

MOST K PARTNERSTVÍ

V Š P
J

konference

KONKURENCE

3.–4. 3. 2011 | Jihlava



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vysoká škola polytechnická Jihlava
Katedra ekonomických studií

pořádá

3. konferenci

KONKURENCE 2011

3. a 4. března 2011

Sborník příspěvků z konference
V rámci projektu **Most k partnerství – VŠP Jihlava tvoří síť**
Registrační číslo: CZ.1.07/2.4.00/12.0115



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konference – Konkurence

*Sborník příspěvků z konference v rámci projektu **Most k partnerství – VŠP Jihlava tvoří síť**, registrační číslo: CZ.1.07/2.4.00/12.0115*

Editor: Mgr. Hana Vojáčková

Vydavatel: Vysoká škola polytechnická Jihlava
Vydání: První

Tato publikace neprošla redakční ani jazykovou úpravou.

© Autoři příspěvků – Jihlava 2011

ISBN 978-80-87035-36-8



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Programový a organizační výbor

Programový výbor

- prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc., Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita
- doc. Ing. Jaroslav Jánský, CSc., Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií, Mendelova univerzita
- prof. Ing. Bohumil Král, CSc., Fakulta financí a účetnictví, Vysoká škola ekonomická v Praze
- prof. Ing. Jiří Lanča, CSc., Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova univerzita
- prof. RNDr. Milan Mišovič, CSc., Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Ing. Věra Mulačová, Ph.D., Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Ing. Jakub Novotný, Ph.D., Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Ing. Ladislav Šiška, Ph.D., Vysoká škola polytechnická Jihlava
- Ing. Roman Fiala, Vysoká škola polytechnická Jihlava

Organizační výbor

- Bc. Lukáš Lojda
- Michaela Machovcová
- Jarmila Šprinclová



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obsah:

Konkurenceschopnost v neziskovém sektoru.....9

Jánský Jaroslav, Somerlíková Kristina

Posouzení rozvojového potenciálu vybraných mikroregionů 10

Palát Milan

Ekonomické aspekty systému zdravotní péče ve Spojených státech.....29

Ryšánková Štěpánka

Manažerská metoda Storytelling35

Vaniček Jiří

Podpora cestovního ruchu z IOP - jak obstát v konkurenci.52

Manažerské techniky zvyšující konkurenceschopnost organizací62

Jiříček Petr

Finnacování podnikatelských inovací ze strukturálních fondů v České Republice.....63

Záthurecký Viliam

Konkurenceschopnost podniku ve vztahu k rozvoji podnikové strategie.....76

Marinič Peter

Vlastnícká štruktúra a konkurencieschopnosť 87

Melichar Ondřej

Formy vstupu podniků na zahraniční trhy 102

Ryvola Pavel

Principy managementu a FMEA systému pro zvýšení
konkurenceschopnosti výrobních i nevýrobních podniků 110

Stehlík Antonín

Trendy v hodnototvorném řetězci v kontextu globalizace 118

Marketing a nehmotné faktory konkurenceschopnosti 127

Hrvolová Miroslava, Korintuš Karol

Zmeny v spotrebiteľskom správaní ako faktor ovplyvňujúci trendy
marketingovej činnosti podnikov 128

Košútová Tatiana, Kristová Ľudmila

Investície do znalostí vo verejnom obstarávaní 135

Mulačová Věra. Mulač Petr

Privátní značka - nástroj konkurenčního soupeření maloobchodu
..... 153

Rolný Ivo

Nehmotná aktiva morálního charakteru konkurenční výhodou na trhu 163

Měření konkurenceschopnosti a jejich projevů 169

Dufek Jaroslav, Minařík Bohumil

Postavení kraje Vysočina z pohledu rozvojového potenciálu lidských zdrojů 170

Měrtllová Libuše

Krizе jako příležitost i hrozba 186

Mura Ladislav

Konkurencieschopnosť podnikov malého a stredného agropodnikania 199

Simotová Vendula, Slabá Marie

Euro a konkurenceschopnost 205

Školuda Václav

Hysterézia v nezamestnanosti a jej dôsledky na trhoch práce krajín V4 219

Šulc Michal

Analýza exportu zboží firem Vysočiny 232

Úloha ICT při zvyšování konkurenceschopnosti podniků244

Mišovič Milan

Role IS a ICT v konkurenceschopnosti podniku245

Příbyl Antonín

IT v oblacích255

Vliv účetnictví a daní na konkurenceschopnost261

Duda Jiří, Kotrba Tomáš

Konkurenceschopnost – strategie využití zaměstnaneckých výhod
.....262

Knapová Bohuslava

Internal Transfer Prices as Factor of Company's Competitive
Ability277

Leinveberová Jaroslava

Informační funkce účetnictví u účetních jednotek účtujících ve
zjednodušeném rozsahu jako významný faktor jejich
konkurenceschopnosti285

Opekarová Ludmila, Máče Miroslav

Přenesení daňové povinnosti DPH na odběratele292

Vážená čtenářko, vážený čtenáři,

dostává se Vám do rukou sborník příspěvků z konference KONKURENCE, která se uskutečnila ve dnech 3. až 4. března 2011 na Vysoké škole polytechnické Jihlava. Jednalo se o třetí ročník, který navázal na tradici konferencí „Konkurence – teoretické a praktické aspekty“, pořádaných Katedrou ekonomických studií v uplynulých letech.

Ústředním tématem konference se stalo hledání odpovědi na otázku: „Konkurenceschopnost je výsledek znalostních, organizačních, účetních, daňových, či jiných faktorů?“

V návaznosti na ústřední téma byla oslovena schopnost organizací obstát v konkurenci z nejrůznějších úhlů pohledu. Programový výbor v té souvislosti usiloval o co nejširší paletu řečníků. Kromě profesorů z univerzitních pracovišť, akademických pracovníků vysokých škol proto na konferenci vystoupila i desítka manažerů a dalších praktiků z podniků a neziskových organizací kraje Vysočina. Ve výsledku jednání konference prokázalo mnohostrannost konceptu konkurenceschopnost, přineslo řadu vzájemně obohacujících názorů a ukázalo na skutečnost, že úspěch v konkurenci je podmíněn především konkrétní situací řízené organizace a její schopností chopit se příležitostí, které jí konkrétní situace skýtá.

Na následujících stránkách naleznete řadu příspěvků, které byly tématicky roztrženy. Nejedná se o veškeré příspěvky, které na konferenci odezněly. Výběr nejzajímavějších příspěvků bude uveřejněn formou samostatné přílohy čtvrtého čísla LOGOS POLYTECHNIKOS (ISSN 1804-3682), odborného recenzovaného časopisu Vysoké školy polytechnické Jihlava.

Za programový výbor

Ladislav Šiška



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konkurenceschopnost v neziskovém sektoru



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Posouzení rozvojového potenciálu vybraných mikroregionů

Jánský Jaroslav

Somerlíková Kristina

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií,
Mendelova univerzita v Brně

Abstrakt

Vy vybraných dvou mikroregionech Podluží a Hranicko byl stanoven indexu rozvojového potenciálu pro jednotlivé obce obou vybraných mikroregionů. K sestavení indexu bylo využito a zjištěno celkem 35 indikátorů v časovém období 2001-2008. K výpočtu indexu rozvojového potenciálu bylo využito vícerozměrné statistické metody faktorové analýzy.

Klíčová slova

Mikroregion, index rozvojového potenciálu, faktorová analýza.

Úvod

Regionální rozvoj je ovlivněn nejrůznějšími činiteli, které ovlivňují kvalitu života. K nejdůležitějším patří rozvoj podnikatelských aktivit v příslušném regionu a jeho ekonomického potenciálu, rozvoj lidského potenciálu spojeného se zvyšováním zaměstnanosti, dostatečná technická vybavenost a obsluha daného území, péče o životní prostředí a v neposlední řadě i cestovní ruch jako jedna z významných podnikatelských aktivit ovlivňují [4]. Všechny uvedené faktory pak ve svém důsledku ovlivňují kvalitu života daného regionu respektive mikroregionu.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Strategie regionálního rozvoje České republiky pro léta 2007 až 2013 považuje za jeden z hlavních cílů omezování nerovnováhy mezi regiony v oblasti ekonomické, sociální a environmentální. Strategie regionálního rozvoje České republiky respektuje cíle regionální politiky Evropské unie. Východiskem stanovení vhodných nástrojů, jejichž uplatňování může vést ke zmírnění regionálních disparit, je důsledná analýza kvality života v jednotlivých regionech a odhalení faktorů, které vznik regionálních disparit ovlivňují [2].

Cíl a metodika

Cíl příspěvku je zaměřen na posouzení rozvojového potenciálu v obcích dvou vybraných mikroregionů s ohledem na posouzení a analýzu disparit hodnotící kvalitu života v obcích daných mikroregionů. Pro jednotlivé obce vybraného mikroregionu bylo stanoveno a zjištěno celkem 35 indikátorů v časovém období 2001-2008. Z tohoto počtu indikátorů se pro výpočet indexu rozvojového potenciálu pomocí faktorové analýzy zvolilo deset níže uvedených indikátorů.

Ke stanovení indexu rozvojového potenciálu byla využita faktorová analýza, která je zaměřená na vytváření nových proměnných a na snížení rozsahu (redukci) dat s co nejmenší ztrátou informace.

Jedním ze základních cílů faktorové analýzy je posoudit strukturu vztahů sledovaných proměnných a zjistit tak, zda dovoluje jejich rozdělení do skupin, ve kterých by studované proměnné ze stejných skupin spolu více korelovaly než proměnné z různých skupin. Jiným hlavním úkolem faktorové analýzy je vytvořit nové nekorelované proměnné – faktory – v naději, že tyto nové proměnné umožní lépe pochopit analyzovaná data, a případně i jiné použití [3].

U všech výchozích proměnných byla testována vzájemná závislost a ty s vysokou korelací byly z dalšího zpracování vyloučeny. Na zbývající proměnné byla použita faktorová analýza, vícerozměrná statistická metoda umožňující objasnit strukturu pozorovaných závislostí a zjednodušit soustavu sledovaných veličin. Její použití vedlo k vyřazení veličin informačně duplicitních a změření úrovně v pozadí stojících ideálních proměnných. Cílem faktorové analýzy bylo tedy snížení počtu



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

východích proměnných pomocí hypotetických faktorů (příčemž redukce vede jen k minimální ztrátě informace).

Faktorová analýza rozdělila vybrané proměnné do čtyř faktorů. Pro stanovení pořadí obcí v každém vybraném mikroregionu byly z jednotlivých faktorů vybrány nejvhodnější proměnné, které se následně

$$\frac{x_i - \bar{x}}{s_x}$$

základě vztahu $\frac{x_i - \bar{x}}{s_x}$ normovaly [1]. Dále se již pracovalo pouze s těmito normovanými hodnotami, po jejich vynásobení přidělenými vahami pro jednotlivé proměnné se získaly dílčí indexy za jednotlivé obce mikroregionu. V případě negativního směru působení ukazatele bylo změněno znaménko.

Výsledky a diskuse

V jednotlivých obcích vybraného regionu Podluží bylo stanoveno a zjištěno celkem 35 indikátorů charakterizujících přírodní, sociální a kulturní podmínky a rovněž i indikátory kvantifikující podnikání a rozpočtovou situaci obcí v letech 2001-2008. Z tohoto počtu indikátorů se pro výpočet indexu rozvojového potenciálu pomocí faktorové analýzy vybralo 10 následujících indikátorů:

- celková výměra (v ha) na obyvatele,
- zemědělská půda (v ha) na obyvatele,
- lesní půda (v ha) na obyvatele,
- ostatní plochy (v ha) na obyvatele,
- počet obyvatel k 31.12.daného roku,
- počet ekonomicky aktivních obyvatel,
- míra nezaměstnanosti,
- příjmy obcí v tis. Kč na obyvatele,
- výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele,
- koeficient ekologické stability.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Z faktorové analýzy vyplynulo, že 10 stanovených indikátorů lze zařadit do čtyř faktorů (viz tab. 1). Faktory jejichž vlastní hodnota byla nižší než 1, nebyly do hodnocení zařazeny. Kumulativní procento dosahuje u čtyř faktorů 94,1 % rozptylu a je dostačující. Faktorové zátěže u jednotlivých indikátorů uvádí tab.2.

