivita práce v priemysle	-4,88	17,86	1,20	0,93	0,44	6,30
Produktivita práce v stavebníctve	-6,25	-4,93	10,40	9,84	-7,81	7,96
Produktivita práce v trhových službách	-4,17	2,13	-1,88	1,92	1,11	3,25

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Európskej komisie, 2016.

Poznatkovo intenzívne služby sú v rámci uvedenej komparácie zastúpené informačnými a komunikačnými službami a profesionálnymi, vedeckými a technickými službami.

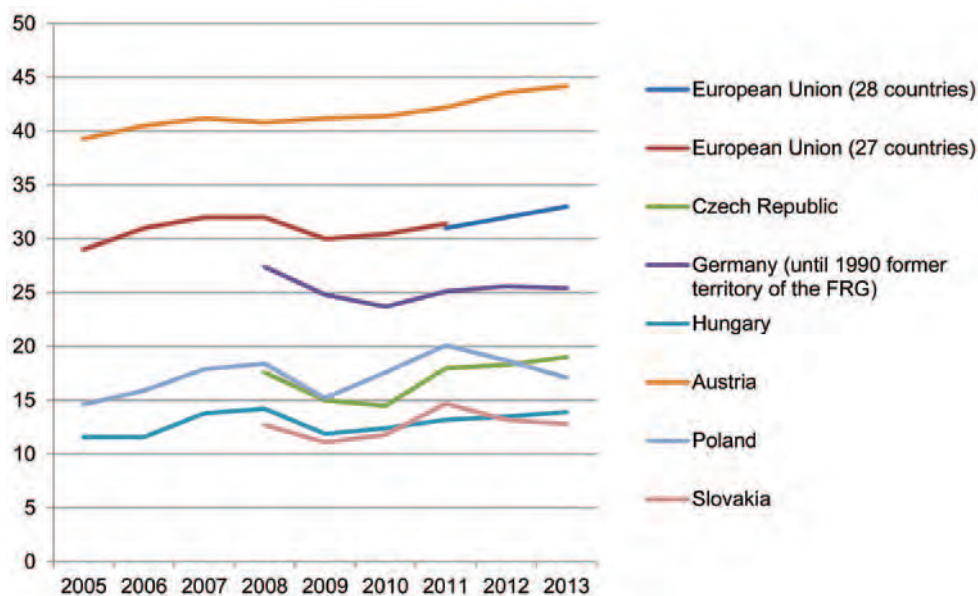
V rámci porovnania vývoja produktivity v službách cestovných kancelárií a agentúr všetky krajiny V4, ako aj Rakúsko dosahovali podpriemernú úroveň vo vývoji produktivity k priemeru krajín EÚ. Údaje za Nemecko dokumentujú nadpriemernú úroveň vo vývoji daného ukazovateľa. V roku 2011 SR dosiahlo výrazný nárast, pričom sa vyrovnalo úrovni dosiahnutej v sledovanom roku v Rakúsku. Krízové obdobie spôsobilo pokles produktivity vytvorenej sprostredkovateľskými činnosťami v rámci CR vo všetkých krajinách (okrem Českej republiky). Najvýraznejšie zmeny boli zaznamenané v Nemecku, v SR a v Rakúsku. Výsledky produktivity v sledovaných službách sú ovplyvnené rôznymi faktormi: cenou práce, výškou marže trhových subjektov, intenzitou využitia ICT a rezervačných systémov, pracovnými postupmi, úrovňou sieťovania a iné.

V rámci sledovaných krajín môžeme konštatovať výrazne najlepšie dosiahnuté výsledky sledovaného parametra (vývoj produktivity v ubytovacích službách) počas celého hod-



Graf 1.4 Vývoj produktivity v službách cestovných kancelárií a agentúr vo vybraných krajinách, v mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.



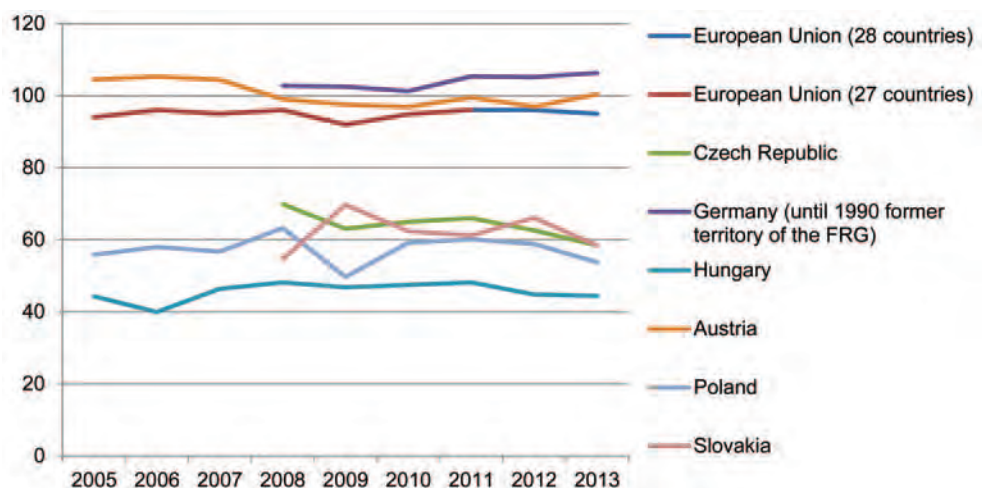
Graf 1.5 Vývoj produktivity v ubytovacích službách vo vybraných krajinách, v mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

noteného obdobia v podmienkach Rakúska. Dosiahnuté údaje vypovedajú o výrazne nadpriemernej úrovni Rakúska v porovnaní s priemerom krajín EÚ. Z krajín V4 dosiahlo Slovensko najhoršie výsledky a spolu s Maďarskom dosahujú výsledok v sledovanom parametri približne na úrovni jednej tretiny výkonu evidovaného ako priemer za EÚ.

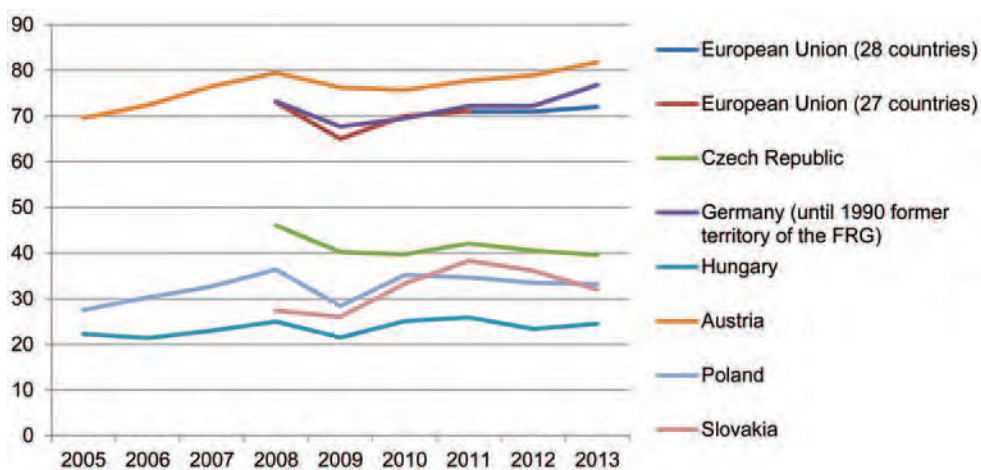
Rozdielna je situácia v rámci komparácie dosahovanej produktivity v informačných a komunikačných službách, kde Slovensko dosahuje najvyššie hodnoty spomedzi krajín V4. Informačné služby sa vyznačujú pomerne výrazným príspevkom k tvorbe HDP, ktorý je zhodný s príspevkom finančného sektora. Zároveň sú vybrané divízie služieb odboru J dôležitou vývoznou komoditou.

V sekcii M údaje dokumentujú podobný vývoj produktivity v SR a v Poľsku (graf 1.7). Z krajín V4 sú najproduktívnejšie služby v Českej republike.



Graf 1.6 Vývoj produktivity v informačných a komunikačných službách vo vybraných krajinách, v mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

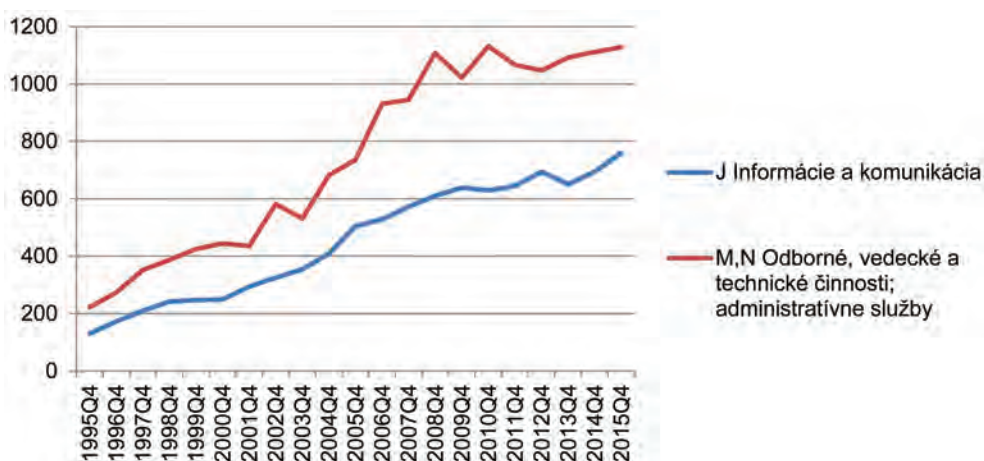


Graf 1.7 Vývoj produktivity v profesionálnych, vedeckých a technických službách vo vybraných krajinách, v mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Za zhodnú črtu vo všetkých sledovaniach produktivity možno označiť podpriemerné hodnoty dosiahnuté v službách SR, ako aj vo všetkých krajinách V4. Výsledky predznamenávajú nízke využitie faktorov intenzívneho rastu, ku ktorým sa radí využitie inovácií naprieč celým hodnototvorným reťazcom. Potenciál pre dynamizáciu podnikov služieb v ekonomike Slovenska tak existuje a je podporený i štruktúrou ekonomiky, kde významné postavenie zastáva automobilový, elektrotechnický a strojársky priemysel. Tieto sú zdrojmi intermediálneho dopytu, ktorý môže podporiť vznik a rozvoj dynamických podnikov služieb.

Vývoj pridanej hodnoty v odboroch poznatkovo intenzívnych obchodno-podnikateľských služieb v intervale rokov 1995 – 2015 dosvedčuje v podmienkach slovenskej ekonomiky ich silnejúcu pozíciu. Tempo rastu sa podpísalo pod štvornásobný nárast objemu pridanej hodnoty v odbore informačných a komunikačných služieb a tiež pod pätnásobný nárast uvedeného parametra v odbore odborných, vedeckých a technických a administratívnych služieb. Uvedené výsledky predstavujú rozvoj poznatkovo intenzívnej produkcie v službách v SR, ktorý je predpokladom pre difúziu inovácií služieb v širšom ekonomickom priestore a navýšenie ich efektov.



Graf 1.8 Vývoj pridanej hodnoty vo vybraných odboroch poznatkovo intenzívnych služieb (J, M, N) v ekonomike SR v rokoch 1995 – 2015, mil. €

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, 2016.

2

EKONOMICKÝ RAST V INTENCIÁCH TECHNOLOGICKÉHO POKROKU A PRESADZOVANIA EKONOMIKY SLUŽIEB

Výsledky ekonomiky je možné posudzovať najmä pomocou jej konečných výsledkov, čiže sledovaním celkového outputu, ktorý daná krajina dokáže vyrobiť a vyprodukovať za určité obdobie. Celkový output alebo hrubý domáci produkt predstavuje pre ekonomiku jeden z najdôležitejších ukazovateľov merania a sledovania výkonnosti danej krajiny (Roguľa, 2011).

Základnou makroekonomickou kategóriou, prostredníctvom ktorej sa vyjadruje vývoj ekonomiky v čase, je hrubý domáci produkt (HDP). HDP je súčet hodnôt finálnych statkov a služieb vyrobených a vyprodukovaných danou ekonomikou. Pojmom finálny statok rozumieme produkt, ktorý jednotliví spotrebitelia, podnikatelia, štátne organizácie a cudzinci vyrábajú a predávajú na konečnú spotrebu alebo investovanie. Hodnota medziproduktov sa do HDP nezapočítava (Lisý, 1999). Na zabránenie ich viacnásobnému započítaniu môžeme pri výpočtoch použiť pridanú hodnotu. Pridaná hodnota danej firmy sa vypočíta ako rozdiel medzi hrubou produkciou a nákladmi firmy, ktoré boli vynaložené na nákup surovín, materiálov, energie, služieb od iných firiem (Vlček, 2003). Pri vyjadrení ekonomického rastu odvetvia sa tak využíva ukazovateľ pridanej hodnoty.

Ekonomický rast je vyjadrený ako zvýšenie HDP v čase. Vyjadruje sa tromi spôsobmi:

1. Ako rozdiel medzi hodnotou reálneho produktu v čase t a hodnotou reálneho produktu v čase $t - 1$:

$$Y = Y_t - Y_{t-1}$$

kde Y_t je reálny HDP v súčasnom období,

Y_{t-1} – reálny HDP v minulom období.

2. Ako podiel hodnoty reálneho produktu v čase t a hodnoty reálneho produktu v čase $t - 1$ vyjadrený v percentách:

$$r = \frac{Y_t}{Y_{t-1}} \cdot 100$$

3. Ako tempo rastu – je to relatívny prírastok, ktorý vyjadruje percentuálny podiel absolútneho prírastku v danom období a dosiahnutej úrovne reálneho produktu v predchádzajúcom období:

$$G = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_t}$$

kde G je rast.

Základný model ekonomického rastu vysvetľuje produkciu ako funkciu výrobných faktorov, práce a kapitálu. Agregovaná produkčná funkcia má tvar $Y = F(K, L)$, kde Y je národná produkcia alebo HDP, K je kapitál a L predstavuje prácu. Rast HDP teda závisí od zvýšenia (akumulácie) kapitálu (K) investíciami alebo znehodnotením a od zvýšenia množstva pracovnej sily (L) prostredníctvom rastu počtu obyvateľstva.

Na vstupy jednotlivých výrobných faktorov pôsobia premenné, ktoré ovplyvňujú produktivitu daných faktorov. Vývoj teórií ekonomického rastu ponúka rôzne parametre účinnosti výrobných faktorov, pričom pozornosť je v znalostnej ekonomike sústredená na schopnosť ekonomiky generovať nové myšlienky a implementovať riešenia prinášajúce technologický pokrok.

Podľa tzv. endogénnej teórie rastu príjmy krajín v prepočte na obyvateľa nezávisia od miery akumulácie kapitálu. Skôr ako zvyšovanie fyzického objemu kapitálu potrebujú chudobné krajiny prekročiť medzeru v myslení (Romer, 1993). Schopnosť osvojiť si technológie rozvinutých krajín vytvára potenciál pre chudobné krajiny, aby rástli rýchlejšie ako bohaté. Endogénne modely inovácií predstavujú neo-Schumpeterov rámeč, v ktorom je technický pokrok hlavnou hybnou silou rastu, výsledkom účelových aktivít ekonomických agentov v reakcii na finančné motivácie a, najmä, vyžaduje si jednorazové, ale vysoké náklady na vytvorenie. Prezentáciou akumulácie poznatkov ako výsledku účelového sledovania maximalizácie zisku sa stáva technický pokrok endogénny (Romer, 1990).

Kľúčovým faktorom rastu ostáva aj dnes akumulácia kapitálu, ale v širokom chápaní tohto pojmu a pripája sa tvorba nových poznatkov prostredníctvom výskumu a vývoja. Už v 50. a 60. rokoch 20. storočia vznikla teória rastu, ktorá predpokladala endogénnosť technického pokroku v podobe lineárnej závislosti medzi produktivitou práce a rastom kapitálu na jedného zamestnanca. Za samostatne významné boli označené pracovné skúsenosti, keď ako funkcia investícií do zmeny pracovného prostredia zvyšujú produktivitu práce. Predstavujú externalitu akumulácie kapitálu, pretože prelievanie poznatkov vytvorených prehľbovaním kapitálu jednou firmou zvyšuje rozsah poznatkov aj hraničnú produktivitu kapitálu v celej ekonomike. V konečnom dôsledku bude mať firemná produkčná funkcia konštantnú návratnosť, klesajúcu návratnosť kapitálu, ale agregovaná produkčná funkcia bude dosahovať rastúcu návratnosť (Romer, 1986).

Na úrovni odvetví a podnikov je základným východiskovým ukazovateľom merania ekonomického rastu pridaná hodnota. Viaceré zdroje využívajú na vyjadrenie ekonomického rastu ukazovateľ produktivity, resp. *total factor productivity* (TFP), pretože je vysvetľovaná ako hlavný zdroj tvorby agregovaného ekonomického rastu (Du, Temouri, 2015). Prístup merania celkovej produktivity TFP zohľadňuje vstupy všetkých fak-

torov produkcie. V praxi smeruje k redukcii týchto faktorov na pracovnú silu, kapitál a veličinu, resp. konštantu, vyjadrujúcu úroveň technológií, technologickú efektívnosť, manažérske kapacity alebo iné nepozorovateľné komponenty v podniku. TFP je vypočítaná ako zmena v produkcii spôsobená inými ako dvoma základnými faktormi produkcie (pracovná sila a kapitál). Táto reziduálna časť zahŕňa tiež inovácie v časti technológie a organizácia. Presne rozložiť TFP a identifikovať jednotlivé komponenty na účel ich presného merania je všaka veľmi ťažké (Hall, Williams, 2008).

Napriek týmto identifikačným ťažkostiam je inovácia považovaná za rozhodujúci determinant úrovne produktivity. Napríklad inovácia zabezpečuje až 80 % rastu produktivity v európskej ekonomike a rast produktivity zabezpečuje 80 % hrubého domáceho produktu (Sternberg, Arndt, 2001). To zdôrazňuje úlohu inovácií v konkurencieschopnosti a ekonomickom raste.

Positívny vplyv IKT na ekonomiku krajiny je dokázaný vo viacerých štúdiách a prácach autorov, medzi ktorých patrí O'Mahony, van Ark (2003), Inklaar (2005), Denis (2004), Piatkowski (2004), Delina, Vajda (2005), Greenwood (1998), Powell (1997), Brynjolfsson a Hitt (2003) a iní. Výsledky ich prác potvrdzujú, že investície do IKT a ich zvýšené využívanie významne ovplyvňuje rast produktivity práce a zvýšenie celkovej konkurencieschopnosti ekonomík.

Úroveň rozvoja informačných a komunikačných technológií v jednotlivých krajinách sveta sa zisťuje na makroúrovni pomocou viacerých indexov (*ICT Development Index* – IDI, *The Networked Readiness Index* – NRI, Index digitálnej ekonomiky a spoločnosti – DESI a ďalšie). Kľúčovým pri implementácii a využívaní IKT je však mikroúroveň, teda rozhodnutie podnikov investovať do IKT.

Investície do IKT prispievajú k rozvoju všetkých odvetví hospodárstva, najmä služieb. V investíciách do softvéru sektor služieb v posledných rokoch predbieha výrobný sektor (McCredie, Bubbner, 2011). Predpokladom implementácie IKT je rozvoj kvalitnej digitálnej infraštruktúry a širokopásmového internetu, ktorý je podľa Svetovej banky kľúčovým faktorom ovplyvňujúcim konkurencieschopnosť služieb (ABAC, 2011). Následná integrácia IKT do podnikových procesov služieb zvyšuje konkurencieschopnosť a produktivitu (McCredie, Findlay, 2011; Kretschmer, 2012; Žák, 2015).

Významným predpokladom, podľa Koellingera (2006), prinášajúcim efekty z implementácie IKT a vyššiu produktivitu je využívanie pokročilejších technológií, ako sú systémy ERP (plánovanie podnikových zdrojov), SCM (riadenie dodávateľského reťazca), CRM (riadenie vzťahov so zákazníkmi), slúžiace na podporu znalostného manažmetu a transakcie online obstarávanie a online predaj.

2.1 Meranie produktivity v službách

Meranie produktivity služieb je v porovnaní s inými sektormi ekonomiky zložitejšie. Špecifické vlastnosti služieb vnášajú do koncepcie produktivity služieb veľa otázok. Ťažkosti pri meraní spočívajú v probléme určiť jednotku produkcie služieb ako nehmotných statkov, kvantifikovať vplyv spotrebiteľa pri produkcii služieb, pri niektorých služ-

bách je samotný výkon a účinok v nesúlade, keďže prínos sa prejaví až po určitom čase (napr. zdravotnícke služby).

Metodicky náročná konštrukcia produktivity služieb je jedným z dôvodov, prečo bola donedávna produktivita služieb koncepcne málo rozvinutá (Corsten, 2001). Väčšina definícií sa odvíja od klasického chápania produktivity (Sink, 1985), ale pre nehmotnosť služieb je jednoduchý prenos tradičného chápania produktivity z priemyslu produkujúceho hmotné statky na služby nepresný a zavádzajúci (Corsten, 2001; Baumgartner, Bienzeisler, 2006; Lasshof, 2006; Grönroos, Ojasalo, 2004; Johnston, Jones, 2004). Nehmotnosť vyplýva z nehmatateľnosti výstupu produkcie služieb; takisto heterogenita služieb ako ďalšia vlastnosť služieb komplikuje vytvorenie všeobecne platnej koncepcie produktivity služieb. Služby sú veľmi diverzifikované, širokospektrálne. Patria sem služby počnúc verejnými službami cez služby podnikom, prevažne náročné na poznatky, až po osobné služby. Tieto majú rôznorodé vlastnosti, takže je ťažké určiť významné faktory produktivity a ich špecifiká (Lasshof, 2006; Ojasalo, 1999; Baumgartner, Bienzeisler, 2006).

Okrem toho integrácia a zapojenie zákazníkov do procesu tvorby hodnoty je hlavný prvok v produkcii služieb (Lasshof, 2006). To znamená, že zákazník je nevyhnutne kľúčovým faktorom pre poskytovateľov služieb, ktorí musí byť nejakým spôsobom integrovaný a zahrnutý do merania produktivity služieb. Na rozdiel od klasického chápania produktivity, keď zákazník zvyčajne nie je neoddeliteľnou súčasťou pri tvorbe hodnôt a aj obchodné procesy sú často uzavretý systém (Grönroos, Ojasalo, 2004). Znamená to teda, že kvalita produkcie výrobku v priebehu procesu vytvárania hodnoty, teda pri výrobe aj pri predaji, nemôže a ani nesmie byť ovplyvnená zákazníkom.

Existujúce koncepcne prístupy k produktivite služieb zohľadňujú viacero faktorov vplyvujúcich na jej meranie (Lasshof, 2006; Grönroos, Ojasalo, 2004; Johnston, Jones, 2004; Corsten, 1994; Gummesson, 1998). V súčasnosti však neexistuje jednotná definícia produktivity služieb ani bežne použiteľná metóda jej merania (Johnston, Jones, 2004). Problém s definovaním metódy merania produktivity spočíva v špecifickej povahe služieb, ako aj v obťažnosti kvantifikovať účasť zákazníka v procese produkcie služieb (Nachum, 1999; Vuorinen, Järvinen, Lehtinen, 1998; Grönroos, Ojasalo 2004; Jääskeläinen, 2010).

Metóda merania produktivity je v súčasnosti rozpracovaná a využívaná pre produkciu spracovateľského priemyslu (Den Hartigh, Zegveld, 2011), kde je produktivita definovaná ako pomer výstupov výrobnej jednotky a jej vstupov. Identifikovanie produktivity služieb však nie je neopodstatnené, pretože produkcia služieb (na rozdiel od výroby) do značnej miery vyžaduje participáciu ľudí, technológií, interných a externých zainteresovaných strán vzájomne prepojených pri vytváraní hodnôt a spoločnom využívaní informácií. Preto neexistuje ani žiadna univerzálna definícia produktivity služieb (Hilke, 1989; Maleri, Frietzsche, 2008; Reichwald, Möslin, 1995).

Model produktivity služieb podľa Grönroos a Ojasalo (2004) je vo vedeckej literatúre jedným z hlavných existujúcich koncepcií (Balci et al., 2011), rozširujúcim klasické chápanie produktivity služieb. Je založený na procesnom prístupe. Definuje produkti-

vitu služieb ako komplex rôznych funkčných zložiek. Z pohľadu poskytovateľa služieb je produktivita služieb determinovaná tromi hlavnými faktormi: internými, externými a využitím kapacity.

Interná účinnosť je identifikovaná vnútornou štruktúrou produkcie služby, zahŕňajúcou vstupy poskytovateľa služieb a zákazníkov. Externá účinnosť závisí od kvality výstupov, najmä od zákazníkmi hodnotenej kvality služby, a kvantity výstupov. Účinné využitie kapacity, znamená optimálne využívanie kapacít podniku vo vzťahu ku kvantite produkcie. Využitie kapacity je optimálne, ak sú dopyt a ponuka produkcie v rovnováhe. Dôležitá je schopnosť poskytovateľa služieb udržať si nákladovú efektívnosť (interná účinnosť) a koordinovať zdroje v súlade s očakávaniami zákazníkov na kvalitu (externá účinnosť) spolu s využitím kapacity podniku (účinnosť kapacity) (Balci et al., 2011).

Tradičný model produktivity služieb sa tak rozšíril o zákazníka (Vuorinen, Järvinen, Lehtinen, 1998). Keď sa kvalita a spokojnosť zákazníkov začlenia do konceptu produktivity, môžu podniky služieb očakávať väčšiu lojalitu zákazníkov, zvýšený zisk a väčšiu participáciu zákazníkov (Grönroos, Ojasalo, 2004). Ak však berieme do úvahy participáciu zákazníka v procese produkcie služby, jeho úloha nespočíva len v hodnotení kvality. V niektorých službách sú totiž zákazníci priamo zapojení do procesu produkcie služieb, a teda majú rovnako dôležitú úlohu ako poskytovateľ služieb (Grönroos, Ojasalo, 2004).

„Vzhľadom na vlastnosti služieb a proces produkcie služieb, riadenie externej účinnosti výstupu (identifikácia kvality služieb) musí byť neoddeliteľnou súčasťou konceptu produktivity služieb“ (Grönroos, Ojasalo, 2004). Čisto kvantitatívny prístup nepostihuje všetky špecifiká produkcie služby a nevyjadruje efektívnosť služby. To znamená, že sa treba zamerať na kvalitu výstupov. Produktivita sa hodnotí len alebo najmä z hľadiska poskytovateľa služieb. Hlavnú úlohu však zohráva spokojnosť zákazníkov. Čím lepšie je posudzovaná kvalita služby (Ako je vnímaná zákazníkom? Je zákazník spokojný alebo nie?), na produkciu ktorej bolo vynaložené určité množstvo vstupov, tým lepšia je externá účinnosť, čo má za následok zlepšenie produktivity služieb (Grönroos, Ojasalo, 2004).

Čo sa týka vzťahu medzi produktivitou služieb a kvalitou služieb, niektorí výskumníci zastávajú názor, že produktivita a kvalita sú neoddeliteľné súčasti celku (Grönroos, Ojasalo, 2004; Gummesson, 1998), zatiaľ čo iní argumentujú, že produktivita je nezávislá od kvality a môže byť vnímaná samostatne ako vyjadrenie kvalitatívneho prínosu, ktorý je oddelený od kvantitatívneho výsledku (Lasshof, 2006; Nachum, 1999). Všetci vedci sa však zhodujú v tom, že kvalitu služby určuje zákazník (Lasshof, 2006; Grönroos, Ojasalo, 2004).

Podľa Lasshofa (2006) produktivitu ovplyvňuje v rozhodujúcej miere zákazník, ktorý posudzuje kvalitu služby (resp. jeden aspekt kvality) slúžiacu ako meradlo na hodnotenie efektívnosti produkcie. Vzhľadom na to, že zákazník je kritický faktor pre úspešnosť poskytovateľa služieb, na efektívnosť produkcie a spokojnosť zákazníka treba preto vyvinúť súbežný tlak (Lasshof, 2006). Zvýšenie oboch veličín súčasne vedie ku konkurenčnej výhode. Podľa Lasshofa (2006) tiež z úvahy o produktivite vyplýva, že efektív-

nosť produkcie a produktivita vyjadrená kvantitatívne môžu byť hodnotené nezávisle od seba (Lasshof, 2006).

Sú to teda dva rôzne pohľady na produktivitu služieb. Jeden prístup chápe produktivitu služieb ako súčasť efektívnosti, aj keď zdôrazňuje význam spokojnosti zákazníkov. Produktivita sa preto vyjadruje kvantitatívnym ukazovateľom výkonu a je oddelená od zložky kvalitatívny výsledok. Druhý prístup chápe produktivitu ako komplex integrujúci účinnosť a výkonnosť. Podľa tohto pohľadu teda produktivitu nemožno oddeliť od kvality.

Predpokladá sa tiež, že existuje ešte veľké množstvo rôznych faktorov, ktoré majú vplyv na produktivitu služieb. Len málo z týchto faktorov na určenie produktivity však bolo doteraz podrobnejšie skúmaných.

3

GAZELY A ICH POSTAVENIE V EKONOMIKE

3.1 Teoretické aspekty existencie rýchlo rastúcich podnikov a gaziel

Podľa definície Organizácie pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (*The Organization for Economic Development and Cooperation* – OECD) rýchle rastúce podniku (*High-growth enterprises* – HGE) sú všetky podnikateľské subjekty s priemerným ročným prírastkom 20 %, ktorý dokážu udržať počas troch po sebe idúcich rokov. Podľa definície Európskej komisie (2007) a Manuálu o štatistickej demografii podnikov (2007) rast môže byť meraný podľa dvoch kritérií: kritéria prírastku zamestnanosti alebo obratu. Podnik je zaradení do predmetnej skupiny v prípade, ak spĺňa aspoň jedno z uvedených kritérií. Zastúpenie HGE je v štatistických údajoch vyjadrené ako percento populácie podnikov s desiatimi a viac zamestnancami (OECD, 2015). Vylúčené sú mikropodniky s počtom zamestnanov menej ako 9, ktoré by dokázali generovať tieto prírastky vzhľadom na nízky počet zamestnancov oveľa rýchlejšie (Petersen, Ahmad, 2007; Dautzenberg a kol., 2012). Ak by neboli vyradené mikropodniky, tak by napríklad firma s jedným zamestnancom mohla spĺňať kritérium vysokého tempa rastu podľa zamestnanosti tým, že by každý rok v priebehu troch rokov po sebe vytvorila jedno pracovné miesto, spolu by teda prijala len troch zamestnancov. Ak ide o firmu s 10 zamestnancami, aby splnila kritérium stanovené OECD, musí predmetná firma v priebehu troch rokov prijať minimálne osem zamestnancov, t. j. zvýšenie celkovo by bolo 72,8 % (Choi a kol., 2013).

Kolektív autorov pod vedením Claytona (2013) navrhol pozmenenú definíciu OECD pre rýchle rastúce podniky týkajúcu sa kritéria zamestnanosti: Firma, ktorá zamestnáva menej ako 10 zamestnancov, môže byť považovaná za rýchle rastúcu vtedy, ak vytvorí viac ako osem nových pracovných miest počas troch rokov. Takto upravený variant definície lepšie zachytáva dynamiku rastu firiem, ktoré začali ako menšie firmy, ale zaznamenajú výrazný rast v relatívnom aj v absolútnom vyjadrení (Choi a kol., 2013).

Podľa správ OECD (2011a; 2012; 2013; 2014; 2015a) tvoria rýchlo rastúce firmy približne 3 – 6 % všetkých podnikov podľa kritéria zamestnanosti a dokonca až 8 – 12 % podiel, ak je tento stav hodnotený podľa kritéria obratu všetkých podnikov. OECD

(2013) v rámci skupiny rýchle rastúcich firiem uvádza aj kategóriu stredne rýchlo rastúcich podnikov, s priemerným ročným rastom v rozmedzí 10 – 20 %.

V rámci skupiny HGE sa nachádzajú aj podniky s názvom „gorily“ (*Gorilla*), ktoré sú na základe stanovených kritérií rýchleho rastu podľa OECD definované ako rýchlo rastúce spoločnosti, ale musia byť založené pred nie viac ako 10 rokmi, s fyzickou prítomnosťou aspoň v troch krajinách a zamestnávať viac ako 500 zamestnancov. Patria sem podnikateľské subjekty ako napríklad Google, Vodafone, Intel a Skype. Takýto podnik musí vykazovať tri kľúčové charakteristiky, a to (BERR, 2008):

- musí dosiahnuť vysokú úroveň rastu,
- musí byť veľký a vzniknúť zo startupu v pomerne krátkom období,
- musí ísť o medzinárodnú organizáciu, a preto by mal mať dcérske spoločnosti vo viac ako v jednej krajine.

Významnú podskupinu HGE tvoria mladé, rýchlo rastúce podniky, nazývané gazely.

I keď v dekáde 30. rokov 20. storočia bolo publikovabého množstvo literatúry o fenoméne firemného rastu (Storey, 1994; 2010), predstavu, že malé a stredné podniky vytvárajú najviac nových pracovných miest ako prvý opísal vo svojej publikácii *Job Generation Process* ekonóm David Birch (1979). Birch predpokladal, že nové pracovné miesta sa tvoria najmä v malých a stredných podnikoch, a to najmä v novovzniknutých. Birch a jeho kolegovia (1997) túto hypotézu skúmali v USA. Podľa ich štúdie v priemere dve tretiny všetkých pracovných miest sú vytvorené malými a stredne veľkými podnikmi. David Birch nielenže prvý použil termín gazela, ale bol tiež prvý, kto definoval, čo predstavuje gazela ako firma. Pojmom **gazela** označujeme tie spoločnosti, ktoré sú schopné generovať vysokú mieru rastu vo veľmi krátkom čase (Birch et al, 1997; Moreno, Casillas, 2000; 2007). Jednoducho vyjadril definíciu podnikových gaziel Erica P. Canada (1998), ktorý definuje gazelu ako spoločnosť, ktorá zažíva predĺžené obdobie rýchleho rastu.

Následne svoju teóriu Birch (1992) ďalej rozvinul výrokom „malé percento firiem vytvára väčšinu nových pracovných miest“. V roku 1994 však Birch revidoval svoje práce so zameraním sa na tému podnikov generujúcich väčšinu pracovných príležitostí, ktoré nazval gazely. Tie boli podľa neho špecifické síce menšou veľkosťou, ale rýchlou expanziou. Podľa Bircha tieto podniky dokázali zdvojnásobiť obrat každé štyri roky. Podľa jeho zistení napríklad v Spojených štátoch amerických zhruba 4 % všetkých spoločností tvorili gazely, ktoré boli zodpovedné za 70 % všetkých nových pracovných miest (Zumbun, 2009).

Mladé, rýchlo rastúce podniky nazývané gazely tvoria významnú podmnožinu (približne pätinu podielu HGE) skupiny podnikateľských subjektov s vysokým rastom (Eurostat-OECD, 2007; OECD, 2012; Krošláková a kol., 2015). Sú to rýchlo rastúce firmy, ktoré dosahujú tiež viac ako 20 % prírastky obratu alebo zamestnanosti počas obdobia po sebe nasledujúcich troch rokov, ale ktorých vek od ich založenia (vzniku) nesmie presiahnuť päť rokov (Ahmad, 2006; Eurostat-OECD, 2007; OECD, 2015). Podobne ako pri rýchlo rastúcich spoločnostiach, aby nedochádzalo k zvýšeniu rozmerov,

v tejto skupine definície zahŕňajú ďalšie kritérium, podľa ktorého by mali mať predmetné podniky aspoň 10 zamestnancov na začiatku každého pozorovaného obdobia (Peteresen, Ahmad; 2007), a to preto, že malé mikrofirmy (< 9 zamestnancov) môžu dosiahnuť relatívny prírastok zamestnancov oveľa rýchlejšie. Množstvo veľmi malých podnikov je týmto kritériom vylúčených zo skupiny gaziel. Treba však uviesť, že niektoré štatistiky, napr. Eurostat (2014), majú v štatistických dátach týkajúcich sa gaziel zaradené podnikateľské subjekty už od veľkosti päť zamestnancov. Tento aspekt posudzovania platí tak pre kritérium prírastku zamestnanosti, ako aj pre kritérium prírastku obratu.

Firmy nazývané gazely sú mladé, rýchlo rastúce podniky, väčšinou založené ako startupy (Morgan, 2010). Ich protipólom sú tzv. *sloni*, ako napr. Wal-Mart (Zumbrun, 2009). Ide o gigantické spoločnosti s tisíckami zamestnancov, ktoré však nevytvárajú žiadne významné prírastky nových pracovných miest (Autiu a kol., 2000). Opozitom firiem nazývaných sloni sú tzv. *myši*, ktoré síce generujú pri svojom vzniku pracovné miesta, ale naďalej ostávajú malými podnikmi s malým prírastkom zamestnancov alebo stagnujúcimi mikropodnikmi (Birch, 1987; St-Jean a kol., 2008).

Okrem uvedených kategórií sa v odbornej literatúre stretávame aj s pojmami *spiace gazely* a *baby gazely*. Švédski autori (Grundström a kol., 2012) sa vo svojej štúdií z rokov 1997 – 2000 sústredili na tzv. *spiace gazely*. Tieto podniky charakterizujú ako podniky, ktoré v trojročnom období vykazujú vysoké prírastky zisku, ale tieto nie sú správaním prírastkom zamestnancov. Skúmanie zameralo na správanie sa týchto subjektov a na identifikáciu dôvodov, ktoré zamedzujú nárast zamestnancov. Pritom rast podniku definujú ako zmenu v počte zamestnancov v intervale troch rokov. Z výsledkov štúdie vyplýva, že spiace gazely možno identifikovať ako malé a mladé podniky, samostatné, bez silného finančného zázemia, lokalizované na trhu s významnými príležitosťami na dosiahnutie zisku a s vysokou trhovou koncentráciou. Spiace gazely tak môžu za optimálnych podmienok zaujať pozíciu podniku dosahujúceho vysokú ziskovosť, ale bez politickej podpory sústredenej na podporu rastu malých podnikov a na odstraňovanie bariér rastu tieto podniky negenerujú nové pracovné miesta, čo v konečnom dôsledku bráni ich udržateľnému rastu. Za dôvody brániace rastu zamestnanosti označujú nedostatok podnikateľských zručností, nedostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a regulačné opatrenia.

I napriek tomu, že väčšina relevantných zdrojov identifikuje gazely prostredníctvom začiatočného počtu 10 pracovníkov, v literatúre sa stretávame i s pojmom *baby gazely*. Takto sú označované veľmi inovatívne mikropodniky a/alebo malé podniky s počtom pracovníkov od 5 do 49, s veľmi jasným zámerom existencie – tvorba bohatstva (Feindt a kol., 2002). Faktom je, že mikropodniky orientované na produkciu softvérových riešení, vývoj a implementáciu elektronických obchodných procesov a pod. nie sú vo významnej miere závislé od počtu pracovníkov. Rozhodujúca je skôr kvalita pracovného výkonu, kvalifikovanosť zamestnancov a ich výkon, ktoré vytvárajú produkty vysokej pridanej hodnoty podmieňujúce vysoký rast. Preto sú gazely s počtom zamestnancov od päť sledované v rámci viacerých štúdií. Od špecifických charakteristík produkcie týchto podnikov závisí, či rast tržieb môže byť nasledovaný i rastom pracovných miest.

Stále väčšiu pozornosť zo strany vlád a akademických pracovníkov v dôsledku ich očakávanej vysokej inovačnej výkonnosti a rastu získavajú **mladé inovatívne spoločnosti** (*Young Innovative Companies – YIC*), ktoré sú identifikované ako mladé firmy (< 6 rokov), malé firmy (< 250 zamestnancov) a R & D (*research – veda a development – vývoj, výskum*) intenzívne (R & D intenzita > 15 % výdavkov na vedu a výskum). Autori Czarnitzki a Delanote (2013) zdokumentovali vo svojich výskumoch týkajúcich sa predmetných firiem, že tieto firmy rastú výraznejšie než iné firmy, ktoré sú zaradené do kategórie rýchlo rastúcich aj z hľadiska prírastku zamestnanosti, aj obratu, čo znamená, že tieto spoločnosti sú vysoko výkonné.

Gazely môže mať rôznu veľkosť, s veľkým zastúpením malých firiem. Najmä väčšie firmy gazely sú však dôležitým tvorcom pracovných miest v absolútnych číslach, najmä ich malá podskupina tzv. *super hviezd* (*Superstars*) alebo *super gaziel* (*Super Gazelles*) (Henrekson, Johansson, 2008). Termín „super hviezda“ uvádzal vo svojich publikáciách ako prví kolektív autorov pod vedením Bircha (1995). Ide o veľké podniky s minimálne 100 zamestnancami, ktoré generujú viac ako polovicu pracovných miest vytvorených gazelami (Henrekson, Johansson, 2009). Niektoré z týchto spoločností boli zaradené aj do prestížneho rebríčka Fortune 500. Ide o rebríček zostavený z 500 amerických súkromných a verejných korporácií podľa ich hrubého obratu, vydaný časopisom Fortune.

Názory zahraničných autorov na pôsobenie gaziel v jednotlivých sektoroch hospodárstva sú rozdielne. Podľa autorov Autio a kol. (2000), Henrekson a Johansson (2008) a Parker a kol. (2010) nie je žiadny osobitný sektor ekonomiky, v ktorom by sa nachádzali gazely výraznejšie. Celkovo možno gazely nájsť vo všetkých sektoroch a odvetviach (Mitusch, Schimke, 2011). Acs a kol. (2008) však uvádzajú, že niektoré priemyselné odvetvia sa vyznačujú vyšším percentom zastúpenia gaziel, ale nie sú obmedzené len na high-tech priemysel. Kubičková a kol. tiež uvádzajú (2015), že existencia gaziel je fenomén, ktorý nie je typický pre odvetvie high-tech, ale má rozhodujúce postavenie v službách. Existujú však rozdiely medzi gazelami pôsobiacimi v prostredí technologickej vyspelých ekonomík EÚ a tými, ktoré realizujú svoje činnosti s použitím obmedzených progresívnych technológií. Birch a jeho kolegovia (1997) zistili, že rýchlo rastúce firmy nepôsobia len v rýchlo rastúcich odvetviach a že iba dve z top dvadsiatky odvetví gaziel boli v high-tech priemysle (elektronika a výrobcovia prístrojov). Ďalej dospeli k záveru, že väčšina gaziel sa nachádzala v priemerne alebo v pomaly rastúcich priemyselných odvetviach, ako je textil, výroby z papiera, ťažké stavebníctvo, ťažba kameňa a hliny a sklenených výrobkov. Podľa ich pozorovania celkovo takmer 30 % gaziel podniká v oblasti veľkoobchodu a maloobchodu. Koehler a Moller (1998) vo svojej analýze tiež uvádzajú, že výroba a veľkoobchod patrili medzi pomalšie sa rozvíjajúce odvetvia počas pozorovaného obdobia, no napriek tomu produkovali najväčší podiel rýchlo rastúcich firiem. Podľa týchto autorov boli služby jedným z najrýchlejšie rastúcich priemyselných odvetví, ale produkovali najmenej rýchlo rastúcich firiem. Podľa fínskej štúdie (Autio a kol., 2000) je najvyššie zastúpenie gaziel v priemysle a v sektore výroby motorových vozidiel. V novších štúdiách autorov Henreksona a Johanssona (2008; 2010) a Krošlákovéj a kol. (2014) je prezentované, že mladé, rýchlo rastúce firmy dosahujú vý-

raznejšiu prevahu v terciárnom sektore – služieb. Podľa portugalského Instituto Nacional de Estatística (2014) sú gazely najviac zastúpené v sektore služieb, ale významné podiely dosahujú aj v stavebníctve.

Nezávisle od pôsobenia gaziel v jednotlivých sektoroch hospodárstiev sú firmy gazely dôležité pre rozvoj obchodu a podnikania, pretože vytvárajú veľké množstvo nových pracovných miest (Birch, 1979; Barkham a kol., 1996; Zumburan, 2009; Henrekson, Johansson, 2008, 2010; Mote, 2012). Tieto podniky sú hlavnými tvorcami ekonomického rastu jednotlivých krajín (Pšeničný et al., 2014). Podľa autorov Mitusch a Schimke (2011) sú predmetné podnikateľské subjekty dôležité pre hospodársku konkurencieschopnosť a rozvoj všetkých ekonomík. Podľa výskumu Fredericka (2004) hrajú tieto firmy významnú úlohu aj v regionálnej reštrukturalizácii a rozvoji.

Gazely prinášajú na trh nové produkty a hľadajú nové trhy. Zameriavajú sa na efektívnosť ich výroby a firemné procesy, pričom používajú informačné technológie a zamestnávajú skúsených pracovníkov (Barnard a kol., 1998). Väčšinou ide o firmy, ktoré sú priekopníkmi štrukturálnych zmien vo svojom odbore a majú rozvinutú firemnú kultúru založenú predovšetkým na inováciách a hľadaní nových príležitostí pre uplatnenie sa na trhu, resp. pre rast v rámci podielu na trhu. Z tohto vyplýva, že sa orientujú hlavne na znalostnú ekonomiku, vedu a výskum. (OECD, 2013). Keďže do svojich procesov zavádzajú prevažne nové myšlienky a inovácie, možno predpokladať, že tieto podniky by mohli byť súčasne najväčšími inovátormi na trhu (Stone, Badawy, 2011). Schopnosť presadzovať inovácie je v prípade týchto podnikov dôležitejší faktor rastu ako ich malá veľkosť (Henrekson, Johanson, 2010). Takzvaná firma gazela má svoju kritickú veľkosť zabezpečenú svojím obratom, ktorý predstavuje niekoľko miliónov eur (Autiu a kol., 2000). Úspešné firmy gazely majú významné skúsenosti so zahraničným obchodom a disponujú skúseným manažmentom (Barnard a kol., 1998). Podľa Stoneho a Badawya (2011) je možná kombinácia začínajúcej firmy a gazely, pretože spoločnosť, ktorá vyplní medzeru na trhu prostredníctvom inovácií, má obrovský predpoklad na nasledujúci rast. Podľa lexikónu Financial Times high-tech a internetové spoločnosti, ako sú Microsoft, Apple, Dell, Yahoo, Google a Cisco, boli v začiatkoch svojho podnikania takisto gazelami.

Austrálsky výskum v prostredí rýchlo rastúcich podnikov gaziel sa sústredil na identifikáciu odlišností a špecifik, ktoré pôsobia v štádiu vzniku podniku v podnikoch – gazelách a v podnikoch – negazelách (Cunneen, Meredith, 2007). Výsledky sú uvedené v tab. 3.1. Vypovedajú o schopnosti gaziel riskovať, správať sa samostatne, intuitívne a agresívne v konkurenčnom boji, pričom sú schopné využívať výhody sieťovania. Na druhej strane sú sústredené na podporu kvality ľudských zdrojov a rozvoj kreativity.

Tabuľka 3.1 **Špecifické charakteristiky podnikateľských aktivít realizovaných gazelami v začiatocnej fáze podnikania, Austrália, 2007**

Začiatocné podnikateľské aktivity	Špecifiká podnikov – gaziel
Kreativita	väčší dôraz na individuálne orientované kreatívne aktivity, intuíciu a neočakávané asociácie. Kreatívne procesy sú realizované v rámci vlastnej štruktúry, neorientujú sa na spoločne využívanú kreativitu s inými partnermi
Riadenie rizika	sú menej opatrné, rozhodovacie úsilie venujú vstupnej stratégii, sú schopné spracovať informácie rýchlejšie a na základe intuície
Zhromažďovanie informácií a ich spracovanie	získavajú a spracúvajú informácie rýchlejšie a intuitívne
Hodnotenie zdrojov	sústreďujú sa na potreby ľudských zdrojov vo väčšom rozsahu ako na iné zdroje
Zabezpečenie zdrojov	zabezpečené prostredníctvom formálnych negociácií a prezentácií, menej prostredníctvom nastavených podmienok v biznis plánoch
Plánovanie	v rámci strategického plánovania sa sústreďujú viac na výkon ako na plán
Organizovanie	venujú relatívne limitované úsilie organizácii
Vedenie	zamestnávateľia predstavujú širšie vízie pôsobenia ich firiem, aktívnejšie sa zameriavajú na vedenie ľudí a externých skupín (klienti, komunity a pod.)
Kontroľing	venujú relatívne limitované úsilie na kontroľingové aktivity
Konkurenčné správanie	uplatňujú pomerne veľmi agresívny postoj voči konkurentom
Networking	realizovaný vo väčšom rozsahu, s väčším počtom skupín a vo vyššej frekvencii

Zdroj: Cunneen, Meredith, 2007.

Pre potreby ďalšieho rozpracovania problematiky existencie gaziel v sektore služieb vychádzame predovšetkým zo záverov výskumu autorov Henreksona a Johanssona. Tí uvádzajú, že gazely sú mladšie a menšie ako ostatné podniky, pričom s ich schopnosťou rapidného rastu je dôraznejšie spájaný ich vek. Gazely existujú vo všetkých sektoroch, predovšetkým však v službách (Henrekson, Johanson, 2010). V rámci výskumu dôsledkov pôsobenia gaziel na rast zamestnanosti dospeli uvedení autori k nasledujúcim záverom:

1. Rýchlo rastúce podniky generujú väčší podiel nových pracovných miest ako ostatné podniky.
2. Gazely sú mladšie ako ostatné podniky.

3. Gazely môžu byť rôznej veľkosti. Predovšetkým sa vyskytujú ako malé podniky. Veľké gazely sú dôležitými tvorcami pracovných miest, ale podskupina super gazely sú najväčšími prispievateľmi do skupiny vytvorených pracovných miest. Schopnosť presadzovať inovácie je dôležitejším faktorom rastu ako ich malá veľkosť.
4. Gazely nie sú v najväčšej miere typické pre high-tech sektory. Existujú vo všetkých sektoroch, ale v najväčšom rozsahu sú zaznamenané v sektore služieb.

3.2 Medzinárodný a regionálny rozmer existencie gaziel

3.2.1 Medzinárodné porovnanie existencie gaziel

Vychádzajúc z pozorovaní zahraničných autorov uvedených v predchádzajúcej časti monografie a z nášho pozorovania o význame rýchlo rastúcich firiem a mladých, rýchlo rastúcich firiem gaziel v jednotlivých ekonomikách sme sa rozhodli zdokumentovať zastúpenie gaziel podľa stanovených kritérií rastu v medzinárodnom kontexte vybraných krajín. Pre nedostatok štatistických evidencií a údajov týkajúcich sa predmetnej problematiky vo väčšine krajín sa zameriavame iba na vybrané krajiny OECD, za ktoré boli tieto dáta dostupné, a to Slovensko, Česká republika, Luxembursko, Slovinsko, Rumunsko, Dánsko, Nový Zéland, Portugalsko, Maďarsko, Španielsko, Taliansko, Holandsko, Francúzsko a Kanada. Hlavným zdrojom štatistických údajov bola databáza OECD (posledné dostupné informácie boli za rok 2013, publikované v roku 2015), ktorá je zároveň najaktuálnejšou bázou relevantného zamerania.

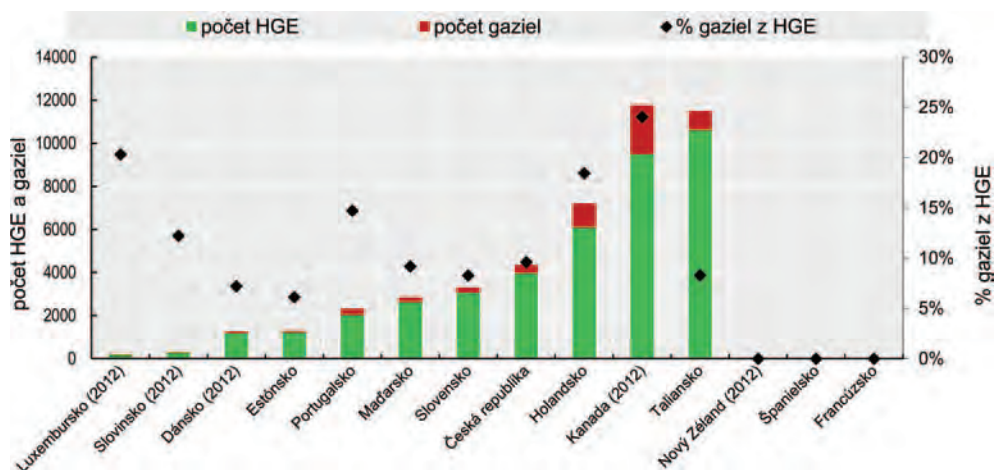
Kľúčovým ukazovateľom postavenia mladých, rýchlo rastúcich firiem gaziel v ekonomike je ich podiel na počte malých a stredných podnikov (s počtom zamestnancov nad 10). Pritom sú rešpektované dve posudzované kritériá rastu:

- prírastok obratu,
- prírastok zamestnanosti.

Keďže gazely tvoria významnú podskupinu rýchlo rastúcich podnikov jednotlivých krajín, zamerali sme sa predovšetkým na zdokumentovanie váhy týchto podnikov v skupine HGE. Podrobné vyhodnotenie zastúpenia gaziel na HGE podľa kritérií prírastku obratu a zamestnanosti je prezentované v nasledujúcich grafoch – graf 3.1 (kritérium obratu) a graf 3.2 (kritérium zamestnanosti).

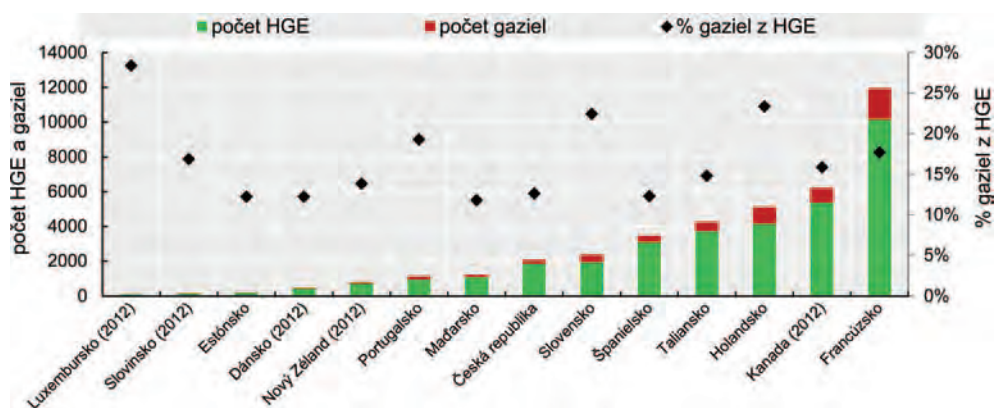
Gazely dosahujú podľa kritéria prírastku obratu v rámci skupiny rýchlo rastúcich podnikov priemerné, 12,5 % zastúpenie. Najvýraznejšie hodnoty dosahujú v krajinách Kanada (24 %), Luxembursko (20 %) a Holandsko (18 %). Naopak, najnižšie zastúpenie týchto podnikov v rámci HGE je v krajinách Estónsko (6 %) a Dánsko (7 %). Slovensko sa nachádza pod priemerom pozorovaných krajín, s podielom gaziel v skupine HGE len 8 %.

V porovnaní s kritériom obratu, podniky, ktoré sú zaradené medzi gazely, lebo generujú 20 % prírastky zamestnanosti, dosahujú výraznejšie zastúpenie v skupine rýchlo rastúcich firiem s priemerom za všetky krajiny, a to okolo 15 %. Najvýraznejšie podie-



Graf 3.1 Podiel gaziel v skupine HGE podľa kritéria obratu v krajinách OECD, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2015.



