

Štruktúra aktivít na jednotlivých ekonomických úrovniach z pohľadu inovácií

Erika LOUČANOVÁ

Abstrakt

V súčasnosti sú krajiny na celom svete v značnej miere ovplyvnené najmä pandémiou koronavírusu COVID-19, zmenami klímy a environmentálnou a sociálnou neudržateľnosťou. Na prekonanie týchto výziev sa využívajú rôzne nové technológie, postupy a procesy, prostredníctvom špecializovaných inovácií a rekonfigurácie vzťahov medzi entitami zapojenými do sociálno-technického systému zohľadňujúceho aspekty mediamatiky. Rozvíjajú sa technológie vytvárajúce nové podnikateľské prostredie alternatívnych postupov. Tento príspevok sa zaoberá štruktúrou aktivít na jednotlivých ekonomických úrovniach z pohľadu inovácií a mediamatiky.

Kľúčové slová: Ekologické inovácie. Ekonomické úrovne. Inovácie. Mediamatika.

Úvod

Na inovácie sa v súčasnosti kladie veľký dôraz a ich dôležitosť neustále rastie. Veľký dôraz sa kladie aj na udržateľnosť spojenú s inováciami. Efektívnosť inovácií a efektívna výkonnosť organizácií výrazne závisí od ich schopností a schopností zamestnancov vytvárať, navrhovať a uplatňovať inovácie, ale aj od mnohých ďalších faktorov. Na druhej strane, jedným z najviac ovplyvňujúcich faktorov je pandémia koronavírusu COVID-19, ktorá skutočne ovplyvňuje náš život v rôznych oblastiach. Výskyt COVID-19 priniesol výrazne zmenené a obmedzené zdravotníctvo, ekonomiku, dopravu a tiež ďalšie oblasti v rôznych odvetviach a regiónoch. Na makroúrovni spôsobil COVID-19 najhoršiu globálnu recesiu od roku 1930 (Shen a kol. 2020, s. 2213-2230; Loučanová a Olšiaková 2020, s. 187-193). Najdôležitejším bodom je, že výrazne obmedzil ekonomickú a sociálnu aktivitu. Jeho negatívne účinky boli do určitej miery zmiernené dostupnosťou pokroku v informačných a komunikačných technológiách (Tisdell 2020, s. 17 – 28), z dôrazom na všetky aspekty mediamatiky.

Mediamatika a inovácie

Mediamatika je hraničná, humanitne orientovaná vedná disciplína, zaoberajúca sa skúmaním základných kategórií, zákonitostí komunikácie i dôsledkov konvergencie telekomunikačných technológií, informatiky, elektronických médií a počítačových sietí na intrapersonálne i

interpersonálne, spoločenské i multikulturálne formy komunikácie, pracuje so všetkými formami informácie – textovou, vizuálnou, multimediálnou, sociálnou, interaktívnou a prináša najnovšie poznatky z oblasti digitalizácie informačných obsahov.

Dôraz sa kladie najmä na:

- humánne aspekty – objasnenie komunikačnej gramotnosti a schopnosti komunikovať jednotlivca i skupín; výskum nových foriem komunikácie a práce s informáciami, objasnenie princípov ekonomizácie, zvýšenia atraktivity a efektivity interakcií, komunikačné štýly, ich funkcia a účel, štandardy a pod.,
- teoreticko-metodologické aspekty – filozofické otázky, interdisciplinárne vzťahy a súvislosti mediamatiky – technické, prírodné, matematické, humanitné vedy, kultúra, umenie a pod. Analýza aktuálneho stavu, naznačenie vývojových procesov, trendov v ľudskej civilizácii, pozitívne i negatívne dôsledky v individuálnom, skupinovom a spoločenskom živote (multikultúra, globalizácia a i.),
- technologické aspekty – vývojové trendy v oblasti informačno-komunikačných technológií, využitie v praxi, napr. v oblasti informačnej vedy, žurnalistiky, v tvorbe multimediálnych diel, a všeobecne v oblasti výchovy a vzdelávania, v ekonomickej, obchodnej a výrobnjej praxi, turistike, reklame, architektúre, medicíne, umení, v hobby aktivitách,
- aspekty masovej komunikácie – podstata, štruktúra a sprostredkovanie komunikácie novými masmédiami, komunikačné správanie, rozsah komunikácie, proces oznamovania významov, symbolov, informácií, ich hodnotenie, vyvolávanie určitých reakcií, podnecovanie správania a pod.,
- obchodné aspekty – výskum zmien v hodnotovom systéme, hodnotový reťazec, elektronické obchodovanie a pod.,
- legislatívne aspekty – autorské práva, vytváranie legislatívneho rámca pre nové formy komunikácie a regulácie prostredia, ochrana súkromia a pod. (Mediamatika 2017).

