



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

PROSTOROVÁ EKONOMIE

DOC. ING. KAMILA TUREČKOVÁ, PH.D., MBA

NPEKP/NKEKP

3) LOKALIZACE,
MĚKKÉ A TVRDÉ FAKTORY LOKALIZACE

LOKALIZACE

Alfred Weber (1868–1958); německý národohospodář a nejvýznamnější představitel lokalizace průmyslu (viz jiná přednáška) poprvé definoval termín „lokalizační faktor“; lokalizační faktory představují síly, které ovlivňují rozhodnutí umístit firmu na konkrétním místě (lokalitě). Kombinací uvedených sil je možno nalézt místo optimální lokalizace a posílit svou konkurenceschopnost.

- umístění ekonomických subjektů a činností v prostoru představuje mnohorozměrný ekonomický problém
 - týká se současných i potenciálně budoucích subjektů kde „být“ → subjekty objektivně i subjektivně analyzují **faktory**, které zásadním způsobem determinují rozhodování o jejich lokalizaci, tak aby subjekty maximalizovali svůj užitek (zisk)
 - tradiční členění na (I) objektivní - ekonomické a (II) subjektivní - neekonomické
 - dle Webera lze lokalizační faktory rozdělit na (1) všeobecné nebo (2) speciální
 - moderní přístup člení lokalizační faktory na (A) tvrdé a (B) měkké
- **lokalizace je prostorová volba mezi územními alternativami**
 - dynamický proces, který má své chtěné/nechtěné, pozitivní/negativní socioekonomické a environmentální důsledky pro samotný subjekt volby, tak pro své okolí (lokalitu, území, region) a ostatní ekonomické subjekty zde umístěné; vzájemná interakce probíhá neustále

viz dále

ÚROVNĚ LOKALIZACE

■ lokalizační rozhodování v rámci velikosti územních celků:

- makroregion (stát)
- mezoregion (kraj)
- mikroregion (okresy)
- konkrétní sídlo (obec)
- konkrétní lokalita, pozemek, objekt

- pro každou úroveň územního celku platí při výběru trochu jiná kritéria (právní normy, dopravní dostupnost/image, cena pozemku)
- dopady lokalizace se také liší pro každou úroveň územního celku
- „významnější“ lokalizace jsou často určeny z vyšších úrovní vládnutí (velké přímé zahraniční investice, ale také lokalizace nových měst apod.); často na základě analýzy vlastností dané lokality

- posuzování lokalizace z pohledu očekávaných přínosů a nákladů (cost-benefit analysis; CBA), ty mohou být kvantitativní (velikost tržní poptávky, očekávaný zisk, velikost daní, dopravní náklady), ale i kvalitativní (environmentální odpovědnost, přístup lokální samosprávy, loajalita pracovníků)

LOKALIZAČNÍ FAKTORY

- lokalizační faktory představují **souhrn vlastních charakteristik daného místa**, které jsou relevantní z pohledu rozhodování (požadavků) na umístění – lokalizaci dané firmy
- nejsou stálé, ale podléhají neustále změnám – nové se formují, jiné ztrácejí smysl a zanikají
- **kategorizace i identifikace lokalizačních faktorů** závisí zejména:
 - na hledisku prostorového rozsahu (lokální, regionální, národní či nadnárodní); na její prostorové velikosti (rozloze) a lokalizaci daného regionu (vnitřní město/centrum, semiperiférie/zázemí, periférie)
 - typu regionu ve vztahu k industrializaci (staré průmyslové regiony, agrární oblasti, technopole aj.)
 - na velikosti podniku (mikropodnik, malá či střední firma, velká firma); podle firmy ve vztahu k velikosti trhu (místní – lokální, regionální, národní, mezinárodní, globální – světová (např. nadnárodní firmy)); na odvětvové povaze produkce firmy (např. stavební vs. sklářská) a na typu produkce (výrobní či nevýrobní), případně zda se jedná o ústředí firmy nebo jeho pobočku
 - na změnách dynamiky jejich vlivu (s klesajícím významem; s nezměněným významem nebo s rostoucím významem)
 - na věcném charakteru (geografickém, ekonomickém, environmentálním, kulturním, technologickém, politickém, socioekonomickém, právním, vzdělanostním - kvalifikačním aj.)
- mohou být **žádoucí** (ty vyhledáváme) a **nežádoucí** (těm se chceme vyvarovat)

LOKALIZAČNÍ FAKTORY: ČLENĚNÍ

■ historické, tradiční členění:

- ekonomické (objektivní): cena pozemků či práce, dopravní náklady, ceny surovin ...
- neekonomické (subjektivní): atraktivita místa, kultura dané společnosti ...

■ dle Webera:

- všeobecné (jsou zajímavé pro všechna odvětví) - takové úspory nákladů, které působí v jakémkoliv odvětví (náklady na pracovní sílu, dopravní náklady, vybavenost území technickou a sociální infrastrukturou); ty dále rozdělil na:
 - regionální faktory - souvisí se vztahem ke geografickému prostředí, atraktivita území, místa (jsou odrazem geografických podmínek území)
 - aglomerační faktory (efekty) - souvisí se vztahem jednotlivých firem navzájem (viz jiná přednáška)
- speciální (specifické) - takové výhody, které působí jen v určitých odvětvích, např. mohou mít podobu klimatických podmínek – čistota vody, klima, výhodu má daná firma, která ji potřebuje pro svou výrobu
- jejich význam vzrostl v 2. pol. 20. století v rámci globalizace a při „přechodu ekonomik“ od průmyslu ke službách (od tzv. fordismu k postfordismu), tzv. terciarizace ekonomiky → logická transformace **významu tvrdých a měkkých faktorů lokalizace** → v současnosti (pod vlivem nových technologií, inovací, politických a ekonomických změn) se prosazuje trend zvyšování významu měkkých faktorů na úkor těch tvrdých
- jejich existence ovlivňuje **konkurenceschopnost** místa (regionů, států)