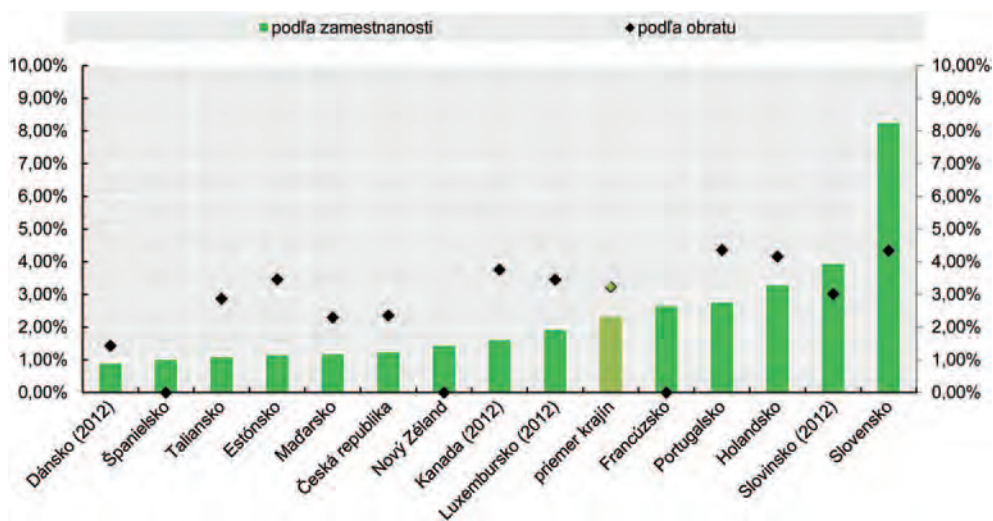
Graf 3.2 Podiel gaziel v skupine HGE podľa kritéria zamestnanosť v krajinách OECD, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2015.

ly v HGE dosahujú gazely v krajinách Luxembursko (28 %), Holandsko (23 %) a prvú trojku poradia krajín uzatvára Slovensko (22 %). Najnižšie zastúpenie gaziel v roku 2013 v rámci HGE je v krajinách OECD v Maďarsku (11 %), Estónsku (12 %) a Dánsku (12 %). Ani v jednej pozorovanej krajine však tento podiel neklesá pod hranicu 10 %.

Následne sme sa zamerali na existenciu gaziel celkovo medzi všetkými podnikmi v kategórii nad 10 zamestnancov pôsobiacich v jednotlivých ekonomikách vo všetkých sektoroch.

V kontexte stanovených kritérií (prírastok 20 % zamestnanosti tri po sebe nasledujúce roky a vek podniku menej ako 5 rokov) tvorili gazely v roku 2013 podiely v skupine



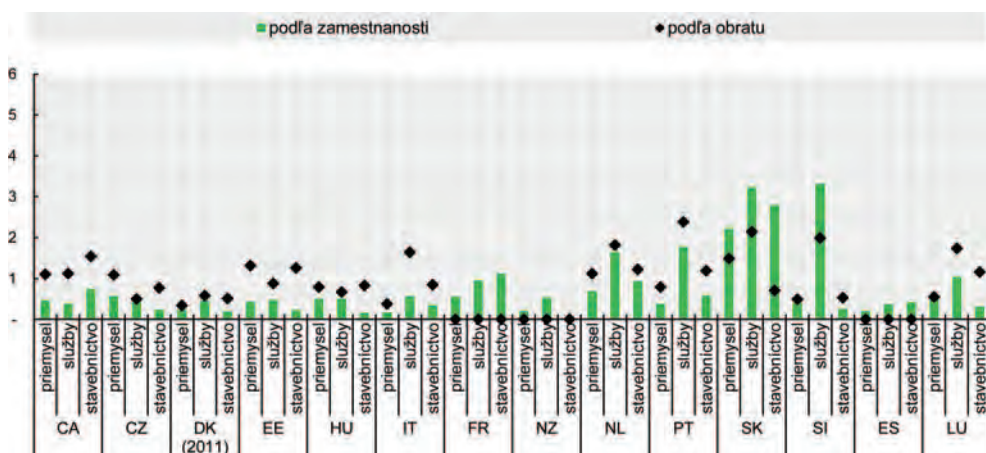
Graf 3.3 Podiel gaziel v skupine všetkých aktívnych podnikov na 10 zamestnancov podľa kritéria obratu a zamestnanosti, v krajinách OECD, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa OECD, 2015.

všetkých aktívnych podnikov nad 10 zamestnancov podľa kritéria zamestnanosti v rozmedzí od 1 % do 8 %, s priemerom 2,3 % za všetky pozorované krajiny. Najvýznamnejšie podiely v rámci všetkých podnikov dosahujú gazely na Slovensku (8,2 %), v Slovinsku (3,9 %) a v Holandsku (3,2 %). Najnižšie a zároveň podpriemerné zastúpenie mali gazely podnikajúce v krajinách Dánsko (0,9 %), Španielsko a Taliansko (v oboch okolo 1 %). Ak hodnotíme tento stav podľa kritéria obratu, podiel zastúpenia gaziel je o niečo vyšší, a to od 1,4 % do 4,4 %, s priemerom za vybrané krajiny 3,2 % a s najväčším podielom gaziel v skupine aktívnych podnikov nad 10 zamestnancov v krajinách Portugalsko, Slovensko, v oboch tesne pod 4,4 %. Najnižšie zastúpenie gaziel tak ako aj pri kritériu rastu obratu dosahuje Dánsko (okolo 1,4 %). Kritérium obratu (♦) pri rovnakých podmienkach a meraniach dosahuje vo väčšine krajín dvojnásobne hodnoty, ako keď hodnotíme oba typy mladých, rýchlo rastúcich firiem podľa prírastku počtu podnikov meraného zamestnanosťou (zelený stĺpček). Dôvodom tohto rozdielu v prospech kritéria obratu je, že pre podnik je jednoduchšie dosahovať rýchlejšie prírastky obratu ako zamestnanosti. Dôvodom je aj to, že ak gazely pôsobia v oblastiach, kde je vysoká pridaná hodnota na jedného zamestnanca, tak tieto firmy dokážu generovať vyššie tržby bez prijatia nových zamestnancov. Z našich predchádzajúcich skúseností v tejto problematike môžeme konštatovať, že ide najmä o mladé startupové firmy.

Každé odvetvie v hospodárstve ovplyvňuje zamestnanosť rôznym spôsobom a intenzitou. V hospodárstve sa nachádzajú také odvetvia, ktoré pri ekonomickom raste odvetvia vykazujú silný pozitívny dosah na zamestnanosť v odvetví, ale aj také, ktoré pri svojom náraste nepotrebujú zapájať nové pracovné sily. Odvetvia s nižším vplyvom na zamestnanosť sú poľnohospodárstvo a priemysel. Sektor služieb patrí k odvetviam v hospodár-

stve, ktoré pôsobia pri svojom raste na zamestnanosť v odvetví pozitívne. Na účely pozorovania existencie mladých dynamických podnikov a ich vplyvu na rast zamestnanosti a tiež rast tržieb (obratu) v sektorovej štruktúre pozorovaných ekonomík sme sa zamerali na pozorovanie existencie gaziel podľa hlavných sektorov hospodárstva – stavebníctvo, priemysel a služby. Za sektor poľnohospodárstva údaje nie sú dostupné, predpokladáme však, že v tejto oblasti je výskyt gaziel ojedinelý. Podiely gaziel v skupine aktívnych podnikateľských subjektov nad 10 zamestnancov bolo približne rovnaké vo všetkých pozorovaných v roku 2013 a vo všetkých sektoroch oscillovalo v rádiuse 0,1 – 3,5 % podľa kritéria obratu a 0,35 – 2,5 % podľa kritéria prírastku zamestnanosti. Prehľadné zastúpenie dynamických podnikov v skupine podnikov pôsobiacich v rámci konkrétneho sektora vybraných krajín je prezentované v grafe 3.4.



Graf 3.4 Podiel gaziel v skupine podnikov pôsobiacich v rámci konkrétneho sektora vybraných krajín OECD, 2013 (podľa kritéria zamestnanosť aj obrat)

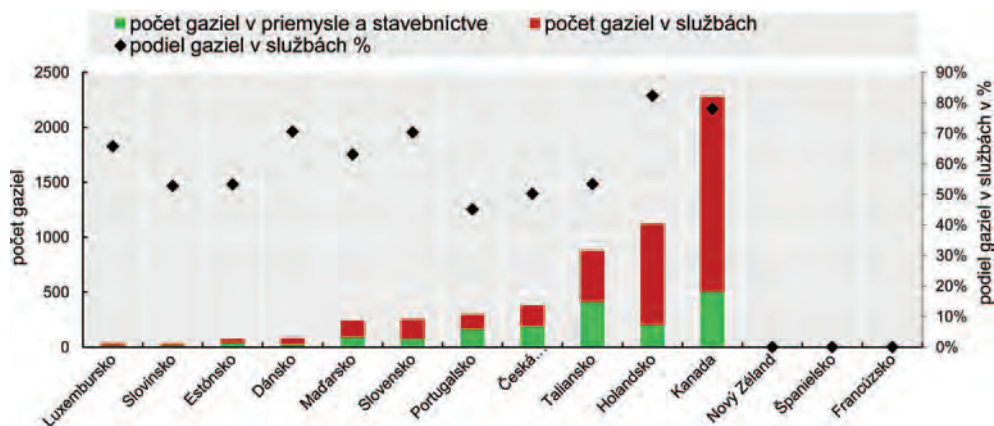
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2015.

Neexistuje žiadny výrazný výskyt predmetných podnikov v skupine všetkých aktívnych podnikov nad 10 zamestnancov v konkrétnom sektore konkrétnej krajiny. Možno konštatovať, že niektoré krajiny majú zastúpenie gaziel v rámci podnikateľských subjektov jednotlivých sektorov (stavebníctvo, priemysel, služby) vyššie nad priemerom vybraných krajín vo všetkých odvetviach, ktorý je podľa kritéria obratu 0,92 % (Slovensko, Holandsko, Kanada a Portugalsko) a 0,75 % (Slovensko, Holandsko a Francúzsko) podľa kritéria zamestnanosť. Naopak, v niektorých krajinách sú dosahované hodnoty priemeru oveľa nižšie podľa obratu krajiny (Dánsko, Maďarsko, Slovinsko) a podľa rastu zamestnanosti krajiny (Dánsko, Česká republika) a túto skupinu uzatvára s najnižšími podielmi gaziel vo všetkých sektoroch Taliansko (za krajiny Španielsko, Francúzsko a Nový Zéland neboli dostupné údaje za kritérium obratu). Zvláštnosťou je, že výskyt podielu gaziel v jednotlivých sektoroch v kontexte ostatných firiem pozorovaných krajín kolíše približne okolo rovnakých percentuálnych hodnôt každej krajiny. Takže ak je v krajine nízke podielové zastúpenie gaziel v skupine ostných podnikov nad 10 zamest-

nancov vyskytuje sa toto nízke zastúpenie vo všetkých sektoroch. Naopak ak gazely generujú vyššie podiely medzi podnikmi tak krajina ich dosahuje približne vo všetkých sektoroch hospodárstva v rovnakých hodnotách v oboch pozorovaných kritériách.

Ani jedna krajina zo 14 pozorovaných krajín nedosiahla podielové hodnoty gaziel v rámci skupiny aktívnych podnikov konkrétneho sektora v jednom sektore nadpriemerne vysoké a v inom sektore, naopak, nadpriemerne nízke, ani v skupine podnikov podľa rastu zamestnanosti alebo obratu. V sledovanom období však v krajinách Slovensko, Maďarsko a Taliansko bola váha gaziel medzi podnikmi pôsobiacimi v sektore služieb výraznejšia ako v ostatných sektoroch a zase v krajinách Bulharsko, Kanada a Portugalsko mali predmetné podniky o niečo vyššie zastúpenie v skupine podnikov nad 10 zamestnancov, vykonávajúcich svoju činnosť v sektoroch priemysel a stavebníctvo. Spôsobuje to napríklad priemyselnejšie zameranie týchto krajín.

Následne sme pre potreby identifikácie najvýznamnejšieho sektora s existenciou gaziel zamerali svoje pozorovanie na sektorovú štruktúru, konkrétne len v rámci skupiny mladých, rýchlo rastúcich podnikov. Obraz o podielovom zastúpení mladých dynamických podnikov v odvetvovej štruktúre predmetných podnikov (gaziel) s dôrazom na ich váhu v sektore služieb (♦) je prezentovaný v nasledujúcich grafoch, a to podľa kritéria obratu (graf 3.5) a podľa kritéria zamestnanosti (graf 3.6).

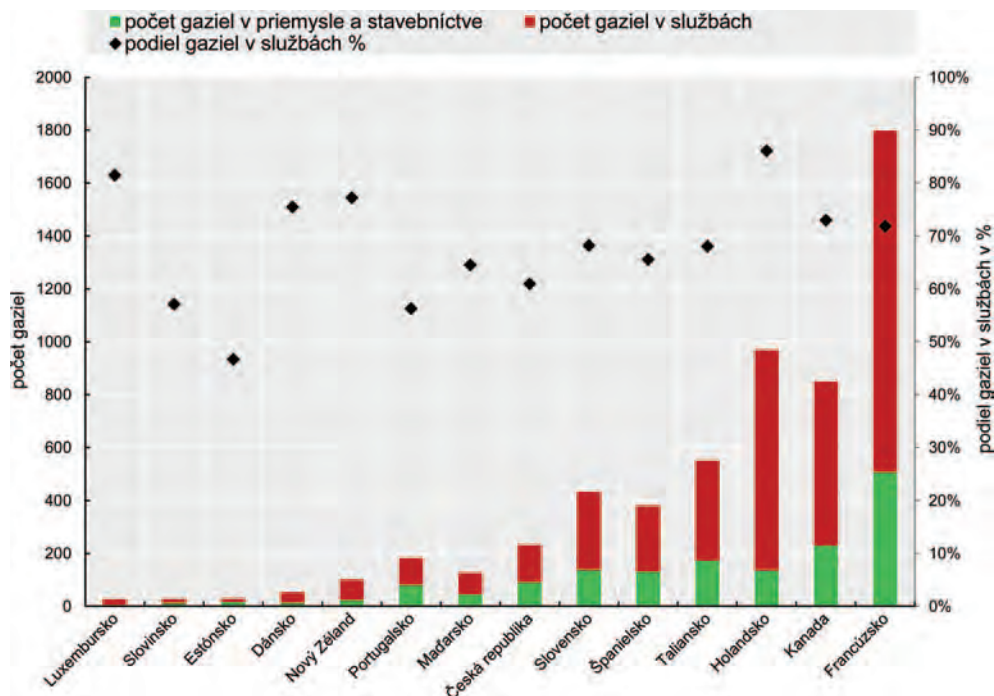


Graf 3.5 Sektorová štruktúra dynamických podnikov
(kritérium obratu) krajín OECD, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2015.

Podľa kritéria generovaného prírastku obratu boli údaje dostupné len za 11 krajín; za Nový Zéland, Španielsko a Francúzsko boli údaje dostupné len za kritérium zamestnanosti. Na základe sledovania zameraného na sektorovú štruktúru skupiny mladých dynamických podnikov je zjavné, že terciárny sektor je sektor s najvýraznejším podielom gaziel vo všetkých krajinách v rozmedzí 53 % – 82 % s výnimkou Portugalska (45 %). Medzi krajiny s najvýznamnejším zastúpením gaziel podľa kritéria prírastku obratu patria Holandsko (82 %), Kanada (78 %), Slovensko (70 %) a Dánsko (70 %). V sektoro-

vej štruktúre podnikov gaziel (podľa kritéria obratu) všetkých krajín dosahuje najväčšiu váhu sektor služieb. Existencia gaziel práve v terciárnom sektore je zjavná vo všetkých pozorovaných ekonomikách. Vo zvyšných dvoch sektoroch (priemysel a stavebníctvo) podľa tohto kritéria pôsobí spolu v priemere len okolo 35 % mladých dynamických podnikov.



Graf 3.6 Sektorová štruktúra mladých dynamických podnikov (kritérium zamestnanosti) krajín OECD, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov OECD, 2015.

Gazely pôsobiace v sektore služieb podľa kritéria zamestnanosť generujú podiely v priemere 60 % všetkých gaziel tohto sektora, konkrétne hodnoty až okolo 80 % Holandsko (86 %), Luxembursko (81 %) a Nový Zéland (77 %). Najmenej gaziel pôsobiacich v sektore služieb je v krajinách Estónsko (46 %) a Portugalsko (56 %). Slovensko je so skoro 70 % podielom gaziel zaradené tiež medzi krajiny s markantným pôsobením týchto podnikov v terciárnom sektore. Možno tak konštatovať, že väčšina gaziel vo všetkých pozorovaných krajinách vykonáva svoju činnosť v tomto sektore. Približne rovnaké hodnoty podielu mimo sektora služieb dosahujú gazely v sektorovej štruktúre predmetných podnikov tak podľa kritéria obratu, ako aj podľa kritéria prírastku zamestnanosti. V sektoroch priemysel a stavebníctvo pôsobí v priemere spolu za oba sektory len okolo 30 % mladých dynamických podnikov.

Zrealizovaná analýza potvrdila dominantné zastúpenie gaziel v službách vo všetkých pozorovaných krajinách (podľa kritéria prírastku zamestnanosti aj obratu). V tomto

kontexte možno konštatovať, že terciárny sektor, ktorý je významným pôsobiskom existencie predmetných firiem, sa preto markantne podieľa na tvorbe nových pracovných miest a tržieb, a tým aj na hospodárskom raste vybraných ekonomík. Vo všeobecnosti môžeme povedať, že mladé, rýchlo rastúce podniky sú firmy, ktoré napriek tomu, že zvyčajne predstavujú len malú časť podnikov (okolo 1 – 2 %), svojim mimoriadnym rastom, v kontexte kritérií, ktoré musia spĺňať, prispievajú najviac k tvorbe nových pracovných miest práve v terciárnom sektore všetkých pozorovaných ekonomík. V súvislosti s narastaním váhy služieb v jednotlivých ekonomikách a presadzovaním princípov ekonomiky služieb je terciárny sektor odvetvie, kde sú podľa našich zistení nové pracovné miesta tvorené predovšetkým rýchlo rastúcimi podnikmi. V kontexte generovania nových pracovných miest, ale aj tržieb možno predmetné podniky označiť za jeden z kľúčových atribútov pri podpore akcelerácie ekonomického rastu vybraných ekonomík krajín OECD. Tento fakt môže byť spôsobený štrukturálnymi zmenami v ekonomike, ktoré boli uvedené americkým sociológom Danielom Bellom (1973) v jeho teórii o postindustriálnej spoločnosti. Štrukturálne zmeny viedli k zvýšeniu významu sektora služieb a spôsobili presun v ekonomikách smerom od výroby k službám. Keďže vytváranie nových pracovných príležitostí je jedným z hlavných prínosov mladých dynamických podnikov počas obdobia, v ktorom mnohé krajiny vzdorujú vysokej nezamestnanosti, vývoj ekonomickej aktivity týchto podnikateľských subjektov môže stimulovať tvorbu nových pracovných miest tohto sektora. Preto sa jednotlivé ekonomiky stretávajú s výzvou na vytvorenie podmienok na zakladanie a rast dynamických podnikov vrátane gaziel, a to najmä v sektore služieb. V tomto kontexte možno spomenúť stratégiu Europe 2020, ktorá definuje *vital services sector* (vitálny sektor služieb) ako silu európskej ekonomiky. Ako uviedla vo svojej správe Nesta (2011), podniky s rýchlym rastom zohrávajú naďalej zásadný význam pre jednotlivé hospodárstva, a to i napriek recesii, a preto by vládne politiky podpory hospodárskeho rastu mali upriamiť svoju pozornosť práve na dynamické podniky a ich konkrétne potreby.

Na záver je nutné konštatovať, že existuje významný nedostatok komplexných údajov pokrývajúcich štatistiku uvedených spoločností vo väčšine krajín sveta. Keďže mnohé štúdie v minulosti dokázali významnú funkciu týchto podnikov pre jednotlivé ekonomiky, navrhujeme zamerať štatistické sledovanie podrobne aj na tieto významné podnikateľské subjekty. Vzhľadom na to, že existencia rýchlo rastúcich firiem je nesporne prínosom národných aj regionálnych ekonomík, je tiež dôležité zaviesť nástroje podporujúce vznik a rast predmetných firiem. Identifikácia účinných nástrojov vyžaduje dôsledné výskumy v danej oblasti, so zameraním najmä na analýzu podmienok na založenie predmetných spoločností.

3.2.2 Územné rozloženie gaziel na Slovensku

Väčšina štúdií zaoberajúca sa rýchlo rastúcimi podnikmi sa zameriava na determinanty vzťahujúce sa na samotné podniky. Absentujú výskumy týkajúce sa determinantov vzťahujúcich sa na lokalizáciu týchto firiem.

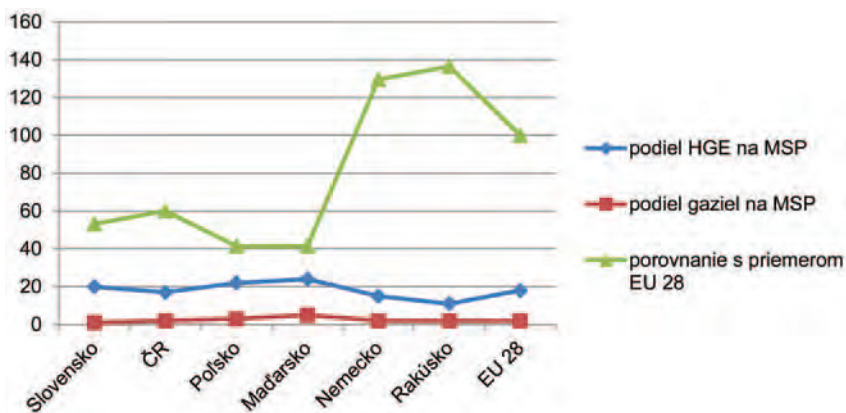
Podľa štúdie OECD (2015b) výskyt HGE firiem na regionálnej a miestnej úrovni varuje v súvislosti s regionálnymi disparitami často rovnako ako v súvislosti s národnými disparitami. Tabuľka 3.2 a graf 3.7 sledujú toto tvrdenie na vybratých krajinách vrátane Slovenska uvádzajúc podiel HGE a gaziel na MSP a úroveň dosiahnutého hrubého domáceho produktu na obyvateľa.

Tabuľka 3.2 **Prepojenie podielu HGE a gaziel na MSP (v %) a HDP na obyvateľa vo vybratých krajinách, 2015**

	Podiel HGE na MSP	Podiel gaziel na MSP	Reálny HDP/1 obyv.	Porovnanie s priemerom EU 28
Slovensko	20	1	14 000	53,23
ČR	17	2	15 800	60,08
Poľsko	22	3	10 900 ^c	41,44
Maďarsko	24	5	10 900	41,44
Nemecko	15	2	34 100	129,66
Rakúsko	11	2	35 900	136,50
EU 28	18	2	26 300	100,00

Pozn.: Ukazovateľ reálneho HDP/1 obyvateľa v € a jeho prepočet za jednotlivé krajiny k priemeru EU 28 (v %). ^c pri HDP Poľska znamená odhadovaný údaj.

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK a Eurostatu, 2016.



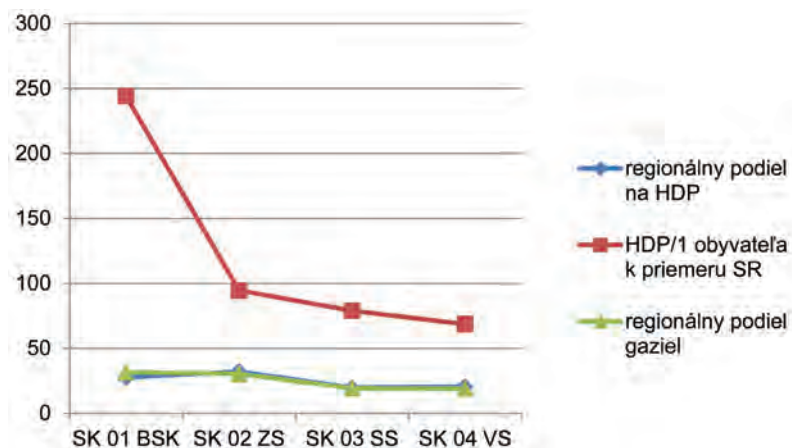
Pozn.: Ukazovateľ reálneho HDP/1 obyvateľa v € a jeho prepočet za jednotlivé krajiny k priemeru EU 28 (v %). ^c pri HDP Poľska znamená odhadovaný údaj.

Graf 3.7 **Prepojenie podielu HGE a gaziel na MSP (v %) a HDP na obyvateľa vo vybratých krajinách, 2015**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK a Eurostatu, 2016.

Najnižšiu úroveň HDP na obyvateľa zo sledovaných krajín dosahuje Poľsko a Maďarsko, pričom tieto krajiny majú navyšší podiel rýchlo rastúcich podnikov a aj podiellovo nadpriemerné zastúpenie gaziel, kde Maďarsko má až 5 % podiel gaziel (priemer EU 28 sú 2 %). Najvyššiu úroveň HDP na obyvateľa dosahuje Rakúsko a Nemecko, ktoré majú aj podiellovo najnižší počet rýchlo rastúcich podnikov a priemerný vo vzťahu ku gazelám. Tieto skutočnosti jasne ozrejmuje aj grafické zobrazenie tabuľky. Možno teda konštatovať, že v rámci sledovaných krajín majú krajiny s vyšším hrubým domácim produktom na obyvateľa nižší podiel rýchlorastúcich podnikov na malých a stredných podnikoch a, naopak, krajiny s nižším hrubým domácim produktom na obyvateľa majú vyšší podiel rýchlorastúcich podnikov a gaziel na malých a stredných podnikoch.

Graf 3.8 obsahuje komparáciu podielu gaziel v jednotlivých NUTS II regiónoch Slovenska a ich podiel na dosiahnutom HDP za Slovensko vrátane údajov o HDP na 1 obyvateľa vyjadrených ako percentuálny podiel k priemeru v SR. Konkrétne údaje sú uvedené aj v tab. 3.3.



Pozn.: Regionálny podiel HDP za NUTS II v % z HDP SR (vypočítané z HDP v bežných trhových cenách), HDP na 1 obyvateľa (v PKS) vyjadrený ako percentuálny podiel k priemeru v SR.

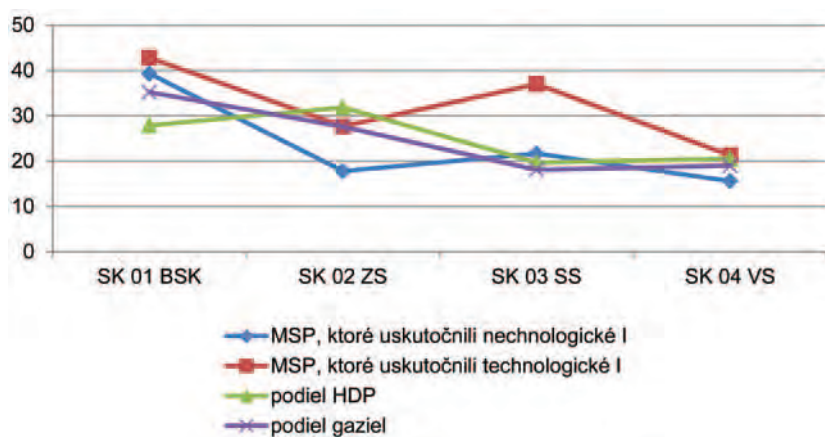
Graf 3.8 **Územné rozloženie gaziel na Slovensku a dosiahnuté HDP, v %, za roky 2012 až 2014**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, ŠÚ SR, 2016.

Z grafu je jasné, že NUTS II Bratislavský kraj, dosahujúci najvyššie hodnoty HDP na obyvateľa, má najvyšší regionálny podiel gaziel. Tento sa však len minimálne odlišuje od západného Slovenska dosahujúceho výrazne nižšie hodnoty HDP na obyvateľa. Podiel gaziel v ostatných krajoch kopíruje úroveň podielu HDP v jednotlivých krajoch. Regionálny podiel gaziel teda približne zodpovedá výkonnosti krajov meranej v objemovo vyjadrenom HDP. Pomocou regresnej analýzy sme zisťovali, či existuje závislosť medzi regionálnym HDP (v mil. PKS) v rokoch 2012 až 2014 a počtom gaziel v regiónoch NUTS II v tomto období. Vo všetkých prípadoch sa však potvrdila jej štatistická

nevýznamnosť. Pri skúmaní závislosti medzi regionálnym HDP na obyvateľa (mil. PKS) a počtom gaziel však zistené hodnoty regresného koeficienta za jednotlivé roky 2012 – 2014 ($b_1 = 0,0047; 0,0033; 0,0008$) a P-value pre regresný koeficient za jednotlivé roky 2012 až 2014 ($2,38E-07; 5,30E-07; 3,78E-06$) nasvedčujú tomu, že regresný koeficient je štatisticky významný. Korelačný koeficient s hodnotami 0,99; 0,98; 0,98 za jednotlivé roky 2012 až 2014 vypovedá o vysokom stupni tesnosti vzťahu medzi počtom gaziel a úrovňou HDP na obyvateľa v krajoch.

Graf 3.9 komparuje údaje zisťované v predchádzajúcom kroku s údajmi týkajúcimi sa inovatívnosti malých a stredných podnikov v krajoch Slovenska na základe podielu malých a stredných podnikov, ktoré uskutočnili v rokoch 2010 – 2014 technologické či netechnologické inovácie.



Pozn.: Údaje za inovácie uvádzané v % z MSP. Podiel HDP za NUTS II v % z HDP SR (vypočítané z HDP v bežných trhových cenách), HDP na 1 obyvateľa (v PKS) vyjadrený ako percentuálny podiel k priemeru v SR.

Graf 3.9 Územné rozloženie gaziel na Slovensku, inovatívnosť MSP v regiónoch a dosiahnuté HDP, v %, za roky 2012 – 2014

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Regional Innovation Scoreboard, Eurostat, ŠÚ SR, 2016.

Výrazne najvyšší podiel MSP, ktoré uskutočnili technologické aj netechnologické inovácie, sa nachádza v NUTS II Bratislavský kraj. Zároveň ide o kraj s výrazne najvyšším dosahovaným HDP na obyvateľa aj s najvyšším podielom gaziel zo slovenských NUTS II regiónov. V regióne východné Slovensko s najnižším podielom gaziel zo slovenských regiónov sú lokalizované najmenej inovatívne MSP (najnižší podiel inovatívnych MSP zo všetkých MSP v regióne) a v tomto regióne je dosiahnutá aj najnižšia hodnota HDP na obyvateľa. Disproporciu v týchto vzťahoch zaznamenáva región stredné Slovensko, ktorý dosahuje veľký podiel MSP uskutočňujúcich technologické inovácie (aj spolu s netechnologickými inováciami je na druhom mieste zo slovenských regiónov), pričom má však nízky podiel gaziel a dosahuje najnižší podiel HDP zo slovenských regiónov. Na západnom Slovensku s podielom gaziel približujúcim sa Bratislavskému kraju je nízky po-

diel inovatívnych MSP, pričom ide o región, v ktorom sa dosahuje najvyšší podiel HDP spomedzi všetkých regiónov a mimo Bratislavského kraja najvyššie HDP na obyvateľa.

Predchádzajúce grafické spracovanie získaných a komparovaných údajov uvádzame súborne v tab. 3.3.

Tabuľka 3.3 **Územné rozloženie gaziel na Slovensku, inovatívnosť MSP v regiónoch a dosiahnuté regionálne HDP, v %, 2012 – 2014**

	MSP, ktoré uskutočnili nechnologické inovácie	MSP, ktoré uskutočnili technologické inovácie	Regionálny podiel HDP	HDP/1 obyvateľa	Regionálny podiel gaziel
SK 01 BSK	39,3	42,8	27,78	244,18	31,43
SK 02 ZS	17,8	27,7	32,10	94,57	30,44
SK 03 SS	21,7	37,0	19,67	79,01	19,18
SK 04 VS	15,6	21,3	20,46	68,67	18,95

Pozn.: Údaje za inovácie uvádzané v % z MSP. Regionálny podiel HDP za NUTS II v % z HDP SR (vypočítané z HDP v bežných trhových cenách). HDP na 1 obyvateľa (v PKS) vyjadrený ako percentuálny podiel k priemeru v SR.

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Regional Innovation Scoreboard, ŠÚ SR, 2016.

Gazely môžu byť rôznej veľkosti. Predovšetkým sa však vyskytujú ako malé podniky (Henrekson, Johanson, 2010). Až 87 % MSP – gaziel je malých podnikov (EK, 2015). Tabuľka 3.4 skúma regionálne rozloženie gaziel za roky 2012 – 2014 na Slovensku a porovnáva ho s regionálnou lokalizáciou malých a stredných podnikov a aj malých podnikov za rovnaké obdobie.

Tabuľka 3.4 **Regionálne rozloženie gaziel a MSP na Slovensku, 2012 – 2014, v %**

	Regionálny podiel MSP	Regionálny podiel malých podnikov	Regionálny podiel gaziel
BSK	21,63	35,01	31,43
TTSK	10,10	9,08	9,59
TSK	9,89	7,88	9,89
NSK	11,99	10,71	10,96
ŽSK	13,24	9,51	11,87
BB	10,16	8,65	7,31
PSK	12,73	9,05	9,28
KSK	10,26	10,11	9,67

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, 2016.

Výrazne najviac malých a stredných podnikov sa nachádza jednoznačne na území Bratislavského kraja. V tomto kraji sa nachádza aj najviac malých podnikov, ako aj gaziel. Podielovo zhruba rovnaké výsledky dosahujú za všetky tri sledované ukazovatele Nitriansky kraj, Košický kraj, Trnavský kraj. Ich podiely v jednotlivých parametroch sa kopírujú, teda napr. Košický kraj dosahuje zhruba 10 % podiel zo všetkých MSP Slovenska, rovnako zo všetkých malých podnikov a rovnako aj zo všetkých gaziel na Slovensku. Vo väčšine krajov podielovo gazely zodpovedajú podielom malých podnikov.

Z hľadiska územného rozloženia rýchlo rastúcich podnikov a gaziel je zaujímavá v tejto súvislosti aj pozícia miest. Mestá a regióny sa stále viac v rámci svojich právomocí angažujú v prijímaní politických opatrení na podporu inovácií. Sú zamerané na projekty urbánneho rozvoja, ktoré sa snažia lokalizovať firmy na jednom mieste s univerzitami a výskumnými centrami, najčastejšie vo forme *city district* alebo vedeckých a technologických parkov, malých podnikateľských inkubátorov, v niektorých prípadoch okolo vybratých „klastrov“ (OECD, 2015b). Ten istý zdroj uvádza, že najmä mestá sú kritickým zdrojom národného rastu a zohrávajú oveľa významnejšiu úlohu v ekonomike a generovaní poznatkov. Napriek nedostatku štúdií o lokalizácii rýchlo rastúcich firiem sa možno oprieť o niektoré, už realizované štúdie. Carlino a Kerr (2014) sa vyjadrujú k lokalizácii inovácií. Podľa nich sú tieto viac ako iné ekonomické aktivity lokalizované v aglomeráciách, dosahujú vyšší stupeň koncentrácie. Podobný názor zastáva aj Strange et al. (2006), podľa ktorého, keď sú firmy zapojené do tvorby nových produktov alebo procesov, majú tendenciu sa usídľovať vo veľkých mestách, nie však v priemyselných klastroch. Audretsch (2012) tvrdí, že „existujú presvedčivé dôkazy o tom, že rýchlo rastúce podniky majú tendenciu získavať výhody z lokalizácie v geografických klastroch a aglomeráciách“.

Skúmanie lokalizácie gaziel v mestách na Slovensku je zhrnuté v tab. 3.5.

Tabuľka 3.5 **Lokalizácia gaziel v mestách a krajských mestách na Slovensku, % podiel, 2012 – 2014**

	Všetky sektory	Poznatkovo intenzívne trhové služby	Cestovný ruch
Podiel gaziel v mestách	81	49	77
Podiel gaziel v krajských mestách	45(z celého súboru) 57 (z gaziel v mestách)	44(z celého súboru) 89 (z gaziel v mestách)	53 (z celého súboru) 69 (z gaziel v mestách)

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe databáz gaziel ŠÚ SR, Finstat, 2016.

Z údajov v tab. 3.5 je zrejme, že gazely sú na Slovensku lokalizované najmä v mestách, a to až takmer 81 % gaziel, pričom z týchto až 57 % gaziel má sídlo v krajských mestách. Celkovo je teda v krajských mestách Slovenska lokalizovaných až 45 % všetkých gaziel. Na základe tohto možno potvrdiť, že predchádzajúce tvrdenie platí aj pre gazely na Slovensku, ktoré sa lokalizujú najmä v mestách, a to najmä vo väčších mestách.

Podľa Audretscha (2012) je približne jedna štvrtina rýchlo rastúcich firiem lokalizovaných v rurálnych oblastiach mimo mestských aglomerácií. Na Slovensku, čo sa týka gaziel, ide o nižší podiel, 19,5 % gaziel sídli vo vidieckych oblastiach. Audretsch však upozorňuje na to, že atraktívnosť mestských území vzhľadom na lokalizáciu rýchlo rastúcich firiem v tradičných podnikateľských priemyselných dištriktoch klesá. Potvrzuje to poklesom podielu takejto ich lokalizácie v priebehu dvanásťročného obdobia. Zároveň tvrdí, že nie je zrejмый rozdiel medzi lokalizáciou *high – impact* a *low impact firmami*.

Aj Hart a Temouri (2013) tvrdia, že rýchlo rastúce podniky sú lokalizované predovšetkým vo veľkých urbánnych územiach, pretože tu majú k dispozícii základné prostriedky, ako sú infraštruktúra, zručné ľudské zdroje a kvalitné podnikateľské služby. Pritom to podľa nich platí najmä pre podniky služieb. Údaje v tab. 3.5 potvrdzujú túto skutočnosť aj na Slovensku v prípade gaziel a vybraných služieb. Takmer polovica gaziel v rámci poznatkovo intenzívnych trhových služieb a tri štvrtiny gaziel v cestovnom ruchu je lokalizovaných v mestách. Na Slovensku má teda väčšina gaziel v sledovaných službách sídlo v mestách, pričom ide najmä o krajské mestá.

4

FAKTORY RASTU DYNAMICKÝCH PODNIKOV

Tézu o tvorbe pracovných miest prostredníctvom existencie malých podnikov rozvinul David Birch (1979), ktorý zdôrazňoval funkciu gaziel – malých podnikov s extrémne rýchlym rastom v týchto procesoch. Od tohto momentu sú v pozornosti mnohých ekonómov, ktorí sledujú faktory ovplyvňujúce a podmieňujúce ich existenciu.

Štúdie, ktoré sa uskutočnili na vysokej škole v Heilbronne, podrobne analyzovali 22 najväčších, rýchlo rastúcich gigantov (DM Drogerie Markt, Vapiano, Globetrotter, Würth a ďalší) z rôznych oblastí ekonomiky. Zostavili rebríček piatich faktorov rastu, vďaka ktorým napreduje podnikanie, rýchlo rastie obrat spoločnosti a tiež počet prevádzok (Pačutová, 2014):

1. *Zdokonaľovanie* – zakladá sa na analytickom poznaní vývoja a aktuálneho stavu firmy a následnom zdokonaľovaní. Rýchlo rastúce spoločnosti ovládajú všetky dôležité taktiky pri schopnosti presadiť sa; ide o schopnosť inovácií, presadzovanie najlepšej kvality a vytvárania partnerských vzťahov nielen so zákazníkmi, ale najmä s konkurenciou.
2. *Získanie podielu na trhu* – zakladá sa na sofistikovanej segmentácii trhu a prispôbení produktovej stratégie.
3. *Rozširovanie okruhu svojej pôsobnosti* – zakladá sa na odhalovaní trhových príležitostí a promptnej reakcii s vyústením do zakladania nových pobočiek.
4. *Neformálna cesta k zákazníkovi* – zakladá sa na stratégii budovania portfólia lojálnych zákazníkov, ako aj na hľadaní a oslovení nových zákazníkov.
5. *Prekážky poznať, no najmä ich zdolať* – zakladá sa na predvídaní, plánovaní a schopnosti riešiť vzniknuté problémy.

Podľa uvedenej štúdie sa rýchlo rastúce podniky pri presadzovaní rastovo orientovaných cieľov riadia charakteristickými spôsobmi správania, ktoré ovplyvňujú spôsoby vedenia podniku, zaobchádzanie so spolupracovníkmi, zamestnancami a dodávateľmi. Špecifické črty správania sa rýchlo rastúcich podnikov sú tieto:

- *Pestovanie kultúry podnikania* – pozorne sledujú dianie v podniku. Zdôrazňujú hodnoty a ciele, ktoré sú pre nich dôležité. Snažia sa o posilňovanie ich vlastnej kultúry podnikania.
- *Flexibilita a rýchlosť* – pod týmito pojmami je ukrytá schopnosť pripraviť sa dobre na ťažké rozhodnutia a vedieť k nim zaujať správny postoj. Vlastník/manazer musí vedieť odhadnúť potreby a dôsledky rozhodnutí voči spolupracovníkom aj zákazníkmi a rýchlo sa rozhodnúť pre tú najlepšiu možnosť.

- *Ustavičné zlepšovanie sa* – rýchlo rastúce podniky stále optimalizujú celkové vedenie podniku. Vedia sebakriticky zhodnotiť svoje klady aj zápory. Prezentujú sa v tom najlepšom svetle, ale zároveň pravdivom. Najlepšia príležitosť na vlastnú prezentáciu je súťaž s konkurenciou.
- *Zamestnanci a zákazníci* – ide o dve najdôležitejšie skupiny, ktoré s podnikaním súvisia. Firmy musia vedieť viesť svojich zamestnancov, ponúkať im rôzne školenia a ďalšie možnosti vzdelávania. Mali by im tiež dôverovať. S dôverou ide ruka v ruke delegovanie úloh. Čo sa týka zákazníkov, pri tých je dôležitá segmentácia. Každý podnik by mal vedieť správne segmentovať trh a tým sa čo najlepšie priblížiť k jednotlivým skupinám svojich klientov a splniť ich očakávania.
- *Nadstavba úžitkovej hodnoty produktov* – v súčasnosti už len spokojnosť zákazníka nestačí. Firmy preto ponúkajú komplexné produkty, ktoré obsahujú prvky prinášajúce nadstavbovú úžitkovú hodnotu pre zákazníka (doplňkové služby, garancie) a tým ho odlišujú od konkurencie.
- *Kreativita* – pre stratégiu udržania a získavania klientov je dôležitá ustavičná inovácia produktov na základe poznania potrieb klientov.
- *Investovanie* – táto stratégia súvisí s predchádzajúcou. Investície do vývoja produktu sú nesmierne dôležité najmä v súvislosti s riadeným životným cyklom produktového portfólia. V oblasti služieb je logickou súvislosťou i investovanie do inovácií ľudských zdrojov, predovšetkým pre neoddeliteľnosť služieb.

Tabuľka 4.1 systematizuje ďalšie dostupné teoretické prístupy a zistenia o interných a externých faktoroch rastu podnikov.

Tabuľka 4.1 **Interné a externé faktory rastu podnikov**

Faktory rastu	Autori	Poznámka
INTERNÉ FAKTORY RASTU		
<i>Veľkosť podniku</i>	Gibrat, 1931	Neexistuje systematický vzťah medzi veľkosťou podniku a rastom. Rast podniku je náhodný proces.
<i>Vlastnícka štruktúra</i>	Variyam, Kraybill, 1992 Audretsch, Mahmood, 1994 Geroski, Gugler, 2004 Fagiolo, Luzzi, 2006 Parker, Storey, Witteloostuijn, 2010	Malé podniky, USA. Malé podniky, USA. Veľké korporácie, EÚ. Talianske výrobné podniky. Gazely, ktoré predávajú majetok, následne zaznamenávajú horšie výsledky ako tie, ktoré majetok nedelia.
<i>Vek podniku</i>	Henrekson, Johanson, 2010	Gazely sú mladšie ako ostatné podniky.

pokračovanie tab. 4.1

Faktory rastu	Autori	Poznámka
<i>Dodávka konkurencieschopného produktu</i>	Grundström, Sjöström, Uddenberg, Rönnbäck, 2012	Ponuka konkurencieschopného produktu zabezpečuje predaj, ako aj budúci rast.
<i>Optimalizácia procesu</i>	Grundström, Sjöström, Uddenberg, Rönnbäck, 2012	
<i>Ponuka podľa požiadaviek spotrebiteľa</i>	Grundström, Sjöström, Uddenberg, Rönnbäck, 2012	
<i>Inovačné aktivity</i>	Mansfield, 1962 Scherer, 1965 Mowery, 1983 Geroski, Machin, 1992, Geroski, Toker, 1996, Roper, 1997 Freel, 2000 Audretsch, 1995 Arrighetti, Vivarelli, 1999 Cefis, Marsili, 2006 Coad, 2009, Grundström et al., 2012, Mintzberg, 1998 Mason, 2009	Pravdepodobnosť prežitia je nižšia v prípade nových podnikov v inovatívnom odvetví, ale podniky, ktoré sa udržia v inovatívnom odvetví, vykazujú vyšší rast ako ostatné podniky. Motivácia inovovať a skúsenosti v inovačných aktivitách sa vzťahujú k vynikajúcim postvstupovým podnikovým výkonom. Schopnosť inovovať zvyšuje pravdepodobnosť prežitia firmy. Inovácie sú atribútom rýchlo rastúcich firiem.
<i>Orientácia na poznatky</i>	Nicholls-Nixon, 2005	Poznatky umožňujú implementáciu inovácií a produkciu trhom akceptovateľného produktu.
<i>Podniková stratégia (ľudské zdroje, inovácie a technológie, ekonomika, marketing a predaj, firemná stratégia)</i>	Parker, Storey, Witteloostuijn, 2010	Produktová koncentrácia je determinantom rastu. Stratégie marketingu a predaja sú významnými determinantmi podnikového výkonu.
EXTERNÉ FAKTORY RASTU		
<i>Dostupnosť externých finančných zdrojov</i>	Grundström, Sjöström, Uddenberg, Rönnbäck, 2012	Externé zdroje sú kľúčové pre prežitie podnikov.

pokračovanie tab. 4.1

Faktory rastu	Autori	Poznámka
Lokálne odvetvové špecifiká (rozsah odvetvia, trhová koncentrácia v rámci odvetvia)	Geroski, 1995 Kan, Tsai, 2006 Kirzner, 1997 Strotman, 2007	Reálne predpoklady vysokej ziskovosti stimulujú rast, ale pôsobnosť silných ekonomických subjektov na lokálnom trhu negatívne podmieňuje vznik nových podnikov. Je pozitívnym faktorom rastu, ak veľké firmy nevytvárajú vzťahy, ktoré bránia rastu malých firiem.
Regionálne špecifiká	Audretsch, Dohse, 2007 Santarelli, Vivarelli, 2007	Podnikateľské aktivity podporujú zamestnanosť, vznik nových podnikov a startupov regiónu.
Sieťovanie	Krugman, 1995 Fujita, 1999 Audretsch, Keilbach, Lehman, 2006 Daunfeldt, 2006 Brixy, Grotz, 2007 Goldstein, Renault, 2004	Externalita existencie sietí, klastrov a pod. môžu mať pozitívny efekt na formovanie ľudských zdrojov. Regionálna vzdelávacia úroveň – univerzitné spin-off.
Politické a inštitucionálne podmienky	Baumol, 1990 Ayittey, 2008 Henrekson, Johanson, 2010	Politické rozhodnutia ovplyvňujú lokálne podmienky na podnikanie. Politiky vytvárajú doplňujúce podmienky pre rýchlo rastúce podniky v USA.
Všeobecný ekonomický stav	Bornhäll, Daunfeldt, Rudholm, 2013	Rast podnikov je nižší v čase recesie.
Medzinárodný obchod	Hu et al., 2015 Coe, 1997 Eaton, Kortum, 2001	Medzinárodný obchod sprostredkuje difúziu technológií, čím posilňuje ekonomický rast podnikov, odvetví i ekonomiky.
Priame zahraničné investície	Caves, 1996 Javorcik, 2004 Aitken, Harrison, 1999 Hu, Jefferson, 2002	Motiváciou multinárodných korporácií investovať v zahraničí je exploatacia ekonomického rozsahu a následného využitia nehmotných aktív – technológií a know-how. Viaceré štúdie vysvetľujú negatívny dopad PZI na hostujúcu ekonomiku (produktivita, zdieľanie a využívanie technológií a pod.)

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Na doplnenie problematiky uvádzame faktory rastu podnikov, ktoré možno chápať ako súvisiace súčasti už uvedených faktorov. Patria medzi ne:

- *Prístup na zahraničné trhy – internacionalizácia* – podnik schopný uplatniť sa na zahraničných trhoch logicky zväčšuje svoje geografické tržové pôsobenie, čím môže násobiť predaj svojich produktov a zároveň posilňuje kvalitu svojich produktov podľa potrieb internacionálneho spotrebiteľského prostredia.
- *Vysoká kvalita produktov* – umožňuje akceptáciu produktov na trhu, vylučuje substitúciu produktov, produkty sa realizujú za cenu, ktorá absorbuje vysokú pridanú hodnotu. Tieto fakty vedú k možnosti podniku investovať opätovne do kvality a inovácií.
- *Novosť produktov* – nové produkty obmedzujú možnosť substitúcie produktov, prinášajú novú úžitkovú hodnotu a uspokojujú nové potreby spotrebiteľa.
- *Porozumenie potrebám zákazníka* – umožňuje produkciu normovanú podľa očakávaní klienta a tým zakladá predpoklad opakovaných nákupov až lojality zákazníkov.
- *Flexibilita a agilnosť* – znamená schopnosť podniku reagovať na zmeny, meniť ich na výzvy, na ktoré nachádza riešenia.
- *Schopnosť udržať nízke náklady* – znamená implementáciu racionálnych postupov, ktoré optimalizujú zameranie na potreby zákazníka a snahy o efektívnosť produkcie.
- *Schopnosť riskovať* – schopnosť podniku prevziať na seba riziko na základe predpokladov určitého vývoja. Dôležité je, aby predpoklady vychádzali z úrovne poznania, ktorá podniku umožňuje kvalifikované predvídanie.
- *Sklon k investíciám* – charakteristika podniku, ktorá podmieňuje dlhodobý rast a v rámci ktorej je podnik pripravený reinvestovať svoj zisk, resp. v prípade potreby hľadá investora alebo bankový úver.
- *Zameranie na rast* – podnik má vytvorený plánovací režim sledujúci rast.
- *Kreativita a presadzovanie nových myšlienok* – podniková atmosféra a kultúra zameraná na otvorený štýl prezentovania nových myšlienok, kreatívnych riešení.
- *Lokalizácia podnikania* – podnik môže rásť v závislosti od vlastnej odborovej, resp. geografickej vzdialenosti k relevantnému trhu.
- *Dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily* – determinuje schopnosť podniku zabezpečiť kvalitnú produkciu.
- *Komplexnosť dodávateľskej siete* – determinuje kvalitu, časovú a priestorovú dostupnosť, ako aj nákladovosť produkcie.
- *Podnikateľské schopnosti a kompetencie* – rast podniku je závislý od motivácie a výkonu hlavnej autority podniku.

4.1 Inovácie ako faktor rastu

Systematizácia poznatkov o podnikových faktoroch rastu, predovšetkým z obdobia vedomostnej spoločnosti, potvrdzuje významnosť inovácií pre ekonomický rast podnikov a vznik rýchlo rastúcich firiem. Účinky inovácií sa však môžu odlišovať vzhľadom na heterogenitu podnikov a typológiu inovácií. Samozrejme, že sú ovplyvnené i radom ďalších faktorov z interného podnikového prostredia, ako aj z externého prostredia podniku.

Malé firmy preukazujú vyšší rastový potenciál, ako je priemer, ale rast je podmienený schopnosťou získať externé finančné zdroje a prístup na zahraničné trhy (Becchetti, Trovato, 2002). V rokoch 2006 – 2009 prebiehal výskum v rámci 407 švédskych malých a stredných podnikov, pričom sa podniky diferencovali v závislosti od dosahovateľného ekonomického rastu. Bolo preukázané, že podniky s vysokým rastom dosahovali vyššiu ziskovosť, zvyšovali počet zamestnancov a zaznamenali vyšší trhovú podiel na lokálnom, národnom i medzinárodnom trhu v porovnaní s podnikmi s nízkym rastom. Výsledok sprevádzal nasledujúci významný prvok: vyšší podiel nových produktov na dosiahnutých tržbách (Grundström et al., 2012). Inovačné zameranie považuje za kľúčový prvok rastovej stratégie trhovými lídrov i autor Laforet (2010). V zmysle vplyvu inovácií na ekonomický rast je potrebné doplniť úvahy o rôznosti vplyvov jednotlivých druhov inovácií na rast podniku. Ak produktové inovácie vyvolávajú rast počtu pracovníkov, procesné inovácie spôsobujú opačný efekt, ktorý sa prejavuje znížením ľudskej práce na jednotku výkonu.

Uskutočnené štúdie preukázali, že vysoké investície do výskumu a vývoja a vysoká inovačná úroveň nemusia viesť k rastu zisku, ale že rýchlo rastúce podniky majú tendenciu byť viac inovatívne (Coad, 2009; Storey, Greene, 2010). Namiesto nákladných a riskantných vedecko-výskumných projektov by sa mali malé a stredné podniky zamerať na oblasť rozvoja produktov a trhov, udržiavať si aktuálne vedomosti o nových technológiách a konkurencii, ako aj byť schopné rozširovať vlastnú zákaznícku bázu. V snahe o dosiahnutie dlhodobého udržateľného rastu to možno uskutočniť buď zavádzaním nových produktov na existujúci trh, alebo získaním nových trhov umiestnením existujúcich produktov (Dobbs, Hamilton, 2007; Bessant, Tidd, 2010). Pritom sú podniky zamerané viac na produktovú ako procesnú inováciu (Coad, 2009; Bessant, Tidd, 2010) a špecializujú sa na technologické kompetencie, úroveň produktovej ponuky – pokrytie trhovými medzier (Bessant, Tidd, 2010).

Inovácie a rozvoj produktov sú vo veľkých podnikoch viac formalizované (Cooper, Kleinschmidt, 1995), kým v prostredí malých a stredných podnikov zasahujú celú podnikovú štruktúru (Strerlacchini, 1999). Malé firmy zvyčajne využívajú niektorú z foriem otvorenej inovácie, ktorá sa môže meniť s ohľadom na stupeň spolupráce (Chesbrough, 2003), najmä v prípade, že podnik nemá dostatok interných zdrojov na inováciu alebo jej riadenie. Rozsah otvorenosti závisí od toho, s kým podnik spolupracuje. Otvorenosť je vymedzená buď dodávateľskou absorpčnou kapacitou (*insite-out*), alebo spotrebiteľskou absorpčnou kapacitou (*outside-in*) (Newey, 2010). Je pravdepodobné, že podniky s trhovou orientáciou rastú rýchlejšie, pretože sú schopné rozširovať svoje produkty. (Verhees, Meulenbergh, 2004; Capelleras, Greene, 2008).

Mason (2009) uvádza, že inovatívne firmy rastú dvakrát rýchlejšie v porovnaní s firmami, ktoré neinovujú. Za charakteristiky väčšiny rýchlo rastúcich firiem v Škótsku označuje orientáciu na poznatky a inovácie. Ako funkčné atribúty rýchlo rastúcich firiem uvádza produkčné výstupy vysokej kvality, vedomosti zamestnancov o trhu a spotrebiteľoch a vysokú úroveň internacionalizácie. Pozitívnu a významnú asociáciu s produktivitou uvádzajú i ďalšie štúdie, podľa ktorých firmy s väčším zastúpením ne-

hmotných aktív majú vyšší predpoklad dosahovať vyššiu produktivitu. V centre pozornosti týchto štúdií sú: výdavky na výskum a vývoj, progresívne technológie a zariadenia, manažérske postupy, firemné stratégie, talent manažérov, informačné technológie, zamestnanci, kvalita, produktová inovácia, organizačná štruktúra a pod.