Tab. 1: Tabulka rozptylu faktorové analýzy

	Komu- nalita	Faktor	Vlastní hodnota	Pro- cento	Kumulat
Celková výměra (v ha) na obyvatele	1,0000	1	3,5257	35,3 %	35,3 %
Zemědělská půda (v ha) na obyvatele	1,0000	2	3,3244	33,2 %	68,5 %
Lesní půda (v ha) na obyvatele	1,0000	3	1,5173	15,2 %	83,7 %
Ostatní plochy (v ha) na obyvatele	0,9987	4	1,0401	10,4 %	94,1 %
Počet obyvatel k 31.12.	0,9997				
Počet ekonomicky aktivních obyvatel	0,9996				
Míra nezaměstnanosti	0,9691				
Příjmy obcí v tis. Kč na obyvatele	0,9948				
Výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele	0,9725				
Koeficient ekologické stability	0,9742				

Zdroj: vlastní výpočty

Tab. 2: Faktorové zátěže indikátorů

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Celková výměra (v ha) na obyvatele	-0,2284	0,7761	0,5145	0,2452
Zemědělská půda (v ha) na obyvatele	-0,7342	0,4120	0,4955	-0,0838
Lesní půda (v ha) na obyvatele	0,6832	0,4994	0,0187	0,5185
Ostatní plochy (v ha) na obyvatele	-0,1107	0,7155	0,4744	-0,2283
Počet obyvatel k 31.12.	0,9301	-0,0885	0,1874	-0,2644
Počet ekonomicky aktivních obyvatel	0,9238	-0,0241	0,1764	-0,3104
Míra nezaměstnanosti	-0,2996	-0,6380	0,0564	0,5703
Příjmy obcí v tis. Kč na obyvatele	0,1526	-0,7570	0,5841	0,1080
Výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele	0,1846	-0,7433	0,6091	0,0385
Koeficient ekologické stability	0,7681	0,4999	-0,0011	0,3839

Zdroj: vlastní výpočty

V další části příspěvku jsou vypočteny koeficienty faktorových skóre a celkové skóre rozvojového potenciálu jednotlivých obcí regionu Podluží (tab. 3 a 4).

Tab. 3: Koeficienty faktorových skóre

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Celková výměra (v ha) na obyvatele	-138,2745	4368,2163	753,2404	688,7480
Zemědělská půda (v ha) na obyvatele	127,5673	-3987,2610	-688,0409	-629,4872
Lesní půda (v ha) na obyvatele	94,5112	-2947,2636	-508,5821	-464,4864
Ostatní plochy (v ha) na obyvatele	10,6613	-373,3128	-63,9805	-58,3501
Počet obyvatel k 31.12.	-34,2584	758,6556	133,3426	123,9096
Počet ekonomicky aktivních obyvatel	34,3437	-682,3758	-120,8369	-112,8580
Míra nezaměstnanosti	-1,4369	73,4575	12,4203	11,1893
Příjmy obcí v tis. Kč na obyvatele	5,4397	-184,4203	-30,9568	-28,7656
Výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele	-2,3582	70,1586	12,4744	11,1036
Koeficient ekologické stability	-1,6265	5,3399	1,4259	1,6797

Zdroj: vlastní výpočty

Tab. 4: Faktorové skóre

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Dolní Bojanovice	-0,6270	-1,4554	1,9332	0,6205
Hrušky	-0,0598	-12,6814	-1,5149	-2,6992
Josefov	-1,1841	2,1003	-0,7975	-0,6133
Kostice	0,3546	15,1772	1,2911	1,2425
Lanžhot	1,6915	8,3244	0,7918	3,1477



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Lužice	1,0437	-9,8653	-2,6081	-2,1379
Moravská Nová Ves	0,2848	-6,3008	-0,6548	-1,0481
Moravský Žižkov	-1,1905	18,1182	3,6666	2,2921
Nový Poddvorov	*	*	*	*
Prušánky	2,3502	-18,4484	-2,6590	-4,1271
Starý Poddvorov	-2,1795	14,4000	2,9046	2,9162
Tvrdonice	0,5175	11,8040	2,3004	2,0402
Týnec	-1,0013	-21,1728	-4,6535	-1,6338

Zdroj: vlastní výpočty

Pro stanovení pořadí obcí v regionu Podluží jsme po uplatnění vícerozměrné statistické metody faktorové analýzy z jednotlivých faktorů vybrali nejvhodnější indikátory (proměnné), které jsme na základě vztahu

$$\frac{x_i - \bar{x}}{s_x}$$

normovali, čímž jsme výchozí hodnoty převedly na srovnatelné bezrozměrné hodnoty o nulové úrovni a jednotkovém rozptylu.

Jednotlivé uplatňované indikátory nemají stejnou důležitost, proto je nutno jim přiřadit při výpočtu indexu rozvojového potenciálu odpovídající váhu. Pro stanovení váhy byl využit tým expertů se znalostí analyzovaného regionu Podluží.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



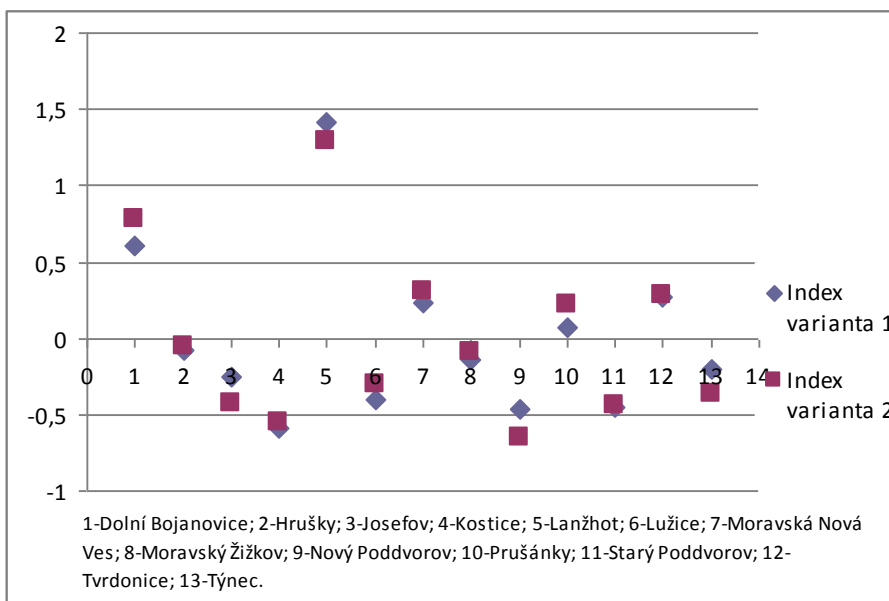
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 5: Index rozvojového potenciálu obcí v regionu Podluží

Obce regionu Podluží	Index-varianta 1	Obce regionu Podluží	Index-varianta 2
Lanžhot	1,412856	Lanžhot	1,28998
Dolní Bojanovice	0,600551	Dolní Bojanovice	0,779026
Tvrdonice	0,268531	Moravská Nová Ves	0,309002
Moravská Nová Ves	0,231386	Tvrdonice	0,2883
Prušánky	0,073319	Prušánky	0,22179
Hrušky	-0,08251	Hrušky	-0,05584
Moravský Žižkov	-0,14369	Moravský Žižkov	-0,08823
Týnec	-0,20141	Lužice	-0,30515
Josefov	-0,25085	Týnec	-0,36752
Lužice	-0,399	Josefov	-0,42793
Starý Poddvorov	-0,45271	Starý Poddvorov	-0,4402
Nový Poddvorov	-0,46597	Kostice	-0,55445
Kostice	-0,59051	Nový Poddvorov	-0,64878

Zdroj: vlastní výpočty



Obr. 1 – Index rozvojového potenciálu obcí v regionu Podluží

Zdroj: vlastní výpočty

Index rozvojového potenciálu jednotlivých obcí v regionu Podluží uvádí následující tab. 5 a v grafické úpravě obr.1 podle úrovně indexu a tím stanovuje i pořadí jednotlivých obcí v regionu Podluží. Byly vypočteny dvě varianty indexu rozvojového potenciálu s využitím dvou variant expertně stanovených vah.

Varianta 1 představuje stejnou váhu pro všechny čtyři proměnné a varianta 2 představuje váhu ve výši 0,3 pro každou proměnnou - počet ekonomicky aktivních obyvatel a příjmy obcí v tis. Kč na obyvatele a váhu ve výši 0,2 pro každou proměnnou - celková výměra (v ha) na obyvatele a koeficient ekologické stability.

Rozdíl ve výši indexu rozvojového potenciálu obcí v regionu Podluží mezi oběma variantami způsobil dílčí změnu v pořadí obcí seřazených dle výše indexu, a to zejména ve prospěch obcí Kostice a Lužice. Ke zjištěnému indexu rozvojového potenciálu v obcích regionu Podluží

Ize uvést, že disparity jsou zaznamenány s narůstající zápornou hodnotou indexu. Výše indexu rozvojového potenciálu obcí Kostice a také u varianty dva i Nový Poddvorov převyšuje hodnotu -0,5. Při této hodnotě indexu lze uvést, že se jedná obce s významnou disparitou v porovnání s ostatními obcemi regionu.

Stejný metodický postup při výpočtu indexu regionálního potenciálu jako u obcí v regionu Podluží byl uplatněn i u obcí mikroregionu Hranicko. Výsledný index rozvojového potenciálu je uveden ve dvou variantách v tab. 6.

Tab. 6: Index rozvojového potenciálu obcí v regionu Hranicko

Obce regionu Podluží	Index- varianta 1	Obce regionu Podluží	Index- varianta 2
Radíkov	2,058647	Radíkov	1,67386
Hranice	0,793596	Hranice	1,1577
Milotice nad Bečvou	0,59895	Milotice nad Bečvou	0,728719
Horní Těšice	0,497184	Horní Těšice	0,508031
Potštát	0,226841	Ústí	0,335152
Špičky	0,185504	Hustopeče nad Bečvou	0,288872
Hustopeče nad Bečvou	0,162049	Špičky	0,237966
Ústí	0,127336	Potštát	0,133861
Střítež nad Ludinou	0,122538	Střítež nad Ludinou	0,128324
Zámrsky	-0,02263	Opatovice	-0,03006
Partutovice	-0,0786	Skalička	-0,04945
Opatovice	-0,08126	Partutovice	-0,12585
Bělotín	-0,12627	Bělotín	-0,14924
Skalička	-0,17499	Zámrsky	-0,1873
Malhotice	-0,22146	Všechnovice	-0,24164



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



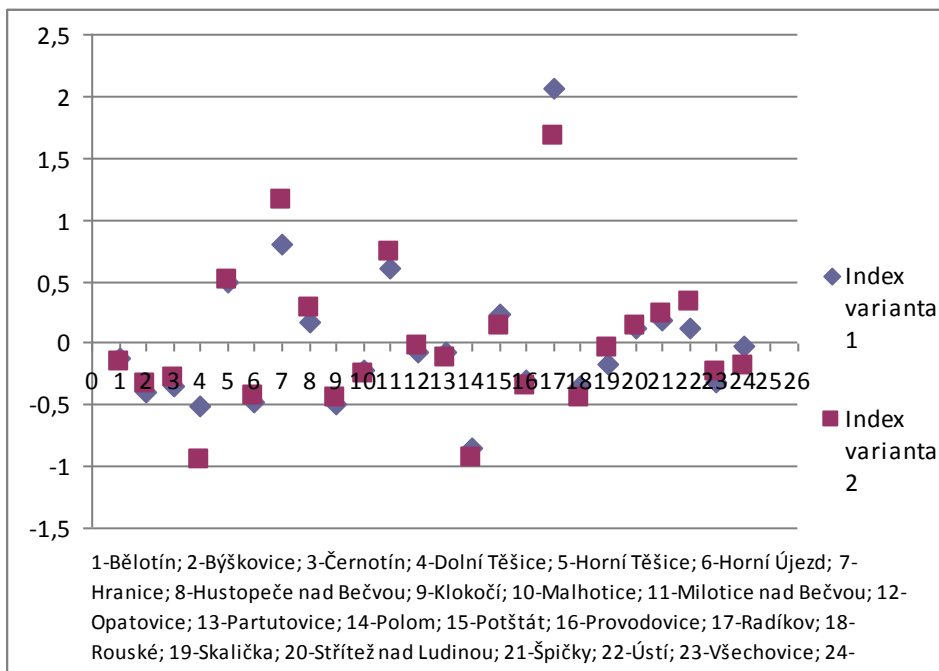
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Provodovice	-0,30307	Malhotice	-0,25478
Všechnovice	-0,32454	Černotín	-0,28308
Rouské	-0,34455	Býškovice	-0,33611
Černotín	-0,35823	Provodovice	-0,34365
Býškovice	-0,39865	Horní Újezd	-0,42565
Horní Újezd	-0,47497	Klokočí	-0,44085
Klokočí	-0,5029	Rouské	-0,4484
Dolní Těšice	-0,50682	Polom	-0,93507
Polom	-0,85369	Dolní Těšice	-0,94134

Zdroj: vlastní výpočty

I v mikroregionu Hranicko byly vypočteny dvě varianty indexu rozvojového potenciálu s využitím dvou variant expertně stanovených vah. Varianta 1 představuje stejnou váhu pro všechny tři proměnné (míra nezaměstnanosti v %, výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele, koeficient ekologické stability) a varianta 2 představuje váhu ve výši 0,25 pro každou proměnnou – míra nezaměstnanosti v %, výdaje obcí v tis. Kč na obyvatele, koeficient ekologické stability a lesní půdu (v ha) na obyvatele.