Interdisciplinárne vzťahy v rámci inovačného procesu inovácií predstavujú potom súvislosti teoreticko-metodických a ďalších aspektov mediamatiky z pohľadu filozofických otázok, technických, prírodných, matematických a humanitných vied, ako aj kultúry a umenia. Analýzy naznačujú vývojové procesy a trendy v ľudskej civilizácii, ako aj pozitívne i negatívne dôsledky v spoločnosti ako takej, či už z pohľadu multikultúrneho pohľadu alebo globalizácie. Mediamatika je založená na troch pilieroch: kreativite, kritickom myslení a zvládnutí informačno – komunikačných technológií.

Európska komisia, v rámci zmierňovania klimatických zmien a koncepcie trvalo udržateľného rozvoja podporuje prechod, všetkých členských krajín z lineárneho hospodárstva, na obehové hospodárstvo (McDonough a Braungart 2002), založené najmä na cieľoch trvalo udržateľného rozvoja prostredníctvom ekologických inovácií. V kontexte trvalo udržateľného rozvoja mediamatika pre ekologické inovácie potom predstavuje hľadanie inšpirácie pre nový vývoj a výskum takýchto špecializovaných inovácií. Predstavuje spájanie umenia, dizajnu a vedy v rámci inovačného procesu a tvorby samotných inovácií (Arisi 2020; Mediamatika [bez dátumu]; Loučanová a Olšiaková 2020, s. 187-193).

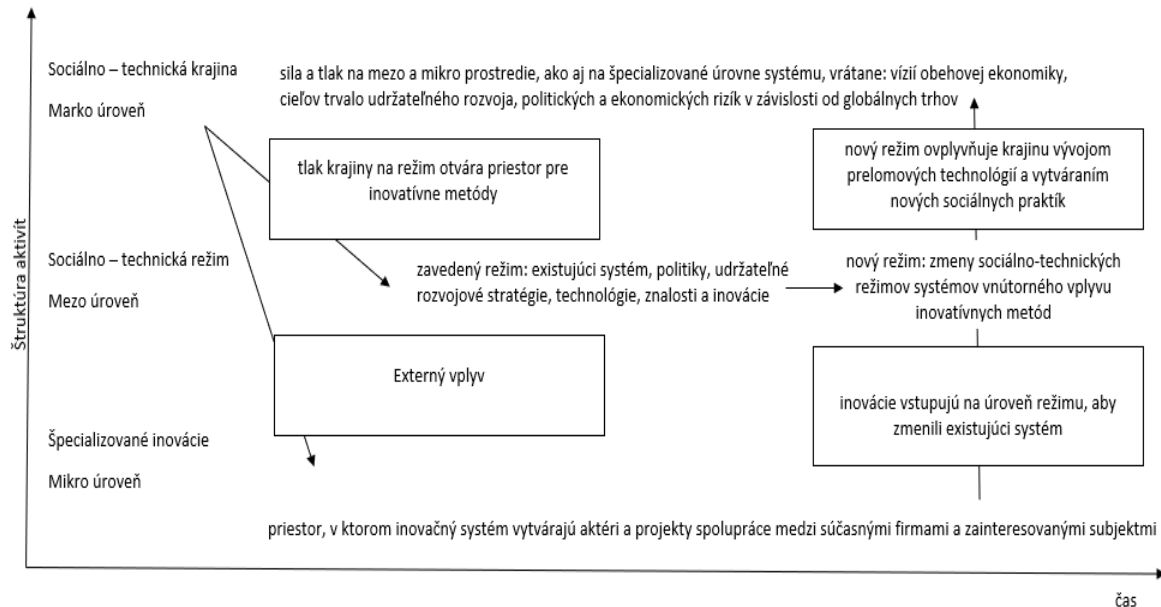
Štruktúra aktivít na jednotlivých ekonomických úrovniach z pohľadu inovácií