Výskum realizovaný v prostredí rýchlo rastúcich podnikov – gaziel vo Veľkej Británii sa sústredil na identifikáciu vzťahov medzi produktivitou a existenciou rýchlo rastúcich podnikov (Du, Temouri, 2015). Hľadal pritom odpovede na dve základné otázky:

1. Vedie vyššia produktivita (TFP) k vzniku charakteristík rýchlo rastúcej firmy?
2. Ovplyvňujú charakteristiky rýchlo rastúcich firiem rast produktivity (TFP)?

Z pohľadu definovania inovácií ako faktora ekonomického rastu sú poznatky vychádzajúce z uvedenej štúdie významné predovšetkým z nasledujúcich dôvodov:

- skúma, okrem iných faktorov, účinky inovácií na výkony gaziel, pričom sa zameriava na nehmotné aktíva (goodwill, práva duševného vlastníctva, patenty, obchodná značka, investície do výskumu a vývoja, investície do inovácií),
- skúma vplyv inovácií na výkony podnikov – gaziel, pričom identifikuje špecifiká s ohľadom na podniky služieb. Zároveň potvrdzuje, že gazely sú viac zastúpené v sektore služieb (13 %) ako vo výrobe (8,89 %).

Dôležité zistenia:

- Rýchlo rastúce podniky sú typicky menšie a mladšie v oboch sektoroch (služby a výroba). Vyznačujú sa vyšším rozsahom nehmotných aktív, vyššími mzdami zamestnancov, väčšími internacionálnymi skúsenosťami a signifikantne vyššou produktivitou ako ostatné podniky v ich odbore.
- Vek firmy je dôležitejší fenomén vplývajúci na výskyt rýchlo rastúcich podnikov ako veľkosť podniku.
- Pravdepodobnosť dosiahnutia statusu rýchlo rastúceho podniku je vyššia v prípade firiem, ktoré majú vyšší rozsah využitia nehmotných aktív ako priemerná hodnota. Využitie nehmotných aktív je štatisticky signifikantnejšie pre firmy, ktoré sú inkubované na trhu, menej pre nové firmy. Tento fakt sa vysvetľuje oneskorením efektov z využitia nehmotných aktív.
- Využitie nehmotných aktív má pozitívny efekt pre podniky služieb. Akumulácia kľúčových komponentov nehmotných aktív je však v prostredí služieb dlhodobý proces, pretože sú založené na dôvere klienta k firme s dlhšou históriou a lepšou reputáciou.
- Kvalita ľudských zdrojov je dôležitý faktor rastu podnikov služieb, najmä pre nové firmy.
- Podniky sektora služieb sú do značnej miery závislé od kvality ponúkaných služieb predovšetkým na začiatku pôsobenia, keď si budujú reputáciu.
- Pôsobnosť podniku služieb v multinacionálnej korporácii signifikantne zvyšuje pravdepodobnosť, že podnik dosiahne status rýchlo rastúcej firmy.
- Nehmotné aktíva pozitívne a vo významnej miere ovplyvňujú rast v podnikoch služieb. Vysvetľuje sa to IT oddeleniami a ich výkonom, ktorý má výrazný dosah na rozvoj stratégie, zvyšovanie hodnoty služieb, a tým ekonomický rast.

- Ak podniky služieb uplatňujú nadpriemerne vysoké zamestnanecké mzdy, môže veľmi pravdepodobne dôjsť k zníženiu produktivity. Neplatí to pre výrobné podniky.
- Pôsobnosť podnikov služieb na zahraničnom trhu je faktorom ich ekonomického rastu.

Účinnosť inovácií rôznych druhov na rast podnikov je podporená i správou London Business School, ktorá obsahuje nasledujúce faktory rastu (Burns, Harrison, 1996):

1. Skúsenosť vlastníka-manažéra a jeho dobré vedomosti o trhu a odvetví.
2. Úzky kontakt so spotrebiteľmi a dôraz na kvalitu produktov.
3. Inovácie a flexibilita na trhu i v oblasti technológií.
4. Zameranie na zisk, nie predaj, s dobrým systémom kontroľovania nákladov.
5. Pozornosť venovaná dobrým vzťahom medzi zamestnancami, aplikácia zamestnaneckých bonusov.
6. Pôsobenie na rastovom trhu.

I napriek uvedeným viacnásobným konštatovaniam o pozitívnom vplyve inovácií na produktivitu a ekonomický rast podnikov služieb nachádzame v rôznych zdrojoch nejednoznačné, resp. zamietavé výpovede. Viacero štúdií (Brynjolfsson, 1993; Wilson, 1993, 1995) preukázalo, že neexistuje žiadna závislosť medzi informačnými a komunikačnými technológiami a výkonnosťou podniku, pričom hovoríme o tzv. technologickej alebo informačnej paradexe. Solow (1987) sa vyjadril, že počítačový vek je možné vidieť všade, ale nie v štatistických hodnoteniach produktivity.

Podobné pochybnosti môžeme vyjadriť i vo vzťahu k iným typom inovácií (produktovej, organizačnej, marketingovej). Všeobecne platí, že inovačné efekty prichádzajú s časovým oneskorením, a to najmä v prostredí produkcie služieb, ktorá má neoddeliteľný a nehmotný charakter a spotreba je založená na skúsenosti alebo dôvere. Preto je opodstatnené, že pozitívny vplyv inovácií na produktivitu a ekonomický rast môže byť korigovaný, resp. odmietnutý aj vzhľadom na nesprávny výber hodnotiacich parametrov.

Uvedené štúdie sa teda spájajú s ambíciou nájsť vzťahy medzi inováciami a ekonomickým rastom či vznikom gaziel. Na druhej strane skúmania stojí ambícia identifikovať rozsah, akým sú rýchlo rastúce podniky schopné generovať nové poznatky. Výsledky výskumov potvrdzujú, že zvyšujúci sa rast je spojený s využitím výskumných stratégií v podnikoch – gazelách (Colombelli, Krafft, Quatraro, 2013). Gazely sú teda tvorcami nových technologických poznatkov pochádzajúcich z procesov výskumu v podnikoch.

4.1.1 Faktory presadzovania inovácií v službách

Presadzovanie inovácií v službách determinuje špecifická povaha služieb a faktory formujúce ponuku služieb. Kľúčovými faktormi sú kvalita ľudského činiteľa a využitie techniky a technológie, v rámci nich IKT.

Nehmotná, participáciu zákazníka vyžadujúca a variabilná povaha služieb nevyhnutne vedie k neustálemu a dôslednému inovovaniu zameranému na spokojnosť zákazníka. Úspešnosť zavedenej inovácie v službách závisí od jasného pochopenia potrieb zákazníkov (Chesbrough, Spohrer, 2006). Podniky, ktoré vedú identifikovať potreby zákazní-

kov a zladit' ich s klúčovými kompetenciami, sú profitabilnejšie a inovatívnejšie ako tie, ktoré to nevedia (Fuller, Matzler, 2007). Inovácia služieb je procesom kladúcim vysoké nároky na každého pracovníka podniku služieb.

Takisto technológie a v rámci nich najmä informačné technológie hrajú v produkcii služieb veľkú úlohu. Rýchly rozmach internetu a mobilného pripojenia prinútilo marketingových odborníkov zamerať sa na rýchlosť, plánovanie a elektronický prístup a tým urýchľovať proces produkcie alebo predaja služieb. Zákazník chce dostať službu v akomkoľvek čase, a preto sa zvyšuje tlak na produkciu IKT (informačných a komunikačných technológií) ako zdroja technologických inovácií v službách. Online marketing, technológie na zefektívnenie podnikových činností, plánovanie podnikových zdrojov, riadenie vzťahov so zákazníkmi a s dodávateľmi a ďalšie umožňujú alebo uľahčujú podnikom služieb inovovať ich procesy, produkty, menia kultúru a organizačnú štruktúru podniku. Tieto technologické inovácie vo väčšej miere zavádzané v poslednom desaťročí významne transformovali sektor služieb.

Vo viacerých štúdiách bola skúmaná strategická úloha informačných technológií (IT) v inováciách (vrátane inovácií služieb). Tieto potvrdili, že IT podstatne uľahčili inováciu služieb v množstve odvetví služieb (napr. v zdravotníctve, finančných službách, technických službách, v poradenstve v oblasti riadenia) (Kuo, Chao, 2014). Froehle a Roth (2004) uvádzajú päť spôsobov vysvetľujúcich rôznorodosť technológiou sprostredkovaných kontaktov so zákazníkom alebo vzťah so zákazníkom vo vzťahu k technológii. Tieto podporujú celé spektrum vzťahov medzi poskytovateľom a klientom – od technológie podporujúcej priamy kontakt so zákazníkom až po samoobslužnú technológiu.

Služby sú vo všeobecnosti ľahko imitovateľné. Ochrana proti imitácii je dosiaľ málo účinná. Schodnou cestou pre podnik služieb na získanie konkurenčnej výhody a presadenie sa na trhu je preto zaviesť inováciu v procese produkcie služby, ktorá ho odlíši od konkurencie a umožní mu získať lojalitu zákazníka. Preto je nevyhnutné stále inovovať tak, aby sa nielen dosiahla, ale aj udržala konkurenčná výhoda v podniku služieb. Týka sa to každej strany začlenenej do procesu produkcie služieb, zákazníkov, zamestnancov a dodávateľov. Každý z nich zohráva dôležitú úlohu pri inovácii služieb (Xiao, Ruoya, 2007).

Kritickým momentom v produkcii služieb je zapojenie klienta do procesu poskytovania služby a vytvorenie vzťahu so zákazníkom. Takisto marketing a dodanie služby vo vhodnom čase je dôležitý moment hodnotený zákazníkom. Vytvorenie kontaktu so zákazníkom prostredníctvom internetu a mobilných sietí je rýchlo rastúcim trendom, pokroky v IT umožňujú implementáciu nových technologických inovácií v službách a podporujú generovanie nových nápadov.

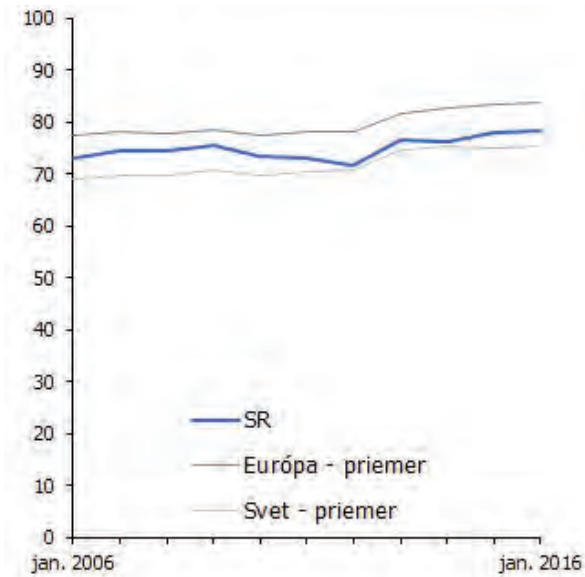
Nie je pritom až také rozhodujúce, aký typ inovácie podnik služieb zavádza. Raymond a St-Pierre (2010) potvrdili, že aj keď inovácia produktov a procesov sú často skúmané samostatne ako úplne odlišné, tieto dva typy inovácií sú pri implementácii inovačného procesu do hodnotového reťazca podniku vzájomne previazané (Fuller, Matzler, 2007).

4.2 Kvalita podnikateľského prostredia ako faktor ekonomického rastu – hodnotenie stavu v Slovenskej republike

Kvalitné podnikateľské prostredie je základom pre dlhodobý rozvoj podnikateľskej aktivity podnikateľských subjektov, vrátane mladých, rýchlo rastúcich podnikov – gaziel, pre udržateľné zvyšovanie výkonnosti hospodárstva a životnej úrovne obyvateľov. Skúsenosti z predchádzajúcich rokov ukázali, že systematické zavádzanie pozitívnych zmien v podnikateľskom prostredí v SR môže v strednodobom horizonte výrazne akcelerovať rozvoj ekonomiky. Je teda zjavné, že kvalita podnikateľského prostredia je určujúcim prvkom rozvoja podnikateľskej sféry na Slovensku.

Úroveň kvality podnikateľského prostredia na Slovensku od roku 2001 štvrtročne monitoruje a hodnotí prostredníctvom indexu podnikateľského prostredia (IPP) Podnikateľská aliancia Slovenska (PAS). Pomocou tohto indexu možno sledovať nielen celkový vývoj podnikateľského prostredia, ale aj čiastkové pohyby v kvalite jeho jednotlivých zložiek (Šúbertová, 2013). Vývoj podnikateľského prostredia na Slovensku podľa hodnotenia Aliancie (2016) vnímajú podnikatelia stále negatívne. Aktuálna hodnota tohto indexu dosahuje 55,2 bodu. Za negatívne hodnotenie môžu predovšetkým pretrvávajúce problémy v oblasti súdnictva (slabá vymožiteľnosť práva a nefunkčnosť súdnictva) a byrokracia. Tieto oblasti sú medzi podnikateľmi dlhodobo najviac kritizované. Nespokojnosť súvisí najmä s dĺžkou konania jednotlivých súdnych sporov a s nejednoznačnou nestrannosťou slovenského súdnictva. Druhý najväčší pokles zaznamenala položka „rovnosť pred zákonom“, a to najmä vplyvom medializovania viacerých káuz, predovšetkým v predvolebnom období, a spôsobom ich riešenia a, samozrejme, vplyv mala aj existujúca byrokracia a prieťahy v konaniach. Naopak, pozitívne hodnotili podnikatelia položku „prístup k finančným zdrojom“, najmä vďaka nízkym úrokovým sadzbám. Druhou, najviac rastúcou položkou bol „vzťah k životnému prostrediu“, ktorá je zaradená do kategórie vlastného vplyvu podnikov na kvalitu podnikateľského prostredia. Podnikatelia tiež kladne hodnotili investičný a technologický rozvoj, úroveň infraštruktúry, informačnú otvorenosť či stálosť a predvídateľnosť cien, teda nízku infláciu.

Podnikateľská aliancia Slovenska vytvára aj hodnotenie „superindex“. Ten je zostavený z údajov štyroch prestížnych medzinárodných rebríčkov – Svetového ekonomického fóra (WEF), Svetovej banky (WB), Heritage Foundation a Transparency International. Váhové hodnotenie jednotlivých indexov je *Doing Business* 30 %, index ekonomickej slobody 30 %, index globálnej konkurencieschopnosti 30 % a index vnímania korupcie 10 %. Cieľom indexu je komplexné sledovanie a vyhodnocovanie odchýlok v kvalite slovenského podnikateľského prostredia v porovnaní s piatimi krajinami s najlepším podnikateľským prostredím na svete. Referenčnou hodnotou indexu je 100 bodov. Táto hodnota vyjadruje priemerné skóre piatich krajín s najlepším podnikateľským prostredím na svete.



Graf 4.1 Vývoj hodnotenia superindex SR, EU priemer a svet priemer, 2006 – 2016
Zdroj: PAS, 2016.

Podnikateľské prostredie sa na Slovensku podľa tohto komplexného hodnotenia počas horizontu 10 rokov zlepšuje. Kvalita slovenského podnikateľského prostredia však stále výrazne zaostáva za krajinami s najpriaznivejším podnikateľským prostredím na svete. V roku 2016 sa hodnotenie v indexe zvýšilo o 0,46 bodu, celkovo na 78,3, k čomu prispel najmä pozitívny posun v hodnotení *Doing Business* Svetovej banky. Slovensko sa tak posunulo o dve miesta na 35. miesto vo svete, pričom predbehlo Maďarsko a Bulharsko, ktoré sa minulý rok nachádzali tesne pred ním.

Podnikateľská aliancia Slovenska (PAS) je zapojená aj do projektu Konkurencieschopné regióny 21, v rámci ktorého komplexne analyzuje konkurenčné výhody a nevýhody všetkých slovenských okresov. Hlavným výstupom projektu je *index regionálneho podnikateľského prostredia (IRPP)*, ktorý vyjadruje celkovú kvalitu podmienok na podnikanie v okresoch. Jeho vznik bol motivovaný absenciou nástrojov, ktoré by umožňovali efektívne porovnávanie jednotlivých okresov. Je výstupom komplexného modelu a počíta sa pre každý okres na základe dostupných štatistických dát a údajov získaných z pociťového prieskumu medzi manažérmi firiem. V rámci prieskumu odpovedajú respondenti na otázky týkajúce sa spokojnosti s podmienkami na podnikanie a sily konkurenčného prostredia v danom okresnom meste. V rámci časti spokojnosť s podnikateľským prostredím v meste sa ďalej hodnotí podnikateľské zázemie v meste, prostredie pre podnikanie v meste, podmienky zamestnávania v meste, práca úradov a miestnej samosprávy, byrokracia a prekážky podnikania (PAS, 2010; SBA, 2010; SBA, 2012). Najlepšie hodnotenia dosahujú všetky bratislavské obvody (I – V), Trnava a Senec. V týchto okresoch

najvyššie hodnotenia zaznamenali piliere ekonomické výstupy, technológie a vzdelávanie. Najhoršie hodnotenie získali okresy Gelnica, Poltár a Veľký pre nízke hodnotenie vo všetkých pilieroch, ale najmä v pilieroch technológie a vzdelávanie.

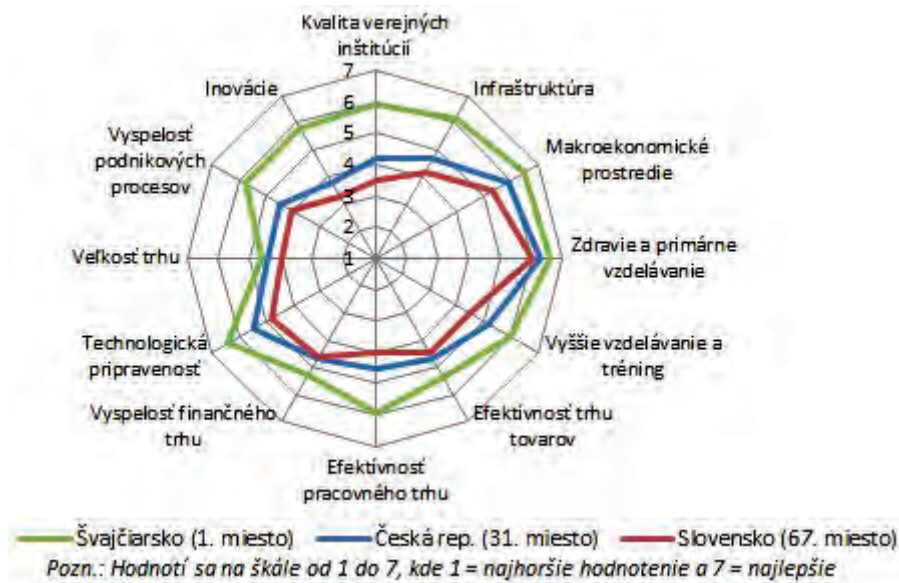
V kontexte tvrdení zahraničnej literatúry, že rýchlo rastúce podniky sú tvorené aj ako startupy, uvádzame prieskum *slovenského startup ekosystému* realizovaný spoločnosťou KPMG v roku 2016. Vzorku respondentov tvorili zástupcovia startupov, investorov, korporácií, inštitúcií verejnej správy a tzv. startup spaces (inkubátory a pod.). Podľa prieskumu zvýšilo minulý rok počet svojich investícií do startupov 77 % investorov. Štyria z desiatich respondentov z radov investorov sa zároveň vyjadrili, že do slovenských startupov už investovali viac ako jeden milión eur. Za minulý rok zvýšilo počet zamestnancov až 56 % opýtaných. V horizonte nasledujúcich 12 mesiacov plánuje zvyšovať počet zamestnancov až 90 % startupov a obrat 55 % slovenských startupov. Zvýšenú podporu startup ekosystému v najnovšom prieskume KPMG vykázali nielen investori, ale aj organizácie verejnej správy. Investori v prípade zvažovania investície do startupu hodnotia prioritne kvalitu tímu, nasledujú vlastnosti produktu/služby a obchodný potenciál.

Výsledky prieskumu zameraného na *vnímanie podnikateľského prostredia na Slovensku* 156 vrcholovými predstaviteľmi firiem, ktorý realizovala poradenská spoločnosť PWC v spolupráci s magazínom FORBES v roku 2016, ukázali, že za najväčšiu hrozbu podnikateľského prostredia považujú respondenti nízku vymožitelnosť práva, kvalitu školstva, nestabilný a neprehľadný daňový a odvodový systém (vrátane zvyšovania daní) a nevybudovanú infraštruktúru.

Hodnotenie kvality slovenského podnikateľského prostredia je aj súčasťou viacerých zahraničných indexov a správ. Schopnosť krajín zabezpečiť vysokú úroveň prosperity pre svojich občanov hodnotí *Správa o globálnej konkurencieschopnosti* (GGI) podľa Svetového ekonomického fóra (*World Economic Forum* – WEF), ktorá sleduje fungovanie verejných inštitúcií, analyzuje hospodárske politiky a faktory podmieňujúce udržateľný hospodársky rast v strednodobom horizonte. Slovensko sa v rokoch 2015/2016 umiestnilo v celkovom hodnotení na 67. mieste. V skupine 140 hodnotených krajín sa tak umiestnilo v prvej polovici, v ktorej sa nachádza väčšina krajiny EÚ.

Najlepšie umiestnenie zaznamenali vyspelé krajiny Švajčiarsko, Singapur a USA. Slovensko dosiahlo najlepšie hodnotenie v indikátoroch zdravie a primárne vzdelávanie, vyspelosť finančného trhu, technologická pripravenosť, makroekonomické prostredie, efektivita trhu, ktoré sa týkajú najmä otvorenosti ekonomiky, jej proexportnej orientácie a priamych zahraničných investícií. Najproblematickejšie segmenty predstavujú kvalita verejných inštitúcií, efektívnosť pracovného trhu, veľkosť trhu a inovácie.

Zhoršilo sa vnímanie korupcie, ktorá sa dokonca za posledný rok dostala na prvé miesto medzi problematickými faktormi podnikania na Slovensku. Svetové ekonomické fórum uviedlo ako najväčšiu konkurenčnú nevýhodu Slovenska vysokú mieru klientelizmu v krajine. Medzi najviac označovanými položkami v otázkach konkurenčných výhod Slovenskej ekonomiky sa v správe o konkurencieschopnosti ekonomiky nachádzajú: otvorenosť Slovenska zahraničnému vlastníctvu podnikov, nízke colné bariéry, nízke riziko terorizmu, otvorenosť zahraničným investíciám prinášajúcim na Slovensko nové



Graf 4.2 Hodnotenie konkurencieschopnosti SR 2015 – 2016

Zdroj: PAS, 2016.

technológie, nízke zmeny úrokových sadzieb, legislatíva podporujúca prílev investícií, ale tiež vysoká korelácia medzi výškou miezd a produktivitou práce. Svetové ekonomické fórum hodnotí konkurencieschopnosť krajín na základe dostupných štatistických dát a celosvetového prieskumu názorov riadiacich pracovníkov. Výsledky hodnotenia odrážajú stav ekonomiky a názory manažérov. V porovnaní s rokom 2014 si Slovensko polepšilo o osem miest. Vývoj hodnotenia Slovenska v etape 2004 – 2015 je uvedený v tab. 4.1.

Tabuľka 4.1 Vývoj pozície SR v rebríčku konkurencieschopnosti Svetového ekonomického fóra, 2004 – 2015

Rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pozícia	43	41	37	41	46	47	60	69	71	78	75	67
Zmena	0	+2	+4	-4	-5	-1	-13	-9	-2	-7	+3	-8

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa PAS, 2015.

Renomovaný americký magazín Forbes zaradil Slovensko na 35. miesto vo svojom rebríčku „Najlepšie krajiny pre biznis“ v rámci hodnotenia 144 krajín sveta na základe **štatistík Svetovej banky**, Transparency International a Svetového ekonomického fóra. Cieľom rebríčka bolo porovnať kvalitu podnikateľského prostredia medzi krajinami a následne určiť poradie jednotlivých krajín. Kritériom bolo 11 hlavných ukazovateľov, ako vlastnícke práva, daňový systém, úroveň korupcie a byrokracie, ochrana investícií, akciový trh, inovačné a technologické prostredie. Najlepšie ohodnotenie

získalo Dánsko, a to najmä z pohľadu osobnej a finančnej slobody, veľmi nízkej úrovne korupcie, ako aj za vysoko transparentnú a efektívnu reguláciu zo strany štátu. Ďalej nasledovali krajiny Nový Zéland, Nórsko, Írsko, Švédsko, Fínsko, Kanada, Singapur, Holandsko a Veľká Británia.

Ďalším hodnotením kvality podnikateľského prostredia na medzinárodnej úrovni je *Doing Business* (2016). Hodnotenie uskutočňuje Svetová banka, ktorá pre rok 2016 celkovo hodnotila 189 krajín. Celkovo skúma 10 parametrov (začatie podnikania, územné konanie a stavebné povolenie, dostupnosť elektriny, registrácia nehnuteľnosti, dostupnosť úverových zdrojov, ochrana práv investorov, daňové zaťaženie, medzinárodný obchod, vymáhateľnosť práva a likvidácia podniku), ktorými možno hodnotiť mieru regulácie a byrokracie v priebehu celého životného cyklu malých a stredných podnikov, pričom každý ukazovateľ má rovnakú váhu. Za roky 2015/2016 sa Slovensko umiestnilo na 29. mieste pred krajinami Česká republika a Maďarsko. Slovensko v rámci kritéria „začiatok podnikania“ zaznamenalo zlepšenie určite aj vďaka existencii jednotných kontaktných centier, registrácii majetku a fungovaniu „kataster portálu“, ktoré ho posunuli na lepšie miesto oproti ostatným porovnateľným krajinám. Najlepšie hodnotné boli ukazovatele registrácia majetku a medzinárodný obchod, naopak, najhoršie hodnotené boli oblasti: ochrana menšinových investorov, stavebné povolenia a vymáhateľnosť práva.

Index vnímania korupcie (*Corruption Perception Index – CPI*), ktorý spracúva centrála Transparency International v Berlíne, sa zameriava na hodnotenie korupcie vo verejnom sektore. Na Slovensku zhromažďuje údaje z prieskumov sedem inštitúcií: Svetové ekonomické fórum WEF, Freedom House, The Economist Intelligence Unit, Inštitút pre rozvoj manažmentu IMD, Bertelsmannova nadácia a analytické agentúry IHS Global Insight a Political Risk Services. Slovensko obsadilo až 50. miesto spolu s Maďarskom, napriek tomu, že jednou z kľúčových tém volieb v marci 2016 bol aj boj s korupciou, a to najmä pre odhalenia prepojenia politikov na bohatých podnikateľov, viaceré prípady manipulácie verejných tendrov, zneužívanie majetku štátnych firiem na osobné a stranícke účely či stranícke obsadzovanie riadiacich pozícií štátnych firiem a inštitúcií.

Švajčiarsky Inštitút pre rozvoj manažmentu (*Institute for Management Development*) v spolupráci so slovenskou Nadáciou F. A. Hayeka v Bratislave a 54 ďalšími organizáciami z celého sveta zverejnili v roku 2015 *Svetovú ročenku konkurencieschopnosti ekonomík* (*World Competitiveness Yearbook – WCY*). Spomedzi 61 hodnotených krajín je Slovensko 46. najkonkurencieschopnejšou ekonomikou. Index vyjadruje kvalitu podnikateľského prostredia, porovnáva a hodnotí 342 rozličných kritérií, ktoré sú združené v štyroch základných oblastiach – ekonomický rozvoj, efektivita vlády, efektivita podnikov a infraštruktúra. Najväčšími výzvami pre rast konkurencieschopnosti Slovenska sú podľa tejto ročenky vysoká miera zdaňovania práce a príjmu znižujúca produktivitu, nedostatočná reforma v oblasti rozpočtových výdavkov, vysoká miera korupcie a prepojenia medzi rôznymi štátnymi inštitúciami, absentujúca snaha vlády o zlepšenie konkurencieschopnosti na prilákanie zahraničných investícií a vysoká úroveň verejného dlhu.

4.2.1 Význam podpory z verejného sektora pre dynamizáciu podnikov

Rozsiahle zdroje vedeckej a odbornej literatúry prezentujúce teoretické postuláty, analýzy štatistických údajov a výsledky prieskumov hodnotia význam verejných zdrojov pri podpore podnikania a podpore inovačných aktivít. V tejto súvislosti sa uvádza aj úloha podporných organizácií, ktoré zabezpečujú využívanie verejných zdrojov na aktívnu podporu podnikateľského prostredia, či už priamo zameranú na podniky (podniky ako prijímatelia pomoci pre infraštruktúrne či neinfraštruktúrne projekty), alebo ovplyvňujúce – vytvárajúce, či zlepšujúce podmienky, v ktorých podniky pôsobia. Podporné organizácie verejného sektora alebo verejno-súkromné partnerstvá realizujú rôznorodé aktivity v súvislosti s komplexom nástrojov aktívnej štátnej alebo regionálnej politiky.

Za podporu rýchlo rastúcich podnikov z verejného sektora hovorí najmä potreba minimalizovať prirodzenú neistotu pri inovačnej aktivite a zlyhania firiem pri inovačných pokusoch a využívaní znalostí pri podnikaní, ktorými sú tieto firmy charakteristické. Napriek vysokému percentu zlyhaní podnikov pre tieto neistoty nie je ich podpora zo strany verejného sektora zbytočná. Aj neúspešné firmy a projekty mohli vygenerovať myšlienky a nové poznatky absorbovateľné pri inovačných aktivitách iných podnikov. Verejná politika tak podporuje investície do poznatkov tvoriacich základ vzniku a rastu podnikov, z ktorých sa stávajú rýchlo rastúce firmy (Audretsch, Keilbach, Lehmann, 2006). Úlohy vlády v tejto oblasti jasne opisuje Inovačná stratégia OECD (OECD, 2015d). Jednou z charakteristických črt inovácií v súčasnosti je zapojenie širokého spektra aktérov, a to podnikov, nadácií, neziskových organizácií, univerzít, vedeckých inštitúcií, agentúr verejného sektora, občianskych združení, spotrebiteľov, ktorí často úzko spolupracujú. Pozornosť si zaslúži aj spolupráca s novými a vyvíjajúcimi sa aktérmi, ako sú súkromné nadácie. Na význam spolupráce s verejným a súkromným sektorom a vytváranie partnerstiev ako jednej z prioritných príležitostí na akumulovanie zdrojov na inovovanie, transport poznatkov a ich zdieľanie v prostredí podnikov služieb upozorňujú Kubičková a Benešová (2011). Heintel a Schienstock (2007) však uvádzajú, že podniky síce málokedy vyvíjajú nové produkty a obnovujú svoje procesné štruktúry v izolácii, ale nevytvárajú ich ani v multilaterálnych inovatívnych sieťach; skôr ide o výsledkovo orientovanú dvoj- alebo trojstrannú kooperáciu. Podporným pre rast rýchlo rastúcich podnikov, na uľahčenie tvorby a distribúciu poznatkov je teda aj posilňovanie sieťových externalít (Audretsch, Keilbach, Lehmann, 2006). Schopnosť inovácií, schopnosť kooperovať, schopnosť vytvárať a pôsobiť v sieťach je podľa Moldaschl (2006) súčasťou schopnosti dynamizácie podnikov a realizácie strategických zmien. Kooperácia MSP je vnímaná ako kľúč k celoplošnej inovačnej aktivite a posunu k znalostnej ekonomike (SBA, 2014). Kooperáciu pokladajú Van Essen a Meijaard (2009) za jeden z kľúčových faktorov pre skutočný rast podniku, hovoria o „otvorenej mysli pre kooperáciu a globálne zameranie na ňu“ („*an open mind for cooperation and global focus*“). Podobne Khan a Siddiqi (2012) zaraďujú spoluprácu v sieťach medzi dôležité faktory ovplyvňujúce rast podniku.

Zabezpečenie prístupu k financovaniu a podpora podnikateľov v kľúčových fázach fungovania podniku a ich rastu ako súčasť podnikateľského prostredia je súčasťou druhého piliera Akčného plánu pre podnikanie 2020. Prístupnosť zdrojov pre podniky je jedným z podstatných faktorov ovplyvňujúcich ich rast (Audretsch, 2012). Spôsob fungovania úverového a finančného trhu má tendenciu obmedzovať mladé a malé firmy v ich príležitostiach prístupu k finančným prostriedkom, najmä v dôsledku asymetrickej informácie (Stiglitz, Weiss, 1981). Aj Gompers a Lerner (2010) upozorňujú, že zabezpečenie financií je kľúčovou oblasťou pre politiku podporujúcu rýchlo rastúce podniky; rýchlo rastúce podniky sú často konfrontované s obmedzeniami v schopnosti prístupu k financiám. Tieto podniky sú charakteristické signifikantným nehmotným majetkom, očakávajú roky bez zisku a majú neisté perspektívy požičať si od banky, resp. zabezpečiť dlhové financovanie. Aj podľa Inovačnej stratégie OECD (2015d) dobrá prístupnosť k financiám je dôležitou výzvou pre inovatívne, poznatkovo intenzívne podniky. Externé financovanie je osobitne dôležité, keď inovatívne firmy, špeciálne mladé firmy, začínajú rásť. Podstaté je pomôcť pri finančných rizikách spojených s inováciami, zlepšiť pripravenosť podnikov investovať a podporiť finančné zručnosti nových a malých firiem. Výberový proces pri verejnej podpore má zabezpečiť podporu mladým firmám aj radikálnejším inováciami. Nedostatok finančných zdrojov je však len jedna z bariér, ktorá obmedzuje inovácie. Podstatné je, aby súčasťou podpory bola aj nefinančná podpora, napr. tréningy, mentoring a podpora sieťovania.

Podľa OECD (2013) programy podpory rýchlo rastúcich firiem sa opierajú o potenciál ich rastu, teda nielen o ich kvantitatívne charakteristiky (napr. výkony za prechádzajúce obdobie, ako aj pri iných podporných programoch), ale aj o kvalitatívne charakteristiky, ako sú ambície podnikateľa, manažérska štruktúra vo firme, inovatívnosť produktov a služieb. Odporúčanie voči gazelám podľa tohto zdroja smeruje k tomu, aby akcelerátory neboli zamerané len na technologické sektory a aby bola venovaná špeciálna pozornosť rastovo orientovným podnikom z menej zdravých regiónov vzhľadom na ich potenciál tvorby pracovných miest. Podľa Warwick a Nolan (2014) zníženie bariér v oblasti regulácií môže umožniť gazelám a iným, rýchlo rastúcim podnikom, aby neminuli svoj kapitál potrebný na podporu ich rastu na prekonávanie byrokratických prekážok. Upozorňujú preto na administratívne, sociálne a daňové požiadavky, ktoré zvyčajne narastajú s veľkosťou podniku a spôsobujú nárast nákladov pri expanzii. Tento efekt je väčší v prípade, že podpora z verejných zdrojov je závislá od veľkosti firmy. Tvrdia, že podpora, ktorá je výrazne zameraná na inovácie a alokovaná na základe veku firmy, bola efektívne využitá v niekoľkých krajinách.

Významnú úlohu v podpore inovácií majú regióny, v prípade ktorých je potrebné podľa OECD (2015c) zabezpečiť lepšiu koordináciu podporných aktivít. Vo všetkých členských krajinách je regiónmi podporovaný technologický transfer a poradenské služby v oblasti inovácií pre exitujúce firmy aj pre starupy. Programy podpory klastrov a excelentných centier sú bežne využívané práve viac na regionálnej ako na národnej úrovni, podobne ako inkubátory či vedecké a technologické parky (OECD, 2011b). Podľa OECD (2015b) má narastajúci význam partnerstvo verejného a súkromného sektora

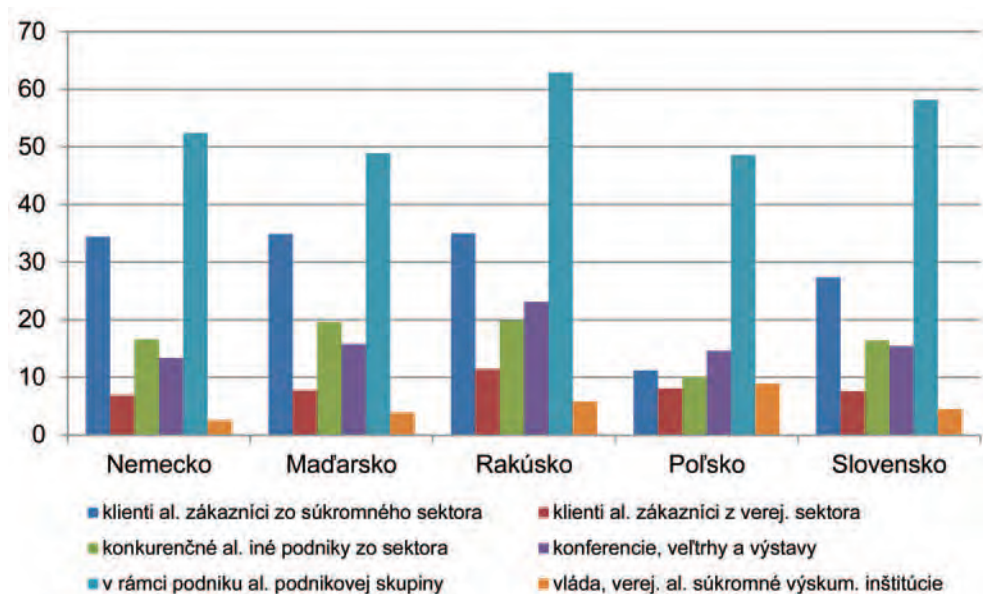
vrátane lokálnej a regionálnej úrovne. Autori Tödting, Grillitsch a Höglinger (2011) upozorňujú na význam regionálnej úrovne; regionálne väzby majú podľa nich pozitívne efekty na produktové a procesné inovácie. Na regionálnej úrovni má v rozvoji inovácií dôležitú úlohu regionálny inovačný systém ako súčasť regionálnej inovačnej politiky, ktorú formuluje a implementuje regionálny politický subsystém pozostávajúci z verejnej správy, agentúr regionálneho rozvoja a iných subjektov politiky (Trippel, 2006). Heintel a Schienstock (2007) uvádzajú tri centrálné aspekty politiky podporujúcej inovácie – podpora podnikovej reštrukturalizácie, vybudovanie hustého inštitucionálneho prostredia, ktoré umožní poskytnutie zdrojov – poznatkov, kompetencií, finančného kapitálu, technológií, a tretím aspektom je podpora kooperácie a sieťovania medzi podnikmi navzájom a podnikov s rôznymi inštitúciami. Regionálnym sieťam sa vo všeobecnosti priznáva schopnosť pôsobiť na rast príležitostí pre rozvoj podniku. Aj podľa autorov Tuinstra, Mekkesa a Koldijka (2012) siete podporujú zručnosti a poznatky podnikateľov a celkovo ekonomickú výkonnosť podnikov.

4.2.1.1 Informačné a verejné finančné zdroje podnikov na inovačné aktivity

Na základe údajov Eurostatu možno z hľadiska informačných zdrojov zostaviť približný profil slovenských podnikov, resp. naznačiť podobnosti a odlišnosti v porovnaní s ostatnými zvolenými krajinami. Na základe prezentovaných výsledkov skúmania slovenské podniky pri inovačných aktivitách čerpajú informácie najmä z informačných zdrojov vlastného podniku a v rámci podnikovej skupiny. Najdôležitejšími kooperačnými partnermi sú dodávatelia zariadení, materiálu, súčiastok alebo softvéru, prípadne iné podniky v rámci skupiny. Využívanie verejných zdrojov na inovácie je na Slovensku relatívne vysoké. Z verejných zdrojov sú slovenskými podnikmi využívané pri inováciách najmä zdroje EÚ, nadpriemerne zo sledovaných krajín prostriedky 7. rámcového programu.

Naopak, najmenej dôležitým zdrojom informácií pri inováciách je pre slovenské podniky vláda, verejné a súkromné výskumné inštitúcie, klienti a zákazníci zo súkromného sektora. Vládi, verejným a súkromným inštitúciám patria posledné miesta aj v pozícii kooperačných partnerov pre inovácie. Medzi menej významných partnerov možno zaradiť aj univerzity. Najmenej sú pri inováciách využívané zdroje regionálnej a miestnej správy a v porovnaní s priemerom sledovaných krajín výrazne najmä vládne zdroje. Tieto výsledky bližšie ozrejmujú nasledujúce grafy.

Medzi najdôležitejšie zdroje informácií na inovačné aktivity podnikov patria jednoznačne informácie získané z podniku alebo z podnikovej skupiny. Znamená to, že tieto informácie majú/sledujú, realizujú vlastné prieskumy, vedú štatistiky a analyzujú údaje. Tento informačný zdroj považujú za najdôležitejší vo všetkých sledovaných krajinách (graf 4.3). Ide v priemere za sledované krajiny o takmer 53 % podnikov, na Slovensku 58,2 %. Informácie od vlády, verejných a súkromných výskumných inštitúcií uvádza ako najdôležitejší zdroj informácií na inovačné aktivity najmenej podnikov, v priemere len 5,1 % podnikov, na Slovensku 4,5 % podnikov. Z podnikov zo sledovaných krajín uvádzajú tento informačný zdroj ako najdôležitejší podniky v Poľsku (8,9 %). Aj v kraji-



Graf 4.3 **Informačné zdroje podnikov pri inovačných aktivitách**
 (% podnikov, ktoré považujú daný informačný zdroj za najdôležitejší), 2012

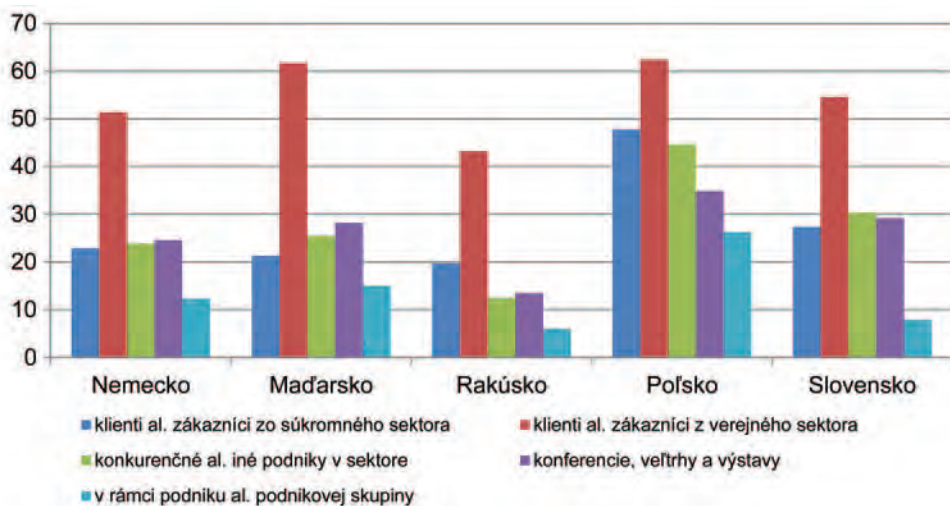
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

ne s rozvinutou sieťou regionálnych podporných inštitúcií, ako je Nemecko, je toto percento nízke, len 2,5 %. Konferencie, veľtrhy a výstavy využíva v priemere za sledované krajiny 16,1 % podnikov, na Slovensku 15,4 % podnikov. Najväčšie percento podnikov (23,1 %) uvádza tento informačný zdroj ako najdôležitejší v Rakúsku.

Graf 4.4 ponúka iný pohľad na informačné zdroje na inovačné aktivity. Uvádza informačné zdroje, ktoré podniky v tejto súvislosti vôbec nevyužívajú.

Najviac, v priemere až 53,3 % podnikov nevyužíva informácie od klientov a zákazníkov z verejného sektora. Naopak, v priemere 13,6 % podnikov nevyužíva na inovačné aktivity informácie z vlastného podniku alebo podnikovej skupiny. Dostupná databáza údajov neposkytuje údaje o vláde, verejných a súkromných výskumných inštitúciách ako nevyužívaných informačných zdrojoch na inovácie. Čo sa týka konferencií, veľtrhov a výstav tieto nevyužíva niečo viac ako štvrtiny podnikov.

Z grafu 4.5 vyplýva, že v rámci sledovaných krajín spomedzi všetkých uvádzaných partnerov podniky jednoznačne najviac pri inovačných aktivitách kooperujú s dodávateľmi, v priemere 22,6 % podnikov (s výnimkou Nemecka, kde najväčšie percento podnikov spolupracuje s univerzitami a inými vzdelávacími inštitúciami vyššieho stupňa). S univerzitami a inými vzdelávacími inštitúciami vyššieho stupňa spolupracuje v priemere 15,4 % podnikov, najviac v Rakúsku (21,8 % podnikov), na Slovensku ide o 12,7 %. S vládou, verejnými a súkromnými výskumnými inštitúciami spolupracuje v priemere 8,4 % podnikov pri inováciách, pričom najviac v Rakúsku (13,4 %), na Slovensku ide o 5,3 %. Konzultačné služby a komerčné laboratória využíva v priemere 12,2 % podni-



Graf 4.4 **Informačné zdroje pre podniky pri inovačných aktivitách**
 (% podnikov, ktoré daný informačný zdroj nevyužívajú), 2012

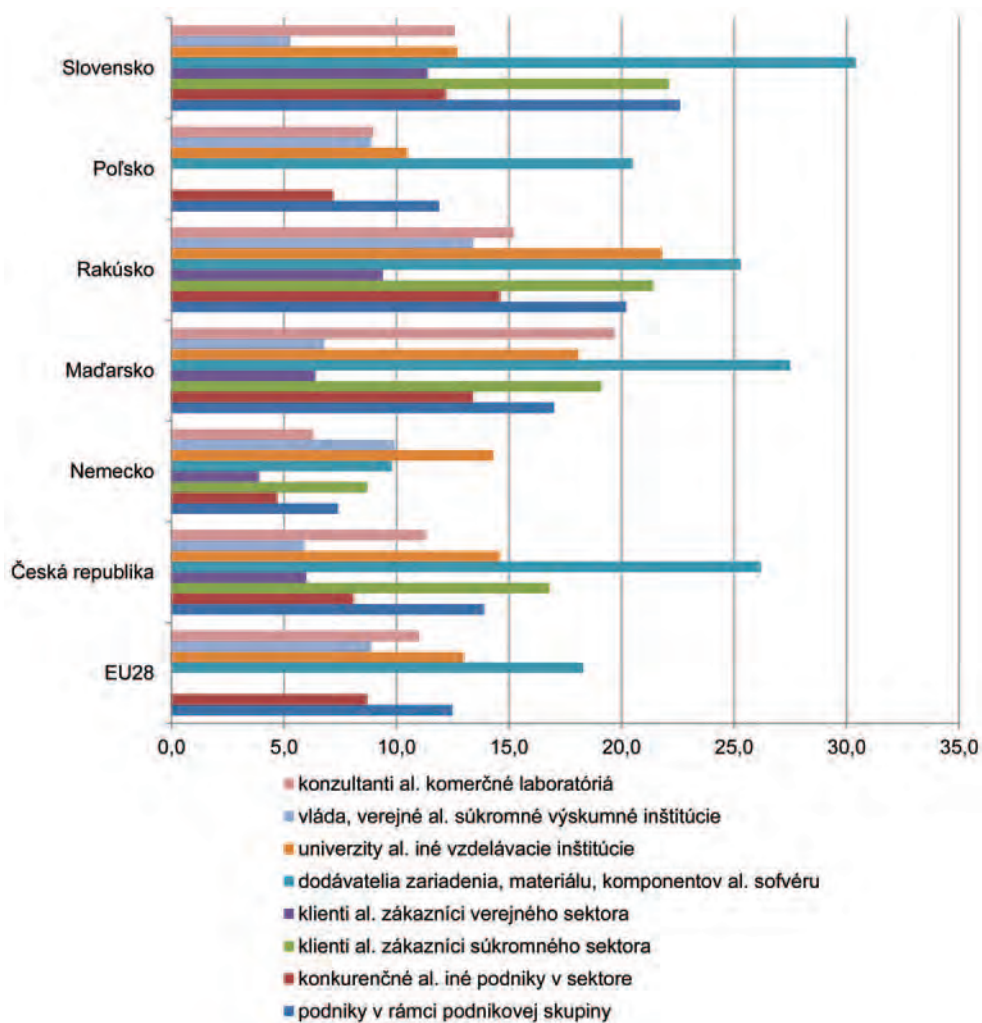
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

kov, pričom najviac v Maďarsku (19,7 %), najmenej v Nemecku (6,3 %), na Slovensku ide o 12,6 % podnikov. 9,8 % podnikov spolupracuje pri inováciách s konkurenčnými podnikmi alebo podnikmi z rovnakého sektora. Najmenej sú ako partneri pri inováciách využívaní klienti a zákazníci z verejného sektora (7,4 % podnikov) a nasleduje vláda, verejné a súkromné výskumné inštitúcie.

Iný pohľad na tento aspekt poskytuje graf 4.6.

Dodávatelia sa ukazujú nielen ako najviac využívaní kooperační partneri, ale aj ako najdôležitejší. Takto ich uznalo až 10,6 % podnikov v priemere za sledované krajiny, najviac na Slovensku 15,6 %. Na druhom mieste sú podniky v rámci vlastnej podnikovej skupiny (v priemere 8,7 % podnikov, pričom najviac na Slovensku 14,4 % a najmenej v Nemecku – len 2,6 %). Univerzity a iné vzdelávacie inštitúcie vyššieho stupňa udáva ako najdôležitejšie v priemere 4,8 % podnikov, najviac v Nemecku (7 % podnikov), na Slovensku ide o len 2,2 % podnikov. Vláda, verejné a súkromné výskumné inštitúcie sú najdôležitejšími partnermi v priemere pre 1,9 % podnikov, pričom najviac v Poľsku (3,4 %) a Nemecku (3,3 %), na Slovensku ide len o 0,4 %. Najmenej dôležitými partnermi pri inováciách sú klienti a zákazníci z verejného sektora (0,62 % podnikov), nasledujú konkurenti a iní podnikatelia v rámci daného sektora (1,8 %) a ďalej vláda, verejné a súkromné výskumné inštitúcie (1,9 %).

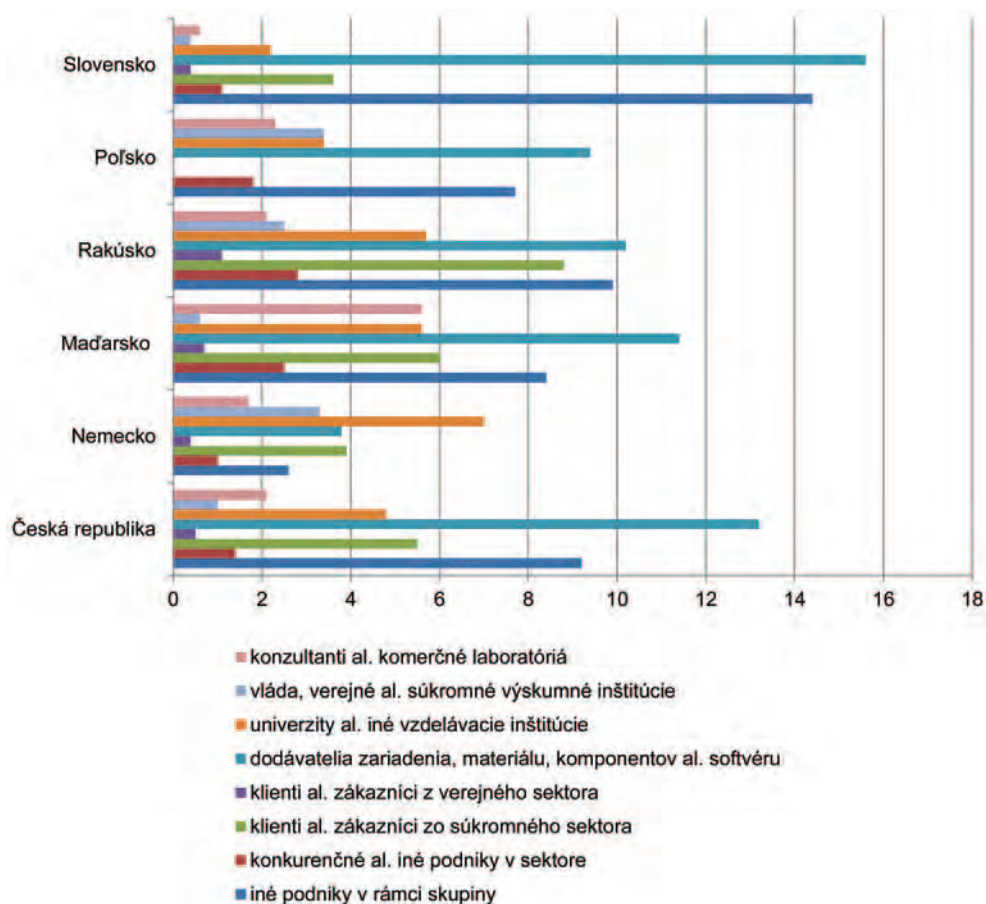
V rámci sledovaných krajín sú zdroje Európskej únie na inovácie z hľadiska podielu podnikov, ktoré ich získali na tento účel, najpodstatnejšie v Maďarsku, potom v Českej republike, Poľsku a nakoniec aj na Slovensku. Vo všetkých týchto krajinách prevyšujú z hľadiska tohto kritéria zdroje EÚ v porovnaní so zdrojmi centrálnej vlády, najvýraznejšie na Slovensku (13,3 % podnikov získalo na Slovensku pri inováciách zdroje EÚ,



Graf 4.5 Typy kooperácie podnikov pri inováciách
(% podnikov, ktoré daný typ kooperácie využili), 2012

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

3,8 % získalo zdroje vlády). Priemerne 16,2 % podnikov v rámci všetkých sledovaných podnikov využilo tento zdroj, pričom za postkomunistické štáty ide o 21 % podnikov (priemer EU 28 je 9,7 %). Zdroje centrálnej vlády (vrátane vládnych agentúr a ministerstiev) využili najmä podniky v Rakúsku (33,2 %) a Maďarsku (23,3 %), priemerne v sledovaných krajinách 16,5 %, za EÚ-28 ide o 17,9 %. Najmenej tento zdroj získali podniky na Slovensku, ide len o 3,8 % podnikov, ktoré dostali zdroje vlády na inovácie. Zdroje regionálnej a miestnej správy získali najmä podniky v Rakúsku (21 %). Celkovo sú využívané najmenším počtom podnikov, využilo ich len 6,6 % podnikov v sledovaných krajinách, pritom najmenej na Slovensku (len 1,4 % podnikov). Podporu zo 7.



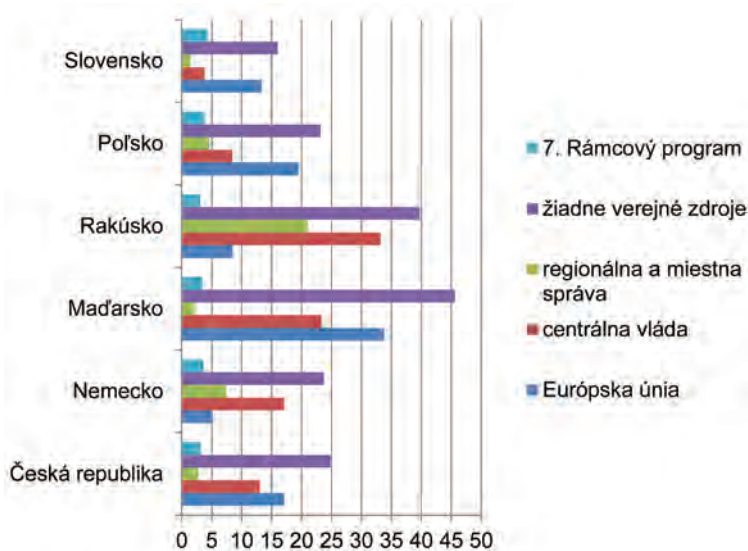
Graf 4.6 **Najdôležitejší kooperační partneri pre podniky pri inováciách**
 (% podnikov, ktoré daný typ kooperácie označili ako najdôležitejší), 2012

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

rámcového programu získali sledované krajiny relatívne rovnomerne, priemerne 3,6 % podnikov, pritom najviac na Slovensku (4,3 % podnikov). Celkovo verejné zdroje zohrávajú z hľadiska tohto kritéria najvýznamnejšiu úlohu v Maďarsku a v Rakúsku. Verejné zdroje nezískalo v rámci sledovaných krajín v priemere 28,8 % podnikov (pritom priemer EÚ 28 je 27,6 % podnikov), najviac ide o podniky v Maďarsku (45,6 % podnikov) a Rakúsku (39,7 %). Na Slovensku nezískalo verejné zdroje len 16 % inovatívnych podnikov (priemer sledovaných krajín je takmer 29 %).