Obr. 2 – Index rozvojového potenciálu obcí v regionu Hranicko

Zdroj: vlastní počty

Výše indexu rozvojového potenciálu obcí Dolní Těšice a Polom v mikroregionu Hranicko převyšují hodnotu -0,5. Při této hodnotě indexu lze obdobně jako u obcí v regionu Podluží konstatovat, že se jedná obce s významnou disparitou v porovnání s ostatními obcemi regionu.

Rozdíl ve výši indexu rozvojového potenciálu obcí ve vybraných mikroregionech jsou u obou variant indexu minimální a převážně se obce v pořadí shodují tzn., že stanovená výše vah uplatněná při výpočtu indexu zásadním způsobem neovlivňuje výslednou hodnotu indexu a tím i disparitu obcí v mikroregionu pomocí které hodnotíme kvalitu života obcí mikroregionu. Závěrem lze uvést, že disparity jsou zaznamenány s narůstající zápornou hodnotou indexu a jsou mezi obcemi poměrně vysoké.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Koeficient ekologické stability (KES) v obcích vybraných mikroregionů

Jeden z významných indikátorů s ohledem na přírodní podmínky, který byl v posouzení obcí vybraných mikroregionů využit byl i koeficient ekologické stability. Tento indikátor vyjadřuje orientačně kvalitu půd. Představuje poměrové číslo, které stanovuje poměr stabilních (vinice, chmelnice, zahrady a ovocné sady, trvalé travní porosty, lesní půda a vodní plochy) a nestabilních (orná půda, zastavěné plochy a ostatní plochy) krajinných prvků.

Čím vyšší je hodnota uvedeného ukazatele, tím je daná krajina ekologicky stabilnější.

Hodnoty uvedeného koeficientu jsou klasifikační následujícím způsobem [5]:

- KES do 0,1 představuje území s maximálním narušením přírodních struktur, základní ekologické funkce musí být trvale nahrazovány technickými zásahy,
- KES 0,11-0,3 představuje území nadprůměrně využívané se zřetelným narušením přírodních struktur, základní ekologické funkce musí být soustavně nahrazovány technickými zásahy,
- KES 0,31-1,0 představuje území intenzivně využívané, zejména zemědělskou výrobou, oslabení autoregulačních pochodů v ekosystémech způsobuje jejich značnou ekologickou labilitu a vyžaduje vysoké vklady dodatkové energie,
- KES 1,01-3,0 představuje vcelku vyváženou krajinu, v níž jsou technické objekty relativně v souladu s dochovanými přírodními strukturami, důsledkem je i nižší potřeba energo-materiálových vkladů,
- KES nad 3,01 představuje přírodní a přírodě blízkou krajinu s výraznou převahou ekologicky stabilních struktur a nízkou intenzitou využívání krajiny člověkem.

Průměrná hodnota tohoto ukazatele v ČR je 1,04. Hodnoty ukazatele ekologické stability a stupně zornění uvádí tab. 7 za rok 2006 v České

republiky i v jednotlivých krajích. V tabulce jsou uvedeny i hodnoty tohoto koeficientu v obou vybraných mikroregionech.

Tab 7. Komparace vybraných indikátorů struktury využití půdy v krajích ČR a ve vybraných mikroregionech v roce 2006 (v %)

Kraj - mikroregion	Stupeň zornění zemědělské půdy	Koeficient ekologické stability
Česká republika	71,44	1,04
Hlavní město Praha	73,45	0,30
Středočeský	83,16	0,66
Jihočeský	64,52	1,45
Plzeňský	68,80	1,32
Karlovarský	45,08	1,94
Ústecký	66,55	0,96
Liberecký	48,68	2,18
Královéhradecký	69,10	1,03
Pardubický	73,16	0,89
Vysočina	77,44	0,84
Jihomoravský	83,20	0,67
Olomoucký	74,45	0,98
Zlínský	64,32	1,41
Moravskoslezský	62,89	1,30
Mikroregion Podluží - Jihomoravský kraj	82,87	0,68
Mikroregion Hranicko - Olomoucký kraj	77,02	0,55

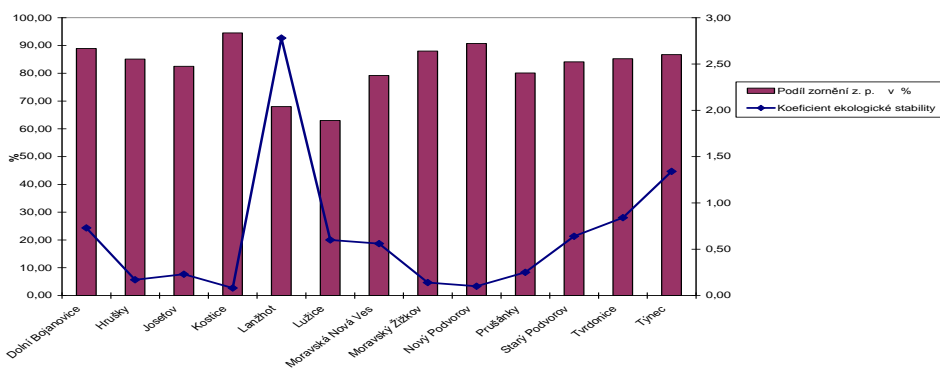
Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

Při srovnání průměrných hodnot uvedených ukazatelů podle krajů a podle vybraných mikroregionů v roce 2006 s údaji za celou Českou republiku (1,04) je zřejmé, že většina hodnot u jednotlivých mikroregionů je mnohem variabilnější.

Ještě mnohem větší variabilitu vykazují soubory jednotlivých obcí u vybraných mikroregionů, jak je znázorněno na údajích o stupni zornění zemědělské půdy a koeficientu ekologické stability v roce 2006 v následujících obr.3 a 4, charakterizujících obce v každém z vybraných mikroregionů.

Mikroregion Podluží

Hodnoty koeficientu ekologické stability i stupně zornění jsou u jednotlivých obcí mikroregionu Podluží velmi rozdílné, zvláště se odchyľují u obcí Lanžhot a Týnec.

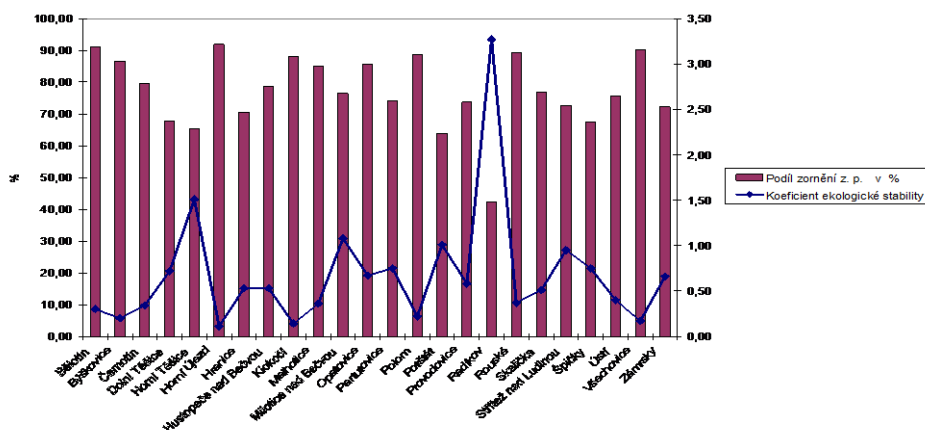


Obr. 3 – Koeficient ekologické stability a stupeň zornění z.p. v obcích regionu Podluží v roce 2006

Mikroregion Hranicko

Hodnoty koeficientu ekologické stability i stupně zornění zemědělské půdy v % u jednotlivých obcí regionu Hranicko jsou rozdílné, zvláště se odchyľují u obcí Radíkov, Horní Těšice a Milotice nad Bečvou. Při srovnání průměrných hodnot těchto ukazatelů podle obcí v roce 2006 s údaji za celou Českou republiku (1,04) a za Olomoucký kraj (0,98) je

zřejmé, že většina hodnot u jednotlivých obcí ve zvoleném regionu je nižší a krajina až na uvedené 3 obce je méně stabilnější.



Obr. 4 – Koeficient ekologické stability a stupeň zornění z.p. v obcích regionu Hranicko v roce 2006

Příspěvek uvádí výsledky výzkumného projektu č. WD-57-07-1 „Možnosti řešení disparit mezi vybranými regiony“, řešeného z podpory Ministerstva pro místní rozvoj.

Závěr

Hodnocení regionů je věnována významná pozornost zejména v posledních letech. Cílem tohoto hodnocení je na straně jedné poznání aktuálního stavu regionů, vyjádřeného prostřednictvím různých ukazatelů. Na straně druhé je to však i komparace a odhalení rozdílů v přírodních, sociálně-kulturních podmínkách a v ekonomické úrovni jednotlivých regionů, které mohou být vhodně zaměřenou regionální politikou a za použití adekvátních nástrojů odstraněny nebo alespoň zmírněny. Obdobně jako regiony (kraje) je potřebné hodnotit i nižší územní celky (mikroregiony) a obce. Výsledky hodnocení s využitím indexu rozvojového potenciálu jsou vhodné pro management

mikroregionu a starosty obcí s ohledem na stanovení další strategie rozvoje mikroregionu i obcí.

Ke stanovení a vyčíslení indexu rozvojového potenciálu v obcích vybraného mikroregionu je nutno uvést, že byly v případě výpočtu expertně stanoveny váhy jednotlivých výsledných indikátorů. Tyto váhy byly ověřovány a verifikovány se zástupci obcí ve sledovaných mikroregionech eventuelně i s jinými organizacemi a institucemi tak, aby se potvrdila přesnost a objektivnost vyčíslených indexů. Teprve poté se přistoupilo k posouzení a komparaci disparit mezi jednotlivými obcemi mikroregionů.

Literatura

[1] DUFEK, J., MINAŘÍK, B. Analýza indikátorů pro hodnocení cílů realizace strategie regionálního rozvoje v České republice. 1. vyd. Brno: MZLU, 2009, 119 s. ISBN: 978-80-7375-366-5

[2] HAMPL, M. Regionální diference současného socioekonomického vývoje v České republice. Sociologický časopis/Czech Sociological Review, 2007, Vol. 43, No. 5.889-910

[3] HEBÁK, P. a kol. Vícerozměrné statistické metody. Informatorium, Praha 2005.

ISBN 80-7333-039-3

[4] HRABÁNKOVÁ, M., BOHÁČKOVÁ, I.: Conditions of sustainable development in the Czech republic in compliance with the recommendation of the European commission.

Agricultural Economics - Czech, 2009, 55: p. 156–160

[5] JÁNSKÝ, J., SOMERLÍKOVÁ, K. Analýza disparit ekonomické výkonnosti regionů v ČR. In Region v rozvoji společnosti. 1. ed. Brno: Mendel University of Agriculture and Forestry in Brno, 2009, s. 98-104. ISBN 978-80-7375-330-6

[6] MÍCHAL, I. Ekologická stabilita. 2. rozš. vyd. Brno: Veronica, 1994. 276 s. ISBN 80-85368-22-6.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- [7] RODERICK, P. Macdonald. Faktorová analýza. Academia Praha 1991. ISBN 80-200-0081-X.
- [8] VAĎUROVÁ, H., MÜHLPACHR, P.: Kvalita života: Teoretická a metodologická východiska, Brno: Masarykova univerzita, 1. vyd, 146 s. ISBN 80-210-3754-7
- [9] Situační zpráva ke Strategii udržitelného rozvoje ČR. MŽP, Praha 2009. ISBN 978-80-7212-488-6
- [10] Krajské ročenky České republiky 2002-2006

Evaluation of development potential in chosen micro-regions

Abstract

In two chosen micro-regions, Podluží and Hranicko, there was determined index of development potential; it was set for individual municipalities of both chosen micro-regions. 35 indicators in time period 2001-2008 were found out and used to determination of the index. Calculation of the development potential index is based on multidimensional statistical method – factors analysis.

Key words

Micro-region, index of development potential, factor analysis

Kontaktní údaje na autory

Doc. Ing. Jaroslav Jánský, CSc.

Ústav regionální a podnikové ekonomiky

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií MENDELU v Brně

Zemědělská 1, 613 00 Brno

e-mail: jansky@mendelu.cz



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Ing. Kristina Somerlíková, Ph.D.

Ústav demografie a aplikované statistiky

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií MENDELU v Brně

Zemědělská 1, 613 00 Brno

e-mail: somerlik@mendelu.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Ekonomické aspekty systému zdravotní péče ve Spojených státech

Palát Milan

Mendelova univerzita v Brně

Abstrakt

Příspěvek je zaměřen na zhodnocení vybraných aspektů systému zdravotní péče ve Spojených státech. Hojně užívaný systém zdravotního pojištění Health Maintenance Organization je srovnáván s klasickým zdravotním pojištěním. Příspěvek podává vysvětlení, proč ve Spojených státech neustále klesá počet osob, kteří si platí zdravotní pojištění, a upozorňuje na související ekonomické dopady tohoto vývoje. Zhodnoceny jsou otázky finanční udržitelnosti stávajícího systému zdravotní péče, zmíněny jsou i další souvislosti ohledně dostupnosti zdravotní péče.