Veľký dôraz sa v súčasnosti kladie na udržateľnosť spojenú s inováciami – ekologické inovácie a dôsledky pandémie koronavírusu COVID-19. Táto pandémia ovplyvnila naše životy v rôznych oblastiach. Najdôležitejším bodom je, že výrazne obmedzila ekonomickú a sociálnu aktivitu, ktorá bola zmiernená dostupnosťou pokroku v informačných a komunikačných technológiách (Loučanová a Olšiaková 2020, s. 187-193; Shen a kol. 2020, s. 2213-2230; Tisdell 2020, s. 17-28).

Pokiaľ ide o obchod, pandémia COVID-19 spôsobila mnoho problémov, ktorým sa podniky museli prispôbiť a vyriešiť ich. Niektoré spoločnosti okamžite prijali opatrenia a uplatnili rôzne druhy intervencií. Ich reakcie na novú situáciu výrazne ovplyvnili ich podnikanie. Niektoré spoločnosti museli uspieť na trhu s rastúcou konkurenciou, ktorú výrazne reprezentovali internetové obchody. Kríza ich prinútila zvážiť, či prestanú pracovať alebo natrvalo zatvoria. Toto rozhodnutie znamenalo, že spotrebiteľia sa nebudú môcť vrátiť k svojim predchádzajúcim nákupným návykom. Pandémia COVID-19 je navyše spojená s rôznymi obmedzeniami. Niektoré krajiny legalizovali stratégie úplného zablokovania, iné znížili výkonnosť podnikov a služieb, a niekoľko krajín zaviedlo opatrenia na obmedzenie šírenia koronavírusu, ktoré výrazne obmedzili možnosti ľudí opustiť svoje domovy. Tieto obmedzenia mali veľký vplyv na spotrebiteľov a podniky (Pantano a kol. 2020, s. 209 – 213). Zmeny sa následne prejavili nielen v spôsobe poskytovania určitých služieb a predaja, ale aj v spôsobe, akým sa spotrebiteľia rozhodovali pri nákupe a dôležitú úlohu tu zohrávala práve mediamatika z pohľadu všetkých jej aspektov, či už z pohľadu humánnych, teoreticko-metodologických, technologických aspektov, alebo aspektov masovej komunikácie, obchodných alebo legislatívnych aspektov.

Na základe analýzy vývoja a procesov bolo popísané členenie existujúceho sociálno-technického prostredia a prijímania alternatívnych systémov. Tieto procesy sa vysvetľujú na

troch základných úrovniach: makro, mezo a mikro úrovni, tak ako to znázorňuje nasledovný obrázok.



Obrázok 1 Štruktúra aktivít na jednotlivých ekonomických úrovniach z pohľadu inovácií (Farganghi a kol. 2020)