Výsledky iných prieskumov

Na základe prieskumu EK (2014) na vzorke viac ako 11-tisíc podnikov zo štátov EÚ-28, Švajčiarska a USA v rokoch 2011 – 2013 finančnú podporu z verejných zdrojov na podporu výskumu a vývoja alebo iných inovačných aktivít väčšina podnikov (91 %) ne-



Graf 4.7 Verejné finančné prostriedky využité podnikmi na inovácie podľa krajín v roku 2012 (v % podnikov, ktoré daný zdroj využili)

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

získala. Z tých podnikov, ktoré takúto podporu získali, ju približne polovica považuje za dôležitú a druhá polovica za nepodstatnú. Len 4 % získali podporu z miestnej alebo regionálnej správy, 3 % z vlády na národnej úrovni a 3 % z Európskej únie.

Podporu získali najmä veľké podniky (národné, regionálne a miestne verejné zdroje, spolu verejné zdroje EÚ-28 celkom až 45 % podnikov) a stredné podniky (najmä národné verejné zdroje a zdroje Európskej únie, spolu EÚ-28 verejné zdroje celkom 32 % podnikov). Rozdiel medzi veľkými podnikmi a mikropodnikmi je v rámci EÚ-28 až 38 %.

Ak sa pozrieme na využitie verejných zdrojov vo všeobecnosti, v podnikaní živnostníkov, mikropodnikov a malých podnikov na Slovensku sú tieto v podstate nevyznamné. Z tých podnikov, ktoré v roku 2012 využili externé zdroje, len 3,9 % podnikov využilo podporu z verejného sektora – úvery, granty, dotácie (NARMSP 2013, prieskum na vzorke 1002 respondentov), z toho malé podniky 5,9 %, živnostníci 4,8 %, mikropodniky 2 %. Zaujímavým je zistenie, že najmä zo živnostníkov podnikajúcich do troch rokov, ktorí využili externé zdroje, čerpanie podpory z verejného sektora uviedlo 7,9 % podnikov (druhé miesto po bankovom úvere 8,4 % podnikov). Naopak, podpora z verejného sektora je najmenej využívaná pri mikropodnikoch (0,5 % mikropodnikov). Za roky 2010 – 2012 nevyužilo finančnú podporu z verejných zdrojov ani o tom neuvažuje až 58 % opýtaných podnikateľov.

Malé a stredné podniky inovujú svoje produkty alebo procesy v nízkej miere v spolupráci s inými subjektmi. Dostupné sú v tejto súvislosti výsledky European Innovation Scoreboard 2008, na základe ktorých len 9,5 % malých a stredných podnikov v EÚ-27

a len 2,2 % malých a stredných podnikov v SR inovovalo v spolupráci s inými subjektmi.

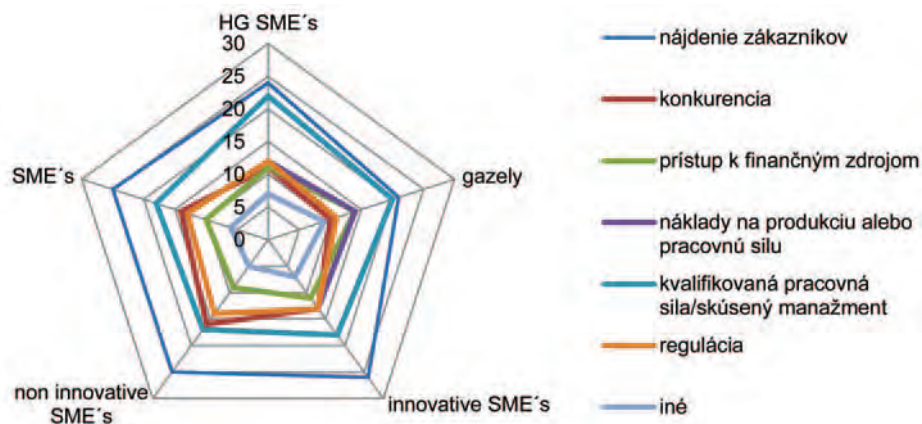
Podľa EK (2014) len 9 % podnikov v EÚ-28 a 11 % na Slovensku spolupracuje s organizáciami verejného sektora (podobne málo ako s konkurenciou 12 %, v SR 14 %), pričom podniky spolupracujú najmä s partnerskými podnikmi alebo s externými konzultantmi (35 % podnikov EÚ-28, na Slovensku 31 %). Prieskumy skúmajú aj prínos organizácií verejného sektora pre samotnú podporu rozvoja inovácií. Len pätina podnikov (20 % podnikov) označuje organizácie verejného sektora za prínosné na podporu rozvoja inovácií. Celkovo za významné označujú organizácie verejného sektora najmä väčšie podniky (38 % veľkých podnikov nad 500 zamestnancov a 27 % podnikov s obratom nad 50 mil. eur). Na Slovensku len 13 % podnikov označilo verejné podporné organizácie za prínosné v rámci podpory inovácií.

4.2.1.2 Štruktúra finančných zdrojov dynamických podnikov

Na základe skúmania dát vychádzajúcich z prieskumu Európskej komisie (EK, 2015) neboli zistené výrazné diferencie vo finančných zdrojoch medzi gazelami a inými podnikmi. Vztahuje sa to aj na problémy pri podnikaní. Vnímanie problémov rýchlo rastúcimi podnikmi a gazelami, ako aj inovatívnymi a neinovatívnymi podnikmi sa v podstate takmer neodlišuje od vnímania problémov podnikmi ako celku. Najväčšie percento gaziel čerpá zdroje z credit line, kontokorentného úveru a prečerpania kreditnej karty, následne lízingu a obchodného úveru podobne ako rýchlo rastúce podniky a MSP ako celok. Štruktúra financovania sa medzi gazelami a HGE či podnikmi ako celku výrazne neodlišuje. Z externých zdrojov preferujú gazely jednoznačne bankové pôžičky, podobne ako iné podniky, pričom im však prisudzujú najmenšiu preferenciu zo všetkých typov podnikov. Gazely na druhom mieste preferujú pôžičky z iných zdrojov a kapitálové investície, pomerovo výraznejšie oproti ostatným podnikom. Preferencie gaziel vo využívaní externých zdrojov sa však výrazne neodlišujú. Väčšina gaziel podobne ako iných podnikov nemá žiadne obmedzenia pri získavaní preferovaných externých zdrojov. Všetky podniky sa sťažujú najmä na nedostatočné zabezpečenie a záruky (najmä gazely), úrokové sadzby a vysokú cenu. Nasledujúce grafy ozrejmujú tieto výsledky bližšie.

Prístup k finančným zdrojom patrí k jednému z najväčších problémov MSP. Podľa prieskumu v EÚ-28 *Survey on the Access to Finance of Enterprises* (EK, 2015) ide o šiesty najčastejšie uvádzaný najväčší problém (10 % podnikov), a to po problémoch s nájdením zákazníkov (23 % podnikov), dostupnosťou kvalifikovanej pracovnej sily a skúsených manažérov (19 %), konkurenciou, reguláciami a nákladmi na produkciu a pracovnú silu. Výsledky prieskumu ukazujú, že kým ostatné uvádzané problémy v rokoch 2009 – 2015 v rámci EÚ-28 narastajú, resp. zostávajú stabilné, problém prístupu k financiam sa každoročne znižuje (v roku 2009 vnímalo tento problém ako najpálčivejší 17 % podnikov, v roku 2015 ide už len o 10 % podnikov). Pritom HG SME's a gazely vnímajú ako najdôležitejší problém takisto problém s nájdením zákazníkov (24 % HG SME's a 21 % gaziel). Aj ostatné problémy sú nimi vnímané zhruba rovnako ako v prípade MSP ako celku. Prístup k financiam vníma ako najväčší problém 11 % HG SME's

a 14 % gaziel. Nie je významný rozdiel medzi vnímaním najväčších problémov medzi inovatívnymi a neinovatívnymi podnikmi. Za najväčší problém považujú oba typy podnikov rovnako nájdenie zákazníkov (25 % podnikov neinovatívnych a 26 % podnikov inovatívnych). Výrazný rozdiel nie je ani v ostatných skúmaných problémoch. Prístup k financiám vníma ako najväčší problém 11 % inovatívnych a 9 % neinovatívnych podnikov. Identifikácia najväčšieho problému mierne klesá s veľkosťou podniku. 12 % mikropodnikov, 10 % malých podnikov, 8 % stredných podnikov a 7 % veľkých podnikov vníma ako najväčší problém prístup k financiám.

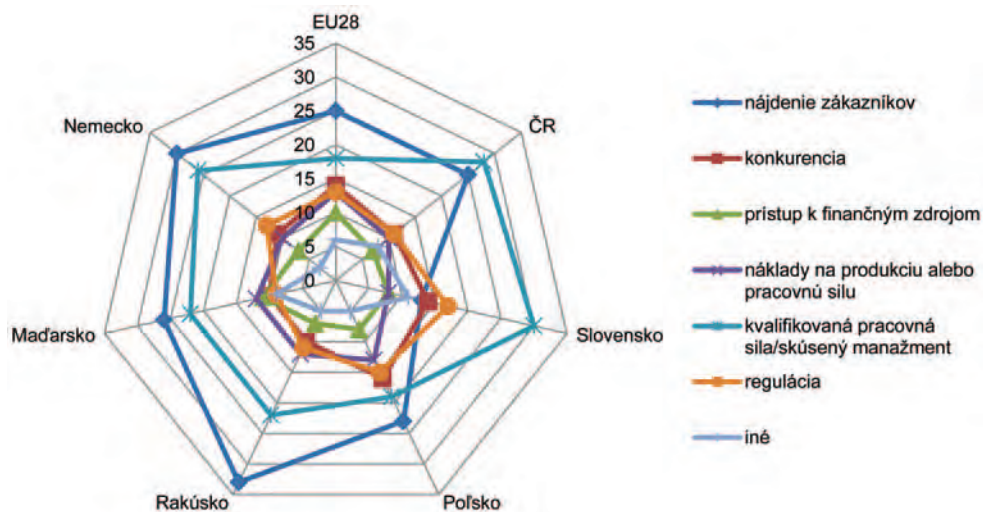


Graf 4.8 Najväčšie problémy MSP v EÚ-28 (% podnikov), 2015

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.

Prehľad o najväčších problémoch v jednotlivých sledovaných krajinách poskytuje graf 4.9.

Na Slovensku uvádza prístup k financiám ako najväčší problém len 8 % podnikov. Najväčším problémom slovenských podnikov je prístup ku kvalifikovanej pracovnej sile a k skúseným manažérom (až 30 % podnikov), potom ide o regulácie (17 %), konkurenciu (14 %), nájdenie zákazníkov (13 %), prístup k financiám a náklady (8 %). S najväčším problémom EÚ-28 (25 %), a to nájdením zákazníkov, sa borí najviac podnikov v Rakúsku (33 %) a najmenej podnikov na Slovensku (13 %), kde ide o tretí, najčastejšie uvádzaný problém. Konkurencia ako problém trápi najviac podnikov v Poľsku, podobne ako aj problematika nákladov (najmenej podnikov na Slovensku). Regulácie považujú za najväčší problém najmä podniky na Slovensku, v Maďarsku len 9 % (priemer EÚ-28 je 13 %). Čo sa týka kvalifikovanej pracovnej sily, tá je najväčším problémom pre najviac podnikov na Slovensku a najmenej trápi podniky v Poľsku (19 %), vníma ju takto 18 % podnikov EÚ-28. Z hľadiska prístupu k financiám najmenej podnikov sa vyjadriilo k nim ako k najväčšiemu problému rovnako v Českej republike, Rakúsku aj Nemecku (7 %), najviac v Maďarsku (11 %), priemer EÚ-28 je 10 %. Vnímanie prístupu k financiám ako najväčšieho problému je v prípade slovenských podnikov zhruba rov-

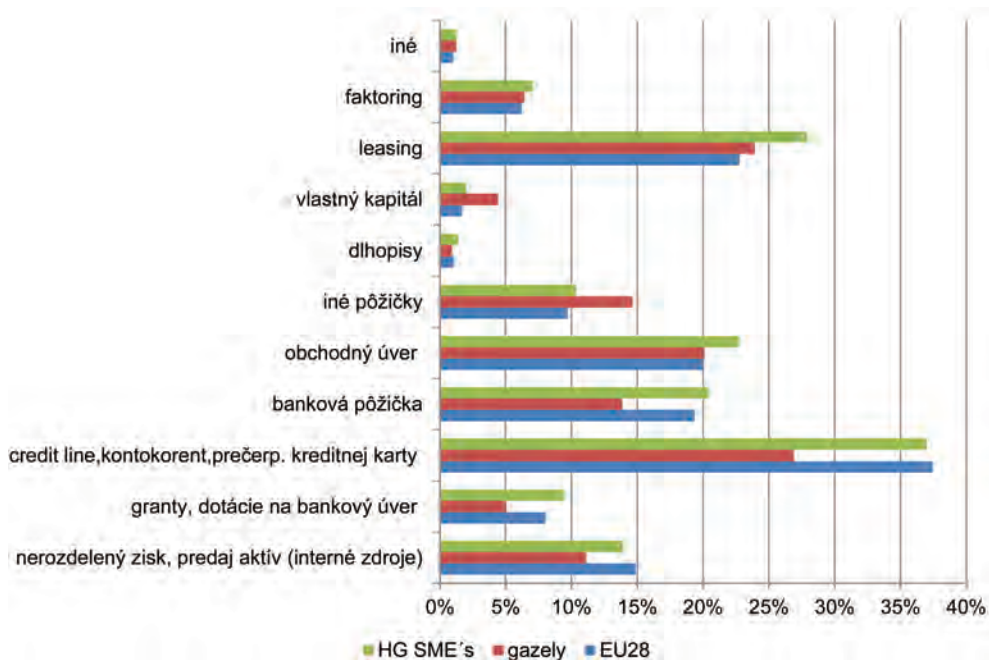


Graf 4.9 Najväčšie problémy MSP podľa krajín (% podnikov), 2015

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.

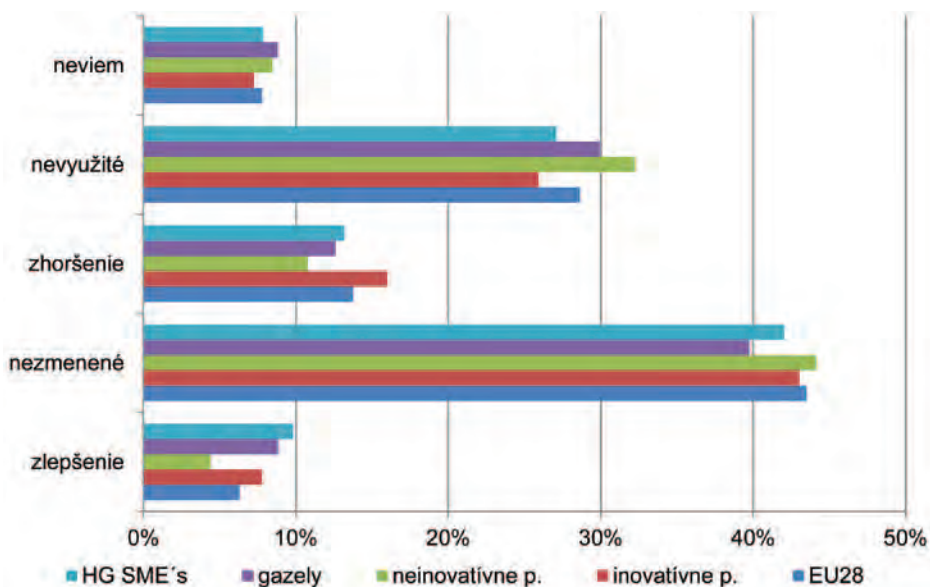
naké ako v prípade európskych podnikov, relatívne nízke percento podnikov ho vníma ako najväčší problém.

Najväčšie percento MSP využíva na financovanie svojich aktivít úverovú linku, kontokorentný úver alebo prečerpanie na kreditnej karte. Nie je významný rozdiel v uvedenom finančnom zdroji medzi týmito podnikmi a rýchlo rastúcimi podnikmi. Podielovo však tento zdroj využilo výrazne menej gaziel. Napriek tomu je v prípade gaziel takisto na prvom mieste. Následne je pre gazely najvýznamnejší lízing a obchodný úver. Dlhopisy sú v prípade gaziel podobne ako v prípade iných podnikov využívané najmenej. Celkovo sa štruktúra financovania gaziel výrazne neodlišuje. Okrem uvedeného je najväčší rozdiel v menšom podiele gaziel pri využívaní bankových pôžičiek, grantov a dotácií na bankový úver, resp. aj v interných zdrojoch, a v mierne väčšom podiele gaziel na využívaní vlastného kapitálu a iných pôžičiek.



Graf 4.10 Využitie vybraných finančných zdrojov v EÚ-28 (% MSP), 2015

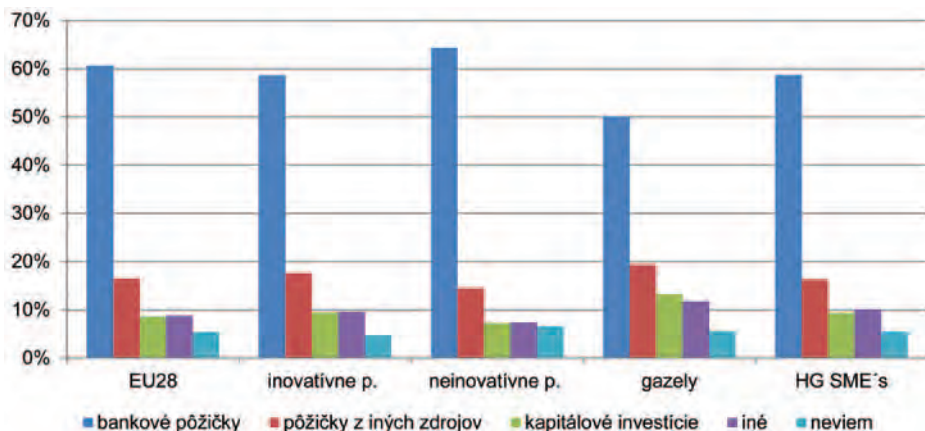
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.



Graf 4.11 Zmeny v prístupnosti verejných zdrojov (vrátane garancií) za posledných 6 mesiacov, v % podnikov, 2015

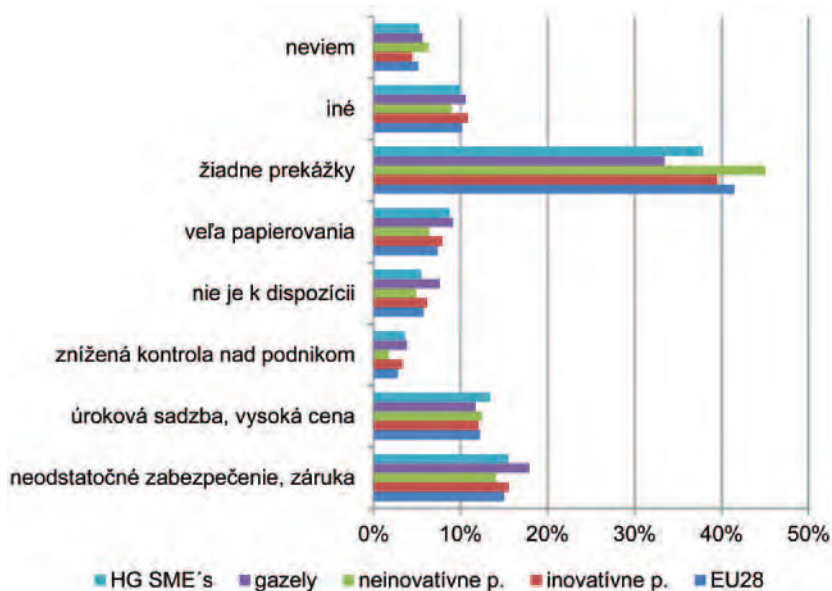
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.

Vo vnímaní prístupnosti verejných zdrojov sa rôzne typy podnikov významne neodlišujú. Zlepšenie prístupnosti verejných zdrojov vníma najmenší podiel podnikov, a to rovnako v prípade všetkých sledovaných typov podnikov, aj keď zlepšenie vníma o niečo väčšie percento rýchlo rastúcich podnikov a gaziel a najnižšie percento neinovatívnych podnikov. Zároveň najväčšie percento inovatívnych podnikov vníma zhoršenie prístupu k verejným zdrojom.



Graf 4.12 Preferencia externých finančných zdrojov na realizáciu ambícií ďalšieho rastu, v % podnikov, 2015

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.



Graf 4.13 Hlavné obmedzenia získania preferovaných externých zdrojov, v % podnikov, 2015

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.

Z externých zdrojov preferujú všetky typy podnikov jednoznačne bankové pôžičky; najmenej sú preferované u gaziel, najviac ich preferujú neinovatívne podniky. Gazely na druhom mieste preferujú pôžičky z iných zdrojov a kapitálové investície, najviac zo všetkých skúmaných typov podnikov. Preferencie gaziel vo využívaní externých zdrojov sa výrazne neodlišujú.

Väčšina gaziel podobne ako iné podniky nemá žiadne obmedzenia pri získavaní preferovaných externých zdrojov, aj keď takto odpovedal menší podiel gaziel ako iných podnikov. Najspokojnejšie sú v tomto ohľade neinovatívne podniky. Všetky podniky sa sťažujú najmä na nedostatočné zabezpečenie a záruky (najmä gazely), úrokové sadzby a vysokú cenu.

4.2.2 Klastrovanie ako faktor rozvoja

Rámcom pre opatrenia verejného sektora, regionálnu inovačnú politiku a kooperáciu verejného a súkromného sektora môžu byť aj klastre pôsobiace na regionálnej úrovni. Klastre sú vnímané v rámci európskej politiky ako podstatný nástroj modernej inovačnej, regionálnej a priemyselnej politiky. Východiskom podpory klastrovania je dokument EURÓPA 2020 – Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu, ktorá ráta s podporou inovačných klastrov pre regionálny rast. Súčasťou snáh o podporu inovácií je aj *Smart Specialisation Platform S3* vytvorená Európskou komisiou na podporu strategického prístupu k ekonomickému rozvoju založenom na cielenej podpore výskumu a inovácií. Dokumenty platformy upozorňujú na význam inovačných klastrov pre regionálny rozvoj. Spájanie MSP do klastrov by mohlo byť kľúčovým faktorom na posilnenie ich schopnosti inovovať a ich vstupu na zahraničné trhy (nariadenie EP č. 1287, 2013).

Klastrový prístup je zaraďovaný k jednému z teritoriálnych inovačných modelov, ktorého podstatou je trh s konkurenciou a sieťové vzťahy vrátane sociálnych interakcií (Terluin, 2003). Množstvo autorov uvádza jednoznačne pozitívny vplyv klastrových aktivít na inovácie (Pavelková, Skokan, Nemcová, Anderson, Serger, Sörvik, Hansson, Lindqvist, Ketels, Sölvell, ďalší). Štúdie dokazujú, že s rozvojom klastrových iniciatív sa zvyšujú investície do vedy a výskumu (VDI/VDE Innovation Berlin, 2012). Uvedené postuláty potvrdzuje aj štúdia *European Cluster Observatory* (2012), podľa ktorej medzi významné ciele klastrov patrí okrem iného podpora podnikania, rast a investície, inovácie, podpora exportu a rozvoj hodnotového reťazca.

Klastre poskytujú firmám príležitosti na rast. Potvrdzuje to napríklad Gilbert et al. (2006), ktorý hovorí, že firmy lokalizované v geografických regiónoch s odvetvovými klastrami dosahujú rýchlejší rast. Pri tomto tvrdení sa opiera o zvýšený dopyt po produktoch firmy, schopnosť nových a malých firiem využiť značku či dobré meno regiónu alebo klastra pre svoje produkty. Generovanie rýchlo rastúcich firiem klastrami umožňuje ich lepší prístup nielen k zákazníkom, ale aj k partnerom. Okrem toho aj podľa Lechnera a Dowlinga (2003) geografická blízkosť umožňuje získať partnerov a tak generovať možnosti rastu a osobitne podporovať inovačné aktivity. Inou príčinou rýchlejšieho ras-

tu podnikov v geografických klastroch je ich prístup ku *knowledge spillovers* v rámci jedného odvetvia alebo aj viacerých odvetví. Toto umožňuje identifikovať *best practices* pri inováciách a ich dosah na výkonnosť podnikov a ich rast, pričom východiskom je mobilita zamestnancov, ich interakcia a kolektívne učenie v určitej komunite na určitom teritóriu. Knowledge spillovers umožňujú v podstate podnikom dostať sa prostredníctvom týchto výhod na tie najlukratívnejšie trhy. Na tento účel sú lokalizované do klastrov aj dcérske spoločnosti podnikov. Sieť rôznych podnikov a organizácií pôsobiacich v rámci klastrov pomáhajú prekonať sektorálne bariéry, vytvárajú decentrálne a flexibilné prostredie. Podľa OECD (2015b) výhody klastrovania v dôsledku koncentrácie a špecializácie prinášajú vnútorné posilňovanie siete.

Časť výhod z členstva v klastroch nemožno však prisúdiť samotným klastrom. Na území klastrov sa usídľujú podniky s vyššou produktivitou, pretože menej produktívne firmy nedokážu znášať vysoké náklady súvisiace s týmto atraktívnym umiestnením. Samotná skutočnosť, že firmy v klastru sú viac produktívne ako iné firmy, nie je ekonomickým dôvodom na podpornú politiku (produktívnosť môže byť vyššia v dôsledku ich efektívneho trhu). Východiskom pre politiku by mala byť podľa OECD (2015b) identifikácia trhových zlyhaní, ktoré vyžadujú korekcie. Predmetom tejto politiky potom nie sú firmy v klastru. Na druhej strane je však koncentrácia zdrojov na takéto firmy odôvodnená ich možnými väčšími šancami využiť a distribuovať ekonomické výhody.

Klastre sa v určitom období v priestore pri zachovaní územnej koncentrácie hýbu (Carlino, Kerr, 2014). Prirodzené výhody pre inovácie vznikajú v súvislosti s inštitúciami, univerzitami a podobnými, relatívne fixnými faktormi, okolo ktorých sa formujú klastre. Tieto relatívne fixné faktory a prirodzené výhody plnia jasnú úlohu pri formovaní klastrov.

Podpora klastrov je súčasťou nástrojov, kde regionálna dimenzia zohráva významnú úlohu (podobne ako priemyselné parky či vedecké a technologické parky). Podľa SBA (2011) podporou zakladania klastrových organizácií sa predpokladá zvýšenie inovačnej kapacity ich členských podnikov a stimulácia rozvoja sektora malých a stredných podnikov.

Podľa skúmania Tödtlinga a Trippl (2004) je pôsobenie klastrov rozdielne podľa typu regiónu. Periférne regióny majú často klastre slabo rozvinuté alebo tu absentujú, dominantné sú malé a stredné podniky, pôsobí tu niekoľko sietí. Staré industriálne regióny sú často špecializované na zrelé odvetvia, dominantné sú veľké podniky, siete sú charakterizované technologickým a/alebo politickým lock-ins. Fragmentované metropolitné regióny sú typické viacerými priemyslami/službami, ale často chýbajú vysoko špecializované klastre založené na poznatkoch; pôsobí tu niekoľko klastrov a inovatívnych sietí.

4.2.2.1 Stav klastrovania na Slovensku v prepojení na rýchlo rastúce podniky a gazely

Na základe údajov European Cluster Observatory (ECO) možno za Slovensko identifikovať počet star klastrov s aspoň jednou hviezdíčkou (20 % klastrov v Európe, ktoré dosahujú najvyššie hodnoty z hľadiska veľkosti, špecializácie, produktivity a rastu), pričom sledovaných je 51 odvetví a najnovšie dostupné údaje sú za rok 2013. Regionálne rozdelenie star klastrov na Slovensku, ktoré poukazuje na klastrovú silu jednotlivých regiónov, porovnáva tab. 4.2 s regionálnym rozložením gaziel.

Tabuľka 4.2 Územné porovnanie podľa celkového počtu stars odvetvových klastrov a gaziel podľa NUTS 2 v SR, v %, 2013

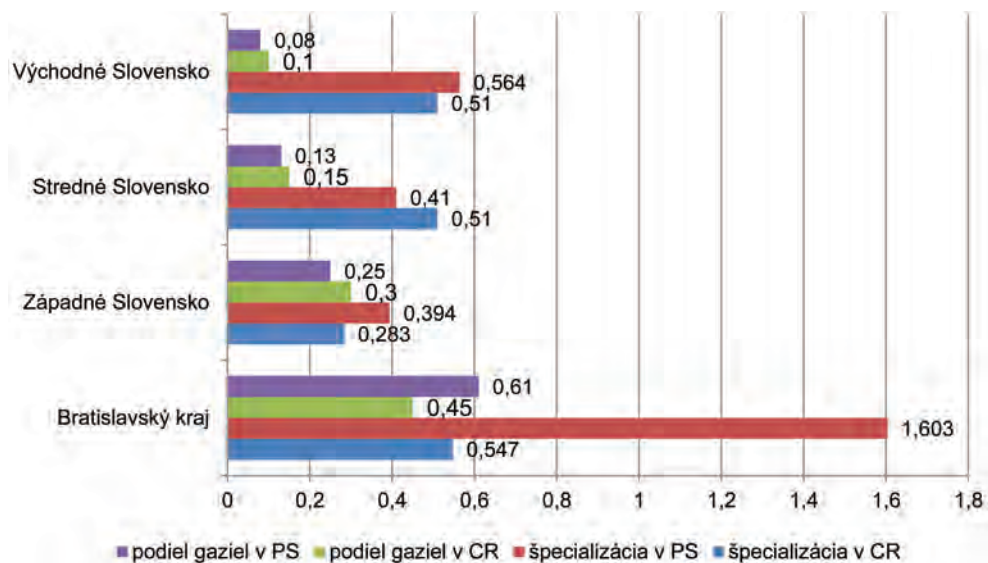
	Podiel star klastrov	Podiel gaziel
Bratislavský kraj	18,2	31,8
Západné Slovensko	30,3	29,9
Stredné Slovensko	26,5	17,8
Východné Slovensko	25,0	20,5

Pozn.: Klaster je hodnotený podľa kritického množstva v jednom súhrnnom indikátore, pričom v prípade, že počet zamestnancov v klasteri nedosiahol v rebríčku klastrov aspoň úroveň 80 % v rámci sektora, nezískal ani jednu hviezdíčku vzhľadom na jeho nízku významnosť a klaster, ktoré spadli do spodných 20 % v ukazovateli zamestnanosť v každom odvetví, boli vyradené ako sporné klaster.

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ECO, ŠÚ SR, 2016.

Najmenší podiel star odvetvových klastrov za sledované odvetvia má na Slovensku jednoznačne Bratislavský kraj, pričom tento región má zároveň najvyšší podiel gaziel na svojom území. Na ostatnom území Slovenska sú star odvetvové klaster lokalizované už zhruba rovnomerne, aj keď najmenší podiel z týchto regiónov má východné Slovensko disponujúce aj nízkym podielom gaziel. Západné Slovensko má najvyšší, zhruba tretinový podiel star odvetvových klastrov a rovnako aj približne tretinový podiel na počte gaziel. Stredné Slovensko, kde je lokalizovaný najnižší podiel gaziel spomedzi slovenských regiónov, má niečo viac ako štvrtinový podiel na star odvetvových klastroch. Pomocou regresnej analýzy sme zisťovali, či existuje závislosť medzi podielom star klastrov a podielom gaziel v regiónoch NUTS II. Na základe hodnoty P-value pre lokujúcu konštantu b_0 a regresný koeficient b_1 sa nám potvrdila ich štatistická nevýznamnosť (v prípade b_0 : $0,27 > 0,05$, v prípade b_1 : $0,70 > 0,05$). Môžeme konštatovať, že závislosť medzi podielom star klastrov a podielom gaziel v regiónoch NUTS II je štatisticky nevýznamná. Čím je hodnota násobného R, teda korelačného koeficienta, bližšie k 1, tým je závislosť medzi premennými silnejšia. V tomto prípade sa rovná 0,3, čo potvrdzuje nezávislosť premenných. Hodnota spoľahlivosti R predstavuje koeficient determinácie. V našom prieskume je 0,09, čo znamená, že zvolená regresná priamka vysvetľuje variabilitu podielu gaziel na približne 9 %. Ostatná časť predstavuje nevysvetlenú variabilitu, vplyv náhodných činiteľov a iných nešpecifikovaných vplyvov.

Graf 4.14 zachytáva regionálne rozloženie star klastrov v cestovnom ruchu a podnikateľských službách a porovnáva ho so špecializáciou v týchto sektoroch na základe lokalizačného koeficientu vo vzťahu k zamestnanosti v európskych krajinách.

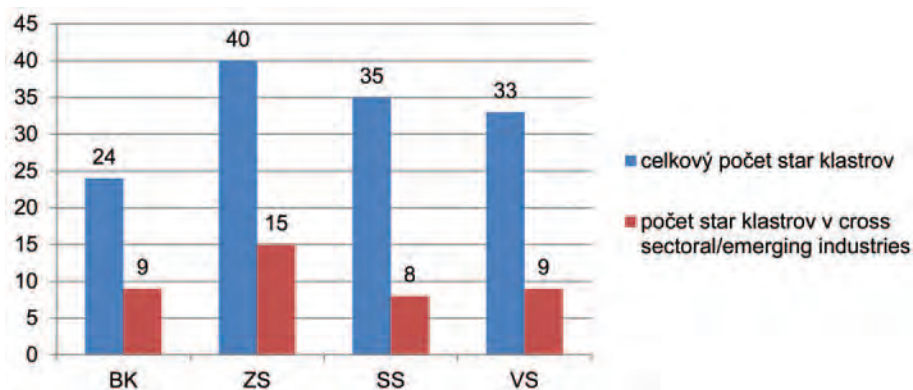


Graf 4.14 Špecializácia v cestovnom ruchu (CR) a v podnikateľských službách (PS) v regiónoch Slovenska v porovnaní s regionálnym podielom gaziel, podľa NUTS 2, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ECO, ŠÚ SR, 2016.

Hodnoty naznačujú, že slovenské regióny nie sú v dimenzii európskeho priestoru v cestovnom ruchu špecializované. Táto špecializácia dosahuje približne len polovicu úrovne európskych regiónov. Z grafu 4.14 vyplýva, že najnižšiu špecializáciu dosahuje západné Slovensko, ktoré má zároveň aj najnižší podiel gaziel v cestovnom ruchu zo slovenských regiónov. Najvyššiu špecializáciu v cestovnom ruchu dosahuje Bratislavský kraj (NUTS II), aj keď ostatné regióny dosahujú približne rovnakú úroveň. Bratislavský kraj má aj najvyšší podiel gaziel v cestovnom ruchu. Čo sa týka podnikateľských služieb, ani jeden región s výnimkou Bratislavského kraja nie je z hľadiska európskeho priestoru špecializovaný na podnikateľské služby. Bratislavský kraj dosahuje nadpriemerné hodnoty a možno povedať, že táto hodnota naznačuje špecializáciu v odvetví podnikateľských služieb. Celkovo to teda znamená, že v rámci Európy je mierne odvetvovo špecializovaný na Slovensku v skúmaných odvetviach iba Bratislavský kraj, a to v podnikateľských službách. Vzhľadom na nízky počet star klastrov v regiónoch nemožno na základe dostupných údajov dedukovať súvislosti so špecializáciou v regióne. Bratislavský kraj dosahujúci najvyššiu špecializáciu v podnikateľských službách má aj najvyšší podiel gaziel v podnikateľských službách v rámci Slovenska (meraný ako podiel gaziel v sektore a v kraji na celkovom počte gaziel v sektore na Slovensku).

Graf 4.15 zachytáva regionálne rozmiestnenie star klastrov na Slovensku s osobitným zameraním na *cross-sectoral cluster* (nadsektorové klastre) v rámci *emerging* odvetví zahŕňajúcich desať odvetví, a to *advanced packaging, biopharmaceuticals, blue growth industries, creative industries, digital industries, environmental industries, experience industries, logistical services, medical devices, mobility technologies*. Graf je doplnený tab. 4.3 s dosiahnutým HDP na 1 obyvateľa v jednotlivých krajoch, uvádzaným ako podiel k priemeru Slovenska. Umožňuje porovnanie regionálnej sily v klastrovaní s vybraným ukazovateľom ekonomického rozvoja regiónov. Uvedené údaje sú komparované s podielom gaziel v jednotlivých krajoch v sledovanom roku.



Graf 4.15 Regionálne rozmiestnenie star klastrov celkovo a v emerging industries (cross sectoral), 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ECO, 2016.

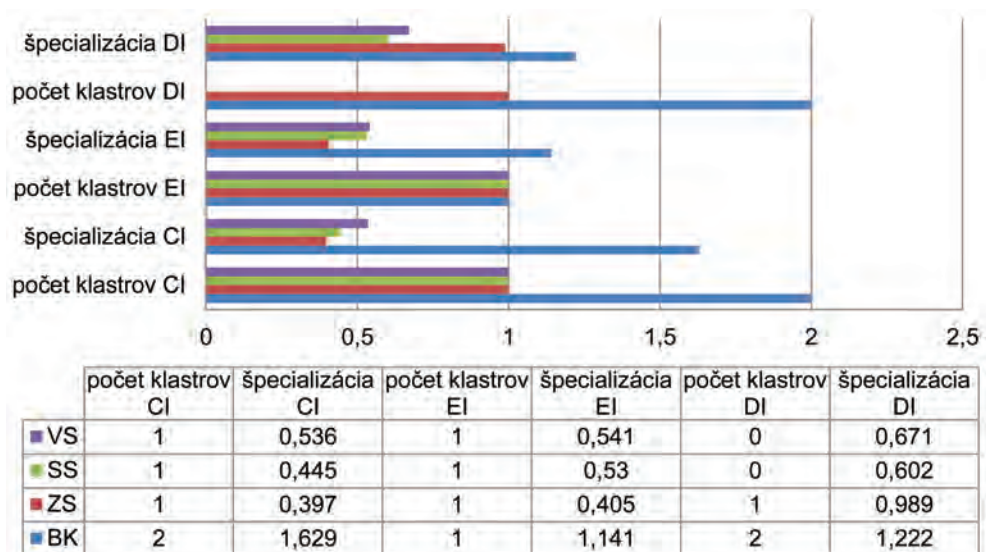
Tabuľka 4.3 Regionálne rozmiestnenie star klastrov celkovo a v emerging industries (cross sectoral) v komparácii s podielom gaziel v jednotlivých krajoch a dosiahnutým HDP na obyvateľa, 2013

	Podiel star klastrov, v %	Podiel star klastrov v cross sectoral industries (emerging industries), v %	Podiel gaziel, v %	HDP/1 obyv. v % k priemeru SR
BK	18,2	21,9	31,8	246,91
ZS	30,3	36,6	29,9	94,01
SS	26,5	19,5	17,8	78,99
VS	25,0	21,9	20,5	68,30

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ECO a ŠÚ SR, 2016.

Celkovo na Slovensku ECO eviduje 132 star klastrov, z toho 41 klastrov v rámci emerging industries. Najviac star klastrov na Slovensku má západné Slovensko, v prípade ktorého bolo identifikovaných aj najviac klastrov v rámci nadodvetvových klastrov v rámci emerging industries. Západné Slovensko zároveň dosahujúce objemovo najvyššie HDP dosahuje takmer celoslovenský priemer v HDP na obyvateľa a pôsobí v ňom nadpriemerný počet gaziel. Napriek tomu, že Bratislavský kraj dosahuje vysoko nadpriemerné hodnoty v dosiahnutom HDP na obyvateľa a má najvyšší podiel gaziel medzi slovenských regiónov, má najnižší počet klastrov celkovo a zhruba rovnaký počet nadodvetvových klastrov v rámci emerging industries ako ostatné kraje Slovenska okrem západného Slovenska. Najnižší podiel nadodvetvových klastrov v rámci emerging industries má stredné Slovensko, kde je lokalizovaných aj najmenej gaziel zo všetkých slovenských regiónov. Pomocou regresnej analýzy sme zisťovali, či existuje závislosť medzi podielom star klastrov v cross sectoral (emerging) industries a podielom gaziel v regiónoch NUTS II. Na základe hodnoty P-value pre lokujúcu konštantu b_0 a regresný koeficient b_1 sa nám potvrdila ich štatistická nevýznamnosť (v prípade b_0 : $0,44 > 0,05$, v prípade b_1 : $0,45 > 0,05$). Môžeme konštatovať, že závislosť medzi podielom star klastrov v cross sectoral (emerging) industries a podielom gaziel v regiónoch NUTS II v roku 2013 je štatisticky nevýznamná. Korelačný koeficient predstavuje 0,55; opäť sa nám potvrdila ich slabá závislosť. Koeficient determinácie má hodnotu 0,30.

Graf 4.16 zachytáva počet star klastrov a špecializáciu vo vybraných odvetviach emerging industries (cross sectoral) podľa jednotlivých regiónov NUTS 2.

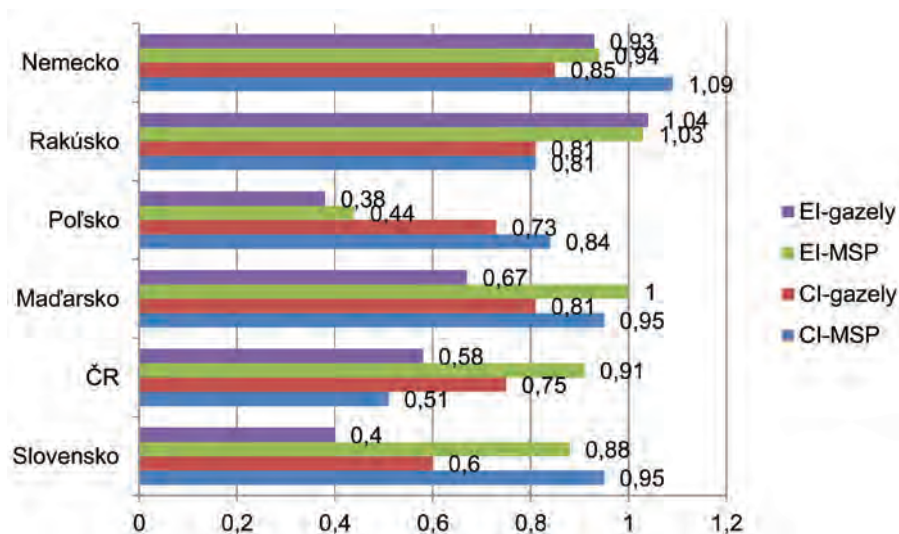


Graf 4.16 Počet star klastrov a špecializácia v odvetví creative industry (CI), experience industry (EI) a digital industry (DI), podľa NUTS II, 2013

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ECO, 2016.

Zo zvolených emerging industries dosahuje najvyššiu špecializáciu zo slovenských regiónov v rámci Európy Bratislavský kraj v kreatívnom priemysle. Ide o miernu špecializáciu a čiastočne tomu zodpovedá aj počet star klastrov v tomto priemysle. Je zrejmé, že iba údaje dosahované v Bratislavskom kraji naznačujú špecializáciu aj v digitálnom priemysle v európskom kontexte. K priemeru európskych krajín sa na základe lokalizačného koeficientu približuje v digitálnom priemysle už len západné Slovensko a úroveň priemeru dosiahol Bratislavský kraj v experience industries.

V rámci skúmania emerging industries Európska komisia získava údaje o koncentrácii malých a stredných podnikov a osobitne gaziel v jednotlivých krajinách. Graf 4.17 porovnáva zvolené krajiny vo vybratých dvoch emerging industries, a to v kreatívnom priemysle (CI) a experience industry (EI) na základe indexu koncentrácie malých a stredných podnikov a indexu koncentrácie vysoko rastúcich mladých malých a stredných podnikov (gaziel) vo vzťahu k celkovému počtu firiem vo vybratom segmente a sektore a vo vzťahu k európskemu priestoru.



Graf 4.17 Index koncentrácie vo vybratých emerging industries v jednotlivých krajinách

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov EK, 2016.

Najvyššiu nadpriemernú koncentráciu v kreatívnom priemysle zo zvolených krajín dosahuje Nemecko, a to čo sa týka malých a stredných podnikov, ako aj gaziel. Celkovo v rámci európskych krajín najvyššiu koncentráciu kreatívneho priemyslu dosahuje Luxembursko (1,71), nasleduje Dánsko a Holandsko; v rámci gaziel takisto Luxembursko (1,78), Spojené kráľovstvo a Dánsko. V experience industry má túto najvyššiu pozíciu z vybratých krajín Rakúsko. Celkovo z európskych krajín najvyššiu koncentráciu malých a stredných podnikov v experience priemysle dosahuje Malta (1,41), nasleduje Cyprus a Spojené kráľovstvo. V rámci gaziel ide o Spojené kráľovstvo (1,51), Luxemburg a Švédsko. Najnižšiu koncentráciu firiem vo vzťahu k priemernej koncentrácii

firiem v Európe dosahuje v rámci vybratých krajín v kreatívnom priemysle Česká republika. Túto poslednú pozíciu má aj spomedzi všetkých európskych krajín. Čo sa týka gaziel v kreatívnom priemysle, najnižšiu pozíciu z vybratých krajín má Slovensko. Spomedzi európskych krajín je najnižšia hodnota indexu 0,48 a dosahuje ju Litva, nasledovaná Estónskom a Slovinskom. V rámci experience industry ide zo zvolených krajín o Poľsko v oboch prípadoch, je na najnižšom mieste aj zo všetkých európskych krajín takisto v oboch ukazovateľoch, nasledované Slovinskom a Litvou, v prípade malých a stredných podnikov a v prípade gaziel najnižšie hodnoty dosahujú takisto Litva a Slovensko.

V rámci krajov Slovenska dosahuje najvyššie hodnoty tohto indexu západné Slovensko, a to za všetky emerging industries, čo sa týka malých a stredných podnikov ako aj gaziel. Celkovo najvyššia hodnota indexu, a to 1,89, je dosiahnutá za malé a stredné podniky v eco industries, pričom, čo sa týka gaziel v tomto priemysle, ide o hodnotu 1,87. Nasleduje mobility industries a mobile services.

Celkovo je na Slovensku evidovaných 25 klastrových organizácií (SIEA, 2015), pritom regionálne sú rozmiestnené takto: Trnavský kraj 8, Banskobystrický kraj 4, Bratislavský kraj 3, Košický kraj 3, Nitriansky kraj 2, Žilinský kraj 4, Prešovský kraj 1. Klastrové organizácie sídlia najmä v krajských mestách, to platí pre všetky technologické klastre, a v cestovnom ruchu sídlia KO najmä v okresných mestách. Z toho cestovný ruch má oficiálne 4 podľa SIEA aj podľa ECO, ale na cestovný ruch sa zameriava až 9 z týchto klastrových organizácií.

5

CIEĽ A METODIKA VÝSKUMU

Ciele, ako aj metodické postupy uplatnené v predkladanej štúdií vychádzajú prioritne z cieľov a predpokladanej metodiky relevantného výskumného projektu **VEGA 1/0205/14 Perspektíva existencie dynamických podnikov služieb v SR v kontexte uplatnenia princípov iniciatívy Inovácia v Únii**. Realizácia projektu prebiehala v rokoch 2014 – 2016, pričom bola rozdelená na dve etapy.

Hlavným cieľom prvej etapy riešenia bolo spracovať teoreticko-metodickú bázu o vzniku a rozvoji podnikov služieb s nadpriemerným ekonomickým rastom (dynamických podnikov služieb) v súvislosti s uplatnením princípov iniciatívy dokumentu Európa 2020 – Inovácia v Únii.

Hlavným cieľom druhej etapy riešenia je na základe údajov získaných primárnym výskumom spracovať komplexnú štúdiu o vzniku a rozvoji dynamických podnikov služieb v SR, so zameraním na uplatnenie výskumu a inovácií ako rozhodujúcich determinantov.

V kontexte realizácie projektového zámeru – zhodnotiť perspektívu existencie dynamických podnikov služieb v SR, predkladaná monografia sleduje splnenie nasledujúcich čiastkových cieľov. V rámci teoreticko-metodickej bázy o vzniku a rozvoji podnikov služieb s nadpriemerným ekonomickým rastom (dynamických podnikov služieb):

- identifikovať charakteristiky malých a stredných podnikov s nadpriemerným ekonomickým rastom, tzv. gaziel,
- spracovať teoretické východiská výskumu o kľúčových aspektoch inovačnej aktivity malých a stredných podnikov služieb na dynamizáciu ich ekonomického rastu vzhľadom na špecifiká produkcie, distribúcie a spotreby služieb,
- identifikovať súčasný stav pôsobenia dynamických podnikov služieb v SR a EÚ,
- vysvetliť rámcové podmienky pre vznik a rozvoj dynamických podnikov služieb v SR,
- zhodnotiť účinnosť vybraných determinantov dynamizácie ekonomického rastu podnikov služieb v SR.

V rámci výsledkov primárneho výskumu uskutočneného v prostredí existencie dynamických podnikov služieb – gaziel v SR:

- identifikovať základné charakteristiky dynamických podnikov služieb – gaziel v SR,
- identifikovať kľúčové determinanty dynamizácie podnikov služieb v SR, overiť ich pôsobnosť v prostredí dynamických podnikov služieb – gaziel v SR,
- zhodnotiť vplyv inovačnej aktivity podnikov služieb na dynamizáciu ich ekonomického rastu,
- identifikovať bariéry dynamizácie ekonomického rastu podnikov služieb,

- identifikovať rozdiely v zisteniach v závislosti od vybraných klasifikačných znakov súboru skúmaných subjektov.

Naplnenie prvej skupiny čiastkových cieľov bolo dosiahnuté prostredníctvom vedeckých metód analýzy sekundárnych zdrojov, syntézy relevantných zistení a ich následnej indukcie do stanovenia charakteristík dynamických podnikov služieb a determinantov ich dynamizácie. Overovanie účinnosti dedukovaných determinantov ekonomického rastu podnikov služieb v prostredí slovenskej ekonomiky bolo zrealizované použitím štatisticko-matematických metód korelačnej a regresnej analýzy v programe Excel a Gretl, pričom boli stanovené dve výskumné otázky a dve hypotézy (ich znenie uvádzame v analytickej časti).

Na vyjadrenie závislosti vybraných systémov IKT a zvoleného ukazovateľa bol použitý korelačný koeficient – Pearsonov korelačný koeficient (r) a pre názornú ukážku výsledkov bol využitý aj graf závislostí. Na hodnotenie variability odhadnutého lineárneho regresného modelu slúžil koeficient determinácie (r^2). Výkonový ukazovateľ produktivity je v pozícii závisle premennej (y) a jednotlivé systémy IKT vystupujú ako nezávislé premenné (x). Pri zisťovaní vzťahu vybraných faktorov ekonomického rastu a výkonov obchodno-podnikateľských služieb (OPS) je pridaná hodnota priemyslu a produktivity nezávislou premenou (x) a pridaná hodnota OPS a zamestnanosť OPS závislou premenou (y).

Ďalej sme využili ukazovatele vyjadrenia ekonomických výsledkov: tržby, produkcia, pridaná hodnota, produktivita vyjadrená pridanou hodnotou na zamestnanca. Vývoj vybraných ukazovateľov sme sledovali prostredníctvom bázičného indexu. Pri kvantifikácii rozsahu využitia jednotlivých systémov IKT v podnikoch sledovaných odborov služieb sme zisťovali počet a podiel podnikov využívajúcich IKT. Vzhľadom na obmedzený rozsah spracovania údajov sme sa v rámci analýzy rozhodli pre zohľadnenie údajov o rozsahu využitia nasledujúcich podnikových systémov IKT: ERP, online predaj, online nákup, CRM, SCM a širokopásmové pripojenie (pevné a mobilné).

Objektom skúmania boli podniky služieb podľa klasifikácie NACE SK rev. 2 v sekcii J, M a divízii I 55, ktoré svoju produkciu realizujú v SR.¹

Pozorované obdobie zahŕňa roky 2008 – 2015, pričom údaje nie sú komplexne dostupné a spracované v každom sledovanom parametre.

¹ Sekciu „J – informácie a komunikácia“ tvoria podľa ŠÚ SR (2008) tieto divízie: 58 – Nakladateľské činnosti; 59 – Výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov, príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok; 60 – Činnosti pre rozhlasové a televízne vysielanie; 61 – Telekomunikácie; 62 – Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby; 63 – Informačné služby. Sekcia „M – odborné, vedecké a technické činnosti“ je tvorená týmito divíziami: 69 – Právne a účtovnícke činnosti; 70 – Vedenie firiem; poradenstvo v oblasti riadenia; 71 – Architektonické a inžinierske činnosti; technické testovanie a analýzy; 72 – Vedecký výskum a vývoj; 73 – Reklama a prieskum trhu; 74 – Ostatné odborné, vedecké a technické činnosti; 75 – Veterinárne činnosti. Divízia „I 55 – Ubytovacie a stravovacie služby“.

Z ďalších metód bola použitá komparácia na účel identifikácie súčasného stavu pôsobenia dynamických podnikov služieb v SR a EÚ, ako aj na identifikáciu rámcových podmienok pre vznik a rozvoj dynamických podnikov služieb v SR a EÚ.

Sekundárny prieskum bol založený na štúdiu a spracovaní početných domácich i zahraničných teoretických i štatistických zdrojov, ako aj výskumných štúdií, predovšetkým v rámci databáz ProQuest, Ebsco Host, Scopus, Web of Knowledge, OECD, Eurostat, Štatistický úrad SR, ESDS Statistics.

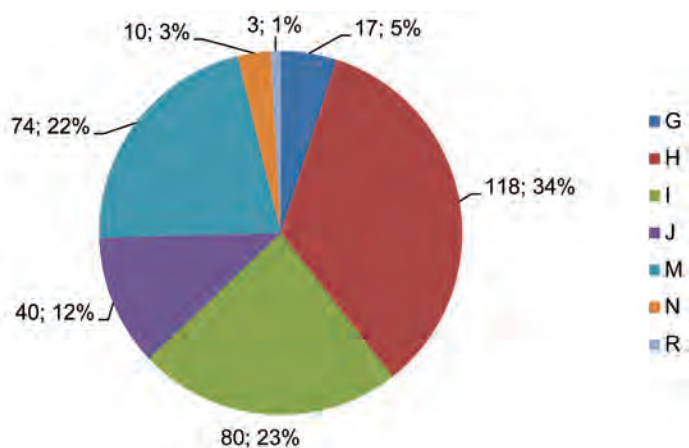
Primárny výskum prebiehal v období 11/2015 – 03/2016 prostredníctvom dotazníkového prieskumu.

Dotazník bol zostavený zo šiestich celkov, ktoré reprezentovali relatívne uzavreté oblasti skúmania. Uvádzaná štúdia využíva štyri časti:

- A. Identifikácia subjektu.
- B. Podnikateľské prostredie a vonkajšie faktory.
- C. Inovačné aktivity podniku.
- D. Regionálne organizácie.

Databáza podnikov bola generovaná z dvoch štatistických zdrojov – Štatistický úrad SR a spoločnosť FinStat. Kombinácia týchto dvoch zdrojov bola zvolená z dôvodu dosiahnutia komplexnosti údajov podmienenej dostupnosťou dát. V roku 2015 ŠÚ SR prvýkrát sprístupnil identifikáciu gaziel v SR, pričom k dispozícii boli údaje z rokov 2012 a 2013. Informácie o gazelách v SR za rok 2014 boli doplnené z databázy spoločnosti FinStat.