Klíčová slova

Systém zdravotní péče, zdravotní pojištění, Spojené státy.

Úvod

V České republice aktuálně probíhá diskuse o novém uspořádání zdravotního systému, ale podobné otázky jsou diskutovány i ve většině evropských či mimoevropských vyspělých států. Mezi často skloňované problémy, s nimiž se zdravotnictví potýká, patří otázky finanční udržitelnosti stávajících systémů zdravotní péče zejména v souvislosti s demografickými trendy v populaci, ale také s rostoucími nároky na tuto péči i nákladnými moderními technologiemi a postupy. Aktuální přehled reformních opatření v evropských zemích poskytuje např. Mátl a kol. (2009). Systémy zdravotnictví jednotlivých zemí, které v minulosti prošly různým vývojem, se poměrně značně odlišují, a to zejména s ohledem



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

na zdroje financování zdravotní péče. Přesto je možné vymezit určité základní typy těchto systémů se shodnými či podobnými znaky. Dle Freemana (2000) lze hovořit o dvou základních kategoriích systémů zdravotní péče. Jde o národní zdravotnickou službu a ve druhém případě o systémy zdravotního pojištění. Mátl (2009) uvádí, že lze vysledovat jistý konvergenční trend, který dlouhodobě přibližuje tyto základní modely organizace zdravotnictví. V obou systémech zdravotní péče se uplatňují stejné základní hodnoty zlepšení zdravotního stavu obyvatelstva a kvality života, ochrany zdraví nejzranitelnějších skupin, univerzálního přístupu obyvatel ke zdravotní péči, ochrany před potenciálními vysokými náklady zdravotnických služeb, solidarity ve financování a snahy o maximální kvalitu, dostupnost, technickou efektivitu a medicínskou účinnost poskytovaných zdravotnických služeb (Háva, 2001).

Výsledky a diskuse

V tomto příspěvku chci zdůraznit některé aspekty systému zdravotnictví ve Spojených státech, zejména motivaci k placení zdravotního pojištění americkými občany a dopady pro související dostupnost zdravotní péče. Je s podivem, že ve Spojených státech, jedné z nejbohatších zemí světa, trvale roste počet osob bez zdravotního pojištění. A to přesto, že v této zemi byl zaveden i jiný než klasický a finančně méně nákladný systém zdravotního pojištění HMO¹, který na dalších řádcích ve stručnosti uvedu. Organizace tohoto typu zajišťují úhradu zdravotní péče v zařízeních, se kterými má HMO smlouvu. Na rozdíl od klasického pojištění kryje HMO pouze péči poskytnutou lékaři, kteří se zavázali ošetřovat pacienty na základě směrnic a omezení HMO, za což získávají trvalý přísun pacientů. Většina organizací typu HMO vyžaduje po svých členech, aby si vybrali určitého lékaře pro primární péči, což jsou nejčastěji internisté, pediatři či praktičtí lékaři. S výjimkou ohrožení života pacient potřebuje doporučení, aby mohl navštívit specialistu či jiného lékaře. Při klasickém pojištění dostane lékař za každé další nové vyšetření honorář. Oproti tomu lékař ze sdružení HMO nemá tendenci předepisovat zbytečné úkony, protože dostává roční paušál kryjící jeho

¹ Health Maintenance Organization



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

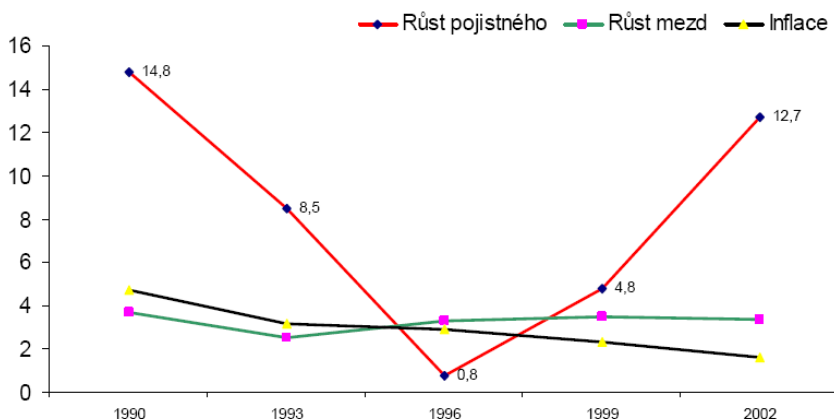
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

služby za celý rok. HMO sestavuje zprávy o svých lékářích, kde zjišťují, kolik poskytují výkonů a zda toto odpovídá průměru. To, že lékař z HMO tak může být mnohem méně ochotný poslat pacienta na nákladná vyšetření, než v případě klasického pojištění, je z popsání fungování daného systému více než zřejmé.

Posuňme se však dále k příčinám neuspokojivého jevu, kterým je rostoucí počet nepojištěných osob. Přestože příjmy Američanů jsou velmi vysoké, zadlužení domácností také v posledních letech prudce rostlo a mnoho osob se tak každoročně dostává do finančních potíží. Soudobá finanční krize (a z ní plynoucí recese světového hospodářství) tyto problémy dále prohloubila, ale výrazný „trend zadlužování“ byl velmi zřetelný i v celém předchozím období, kdy se ekonomice dařilo nepoměrně lépe. Problém poklesu počtu pojištěnců je ale mnohem hlubší. Objevují se tak postupně závažné změny v chování i u „nezadlužené“ části obyvatelstva. V současnosti již pojištění neruší jen ti, které jsou ve finanční tísní, ale i rodiny, jejichž členové doposud vykazovali dobrý zdravotní stav a nevidí tedy důvod ke „zbytečnému“ placení pojistného. Náklady na zdravotní pojištění pro čtyřčlennou rodinu se pohybují v řádu několika tisíc dolarů ročně, což obvykle překračuje výdaje za zdravotní péči, které jsou ve „zdravých“ rodinách nízké. Ušetřené prostředky lze využít na přestěhování, splácení dluhů či zaplacení studií dětem na prestižní univerzitě. To že takto hrají loterii se svým zdravím i se zdravím svých dětí již dnes nikoho ve Spojených státech nešokuje a uvedený trend se šíří do dalších středně-příjmových kategorií.

S rostoucím počtem nepojištěných osob se uvedené chování dokonce stává společensky akceptovatelným a vlastně i nabývá na racionalitě. Jak se totiž snižuje počet pojištěnců, dochází současně k negativním změnám v jejich struktuře. Klesá podíl osob s lepším zdravotním stavem, nižším věkem, menší dispozicí k určitým chorobám a naopak se zvyšuje podíl osob s vážnějšími onemocněními, osob starších či s vyšším rizikem onemocnění. Posledně zmínění pojištěnci samozřejmě vyžadují nákladnější zdravotní péči a výdaje na pojištěnou osobu ještě dále rostou. Macháček (2005) se zabýval souvislostmi vývoje pojistného vzhledem k vývoji mezd a inflace. Graficky je značný růst cen pojistného

po roce 1996 ve srovnání se mzdami a inflací ve Spojených státech znázorněn na z Obr.1. Frank a Bernanke (2003) označují stav systému zdravotního pojištění ve Spojených státech jako „smrtící spirálu“, kdy s růstem počtu nepojištěných osob se problém bude dále zhoršovat, protože náklady těch kteří zůstávají pojištěni, se budou dále zvyšovat.



Obr 1.: Růst cen pojistného ve srovnání se mzdami a inflací ve Spojených státech (v %)

Zdroj: Reforma zdravotnictví (2010)

Závěr

Závěrem je možné uvést návrh na řešení tohoto neuspokojivého stavu v systému zdravotnictví Spojených států, jak jej vidí jeden z významných amerických ekonomů (a současný předseda rady guvernérů Fedu² ve Spojených státech Ben Bernanke). Ten uvádí, že vláda může tuto spirálu smrti jednoduše zastavit tím, že ročně uhradí každé rodině 4000 dolarů³ za zdravotní pojištění. Tento záměr se může jevit velmi nákladným, ale ve skutečnosti by podle tohoto názoru byl mnohem méně nákladný než systém současný. Díky úsporám plynoucím z pojištění osob s lepším zdravotním stavem by mohla být poskytována odpovídající

² Federální rezervní systém (Fed), centrální bankovní systém Spojených států

³ přibližné roční náklady na zdravotní pojištění čtyřčlenné rodiny



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

péče osobám s horším zdravím. A to bez tlaku na výrazný růst pojistného. Zatímco téměř všechny země Evropské unie v současné době garantují zdravotní péči v zásadě všem svým občanům, ve Spojených státech je situace ve srovnání s evropským modelem velmi neradostná. Je zřejmé, že právě v této části světa bude systém poskytování zdravotní péče muset projít ještě zásadnějšími změnami nebo spíše kontinuálním transformačním procesem, který zajistí nejen kvalitu, ale i dostupnost zdravotní péče pro všechny potřebné.

Literatura

- [1] Frank, R. H., Bernanke, B. S.: *Ekonomie*. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 804. ISBN 80-247-0471-4.
- [2] Freeman R.: *The Politics Of Health In Europe*. Manchester University Press, 2000. s. 208. ISBN 9780719042140.
- [3] Háva, P. *Health Care*. In Kalb, D. - Kovacs, J. (eds.). *Comparative Institutional Reform in Social Policy. East-Central Europe in a European context (1989-2001)*. Vienna : IWM, 2001.
- [4] Macháček, T.: *Vliv konkurence na fungování zdravotních pojišťoven* [on-line]. 2005, [cit. 2011-2-10]. Dostupný z: http://www.reformazdravnictvi.cz/content/files/cz/Reforma/2_Clanky_prezentace/Prezentace/TM_euroforum_27_9_05.pdf.
- [5] Mátl, O. a kol.: *Zdravotnictví za hranicemi. Kulatý stůl k budoucnosti financování zdravotnictví v ČR*. Praha, 2009. ISBN 978-80-254-3776-6.
- [6] *Reforma zdravotnictví* [on-line]. 2010, [cit. 2011-2-10]. Dostupný z: http://www.reforma_zdravnictvi.cz/content/files/cz/Reforma/2_Clanky_prezentace/Prezentace/TM_euroforum_27_9_05.pdf.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Economic Aspects of the Health Care System in the United States

Abstract

The paper is aimed at assessing of chosen aspects of health care system in the United States. The widely used health insurance system HMO (Health Maintenance Organization) is put into comparison with traditional health insurance. The paper also explains the reasons of diminishing number of persons paying their health insurance and related economic consequences of this development. The issues of financial tenability or current health care system are evaluated and other connections regarding to the accessibility of health care are mentioned.

Key Words

Health care system, health insurance, United States

Kontaktní údaje

Ing. Milan Palát, Ph.D.

Mendelova univerzita v Brně

613 00 Brno, Česká republika,

e-mail: mpalat@mendelu.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Manažerská metoda Storytelling

Ryšánková Štěpánka

Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem,
Fakulta sociálně ekonomická, Katedra ekonomiky
podniku

Abstrakt

Storytelling je manažerská metoda, která ještě není v ČR jako samostatná entita manažerské vědy příliš známa. Jde o jeden z nástrojů tzv. interaktivního leadershipu. Autorka čerpá především ze zahraničních zdrojů. Metoda je založena na částečném přenostu tzv. tacitní znalosti, tematicky tedy spadá pod management znalostí. Článek se zabývá teoretickým základem storytellingu, definuje jeho základní pojmy a pojmy znalost a tacitní znalost a stručně shrnuje zatím známé typologie, které popsaly největší světové kapacity zabývající se storytellingem. Většinou mají i mnoho zkušeností z praxe, kdy se přímo podílely na zavádění této manažerské metody v organizacích světového formátu. Uvádí i první výsledky empirických průzkumů provedených zejména v akademickém prostředí.

Klíčová slova

Storytelling, management znalostí, tacitní znalost, interaktivní leadership, příběh

Úvod

Storytelling můžeme doslova přeložit jako vyprávění příběhů. Bohužel, tato metoda v české republice doposud není široce uznávanou metodou managementu znalostí a vůdcovství. Používá se především v interaktivním leadershipu. Zcela uznáván ještě není ani management znalostí. Tím, že tato koncepce navazuje na praxi a její terminologii se



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

stále nedaří ujednotit, management znalostí ještě řádně nevnikl na všechny ekonomicky zaměřené fakulty. Důvody tohoto stavu můžeme spatřovat i v následujících faktech. Čeští zástupci středního managementu v naší zemi stále ještě využívají způsoby myšlení z dob socialismu. Autokratické a direktivní styly vedení jsou stále k vidění, aniž by se zbytek spolupracovníků jakkoli vzpíral, i když jde jednoznačně o pracovníky znalostní. Dosavadní ekonomické výsledky těchto manažerů byly uspokojivé, ke změně tedy chyběl motiv. Pokud se splní předpoklady psychologů a sociologů, mentální modely z dob socialismu budeme odbourávat ještě dalších 20 let. Přitom svět na západ od nás metody managementu znalostí zná a využívá již několik desetiletí. Zrovna tak top manažeři světového formátu znají výhody storytellingu. Patří mezi ně například Jack Welch nebo Bill Gates. Z těchto důvodů se autorka rozhodla zaměřit se na tuto metodu leaderhipu ve svojí disertační práci. Článek níže mj. obsahuje vyhodnocení pilotního průzkumu, který se týkal přenosu znalostí mezi učitelem a studentem za pomoci příběhu.