Samotná pandémia COVID-19 destabilizovala súčasný socio-technický režim – prostredie. Tento stav predstavuje výzvy a tlaky v procese transformácie, čo následne výrazne ovplyvnilo politiku EÚ a jednotlivých krajín. Politiky jednotlivých krajín, vychádzajúc aj z materiálov EU, sa zameriavajú na zmiernenie dopadov pandémie na ich hospodárstvo a snažia sa propagovať udržateľnejšie, obehové hospodárstvo, kladúc dôraz na rozvoj inovatívneho a udržateľného hospodárstva. Výsledkom týchto politík je rozvoj takzvaných inovačných a znalostných systémov, ktorých vývoj otvára priestor pre podnikateľov, ktorí hľadajú inovatívne a udržateľné riešenie pre existujúci systém. V trhovom orientovanom hospodárstve zohrávajú trhové trendy dôležitú úlohu pri vzniku alternatívnych metód, ktoré sú schopné uspokojiť požiadavky trhu. V reakcii na dopyt trhu v danej situácii po udržateľnom stave, museli jednotlivé oblasti hospodárstva, technológie a iniciatívy zmeniť súčasný systém na nový, vytváraním nových sociálnych praktík (Loučanová a Olšiaková 2020, s. 187-193; Shen a kol. 2020, s. 2213-2230; Tisdell 2020, s. 17-28; Pantano a kol. 2020, s. 209-213; Farganghi a kol. 2020).

Záver

Príspevok popisuje koncepčný rámec aktivít trajektórie prechodu procesov, kde sa špecializované inovácie šíria prostredníctvom rekonfigurácie vzťahov medzi entitami

zapojeními do sociálno-technického systému zohľadňujúc aspekty mediamatiky. Štruktúra aktivít na jednotlivých ekonomických úrovniach z pohľadu inovácií využívala v čase pandémie najmä nové komunikačné technológie pri destabilizovanom socio-technickom systéme pre zníženie dopadov vzniknutej pandemickej situácie na všetky oblasti hospodárstva, či už z pohľadu sociálnej, ekonomickej, alebo environmentálnej udržateľnosti.

Pod'akovanie

Autorka ďakuje agentúre VEGA MŠ SR za finančnú podporu pri riešení projektu 1/0674/19 "Návrh modelu implementácie ekologických inovácií do inovačného procesu podnikateľských subjektov na Slovensku pre zvýšenie ich výkonnosti" v rámci ktorého vznikol prezentovaný príspevok.

Zoznam bibliografických odkazov

ARISI, B. M., 2020. Circular bioeconomy from waste to resource: 7Rs innovative practices in Amsterdam. *Technologie "die nog in de kinderschoenen staan"*. In: *ILUMINURAS*. 2020, roč. 21, č. 55.

FARHANGI, M. H, TURVANI, M. E., VAN DER VALK, A., a G. J. CARSTJENS, 2020. High-tech urban agriculture in Amsterdam: An actor network analysis. In: *Sustainability*. 2020, roč. 12, č. 10, 3955.

LOUČANOVÁ, E. a M. OLŠIAKOVÁ, 2020. Logistics, eco-innovations and pandemic. In: *Acta Logistica*. 2020, roč. 7, č. 3, s. 187-193.

McDONOUGH, W. a M. BRAUNGART, 2002. *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. New York: North Point Press, 2002.

Mediamatika [online]. Ústav mediamatiky, Fakulta sociálnych a ekonomických vied Univerzity Komenského, ©[bez dátumu] [cit. 2021-10-22]. Dostupné na: <https://mediamatika.sk/>

Mediamatika, 2017. [online]. Wikipédia, 2017 [cit. 2021-10-22]. Dostupné: <https://sk.wikipedia.org/wiki/Mediamatika>

PANTANO, E., PIZZI, G., SCARPI, D. a C. DENNIS, 2020. Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. In: *Journal of Business Research*. 2020, č. 116, s. 209 – 213.

SHEN, H., FU, M., PAN, H., YU, Z. a Y. CHEN, 2020. The impact of the COVID-19 pandemic on firm performance. In: *Emerging Markets Finance and Trade*. 2020, roč. 56, č. 10, s. 2213-2230.

TISDELL, C. A., 2020. Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic. In: *Economic analysis and policy*. 2020, č. 68, s. 17-28.

Kontakt na autora:

doc. Ing. Erika Loučanová, PhD.

Katedra marketingu, obchodu a svetového lesníctva

Drevárska fakulta Technickej univerzity vo Zvolene

T. G. Masaryka 24, 960 01 Zvolen

e-mail: loucanova@tuzvo.sk