V sledovanom trojročnom období boli v rámci ekonomiky Slovenska – sektora služieb identifikované gazely v celkovom počte 342. Najväčšie zastúpenie zaznamenali v sekcii H Doprava a skladovanie, divízia H49 Pozemná doprava a doprava potrubím (116 podnikov) a divízia H51 Letecká doprava (2 podniky). V poradí druhou najpočetnejšie zastúpenou sekciou bola I Ubytovacie a stravovacie služby (spolu 80 podnikov), divízia I55 Ubytovanie (15 podnikov) a divízia I56 Činnosti reštaurácií a pohostinstiev (65 podnikov). V sekcii M Odborné, vedecké a technické činnosti bolo identifikovaných 74 podnikov – gaziel v štruktúre divízií M 70 Vedenie firiem, poradenstvo v oblasti riadenia (53 podnikov), M72 Vedecký výskum a vývoj (9 podnikov), M73 Reklama a prieskum trhu (11 podnikov). 40 gaziel pôsobilo v sekcii J Informácie a komunikácia, z toho v divízii J62 Počítačové programovanie, poradenstvo a súvisiace služby 19 podnikov a v divízii J63 Informačné služby 20 podnikov. Sekcia G Veľkoobchod a maloobchod, oprava motorových vozidiel a motocyklov bola v štruktúre podnikov – gaziel v službách zastúpená 17 podnikmi, sekcia N Administratívne a podporné služby 10 podnikmi (z toho divízia N79 Činnosti cestovných agentúr, rezervačné služby cestovných kancelárií a súvisiace činnosti 3 gazely) a sekcia R Umenie, zábava a rekreácia (divízia R93 Športové, zábavné a rekreačné činnosti) 3 podnikmi.



Graf 5.1 Zastúpenie gaziel v sektore služieb v sledovanom období 2012 – 2014, absolútny počet, percentuálne zastúpenie jednotlivých sekcií

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, FinStat s. r. o.

Z uvedených dát boli naučely naplnenia zvoleného výskumného zámeru vyčlenené údaje o nasledujúcich skupinách podnikov:

- reprezentanti cestovného ruchu (NACE I55, I56, N79, R93),
- reprezentanti obchodno-podnikateľských služieb (NACE J 62, J 63, M 70, M 72, M73).

Dôvodom výberu tohto základného súboru je fakt, že dané dve skupiny služieb sa odlišujú poznatkovou intenzitou, čo umožňuje identifikáciu odlišných črt v riešenej problematike.

Obchodno-podnikateľské služby sú v konečnom súbore sledovaných podnikov zastúpené divíziami poznatkovo intenzívnych služieb (*knowledge intensive business services* – KIBS).

Definovanie skupiny podnikov cestovného ruchu vychádzalo z metodiky NACE rev. 2, ako aj z metodiky satelitného účtu cestovného ruchu. Obidve metodiky zhodne definujú ubytovacie a stravovacie služby ako charakteristické služby cestovného ruchu. Produkcia stravovacích služieb sa nezúčastňuje v plnom rozsahu na tvorbe produktu cestovného ruchu, pretože časť jej produkcie je určená pre spotrebu rezidentov (napr. školské jedálne). Na účely spracovania dotazníkového šetrenia boli preto vzaté do úvahy podniky – gazely I56.1, I56.3 reprezentujúce reštauračné zariadenia. Dopravné služby sme do konečného súboru podnikov nezaradili, keďže ich priamy dosah na produkciu cestovného ruchu je v sledovanej vzorke podnikov obmedzený vzhľadom na veľkú účasť nákladnej dopravy a špedície na skupine podnikov – gaziel v dopravných službách. K podnikom cestovného ruchu sme zaradili cestovné agentúry a prevádzky športových zariadení.

Východiskovú databázu podnikov tvorila skupina podnikov služieb, spĺňajúca kritériá gaziel, v celkovom počte 198 podnikov v nižšie uvedenej štruktúre. Štádium oslovenia podnikov preukázalo, že 26 podnikov zaniklo, resp. je v likvidácii, 14 podnikov zmenilo

obchodné meno, s viac ako 60 podnikmi nebola dosiahnutá úspešná komunikácia z rôznych dôvodov (chybne uvedené kontakty, neaktuálne kontakty, neochota podnikov).

Tabuľka 5.1 **Východisková databáza podnikov, štruktúra a početnosť**

	2012	2013	2014
I55	8	6	1
I56	39	10	16
R93	2	1	0
N79	2	1	0
J62	9	8	2
J63	7	10	3
M70	27	25	1
M72	4	5	0
M73	7	3	1

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, FinStat s.r.o.

5.1 Identifikačné znaky konečného súboru sledovaných podnikov – gaziel

Konečný súbor (databáza) podnikov zaradených do primárneho zisťovania tvorilo 65 podnikov v ďalej uvedenej štruktúre. Štruktúra i početnosť výskumných jednotiek bola ovplyvnená dostupnosťou dát, komplexnosťou odpovedí, ambíciou zabezpečenia rovnovážneho početného zastúpenia výskumných jednotiek v stanovenej štruktúre. Výskumnú vzorku tak tvorilo 25 podnikov cestovného ruchu – podniky s nižšou poznatkovou intenzitou a 40 podnikov obchodno-podnikateľských služieb (v podmienkach primárneho výskumu ide o poznatkovo intenzívne OPS – KIBS), reprezentujúcich poznatkovo intenzívnu produkciu služieb. Uvedené počty znamenajú 30 % zastúpenie.

Tabuľka 5.2 **Konečná databáza podnikov cestovného ruchu, štruktúra a početnosť**

CR	Hlavná činnosť podniku	Počet podnikov
CR	55 Ubytovanie (55.1-55.3)	5
CR	56 Činnosti reštaurácií a pohostinstiev (56.1, 56.3)	17
CR	79110 – Činnosti cestovných agentúr	1
CR	93110 – Prevádzka športových zariadení	2
	Spolu	25

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, FinStat s.r.o.

Tabuľka 5.3 **Konečná databáza podnikov obchodno-podnikateľských služieb (OPS), štruktúra a početnosť**

OPS	Hlavná činnosť podniku	Počet podnikov
OPS	62010 – Počítačové programovanie	4
OPS	62090 – Ostatné služby týkajúce sa informačných technológií a počítačov	3
OPS	63110 – Spracovanie dát, poskytovanie serverového priestoru na internete a súvisiace služby	5
OPS	63990 – Ostatné informačné služby	3
OPS	70100 – Vedenie firiem	6
OPS	70220 – Poradenské služby v oblasti podnikania a riadenia	10
OPS	72190 – Ostatný výskum a experimentálny vývoj v oblasti prírodných a technických vied	3
OPS	73200 – Prieskum trhu a verejnej mienky	6
	Spolu	40

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov ŠÚ SR, FinStat s.r.o.

Z celkového posudzovaného súboru gaziel (65) je 15 (23 %) podnikov so zahraničnou majetkovou účasťou, pričom 14 (35 %) z nich sú podniky obchodno-podnikateľských služieb (ďalej OPS), jeden podnik (4 %) cestovného ruchu (ďalej CR). 24 (96 %) podnikov CR a 20 (50 %) podnikov OPS sú domáce podniky a 6 (15 %) podnikov OPS sú zahraničné. 70,8 % sledovaných podnikov sú subjekty s domácim kapitálom a vzhľadom k uvedenému väčšinovému zastúpeniu na sledovanom súbore podnikov možno túto skutočnosť označiť za charakteristickú črtu dynamických podnikov služieb – gaziel v sledovanom súbore.

17 subjektov podniká formou rodinného podnikania (9 CR, 8 OPS), väčšina subjektov – 73,8 % (48 spolu, 16 CR, 32 OPS) však nespĺňa identifikačné znaky rodinného podniku.

V úvodnej časti dotazníka sa oslovené subjekty vyjadrovali k otázkam, ktoré smerovali k identifikácii regionálnej pôsobnosti gaziel. 30,7 % podnikov podnietilo svojou činnosťou vznik nových podnikov v regióne. Väčšina podnikov však takýto efekt svojho pôsobenia nezaznamenala (69,3 %). Výraznejší dosah v relevantnom parametri však uvádzajú podniky CR (41,7 %) v porovnaní s OPS podnikmi (23,7 %). Viaceré činnosti reprezentujúce OPS nevyžadujú neoddeliteľnosť produkcie a spotreby, lokalizačný faktor produkcie nie je rozhodujúcim pri zabezpečovaní kvality produkcie, služby definujúce ich intermediálny dopyt (dodávatelia) sú distribuované elektronicky. To sú základné dôvody, ktoré spôsobujú nižšiu účinnosť ich ekonomickej aktivity na vznik nových subjektov v regióne.

Uvedené výsledky podporuje i teritoriálna štruktúra dodávateľov, ktorá je sformovaná v prospech domácich dodávateľov (SR). 66,1 % podnikov – gaziel má prevažne sloven-

ských dodávateľov (76,3 % z OPS; 50 % z CR). 25,8 % sledovaných podnikov má prevažne regionálnych dodávateľov (21 % z OPS; 33,3 % z CR). 8 % podnikov má prevažne zahraničných dodávateľov (2,6 % z OPS; 16,7 % z CR).

Spotrebiteľskú štruktúru sledovaných podnikov – gaziel tvoria prevažne klienti na domácom trhu (SR) – 57,1 % (69,2 % z OPS; 37,5 % z CR). 30,2 % podnikov dokumentuje sieť klientov prevažne regionálneho charakteru (25,7 % z OPS; 37,5 % z CR). Prevažne zahraničných klientov uvádza 12,7 % podnikov (5,1 % z OPS; 24 % z CR). Silnejšia orientácia podnikov CR na zahraničný trh v porovnaní s OPS podnikmi je spôsobená samotnou povahou služieb cestovného ruchu, ktorá je definovaná, okrem iného, lokalizačnými kritériami. Dodávatelia i klienti zahraničného trhu sú logickou podmienkou fungovania medzinárodného cestovného ruchu.

Schopnosť nadpriemerného ekonomického rastu mladých podnikov je spájaná s viacerými skutočnosťami, ktoré s rôznou intenzitou pôsobia v závislosti od rozvinutosti ekonomického prostredia, v ktorom tieto podniky existujú. Všeobecne sú vznik a existencia gaziel vysvetľované ako fenomén podmienený inovatívnosťou. V podmienkach definovaných primárnym výskumom sa pôvod vzniku gaziel vysvetľuje predovšetkým v spojitosti s imitáciou, keď 46 % podnikov uviedlo, že ich vznik bol stimulovaný uplatnením imitácie, ktorá mala trhové uplatnenie v podmienkach SR. Takmer pätina sledovaných podnikov (19 %) však svoju počiatočnú existenciu založila na uplatnení pôvodnej inovácie.

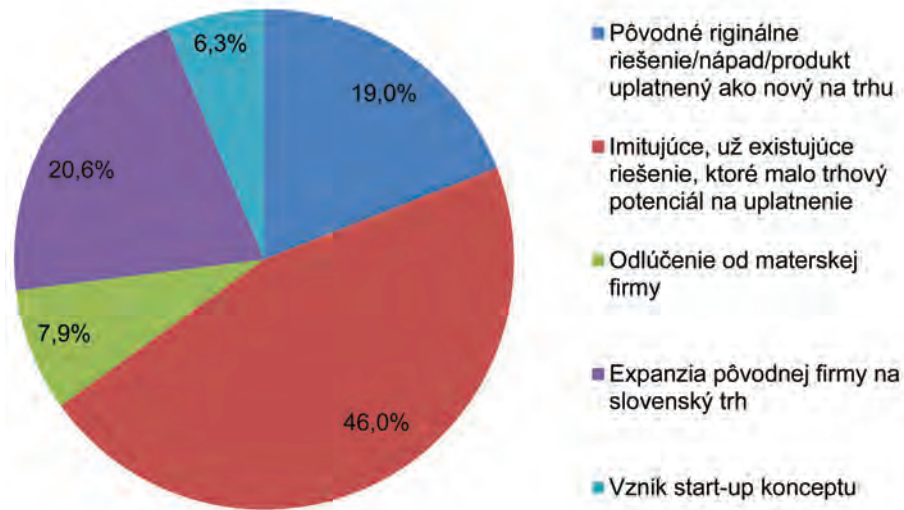
Dôležitým faktorom pri akcelerácii ekonomického rastu podnikov služieb je tiež uplatnenie overenej praxe na novom trhu, pričom viac ako pätina sledovaných gaziel v SR svoj status vysvetľuje práve expanziou zahraničnej firmy na slovenský trh. Tento postup je tiež možné označiť za imitáciu, keď overené podnikateľské postupy a produkčné systémy nachádzajú uplatnenie na novom trhu.

Odlúčenie od materskej firmy (spin-off) ako pôvodný a zásadný prvok vzniku gazely uviedlo 7,9 % podnikov. Postup odčlenenia podniku od pôvodnej štruktúry je dôsledkom špecializácie činností. Je to situácia, v ktorej materská firma nemá dostatok kapacít na efektívnu, kvalitnú a progresívnu produkciu produktov žiadaných trhom. Zároveň je však možné, že materská firma svoje produkty uplatňuje na nenasýtenom trhu a odčlenená štruktúra – podnik gazela využíva príležitosť a profituje z overeného know-how v rámci nového segmentu klientov.

6,3 % podnikov svoj vznik vysvetľuje uplatnením startup konceptu. Uvedené zistenia potvrdzujú, že vznik podnikov schopných akcelerácie svojho ekonomického rastu v rámci skupiny skúmaných sekcií služieb v SR je v rozhodujúcej miere podmienený uplatnením inovácií.

Na základe prvotných zistení možno konštatovať, že gazela v cestovom ruchu:

- je domáci podnik,
- nepodniká formou rodinného podniku,
- má sieť dodávateľov prevažne domáceho, resp. regionálneho pôvodu,
- má sieť klientov prevažne domáceho a regionálneho pôvodu,
- má dominantné zamestnanecké zastúpenie v kategórii 31 – 40 rokov, resp. 21 – 30 rokov,



Graf 5.2 Pôvod vzniku dynamických podnikov služieb – gaziel v službách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

- nemá zamestnaneckú štruktúru sformovanú v prospech vysokoškolsky vzdelaných zamestnancov (81,2 % podnikov),
- zamestnáva prevažne mužov (56,7 % podnikov),
- poskytuje priemerné mzdové ohodnotenie pre svojich zamestnancov,
- má priamo prepojené riadenie a vlastníctvo.

Na základe prvotných zistení možno konštatovať, že gazela v obchodno-podnikateľských službách:

- je domáci podnik, resp. podnik so zahraničnou majetkovou účasťou,
- nepodniká formou rodinného podniku,
- má sieť dodávateľov prevažne domáceho pôvodu,
- má sieť klientov prevažne domáceho pôvodu,
- má dominantné zamestnanecké zastúpenie v kategórii 31 – 40 rokov,
- má zamestnaneckú štruktúru sformovanú v prospech vysokoškolsky vzdelaných zamestnancov (69,7 % podnikov),
- zamestnáva prevažne mužov (73,9 % podnikov),
- poskytuje priemerné až nadpriemerné mzdové ohodnotenie pre svojich zamestnancov,
- má priamo prepojené riadenie a vlastníctvo.

6

ANALYTICKÁ ČASŤ ŠTÚDIE DETERMINANTOV EKONOMICKÉHO RASTU DYNAMICKÝCH PODNIKOV SLUŽIEB V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

6.1 Štúdiá vplyvu vybraných determinantov na ekonomický rast v službách

Analýza dlhodobých štrukturálnych zmien v EÚ vykazuje v porovnaní s priemyslom posilňovanie služieb na parametroch zamestnanosti a pridanej hodnoty, ktoré je generované prevažne malými a strednými podnikmi (Van Ark a kol., 2008). Najdynamickejší vývoj pritom zaznamenávajú obchodno-podnikateľské služby (sektory J, L, M, N). Prevažná väčšina z nich sú služby náročné na poznatky (poznatkovo intenzívne obchodno-podnikateľské služby – KIBS). Difúzia ich poznatkovej produkcie do procesov iných podnikov podporuje rast a konkurencieschopnosť celej ekonomiky. Predstavujú most medzi výrobnou sférou a sektorom služieb, vnímané sú tiež ako multiplikátor hospodárskeho rastu. Ako producenti nových poznatkov posilňujú inovačné procesy vo výrobných i službových podnikoch, ich aktivita teda siaha za hranice sektora služieb. Vybrané determinanty dynamizácie ekonomického rastu sme preto prioritne testovali na obchodno-podnikateľských službách (OPS) na Slovensku.

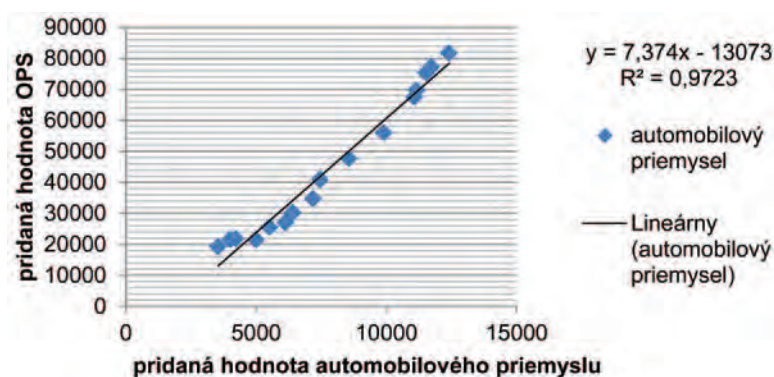
Pri identifikácii možných účinných determinantov ekonomického rastu podnikov služieb v SR sme vychádzali z viacerých uskutočnených štúdií a teórií (uvedených v predchádzajúcich statiach monografie), ako aj zo špecifických skutočností, ktoré ovplyvňujú ekonomické procesy v SR. Zároveň sme pozornosť sústredili na štúdium účinnosti inovácií na ekonomický rast podnikov služieb. Limitujúcim faktorom pri stanovení determinantov bola komplexnosť a dostupnosť štatistických dát. S ohľadom na uvedené fakty sme testovali nasledujúce determinanty ekonomického rastu podnikov služieb:

- ekonomická sila kľúčových odvetví slovenskej ekonomiky (automobilový a elektronický priemysel),
- produktivita práce v službách,
- výdavky na vedu a výskum,
- účinnosť zavádzania a využívania IKT v službách.

6.2 Vplyv faktorov ekonomického rastu na výkony obchodno-podnikateľských služieb

VO 1: Ovplyvňujú vybrané faktory ekonomického rastu výkony a rast obchodno-podnikateľských služieb?

Štrukturálne zmeny prebiehajúce v slovenskej ekonomike, napriek kľúčovej úlohe automobilového a elektrotechnického priemyslu, menia konštrukciu slovenskej ekonomiky v prospech služieb. Transformácia slovenskej ekonomiky bola podmienená predovšetkým rozvojom obchodno-podnikateľských služieb, produkcia ktorých smeruje do intermediálnej spotreby tak podnikov výroby, ako i služieb. Je teda zrejma previazanosť ich produkcie s výkonmi podnikov vo všetkých sektoroch ekonomiky. Rozvoj priemyslu svojím intermediálnym dopytom podporuje rozvoj OPS, synergicky, rozvoj externých zdrojov poznatkov produkujúcich OPS participuje na rozvoji priemyslu. Vzťah výkonov automobilového priemyslu a elektronického priemyslu meraných objemom pridanej hodnoty a výkonov vyprodukovaných OPS znázorňujú grafy 6.1 a 6.2.

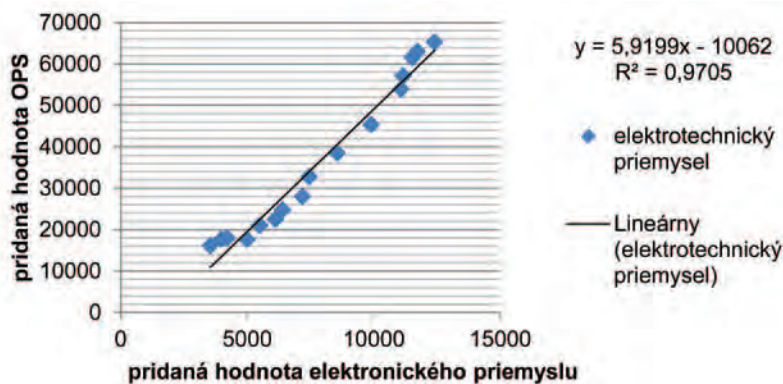


Graf 6.1 Vzťah rastu pridanej hodnoty automobilového priemyslu a OPS

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Výsledky korelácie potvrdzujú silnú priamu lineárnu závislosť pridanej hodnoty automobilového priemyslu a OPS, keďže koeficient korelácie je blízky hodnote 1. Znamená to, že rast objemu pridanej hodnoty automobilového priemyslu podmieňuje rast objemu pridanej hodnoty OPS a naopak. Regresný model vysvetľuje takmer 100 % variability dát.

Podobný výsledok sme dosiahli aj pri skúmaní závislosti medzi objemom pridanej hodnoty elektrotechnického priemyslu a OPS. Korelačný koeficient je takisto blízky 1. Ide preto o silnú priamu lineárnu závislosť. Rast objemu pridanej hodnoty elektrotechnického priemyslu pozitívne ovplyvňuje rast objemu pridanej hodnoty OPS, platí to aj opačne. Až 97 % dát je vysvetlených týmto regresným modelom.

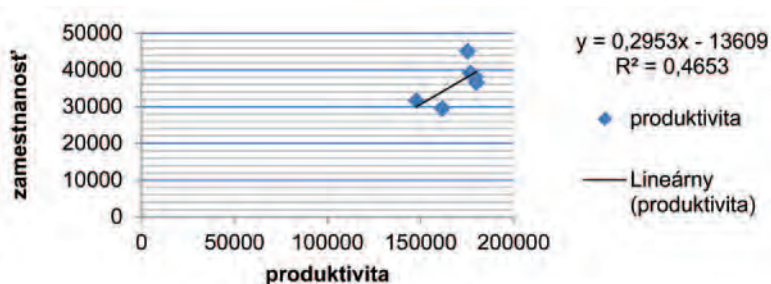


Graf 6.2 Vzťah rastu pridanej hodnoty elektrotechnického priemyslu a OPS

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Ďalším dôležitým výkonovým ukazovateľom je produktivita práce meraná objemom pridanej hodnoty na zamestnanca. Nemožno ju však chápať separátne ako najdôležitejší činiteľ ekonomického rastu. Viacero výskumníkov sa prikláňa k názoru, že zvyšovanie produktivity práce v jednotlivých podnikateľských subjektoch môže viesť k zníženiu zamestnanosti, ktorá následne negatívne ovplyvňuje najskôr konečnú a neskôr intermedialnú spotrebu. Dôsledkom toho v dlhšom či kratšom horizonte klesá ekonomický rast. Štúdiá spracovaná McKinsey Global Institute (2011) však vyvrátila tvrdenie, že produktivita práce znižuje zamestnanosť. Naopak, autori De Michelis, Esteveo a Wilson (2013) dokázali, že celková produktivita práce môže znižovať v krátkom, ale aj v dlhodobom období zvyšovanie počtu odpracovaných hodín, teda aj zamestnávanie nových pracovníkov. Preto rovnako dôležitý ukazovateľ ako produktivita je zamestnanosť.

Vývoj objemu produktivity v SR v OPS zaznamenal od roku 2008 nepretržitý rast, zamestnanosť s výnimkou roka 2009 takisto stále rástla (Eurostat, 2016). Obchodno-podnikateľské služby tak potvrdili svoj anticyklický charakter. Ako vplýva dosiahnutá produktivita na zamestnanosť v subsektore OPS prezentuje graf 6.3.



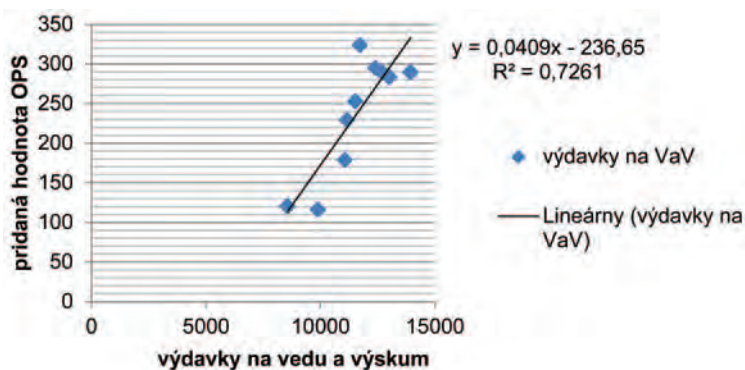
Graf 6.3 Vzťah dosiahnutej produktivity a zamestnanosti OPS

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Z výsledkov je zrejмый pozitívny vplyv produktivity na zamestnanosť. Korelačný koeficient s hodnotou 0,6821 preukázal stredne silnú priamu lineárnu závislosť. Znamená to, že keď rastie v podnikoch OPS produktivita, rastie aj zamestnanosť a naopak. Zvyšovanie produktivity v sledovanom subsektore nemá teda negatívny vplyv na zamestnanosť.

Regresný model vysvetľuje 47 % variability zamestnanosti, zvyšné percentá sú pripísané činiteľom a náhodným vplyvom, ktoré nie sú zahrnuté v modeli.

Dynamizácia ekonomiky a tiež subsektora OPS závisí rovnako od ďalších faktorov, akými sú výdavky na vedu a výskum podporujúce rast poznatkovej bázy pri produkcii podnikov OPS. Napriek tomu, že výdavky na vedu a výskum v SR sú v porovnaní s ostatnými krajinami EÚ nízke, v poslednom desaťročí sa ich objem priebežne zvyšoval.



Graf 6.4 **Vzťah objemu výdavkov na vedu a výskum a pridanej hodnoty OPS**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Výsledky korelácie potvrdili pozitívny vzťah medzi objemom výdavkov na vedu a výskum a objemom pridanej hodnoty generovanej OPS. Korelačný koeficient s hodnotou 0,8521 znamená silnú lineárnu priamu závislosť sledovaných premenných. Ak rastú výdavky na vedu a výskum, rastie aj objem pridanej hodnoty OPS. Regresným modelom je vysvetlených 73 % variability dát.

Tabuľka 6.1 **Korelačná a regresná analýza**

OPS – sekcie J, L, M, N/ukazovateľ	r (koeficient korelácie)	r^2 (koeficient determinácie)	Vzťah premenných
Pridaná hodnota OPS			
Pridaná hodnota v automobilovom priemysle	0,9860	0,9723	(+)
Pridaná hodnota v elektrotechnickom priemysle	0,9851	0,9705	(+)
Výdavky na vedu a výskum	0,8521	0,7261	(+)
Produktivita OPS			
Zamestnanosť OPS	0,6821	0,4653	(+)

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Vývoj sledovaných výkonových ukazovateľov, akými sú pridaná hodnota a produktivita, od roku 2008 rastie, takisto rastie v subsektore OPS aj zamestnanosť. Výsledky korelácií jednoznačne potvrdili pozitívny vplyv všetkých sledovaných faktorov ekonomického rastu na rast výkonov OPS. Dôležité je zistenie, že rast produktivity preukázanej v subsektore OPS podmieňuje aj rast zamestnanosti, nemá teda nežiaduce účinky na tvorbu pracovných miest.

6.2.1 Vplyv IKT na výkony poznatkovo-intenzívnych služieb a služieb s nižšou poznatkovou intenzitou

Služby sa vyznačujú viacerými špecifikami a charakteristikami, diverzifikáciou produkcie s rozdielnou poznatkovou intenzitou. Kľúčovým zdrojom všetkých služieb, s výnimkou ľudského činiteľa, je však uplatnenie techniky a technológie. Rozvoj vedy a techniky, inovácií a predovšetkým informačných a komunikačných technológií nielenže mení, ale hlavne optimalizuje hodnototvorné procesy podnikov služieb. Preto efektívne využitie internetovej infraštruktúry a IKT sú pre podniky služieb s menšou či väčšou poznatkovou intenzitou produkcie príležitosťou zlepšiť ich pozíciu na trhu.

Účinnosť zavádzania a využitia IKT ako ďalšieho predpokladaného faktora pozitívne ovplyvňujúceho ekonomický rast sektora služieb bola zisťovaná v poznatkovo-intenzívnych obchodno-podnikateľských službách radiacich sa do sekcií J (Informácie a komunikácia), M (Odborné, vedecké a technické činnosti) a v službách s nižšou poznatkovou intenzitou zastúpených divíziou I 55 (Ubytovacie zariadenia). Testovali sme, ako ovplyvňujú využívané IKT výkony podnikov vybraných služieb merané dosiahnutou produktivitou (pridaná hodnota na zamestnanca).

Zisťovali sme tiež vývoj ekonomických ukazovateľov a rozsah zavedenia IKT v sledovaných podnikoch služieb. Zamerali sme sa na využitie pokročilejších IKT tvoriacich podnikový informačný systém, akými sú subsystémy ERP, SCM, CRM. Ich funkčnosť možno stručne charakterizovať takto:

- ERP je pre podnikové činnosti podporované multimodulárnou aplikáciou, ktorá pomáha podnikom riadiť činnosti, ako plánovanie, nákup, zásoby, dodávateľské vzťahy, zákaznícky servis, sledovanie objednávok atď. ERP môže tiež zahŕňať moduly pre ekonomický systém podniku a riadenie ľudských zdrojov. Je integrovaný s príslušným databázovým systémom podniku.
- SCM slúži na vzájomné prepojenie dodávateľov s odberateľom na báze informačných a komunikačných technológií. Ich úlohou je riadenie a automatizácia procesov dodávateľského reťazca alebo procesov, ktoré umožňujú efektívne začlenenie organizácie do dodávateľského reťazca. Patria sem procesy odbytu, obstarávania a logistické procesy.
- CRM sprostredkúva vytváranie, zlepšovanie a udržiavanie vzťahov so zákazníkmi. Sú to integrované informačné systémy, pomocou ktorých sa získavajú informácie, ich analýza a transformácia na poznatky o zákazníkovi. Slúžia na tvorbu individuálnej ponuky zvyšujúcej úžitok pre zákazníka a súčasne efektívnosť produkcie podniku.

VO 2 – Aký je vývoj výkonov a využitia IKT v poznatkovo-intenzívnych službách a v službách s nižšou poznatkovou intenzitou?

Vývoj zvolených ekonomických výkonových ukazovateľov v rokoch 2008 – 2013 v sledovanej sekcii J dokumentuje priebežné zhoršenie v období globálnej ekonomickej krízy (2009, 2010). Celkovo však možno konštatovať progresívny vývoj hodnôt, pričom znížená hodnota produktivity v roku 2013 sa spája so zvyšujúcim sa počtom pracovníkov, ako aj s poklesom vytvorenej pridanej hodnoty. Pozoruhodný je nárast počtu podnikov v tejto sekcii v roku 2013 až o 411 % v porovnaní s rokom 2008. Pokles bol zaznamenaný len v čase krízy (v roku 2009), ale v ďalších rokoch sledujeme kontinuálny nárast počtu podnikov, ako aj zamestnancov (Eurostat, 2016).

Tabuľka 6.2 **Vývoj vybraných ukazovateľov v sekcii „J Informácie a komunikácia“**

Sekcia/ukazovateľ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
J Informácie a komunikácia								
Produktivita (pridaná hodnota na zamestnanca) [tis. €]	54,7	69,7	62,4	61,5	66,1	58,5	x	x
Bázický index [%]	100	127	114	112	120	107	x	x
Počet podnikov	2 980	935	12120	14512	14760	15241	x	x
Bázický index	100	32	407	487	495	511		
Spoločnosti využívajúce širokopásmové pripojenie [%]	x	97	97	97	97	97	100	98
Spoločností využívajúce širokopásmové pripojenie [počet]	x	907	11756	14080	14317	14784	x	x
Spoločnosti využívajúce online predaj [%]	x	13	13	27	12	24	18	16
Spoločnosti využívajúce online predaj [počet]	x	122	1576	3919	1771	3658	x	x
Spoločnosti využívajúce online nákup [%]	x	47	53	51	44	59	30	35
Spoločnosti využívajúce online nákup [počet]	x	439	6424	7403	6494	8992	x	x
Spoločnosti využívajúce ERP [%]	x	x	34	x	17	36	48	49
Spoločnosti využívajúce ERP [počet]	x	x	4120	x	2509	5486	x	x
Spoločnosti využívajúce CRM [%]	23	38	44	x	x	x	41	50
Spoločností využívajúce CRM [počet]	685	355	5333	x	x	x	x	x
Spoločnosti využívajúce SCM [%]	x	55	57	71	66	x	x	x
Spoločností využívajúce SCM [počet]	x	514	6908	10306	9742	x	x	x

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Využitie uvedených IKT zaznamenalo v sledovanom období v sekcii J jednoznačne nárast vo všetkých subsystémoch, s výnimkou využitia online predaja a nákupu v rokoch 2014 a 2015. Podniky sekcii J najviac využívajú pokročilejšie subsystémy, ako sú SCM (66 % v roku 2012), CRM a ERP (až polovica podnikov). Významné je zistenie, že aj novovzniknuté subjekty považujú investície do IKT za dôležité. Enormný nárast podnikov v roku 2010 je súčasne sprevádzaný rastom podielu podnikov využívajúcich subsystémy IKT. Dôvodom je aj charakter predmetu činnosti podnikov IKT. Produkčným faktorom podnikov radiacich sa do divízií počítačových a informačných služieb sú práve sofistikované IKT, ktoré podniky nevyužívajú len na zefektívnenie podnikových procesov, ale aj ako prostriedok napríklad pri vývoji a testovaní nových softvérových riešení.

Vývoj výkonových ukazovateľov v sekcii M je charakterizovaný stúpajúcim objemom tržieb i produkcie, ale klesajúcou hodnotou pridanej hodnoty v rokoch 2012 a 2013, sprevádzanou i znižujúcou sa produktivitou. Použitie bázičného indexu však preukazuje celkový progres hodnôt. Podobne ako v sekcii J je v roku 2010 indikovaný až viac ako 5-násobný nárast počtu podnikov a tento rast v ďalších rokoch, aj keď nie už tak výrazne, pokračuje. Ani v krízovom období neklesá, naopak, rastie počet podnikov v sekcii M. Svedčí to o doteraz nenasýtenom dopyte, predovšetkým intermediálnom, po produkcii týchto služieb.

Tabuľka 6.3 Vývoj vybraných ukazovateľov v sekcii „M Odborné, vedecké a technické činnosti“

Sekcia/ukazovateľ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
M Odborné, vedecké a technické činnosti								
Produktivita (pridaná hodnota na pracovníka) [tis. €]	27	26	33	38	36	32	x	x
Bázičý index [%]	100	95	121	140	132	117	x	x
Počet podnikov	9299	10436	50940	52485	52524	54662	x	x
Bázičý index [%]	100	112	548	564	565	588	x	x
Spoločnosti využívajúce širokopásmové pripojenie [%]	x	88	97	95	95	98		
Spoločnosti využívajúce širokopásmové pripojenie [počet]	x	9152	49412	49860	49860	53569	x	x
Spoločnosti využívajúce online predaj [%]	x	x	2	9	13	13	13	10
Spoločnosti využívajúce službu online predaj [počet]	x	x	1019	4724	6823	7106	x	x
Spoločnosti využívajúce online nákup [%]	x	21	28	29	24	41	29	30
Spoločnosti využívajúce online nákup [počet]	x	2184	14263	15221	12596	22411	x	x
Spoločnosti využívajúce ERP [%]	x	x	11	x	17	32	33	30

pokračovanie tab. 6.3

Sekcia/ukazovateľ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Spoločnosti využívajúce ERP [počet]	x	x	5603		8922	17492	x	x
Spoločnosti využívajúce CRM [%]	19	22	33	x	x	x	32	28
Spoločností využívajúce CRM [počet]	1767	2288	16810	x	x	x	x	x
Spoločnosti využívajúce SCM [%]	x	47	55	47	56	x	x	x
Spoločnosti využívajúce SCM [počet]	x	4888	28017	24668	29391	x	x	x

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Podobne ako v sekcii J, i v sekcii M sa využitie zvolených subsystémov IKT posilnilo a zaznamenalo enormný nárast predovšetkým v kategóriách SCM, ERP a CRM. Tretina podnikov v sekcii M takisto online nakupuje. Napriek tomu podiel podnikov využívajúcich sledované subsystémy IKT v sekcii M je nižší ako v sekcii J. Z hľadiska počtu podnikov vo využití všetkých subsystémov IKT v sekcii M pozorujeme enormný nárast a progres.

Nižšie hodnoty podniky tak v sekcii J, ako i v M vykazujú za online predaj, čo je pochopiteľné, vzhľadom na to, že ich produkcia je poznatkovo-intenzívna, šitá na mieru a vyžaduje interaktivitu so zákazníkom (poradenské služby, reklamné služby, právne služby, vývoj softvéru, poradenstvo v IKT atď.). Možnosti predávať takéto služby online sú preto obmedzené.

Tabuľka 6.4 Vývoj vybraných ukazovateľov v divízii „I 55 Ubytovacie zariadenia“

Sekcia/ukazovateľ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
I 55 Ubytovacie zariadenia								
Produktivita (pridaná hodnota na zamestnanca) [tis. €]	13	11	12	15	13	13	x	x
Bázický index [%]	100	85	92	115	100	100	x	x
Počet podnikov	616	703	2627	2839	2671	2820	x	x
Bázický index [%]	100	114	426	460	433	457	x	x
Spoločnosti využívajúce širokopásmové pripojenie [%]	x		71	83	95	94	85	91
Spoločnosti využívajúce širokopásmové pripojenie [počet]	x	x	1846	2324	2565	2632	x	x
Spoločnosti využívajúce online predaj [%]	x	22	18	34	52	48	24	20
Spoločnosti využívajúce online predaj [počet]	x	154	468	952	1404	1344		
Spoločnosti využívajúce online nákup [%]	x	32	18	15	30	26	34	13
Spoločnosti využívajúce online nákup [počet]	x	224	468	420	810	728		

pokračovanie tab. 6.4

Sekcia/ukazovateľ	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Spoločnosti využívajúce ERP [%]	x	x	16	x	26	28	49	17
Spoločnosti využívajúce ERP [počet]	x	x	416	x	702	784	x	x
Spoločnosti využívajúce CRM [%]		14	14	x	x	x	17	14
Spoločností využívajúce CRM [počet]	x	98	364	x	x	x	x	x
Spoločnosti využívajúce SCM [%]	x	x	70	x	x	x	x	x
Spoločnosti využívajúce SCM [počet]	x	x	1838	x	x	x	x	x

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Použitím bázičného indexu produktivity dosiahla rovnaké hodnoty v rokoch 2012, 2013 ako v roku 2008. Negatívne ovplyvnila vývoj tohto ekonomického ukazovateľa predovšetkým globálna hospodárska kríza (rok 2009), keď bol zaznamenaný pokles produktivity, sprevádzaný poklesom objemu produkcie, pridanej hodnoty, nie však zamestnanosti. Zníženie zamestnanosti bolo zaznamenané až v roku 2012 spolu s poklesom objemu pridanej hodnoty, produkcie, ale aj produktivity.

Príčinou boli predovšetkým vonkajšie faktory súvisiace s globálnou politickou a bezpečnostnou nestabilitou (teroristický útok na „dvojičky“ v USA v roku 2011 atď.), negatívne ovplyvňujúce príjazdový CR, a teda aj výkony ubytovacích zariadení. Je preto zrejmé, že tento trh je oveľa zraniteľnejší v porovnaní s trhom poznatkovo-intenzívnych služieb. Vnútorne faktory, ako politická a ekonomická stabilita, sú len jedným z predpokladov zvyšovania výkonov podnikov CR.

Kontinuálny progres za sledované obdobie je zjavný len vo vývoji počtu podnikov s výnimkou roka 2012, v ktorom nastalo mierne zníženie. V porovnaní s rokom 2008 však prišlo v roku 2013 až k viac ako štvornásobnému zvýšeniu subjektov pôsobiacich na tomto trhu.

Významnejšie podniky využívajú iba online predaj, no napriek tomu bol v tejto kategórii v rokoch 2014, 2015 zaznamenaný pokles. V rokoch 2012 a 2013 predávala online polovica podnikov, v poslednom sledovanom roku (2015) len pätina. V sledovaných subsystémoch IKT je evidentný pokles podielu podnikov využívajúcich IKT okrem ERP systémov (rezervačné systémy). Vo všeobecnosti však počet podnikov využívajúcich subsystémy IKT rastie, keďže celkový počet podnikov za sledované obdobie znamená progresívne hodnoty.

Možno teda konštatovať, že komparácia dosiahnutej produktivity medzi sledovanými sekciami poznatkovo-intenzívnych služieb (J, M), keď hodnoty v sekcii J výrazne prevyšujú hodnoty M, zaznamenáva pozoruhodný výsledok. Uvedené zistenie dopĺňa údaj (Eurostat, 2016) o takmer dvojnásobnom počte pracovníkov v sekcii M pri dosiahnutých porovnateľných objemoch tržieb, pridanej hodnoty i produkcie. Vývoj produktivity vykazovanej v divízii I 55, v službách vyznačujúcich sa nižšou poznatkovou intenzitou, je stagnujúci.

Vo všeobecnosti za sledované roky tak v poznatkovo-intenzívnych službách, ako aj v službách s nižšou poznatkovou intenzitou pozorujeme progresívny vývoj objemu výkonových ukazovateľov, akými sú produkcia, tržby a pridaná hodnota, ale aj zamestnanosti (Eurostat, 2016). Hodnoty vo všetkých ekonomických ukazovateľoch však v službách s nižšou poznatkovou intenzitou nedosahujú úroveň evidovanú v poznatkovo-intenzívnych službách (sekcia J, M).

Takisto vo využívaní subsystémov IKT podniky divízie I 55 v porovnaní so sekciami J a M zaostávajú. Najvyššie hodnoty, predovšetkým sofistikovaných IKT (CRM, ERP, SCM) indikujú podniky radiace sa do sekcie J.

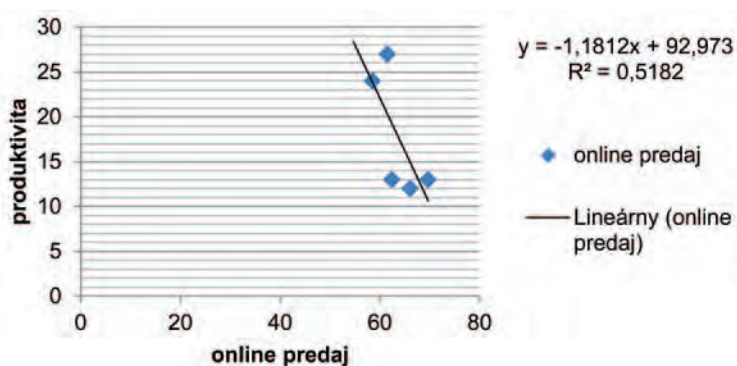
H 1: Rozsah využitia IKT v podnikoch poznatkovo-intenzívnych služieb (sekcie „J“ a „M“) pozitívne ovplyvňuje dosahovanú produktivitu.

H 2: Rozsah využitia IKT v podnikoch služieb s nižšou poznatkovou intenzitou (divízie „I 55“) pozitívne ovplyvňuje dosahovanú produktivitu.

Overenie stanovených hypotéz 1 a 2

Kvantitatívne vyjadrenie využitia IKT nemožno považovať za komplexné hodnotiace kritérium vo vzťahu k produktivite. Kvalita využitia IKT je podstatnou v dosahovaní účinkov.

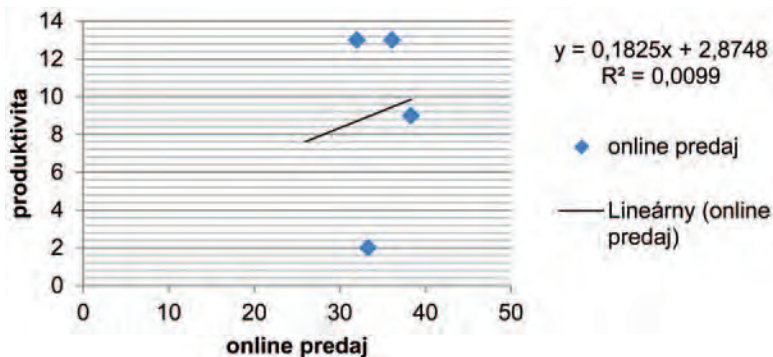
Uvádzané teoretické zázemie i parciálne praktické zistenia predpokladajú pozitívnu závislosť stanovených parametrov. Rozsah a spôsob využitia subsystémov IKT v podnikoch služieb môžu však byť rozdielne, čo napokon sčasti dokumentujú i údaje v tab. 6.2 až 6.4.



Graf 6.5 Vzťah využitia online predaja a dosiahnutej produktivity v sekcii „J“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Napriek tomu, že všetky divízie sledovaných sekcií J a M sa vyznačujú podobnými charakteristikami viazucimi sa k ich poznatkovej intenzite, pôsobnosť jednotlivých faktorov, a v rámci nich i využitie IKT, môže byť rozdielna. Produkčné systémy uvedených sekcií a divízií využívajú rôzne produkčné faktory v rôznom rozsahu: ľudskú prácu, kre-

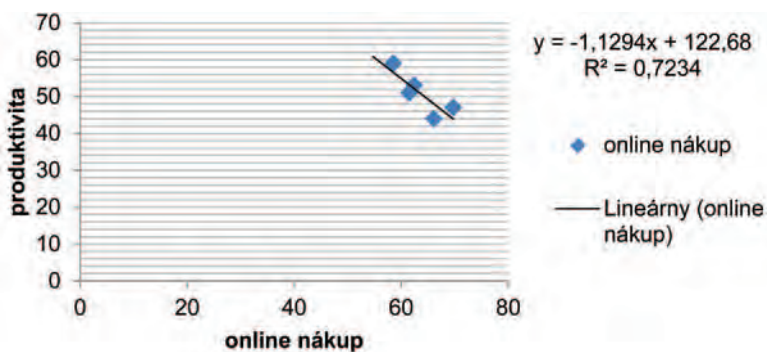


Graf 6.6 Vzťah využitia online predaja a dosiahnutej produktivity v sekcii „M“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

ativitu, prácu mechanizmov a zariadení, dizajn, IKT a pod. Táto rôznorodosť vo využití jednotlivých špecifických produkčných faktorov môže spôsobiť, že využitie IKT nemusí v každom skúmanom prípade vykázať priamu lineárnu závislosť s produktivitou.

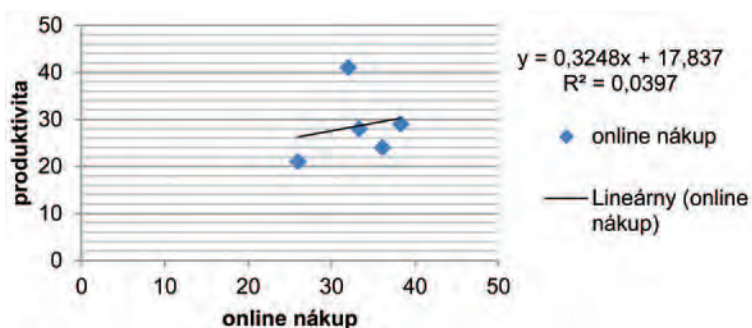
Potvrdzujú to aj výsledky korelácie, keďže online predaj vo vzťahu s produktivitou preukázal v rámci sekcii „J“ nepriamu lineárnu závislosť a v sekcii M priamu lineárnu závislosť. Znamená to teda, že využitie online predaja neovplyvňuje produktivitu v sekcii J, ale v sekcii M má pozitívny vplyv, aj keď iba slabý, keďže tak hodnota koeficientu korelácie, ako aj koeficientu determinácie je blízka hodnote 0.



Graf 6.7 Vzťah využitia online nákupu a dosiahnutej produktivity v sekcii „J“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Vužitie online nákupu takisto podmieňuje pozitívne produktivitu len v sekcii M, keďže koeficient korelácie poukazuje na priamu lineárnu závislosť, ale, takisto ako pri online predaji, len veľmi slabú. Navyše koeficienty determinácie (r^2) poukazujú na to, že odhadnuté regresné modely tak v online nákupe, ako aj v online predaji, nám vysvetľujú len nízke percento variability produktivity.

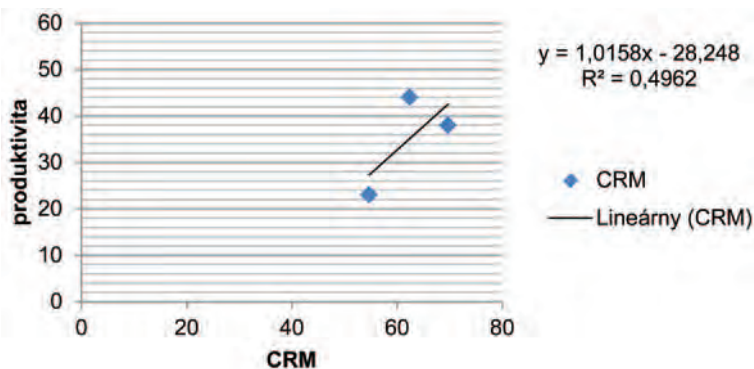


Graf 6.8 **Vzťah využitia online nákupu a dosiahnutej produktivity v sekcii „M“**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Nepriama lineárna závislosť bola zistená v sekcii J. Koefficient korelácie nadobudol hodnotu blízku -1 . Znamená to, že online nákup na produktivitu v tejto sekcii nemá vplyv, t. j. keď sa zvyšuje online nákup nerastie rovnako produktivita. Regresnou analýzou sa vysvetlilo pri online nákupe 72 % a pri online predaji 52 % variability produktivity.

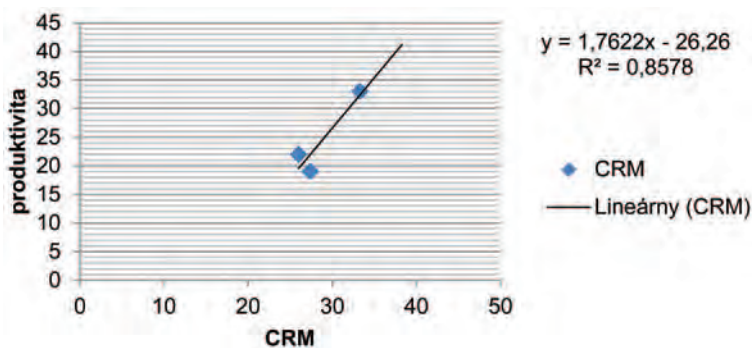
Výsledky korelácie dokazujú, že e-commerce výrazne neovplyvňuje výkony v žiadnej zo sledovaných sekcií. Je zrejmé, že pri produkcii založenej na poznatkoch, vlastnej pre obidve sekcie, je ťažké predávať produkty elektronicky, bez interakcie so zákazníkom a osobného kontaktu.



Graf 6.9 **Vzťah využitia CRM a dosiahnutej produktivity v sekcii „J“**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

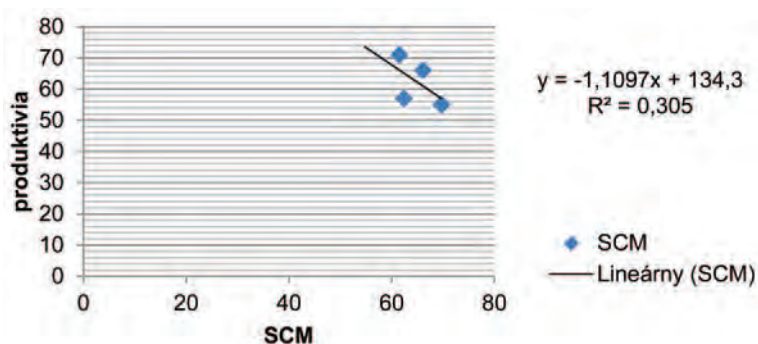
Odlíšna situácia je pri vzťahu CRM a produktivity. Keďže v obidvoch sekciách koefficient korelácie nadobúda hodnotu veľmi blízku 1, ide o vysokú priamu lineárnu závislosť. V sekcii M je až 92 % a v sekcii J 49 % celkovej variability produktivity vysvetlené regresným modelom. Znamená to teda, že s rastúcim využitím CRM podnikmi poznatko-intenzívnych služieb sa zvyšuje aj ich produktivita. Platí to však aj naopak.



Graf 6.10 **Vzťah využitia CRM a dosiahnutej produktivity v sekcii „M“**

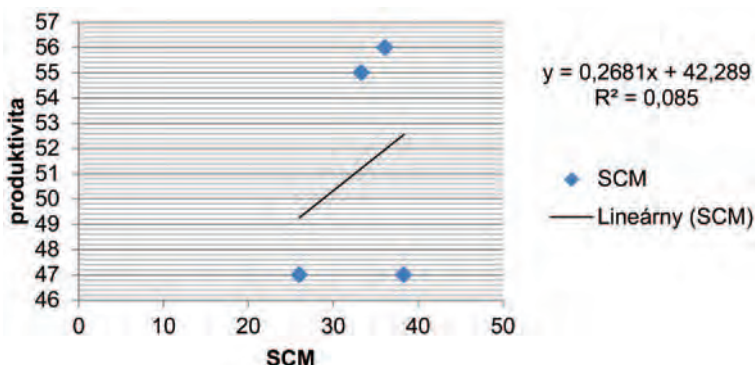
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Význam CRM spočíva v tom, že uľahčuje a zrýchľuje komunikáciu s externými zákazníkmi, rozširuje toky informácií a poznatkov o zákazníkoch, ich potrebách, generuje analýzy slúžiace pre rozhodovacie podnikové procesy. Takéto efekty podporujú nielen optimalizáciu podnikových procesov, ale aj výkony podnikov.



Graf 6.11 **Vzťah využitia SCM a dosiahnutej produktivity v sekcii „J“**

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.



Graf 6.12 **Vzťah využitia SCM a dosiahnutej produktivity v sekcii „M“**

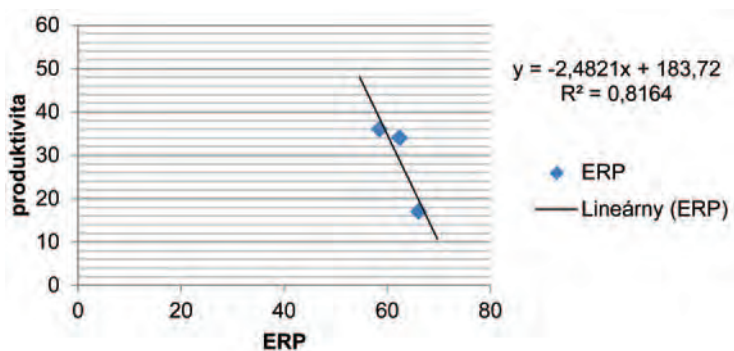
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Riadenie dodávateľských vzťahov podporované IKT nemusí vzhľadom na charakter poznatkovej produkcie podnikov sekcie J a M, generujúcej sofistikované, jedinečné produkty v prevažnej väčšine „šité na mieru“, prinášať rovnaké efekty ako podnikom služieb, ktorých produkcia je založená na výhodách z rozsahu.

Dôsledkom toho aj vzťah využitia SCM a produktivity podnikov v sekcii J vykazuje nepriamu stredne silnú lineárnu závislosť, keďže koeficient korelácie nadobúda zápornú hodnotu ($-0,5523$). Podnikom patria do tejto sekcie zavedenie a využitie SCM nepodmieňuje rast produktivity.

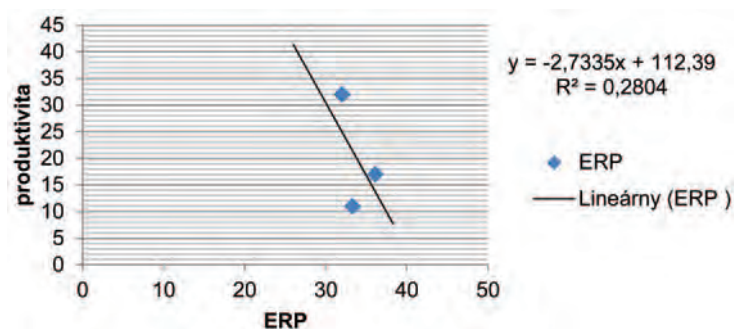
Odlíšny výsledok sme zaznamenali v sekcii M, keďže korelácia medzi využitím SCM a produktivitou nadobúda priamu, ale slabú lineárnu závislosť. Účinnosť zavedenia SCM na produktivitu síce existuje, ale len v malej miere. Potvrďuje to koeficient determinácie s nízkou hodnotou variability produktivity vysvetlenej regresným modelom.