2 Materiál a metody

Dosavadní výzkumná práce autorky zahrnuje literární i elektronickou rešerši tématu storytelling a pilotní průzkum v akademickém prostředí. Při rešerši pracovala zejména se zahraniční literaturou jak v anglickém, tak v německém originále. Zejména s jejími elektronickými verzemi, které jsou k dispozici na některých serverech světové sítě internet. Vyhledat relevantní zdroje jiným způsobem v České republice bohužel zatím není možné. Ke specializovanému tématu storytellingu v akademické sféře, i po redukci pojmu příběh na pojem příklad, nebyly nalezeny žádné relevantní česky psané zdroje.

Autorka pro potřeby disertační práce provede dotazníkové šetření, které metodou spadá do oblasti kvantitativního výzkumu. Sebraná data budou zanesena do matice dat v programu MS Excel. Ten následně umožní jejich třídění a analýzu. Bude využita jak deskriptivní, tak explanační metoda analýzy dat.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Z pilotního průzkumu bylo získáno 13 dotazníků, z nichž bylo do zpracování zařazeno 12. Pro výzkum pro dokončení disertační práce je plánováno zařadit alespoň 150 dotazníků. Dotazník zatím vyplnili studenti prezenčního studia na fakultě sociálně ekonomické. Bude ověřovat tři základní hypotézy:

H1: Učitelé využívají příběhy ve výuce bez znalosti metodiky vyprávění příběhu.

H2: Příběhy studentům umožňují lépe pochopit probíranou látku.

H3: Ve vnímání příběhu je rozdíl mezi studenty prezenčního a dálkového studia.

Pilotní průzkum zatím závěry týkající se třetí hypotézy nepřináší, studenti dálkového studia ještě nebyli zařazeni.

3 Výsledky a diskuse

Výsledkem literární rešerše je jednak terminologie týkající se oblasti storytellingu, jednak několik typologií příběhu, které jejich autoři vytvořili při průzkumech v soukromém sektoru. Jde především o S. Denninga, Y. Gabriela, K. Thier, E. O'Connor, J.S. Browna. Z českých autorů vyniká L. Mládková.

3.1 Teoretický základ storytellingu

Jak tedy zní definice storytellingu? Jedinou skutečnou definici storytellingu autorka našla v encyklopedii, tzn. jde o definici storytellingu obecně, ne jako manžerské metody. I když připouští existenci tzv. formálního storytellingu, kterým se pro potřeby leadershipu zabývá např. S. Denning. Definice storytellingu: *“Storytelling je jednou z nejstarších forem lidového umění...Storytelling je často součástí obyčejné konverzace...ve formálním storytellingu si určitá osoba připraví příběh, aby ho mohla prezentovat publiku. I když někteří vypravěči vyprávějí příběhy na základě jejich vlastní představitosti, většina vypravěčů se naučí příběh, který najdou v knize. “* (World Book Encyclopedia, 1992, str.. 339)



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Definice příběhu se vyskytují častěji a u jednotlivých autorů se značně liší. Y. Gabriel navíc definuje tzv. narativ, tj. pojem širší, než pojem příběh.

Znalost je pro potřeby managementu znalostí definována jako informace + x, kde x je to, s čím informace v našem mozku interaguje. To mohou být naše předchozí znalosti, zkušenosti, mentální modely, principy, podle kterých žijeme, naše víra. Znalost má dvě složky, explicitní a tacitní. Při rozvoji produktivity a konkurenceschopnosti podniku jde především o rozvoj a vytváření tacitní složky znalosti. Jak jsem již uvedla výše, při vyprávění příběhu dochází k přenosu znalostí, konkrétně tacitní složky znalosti. Tacitní znalost je na rozdíl od znalosti explicitní neformalizovatelná a nepřenositelná. Je vázána na tělo pracovníka (na jeho svaly nebo mozek), lze ji sledovat pouze v okamžiku činnosti pracovníka. Za známé nástroje přenosu tacitní znalosti jsou považovány učňovství, pobyt v komunitě a příběh.

Slovo "příběh" bylo studentům v dotazníku definováno jako "celek, který má začátek, prostředek a konec. Zároveň obsahuje slovesa, která určují, co postavy dělaly nebo co se s nimi dělo."

3.2 Typologie příběhu

Typologie by autorka ráda shrnula jen stručně, i názvy typů napoví. Blíže se s nimi čtenář může seznámit po vyhledání v jednotlivých zdrojích.

S. Denning především ve Světové bance vyčlenil 8 základních typů příběhu. Z toho 7 typů je cíleně tvořených příběhů, 1 typ vzniká živelně. Jde tedy o Springboard Story ("Odrasový příběh"), příběh pro představení se, příběh pro spolupráci, příběh pro branding, příběh pro upevnění firemních hodnot, příběh pro zkrocení fámy a příběh pro budoucnost. Živelně vznikající je příběh pro přenesení znalosti.

K. Thier mezi živelně vznikajícími příběhy kolujícími ve firmě odlišuje příběh pro odlišení statutu, příběh o existující kontrole, příběhy o existující

jistotě a nejistotě; dále příběhy o založení podniku, "kyselé" příběhy, příběhy o znovuvzkříšení, transformační příběhy a inspirující příběhy. Dále uvádí několik forem příběhů uměle vytvořených: tzv. share-it!, success stories (příběhy o úspěchu) a transformační komiks.

J.S. Brown v IBM vypořádal příběhy o těch druhých, příběhy o práci a příběhy o organizaci, příběhy pro sociální propojení příběhy o budoucnosti.

Y. Gabriel pozoroval v mnoha britských firmách příběhy vyvíjející se kolem užívání a správy IT. Dle postavení počítače v očích hlavního protagonisty rozlišuje: PC jako neživá věc; PC jako padouch, blázen nebo hrdina; PC jako magická hůlka.

Ellen O'Connor byla asistentkou a poradcem podnikatele, který založil firmu pro rozvoj služeb uživatelům mobilních telefonů. Příběhy rozdělila na osobní příběhy (zakladatelské a vizionářské), generické příběhy (marketingové a strategické) a situační příběhy (historické a konvenční).

Doc. Ludmila Mládková, která spolu s prof. Janem Trunečkem působí již několik let v oblasti managementu znalostí na pražské VŠE, než rozlišuje příběhy na živelně vznikající a umělé, využitelné v oblasti managementu. Do první skupiny patří mýty a lidové příběhy, do druhé tzv. transformační příběhy.

3.3 Výsledky pilotního průzkumu

Dotazník pro vlastní průzkum byl na základě pilotáže doplněn o 5 otázek a u mnoha otázek byla upravena nabídka a instrukce pro vyplnění.

Z pilotního průzkumu lze vyvodit následující předběžné závěry:

H1: 9 z 12 studentů již slyšela příběh na VŠ. Předběžně tedy potvrzují H1, že učitelé používají při výuce příběh. 7 studentů tvrdí, že ho slyší

1x za týden, 3 studenti slyší na každé přednášce 1 příběh, 1 student ho slyší 1x za semestr.

H2: 9 z 12 studentů tvrdí, že na ně příběh působí příjemně a že se z nich prioritně učí (4 studenti) nebo ho použijí buď při testu nebo zkoušce (4 studenti), nebo v nich poznají sami sebe (1 student). H2 je tedy rovněž předběžně potvrzena.

Další zjištění:

7 z 12 studentů si příběh pamatuje déle, než do zkouškového testu, záleží na zajímavosti, pointě, důležitosti pro studenta.

7 z 12 studentů zaznamenává příběh do poznámek.

Vyprávění příběhu je důležité pro pochopení a zapamatování látky (ano, 12 z 12)

Čísla a vědecká fakta uvedená v příběhu si zapamatují lépe, než čísla z tabulek a grafů v prezentaci (ano, 10 z 12)

Příběh z úst manažera již slyšelo 9 z 12 studentů. Z těchto 9 studentů jich 6 slýchá každý týden alespoň 1 příběh, 3 slýchají denně alespoň 1 příběh.

9 z 12 jich příběh rádo vyslechne, 11 z 12 považuje příběh z úst manažera za přirozený.

Ve vztahu ke kolegovi považují příběh za přirozenou součást komunikace všichni.

4 z 12 studentů již mají manažerskou zkušenost a příběh používají pro vedení podřízených.

8 z 12 studentů používá příběh i v rozhovoru s nadřízeným, z toho 2 pouze mimo pracovní prostředí.

Symbolické příběhy má rádo a umí si vysvětlit 6 z 12 studentů.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vztahová analýza:

1) Třídění podle věku – mladší student (19-22 let)

- slyší příběh v přednášce častěji
- dávají větší důraz na to, aby byl příběh zajímavý
- více vnímají příběh v přednášce jako příjemný, než starší studenti
- více příběhů zaznamenávají do poznámek
- raději než starší vyslechnou příběh od manažera
- nemají rádi příběhy symbolické
- vyžadují vyšší četnost příběhu v přednášce, rozpětí četnosti se pohybuje v intervalu 1-5 příběhů v jedné přednášce

O mladších studentech tedy můžeme uzavřít, že jsou na příběh v přednášce více zaměřeni. Jeho přítomnost v přednášce vítají, ale zároveň na něj kladou vyšší nároky, než student starší. Příčinu můžeme hledat v absenci zkušeností z praxe u těchto studentů a v jejich touze získat tyto zkušenosti jednodušší cestou. Zároveň si mladší studenti, především ti, kteří jsou teprve v prvním semestru, mohou méně věřit v tom, že probírané látky mohou porozumět i na základě samostudia. Proto se více zaměřují na příběh v přednášce. Výsledek zároveň může dokazovat tvrzení, že příběh napomáhá přenosu znalosti, ba co víc, znalosti zkušenostní, tedy tacitní.

2) třídění podle pohlaví – ženy

- slyší příběh v přednášce častěji
- všechny ženy ve vzorku příběhů zaznamenávají do poznámek, všichni muži ho nezaznamenávají
- využijí příběh u zkoušky nebo testu častěji, než muži

O studentkách tedy můžeme učinit závěr, že se na příběh v přednášce více zaměřují, jsou vůči němu vnímavější. Příčiny lze hledat na úrovni biologie a sociologie.

- 3) Podrobněji se autorka zaměřila na studenty, kteří již za sebou mají manažerskou praxi. Ve vzorku byli 4. Právě mezi těmito čtyřmi studenty se objevili dva, kteří příběh v přednášce vnímají nepříjemně, např. jako matoucí, nevědí, ke kterému problému se má příběh vztahovat, atp. Zároveň jsou tam jediní dva studenti, kteří tvrdí, že z tabulek a grafů si čísla a vědecká fakta zapamatují lépe, než z příběhu.

U těchto studentů bychom tedy mohli uzavřít, že na rozdíl od kolegů, kteří při škole nepracují nebo nemají ještě manažerskou zodpovědnost, nejsou v přednáškách tak dobře soustředěni. Dalším možným vysvětlením negativního vztahu studentů-manažerů k příběhům by mohlo být to, že jsou pro ně výukové příběhy málo detailizované. Preferenci přehledových materiálů můžeme rovněž přičítat jejich jisté profesionální deformaci, kdy jsou jako manažeři na čtení čísel z tabulek a grafů zvyklí.

Závěr

Na základě literární rešerše lze uzavřít, že za západními hranicemi České republiky se teorie storytellingu již několik desetiletí uspokojivě rozvíjí. V USA na univerzitě v Chicagu dokonce v rámci ekonomických studií existuje obor s názvem Storytelling. Český storytelling má prozatím známého zástupce pouze na VŠE.

Z provedené pilotáže lze uzavřít, že při vnímání příběhu studentem hraje roli více faktorů, než ty, které jsou v dotazníku kvantitativního výzkumu již zaneseny. Pro zachycení dalších důležitých vlivů je třeba pokračovat ve výzkumech, eventuálně doplnit kvantitativní výzkum o výzkum kvalitativní.