LOKALIZAČNÍ FAKTORY

■ současné, moderní členění:

- **tvrdé** (měřitelné), lze je identifikovat a kvantifikovat v rámci účetnictví - jsou kalkulovatelné (na straně nákladů), přímo ovlivňují místní předpoklady pro danou ekonomickou aktivitu
- **měkké** (soft, neměřitelné), většinou psychologické, sociologické či subjektivní povahy, nepřímo působí na ekonomiku podniku, „*nejsou vidět, ale vnímáte – cítíte je*”
- proč dnes jsou „důležitější“ měkké faktory lokalizace?
 1. proces ubikvitizace u tvrdých faktorů (zevšeobecnění, homogenita) → ztráta jejich **relativního** významu, nelze však generalizovat, neplatí doslovně, tvrdé faktory jsou stále důležité!
 2. globalizace a růst konkurence + význam služeb (terciarizace a kvarterizace ekonomik)
 - pro služby není důležitý přístup k surovinám či jejich ceny
- při definování i identifikaci dílčích tvrdých a měkkých faktorů lokalizace neplatí jednoznačná odborná názorová shoda
- měkké a tvrdé faktory jsou vzájemně **komplementární**

LOKALIZAČNÍ FAKTORY

- nejpoužívanější a asi i nejkomplexnější typologii tvrdých a měkkých lokalizačních faktorů (diferenciace na dvě skupiny: podnikatelské a individuální) na úrovni regionální přinesli Grabow and Hollbach-Grömig (1995) (In Rumpel a kol., 2008)
 - **tvrdé** lokalizační faktory: disponibilita kvalifikované pracovní síly, dostupnost průmyslových zón, napojení na externí dopravní systém (letiště, železnice, silnice, vodní cesty), velikost výrobních prostor či budov
 - **měkké podnikatelské** lokalizační faktory: mají vliv na aktivitu podniků/podnikatelů, a jsou předmětem subjektivního hodnocení každého podnikatele/podniku (image průmyslových zón)
 - **měkké individuální** lokalizační faktory: odkazují na osobní preference pracovníků managementu a samotných zaměstnanců firmy (nemají vliv na aktivity podniků), souvisí s pracovní i osobní motivací a prožitky - pocity pracovníků, mají psychologickou povahu (vzhled budov a jejich okolí apod.)

GRABOW, B., HOLLBACH-GROMIG, B. (1995): Weiche Standortfaktoren. Schriften des Deutschen Institut für Urbanistik Band, 89.

RUMPEL, P., KOUTSKÝ, J., SLACH, O. (2008): Měkké faktory regionálního rozvoje. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2008. ISBN 978-80-7368-435-8.

VÝBĚR KLÍČOVÝCH FAKTORŮ LOKALIZACE

■ tvrdé lokalizační faktory

- dopravní napojení, komunální daně a poplatky, ceny za plochy, prostory a budovy, dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů, dostupnost ploch (průmyslové zóny), nebytových prostor a kanceláří, blízkost jiných závodů a vědeckovýzkumných zařízení

■ měkké lokalizační faktory (významné je pro firmy **udržení vysoce kvalifikované pracovní síly**)

- měkké podnikatelské faktory (významné je udržení vysoce kvalifikované pracovní síly)
 - vstřícnost veřejného sektoru k podnikání, image města a regionu, image a vzhled mikrolokality
- měkké individuální lokalizační faktory
 - bydlení a okolí bydliště, kvalita životního prostředí, atraktivita města, atraktivita dalších lokalit v rámci regionu, kulturní nabídka

VÝBĚR FAKTORŮ LOKALIZACE DLE SFÉRY VLIVU FAKTORU (OBLASTI)

Sféra vlivu faktoru	Typ faktoru		
	Tvrdý faktor	Měkký podnikatelský faktor	Měkký individuální faktor
Trh práce	Disponibilita zaměstnanci	Instituce ovlivňující trh práce	Pracovní příležitosti
Podnikatelské prostředí	Disponibilita plochami	Image průmyslových zón	Kvalita podnikatelské infrastruktury
Ceny, náklady, příjmy	Cena za nájmy, daně	Regionální rozdíly v nákladech	Regionální mzdové rozdíly
Trhy, vazby, "networks"	Blízkost dodavatelů	Spolupráce s úřady práce školami	Sociální kvalita prostředí
Geografická poloha města	Dostupnost zákazníků	Geoekonomická poloha	Geologická poloha
Flexibilita, Iniciativa		Mentalita zaměstnanců	Krajová specifika
Ekonomické klima		Vztah státu k podnikatelům	
Image, tradice		Image města	Image lokality
Kultura	Památky, divadla apod.	Sponsoring kultury	Dostupnost kultury
Kvalita lokality města			Vzhled města
Bydlení a volný čas	Dostupnost volného času		Náklady, kvalita institucí

SLACH, O., RUMPEL, P., KOUTSKÝ, J. (2008): Mění se význam tvrdých a měkkých faktorů rozvoje. *Sborník příspěvků z mezinárodního kolokvia o bydlení a volném čase*. Masarykova univerzita, 2008. s. 15-24. ISBN 978-80-210-4625-2.

- 
- Děkuji za pozornost.