Korelácia využitia ERP a dosiahnutej produktivity v sekcii J a M preukázala ako jediná zo skúmaných vzťahov v obdvihoch sekciiach nepriamu lineárnu závislosť, v sekcii J dokonca ide o veľmi silnú závislosť vyjadrenú zápornou hodnotou ($-0,9235$) blízku -1 , v sekcii M ide o stredne silnú závislosť ($-0,5294$). Využitie ERP teda neovplyvňuje pozitívne produktivitu podnikov; rast alebo pokles produktivity je nezávislý od zavedenia týchto IKT.



Graf 6.13 Vzťah využitia ERP a dosiahnutej produktivity v sekcii „J“

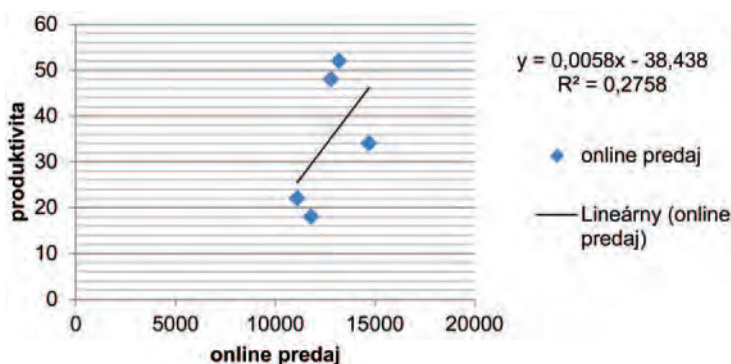
Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.



Graf 6.14 Vzťah využitia ERP a dosiahnutej produktivity v sekcii „M“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Možno teda konštatovať, že rozsah využitia IKT je determinantom produktivity v podnikoch reprezentujúcich sekciu M. Pre podniky sekcie J je tento determinant vzhľadom na použitú metodiku nepotvrdený. Divízie J 58, 59 a 60 sú identifikované ako súčasti kreatívneho priemyslu. Pre produkčné systémy tohto fenoménu sú podstatné produkčné faktory schopné generovať kreatívne riešenia (ľudská práca, kreativnosť). Rozsah využitia IKT subsystémov, ako aj dynamika jeho vývoja v sledovanom období vyjadrená bázickým indexom, sú pritom v sekcii J zaznamenané vo vyššej miere ako v sekcii M. Rozsah využitia IKT v podnikoch sekcie J však nie je kľúčovým faktorom dosahovania produktivity práce.



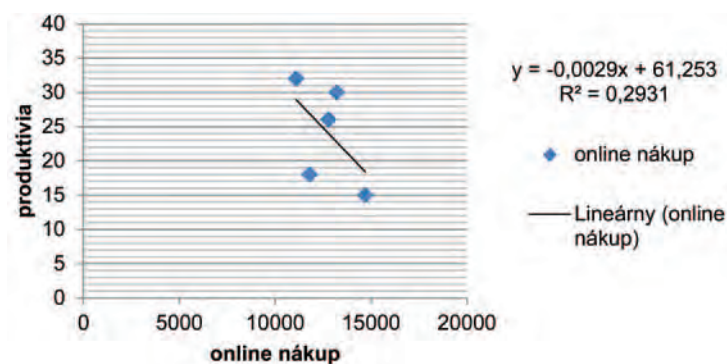
Graf 6.15 Vzťah využitia online predaja a dosiahnutej produktivity v divízii „I 55“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Napriek tomu, že podiel ubytovacích zariadení na Slovensku využívajúcich online predaj sa v roku 2015 znížil na menej ako polovicu (2015 – 20 %, 2012 – 55 % podnikov), korelácia využitia online predaja a dosiahnutej produktivity preukázala slabú priamu lineárnu závislosť s hodnotou 0,5251. Regresným modelom je však vysvetlených len 27 % variability produktivity, zvyšné percentá sú pripísané činiteľom a náhodným vplyvom, ktoré nie sú zahrnuté v regresnom modeli.

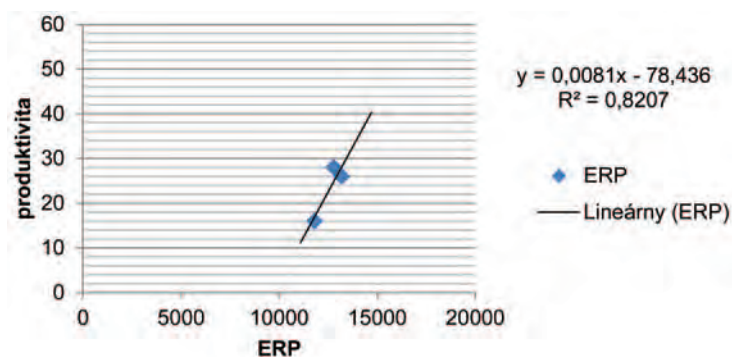
Využitie online predaja ako komplementárneho kanála slúžiaceho nielen na transakčné, ale aj na marketingové účely, pozitívne ovplyvňuje produktivitu podnikov CR. To znamená, že ak sa zvyšuje počet podnikov využívajúcich online predaj, zvyšuje sa aj produktivita a naopak.

Podobná situácia sa preukázala pri využívaní online nákupu, keďže len 13 % slovenských ubytovacích zariadení nakupovalo v roku 2015 elektronicky (30 % v roku 2009). Výsledok korelácie je však rozdielny. Vzťah využitia online nákupu a dosiahnutej produktivity v sledovaných rokoch nadobúda hodnotu $-0,5414$, čo možno interpretovať ako slabá nepriama lineárna závislosť. Znamená to, že rast podnikov využívajúcich online nákup nepodmieňuje rast produktivity. V divízii I 555 je však len 29 % variability produktivity vysvetlené regresným modelom.



Graf 6.16 Vztah využitia online nákupu a dosiahnutej produktivity v divízii „I 55“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.



Graf 6.17 Vztah využitia ERP a dosiahnutej produktivity v divízii „I 55“

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

ERP patrí k najvyužívanejším a základným podnikovým systémom ubytovacích zariadení (sú to prevažne rezervačné systémy ako Horec, Fidelio, Opera PMS a ďalšie), ktoré integrujú, resp. analyzujú dáta (informácie) získané z vnútorného prostredia podniku. Multimodulárna koncepcia ERP umožňuje rozširovať ich funkčnosť v rozličných oblastiach podnikových procesov.

Výsledok korelácie ERP a dosiahnutej produktivity v divízii I 55 je blízky hodnote 1. Možno teda konštatovať, že korelácia preukázala silnú priamu lineárnu závislosť. Regresný model vysvetľuje až 82 % variability produktivity. S rastúcou hodnotou podnikov tejto divízie využívajúcich ERP rastie aj produktivita.

Údaje za podniky divízie I 55 využívajúce subsystemy SCM a CRM nie sú k dispozícii v dostatočnom rozsahu, preto nie je možné zistiť vzťah ich využitia podnikmi CR a dosiahnutej produktivity ani odhad regresného modelu.

Tabuľka 6.5 Korelačná a regresná analýza

Sekcia J Informácie a komunikácia	r (koeficient korelácie)	r_2 (koeficient determinácie)	Vzťah premenných
Produktivita (pridaná hodnota na zamestnanca)			
Spoločnosti využívajúce online predaj	-0,7198	0,5182	(-)
Spoločnosti využívajúce online nákup	-0,8505	0,7234	(-)
Spoločnosti využívajúce ERP	-0,9035	0,8164	(-)
Spoločnosti využívajúce CRM	0,7043	0,4962	(+)
Spoločnosti využívajúce SCM	-0,5522	0,3049	(-)
Sekcia M Odborné, vedecké a technické činnosti	r (koeficient korelácie)	r_2 (koeficient determinácie)	Vzťah premenných
Produktivita (pridaná hodnota na zamestnanca)			
Spoločnosti využívajúce službu online predaj	0,0994	0,0099	(+)
Spoločnosti využívajúce službu online nákup	0,1991	0,0397	(+)
Spoločnosti využívajúce ERP	-0,5294	0,2804	(-)
Spoločnosti využívajúce CRM	0,9261	0,8578	(+)
Spoločnosti využívajúce SCM	0,2916	0,0850	(+)
Sekcia I 55 – Ubytovacie zariadenia	r (koeficient korelácie)	r_2 (koeficient determinácie)	Vzťah premenných
Produktivita (pridaná hodnota na zamestnanca)			
Spoločnosti využívajúce službu online predaj	0,5252	0,2758	(+)
Spoločnosti využívajúce službu online nákup	-0,5414	0,2931	(-)
Spoločnosti využívajúce ERP	0,9059	0,8207	(+)

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa údajov Eurostatu, 2016.

Vplyv IKT na produktivitu v poznatkovo-intenzívnych službách sekcie „J Informácie a komunikácia“ a „M Odborné, vedecké a technické činnosti“ možno zhodnotiť pre sekciu J ako nepriaznivý a pre sekciu M ako výrazne priaznivý. Korelácie v rámci sekcie M preukázali prevažne pozitívne (priame lineárne) závislosti a priaznivý rozptyl. Znamená to, že vo väčšine prípadov produktivita rastie, ak rastie počet podnikov využívajúcich sledované subsystemy IKT. **Platnosť hypotézy H 1 sa vzhľadom na výsledky korelačnej analýzy nepotvrdila.**

Dôvody rozdielnych výsledkov v prípade pozorovaných sekcií súvisia s nasledujúcimi skutočnosťami:

- kvalita využitia ICT nie je zohľadnená v sledovaných parametroch,
- charakter produktov v sledovaných sekciách sa odlišuje,
- existencia rôznorodosti produkčných faktorov, ktoré pôsobia s rôznou intenzitou,
- existencia odlišnosti produkčných systémov,
- náročnosť produkcie na ľudskú prácu a kreativitu sa líši v závislosti od typu služby,
- dočasne vyčerpaný potenciál na ďalšie a/alebo dôslednejšie využitie ICT,
- štruktúra parametra „pridaná hodnota“ v rôznych divíziách predmetných služieb môže byť odlišná,
- obmedzenosť údajovej základne na zisťovanie závislosti.

Na základe parciálnych výsledkov korelácií i napriek poklesu podielu podnikov využívajúcich sledované IKT v posledných sledovaných rokoch **sa platnosť hypotézy 2 potvrdila**. Progres produktivity podnikov s nižšou poznatkovou intenzitou, zastúpených ubytovacími zariadeniami (I 55) je podmienený progresom využitia IKT.

6.3 Výsledky primárneho výskumu o vzniku a existencii gaziel v službách v Slovenskej republike

6.3.1 Inovačná aktivita ako dynamizujúci faktor gaziel

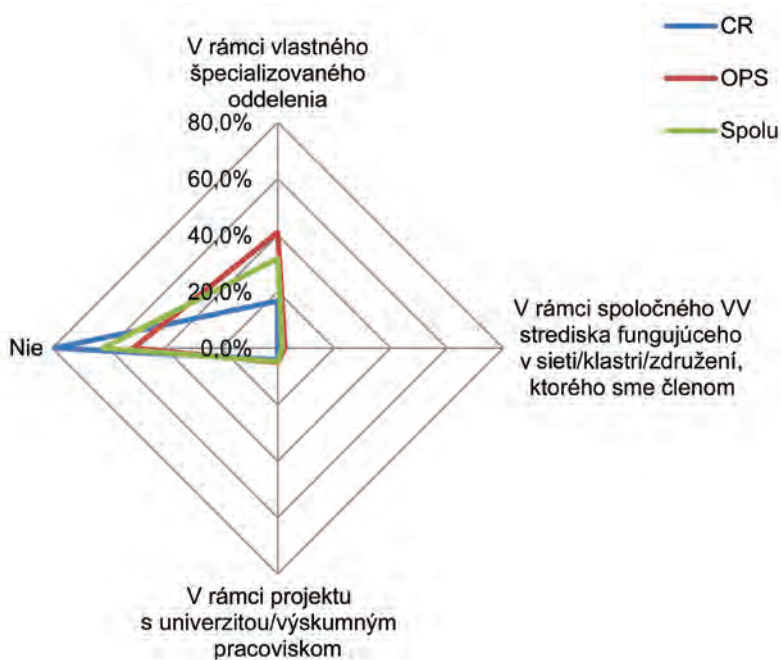
VO 3: Sú vlastné výskumno-vývojové aktivity zdrojom inovácií pre gazely?

Sekundárny výskum problematiky vzťahu inovácií a existencie gaziel, ktorý sme uviedli v predchádzajúcich častiach monografie, dokumentuje pozitívnu súvislosť uvedených fenoménov. „Zvyšujúci sa rast je spojený s využitím výskumných stratégií v podnikoch – gazelách.“ (Colombelli, Krafft, Quatraro, 2013) Gazely teda disponujú kapacitami, ktoré sú schopné vlastným bádáním tvoriť nové technologické i spoločenské poznatky.

Platnosť uvedených tvrdení v podmienkach existencie gaziel v SR sme preverili v rámci primárneho výskumu. Výsledky dokumentujú, že až 61,9 % gaziel nerealizuje výskumné a vývojové aktivity, pričom podniky cestovného ruchu ako reprezentanti poznatkovo nenáročnej produkcie túto skutočnosť potvrdili v rozsahu 79,2 %, OPS ako reprezentanti poznatkovo intenzívnej produkcie v rozsahu 51,3 %.

V prípadoch, keď gazela realizuje výskumno-vývojové aktivity, najčastejšie využíva vlastné špecializované oddelenie (31,7 % skúmaných gaziel). Podniky OPS v rozsahu 41 % a podniky cestovného ruchu v rozsahu 16,7 %. Gazely OPS tak môžeme označiť za aktívne podniky v oblasti vlastného výskumu. Potvrzuje to i porovnanie s údajmi štúdie Analýza súčasného stavu v oblasti inovačných aktivít firiem a spolupráce akademického a priemyselného sektora. V nej uvedené návrhy riešení komplexnej podpory firiem (CVTI, 2015) dokumentujú, že celkovo 11 % mikro MSP a 24 % MSP v SR realizuje výskumné aktivity vo vlastnej réžii.

Spoluprácu gaziel s inými subjektmi v tejto oblasti možno hodnotiť ako veľmi nízku. Len 4,8 % gaziel (CR 4,2 %, OPS 5,1 %) spája svoj výskum s vedeckovýskumnými inštitúciami. Za takmer nefunkčnú možno označiť spoluprácu v oblasti výskumu a vývoja na úrovni medzipodnikovej, pričom ju uvádza len 1,6 % všetkých podnikov – gaziel s výhradným zastúpením podnikov OPS na tomto výsledku. Z uvedených skutočností je zrejmé, že existuje významný a nevyužitý potenciál gaziel, ktorý by za podmienok akcelerácie výskumných aktivít v rôznych formách spolupráce generoval ďalšie príležitosti na dynamizáciu ekonomického rastu podnikov a lokálnych ekonomických štruktúr. Výsledky prieskumu v tejto oblasti tiež otvárajú otázku funkčnosti sieťových štruktúr, ktorých základným cieľom by mala byť koncentrácia kapacít v oblasti výskumu a transfer poznatkov, a tým posilnenie príležitostí na rast.

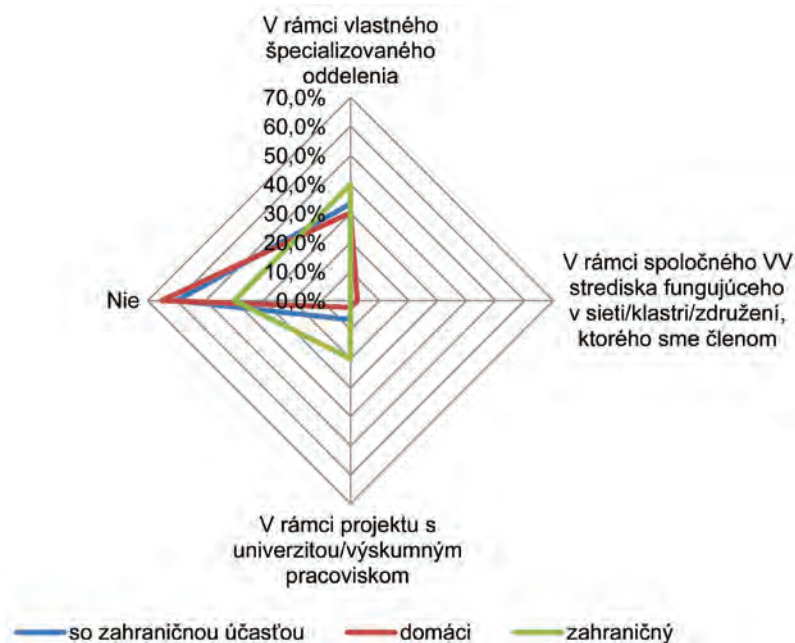


Graf 6.18 Realizácia výskumných a vývojových aktivít gaziel v službách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Primárny výskum sa tiež zameriava na správanie sa gaziel v oblasti realizácie výskumných aktivít v závislosti od geografického pôvodu podnikov. Jednoznačne sa potvrdilo, že zahraničné podniky sa vo väčšom rozsahu sústreďujú na výskumné aktivity (60 % zahraničných podnikov, 40 % podnikov so zahraničnou účasťou, 34,9 % domácich podnikov). Vlastné kapacity podniku využíva 40 % podnikov, kapacity výskumných inštitúcií využíva až 20 % podnikov. Zahraničné gazely pritom vôbec nevyužívajú siete na realizáciu výskumu, čo potvrdzuje poznatok o ich nefunkčnosti v oblasti výskumu.

Využitie podnikových kapacít na výskumné aktivity je zaznamenané v porovnateľnom rozsahu tak v prípade domácich podnikov (30,2 %), ako aj podnikov so zahraničnou účasťou (33,3 %). Výskumné inštitúcie využívajú viac podniky so zahraničnou účasťou (6,7 %), menej domáce podniky (2,3 %). Siete na výskumné aktivity využívajú len domáce podniky (2,3 %).



Graf 6.19 Realizácia výskumných a vývojových aktivít gaziel v službách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

VO 4: Vplyva inovatívnosť na ekonomický rast podnikov – gaziel?

Realizácia výskumných a vývojových aktivít v podniku je vo významnej miere podmienená stratégiou podniku, v rámci ktorej je definovaná inovácia ako základný rozvojový prvok. Následne je logické, že podnik sa zaoberá účinnosťou inovácií na ekonomické a podnikateľské výkony. Medzi predchádzajúcou oblasťou skúmania a nasledujúcou oblasťou tak možno sledovať určitú paralelu, keď viac ako 50 % gaziel neviduje jednoznačný vplyv inovácií na ekonomický rast. Uvedený výsledok odráža fakt o pomerne veľkej pasivite gaziel v oblasti vlastného výskumu (61,9 %). Samozrejme, že inovácie mali v sledovaných podnikoch i sprostredkovaný charakter, čiže gazely inovácie získali dodávateľsky.

Podniky cestovného ruchu vo väčšej miere zamietli vplyv inovácií na ekonomický rast (26,1 %). Podniky OPS súvislosť medzi inováciami a ekonomickým rastom odmietli len v 2,8 % podnikov. Pomerne vysoké hodnoty dosiahnuté v možnosti „neviem posúdiť“ napovedajú o pomerne slabej iniciatíve podnikových manažmentov analyzovať prínosy inovácií.

Zohľadnenie kritéria geografického pôvodu podnikov prinieslo poznatok o najvyššom uvedení si ekonomických prínosov inovácií v zahraničných podnikoch (60 %). Domáce podniky odmietli vplyv inovácií na ekonomický rast v rozsahu 14,6 %.

Tabuľka 6.6 **Vplyv inovácií na rast obratu/zamestnanosti v podnikoch služieb – gazelách v SR**

	CR	OPS	Spolu
Áno	47,8 %	50,0 %	49,2 %
Nie	26,1 %	2,8 %	11,9 %
Neviem posúdiť	26,1 %	47,2 %	39,0 %
	so zahraničnou účasťou	domáci	zahraničný
Áno	53,8 %	46,3 %	60,0 %
Nie	7,7 %	14,6 %	0,0 %
Neviem posúdiť	38,5 %	39,0 %	40,0 %

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

VO 5: Je poznatková intenzita produkcie determinantom inovatívnosti v podnikoch služieb – gazelách?

Z teórie uplatnenia inovácií v službách vychádza predpoklad, že netechnologické inovácie budú v sledovaných podnikoch zastúpené vo väčšej miere ako technologické. Dôvodom je pomerne jednoduchá imitovateľnosť technologických inovácií a s ňou súvisiaca riziková výnosovosť. Netechnologické inovácie nepodliehajú neoddeliteľnému charakteru produkcie služieb. Tým existuje predpoklad o zabezpečení vyššej výnosnosti inovácie v dlhšom časovom intervale. Technologický pokrok však spôsobuje tlak na zmeny procesov, hyperkonkurencia na zmeny produktov. Ďalším aspektom využitia inovácií v podnikoch služieb je ich poznatková intenzita, pričom KIBS (*knowledge intensive business services*) sú v medzinárodných pozorovaniach identifikované ako odvetvie s vysokou mierou inovatívnosti.

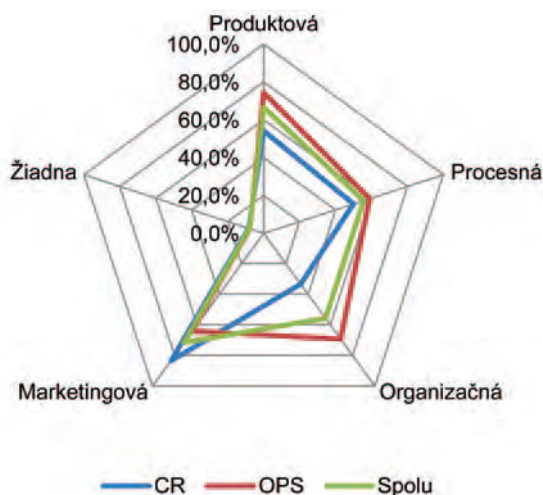
Aj výsledky primárneho výskumu potvrdzujú vyššiu inovačnú aktivitu OPS (v rámci primárneho výskumu sú identifikované divíziami KIBS), pričom evidujú takisto nižšie zastúpenie podnikov, ktoré inováciu nezaviedli (OPS 7,7 %, CR 8,3 %). Gazely OPS tak možno označiť za podniky s výraznou inovačnou orientáciou v porovnaní s podnikmi – negazelami, keďže prieskum *Inovačná aktivita podnikov v Slovenskej republike 2010 – 2012* (ŠÚ SR, 2014) prezentuje výsledok, že len 31,7 % podnikov poznatkovo-intenzívnych služieb sú inovatívne (zaviedli inováciu). Inovačná aktivita podnikov cestovného ruchu nie je predmetom štatistického skúmania a vykazovania, preto komparácia nie je možná.

Komparácia inovačnej aktivity gaziel v závislosti od ich poznatkovej intenzity poukazuje na významné rozdiely v štruktúre implementovaných inovácií. Sledujeme veľmi

výraznú orientáciu gaziel v CR na marketingovú inováciu (83,3 %). Zároveň je to najvyššia dosiahnutá hodnota v rámci sledovania inovačnej štruktúry v sledovaných gazelách všeobecne. Výsledok napovedá o silnej konkurencii a existencii substitučných produktov, keď zohráva v obchodných procesoch (napr. veľtrhy a výstavy) významnú úlohu marketing. Takisto možno uvažovať o vplyve vyššej univerzálnosti produktov v CR v porovnaní s vysokou špecializáciou produkcie a individualizácie produktov v OPS na efekty marketingových operácií.

OPS gazely sa v najväčšej miere zameriavajú na produktové inovácie (74,4 %). Tento výsledok je ovplyvnený individuálnym charakterom produkcie podľa špecifických potrieb a zadaní klientov (napr. poradenstvo, výskum a pod.), na základe čoho možno konštatovať, že viacero divízií OPS realizuje približný počet produktových inovácií, ako je počet zadaní od klientov.

Najvýraznejší rozdiel bol zaznamenaný v kategórii organizačných inovácií. Gazely v CR realizovali tento typ inovácie len v rozsahu 33,3 %, OPS gazely v rozsahu 69,2 %. V tejto súvislosti je dôležitá skutočnosť, že produkty poznatkovo intenzívnej produkcie sa realizujú formou projektov a častá produktová inovácia vyžaduje zmeny kompetencií a výkonov pracovníkov. Na pracovníkov je kladená požiadavka flexibility pracovných zadaní a výkonov.



Graf 6.20 Uplatnenie inovácií v podnikoch služieb – gazelách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Pozoruhodný výsledok prinieslo sledovanie uplatnenia inovácií v gazelách v závislosti od ich geografického pôvodu. Zahraničné podniky sa prezentujú jednoznačne najvyššou mierou inovatívnosti a ich podiel na neinovatívnych podnikoch je 0,0 %. Všetky sledované zahraničné gazely zaviedli procesné inovácie, 80 % z nich zaviedlo produktovú a marketingovú inováciu, 40 % zaviedlo organizačnú inováciu.

11,6 % domácich gaziel v sledovanom súbore možno označiť ako neinovatívne. V najväčšej miere implementovali marketingovú inováciu (69,8 %), ďalej produkto-

vú inováciu (62,8 %). Procesná a organizačná inovácia zaznamenali podobné hodnoty (51,2 %, 48,8 %).



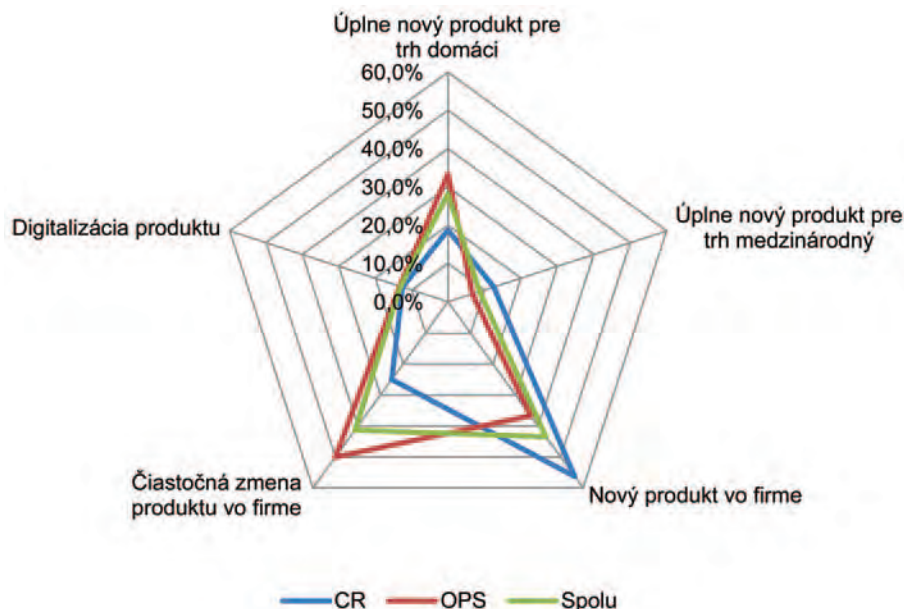
Graf 6.21 Uplatnenie inovácií v podnikoch služieb – gazelách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Ekonomická a spoločenská teória sa intenzívne zaoberá inováciami najmä posledných 20 rokov. Identifikuje pritom rôzne aspekty skúmania inovácií. Definuje odlišnosti, v ktorých inovácie vznikajú a pôsobia s rôznymi efektmi. V rámci primárneho výskumu pracujeme v prostredí charakteristík produkcie služieb, ktoré ovplyvňujú pôsobnosť inovácií. Inovácia produktu a jej efekty sú v podniku služieb ovplyvnené neoddeliteľnosťou produkcie, ktorá vedie k pomerne jednoduchej imitácii. Zároveň charakter spotreby produktu – služby, založený na skúsenosti a dôvere, spôsobuje odlišnosti v procesoch zavádzania inovácií, ktoré v krátkom horizonte predstavujú znižovanie výnosov z uplatnenia produktovej inovácie na trhu. Efekty z produktových inovácií sa dostávajú po čase, za ktorý klient získa vlastnú alebo sprostredkovanú skúsenosť s inovovaným produktom, resp. dôveru, a na tomto princípe trh akceptuje zvýšenú cenu ako uvádzaciu. Možnou je však situácia, že v danom čase už trh ponúka imitácie inovácie. Produktová inovácia je preto stimulovaná konkurenciou a potrebami klienta, nevyplýva z prirodzených podnikateľských ambícií podniku. Existujú rôzne stupne produktovej inovácie, ktoré sa stali i predmetom skúmania primárneho výskumu.

Gazely v CR v najväčšej miere uplatňujú nový produkt vo firme (56,3 %) a čiastočnú zmenu produktu vo firme (25 %). V rámci kategórie „nový produkt vo firme“ získali dominantné postavenie v komparácii s gazelami OPS (36,7 %), ako aj v kategórii „úplne nový produkt pre medzinárodný trh“ (CR 12,5 %, OPS 6,7 %). Teda i napriek väčšej inovatívности OPS gaziel sú gazely CR v inováciách viac orientované na medzinárodnú pôsobnosť. Gazely OPS dominujú v rámci uskutočnenej komparácie v kategórii radikálnych inovácií pre domáci trh (33,3 %), pričom gazely CR dosiahli v tejto kategórii produktovej inovácie len približne polovičnú hodnotu (18,8 %). OPS gazely uskutoč-

ňujú tiež čiastočnú zmenu produktu vo väčšej miere (50 %) ako gazely CR (25 %). To súvisí s už uvedenou individualizáciou produktov obchodno-podnikateľských služieb. Digitalizácia produktu je využívaná v oboch sledovaných skupinách podnikov v porovnateľnej miere.



Graf 6.22 **Charakter zavedenej produktovej inovácie v podnikoch služieb – gazelách v SR**

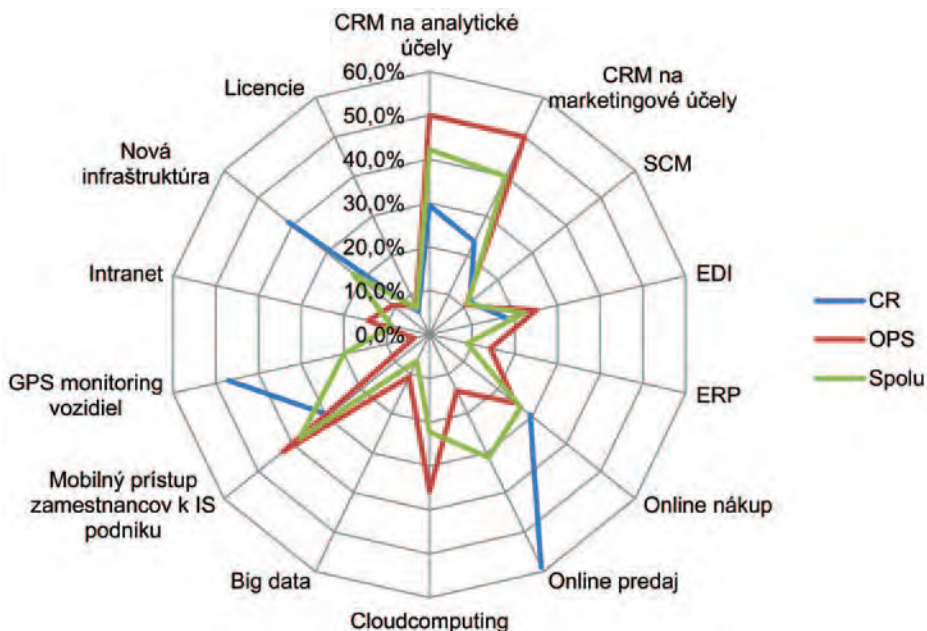
Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

VO 6: Je poznatková intenzita determinantom využitia procesných inovácií v podnikoch služieb – gazelách?

Výsledky prieskumu preukázali, že vybrané podniky služieb – gazely na Slovensku najviac využívajú na optimalizáciu svojich podnikových procesov CRM systémy, mobilný prístup zamestnancov k informačným systémom a online predaj.

Zavedenie interného informačného systému – intranetu, informačných podnikových systémov SCM, ERP, Big data a licencií na nové postupy – aj vzhľadom na to, že na trhu sledovaných podnikov služieb dominujú malé a stredné podniky (viac ako 90 %), nie je pre podniky služieb významné (približne 10 % podnikov a menej).

Pri zvolenom sekčnom prístupe vidíme však rozdielnosti. V obchodno-podnikateľských službách vyznačujúcich sa vysokou poznatkovou intenzitou, vysokým stupňom tímovej práce, produkciou vyžadujúcou interaktivitu so zákazníkom sú IKT implementované predovšetkým v interných podnikových procesoch. Vyplýva to z potreby optimalizovať tímovú spoluprácu, výmenu informácií medzi zamestnancami, výmenu dokumentov s dodávateľmi a zákazníkmi. Preto viac ako 40 % podnikov OPS zaviedlo



Graf 6.23 Typ zavedenej procesnej inovácie v období posledných piatich rokov

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

mobilný prístup zamestnancov k informačným systémom podniku (CR – 29 % podnikov), polovica podnikov OPS implementovalo CRM systém na analytické a marketingové účely a elektronickú výmenu dokumentov s dodávateľmi využíva štvrtina podnikov OPS (CR – 17 %).

Cloud computing založený na poskytovaní služieb alebo programov uložených na serverovej infraštruktúre poskytovateľa a umožňujúci efektívne meniť rozsah a využívanie ľubovoľných IKT je implementovaný vo viac ako 35 % podnikov OPS. Podniky CR tento zdroj nevyužívajú, keďže sú to služby založené výlučne na sieti internet. Pri neoddeliteľnej produkcii podnikov CR smerujúcej do konečnej spotreby môže zlyhanie tohto kanála znemožniť poskytovanie služby v čase (ubytovacie a stravovacie zariadenia).

Naopak, elektronizácia transakčných procesov dominuje v podnikoch CR, takmer 30 % podnikov CR online nakupuje (OPS – 25 % podnikov) a online predáva 59 % podnikov CR (OPS – 14 % podnikov). Ich produkcia na rozdiel od OPS nevyžaduje priamy osobný kontakt, špecifikom nie je prísna individualizácia produktu, požiadavky klienta možno komunikovať elektronicky.

Produkcia podnikov CR charakteristická nižšou poznatkovou intenzitou nevyžaduje natoľko výmenu interných sofistikovaných zdrojov a poznatkov, tie sú potrebné skôr na úrovni manažmentu. Zavedenie IKT v podnikových procesoch smerujúcich do externého prostredia prináša podnikom CR väčšie efekty. Umožňuje priamy kontakt so

zákazníkom, získanie informácií o zákazníkovi, jeho zvykoch, analýzu údajov a na základe toho tvorbu nového produktu alebo inováciu procesu. Využívanie systémov CRM na obchodné, marketingové a analytické účely (23 %, 29 % podnikov CR) je preto pre podniky CR kľúčové. Frekventovanou procesnou inováciou v CR (dopravné, ubytovacie, stravovacie služby) je nové, materiálno-technické vybavenie (41 % podnikov) a GPS monitoring vozidiel (47 % podnikov).

Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že gazely v cestovnom ruchu najfrekventovanejšie využívajú procesné inovácie:

- v marketingových procesoch,
- v analytických procesoch,
- v transakčných procesoch,
- vo vzťahoch so zákazníkom,
- v zavádzaní infraštruktúry – materiálno-technického vybavenia.

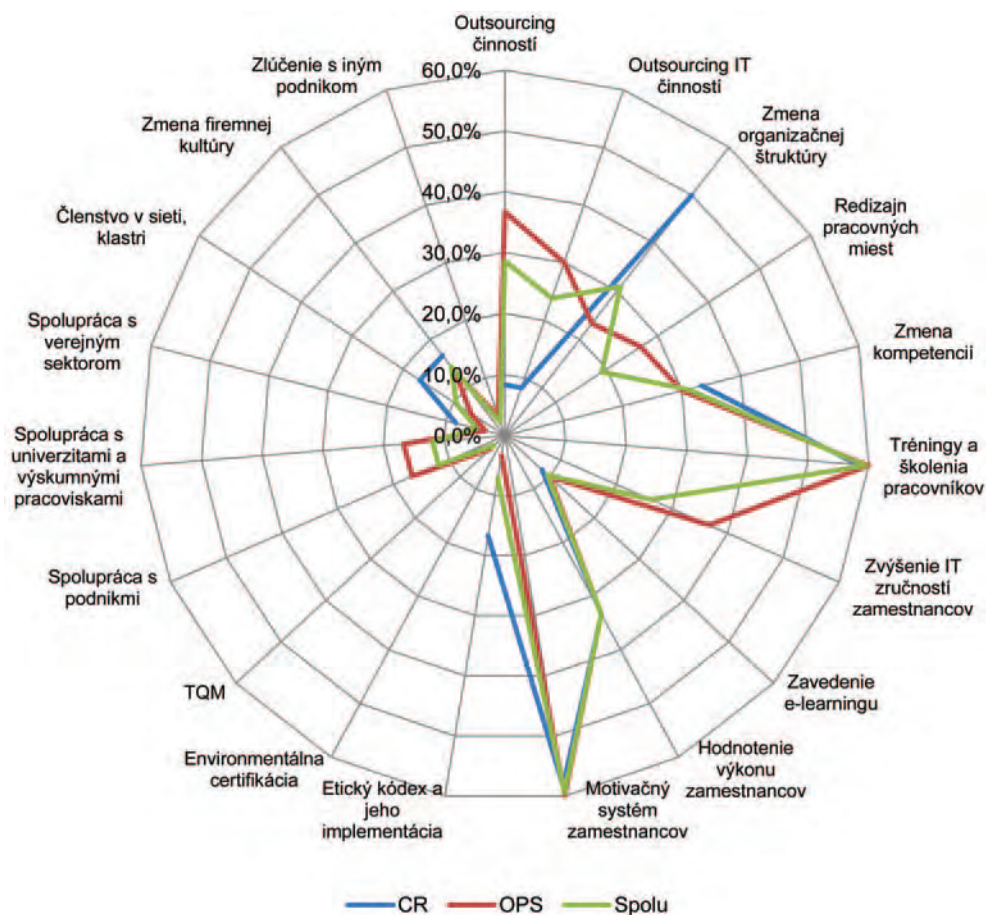
Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že gazely v obchodno-podnikateľských službách najfrekventovanejšie využívajú procesné inovácie:

- pri výmene dokumentov so zákazníkmi a s dodávateľmi,
- pri výmene informácií so zamestnancami a zákazníkmi,
- v analytických procesoch pri spracovaní informácií a poznatkov,
- v marketingových a prezentačných procesoch,
- v procesoch zavádzania a využívania náročnejších IKT.

VO 7: Je poznatková intenzita produkcie determinantom využitia organizačnej inovácie v podnikoch služieb – gazelách?

Ako sme už uviedli, gazely v EÚ definujú ako problematickú oblasť v podnikaní prístup ku kvalifikovanej pracovnej sile a k skúsenému manažmentu. Teoretické štúdie z oblasti ekonomiky služieb uvádzajú, že produkcia služieb je náročná na ľudský pracovný výkon. Organizačné inovácie ponúkajú možnosti na zabezpečenie jeho efektívnosti. Uvedené fakty vysvetľujú dominantné postavenie pracovníkov ako objektu inovácií v podnikoch – gazelách v štruktúre vybraných druhov organizačných inovácií.

Motivačný systém zamestnancov a tréningy a školenia pracovníkov sú najviac zavádzanými inováciami v sledovanom súbore podnikov (obidva druhy zhodne: CR 58,3 %, OPS 60 %). Gazely sa tiež zaoberajú inovovanými postupmi v oblasti hodnotenia výkonu zamestnancov, pričom výskum identifikoval rovnakú mieru implementácie tohto druhu organizačnej inovácie v oboch sledovaných skupinách podnikov – 33,3 %.



Graf 6.24 Typ zavedenej organizačnej inovácie v podnikoch služieb – gazelách za obdobie piatich rokov

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Rozdielne hodnoty výskum identifikuje vo využití nasledujúcich druhov organizačných inovácií v podnikoch poznatkovo intenzívnej produkcie (OPS) a v podnikoch poznatkovo neintenzívnej produkcie (CR):

Tabuľka 6.7 Využitie vybraných druhov organizačných inovácií v podnikoch – gazelách v SR, podiel na všetkých sledovaných podnikoch v %, 2016

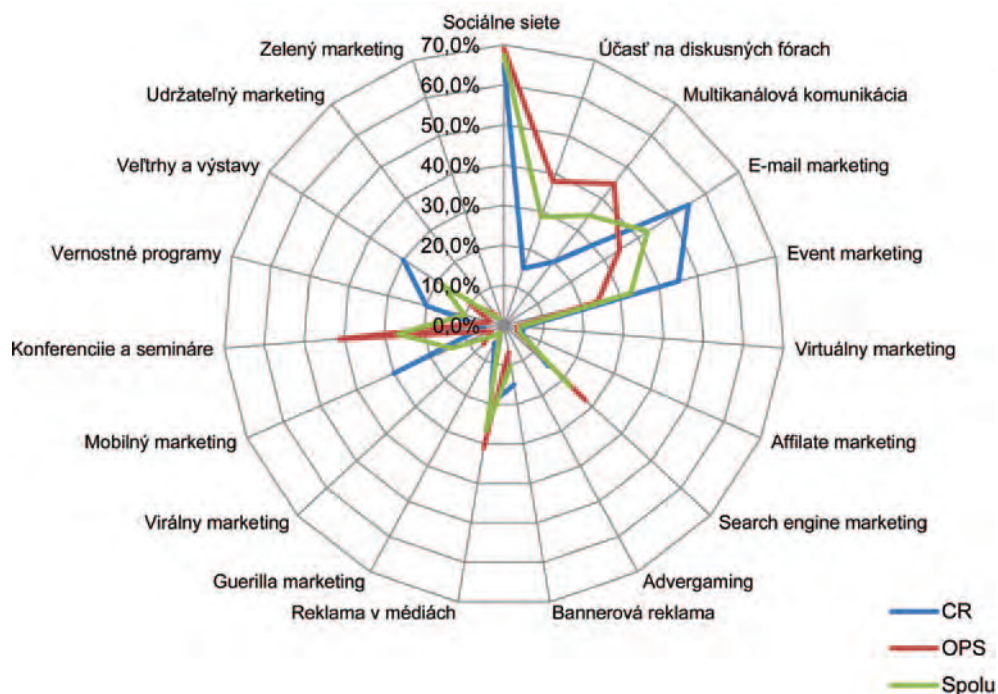
	CR	OPS
Outsourcing činností	8,3	36,7
Outsourcing IT činností	8,3	30
Zmena organizačnej štruktúry	50	23,3
Redizajn pracovných miest	0	26,7

pokračovanie tab. 6.7

	CR	OPS
Zvýšenie IT zručností zamestnancov	0	36,7
Etický kódex a jeho implementácia	16,7	3,3
Spolupráca s podnikmi	0	16,7
Spolupráca s univerzitami a výskumnými pracoviskami	0	16,7
Spolupráca s verejným sektorom	8,3	3,3
Členstvo v sieti, klastri	16,7	6,7

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

VO 8: Je poznatková intenzita produkcie determinantom využitia marketingovej inovácie v podnikoch služieb – gazelách?



Graf 6.25 Typ zavedenej marketingovej inovácie v období posledných piatich rokov

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Existencia internetu rozšírila možnosti marketingu vo všetkých sektoroch ekonomiky. Väčšina zo zavádzaných marketingových inovácií sa realizuje v súčasnosti online. Najvyužívanejším typom zavedenej marketingovej inovácie vo všetkých sledovaných pod-

nikoch je sociálny marketing (využitie sociálnych sietí – 67 % podnikov), priamy marketing (e-mail marketing – 43 %, multikanálová komunikácia so zákazníkom – 35 % podnikov), ale aj zážitkový marketing (event marketing – 33 %).

Viac ako pätina sledovaných gaziel používa nástroj na zlepšenie pozície svojej webovej stránky v internetových vyhľadávačoch, organizuje konferencie, odborné semináre a workshopy a prezentuje sa v médiách. Ďalšie marketingové inovácie, akými sú účasť a na veľtrhoch a výstavách, tvorba komunit a vernostných programov, mobilný marketing a bannerová reklama, zaviedlo do svojich marketingových procesov menej ako 20 % gaziel.

Virálny marketing (šírenie informácií/obsahu v sieti internet v rámci vzťahov podniku), guerilla marketing (koncept propagácie firmy/produktu kreatívnym, nezabudnuteľným, „šokujúcim spôsobom), affiliate marketing (oslovenie klientov pomocou tretích stránok a siete odkazov), virtuálny svet na marketingové účely (platforma súběžnej reality na komunikáciu medzi používateľmi, slúžiaca na splnenie podnikových cieľov) a koncept udržateľného marketingu využívajú sledované gazely v obmedzenej miere. Vôbec nevyužívajú v marketingu advergaming (tvorba hry založenej na produkte/značke) a kompozíciu enviromentálneho aspektu. Možno teda konštatovať, že najkreatívnejšie typy marketingových inovácií, využívané vo veľkej miere napr. americkými spoločnosťami, nenašli doteraz v marketingu slovenských gaziel uplatnenie.

Gazely radiace sa k OPS, ktorých produkcia je založená na poznatkoch, vo všeobecnosti kopírujú intenzitu zavádzania sledovaných marketingových inovácií identifikovanú za podniky spolu. Rozdielnosti sú len vo využívaní multikanálovej komunikácie so zákazníkom (prostredníctvom webovej stránky, skypu a pod.) takmer polovicou podnikov OPS, v organizovaní konferencií, odborných seminárov, workshopov (41 %) a v účasti na diskusných fórach (38 %). Dôsledkom poznatkovej produkcie sledovaných gaziel smerujúcej do medzis potreby sa preukázala vyššia frekvencia marketingu zameraná na odborný cieľový zákaznícky segment.

Aj gazely pôsobiace v subsektore CR vykazujú podobné výsledky ako za všetky sledované podniky. Vyššie hodnoty ako priemer dosahujú len v priamom marketingu (e-mail marketing – 55 % podnikov), v zážitkovom marketingu (event marketing – 45 %), v mobilnom marketingu, v účasti na veľtrhoch a výstavách (30 %) a v tvorbe komunit a vernostných programov (20 %). Je zrejmé, že podniky CR svoje marketingové aktivity smerujú cielene tak na konkrétny zákaznícky segment, ako aj na širokospektrálne oslovenie potenciálnych klientov. Je škoda, že v posledných rokoch permanentne diskutované témy, akými sú udržateľný a enviromentálny koncept, nie sú predmetom marketingových inovácií slovenských gaziel pôsobiacich v subsektore CR.

Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že gazely v cestovnom ruchu najfrekvencovanejšie využívajú tieto marketingové inovácie:

- sociálny marketing,
- priamy marketing,
- zážitkový marketing,
- mobilný marketing,

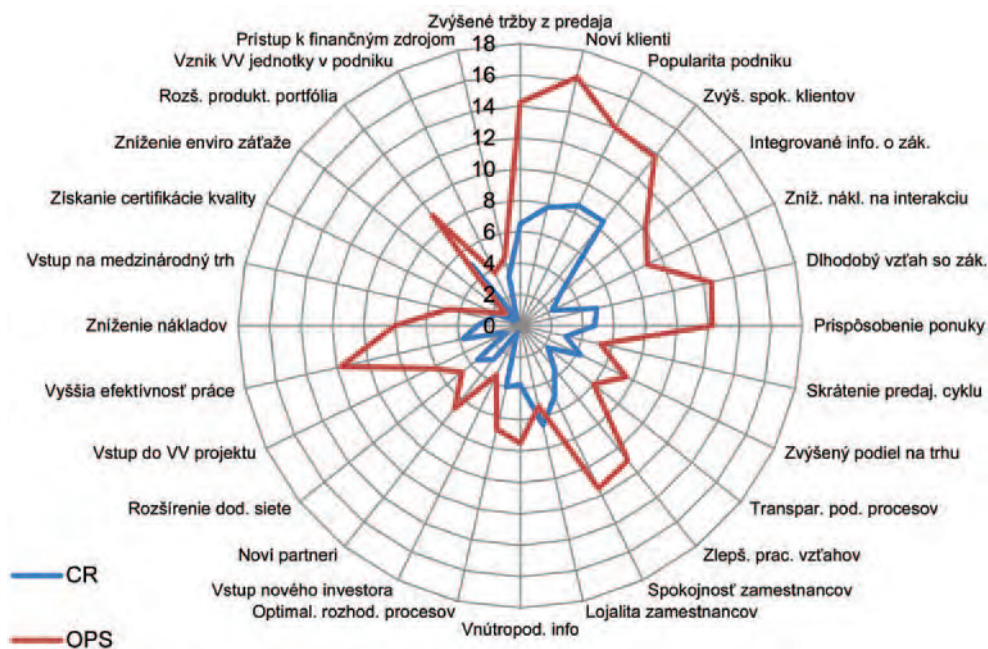
- účasť na veľtrhoch a výstavách,
- tvorba komunít a vernostných programov.

Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že gazely v obchodno-podnikateľských službách najfrekventovanejšie využívajú tieto marketingové inovácie:

- sociálny marketing,
- priamy marketing,
- zážitkový marketing,
- multikanálovú komunikáciu so zákazníkom,
- organizovanie konferencií, odborných seminárov, workshopov,
- účasť na diskusných fórach.

VO 9: Ktoré efekty z využitia inovácií pôsobia na gazely s významnou intenzitou?

VO 10: Je poznatková intenzita určujúcim faktorom pre účinky inovácií?



Graf 6.26 Intenzita vplyvu zavedených inovácií v podnikoch služieb – gazelách v SR

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Intenzita vplyvu zavedených inovácií v podnikoch služieb je vyjadrená ako vážený aritmetický priemer jednotlivých hodnôt odpovedí podnikov. Najvyššie hodnoty intenzity vplyvu inovácií možno sledovať v oblastiach zamestnancov, spotrebiteľov/klientov a produktov.

OPS gazely prezentujú najvýraznejší vplyv inovácií v nasledujúcich oblastiach: noví klienti, zvýšené tržby z predaja, zvýšená spokojnosť klientov, dlhodobý vzťah so zákazníkmi, prispôsobenie ponuky zákazníkom, vyššia efektívnosť práce, spokojnosť zamestnancov, integrované informácie o zákazníkovi.

V podnikoch CR možno identifikovať nasledujúce oblasti najintenzívnejších účinkov inovácií: popularita podniku, dobré meno, zvýšená spokojnosť klientov, noví klienti, zvýšené tržby z predaja, lojalita zamestnancov.

Za oblasti s najslabším pôsobením inovačných efektov môžeme označiť nasledujúce: zníženie enviro záťaže (CR aj OPS), vstup nového investora (len CR), získanie certifikácie kvality (CR aj OPS), vznik VV jednotky v podniku (len CR), vstup do VV projektu (len CR).

Grafické znázornenie intenzity vybraných inovačných efektov dokumentuje výrazné rozdiely v rámci dvoch skupín podnikov – poznatkovo intenzívnych gaziel a poznatkovo neintenzívnych gaziel. Všetky definovné oblasti, v ktorých sa prejavujú účinky inovácií, zaznamenali v podnikoch OPS vyššie hodnoty ako v podnikoch CR. Jedine oblasť lojality zamestnancov zaznamenala v podnikoch CR intenzívnejší účinok inovácií ako v podnikoch OPS.

Poznatková intenzita je tak dôležitým faktorom pre účinky inovácií. Výsledok hovorí o signifikantnom význame schopnosti podniku zaviesť inováciu optimálnym spôsobom a pripraviť stimulujúce inovačné prostredie. Manažment inovácií tak možno označiť za rozhodujúci činiteľ pre úspešnosť inovácií (vyjadrenú účinkami inovácií).

VO 11: Je poznatková intenzita determinantom spôsobu realizácie inovačných aktivít v gazelách?

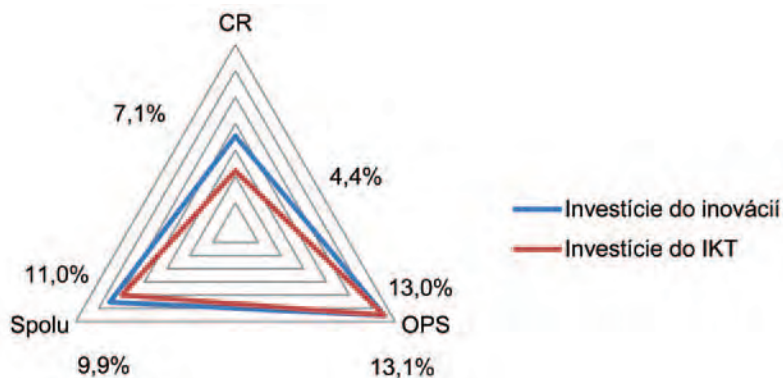
Tabuľka 6.8 obsahuje prehľad údajov o rozsahu využitia vybraných spôsobov realizácie inovačných aktivít v sledovaných podnikoch. Výsledky vypovedajú o schopnosti väčšej kooperácie poznatkovo intenzívnych gaziel vo všetkých definovaných možnostiach. Najvýraznejší rozdiel zaznamenala spolupráca s výskumnými inštitúciami a univerzitami, v rámci ktorej inovovalo 13,5 % OPS podnikov, ale žiadny podnik CR. Podniky sa v rámci inovačných aktivít spoliehajú významným podielom na vlastné kapacity (81 %).

Tabuľka 6.8 **Spôsob realizácie inovačných aktivít v podnikoch služieb – gazelách v SR v %**

	CR	OPS
Samostatne	81	62,2
V spolupráci s inými domácimi podnikmi	19	45,9
V spolupráci s inými podnikmi zo zahraničia	4,8	18,9
V spolupráci s výskumnými inštitúciami a domácimi univerzitami	0	8,1
V spolupráci s výskumnými inštitúciami a zahraničnými univerzitami	0	5,4

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

VO 12: Je poznatková intenzita determinantom objemu investícií do inovácií v gazelách?



Graf 6.27 Investície do inovácií a do IKT ročne (% z tržieb)

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Výsledky prieskumu preukázali, že približne 10 % investícií z tržieb smeruje v priemere za sledované gazely do IKT, 11 % do inovácií celkom. Vyššie hodnoty dosiahli gazely OPS (13 %, 13,1 %), naopak gazely CR radiace sa k službám s nižšou poznatkovou intenzitou vykázali oveľa nižší podiel investícií do IKT (4,4 %, 7,7 %). Konzekvencie tohto zistenia sa prejavili aj na využití IKT, podiel podnikov implementujúcich IKT bol vo všeobecnosti vyšší v subsektore OPS.