Dvě ze tří hypotéz disertační práce pilotáž potvrzuje, autorce to tedy dovoluje pokračovat ve výzkumu tak, jak byl navržen. V tuto chvíli jsou výsledky z pilotáže, tak jak byly zde shrnuty, hodnoceny vedoucí disertační práce.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] ARISTOTELES: *Poetika*, nakladatelství Svoboda, Praha, 1996, ISBN 80-205-0295-5
- [2] BOJE, D. M.: *Storytelling Organizations*, Sage Publications, London, 2008, ISBN 978-1-4129-2976-9
- [3] BROWN, J.S.: *Storytelling in Organizations: Why Storytelling is Transforming 21st Century Organizations and Management*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford 2005, ISBN 0-7506-7820-8
- [4] DENNING, S.: *The Leader's Guide to Storytelling: Mastering the Art and Discipline of Business Narrative*, Jossey-Bass, San Francisco, 2005, ISBN 13-978-0-7879-7675-0
- [5] GABRIEL, Y.: *Organizing Words: a Critical Thesaurus for Social and Organization Studies*, Oxford University Press, Oxford 2008, ISBN 978-0-19-921321-4, ISBN 978-0-19-921322-1
- [6] GABRIEL, Y.: *Storytelling in Organisation: Facts, Fictions and Fantasies*, Oxford University Press, New York 2000, ISBN 0-19-829095-0
- [7] ICHIJO, K., NONAKA, I.: [Knowledge Creation and Management: New Challenges for Managers](#), Oxford University Press, New York, 2007, ISBN 13-978-0-19-515962-2, ISBN 0-19-515962-4
- [8] Kolektiv autorů. *Všeobecná encyklopedie v osmi svazcích*. 2. vyd. Praha : Diderot, 2002, ISBN 80-86613-00-3
- [9] Kolektiv autorů. *The World Book Encyclopedia*, vol. 18, World Book, Inc., London, 1992, ISBN 0-7166-6692-8
- [10] MLÁDKOVÁ, L.: *Moderní přístupy k managementu: tacitní znalost a jak ji řídit*, C.H.Beck, Praha, 2005, ISBN 80-7179-310-8
- [11] McDRURY, J., ALTERIO, M.: *Learning through Storytelling in Higher Education: Using Reflection and Experience to Improve Learning*, Kogan Page Ltd., London, 2003, ISBN 0-7494-4038-4



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

-
- [12] MOON, J.A.: *Using Story: In Higher Education and Professional Development*, Routledge, Oxon, 2010, ISBN 978-0-415-56468-7, 56469-4
- [13] O'CONNOR, E.: *Storied Business: Typology, Intertextuality, and Traffic in Entrepreneurial Narrative*, The Journal of Business Communication. Volume 39, Number I. January 2002. pages 36-54
- [14] THIER, K.: *Storytelling, eine narrative Managementmethode*, Springer Medizin Verlag, Heidelberg, 2006, ISBN-10: 3-540-23744-5
- Elektronické zdroje
- [15] <http://cevv-uk-pedf.blog.cz/1006/vypraveni-pribehu-neni-frontalni-vyuka>

Storytelling Management Method

Abstract

Storytelling is a method of management not very well known as an individual unit of management science. It is one of the tools of interactive leadership. The author uses mostly sources from abroad. The method is based on total or partial transfer of tacit knowledge. The topic belongs to the field of knowledge management. The paper deals with theoretic base of storytelling, defines it's basic concepts and concept of knowledge, tacit knowledge and summarizes the basic typologies. The above typologies were described by the biggest world capacities concerned with storytelling. Usually, they are rich in experience from practice, when they took part at application of storytelling management method in world formate organisations. The paper presents first results of empiric research from academic environment too.

Key words

Storytelling, knowledge management, tacit knowledge, interactive leadership, story



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kontaktní údaje na autora

Ing. Štěpánka Ryšánková

Fakulta sociálně ekonomická UJEP4

Katedra ekonomiky podniku

e-mail: stepanka.rysankova@ujep.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha č.1

Dotazník pro účely zpracování disertační práce - pilotáž

Věk: (doplňte číslici)

Pohlaví: **M/Ž** (zakroužkujte správnou odp.)

Forma studia: **prezenční/dálkové** (podtrhněte správnou odp.)

- I. Příběh je pro tento dotazník definován jako **celek, který má začátek, prostředek a konec**. Zároveň obsahuje **slovesa**, která určují, co postavy dělaly nebo co se s nimi dělo.
- A) Jak často slyšíte na přednášce příběh ve výše uvedeném slova smyslu?
- 1) Na každé přednášce 1x
 - 2) Na každé přednášce více, než 1x (uvedte kolikrát v průměru)
 - 3) Slyším ho asi 1x za týden
 - 4) Slyším ho 1x za semestr
 - 5) Zatím 1x na VŠ
 - 6) Na VŠ zatím nikdy
 - 7) Nikdy na SŠ nebo VŠ
 - 8) Nikdy na ZŠ, SŠ nebo VŠ



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

B) Učitelé (pouze 1 odpověď)

- 1) Vyvodí z příběhu závěr, poučení
- 2) Poučení někdy uvedou, někdy neuvedou
- 3) Poučení neuvedou nikdy

C)

- 1) Neumějí uvést správný příběh k probírané látce
- 2) Většinou uvedou správný příběh k probírané látce
- 4) Vyprávění příběhu je důležité pro pochopení a zapamatování látky. (souhlasím/nesouhlasím) (podtrhněte správnou)
- 5) Čísla a vědecká fakta uvedená v příběhu si zapamatují lépe, než čísla z tabulek a grafů v prezentaci. (souhlasím/nesouhlasím) (podtrhněte správnou)
- 6) Jak dlouho si příběh (alespoň částečně) zapamatujete? (můžete zatrhnout i více odpovědí, pak ale seřadte dle častosti váhy ve Vašem vnímání)
 - 1) Do závěrečného testu
 - 2) Déle, záleží na zajímavosti příběhu
 - 3) Déle, záleží na důležitosti příběhu pro mě
 - 4) Déle, záleží na pointě
 - 5) Déle, záleží na tématu
 - 6) Déle, záleží na vtipnosti příběhu



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- 7) Příběhy na mě ve výuce působí (můžete zatrhnout i více odpovědí, potom ale seřadte dle častosti výskytu efektu, od nejčastějšího po nejdřívší)
- 1) Příjemně, učím se z nich
 - 2) Příjemně, často v nich poznám sám sebe
 - 3) Příjemně, často je využiji na zkoušce nebo při testu
 - 4) Nepříjemně, nedokážu vyvodit správný závěr
 - 5) Nepříjemně, nevím, ke kterému problému se vztahují
 - 6) Nepříjemně, matou mě a moje chápání látky
 - 7) jiná specifikace efektu, snažte se efekt na Vás formulovat

II. Přednáška s příběhem

H) (pouze 1 odpověď)

- 1) Je bohatší na znalosti, než přednáška bez příběhů
- 2) Je chudší na znalosti, nestíhá se potom probrat všechno, co do přednášky patří

I) (pouze 1 odpověď)

- 1) Příběh do poznámek zaznamenávám, lépe se mi potom učí na test
- 2) Příběh do poznámek nezaznamenávám



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

J)

- 1) Učitel-vypravěč většinou přetahuje
- 2) Učitel-vypravěč většinou přetahuje, a přitom nestihne probrat to, co má
- 3) Učitel-vypravěč nepřetahuje

K) Z příběhů si nejlépe zapamatuji

- 1) všechno, příběh si pamatuji celý
- 2) děj
- 3) čísla
- 4) jména a charakter postav
- 5) nové pojmy

L) Když si představím přednášku ze základů managementu. Budu s ní spokojen, pokud v ní bude alespoň.....(doplňte číslici) příběhů/y.

III. Příběh v zaměstnání

Jsem/nejsem zaměstnán (podtrhněte správnou odpověď)

Uveďte svoji funkci (pozici v organizační struktuře) u Vašeho zaměstnavatele.

.....

M) Příběh z úst manažera (mně nadřízeného) (pouze 1 odpověď):

1. Jsem ještě neslyšel(a)
2. Jsem slyšel naposled před ... lety
3. Jsem slyšel naposled před ...měsíci
4. Slýchám každý týden alespoň jeden
5. Slýchám každý den

N) Příběh v zaměstnání obecně (pouze 1 odpověď)

- 1) Většinou nepochopím, z jakého důvodu je mi příběh vyprávěn
- 2) Příběh si rád vyslechnu, obohatí mě, něco nového se dozvím nebo naučím

O) Příběh z úst manažera (nadřízeného) (pouze 1 odpověď)

- 1) Vyprávění příběhů v práci z úst manažera považuji za manipulaci
- 2) Vyprávění je přirozenou formou komunikace, dobře vyprávěné příběhy oceňuji, manažer se snaží předat svoji znalost

P) Příběh z úst kolegy (možno i více odpovědí, zaškrtněte vše, s čím můžete souhlasit, a seřadte dle četnosti výskytu situace, od nejčastější po nejméně častou)

- 1) Příběhy kolegů neposlouchám, nemají mi co dát
- 2) je to přirozená součást komunikace
- 3) je prostředkem k nabytí nových zkušeností
- 4) je prostředkem k uvolnění atmosféry
- 5) štve mě, když nás někdo vyruší a kolega příběh nedokončí



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Q) Příběh z mých úst ve směru můj kolega (možno i více odpovědí)
- 1) Příběhy nevyprávím
 - 2) Příběh používám a jsem nerad, pokud ho nemohu dokončit
- R) Příběh z mých úst ve směru moji podřízení (pouze 1 odpověď)
- 1) Jsem manažer, příběhy nevyprávím, protože je považuji za manipulaci.
 - 2) Jsem manažer, příběhy používám, protože vím, že mi to usnadní komunikaci a vedení lidí.
- S) Příběh z mých úst ve směru moji nadřízení (pouze 1 odpověď)
- 1) Používám
 - 2) Používám pouze mimo pracovní prostředí
 - 3) Nepoužívám
- T) Symbolické příběhy (například biblické) (pouze 1 odpověď)
- 1) Mám rád, dokážu si symboly vysvětlit (často) sám
 - 2) Nemám rád, nedokážu si symboly sám vysvětlit

Podpora cestovního ruchu z IOP - jak obstát v konkurenci.

Vaníček Jiří

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

Integrovaný operační program v jedné ze svých priorit podporuje tvorbu národních produktů cestovního ruchu a jejich marketingovou podporu. Příspěvek pak shrnuje poznatky z hodnocení projektů na podporu cestovního ruchu financovaných z Integrovaného operačního programu a snaží se zobecnit zásady, jak napsat projekt, aby obstál v konkurenci velkého množství projektů.

Klíčová slova

Integrovaný operační program, cestovní ruch, projekt, hodnocení kvality projektu

Podpora cestovního ruchu z IOP

Podpora cestovního ruchu v plánovacím období 2007 až 13 je především orientovaná na regionální operační programy. Ministerstvo pro místní rozvoj však také vytvořilo Integrovaný operační program, ve kterém by měly být podpořeny projekty „neregionálního“ charakteru. Většina výzev pro podporu cestovního ruchu je určena omezenému počtu žadatelů. Jedná se o aktivity určené pro Odbor cestovního ruchu MMR a pro CzechTourism. V rámci prioritní osy 4: Národní podpora cestovního ruchu jsou vypisovány časově omezené výzvy určené širšímu spektru potenciálních žadatelů. Specifikou IOP je skutečnost, že některé prioritní osy jsou podporovány ze dvou cílů: Cíl Konvergence a Cíl Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost, takže mohou o tyto projekty žádat subjekty na celém území České republiky, ale s tím, projekt má dopad na celé území ČR, včetně Prahy, když realizace projektu musí proběhnout nejméně ve 4 regionech NUTS II.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

V polovině roku 2010 byla již vypsána druhá (jinak v pořadí této priority devátá) otevřená výzva pro žadatele, kteří splňují následující podmínky:

- a) Nestátní neziskové organizace (NNO) s celorepublikovou působností v cestovním ruchu: obecně prospěšné společnosti, občanská sdružení, církevní právnické osoby.
- b) Zájmová sdružení právnických osob s celorepublikovou působností v cestovním ruchu

Obě skupiny žadatelů musí prokázat minimálně tříletou historii a kontinuální činnost v oboru cestovního ruchu.

Projekty musí být zaměřeny na využití kulturně-historického dědictví, přírodního bohatství, kulturního průmyslu a služeb za účelem vytvoření národního produktu cestovního ruchu v těchto oblastech: městský CR, kulturní CR, dovolená v přírodě, sportovní a aktivní dovolená, lázeňský CR, kongresový a incentivní CR. Nabídka atraktivit, služeb nebo zážitků ve vytvořeném produktu se musí nacházet minimálně ve 4 regionech soudržnosti.

Metodika hodnocení projektů

Hodnocení projektu probíhá v následujících etapách: posouzení projektu podle kritérií přijatelnosti, kontrola formálních náležitostí, hodnocení kvality projektu podle výběrových kritérií, provedení ex-ante analýzy rizik projektu, kontrola ex-ante na místě. Posouzení přijatelnosti a formálních náležitostí, analýzu rizik projektu a kontrolu ex-ante na místě provádí pobočka Centra pro regionální rozvoj. Hodnocení kvality projektu podle výběrových kritérií provádějí externí hodnotitelé. Cílem příspěvku je uvést poznatky z hodnocení projektů externím hodnotitelem.

Hodnocení kvality projektu

U projektů, které splní formální kontrolu a kontrolu přijatelnosti, je zadáno hodnocení kvality projektu dvěma externím hodnotitelům, kteří jsou ze seznamu hodnotitelů náhodně vylosováni. Externí hodnotitelé provádí hodnocení kvality projektu prostřednictvím hodnotících kritérií. Maximální počet bodů, které může projekt od hodnotitele získat je 100. Pokud projekt nedosáhne alespoň 75 bodů, nemůže být podpořen z IOP. Pokud jeden z hodnotitelů doporučil projekt k realizaci (a přidělil tedy alespoň 75 bodů) a druhý hodnotitel naopak nedoporučil anebo pokud je velký bodový rozdíl



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

u obou hodnotitelů, provádí hodnocení tzv. arbitr, který má k dispozici obě hodnocení. Ve svém hodnocení se však může přiklonit u jednotlivých kritérií pouze k bodovému hodnocení jednoho z hodnotitelů. Arbitr tak rozhodne, zda projekt bude z dalšího hodnocení vyřazen anebo zda projekt získal dvě kladná hodnocení. Nyní k hodnocením jednotlivých kritérií.

1. Schopnosti a zkušenosti žadatele

V tomto kritériu může dosáhnout žadatel až 10 bodů. Hodnotí se předchozí zkušenost žadatele s realizací obdobného typu projektů v oblasti ČR. Nejčastěji žadatelé neuspěli v tomto kritériu, protože tyto zkušenosti musí mít právní subjekt, který žádost podává a nikoliv jednotliví členové realizačního týmu anebo partner projektu. Dále se posuzuje, zda má žadatel zkušenosti s realizací projektů ze SF v jakékoli oblasti. V další části tohoto kritéria se posuzuje právě kvalifikace, kompetentnost a zkušenosti realizačního týmu. V této části uspělo již více žadatelů, protože se snažili sestavit kompetentní realizační tým. Posuzuje se nejen složení týmu, ale i rozdělení rolí v rámci realizačního týmu.

2. Potřeba a relevance projektu

V druhém kritériu může žadatel dosáhnout až 15 bodů. Posuzuje se soulad projektu s Konceptí státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007-2013. Počet bodů je závislý na počtu cílů této koncepce, které by projekt realizací naplňoval. V této části je hodnocení více subjektivní. Žadatel většinou vypracuje „slohové cvičení“ o tom, že vlastně „všechno souvisí se vším“ a je na hodnotiteli, aby posoudil, do jaké míry jsou tvrzení žadatele pravdivá. Často jsou tyto cíle i protichůdné a již z principu není možné dosáhnout naplnění všech cílů koncepce.

Dále se posuzuje vazba projektu na jiné aktivity nebo projekty v oblasti ČR a očekávaný synergický efekt projektu. Zde žadatelé často chybují a odkazují se opět na obecné cíle výše zmíněné koncepce anebo obecné záměry CzechTourism. Bodově lze hodnotit jen takové vazby či synergie, které jsou doloženy konkrétními dokumenty či strategiemi anebo mají vazbu již na existující produkt ČR, který by realizací projektu rozšířily nebo zkvalitnily.

Součástí tohoto kritéria je hodnocení partnerství při přípravě a realizaci projektu. Hodnotí se role a způsob zapojení partnera do jednotlivých fází projektu. V tomto kritériu se žadatelé dopouští často chyb v tom, že



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

za partnera si volí subjekty, s kterými v minulosti spolupracovaly, ale které nemohou být žádným přínosem pro realizaci projektu. Jsou případy, kdy partner je personálně propojen se žadatelem a tak je to vlastně „partnerství sám se sebou“. Dokonce se lze setkat i s neprůhlednou finanční vazbou na partnera.

3. Finanční a ekonomické hodnocení projektu

V tomto kritériu může žadatel získat pouze 6 bodů a týká se pouze hodnocení rozpočtu. Podle názoru autora je bodové hodnocení nedostatečné a při tom právě v tomto kritériu by se měla posoudit hospodárnost celého projektu. Hned na první pohled je patrné, že rozpočty jsou sestavovány nehospodárně. Protože ve výzvě je stanoveno pro rozpočet rozpětí 1 až 15 mil. Kč, čtyři pětiny projektů se pohybují v rozmezí 14,5 až 15 mil. Kč. Tedy žadatel sestavuje rozpočet ne podle zásady „Kolik potřebuji peněz na realizaci?“ ale „Kolik mohu maximálně dostat peněz, abych ještě splňoval kritérium přijatelnosti projektu?“. Není nic neobvyklého, že částka kolem 2 mil. Kč je vyjádřena jednou položkou v rozpočtu. Dále požadavek limitu nákladů na administraci projektu do 9 % rozpočtu je „obcházen“ skrytým přesunem řízení projektu do služeb. Dokonce v jednom projektu bylo uvedeno, že projekt bude realizovat pětičlenný tým, ale v kapitole personálního obsazení byli uvedeni jen dva členové s tím, že předem se počítalo s financováním dalších třech (anonymních) členů formou služeb, kteří budou „údajně“ vybráni ve výběrovém řízení.

4. Kvalita projektu

Z hlediska počtu bodů, které žadatel může dosáhnout (celkem 38) jde o nejdůležitější kritérium. Je zde celá řada dílčích kritérií a hodnotitel má větší možnosti volit varianty bodového hodnocení. Navíc je toto kritérium výrazněji závislé na subjektivním hodnocení. V této části hodnocení jsou případy, kdy jeden z hodnotitelů v dílčím kritériu udělil maximální počet bodů (8), zatímco druhý hodnotitel 0 bodů. V první části se hodnotí potřeba projektu z hlediska rozvoje cestovního ruchu na národní úrovni (21 bodů), když kritérium je rozděleno na hodnocení vstupní analýzy, komplexnosti řešení a inovativnosti projektu. V tomto kritériu se nejvíce projevila skutečná kvalita projektu. Žadatel má sice výborný a originální nápad na tvorbu produktu CR na národní úrovni, ale nemá představu, kdo bude cílovou skupinou pro tento produkt, jak velké cílové skupiny se bude tato nabídka

týkat a jaký efekt to rozvoji CR skutečně přinese. Dalo by se říci, že v této části se projevuje nejčastěji zásada, že „přání je otcem myšlenky“. Často je prezentována jako základní produkt služba nebo atraktivita CR, které jsou z hlediska potenciálního zákazníka pouze okrajovou a doplňkovou službou. Většina projektu se neopírá o vstupní analýzu, která by se týkala daného produktu, ale jde často jen o „novinový článek“, který pojednává o významu CR pro národní hospodářství. Často nejsou uvedena ani veřejně dostupná data, která se vztahují k dané oblasti CR. Žadatelé si pletou komplexnost nabídky služeb CR s tím, že projekt bude realizován na více místech České republiky. Hodnotit inovativnost produktu je jednodušší než hodnotit inovativnost způsobu propagace. Lze vůbec vymyslet nějaký nový způsob komunikačního mixu marketingové komunikace se zákazníkem?

Dalším dílčím kritériem je posouzení vazby aktivit projektu na vstupní analýzu a vazby aktivit na cíle projektu a časová a obsahová zvládnutelnost projektu. Do tohoto kritéria se promítá i předchozí kritérium. Jak lze posuzovat vazbu na špatně zpracovanou vstupní analýzu? Proč „trestat“ žadatele i v tomto kritériu nedostatky v předchozím bodě? Hodnotitel se proto zaměřil především na to, zda všechny aktivity jsou přesně specifikovány a kvantifikovány a zda je možné je v rámci on going monitoringu posoudit.

Dále se hodnotí udržitelnost výsledků projektu. Hodnotí se především to. Zda výsledky projektu jsou dlouhodobě udržitelné a je popsáno provozní, personální, ekonomické zajištění udržitelnosti projektu. Bodové hodnocení je závislé především na žadateli, do jaké míry tomuto bodu v žádosti věnoval. Totéž platí i pro poslední dílčí kritérium, které hodnotí rizika spojená s realizací projektu. I zde jsou značné rozdíly v jednotlivých projektech, kdy někteří žadatelé zpracují toto kritérium velmi formálně až po podrobný scénář eliminace potenciálních rizik.

5. Horizontální kritéria

Jde v podstatě o část hodnocení, která je společná všem projektům ve všech operačních programech. Hodnotí se v podstatě dvě horizontální kritéria (6 bodů):

a) Vliv projektu na udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který má odpovědět na tři otázky a to zda: projekt přispívá k rozvoji kulturně - sociální identity, přispívá ke zvyšování ekonomické prosperity a konečně k ekologicky -

šetrnému rozvoji. Zde se lze často setkat až s neuvěřitelným zdůvodněním. Tak například projekt, který nabízí šetrnou pěší turistiku, zdůvodňuje naplnění tohoto kritéria tím, že budou na trase odpadkové koše a že bude tisknout všechny materiály na recyklovaném papíře, aniž by si uvědomil, že celým projektem vlastně propaguje trvale udržitelný a šetrný cestovní ruch.

b) Vliv projektu na rovné příležitosti. V tomto dílčím kritériu nebyl problém, protože cestovní ruch již ve svém principu naplňuje kritérium rovných příležitostí.

6. Specifická kritéria

Posledních 25 bodů hodnocení kvality projektu se týká specifických kritérií spojených s aktivitami IOP „d) Presentace a propagace kulturního a přírodního dědictví, kulturního průmyslu a služeb s využitím pro cestovní ruch na národní úrovni.“ Tato hodnocení se skládá z 5 dílčích kritérií, z nichž každé je hodnoceno maximálně 5 body.

a) Účelnost a provázanost propagace jednotlivých částí kulturního a přírodního dědictví na národní úrovni. Zde se jednak posuzuje specifická produkt a jeho vazba na konkrétní region a propojení základního produktu s dalšími službami v cestovním ruchu. Dá se říci, že jde o velmi subjektivní posouzení hodnotitele a záleží na jeho praktických zkušenostech s tvorbou produktů. Záleží také na žadateli, do jaké míry popíše podrobně své záměry v různých částech žádosti. Součástí žádosti je i rozšířený marketingový mix, který by se měl stát podkladem pro bodové hodnocení tohoto kritéria.

b) Počet jazykových mutací písemných i internetových materiálů relevantní k cílovým skupinám. Protože při 4 jazykových mutacích získá žadatel 0 bodů a teprve pro 6 a více získá 5 bodů, je „zajímavé“ hodnotit toto kritérium. Projekt je například zaměřen na domácí cestovní ruch, ale veškeré materiály se budou vydávat v 7 jazykových mutacích apod. Na štěstí je uvedeno, že počet jazykových mutací musí vycházet z analýzy, je možno udělit 0 bodů a dokonce doporučit, aby se nerealizoval popis turistické trasy například v arabštině.

c) Návaznost propagace na reálnost realizace produktu. Jde opět o kritérium, kde se výrazně projevuje subjektivní pohled hodnotitele. Je uvedena modifikaci jednoho konkrétního hodnocení: Propagační kampaň

bude vedena věcně a cíleně moderními komunikačními prostředky (TV, rozhlas, internet, denní tisk, plakáty apod.) tak, aby mohla být splněna všechna reálná očekávání návštěvníků. Související dopravní, ubytovací a stravovací možnosti v okolí konání budou rovněž součástí informací ke všem plánovaným akcím projektu (hodnocení 4 body z 5).

d) Způsob propagace produktu s ohledem na cílovou skupinu. Platí totéž jako v předchozím odstavci. Příklad konkrétního hodnocení: Žadatel sice deklaruje vazbu propagace na cílové skupiny, ale hlavním nedostatkem je, že cílové skupiny nejsou zatím specifikovány na základě vstupní analýzy. Jak chce žadatel zajistit účast? Kdy se budou akce především konat v rámci týdne? To přece ovlivní volbu cílové skupiny (hodnocení 3 z 5 bodů).

e) Způsob umístění produktu na trh a zvolení distribučních cest s ohledem na cílovou skupinu. Při hodnocení tohoto kritéria je opět nutné vycházet především z rozšířeného marketingového mixu, který je povinnou součástí projektu. Opět konkrétní příklad hodnocení: Marketingový mix je dostatečně popsán v rámci základního i rozšířeného marketingového mixu. Zpracování této části projektu je na velmi dobré úrovni a je patrná spolupráce žadatele s mediálními agenturami. (hodnocení 5 bodů z 5).