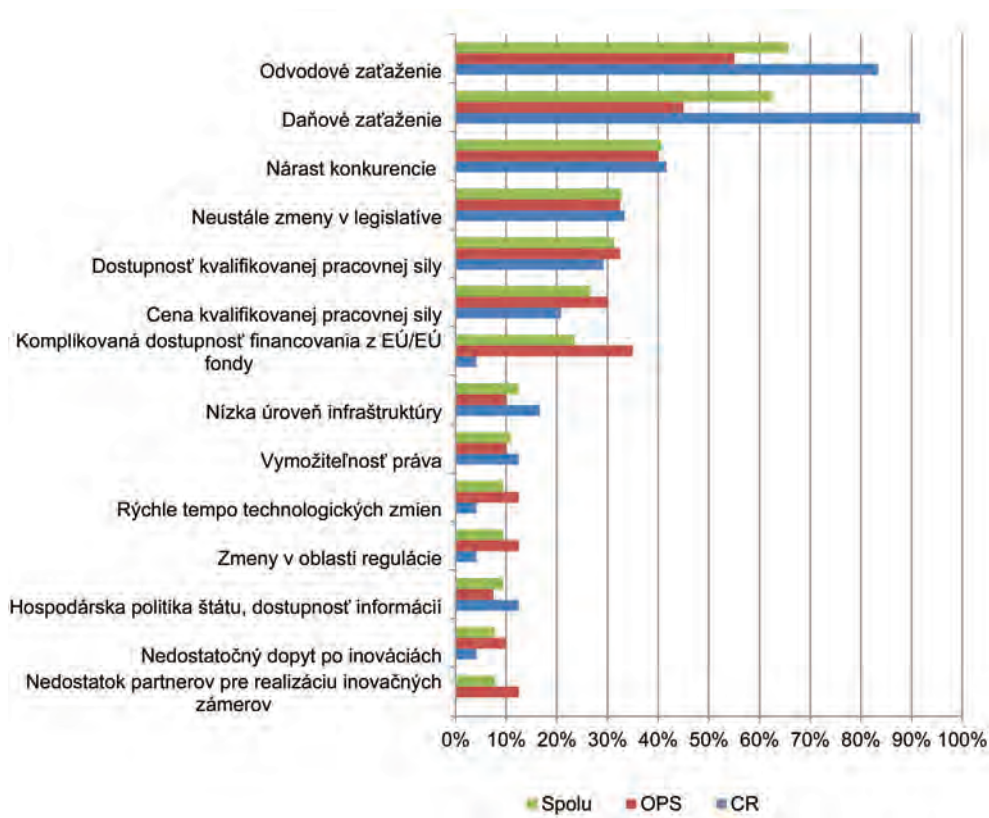
Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že:

- gazely v obchodno-podnikateľských službách investujú do IKT, ako aj do inovácií ročne viac prostriedkov ako gazely v cestovnom ruchu,
- gazely v obchodno-podnikateľských službách v porovnaní s gazelami v cestovnom ruchu preukázali lepšiu vybavenosť IKT,
- gazely v obchodno-podnikateľských službách vykazujú vyššiu inovatívnosť, účinky ktorej sa dostávajú s vyššou intenzitou.

6.3.2 Podnikateľské prostredie a vonkajšie faktory ekonomického rastu

V rámci realizácie primárneho prieskumu sme sa zamerali na hodnotenie vybraných atribútov slovenského podnikateľského prostredia v rámci odpovedí a stanovísk sledovaných podnikov služieb – gaziel. Počas vyhodnotenia nás prekvapila široká škála pocítovaných problémov v podnikateľskom prostredí zo strany podnikateľských subjektov – gaziel. Bolo by vhodné uviesť, že respondenti v tejto otázke mali možnosť uviesť z vopred stanovených kritérií viac odpovedí, pričom len pár respondentov využilo možnosť neoznačiť ani jednu možnosť, resp. označili možnosť, že v oblasti podnikateľského prostredia a vonkajších faktorov nepocítujú závažnejšie problémy (nedostatky).

VO 13: Akým najmarkantnejším problémom v podnikateľskom prostredí čelia gazely?



Graf 6.28 Hlavné problémy rýchlo rastúcich podnikov – gaziel
(možnosť viacerých odpovedí)

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

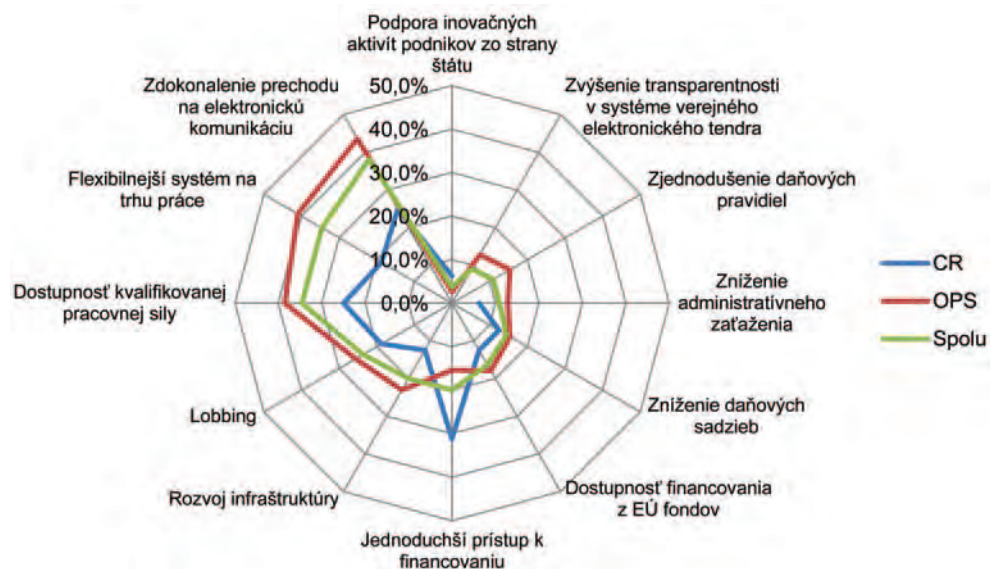
Podľa výsledkov prieskumu viacej ako 60 % respondentov (gaziel) považuje odvodové a daňové povinnosti za najzávažnejšie prekážky v ich podnikateľskej činnosti. V náraste konkurencie (40 %) a neustálych zmenách v legislatíve, ktoré súvisia s administratívnym usporiadaním a fungovaním štátnych inštitúcií a úradov, ku ktorým patria hlavne daňové úrady, Sociálna poisťovňa a mestské (obecné) úrady, vidí problém viac ako tretina respondentov. Problémy sa týkajú napr. dlhých čakacích dôb, rozsiahlej administratívnej práce a (ne)ochoty úradníkov. Ďalším závažným problémom, ktorému čelia dynamické podniky, je dostupnosť a tiež cena kvalifikovanej pracovnej sily.

Pri zvolenom sekčnom prístupe vidíme zhodné črty, ale aj rozdielnosti označovaných odpovedí na otázky týkajúce sa hlavných problémov, ktorým čelia v súčasnosti gazely podnikajúce v oblasti obchodno-podnikateľskými služieb a v cestovnom ruchu. V obchodno-podnikateľských službách, ktoré sú založené na vysokošpecializovaných poznatkoch a predstavujú intermediálne vstupy medzi výrobou a službami, vidia predmetné

podniky najzávažnejšie prekážky v odvodovom (55 %) a daňovom zaťažení (45 %). Treťina OPS gaziel uviedla ako podstatné prekážky ich činnosti dostupnosť a cenu kvalifikovanej pracovnej sily a tiež komplikovanú dostupnosť financovania z EÚ, týkajúcu sa obstarávania európskych fondov. Gazely podnikajúce v cestovnom ruchu sa stotožňujú s prvými štyrmi označovanými oblasťami problémov OPS podnikmi, t. j. odvodové, daňové zaťaženie, dostupnosť a cena kvalifikovanej pracovnej sily. Okrem toho však identifikovali ako negatívne faktory podnikateľského prostredia aj problémy súvisiace s nízkou úrovňou infraštruktúry, s nízkou vymožitelnosťou práva, nedostatočnou hospodárskou politikou štátu a dostupnosťou informácií.

VO 14: Aké sú najvýznamnejšie faktory vplyvajúce na rast obratu, resp. na rast počtu zamestnancov gaziel?

VO 15: Má štátna podpora inovačných aktivít podnikov gaziel v službách vplyv na rast obratu alebo zamestnanosti?



Graf 6.29 Zmeny vplyvajúce na rast obratu, resp. na rast počtu zamestnancov gaziel (možnosť viacerých odpovedí)

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Rast a konkurencieschopnosť podnikov je ovplyvňovaná množstvom faktorov. Výsledky prieskumu preukázali, že na rast podnikov gaziel mali najvýraznejší vplyv opatrenie na zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu (38 %), týkajúceho sa najmä štátnych orgánov a inštitúcií. V minulosti bola väčšinou problémom neinformovanosť podnikateľských subjektov zo strany štátu. Tento problém súvisel nielen s legislatívnym prostredím, ktoré sa časťami zmenami stalo nestálym. Momentálne je na Slovensku vysoko aktuálna otázka re-organizácie štátnej správy, ktorou nerozumieme len

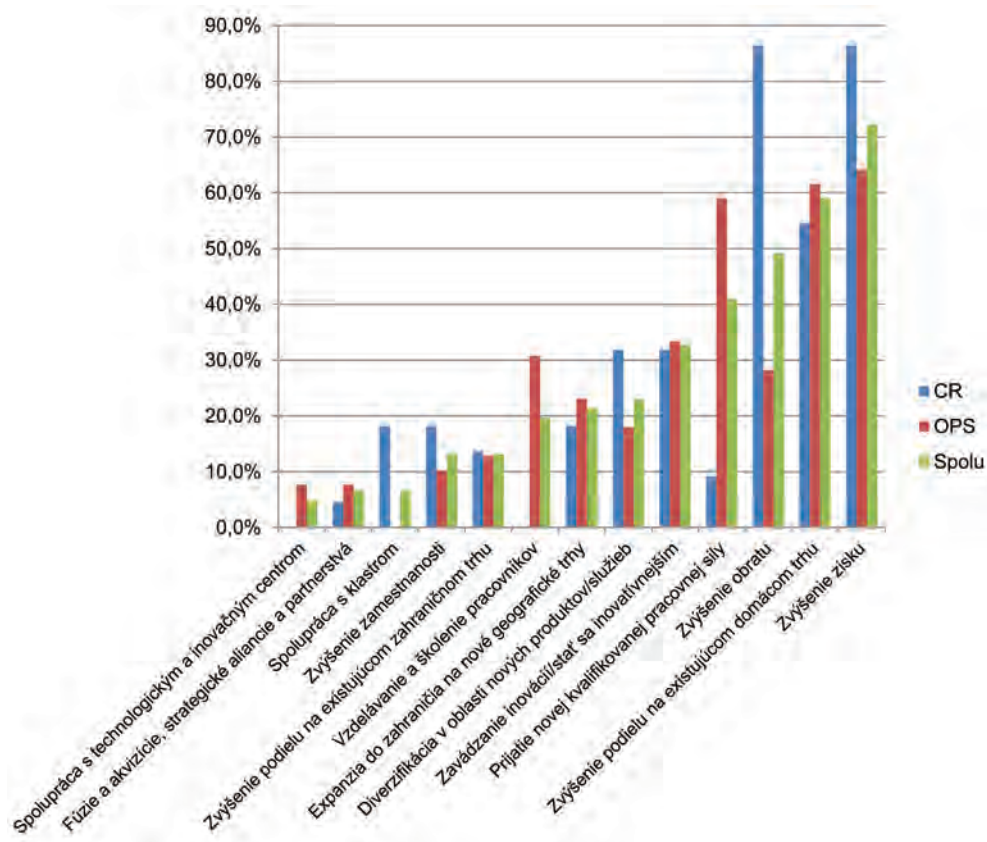
usporiadanie a zefektívnenie fungovania jedného orgánu či inštitúcie, ale kooperáciu medzi viacerými úradmi s cieľom optimalizovať verejnú správu na Slovensku. Spolupráca medzi takýmito subjektmi vo všeobecnosti uľahčí činnosť nielen im samým, ale je výhodná aj pre podnikateľské subjekty vrátane gaziel. Takáto kooperácia je v súčasnosti zrealizovateľná napríklad v elektronickej forme. Zavedenie e-governmentu do praxe znamená pre podnikajúce subjekty vrátane gaziel rad výhod spojených s komplexnou premenou existujúceho systému fungovania verejnej správy na virtuálnu inštitúciu, ktorá bude schopná poskytovať služby, riešiť požiadavky a, naopak, možnosť riešenia povinnosti občanov a firiem za pomoci internetu a ďalších moderných komunikačných prostriedkov online prístupom. Dobrým príkladom je v súčasnosti online fungujúci obchodný register či tlačivá, ktoré možno odovzdať v elektronickej podobe. Na komplexné doriešenie tejto otázky je nutné vyvinúť značnú aktivitu aj zo strany štátu, ktorý by mal zabezpečiť stabilné legislatívne a podnikateľské prostredie. O niečo viac ako tretina respondentov hodnotí ako faktory s najvýraznejším vplyvom na rast ich obratu alebo zamestnanosti flexibilnejší systém na trhu práce (35 %) a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (35 %). Niečo menej ako tretina dopytovaných podnikov zo všetkých gaziel uviedla ako významný faktor ich rastu lobbing (24 %), rozvoj infraštruktúry (20 %) a jednoduchší prístup k financovaniu (20 %).

Najfrekvencovanejšie odpovede respondentov radiacich sa k OPS podnikom na zmeny, ktoré mali vplyv na prírastok zamestnanosti alebo obratu, boli totožné s priemerom za všetky dopytované gazely, t. j. opatrenie na zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu (43 %), flexibilnejší systém na trhu práce (41 %) a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (39 %). Takisto gazely pôsobiace v subsektore CR vykazujú podobné odpovede, ako sú odpovede za skupinu všetkých sledovaných podnikov gaziel. Ako najvýznamnejšie zmeny rastu uviedli dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily a zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu (oba po 20 %). Najmarkantnejšie ich však ovplyvnil jednoduchší prístup k financovaniu (31 %), ktorému OPS podniky podľa vyhodnotenia prieskumu neprikladajú nijakú významnejšiu váhu.

VO 16: Aké sú najvýznamnejšie priority gaziel na nasledujúcich päť rokov?

VO 17: Je zavádzanie inovácií prioritou gaziel na nasledujúcich päť rokov?

Ďalšou skúmanou oblasťou boli *priority podnikov gaziel na nasledujúcich päť rokov*. Najviac preferovanými prioritami v prípade všetkých gaziel boli zvýšenie zisku (72 %), zvýšenie podielu na domácom trhu (59 %), zvýšenie obratu (49,2 %), prijatie novej kvalifikovanej pracovnej sily (41 %), zavádzanie inovácií a potreba stať sa inovatívnejším (33 %). Gazely radiace sa k OPS, ktorých produkcia je založená na poznatkoch a kvalifikovanej pracovnej sile, vo všeobecnosti kopírujú priority identifikované za podniky spolu. Rozdielnosti sú len v prioritách týchto podnikov v plánovaní prijatia novej kvalifikovanej pracovnej sily (59 %) a vzdelávania a školení pracovníkov (31 %), v kontexte poznatkovej náročnosti na poskytovanie predmetných služieb, t. j. preto, že tieto služby sú špecifické existenciou poskytovateľov s vyššou kvalifikáciou a vyšším stupňom vzdelania a odbornej spôsobilosti, ako je to v ostatných subsektoroch mimo OPS. Dôleži-



Graf 6.30 **Priority podniku na nasledujúcich päť rokov**
(možnosť označiť maximálne päť najdôležitejších položiek)

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

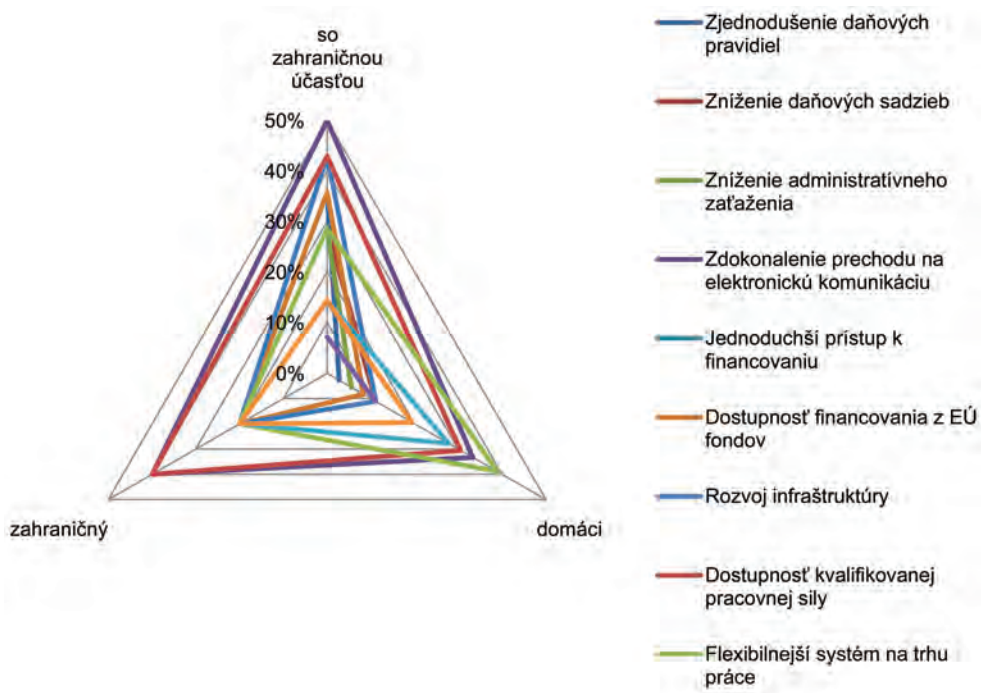
tým faktorom rastu týchto podnikov je zavádzanie inovácií (potreba zavádzania inovácií a snaha byť inovatívnejší). Túto možnosť uviedla ako svoju prioritu v období piatich rokov až jedna tretina gaziel pôsobiacich v OPS.

Gazely pôsobiace v subsektore CR vykazujú mierne odlišné označované priority ako všetky podniky a podniky pôsobiace len v OPS. Keďže sú to podniky s regionálnou, maximálne celoslovenskou pôsobnosťou, ktorá prislúcha väčšine dopytovaných podnikov CR, ich hlavnou prioritou je okrem zvýšenia obrátu aj zvýšenie zisku (obe po 86 %) a zvýšenie podielu na domácom existujúcom trhu (55 %), bez snahy expanzie do zahraničia a na nové geografické trhy. To potvrdzuje aj nízka váha priority uvedenej ako expanzia do zahraničia na nové geografické trhy (len 13 %), ale tiež diverzifikácia v oblasti nových produktov alebo služieb (32 %). Dôležitým faktorom rastu pre CR gazely (32 %) je tiež podobne ako v prípade OPS gaziel zavádzanie inovácií. Medzi najmenej frekvencovanými prioritami boli prijatie kvalifikovanej pracovnej sily, čo môže súvisieť s faktom, že služby CR sú podľa poznatkovej náročnosti zaradené medzi poznatkovo

menej náročné služby, bez významnejšej potreby kvalifikovaných pracovníkov. To potvrdzuje aj skutočnosť, že ani jedna gazela pôsobiaca v CR nevidí prioritu vo vzdelávaní a školení pracovníkov.

VO 18: Aké z nasledujúcich zmien mali vplyv na rast obratu, resp. na rast počtu zamestnancov gaziel s domácou, so zahraničnou účasťou alebo zahraničných gaziel?

Problematiku vplyvu zmien na rast gaziel sme vyhodnotili aj v kontexte odpovedí podnikov gaziel podľa vlastníctva, t. j. ktorým zmenám pripisujú domáce podniky, so zahraničnou účasťou alebo zahraničné gazely pôsobiace na Slovensku najvýraznejší vplyv.



Graf 6.31 Zmeny vplývajúce na rast obratu, resp. na rast počtu zamestnancov gaziel podľa vlastníctva (možnosť viacerých odpovedí)

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Jednoznačne najfrekvencovanejšou zmenou vplývajúcou na rast gaziel so zahraničným vlastníctvom a podnikov so zahraničnou účasťou vo vlastníctve bolo zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu, čo súvisí, samozrejme, so zjednotením komunikácie medzi verejnou správou a tými podnikmi aj v kontexte cezhraničnej komunikácie (40 %, 50 %). Druhým najdôležitejším aspektom rastu konkurencieschopnosti zahraničných gaziel a gaziel so zahraničným vlastníctvom bola zhodne označovaná dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (40 %, 43 %). Pozitívne na tieto gazely vplýval aj rozvoj infraštruktúry a dostupnosť financovania z EÚ fondov. Odlišné varianty odpovedí vykazovali domáce gazely. Na rast gaziel vlastnených slovenskými vlastníckmi najviac

pôsobili faktory ako flexibilnejší systém na trhu práce (39 %), zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu (33 %) a prvú trojku najdôležitejších vplyvov rastu uzatvára dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily (31 %). Celkovo najnižšie hodnoteným vplyvom bolo zjednodušenie a zvýšenie transparentnosti žiadostí o štátne dotácie a inštitucionálna a finančná podpora inovačných aktivít podnikov zo strany štátu, ktorým, prekvapivo, ani jedna skupina podnikov patriacich do rôznych kategórií podľa vlastníctva (podniky s domácou, so zahraničnou účasťou alebo zahranične gazely) nepripisuje žiadny význam pri ich raste.

Na základe uvedených zistení možno konštatovať, že gazely pôsobiace v cestovnom ruchu považujú za najvýraznejšie problémy slovenského podnikateľského prostredia:

- odvodové zaťaženie,
- daňové zaťaženie,
- stále zmeny v legislatíve,
- nárast konkurencie,
- dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily.

Na ich rast pozitívne pôsobia tieto faktory podnikateľského prostredia:

- jednoduchší prístup k financovaniu,
- dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily,
- zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu,
- lobbings,
- flexibilnejší systém na trhu práce.

Na podnikateľskú činnosť gaziel pôsobiacich v obchodno-podnikateľských službách negatívne pôsobia tieto faktory podnikateľského prostredia:

- odvodové zaťaženie,
- daňové zaťaženie,
- nárast konkurencie,
- komplikovaná dostupnosť financovania z EÚ/EÚ fondy,
- dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily.

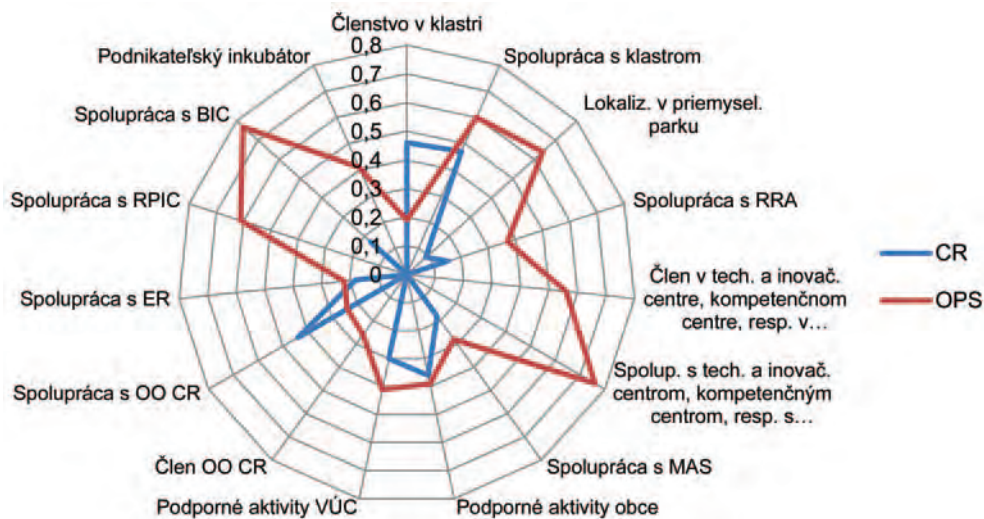
Na rast gaziel pôsobiacich v OPS najviac vplýva:

- zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu,
- flexibilnejší systém na trhu práce,
- dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily,
- lobbings,
- rozvoj infraštruktúry.

6.3.3 Regionálne podporné organizácie

VO 19: Majú regionálne podporné organizácie vplyv na rast gaziel v službách?

VO 20: Ktoré regionálne podporné organizácie a nástroje majú najväčší vplyv na rast gaziel v službách?



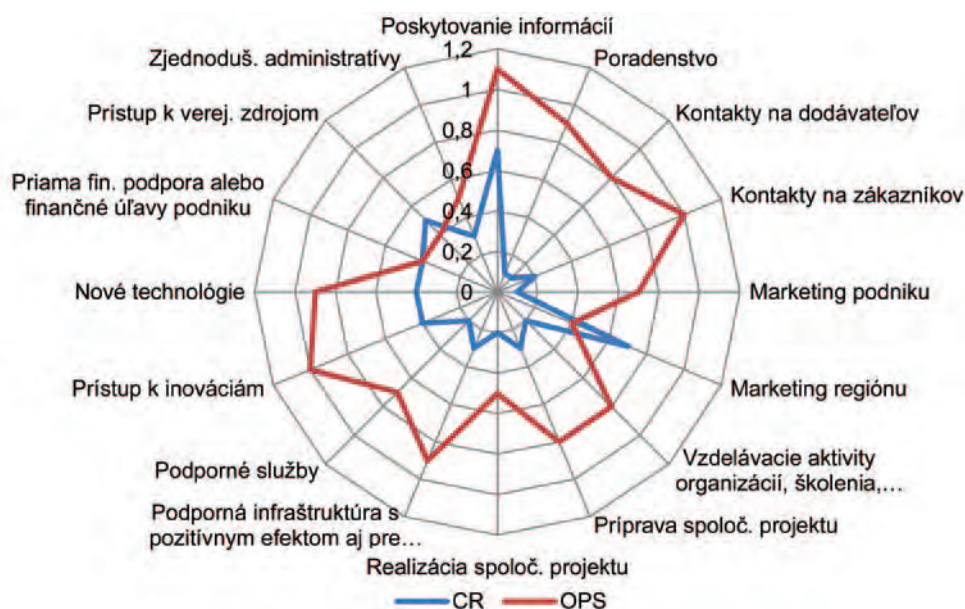
Pozn.: Hodnotenie od 0 – žiadny vplyv po 3 – veľmi výrazný vplyv.

Graf 6.32 Vplyv podporných regionálnych organizácií pre rast gaziel na Slovensku, priemerné hodnoty

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Celkovo nebol zaznamenaný takmer žiadny vplyv regionálnych podporných organizácií na rast gaziel, aj keď gazely v OPS uznávajú väčší vplyv týchto organizácií ako gazely v CR (priemerné hodnotenie vplyvu v prípade gaziel v CR je 0,19, v OPS 0,45). Väčšina respondentov však uvádza nulový vplyv týchto organizácií, a to v CR, ako aj v OPS. Žiaden vplyv nemajú na gazely v CR najmä členstvo v technologickom a inovačnom centre, kompetenčnom centre, resp. v podobnej organizácii, a spolupráca s ním, členstvo v oblastnej organizácii cestovného ruchu (OOCR), podnikateľský inkubátor a spolupráca s regionálnym poradenským a informačným centrom (RPIC). Najväčší vplyv na gazely v CR, aj keď len približujúci sa k miernemu vplyvu, zaznamenáva najmä spolupráca s klastrom a členstvo v ňom, spolupráca s OOCR, o niečo menší vplyv majú podporné aktivity obce nasledované podpornými aktivitami vyššieho územného celku (VÚC). V prípade gaziel v OPS má najväčší vplyv približujúci sa k miernemu vplyvu spolupráca s podnikateľským a inovačným centrom (BIC), spolupráca s technologickým a inovačným centrom, kompetenčným centrom, resp. podobnou organizáciou, lokaliz-

zácia v priemyselnom parku nasledovaná spolupracou s regionálnym poradenským a informačným centrom (RPIC) a spolupracou s klastrom. Najnižší vplyv zo sledovaných regionálnych podporných organizácií na rast gaziel v OPS majú najmä členstvo v klastri, spolupráca s euroregiónom (ER), spolupráca s OOCR a členstvo v nej. Postavenie posledných menovaných organizácií je logické v sektore OPS, pretože ide o organizácie angažujúce sa skôr na účely rozvoja CR, resp. v iných oblastiach. Aj v prípade gaziel v CR však tieto organizácie s výnimkou spolupráce s OOCR nemajú takmer žiadny vplyv. Ostatné organizácie majú žiaden vplyv, resp. vplyv približujúci sa miernemu vplyvu na rast gaziel v OPS. Veľmi výrazný vplyv bol z celého súboru respondentov zaznamenaný len v prípade dvoch respondentov v OPS a týkal sa členstva v technologickom a inovačnom centre, kompetenčnom centre, resp. v podobnej organizácii a spolupráce s ním.



Pozn.: Hodnotenie od 0 – žiadny vplyv po 3 – veľmi výrazný vplyv.

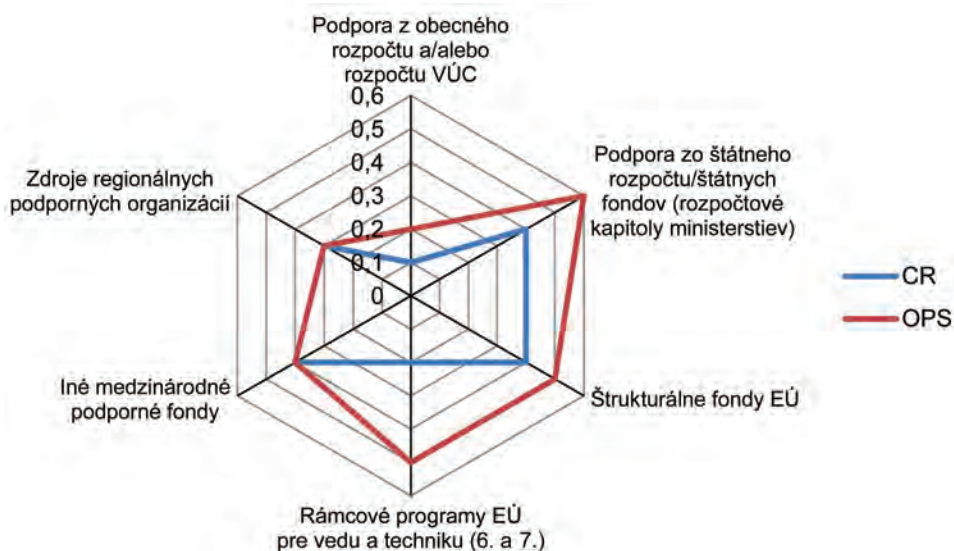
Graf 6.33 Význam podporných nástrojov pre rast gaziel, priemerné hodnotenie

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Celkovo vnímajú gazely v OPS väčší vplyv jednotlivých podporných nástrojov regionálnych organizácií na rast obratu a zamestnanosti ako gazely v CR (priemerné hodnotenie vplyvu v prípade gaziel v CR je 0,3, v OPS 0,7). Vo všeobecnosti však gazely v podstate nepociťujú žiaden, prípadne len mierny vplyv skúmaných podporných nástrojov. Najväčší vplyv na gazely v OPS má najmä poskytovanie informácií, sprostredkovaný prístup k inováciám, sprostredkovanie kontaktov na zákazníkov, poradenstvo, vybudovanie podpornej infraštruktúry a zavádzanie nových technológií (mierny vplyv). Naopak, žiaden vplyv nemá najmä marketing regiónu, priama finančná podpora alebo finančné úľavy podniku či zlepšenie prístupu k verejným zdrojom. Gazely v CR uznávajú podob-

ne ako gazely v OPS najmä vplyv poskytovania informácií (mierny vplyv) a na rozdiel od gaziel v OPS má určitý vplyv marketing regiónu (mierny vplyv). Prístup k verejným zdrojom má v prípade gaziel v CR o niečo väčší vplyv ako v prípade gaziel v OPS (v CR je na treťom mieste, pri OPS na posledných miestach). Všetky ostatné podporné nástroje nemajú na gazely v CR takmer žiaden vplyv.

VO 21: Ktoré verejné zdroje sú pre rast gaziel najvýznamnejšie?



Pozn.: Hodnotenie od 0 – žiadny vplyv po 3 – veľmi výrazný vplyv.

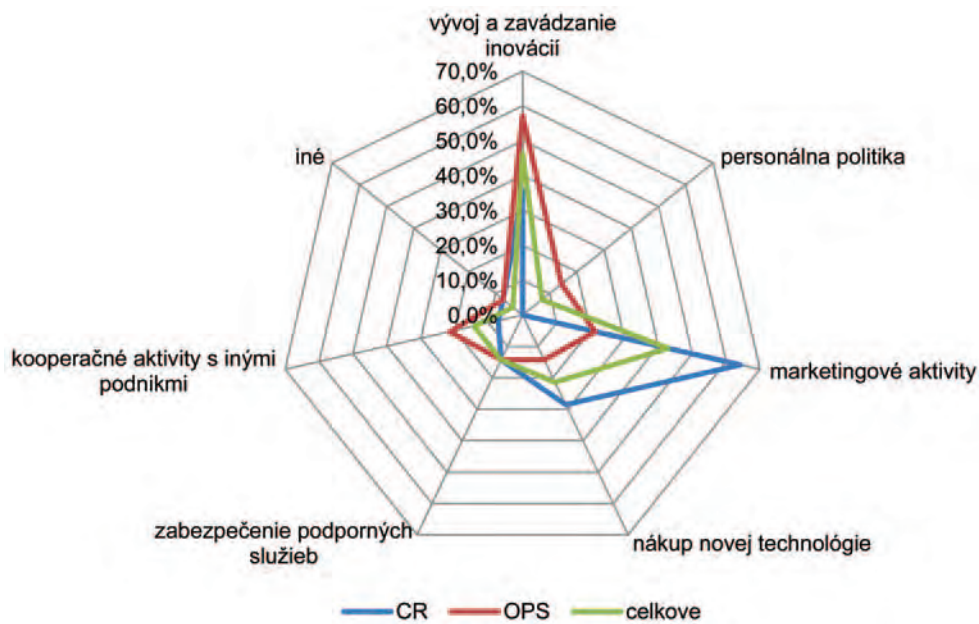
Graf 6.34 Význam verejných zdrojov pre rast gaziel, priemerné hodnotenie

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Celkovo gazely v OPS, ako aj v CR nevnímajú takmer žiaden vplyv verejných zdrojov na ich rast (priemerné bodové hodnotenie sa blíži k 0,4). Gazely v OPS sú však ovplyvnené verejnými zdrojmi o niečo viac ako gazely v CR. Obe skupiny gaziel najviac vnímajú vplyv podpory zo štátneho rozpočtu/štátnych fondov (rozpočtové kapitoly jednotlivých ministerstiev), ktorých vplyv sa v prípade gaziel v OPS blíži k miernemu vplyvu. Okrem toho ešte možno uviesť štrukturálne fondy EÚ a rámcové programy pre vedu a techniku. Gazely v CR najmenej vnímajú vplyv podpory z obecného alebo regionálneho rozpočtu. Ani jedna zo skúmaných podpôr však nedosahuje pri priemerovaní úroveň mierneho vplyvu.

V CR sme mohli predpokladať výraznejší vplyv podpory z obecného alebo regionálneho rozpočtu, resp. aj vplyv zdrojov regionálnych podporných organizácií. Tieto však podľa výsledkov prieskumu nezohrávajú takmer žiadnu úlohu pre gazely. Potvrdzujú sa tak aj výsledky predchádzajúcich otázok skúmajúcich vplyv podporných organizácií pre rast gaziel.

V priemere rokov 2011 – 2014 4,4 % výdavkov gaziel pochádza z verejných zdrojov. Pritom podiel verejných zdrojov v prípade OPS (7,3 %) je oveľa vyšší ako v prípade CR (1,9 %). Znamená to, že verejné zdroje sú významnejšie pre OPS ako pre CR.



Graf 6.35 Smerovanie verejných zdrojov gaziel

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Verejné zdroje gaziel obidvoch odborov smerujú najmä na vývoj a zavádzanie inovácií (46,4 % gaziel) a marketingové aktivity (42,9 %). Minimálne smerujú do oblasti personálnej politiky a na iné aktivity. Čo sa týka podnikov z cestovného ruchu, tu jednoznačne prevažuje využívanie verejných zdrojov na marketingové aktivity (64,3 %) a do vývoja a zavádzania inovácií (35,7 %). Verejné zdroje nie sú vôbec využívané podnikmi z cestovného ruchu v oblasti personálnej politiky a minimálne nakooperačné aktivity s inými podnikmi. Situácia v OPS je o niečo iná. Tu jednoznačne prevažuje vývoj a zavádzanie inovácií (57,1 %), nasledujú marketingové aktivity rovnako ako kooperačné aktivity s inými podnikmi (21 %). Gazely z OPS využívajú verejné zdroje minimálne najmä v personálnej politike, na nákup novej technológie a zabezpečenie podporných služieb.

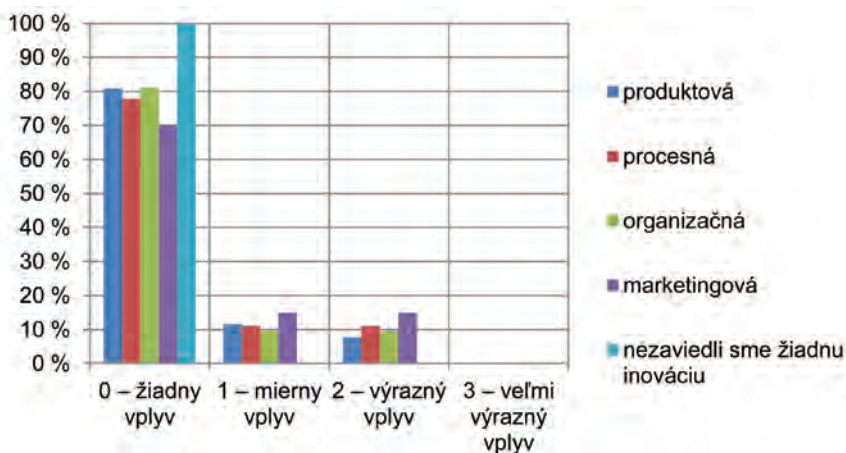
VO 22: Majú klastre významný vplyv na rast gaziel v službách?

Veľmi výrazný vplyv členstva alebo spolupráce s klastrom na rast obratu alebo zamestnanosti neuvádza ani jedna gazela. Väčšina gaziel neuvádza žiaden vplyv. Priemerné hodnotenie vplyvu členstva v klastri je pri OPS gazelách 0,19 (teda žiaden vplyv), pri CR 0,46 (približujúci sa k miernemu vplyvu). Gazely v OPS hodnotia vplyv spolupráce s klastrom o niečo vyššie, priemer je 0,6 (približujúci sa k miernemu vplyvu), a ga-

zely v CR 0,47. Pritom členstvo v sieti alebo v klastri zaviedlo ako organizačnú inováciu 9,5 % gaziel, v rámci gaziel v cestovnom ruchu išlo o 16,7 % gaziel a v OPS 6,7 %.

Typickou črtou klastrov je ich schopnosť pritiahnúť nové firmy do regiónu. V prieskume sa však táto skutočnosť nepotvrdila. Zhruba 82 % tých gaziel, ktoré podmienili vznik ďalších nových podnikov v regióne, neuvádza žiaden vplyv členstva v klastri, a len zvyšných 18,2 % gaziel ho hodnotí ako výrazný. Podobne aj 78 % gaziel (takmer dve pätiny), ktoré nepodmienili vznik nových ďalších firiem v regióne, buď nie sú členom klastra, alebo neuvádzajú žiaden jeho vplyv na svoj rast. Pritom napriek 17,4 % gazelám, ktoré udávajú mierny vplyv klastra na svoj rast, a 4,3 % gazelám, ktoré udávajú jeho výraznejší vplyv, spolu teda takmer 22 % gaziel, ktoré udávajú určitý vplyv klastra na ich rast, nepodmienilo vznik nových ďalších podnikov v regióne. Teda zhruba len v prípade neceljej pätiny gaziel, ktoré podmienili vznik ďalších nových firiem v regióne, má klastor výraznejší vplyv na ich rast a zhruba rovnaké percento gaziel, ktoré uznávajú určitý vplyv klastra na ich rast, nepodmienilo vznik žiadnych ďalších nových podnikov v regióne. Tento vplyv nezaznamenali gazely ani celkovo, tento efekt uvádza zhruba len tretina gaziel, pričom ide skôr o gazely v CR (42 % oproti gazelám v OPS 24 %).

VO 23: Sú podniky v klastri alebo podniky spolupracujúce s klastrom inovatívnejšie ako iné podniky?



Graf 6.36 Význam členstva v klastri na inovácie gaziel

Zdroj: Vlastný výskum, 2016.

Celkovo väzba medzi členstvom v klastri a inovatívnosťou gaziel nebola dokázaná. Podniky, pre ktoré členstvo v klastri malo výrazný vplyv na ich rast, zaviedli predovšetkým marketingové inovácie (15 % podnikov) a procesné inovácie (11,1 %). Naopak, podniky, ktoré nezaviedli žiadnu inováciu, nie sú členom klastra alebo mu neprisudzujú žiaden vplyv. Väčšina podnikov napriek tomu, že podniky neprisudzujú členstvu v klastri žiaden vplyv, realizujú inovácie, a to všetky typy inovácií, aj keď najmenej

marketingové inovácie. Podobné výsledky boli dosiahnuté v prípade spolupráce gaziel s klastrom. Najväčší vplyv na inovácie teda zaznamenalo členstvo v klastru alebo spolupráca s klastrom v prípade marketingových inovácií. Celkovo má však členstvo v klastru alebo spolupráca s klastrom nepodstatný vplyv na inovatívne gazely. Pritom však ako najdôležitejšie v rámci zabezpečenia rastu podniku v nasledujúcom roku uvádza 6 % z celého súboru gaziel spoluprácu s klastrom, z OPS neuvádza túto možnosť žiaden podnik a z podnikov cestovného ruchu ju uvádza 18 % (gazely v OPS uvádzajú skôr napojenie na technologické a inovačné centrum).

ZÁVER

Európska komisia uvádza rast počtu rýchlo rastúcich podnikov v rámci Stratégie Európa 2020 ako politický cieľ. Rozvinutosť ekonomiky služieb v rámci európskeho ekonomického priestoru podporuje tento trend i v prostredí produkcie služieb. Inovácie sú pritom považované za hlavný zdroj ekonomického rastu podnikov služieb.

Viacere európske štúdie uvádzané v tejto monografii sa zaoberajú problematikou dynamizácie ekonomického rastu a účinnosťou inovácií na vznik a existenciu gaziel v službách. V prostredí slovenského ekonomického monitoringu sa však daná problematika obmedzuje len na základné štatistické vykazovanie zastúpenia gaziel v ekonomike Slovenska, a to počnúc rokom 2012, pričom sledovane sa iniciovalo v roku 2015. Štúdie v predkladanej monografii tak možno označiť za prvé syntetizujúce sledovanie špecifik existencie gaziel v službách v SR.

Súčasná konštrukcia slovenskej ekonomiky a politické hospodárske priority jasne definujú dominantné postavenie automobilového a elektrotechnického priemyslu v tvorbe ekonomickej hodnoty krajiny. Na druhej strane však sila kľúčových priemyselných odvetví generuje dopyt po intermediálnych produktoch vrátane služieb. Preto i konštrukcia ekonomiky Slovenska môže byť účinným prostredím na dynamizáciu podnikov služieb. Takisto zvyšujúca sa životná úroveň obyvateľstva, demografia a zmena spotrebiteľského správania sú predpokladmi na vznik nových podnikov služieb schopných ekonomicky rásť. Účinný vplyv inovácií na tieto procesy však brzdia slabé podporné mechanizmy (inštitucionálne i finančné) zo strany štátu i podnikateľov. Slovenská ekonomika zaznamenáva intenzívne presadzovanie sektora služieb, ale podpriemerné hodnoty dosahovanej produktivity v službách (poznatkovo intenzívnych i neintenzívnych), vynímajúc informačné a komunikačné služby, ktoré evidujú najvyššiu produktivitu v rámci krajín V4. Tieto fakty nasvedčujú, že inovácie sú výzvou a zároveň slabou stránkou ekonomických produkčných mechanizmov v službách v SR.

Prepojenosť produkcie obchodno-podnikateľských služieb s výkonmi kľúčových priemyselných odborov, ako aj determinanty ekonomického rastu služieb, akými sú produktivita, výdavky na vedu a výskum, rast zamestnanosti, preukázali rastúcu tendenciu a pozitívne závislosti s vývojom výkonov OPS, meraných objemom pridanej hodnoty. Zvyšovanie produktivity v OPS teda podmieňuje súčasne i rast zamestnanosti. Vplyv využitia IKT ako ďalšieho determinanta ekonomického rastu na produktivitu vzhľadom na heterogenitu sektora služieb je variabilný. Vo všeobecnosti však možno konštatovať, že vo väčšine sekcií služieb rast produktivity je podmienený rastom podnikov využívajúcich IKT.

Analýza zastúpenia gaziel v rámci vybraných ekonomík OECD priniesla nasledujúce zistenia: Gazely tvoria vo vybraných ekonomikách v priemere 1/6 v skupine všetkých,

rýchlo rastúcich podnikov. Relácie podielu zastúpenia gaziel medzi ostatnými podnikmi vykonávajúcimi činnosť v konkrétnom sektore pozorovaných ekonomík oscilujú v každej krajine približne okolo rovnakých hodnôt každého sektora predmetných ekonomík. To znamená, že žiadna krajina nemá v konkrétnom sektore reláciu podielu týchto podnikov v štruktúre všetkých podnikov pôsobiacich v predmetnom sektore vyššiu a, naopak, v inom sektore zase nízku a všetky pozorované krajiny majú v rámci sektorovej štruktúry podnikov gaziel prevalentné zastúpenie predmetných podnikov v sektore služieb, a to približne v rádiuse okolo 50 – 70 %. Môžeme preto konštatovať, že terciárny sektor je sektor s dominantným pôsobením existencie mladých dynamických podnikov vo všetkých ekonomikách.

Sledovanie podielu gaziel na HGE v rámci krajín OECD demonštruje, že Slovensko vykazuje takmer priemernú hodnotu tohto parametra meraného podľa kritéria prírastku obratu. Nadpriemerné hodnoty podielu však dosahujú tieto podniky podľa kritéria prírastku zamestnanosti (> 22 %). Gazely tvoria tiež nadpriemerný podiel v skupine všetkých aktívnych podnikov ekonomiky a ich zastúpenie v rámci podnikateľských subjektov jednotlivých sektorov (stavebníctvo, priemysel, služby) je vyššie ako priemer vybraných krajín vo všetkých odvetviach. Na základe pozorovania sektorovej štruktúry slovenských gaziel možno konštatovať, že tieto sa vyznačujú dominantnou existenciou v sektore služieb (okolo 70 %) podľa oboch kritérií – prírastku obratu aj zamestnanosti.

NUTS II Bratislavský kraj, dosahujúci najvyššie hodnoty HDP na obyvateľa, má síce najvyšší regionálny podiel gaziel, ale tento sa len minimálne odlišuje od západného Slovenska dosahujúceho výrazne nižšie hodnoty HDP na obyvateľa. Podiel gaziel v ostatných regiónoch kopíruje úroveň podielu HDP v jednotlivých regiónoch. Regresná analýza ukázala štatisticky nevýznamnú závislosť medzi úrovňou dosiahnutého regionálneho HDP (za NUTS II) a počtom gaziel v regiónoch, ale silnú závislosť medzi regionálnou úrovňou HDP na obyvateľa a počtom gaziel v regiónoch. Čo sa týka samosprávnych krajov, BSK má až tretinový podiel všetkých gaziel na Slovensku, zastúpenie gaziel v ostatných krajoch je rovnomerné. Vo väčšine krajov podielovo gazely zodpovedajú krajskému podielu malých podnikov.

Gazely sú na Slovensku lokalizované najmä v mestách (zhruba štyri pätiny gaziel), pričom z nich viac ako polovica má sídlo v krajských mestách. Celkovo teda niečo menej ako polovica všetkých gaziel je lokalizovaných v krajských mestách. Aj väčšina gaziel v sledovaných službách má sídlo v mestách (takmer polovica gaziel v rámci poznatkovo intenzívnych trhových služieb a tri štvrtiny gaziel v cestovnom ruchu).

Jedným z najdôležitejších aspektov existencie gaziel je kvalitné podnikateľské prostredie. Podnikateľské prostredie v Slovenskej republike vykazuje trend miernej stabilizácie, ktorá vychádza z viacerých pozitívnych opatrení vlády SR. Stabilizácia podmienok rozvoja malého a stredného podnikania vrátane gaziel sa prejavila čiastočne v prístupe k finančným zdrojom, najmä vďaka nízkym úrokovým sadzbám, technologickému rozvoju, dobrej úrovni infraštruktúry, informačnej otvorenosti a stálosti a predvídateľnosti cien, t. j. nízkej inflácie. Pre zahraničných investorov sú lákadlom pozitívne hodnotené oblasti, ako nízke colné bariéry, nízke riziko terorizmu, otvorenosť zahraničným investí-

ciám, nízke zmeny úrokových sadzieb a legislatíva podporujúca prílev investícií. Toto tvrdenie je aj v súlade so stále rastúcim pozitívnym hodnotením slovenského podnikateľského prostredia v slovenských aj medzinárodných hodnotiacich správach a indexoch.

Napriek uvedeným skutočnostiam čelia podnikatelia na Slovensku najvyššej sadzbe firemnej dane v strednej Európe. Zvyšujú sa administratívne náklady a pretrvávajú pomerne vysoká miera korupcie. Problematickým je tiež prístup ku kvalitnej pracovnej sile a jej cena a sprísňovanie Zákonníka práce. Hlavnými výzvami na zabezpečenie podmienok pre dynamizáciu podnikov služieb sú tak výchova kvalitnej pracovnej sily a jej uplatnenie na Slovensku, posilnenie práva a príslušných procesov na boj s korupciou a výška sociálnych odvodov za zamestnancov. Situáciu komplikujú aj nepredvídateľné zmeny v legislatíve, stagnujúci školský systém bez reflexie na potreby trhu práce, zlá vymožitelnosť práv, ako aj veľmi slabá kooperácia podnikateľov, škôl a výskumných inštitúcií, ktorá bráni transferu poznatkov do praxe a na druhej strane je bariérou pre rozvoj školstva.

Čo sa týka využívaných finančných zdrojov, medzi gazelami a inými podnikmi neboli zistené výrazné diferencie. Vztahuje sa to aj na problémy pri podnikaní. Vnímanie problémov rýchlo rastúcimi podnikmi a gazelami, ako aj inovatívnymi a neinovatívnymi podnikmi sa v podstate takmer neodlišuje od vnímania problémov podnikmi ako celku. Preferencie gaziel vo využívaní externých zdrojov sa výrazne neodlišujú od preferencií iných podnikov. Z verejných zdrojov sú slovenskými podnikmi využívané pri inováciách najmä zdroje EÚ. Vládi, verejným a súkromným inštitúciám patria posledné miesta v pozícii informačných zdrojov, ako aj v pozícii kooperačných partnerov pre inovácie. Medzi menej významných partnerov možno zaradiť aj univerzity. Najmenej sú pri inováciách využívané zdroje regionálnej a miestnej správy a vo vzťahu k priemeru sledovaných krajín výrazne najmä vládne zdroje. V rámci EÚ-28 20 % podnikov označuje organizácie verejného sektora za prínosné pre podporu rozvoja inovácií, pričom podľa týchto zisťovaní na Slovensku ide len o 13 % podnikov.

Monografické dielo prostredníctvom analytickej časti venovanej primárnemu zisťovaniu podmienok existencie a inovačnému správaniu sa gaziel v službách v SR poskytuje odpovede na 21 výskumných otázok. Odpovede na ne zabezpečujú splnenie cieľov výskumu, ktoré sme stanovili pre potreby riešenia predmetnej problematiky. Nasledujúca časť je teda venovaná sumarizujúcim zisteniam, ku ktorých nás priviedli odpovede na výskumné otázky.

Slovenské gazely v službách sú inovatívnejšie ako malé a stredné podniky všeobecne. Možno konštatovať, že inovácie sú zdrojom ich ekonomického úspechu. Výsledky pritom dokumentujú vyššiu inovatívnosť podnikov – gaziel poznatkovo intenzívnych služieb (OPS) v porovnaní s inovatívnosťou gaziel s nízkou poznatkovou intenzitou (CR). Poznatková intenzita produkcie je tak determinantom inovatívnosti gaziel. Takmer polovica OPS gaziel pritom ako inovačný zdroj uvádza vlastný výskum a vývoj realizovaný prevažne použitím vlastných kapacít. Ako významný faktor využitia vlastných výskumno-vývojových kapacít možno tiež identifikovať geografický pôvod podnikového kapitálu, keď zahraničné podniky sú najaktívnejšie subjekty realizácie vlastného výskumu a vývoja. Negatívnym zistením je, že ani gazely nevyužívajú spoluprácu pri vý-

skumných a vývojových aktivitách, rovnako ako podniky všeobecne. Existuje teda významný a nevyužitý potenciál gaziel, ktorý by za podmienok akcelerácie výskumných aktivít v rôznych formách spolupráce generoval ďalšie príležitosti na dynamizáciu ekonomického rastu podnikov a lokálnych ekonomických štruktúr.

Gazely si uvedomujú účinky inovácií na ich ekonomický rast. V prípade podnikov cestovného ruchu je však evidentné, že inovácie nie sú jediným významným determinantom rastu, a štvrtina podnikov CR daný efekt zamietá. Za problematický možno označiť fakt o slabej zainteresovanosti a následne i úrovni poznatkov o efektoch inovácií v manažmentoch podnikov – gaziel, keď podniky nevedia posúdiť vplyv inovácií na ich rast.

Špecifiká produkcie služieb v závislosti od jej poznatkovej intenzity sa premietli v plnom rozsahu do štruktúrneho využitia inovácií v gazelách. Vyššia univerzálnosť produkcie v cestovnom ruchu podmieňuje významný rozsah implementácie marketingových inovácií. Individuálny a špecializovaný charakter produkcie OPS podmieňuje silnú koncentráciu na organizačné inovácie. V oblasti produktových a procesných inovácií je situácia veľmi podobná, pričom väčšina gaziel CR aj OPS inovujú v týchto oblastiach. Ponúkajú však radikálne inovácie na medzinárodnom trhu len v minimálnom rozsahu. Gazely OPS preukázali schopnosť ponúkať radikálne inovácie pre domáci trh (v menšej miere i CR). Prioritným druhom produktových inovácií pre CR aj OPS gazely sú však produktové inovácie čiastočne alebo úplne nové pre firmu. Nepotvrdil sa predpoklad o prioritnom využití netechnologických inovácií v gazelách v súvislosti s platnými konštatáciami o uplatnení inovácií v službách. Technologické inovácie sú využívaným zdrojom rastu gaziel, v zahraničných podnikoch v plnom rozsahu (100 % podnikov).

Gazely na Slovensku (poznatkovo intenzívne i neintenzívne) optimalizujú svoje podnikové procesy zavádzaním IKT najviac v interných procesoch (CRM systémy), transakčných a marketingových procesoch a v oblasti prístupu zamestnancov k podnikovému informačnému systému. Gazely OPS (poznatkovo intenzívne služby) však využívajú vo väčšej miere sofistikovanejšie IKT (CRM na analytické účely ako podklad rozhodovacích procesov) a na podporu spolupráce a tímovej práce. Naopak, gazely CR (poznatkovo neintenzívne služby) využívajú IKT predovšetkým v transakčných a marketingových procesoch smerujúcich ku konečnému spotrebiteľovi. Takisto rozsah využitia IKT vyznieva v prospech gaziel OPS. Poznatková intenzita produkcie determinuje teda využitie IKT v zavádzaní procesných inovácií.

Spoločným prvkom v oblasti implementácie organizačných inovácií pre oba typy produkcie služieb (poznatkovo intenzívnej i poznatkovo neintenzívnej) je orientácia na zamestnancov a ich výkon. OPS gazely však inovujú intenzívnejšie a v širšom rozsahu: outsourcing, redizajn pracovných miest, IT zručnosti, spolupráca s podnikmi a univerzitami. Gazely CR dominujú v oblasti zmien v organizačnej štruktúre, implementácie etického kódexu, spolupráce s verejným sektorom a klastrovania a sieťovania. Poznatková intenzita produkcie je determinantom využitia organizačných inovácií.

Rozdielnosti v zavádzaní marketingových inovácií gazelami (poznatkovo intenzívnymi a neintenzívnymi) nepozorujeme. Vo všeobecnosti s rovnakou intenzitou smerujú

predovšetkým do oblastí sociálneho, priameho a zážitkového marketingu. Odlišnosti sú len v oslovanom cieľovom zákazníckom segmente (odborná verejnosť – konferencie, verejnosť – veľtrhy a výstavy). Preto poznatková intenzita produkcie nie je determinantom využitia marketingových inovácií.

Účinky inovácií sú najintenzívnejšie vnímané v nasledujúcich oblastiach: zamestnanci, spotrebiteľia/klienti a produkty. Za oblasti s najslabším pôsobením inovačných efektov môžeme označiť nasledujúce: zníženie enviro záťaže (CR aj OPS), vstup nového investora (len CR), získanie certifikácie kvality (CR aj OPS), vznik VV jednotky v podniku (len CR), vstup do VV projektu (len CR). Všetky definované oblasti, v ktorých sa prejavujú účinky inovácií, zaznamenali v podnikoch OPS vyššie hodnoty ako v podnikoch CR. Jedine oblasť lojality zamestnancov zaznamenala v podnikoch CR intenzívnejší účinok inovácií ako v podnikoch OPS. Poznatková intenzita je tak dôležitým faktorom účinnosti inovácií. Výsledok hovorí o signifikantnom význame schopnosti podniku zaviesť inováciu optimálnym spôsobom a pripraviť stimulujúce inovačné prostredie. Manažment inovácií tak možno označiť za rozhodujúci činiteľ pre úspešnosť inovácií.

Výsledky primárneho výskumu vypovedajú o schopnosti väčšej kooperácie poznatko-vo intenzívnych gaziel v oblasti realizácie inovačných aktivít.

Gazely v obchodno-podnikateľských službách investujú ročne do IKT, ako aj do inovácií viac prostriedkov ako gazely v cestovnom ruchu. Gazely v obchodno-podnikateľských službách v porovnaní s gazelami v cestovnom ruchu pritom preukázali lepšiu vybavenosť IKT a zároveň gazely v obchodno-podnikateľských službách vykazujú vyššiu inovatívnosť, účinky ktorej sa dostavujú s vyššou intenzitou. Poznatková intenzita tak ovplyvňuje objem investícií do inovácií, ako aj príslušné efekty.

V rámci časti výskumu týkajúceho sa vonkajších faktorov podnikateľského prostredia sme sa zamerali na identifikáciu najzávažnejších prekážok v podnikateľskej činnosti gaziel v službách. Najintenzívnejšie sú gazelami v službách (OPS aj CR) vnímané problémy v nasledujúcich oblastiach: odvodové a daňové povinnosti, nárast konkurencie a stále zmeny v legislatíve. Gazely v obchodno-podnikateľských službách vidia navyše problém v dostupnosti a cene kvalifikovanej pracovnej sily a tiež v komplikovanej dostupnosti financovania z EÚ. Gazely pôsobiace v CR definovali navyše ako negatívne faktory podnikateľského prostredia problémy s nízkou úrovňou infraštruktúry, nízkou vymožitelnosťou práva, nedostatočnou hospodárskou politikou štátu a dostupnosťou informácií.

Výsledky výskumu preukázali, že na rast podnikov– gaziel v službách mali najvýraznejší vplyv opatrenia na zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu, týkajúci sa najmä štátnych orgánov a inštitúcií, flexibilnejší systém na trhu práce a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily. Podľa zistení realizovaného výskumu respondenti ani v jednej skupine nepokladajú za významný faktor ich rastu štátnu podporu ich inovačných aktivít. Okrem uvedeného gazely v CR najmarkantnejšie ovplyvnil jednoduchší prístup k financovaniu, ktorému OPS podniky podľa vyhodnotenia prieskumu neprikladajú významnejšiu váhu.

Gazely radiace sa k OPS, ktorých produkcia je založená na poznatkoch a kvalifikovanej pracovnej sile, vo všeobecnosti kopírujú priority na nasledujúce obdobie piatich rokov identifikované za podniky spolu (OPS a CR): zvýšenie zisku a obratu a zvýšenie podielu na domácom trhu. Pre tretinu všetkých gaziel je významnou prioritou zavádzanie inovácií a potreba stať sa inovatívnejším. Odlišné názory medzi podnikmi CR a OPS boli na prioritu týkajúcu sa prijatia kvalifikovanej pracovnej sily. V prípade gaziel pôsobiacich v subsektore CR bola uvedená priorita medzi najmenej frekventovanými prioritami, čo môže súvisieť s faktom, že služby CR sú podľa poznatkovej náročnosti zaradené medzi poznatkovo menej náročné služby bez významnejšej potreby kvalifikovaných pracovníkov. Naopak, OPS gazely plánujú prioritne prijať novú kvalifikovanú pracovnú silu a tiež vzdelávať a školiť zamestnancov.

Názory na najvýznamnejšie zmeny vplyvajúce na rast gaziel podľa vlastníctva (gazely s domácou, so zahraničnou účasťou alebo zahraničné gazely) boli sčasti odlišné. Gazely so zahraničnou účasťou a zahraničné gazely vykazovali spoločné znaky odpovedí a medzi najvýznamnejšie zmeny zhodne zaradili zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu, čo súvisí, samozrejme, so zjednodušením komunikácie medzi verejnou správou a predmetnými podnikmi aj v kontexte cezhraničnej komunikácie. V poradí druhá frekventovaná bola v prípade oboch možností dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily. Na rast gaziel vlastnených slovenskými vlastníckmi mal najväčší vplyv flexibilnejší systém na trhu práce a až následne zdokonalenie prechodu na elektronickú komunikáciu a dostupnosť kvalifikovanej pracovnej sily. Prekvapivo najnižšie hodnoteným vplyvom pri všetkých kategóriách podľa vlastníctva bolo zjednodušenie a zvýšenie transparentnosti žiadostí o štátne dotácie a inštitucionálna a finančná podpora inovačných aktivít podnikov zo strany štátu. Týmto vplyvom ani jedna skupina podnikov patriacich do rôznych kategórií podľa vlastníctva (podniky s domácou, so zahraničnou účasťou alebo zahraničné gazely) neprípisuje nijakú dôležitosť do budúcnosti.

Regionálne podporné organizácie nemajú takmer žiaden vplyv na rast gaziel, a to ani v OPS, ani v CR. Aj tie gazely, ktoré vplyv týchto organizácií uznávajú, vnímajú len ich minimálny vplyv, aj keď gazely v OPS uznávajú väčší vplyv týchto organizácií ako gazely v CR. Najvyšší, aj keď nízky vplyv na gazely v CR má spolupráca s klastrom a členstvo v ňom, nasleduje spolupráca s OOCR. V prípade gaziel v OPS má najväčší vplyv spolupráca s podnikateľským a inovačným centrom (BIC), spolupráca s technologickým a inovačným centrom, kompetenčným centrom, resp. podobnou organizáciou, a lokalizácia v priemyselnom parku. Z hľadiska sledovaných podporných nástrojov organizácií má najväčší, aj keď minimálny vplyv na gazely v OPS poskytovanie informácií, sprostredkovaný prístup k inováciám a sprostredkovanie kontaktov na zákazníkov. Gazely v CR uznávajú podobne ako gazely v OPS najmä vplyv poskytovania informácií a na rozdiel od gaziel v OPS má mierny vplyv na ich rast marketing regiónu.

Na základe našich zistení celkovo gazely v OPS, ani v CR nevnímajú takmer žiaden vplyv verejných zdrojov na ich rast. Obe skupiny gaziel pritom vnímajú najviac vplyv podpory zo štátneho rozpočtu/štátnych fondov (rozpočtové kapitoly jednotlivých ministerstiev). Verejné zdroje, ktoré gazely využívajú, smerujú najmä na vývoj a zavádzanie

inovácií a marketingové aktivity, v minimálnom rozsahu smerujú do oblasti personálnej politiky a na iné aktivity. Čo sa týka podnikov z cestovného ruchu, tu jednoznačne prevažuje využívanie verejných zdrojov na marketingové aktivity a následne na vývoj a zavádzanie inovácií. V rámci gaziel v OPS jasne prevažuje vývoj a zavádzanie inovácií. S výrazným odstupom nasledujú marketingové aktivity rovnako ako kooperačné aktivity s inými podnikmi.

Vplyv klastrov (členstvo a spolupráca) na rast gaziel možno označiť len ako mierny. Spolupráca s klastrom je však hodnotená gazelami v CR a OPS spolu najvyššie spomedzi podporných organizácií. Náš prieskum nepotvrdil, že by gazely v klastri alebo gazely spolupracujúce s klastrom boli inovatívnejšie ako iné gazely. Väčšina podnikov aj napriek tomu, že neprisudzuje členstvu v klastri žiaden vplyv, realizuje inovácie, a to všetky typy inovácií. Podobné výsledky boli dosiahnuté v prípade spolupráce gaziel s klastrom. Najväčší vplyv na inovácie však zaznamenalo členstvo v klastri alebo spolupráca s klastrom v prípade marketingových inovácií.

Spoločensko-ekonomický význam existencie gaziel v službách sa nezakladá primárne na ich aktuálnom ekonomickom prínose generovanom ekonomickou silou týchto subjektov. Dôležitými faktami v oblasti ich spoločenských a ekonomických dosahov sú skutočnosti, ktoré sa viažu k ich vzniku a ktoré dokumentujú unikátny podnikateľský zámer, nové väzby, inovatívne riešenia a schopnosť riskovať. Tieto nové podniky s vysokým ekonomickým rastom vytvárajú v lokálnej ekonomike dopyt po produktoch, ktoré uspokojujú ich požiadavky vyplývajúce z novátorstva vlastných produktov i produkcie. Kreujú tak podnikateľské prostredie smerom k inováciám, kladú nové požiadavky na pracovné sily a menia očakávania klientov. Spôsobujú tak tlak na celý hodnotový reťazec v lokálnej ekonomike smerom k akceptácii inovácií. Okrem tvorby nových pracovných miest je tak „výchova spoločnosti k inováciám“ hlavným spoločenským významom existencie gaziel, ktorý by sa mal v konečnom dôsledku odrážať i vo vzdelávacích štruktúrach lokálneho spoločenstva.

Ich ekonomický význam sa zvýši, pokiaľ si ekonomický rast udržia i po kritickom období troch rokov. Stávajú sa tak pomerne stabilnou entitou v ekonomike s funkčnou štruktúrou dodávateľsko-odberateľskej siete, čím multiplikačne ovplyvňujú rast lokálnej ekonomiky. Realita však dokumentuje pomerne vysokú „úmrtnosť“ gaziel. Na jednej strane je príčinou odkúpenie podniku a zároveň zaujímavej podnikateľskej myšlienky iným subjektom, pomerne často však dochádza (predovšetkým v prípade startupov) k zániku podniku. Pre perspektívu existencie dynamických podnikov služieb je nevyhnutné vytvoriť stimulujúce a podnikateľsky priaznivé prostredie, pretože výskum preukázal, že gazely identifikujú rovnaké bariéry ďalšieho rastu ako podniky všeobecne. V závere uvádzame podnety, ktoré môžu pozitívne ovplyvniť perspektívu existencie dynamických podnikov služieb a ich udržateľný rast:

- posilniť edukáciu smerom k podnikateľským ambíciám študentov stredných a vysokých škôl;
- podporiť začínajúcich mladých podnikateľov (študentov a postštudentov) v rámci daňových pravidiel;

- zohľadniť výdavky na vzdelávanie zamestnancov mladých podnikov v odvodovej politike;
- zohľadniť výdavky na inovácie v daňovej politike, predovšetkým na začiatku podnikania;
- zohľadniť spoluprácu podnikateľského prostredia s vysokými školami v daňovej politike;
- podporiť duálne vzdelávanie na vysokých školách;
- podporovať lokalizáciu ekonomických aktivít na jednom mieste s vysokou úrovňou infraštruktúry a služieb na zabezpečenie dosiahnutia výhod z koncentrácie (či už v rámci miest, alebo aj iného územia krajiny);
- podporovať gazely aj v regiónoch s nižšou úrovňou sociálno-ekonomického rozvoja vzhľadom na ich vplyv na ekonomickú výkonnosť regiónu;
- podporou malých a stredných podnikov, ako aj malých podnikov dochádza zároveň k podpore gaziel. Zrejmé diferencie medzi problémami týchto podnikov a gaziel pri podnikaní, ako aj vo finančných zdrojoch a preferenciách externých finančných zdrojov neboli zaznamenané. Externé financovanie gaziel je však osobitne dôležité vzhľadom na ich vek a finančné riziká spojené s inováciami;
- aktivizovať a zviditeľniť činnosti podporných organizácií a ich senzibilizáciu voči rýchlo rastúcim podnikom (vrátane aktivít univerzít) na zabezpečenie optimálnych podmienok ich rastu v rámci zlepšovania lokalizačných podmienok regiónu a kvalitného podnikateľského prostredia v ňom, v spojení s minimalizáciou rizík vyplývajúcich z fungovania gaziel realizujúcich inovácie. Pôsobenie týchto organizácií v oblasti nefinančnej podpory – poskytovania informácií, sprístupnenia inovácií, sprostredkovania kontaktov, poradenstva, ako aj v pozícii kooperačných partnerov a aj v oblasti finančnej podpory – podpora inovačných projektov. Aktivizácia kompetenčných centier, BIC a RPIC aj v prípade gaziel v cestovnom ruchu;
- zlepšenie koordinácie aktivít podporných regionálnych organizácií a koordinované využívanie regionálnych verejných zdrojov;
- cieľavedomejšie zameranie verejných zdrojov na gazely (resp. diferenciácia podnikov podľa veku) realizujúcich inovácie, najmä čo sa týka vládnych zdrojov, realizácia programov priamej finančnej podpory a zlepšenie prístupu k verejným zdrojom;
- klastre môžu byť jedným z nástrojov aj podpory gaziel, napriek tomu, že gazely nie sú členmi klastrov, resp. nevnímajú takmer žiaden vplyv členstva na svoj rast, a to vďaka spolupráce s klastrom a, pravdepodobne, v dôsledku efektov klastrov na gazely v súvislosti s lokalizačnými výhodami uľahčujúcimi ich rast.

LITERATÚRA

- ABAC. (2011). *Understanding Service at the heart of a competitive economy – An ABAC Initiative*. Dostupné na internete: http://aimp.apec.org/Documents/2011/GOS/GOS3/11_gos3_024.pdf.
- ACS, Z. – PARSONS, W. – TRACY, S. (2008). *High-Impact Firms: Gazelles Revisited*. Washington, DC: Corporate Research Board. Dostupné na internete: http://www.massmac.org/newsline/0902/high_impact_firms.pdf.
- AHMAD, N. (2006). A proposed framework for business demographic statistics. *Statistics Working Paper Series 3/2006*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: <http://ina.bnu.edu.cn/docs/20140604155954882870.pdf>
- AITKEN, B. – HARRISON, A. (1999). Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela. In *American Economic Review*, 89 (3), 605-618.
- ARRIGHETTI, A. – VIVARELLI, M. (1999). The role of innovation in the postentry performance of new small firms: evidence from Italy. In *Southern Economic Journal*, 65(4), 927-939.
- AUDRETSCH, D. B. (1995). Innovation, growth and survival. In *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 441-457.
- AUDRETSCH, D. B. (2012). *Determinants of High-Growth Entrepreneurship. Report prepared for the OECD/DBA International Workshop on High-growth firms: local policies and local determinants. Copenhagen: University of Indiana – United States*. Dostupné na internete: https://www.oecd.org/cfe/leed/Audretsch_determinants%20of%20high-growth%20firms.pdf.
- AUDRETSCH, D. B. – DOHSE, D. (2007). Location: a neglected determinant of firm growth. In *Review of World Economics*, 143(1), 79-107.
- AUDRETSCH, D. B. – KEILBACH, M. – LEHMANN, E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.
- AUDRETSCH, D. B. – MAHMOOD, T. (1994). Firm selection and industry evolution: the post-entry performance of new firms. In *Journal of Evolutionary Economics* 4(3), 243-260.
- AUTIO, E. – ARENIUS, P. – WALLENIUS, H. (2000). *Economic impact of gazelle firms in Finland*. Espoo, FI: Helsinki University of Technology Institute of Strategy and International Business. Dostupné na internete: https://www.researchgate.net/publication/266471628_ECONOMIC_IMPACT_OF_GAZELLE_FIRMS_IN_FINLAND
- AYITTEY, G. (2008). The african development conundrum. In POWELL, B. *Making Poor Nations Rich. Entrepreneurship and the Process of Economic Development*. Washington D.C: Stanford University Press.
- BALCI, B. – HOLLMANN, A. – ROSENKRANZ, C. (2011). *Service Productivity: A Literature Review and Research Agenda*. XXI. International RESER Conference. Hamburg.

- BARKHAM, R. – GUDGIN, G. – HART, M. – HANVEY, E. (1996). *The Determinants of Small Firm Growth: An Inter-Regional Study in the United Kingdom 1986-90*. London, UK: Jessica Kingsley Publisher Ltd.
- BARNARD, P. – FISCHER, E. – REUBER, R. – RUMALD, R. (1998). *Elusive Gazelles. Finding Them and Helping Them Grow*. Summary of a think tank organised by Fulcrum Partners, (1) 1998.
- BAUMGÄRTNER, M. – BIENZEISLER, B. (2006). *Dienstleistungsproduktivität. Konzeptionelle Grundlagen am Beispiel interaktiver Dienstleistungen*. Stuttgart: Fraunhofer-IRB-Verl.
- BAUMOL, W. J. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. In *Journal of Political Economy*, 98, 893-921.
- BECCHETTI, L. – TROVATO, G. (2002). The determinants of growth for small and medium sized firms. The role of the availability of external finance. In *Small Business Economics*, 19(4), 291-302.
- BELL, D. (1973). *The Coming of the Post-Industrial Society*. New York, NY: Basic Book. Dostupné na internete: https://www.os3.nl/_media/2011-2012/daniel_bell_-_the_coming_of_post-industrial_society.pdf.
- BERR. (2008). High growth firms in the UK – Lessons from an analysis of comparative UK performance. *BERR economics paper, 03*. Dostupné na internete: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090609003228/http://www.berr.gov.uk/files/file49042.pdf>.
- BESSANT, J. – TIDD, J. (2011). *Innovation and Entrepreneurship*. 2nd ed. Chichester: John Wiley & Sons.
- BIRCH, D. L. (1979). *The Job Generation Process. MIT Program on Neighborhood and Regional Change*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- BIRCH, L. D. (1987). *Job Creation in America: How our smallest companies put the most people to wor*. New York, NY: Free Press Macmillan.
- BIRCH, D. L. (1992). *Employment Dynamics in the US*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- BIRCH, D. L. – HAGGERTY, A. – PARSONS, W. (1995). *Who's creating jobs?*. Boston, MA: Cognetics Inc.
- BIRCH, D. L. – HAGGERTY, A. – PARSONS, W. (1997). *Who's Creating Jobs? Hot Industries*. Cambridge, Massachusetts, MA: Cognetics Inc.
- BLOOMBERG. (2014). *Best Countries for Business 2014*. Dostupné na internete: <http://www.bloomberg.com/slideshow/2014-01-21/best-countries-for-business-2014.html>.
- BORNHÄLL, A. – DAUNFELDT, S. O. – RUDHOLM, N. (2013). *Sleeping Gazelles: High profits but no growth*. University of Sussex: SWPS 2013-10.
- BRIXY, U. – GROTZ, R. (2007). Regional patterns and determinants of birth and survival of new firms in Western Germany. In *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 293-312.
- BRYNJOLFSSON, E. (1993). The productivity paradox of information technology. In *Communications of the ACM*, 36(12), 66-77.
- BRYNJOLFSSON, E. – HITT, L. (2003). Computing productivity: Firm level evidence. In *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 793–808.

- BURNS, P. – HARRISON, J. (1996). *Small Business and Entrepreneurship*. Macmillan Press.
- CANAB, P. (1998). What's a Gazelle? *The Economic Development Marketing Letter* 28. February 1998, Vol.1, Issue e/2 SPECIAL EDITON. Dostupné na internete: <http://www.blancanada.com/pdf/WhatsAGazelle.pdf>.
- CAPELLERAS, J. L. – GREENE, F. J. (2008). The determinants and growth implications of venture creation speed. In *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(4), 317–343.
- CARLINO, G. – KERR, W. (2014). Agglomeration and innovation. In *NBER Working papers*, No 20367.
- CAVES, R. (1996). *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. New York: Cambridge University Press.
- CEFIS, E. – MARSILI, O. (2006). Survivor: the role of innovation in firms survival. In *Research Policy*, 35(5), 626–641.
- CLAYTON, R. L. – SADEGHI, A. – TALAN, D. M. – SPLETZER, J. R. (2013). High-Employment-Growth Firms: Defining and Counting Them. In *Monthly Labor Review*, 4, 3–13. Washington, DC : The United States Department of Labor. Dostupné na internete: <http://stats.bls.gov/pub/mlr/2013/06/art1full.pdf>.
- COAD, A. (2009). *The Growth of Firms: A Survey of Theories and Empirical Evidence*. Cheltenham: Edward Elgar.
- COE, D. – HELPMAN, E. – HOFFMAISTER, A. (1997). North-south spillovers. In *Economic Journal*, 107 (440), 134–149.
- COLOMBELLI, A. – KRAFFT, J. – QUATRARO, F. (2013). High-growth firms and technological knowledge: do gazelles follow exploration or exploitation strategies? In *Industrial and Corporate Change*, 23 (1), 261–291.
- COOPER, R. G. – KLEINSCHMIDT, E. J. (1995). Benchmarking the firm's critical success factors in new product development. In *Journal of Product Innovation Management*, 12, 374–391.
- CORSTEN, H. (1994). Produktivitätsmanagement bilateraler personen-bezogener Dienstleistungen. In CORSTEN, H. – HILKE, W. (Hg.) *Dienstleistungsproduktion* (43–77). Wiesbaden: Th. Gabler.
- CORSTEN, H. (2001). *Dienstleistungsmanagement*. 4. Aufl. München, Wien.
- CUNNEEN, D. J. – MEREDITH, G. G. (2007) Entrepreneurial Founding Activities that Create Gazelles. In *Small Enterprise Research*, Taylor & Francis Online, Vol. 15, Issue 1, 39–59.
- CZARNITZKI, D. – DELANOTE, J. (2013). Young Innovative Companies: the new high-growth firms? In *Industrial and Corporate Change*. Vol. 22 Issue 5, 1315–1340. Oxford, UK : Oxford University Press.
- DAUNFELDT, S.-O. – RUDHOLM, N. – BERGSTRÖM, F. (2006). Entry into Swedish retail- and wholesale trade markets. In *Review of Industrial Organization*, 29, 213–225.
- DAUTZENBERG, K. – EHRLINSPIEL, M. – GUDE, H. – KÄSER-ERDTRACHT, J. – TILL SCHULTZ, P. – TENOROTH, J. – TSCHERNITKE, M. – WALLAU, F. (2012). *Study on Fast Growing Young Companies (Gazelles) – Summary*. Copenhagen, DK : Ramboll Group on behalf of the Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Dostupné na internete: <https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/studie-ueber-schnell-wachsende-jun->

gunternehmen-gazellen-kurzfassung-en,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf.

De MICHELIS, A. – ESTEVAO, M. – WILSON, B. A. (2013). *Productivity or Employment: Is It a Choice?* Dostupné na internete: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2013/wp1397.pdf>.

DELINA, R. – VAJDA, V. (2005). Problém hodnotenia finančnej výkonnosti investícií do informačných technológií. In *Financie, bankovníctvo, investovanie: 1. medzinárodná vedecká konferencia mladých vedcov*. Herľany, Košice: TU.

Den HARTIGH, E. – ZEGVELD, M. (2011). Service Productivity How to Measure and Improve It? In DEMIRKAN, H. et. al. *Service Systems Implementation, Service Science: Research and Innovations in the Service Economy* (183–198).USA.

DENIS, C. – McMORROW, K. – ROGER, W. (2004). An analysis of EU and US produktivity developments. In *European Commission Economic Papers*, 208, Brussels.

DOBBS, M. – HAMILTON, R. T. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions. International. In *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13 (5), 296–322.

DOING BUSINESS. (2016). Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises. Dostupné na internete: <http://www.doingbusiness.org/-/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>.

DU, J. – TEMOURI, Y. (2015). High-growth firms and productivity: evidence from the UK. In *Small Business Economy*, 44, 123-143.

EATON, J. – KORTUM, S. (2001). Trade in capital goods. In *European Economic Review*, 45 (7), 1195-1235.

European Cluster Organisation. (2012). *Global cluster initiative survey*. Dostupné na internete: http://www.clusterobservatory.eu/common/galleries/downloads/GCIS_2012_SummaryReport.pdf.

European Commission. (2007). *Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics*. Paris, FR: OECD PUBLICATIONS. Dostupné na internete: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/eurostat-oecd-manual-on-business-demography-statistics_9789264041882-en.

European Commission. (2010). *Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth: Communication from the Commission*. Research report.

European Commission. (2014). *The role of public support in the commercialisation of innovations. Flash Eurobarometer 394*. Brussel: European Commission. Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_394_en.pdf.

European Commission. (2015). *Survey on the access to finance of enterprises*. Dostupné na internete: <https://www.ecb.europa.eu/stats/money/surveys>.

Európska komisia. (2013a). *Inteligentná príručka pre inováciu služieb*. Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/regional-sme-policies/documents/no.4_service_innovation_sk.pdf.

Európska komisia. (2013b). *Inovácia v Únii – Vreckový sprievodca iniciatívou stratégie Európa 2020*. Luxemburg: Úrad pre vydávanie publikácií Európskej únie.

Európska komisia. (2016). *Správa o krajine za rok 2016 – Slovensko*. Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/cr2016_slovakia_sk.pdf.

- Eurostat – OECD. (2007). *Manual on Business Demography Statistics*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5901585/KS-RA-07-010-EN.PDF/290a71ec-7a71-43be-909b-08ea6bc521?version=1.0>.
- Eurostat. (2014). *Indicators of the EIP – entrepreneurship indicators programme (from 2008 onwards, NACE Rev. 2)*. Dostupné na internete: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/print.do?print=true>.
- Eurostat. (2016). *Data Explorer*. Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Information_society_statistics_-_enterprises, http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_na_1a_se_r2&lang=en.
- Eurostat. (2016). Dostupné na internete: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/data/database>.
- FAGIOLO, G. – LUZZI, A. (2006). Do liquidity constraints matter in explaining firm size and growth? Some evidence from the Italian manufacturing industry. In *Industrial and Corporate Change*, 15(1), 1-39.
- FEINDT, S. – JEFFCOATE, J. – CHAPPELL, C. (2002). Identifying Success factors for Rapid Growth in SME E-commerce. In *Small Business Economics*, 19, 51-62
- Financial Times. *Definitoin of gazelle*. Dostupné na internete: <http://lexicon.ft.com/Term?term=gazelle>.
- FREDERICK, H. H. (2004). Towards high growth enterprise. In *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(3/4), 238-248.
- FREEL, M. S. (2000). Do small innovating firms outperform non-innovators? In *Small Business Economics*, 14 (3), 195-210.
- FROEHLE, C. M. – ROTH, A. V. (2004). New measurement scales for evaluating perceptions of the technology-mediated customer service experience. In *Journal of Operations Management*, 22 (1), 1-21.
- FUJITA, M. – KRUGMAN, P. R. – VENABLES, A. J. (1999). *The spatial economy: cities, regions and international trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- FULLER, J. – MATZLER, K. (2007). Virtual product experience and customer participation – A chance for customer-centred, really new products. In *Technovation*, 27(6), 378-387.
- GEROSKI, P. A. (1995). What do we know about entry? In *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 421-440.
- GEROSKI, P. A. – CAMBRIDGE, – MACHIN, S. (1992). Do innovating firms outperform non-innovators? In *Business Strategy Review*, 3 (2), 79-90.
- GEROSKI, P. A. – GUGLER, K. (2004). Corporate growth convergence in Europe. In *Oxford Economic Papers*, 56 (4), 597-620.
- GEROSKI, P. A. – TOKER, S. (1996). The turnover of market leaders in UK manufacturing industry, 1979-86. In *International Journal of Industrial Organization*, 14(2), 141-158.
- GIBRAT, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. Recueil Sirey.
- GILBERT, B. A. – McDOUGALL, P. P. – AUDRETSCH, D. B. (2006). New Venture Growth: A Review and Extension. In *Journal of Management*, 32(6), December, 926-950.

- GOLDSTEIN, H. A. – RENAULT, C. S. (2004). Contributions of universities to regional economic development: a quasi-experimental approach. In *Regional Studies*, 38, 733-746.
- GOMPERS, P. – LERNER, J. (2010). Equity Financing. In ACS, Z. J. – AUDRETSCH, D. B. (eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*. New York: Springer, pp. 183-216.
- GREENWOOD, J. – JOVANOVIĆ, B. (1998). Accounting for growth. In *NBER Working Paper*, 6647, Cambridge, Massachusetts.
- GRÖNROOS, C. – OJASALO, K. (2004). Service productivity. Towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services. In *Journal of Business Research*, 57(4), 414-423.
- GRUNDSTRÖM, CH. – SJÖSTRÖM, R. – UDDEMBERG, A. – RÖNNBÄCK, A. (2012). Fast-Growing SMEs and the Role of Innovation. In *International Journal of Innovation Management*, 16 (3), 1240003-1-1. Dostupné na internete: <https://www.iei.liu.se/indek/utbildning/industriell-ekonomi/teie06/lastips/1.527751/Christinaetal-Fast-growingSMEsandtheroleofinnovation.pdf>.
- GUMMESSON, E. (1998). Productivity, quality and relationship marketing in service operations. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(1), 4-15.
- HALL, C. M. – WILLIAMS, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. New York: Routledge.
- HART, M. – TEMOURI, Y. (2013). High-growth firms localities and determinants: Evidence from OECD countries. In *Copenhagen: Paper prepared for the OECD – DBA workshop on High-Employment-Growth Firms*.
- HEINTEL, P. – SCHIENSTOCK, G. (2007). *Innovative Netzwerke, lernende Organisation und regionale Unterstützungsstrukturen. Klagenfurt: Alpen-Adria Universität Klagenfurt*. Dostupné na internete: <http://www.ifz.aau.at>.
- HENREKSON, M. – JOHANSSON, D. (2008). Gazelles as Job Creators – A Survey and Interpretation of the Evidence. In *IFN Working Paper 733/ 2008*. Stockholm, SE : Research Institute of Industrial Economics. Dostupné na internete: www.ifn.se/Wfiles/wp/wp733.pdf.
- HENREKSON, M. – JOHANSSON, D. (2009). *Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence*. Dostupné na internete: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11187-009-9172-z#page-1>.
- HENREKSON, M. – JOHANSSON, D. (2010). Firm growth, institutions and structural transformation. In FRITSCH, M. *Handbook of research on entrepreneurship and regional development: National and regional perspectives*. New York: Edwar Elgar.
- HENREKSON, M. – JOHANSSON, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. In *Small Business Economy, Vol. 35, No. 2*. Dostupné na internete: <http://ssrn.com/abstract=2333566>.
- HILKE, W. (1989). Grundprobleme und Entwicklungstendenzen des Dienstleistungs- Marketing. In JACOBET, H. at al. (ed.), *Dienstleistungs-Marketing: Banken und Versicherungen – Freie Berufe – Handel und Transport* (pp.5-44). Wiesbaden: Th. Gabler.
- http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama_nace64_k
http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama_nace64_k

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database>

<http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database>

HU, A. G. (2015). Innovation and Economic Growth in East Asia: An Overview. In *Asian Economic Policy Review*, (2015) 10, 19-37.

HU, A. G. – JEFFERSON, G. J. (2002). FDI impact and spillover: Evidence from China's electronic and textile industries. In *World Economy*, 25 (8), 1063-1076.

CHESBROUGH, H. – SPOHRER, J. (2006). A research manifesto for service science. In *Communications of the ACM*, 49(7), 35-40.

CHOI, T. – ROBERTSON, J. C. – RUPASINGHA, A. (2013). High-Growth Firms in Georgia. In *Working Paper 20*. Atlanta, GA : Federal Reserve Bank of Atlanta. Dostupné na internete: <https://www.frbatlanta.org/-/media/Documents/research/publications/wp/2013/wp1320.pdf>.

Instituto Nacional de Estadística. (2014). *High growth companies: larger and more exporting*. Dostupné na internete: <http://www.peprobe.com/pt-pt/document/entrepreneurship-statistics-2009-2012-ine-2>.

JAVORCIK, B. S. (2004). Does foreign direct investment increase the productivity of domestic firms? In search of spillovers through backward linkages. In *American Economic Review*, 94 (3), 605-627.

JÄÄSKELÄINEN, A. (2010). Identifying factors affecting public service productivity. In *International Journal of Services Technology and Management*, 14(4), 360-375.

JOHNSTON, R. – JONES, P. (2004). Service Productivity. Towards understanding the relationship between operational and customer productivity. In *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(3), 201-213.

KAN, K. – TSAI, W. D. (2006). Entrepreneurship and risk aversion. In *Small Business Economics* 26 (5), 465-474.

KANE, T. (2010). *The Important of Startups in Job Creation and Job Destruction*. Kansas City, MO: Ewing Marion Kaufmann Foundation. Dostupné na internete: http://www.kauffman.org/-/media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2010/07/firm_formation_importance_of_startups.pdf.

KHAN, K. S. – SIDDIQI, W. (2012). Entrepreneurial factors contributing towards the firm's growth in terms of employment generation: A case study of electric fans producing firms in Gujarat district. In *Proceedings of 2nd International Conference on Business Management* (pp. 45-57). Lahore, Pakistan.

KIRZNER, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. In *Journal of Economic Literature*, 325 (1), 60-85.

KOEHLER, G. – MOLLER, M. (1998). *Business Capital Needs In California: Designing a Program*. Sacramento, CA : California Research Bureau, California State Library. Dostupné na internete: <http://www.library.ca.gov/crb/98/05/98005.pdf>.

KOELLINGER, P. (2006). E-Business Impact on Corporate Performance, Productivity and Employment. In *Special Report No 01/2006, European Commission Enterprise & Industry Directorate General, Berlin*. Dostupné na internete: <http://docplayer.net/5495782-December-2006-authored-by-dr-philipp-koellinger.html>.

- KPMG. (2016). *Prieskum slovenského startup ekosystému*. Dostupné na internete: <https://www.kpmg.com/SK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/startup-ecosystem-survey-slovakia-2016-leaflet.pdf>.
- KRETSCHMER, T. (2012). Information and Communication Technologies and Productivity Growth: A Survey of the Literature. In *OECD Digital Economy Papers*, 195, OECD Publishing.
- KROŠLÁKOVÁ, M. – KUBIČKOVÁ, V. – JURKOVIČOVÁ, L. – KUBINIY, N. (2015). Dynamics of high growth enterprises – “gazelles” – in Czech Republic. In *Business Perspectives*, vol. 13, no. 2, 27-35. Sumy, UA : Limited Liability Company „Consulting Publishing Company. Dostupné na internete: http://businessperspectives.org/journals_free/ppm/2015/PPM_2015_02_Kroslakova.pdf.
- KRUGMAN, P. (1995). *Development, economic geography and economic theory*. Cambridge, MA: MIT Press.
- KUBIČKOVÁ, V. – BENEŠOVÁ, D. (2011). Charakter a intenzita inovačnej aktivity v službách v Slovenskej republike a jej ekonomický význam. In *Ekonomický časopis : časopis pre ekonomickú teóriu, hospodársku politiku, spoločensko-ekonomické prognózovanie = journal for economic theory, economic policy, social and economic forecasting*, Ekonomický ústav SAV, Prognostický ústav SAV, Bratislava, vol. 59, no. 4, pp. 412-427.
- KUBIČKOVÁ, V. – KROŠLÁKOVÁ, M. – BREVENÍKOVÁ, D. 2015. The Impacts of innovation activities on dynamisation of SMEs in services. In *Vdoskonalennja mehanizmv aktivizaciji ekonomičnich procesiv ta formuvannja konkurentospromožnosti nacionalnoj ekonomiki, regionu, pidpriemstva v umovach globalizaciji*, 13-15. Užgorod, UA: Užgorods` kij nacionalnij universitet
- KUO, D. C. L. – CHAO, CH. Y. (2014). Exploring the relationships amongst patterns, information technology, and performance in SME-based service innovation. In *International Journal of Electronic Business Management*, 12(2), 102-111.
- LAFORET, S. (2010). *Managing Brands — A Contemporary Perspective*. Maidenhead: McGraw-Hill.
- LASSHOF, B. (2006). *Produktivität von Dienstleistungen. Mitwirkung und Einfluss des Kunden*. Fernuniversität Hagen, Wiesbaden.
- LECHNER, C. – DOWLING, M. (2003). Firm Networks: External Relationships as Sources for the Growth and Competitiveness of Entrepreneurial Firms. In *Entrepreneurship & Regional Development*, 15, 1-26.
- LISÝ, J. (1999). *Výkonnosť ekonomiky a ekonomický rast*. Bratislava: EKONÓMIA.
- MALERI, R. – FRIETZSCHE, U. (2008). *Grundlagen der Dienstleistungsproduktion*. Berlin, Heidelberg.
- MANSELD, E. (1962). Entry, Gibrats law, innovation and the growth of firms. In *American Economic Review*, 52 (5), 1023-1051.
- MASON, G. – BISHOP, K. – ROBINSON, C. (2009). *Business growth and innovation: The wider impact of rapidly-growing firms in UK city-regions*. London: NESTA.
- McCREDIE, A. – BUBNER, D. (2011). *Seven Myths about Services*. Dostupné na internete: <http://www.iepecdg.com.br/uploads/artigos/100000%207%20Myths%20about%20Services.Pdf>.

- McCREDIE, A. – FINDLAY, C. (2011). *Determination of Competitiveness and Factors affecting Productivity in Services*. Dostupné na internet: <http://www.adbi.org/conf-seminar/papers/2011/06/16/4591.determinants.competitiveness.prod.servcl/>.
- McKinsey Global Institute. (2011). *Why US productivity can grow without killing jobs*. Dostupné na internete: <http://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/why-us-productivity-can-grow-without-killing-jobs>.
- MINTZBERG, H. – AHLSTRAND, B. – LAMPEL, J. (1998). *Strategy Safari — A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. New York: The Free Press.
- MITUSCH, K. – SCHIMKE, A. (2011). Gazelles-High-Growth Companies. *Consortium Europe INNOVA Sectoral Innovation Watch for DG Enterprise and Industry*.
- MOLDASCHL, M. (2006). Innovationsfähigkeit, Zukunftsfähigkeit, Dynamic Capabilities: Moderne Fähigkeitsmystik und eine Alternative. In SCHREYÖGG, G. – CONRED, P. (Hrsg.) *Management von Kompetenz* (pp. 1-36). Wiesbaden: Gabler.
- MORENO, A. M. – CASILLAS, J. C. (2000). *High-growth enterprises (gazelles): a conceptual framework*. Stockholm, SE: Paper presented at the International Conference of the EEuropean Academy of Management (EURAM). Dostupné na internete: https://www.researchgate.net/publication/228926656_High-growth_enterprises_Gazelles_A_conceptual_framework.
- MORENO, A. M. – CASILLAS, J. C. (2007). High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis. In *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 19 Issue 1, 69-88.
- MORGAN, J. 2010. *Which Types of Businesses Drive Job Creation?* Dostupné na internete: <http://ced.sog.unc.edu/which-types-of-businesses-drive-job-creation/>.
- MOTE, S. (2012). *High-Tech Entrepreneurship: The Life of the Gazelle*. Dostupné na internete: <http://www.kcsourcelink.com/blog/sourcelinkblog/2012/01/11/high-tech-entrepreneurship-the-life-of-the-gazelle>.
- MOWERY, D. C. (1983). Industrial research and firm size, survival, and growth in American manufacturing, 1921-1946: an assessment. In *Journal of Economic History*, 43(4), 953-980.
- Nadácia F.A. Hayeka. (2015). *Svetová ročenka konkurencieschopnosti 2015*. Dostupné na internete: <http://www.hayek.sk/svetova-rocenka-konkurencieschopnosti-2015>.
- NACHUM, L. (1999). Measurement of productivity of professional services. An illustration on Swedish management consulting firms. In *International Journal of Operations and Production Management*, 19(9), 922-949.
- NARMSP. (2013). *Analýza financovania mikropodnikov a začínajúcich podnikov*. Bratislava.
- NESTA (2011). *Vital Growth: The importance of high-growth businesses to the recovery*. Dostupné na internete: http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/vital_growth.pdf.
- NEWAY, L. (2010). Wearing different hats: How absorptive capacity differs in open innovation. In *International Journal of Innovation Management*, 14 (4), 703-731.
- NICHOLLS-NIXON, C. (2005). Rapid growth and high performance: The entrepreneur's "impossible dream"? In *Academy of Management Executive*, 19(1), 77-89.
- OECD. (1998). *Technology, productivity and job creation. Best policy practices*. Paris: OECD
- OECD. (2000). *High-growth SMEs and employment*. Paris: OECD

- OECD. (2001). *Measuring Productivity- Measurement of Aggregate and industry-level productivity growth*. Dostupné na internete: <http://unstats.un.org/unsd/EconStatKB/Attachment291.aspx>.
- OECD. (2002). *High-growth SMEs: Their contribution to employment and their characteristics*. Paris: OECD
- OECD. (2011a). *Entrepreneurship at a Glance 2011*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264097711-en>.
- OECD. (2011b). *Regions and Innovation Policy*. OECD Publishing, Paris. Dostupné na internete: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264097803-en>.
- OECD. (2012). *Entrepreneurship at a Glance 2012*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2012-en.
- OECD. (2013). *An International Benchmarking Analysis of Public Programmes for High-Growth Firms*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2013). *Entrepreneurship at a Glance 2013*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance-2013_entrepreneur_aag-2013-en.
- OECD (2014). *Entrepreneurship at a Glance 2014*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2014-en.
- OECD. (2015a). *Entrepreneurship at a Glance 2015*. Paris, FR: OECD Publishing. Dostupné na internete: http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2015-en.
- OECD. (2015b). *The Innovative Imperative: contributing to productivity, growth and well-being*. OECD Publishing Paris. Dostupné na internete: <http://ifuturo.org/documentacion/the%20innovation%20imperative.pdf>.
- OECD. (2015c). *The Innovative Imperative in the Public Sector*. OECD Publishing Paris. Dostupné na internete: <http://www.oecd.org/publications/the-innovation-imperative-in-the-public-sector-9789264236561-en.htm>.
- OECD. (2015d). *OECD Innovation Strategy 2015*. An agenda for policy action.
- OECD. (2016). *Regions at glance*. OECD Publishing Paris. Dostupné na internete: <http://www.oecd.org/regional/oecd-regions-at-a-glance-19990057.htm>.
- OJASALO, K. (1999). *Conceptualizing productivity in services*. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- O'MAHONY, M. – Van ARK, B. (2003). *EU Productivity and Competitiveness: An Industry Perspective – Can Europe Resume the Catching Up Process?* Dostupné na internete: http://www.entrepreneur-europe-network.sk/docs/NB5503035ENC_002.pdf.
- PAČUTOVÁ, J. (2014). *Faktory úspechu rýchlo rastúcich podnikov*. Dostupné na internete: <https://www.podnikajte.sk/manazment-marketing/c/1324/category/manazment-a-strategia/article/faktory-uspechu.xhtml#sthash.ZWobjTm.dpuf>.
- PARKER, S. C. – STOREY, D. J. – WITTELOOSTUIJN, A. (2010). What happens to gazelles? The importance of dynamic management strategy. In *Small Business Economy*, Vol. 35, 203-226. Dostupné na internete: <http://link.springer.com/article/10.1007/s11187-009-9250-2>.
- PAS – Podnikateľská aliancia Slovenska. (2012). *Index regionálneho podnikateľského prostredia*. Dostupné na internete: <http://www.regiony21.sk/vystupy/publikacia/publikacia.html>.

- PAS – Podnikateľská aliancia Slovenska. (2015). Ďalšie zlepšenie SR v rebríčku konkurencieschopnosti. Dostupné na internete: <http://alianciapas.sk/tag/wef/>.
- PAS – Podnikateľská aliancia Slovenska. (2015). *Správa o globálnej konkurencieschopnosti za rok 2015*. Dostupné na internete: http://alianciapas.sk/category/pravidelne_aktivity/sprava_o_globальной_konkurencieschopnosti/.
- PAS – Podnikateľská aliancia Slovenska. (2016). *Index podnikateľského prostredia 2016*. Dostupné na internete: http://alianciapas.sk/category/pravidelne_aktivity/index_podnikatelskeho_prostredia/.
- PAS – Podnikateľská aliancia Slovenska. (2016). *Singapur znova najlepšou biznis krajinou sveta Slovensko sa posunulo na 35 miesto*. Dostupné na internete: http://alianciapas.sk/category/pravidelne_aktivity/superindex-pas/.
- PETERSEN, D. R. – AHMAD, N., (2007). *High-Growth Enterprises and Gazelles – Preliminary and Summary Sensitivity Analysis*. Paris, FR: OECD-FORA. 16 p. Dostupné na internete: www.oecd.org/dataoecd/47/4/39639605.pdf.
- POWELL, T. C. – DENT-MICALLEF, A. (1997). Information technology as competitive advantage: The role of human, business, and technology resources. In *Strategic Management Journal*, 18(5), 375-405.
- PSENICNY, V. – JAKOPIN, E. – VUKCEVIC, Z. – CORIC, G. (2014). Dynamic Entrepreneurship – Generator Of Sustainable Economic Growth And Competitiveness. In *Management : Journal of Contemporary Management Issues*, 19(1), 61-92. Dostupné na internete: <http://search.proquest.com/docview/1545865556?accountid=59680>.
- PWC. (2016). *Slovenský CEO prieskum*. Dostupné na internete: <https://www.pwc.com/sk/sk/ceo-prieskum/Slovensky-CEO-prieskum-2016.html>.
- RAYMOND, L. – St-PIERRE, J. (2010). R&D as a determinant of innovation in manufacturing SMEs: An attempt at empirical clarification. In *Technovation*, 30(1), 48-56.
- REICHWALD, R. – MÖSLEIN, K. (1995). Wertschöpfung und Produktivität von Dienstleistungen? Innovationsstrategien für die Standortsicherung. In *Arbeitsberichtetes Lehrstuhls Für Allgemeine und Industrielle Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Universität München*. Nr. 6. München.
- ROGUŁA, P. (2011). Hrubý domáci produkt ako makroekonomický ukazovateľ výkonnosti ekonomiky Slovenska. In *Zborník vedeckých prác Katedry ekonómie a ekonomiky z riešenia výskumných projektov VEGA 1/0541/11, KEGA 013PU-4/2011*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- ROMER, P. M. (1986). Increasing Returns and Long-Run Growth. In *The Journal of Political Economy*, 94 (5), 1002-1037.
- ROMER, P. M. (1990). Endogenous Technological Change. In *Journal of Political Economy*, 98 (5), 71-102.
- ROMER, P. M. (1993). Idea gaps and object gaps in economic development. In *Journal of Monetary Economics*, 32 (1993), 543-573.
- ROPER, S. (1997). Product innovation and small business growth: a comparison of the strategies of German, UK and Irish companies. In *Small Business Economics*, 9(6), 523-537.

- SANTARELLI, E. – VIVARELLI, M. (2007). Entrepreneurship and the process of firms entry, survival and growth. In *Industrial and Corporate Change*, 16, 455-488.
- SBA – Slovak Business Agency. (2010). *Prieskum názorov malých a stredných podnikov a kvalite podnikateľského prostredia v jednotlivých regiónoch Slovenskej republiky*. Dostupné na internete: <http://www.nadsme.sk/content/analyzy-podnikatelskeho-prostredia-0>.
- SBA – Slovak Business Agency. (2012). *Správa o kvalite podnikateľského prostredia v regiónoch Slovenskej republiky*. Dostupné na internete: http://www.nadsme.sk/files/Mesto_pre_biznis2012_Sprava-cast_A.pdf.
- SBA – Slovak Business Agency. (2014). *Výskum realizácie opatrení Inovačnej stratégie SR na roky 2007-2013 z hľadiska malých a stredných podnikov*. Dostupné na internete: <http://www.sbagency.sk/sites/default/files/5vyskumrealizacieopatreniinovacnejstrategie.pdf>.
- SCHERER, F. M. (1965). Corporate inventive output, profts, and growth. In *Journal of Political Economy*, 73(3), 290-297.
- SINK, D. S. (1985). *Productivity management. Planning, measurement and evaluation, control and improvement*. New York; Toronto: J. Wiley.
- SOLOW, R. M. (1987). *We'd better watch out*. New York: Times Book Review.
- STERNBERG, R. – ARNDT, O. (2001) The firm or the region: what determines the innovative behavior of European firms. In *Economic Geography*, 77(4): 364-382.
- STIGLITZ, J. E. – WEISS, A. (1981). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. In *American Economic Review*, 71(3), 393-410.
- St-JEAN, E. – JULIEN, P. – AUDET, J. (2008). Factors Associated With Growth Changes In "Gazelles". In *Journal of Enterprising Culture*, 16(2), 161-188. Dostupné na internete: <http://search.proquest.com/docview/236434331?accountid=59680>.
- STONE, A. – BADAWY, T. L. (2011). *SME Innovators and Gazelles in MENA – Educate, train, certify, compete!*. World Bank. Dostupné na internete: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/10867/645020BRI0MENA00Box0361538B0PUBLIC0.pdf?sequence=1>.
- STOREY, D. J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London, GB: Chapman & Hall.
- STOREY, D. J. (2010). Understanding the small business sector: reflections and confessions. In Braunerhjelm, Pontus (ed.) *20 Years of Entrepreneurship Research – from small business dynamics to entrepreneurial growth and societal prosperity*. Swedish Entrepreneurship Forum, pp. 21-33. Dostupné na internete: <http://sro.sussex.ac.uk/58728/1/Understanding%20the%20small%20business%20sector%20reflections%20and%20confessions.pdf>.
- STOREY, D. J. – GREENE, F. J. (2010). *Small Business and Entrepreneurship*. Harlow: Pearson Education Limited.
- STRANGE, W. – HAJAZI, W. – TANG, J. (2006). The uncertain city: competitive instability, skills, innovation, and the strategy of agglomeration. In *Journal of Urban Economics*, 59 (3), 331-51.
- STRERLACCHINI, A. (1999). Do innovative activities matter to small firms in non-R&D intensive industries? In *Research Policy*, 28, 819-832.
- STROTMAN, H. (2007). Entrepreneurial survival. In *Small Business Economics*, 28(1), 87-104.

- ŠŮ SR. (2015). *Hrubý domácí produkt podľa ekonomických činností v mil. EUR bežných cien*. Dostupné na internete: http://www.statistics.sk/pls/elisw/casovy_Rad.procDlg.
- ŠŮ SR. (2016). Štatistická správa o základných vývojových tendenciách v hospodárstve SR za 4. štvrťrok 2015. Dostupné na internete: <https://slovak.statistics.sk/>.
- ŠŮBERTOVÁ, E. (2013). Hodnotenie podnikateľského prostredia na Slovensku: metódy, faktory, ukazovatele. In *Aktuální problémy teorie a praxe v ekonomice. Týden teorie a praxe v ekonomice 2013 : sborník příspěvků z akce Týden teorie a praxe v ekonomice 2013: Pardubice, 4.-8.11.2013*.
- TERLUIN, IJ. (2003). Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories. In *Journal of Rural Studies*, vol. 19, 327-344.
- TÖDTLING, F. – GRILLITSCH, M. – HÖGLINGER, CH. (2011). Competencies of firms, external knowledge sourcing and types of innovation in regions of Europe. In *SRE – Discussion Papers, 2011/05*. Vienna: WU Vienna University of Economics and Business. Dostupné na internete: <http://epub.wu.ac.at/3311/> Available in ePubWU: December 2011.
- Transparency International. (2015). *Full table and Rankings*. Dostupné na internete: https://www.iaca.int/images/news/2016/Corruption_Perceptions_Index_2015_report.pdf.
- TRIPPL, M. (2006). Cross-Border Regional Innovation Systems. In *SRE – Discussion Papers, 2006/05*. Institut für Regional- und Umweltwirtschaft, WU Vienna University of Economics and Business, Vienna. Dostupné na internete: <http://epub.wu.ac.at/1110/>.
- TUINISTRA, T. – MEKKES, J. – KOLDIJK, H. (2012). Experience of growth and continuity. In *SMEs: A study on the growth aspects of the tourism industry in the Netherlands*. Verslo ir teisės aktualijos / Current Issues of Business and Law, 7(2), 351–364.
- Van ARK, B. – INKLAAR, R. (2005). *Catching up or getting stuck? Europe's trouble to exploit ICT's productivity potential*. Dostupné na internete: <http://ggdc.eldoc.ub.rug.nl/FILES/root/WorkPap/2005/GD-79/gd79online.pdf>.
- Van ARK, B. – O'MAHONY, M. – TIMMER, M. P. (2008). The Productivity Gap between Europe and the U.S.: Trends and Causes. In *Journal of Economic Perspectives*, 22, 25-44.
- Van ARK, B. – PIATKOWSKI, M. (2004). *Productivity, innovation and ICT in old and new Europe*. Dostupné na internete: <http://ggdc.eldoc.ub.rug.nl/root/WorkPap/2004/200469/>.
- Van ESSEN, C. – MEIJAARD, J. (2009). *Springen over de grens* [Jumping over the Border]. The Hague Assen : Koninklijke Van Gorkum.
- VARIYAM, J. N. – KRAYBILL, D. S. (1992). Empirical evidence on determinants of firm growth. In *Economics Letters*, 38, 31-36.
- VDI/VDE Innovation + Technik. (2012). *Let's make a perfect cluster policy and cluster programme*. Berlin: Nordic Innovation, VDI/VDE Innovation.
- VERHEES, F. J. H. M. – MEULENBERG, M. T. G. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. In *Journal of Small Business Management*, 42(2), 134-154.
- VLČEK, J. a kol. (2003). *Ekonomie a ekonomika*. Praha: ASPI Publishing.
- VUORINEN, I. – JÄRVINEN, R. – LEHTINEN, U. (1998). Content and measurement of productivity in the service sector: A conceptual analysis with an illustrative case from the insurance business. In *International Journal of Service Industry Management*, 9(4), 377-396.

- WARWICK, K. S. – NOLAN, A. (2014). Evaluation of industrial policy: methodological issues and policy lessons. In *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*, No. 16. OECD Publishing, Paris. Dostupné na internete: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/IND\(2014\)3/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DSTI/IND(2014)3/FINAL&docLanguage=En).
- WEF (WORD ECONOMIC FORUM). 2015. *Competitiveness Rankings*. Dostupné na internete: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/>.
- WILSON, D. (1993). Assessing the impact of information technology on organizational performance”. In BANKER, R. – KAUFFMAN, R. – MAHMOOD, M. A. (Eds.). *Strategic Information Technology Management*. Harrisburg, PA: Idea Group.
- WILSON, D. (1995). IT investment and its productivity effects: An organizational sociologist’s perspective on direction for future research. In *Economic Innovation and New Technology*, 4 (3), 235-251.
- XIAO, H. CH. – RUOYA, L. U. (2007). *Study on Service Innovation with Employee and Customer Involvement-based on Service Profit Chain*. Dostupné na internete: <http://www.seiofbluemountain.com/upload/product/200911/2007qyczhy5z4a3.pdf>.
- ZUMBURAN, J. (2009). Hunting For Gazelles. In *Forbes* 11.16.2009, Vol. 184 Issue 9. p.124-124.
- ŽÁK, Š. (2015). The Identification of innovative research methods and techniques utilized in marketing research in digital era. In *Studia commercialia Bratislavensia : scientific journal of Faculty of Commerce*. University of Economics in Bratislava. – Bratislava: Obchodná fakulta Ekonomickej univerzity v Bratislave, 2015. roč. 8, č. 29, s. 139-152. Dostupné na internete: <ftp://193.87.31.84/0203833/stcb-2015-0013.pdf>.

Viera Kubičková a kolektív

Dynamické podniky služieb – gazely



Redakčná úprava

Wolters Kluwer s. r. o.

Mlynské nivy 48, 821 09 Bratislava

Návrh obálky

Mgr. Lukáš Mackovjak

Vydalo vydavateľstvo

Wolters Kluwer, a. s.,

U Nákladového nádraží 6, 130 00 Praha 3,

Česká republika,

v roku 2016 ako svoju 2611. publikáciu

Prvé vydanie

Počet strán: 152. Formát: B5.

www.wkcr.cz, e-mail: knihy@wkcr.cz

tel.: +420 246 040 405, +420 246 040 444, fax: +420 246 040 041

ISBN 978-80-7552-438-6