7. Celkové hodnocení projektu

Tato část hodnocení závisí jen na hodnotiteli. V podstatě se snaží zdůvodnit, proč projekt doporučuje nebo naopak nedoporučuje k realizaci. Je uvedeno jedno doporučení a jedno nedoporučení projektu k realizaci s tím, že text je pozměněn a upraven tak, aby nebylo patrné z hodnocení, o jaký projekt jde, protože hodnotitel je vázán mlčenlivostí a etickými pravidly:

Projekt doporučuji k realizaci z těchto důvodů: Vlastní žádost i podklady pro hodnocení kvality jsou zpracovány na velmi dobré úrovni. Projekt řeší propagaci dané oblasti CR komplexně. Do projektu je zapojena rozhodující část poskytovatelů těchto služeb CR bez ohledu na vlastníka. I když žadatel nemá zatím zkušenosti s realizací projektů financovaných z fondů EU, realizační tým tvoří zkušení manažeři, kteří jsou garantem úspěšné realizace projektu. Rozvoj dané oblasti CR patří dlouhodobě k prioritám českého cestovního ruchu a jeho přínosy ekonomice jsou nezpochybnitelné. Projekt nebude znamenat jednorázovou akci, ale součástí projektu je velmi podrobná finanční, personální a institucionální analýza udržitelnosti projektu.

Projekt nedoporučuji k realizaci z těchto důvodů: Celkové zpracování Žádosti i Podkladů je na velmi nízké úrovni. Žadatel nemá jasnou koncepci toho, co chce realizací projektu dosáhnout. Náklady na realizaci jsou nepřiměřené a bylo by těžké navrhnout rozumnou redukci. Čtvrtina nákladů se vyčerpá na vlastní řízení projektu. Zajištění realizace tak rozsáhlého projektu uvedeným počtem členů realizačního týmu je nereálné. Ani jeden z nich nemá zkušenosti jak s projekty v oblasti CR obecně tak ani s realizací projektů ze strukturálních fondů. Účast partnerů na realizaci projektu je čistě formální. Žadatel nemá v zásadě ujasněno, co je produkt a co patří do jeho propagace. Cílovou skupinou jsou domácí turisté, ale propagační materiály se budou vydávat v 7 jazykových mutacích. Další část celkového hodnocení je již příliš spjata s konkrétním projektem.

Závěry

Cílem tohoto příspěvku bylo předat zkušenosti s přípravou, realizací a především hodnocením projektů financovaných z Integrovaného operačního programu pro oblast cestovního ruchu. Především jde o projekty na tvorbu národního produktu cestovního ruchu a jeho propagaci. Příspěvek popisuje úskalí spojená s tvorbou projektu i s hodnocením projektů v rámci jednotlivých kritérií hodnocení jeho kvality externím hodnotitelem. Z uvedených poznatků lze učinit následující obecné závěry pro tvorbu konkurenceschopného projektu v této oblasti:

- Příprava žádosti musí začít mnohem dříve než je zveřejněna výzva a to především s ohledem na nutnost zpracování kvalitní analýzy v dané oblasti cestovního ruchu
- Nejdůležitější je nápad, jeho originalita a inovativnost. To je v podstatě hlavní know how žadatele. Všechno ostatní je jen otázka profesionality při zpracování vlastní žádosti i tzv. Podkladů pro hodnocení kvality (což není nic jiného než zjednodušená studie proveditelnosti).
- Důležité je vytvořit kvalitní realizační tým, který má zkušenosti jak s přípravou projektů, tak jejich řízením i realizací. Ti by se měli podílet již na zpracování žádosti o dotaci.
- Při sestavování rozpočtu by se sice nemělo na žádnou důležitou položku zapomenout, ale nemělo by automaticky platit, že pokud je horní hranice

projektu 15 mil. Kč, že rozpočet se musí pohybovat na 95 až 100 % maxima. Kvalita projektu rozhodně není ve výši rozpočtovaných nákladů.

- Žadatel by si před zahájením přípravy projektu měl ujasnit základní pojmy z oblasti marketingu cestovního ruchu. Uvědomit si, co je produkt, co je jádro produktu a co je vlastní marketingová podpora prodeje tohoto produktu.

Literatura

1. FIALA, P. Projektové řízení. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 808641924X.
2. MELICHÁREK, M. Řešení modelových situací v cestovním ruchu. Praha: Idea servis, 2000. ISBN 8085970224.
3. NĚMEC, V. Projektový management. Praha: Grada, 2002. ISBN 8024703920.
4. ŽÍTEK, V. Teoreticko-metodologická východiska řešení regionálních rozvojových projektů. Brno: Masarykova univerzita, 2003. ISBN 802103291X.
5. MMR: Příručka pro žadatele a příjemce prioritní osy 4a,4b: Národní podpora cestovního ruchu. Vydání 01, platnost od 29. června 2010. K dispozici na www.mmr.cz

Backing of tourism from Integrated Operational Program – how to pass master in competition

Abstract

The IOP includes 6 priority axes dividing the operational program into logical units and those are further specified by means of the so-called intervention areas, which define the types of projects that may be supported within the respective priority axes. One of it is support of creation of tourist national products and its promotion. The article presents the experience of author with creation, management and evaluation of this kind of projects.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Key words

Integrated Operational Program, tourism, project, evaluation of project quality.

Kontaktní údaje na autora

doc. RNDr. Jiří Vaníček, CSc

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

tel. 567 141 130, Fax 567 300 727

email: vanicek@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Manažerské techniky zvyšující konkurenceschopnost organizací



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Financování podnikatelských inovací ze strukturálních fondů v České Republice

Jiříček Petr

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

Příspěvek se zabývá problematikou politiky Evropské unie v oblasti financování výzkumu, vývoje a inovačních programů, které jsou přes operační programy dotovány ze strukturálních fondů. V úvodu příspěvku se zabývám vztahem Lisabonské strategie a financováním podnikatelských inovací z prostředků kohezní politiky a cíli nové Strategie Evropa 2020. Následuje analýza podílu financování podnikatelských inovací z operačních programů v České republice v rozpočtovém období 2004-2006 a odhad výdajů na podnikatelské inovace v ČR v rámci rozpočtového období 2007-13. Závěr bude věnován shrnutí minulého období a perspektivám financování podnikatelských inovací z kohezní politiky EU v novém rozpočtovém období..

Klíčová slova

Výzkum a vývoj, podnikatelské inovace, strukturální fondy, operační programy, kohezní politika, rozpočtové období EU, financování inovačních programů

Úvod

Evropská unie na vrcholném setkání jejích představitelů v Lisabonu v březnu 2000 si vytkla strategický cíl pro vstup do následujícího tisíciletí – stát se v roce 2010 nejdynamičtější a nejkonkurenceschopnější ekonomikou světa, založenou na znalostní ekonomice a schopnou dosahovat udržitelného ekonomického růstu se zajištěním vyšší zaměstnanosti pro své občany. Dokument, zvaný generálně Lisabonská strategie se zaměřil rovněž na posilování sociální a ekonomické koheze a na environmentální pojetí tržního hospodářství v souladu s cíli trvale udržitelného rozvoje.

Po rozporném ekonomickém vývoji států EU v prvním desetiletí 21. století, kdy v období 2000-2007 ekonomiky rostly a perspektivy dané Lisabonskou strategií se zdály být v horizontu konce desetiletí splnitelné, došlo ke světové finanční a poté i ekonomické krizi. Ta od roku 2008 postupně dopadla zvláště tvrdě na ekonomiky jižních, západních a pobaltských členů EU a ve svých důsledcích se projevila v rámci deficitního financování národních rozpočtů podstatným negativním vlivem na plánované ukazatele Lisabonské strategie. V situaci řešení finanční a ekonomické krize a zosťující se konkurence zejména působením tzv. zemí BRIC (Brazílie, Rusko, Indie a Čína) se nově členské státy Evropské unie dohodly na strategickém dokumentu nazvaném Strategie 2020, který reaguje na neúspěchy Lisabonské smlouvy a měl by znamenat posílení inovačních cílů EU.

Tato strategie dává následující ukazatele a cíle, jichž by Evropská unie do roku 2020 měla dosáhnout a držet krok s ostatními světovými ekonomickými centry – USA, Čínou, Indií, Japonskem, Brazílií a Ruskem.[1]

- A. Cíle v oblasti zaměstnanosti – celkem 75 % populace EU ve věku 20-64 let by mělo dosáhnout do roku 2020 plně zaměstnanosti.
- B. Cíle v oblasti vědy, výzkumu a inovací – hrubé domácí výdaje do vědy, výzkumu a inovací by měly představovat 3% podíl na HDP.
- C. Ekologické cíle – v oblasti 20% snižování emisních plynů jde o naplnění ukazatelů 20% podílu obnovitelných zdrojů energie na hrubé spotřebě energie a dosažení 20% výše energetických úspor ve srovnání s výchozím stavem energetické strategie EU.
- D. Vzdělávací cíle – podíl osob předčasně ukončivších vzdělávací proces by neměl překročit 10 % a dále by alespoň 40 % osob ve věku 30-34 let měl dosáhnout terciárního stupně vzdělání.
- E. Cíle v oblasti životní úrovně – dosažení indikátoru 20% redukce osob, jež žily v EU pod oficiální hranicí chudoby.

Kohezní politika EU (dříve pod názvem strukturální a regionální politika) již v minulém rozpočtovém období korelovala s cíli Lisabonské strategie v oblasti vědy, výzkumu a inovací. Týkalo se to strukturálních fondů, z nichž přicházely v rámci křížového financování dotace přes národní operační programy. Rovněž pro současné rozpočtové období EU 2007-13 přes snížení počtu strukturálních fondů na dva – Evropský sociální fond (ESF)

a Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF) platí, že inovace jsou v zorném úhlu cílů kohezní politiky. Svědčí o tom zejména vytvoření nových nástrojů finančního inženýrství – JEREMIE, JASPERS a JESSICA při projektovém financování, kde se prolínají privátní, národní veřejné i evropské zdroje při financování rozvojových projektů.

Cílem příspěvku je osvětlit míru finančního působení strukturálních fondů přes jednotlivé české regionální i sektorové operační programy na cíle v oblasti podnikatelských inovací v minulém rozpočtovém období Unie, resp. v jeho části, na níž po vstupu do EU participovala i Česká republika. Dalším cílem je odhadnout výši financování oblasti vývoje a inovací v podnikatelské sféře v současném rozpočtové období 2007-13. Současný stav financování vědy, výzkumu, vývoje a inovací v členských státech EU ukazuje následující tabulka.

Tab. 1 Financování vědy, výzkumu a inovací v rámci rozpočtu EU v letech 2006—2008 (% HDP)

země	rok 2006	rok 2007	rok 2008
Belgie	1,86	1,90	1,92
Bulharsko	0,48	0,48	0,49
Česká republika	1,55	1,54	1,47
Dánsko	2,48	2,55	2,72
Německo	2,53	2,53	2,63
Estonsko	1,14	1,11	1,29
Irsko	1,25	0,58	1,43
Řecko	0,58	1,27	0,56
Španělsko	1,20	2,04	1,35
Francie	2,10	1,18	2,02
Itálie	1,13	0,44	1,18
Kypr	0,43	0,59	0,46
Lotyšsko	0,70	0,81	0,61
Litva	0,79	1,58	0,80
Lucembursko	1,65	0,97	1,62
Maďarsko	1,00	0,58	1,00
Malta	0,61	1,71	0,54
Nizozemsko	1,78	2,54	1,63
Rakousko	2,47	0,57	2,67
Polsko	0,56	1,21	0,61
Portugalsko	1,02	0,52	1,51

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Rumunsko	0,45	1,45	0,58
Slovinsko	1,56	0,46	1,66
Slovensko	0,49	0,46	0,47
Finsko	0,49	3,48	0,47
Švédsko	3,48	3,61	3,75
Velká Británie	1,75	1,82	1,88
EU-27	1,85	1,85	1,90

Zdroj: <http://www.csas.cz/eu> [2]

2 Financování inovačních programů ze strukturálních fondů EU pro období 2007-2013

Programy, jež naplňují a financují cíle Lisabonské strategie EU v oblasti výzkumu, vývoje a inovačních aktivit lze rozdělit do tří částí, respektive zdrojů financování. V příspěvku se nyní nebudeme zabývat financováním z komerčních evropských zdrojů – zejména Evropské investiční banky a Evropského investičního fondu a velkými projekty z Kohezního fondu.

Prvním významným zdrojem, uplatňovaným v České republice od vstupu do EU v roce 2004, jsou tzv. strukturální fondy. Zdrojem pro financování inovačních aktivit je zejména Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF – European Regional and Development Fund) a menšinově i Evropský sociální fond (ESF – European Social Fund), z nichž jsou financovány operační programy v rozdělení na tzv. sektorové či tématické a na regionální operační programy. Operační programy poskytují jak investiční financování, tak prostředky v rámci měkkého financování, zaměřeného na neinvestiční výdaje. Hlavním zdrojem financování inovací jsou sektorové operační programy, jímž byl v České republice v rozpočtovém období 2004-2006 zejména Operační program Průmysl a podnikání, který obsahoval specifický cíl „Podpora inovační činnosti v průmyslu a spolupráce vědeckovýzkumné základny s podniky“. Projekty s inovačním obsahem byly podávány na základě podmínek programových priorit/opatření č.1.1 Infrastruktura pro průmyslový výzkum, vývoj a inovace, č.2.2 Podpora inovací výrobků, technologií a služeb a č. 2.3 Snižování energetické náročnosti a vyšší využívání obnovitelných zdrojů energie. Použití zdrojů, určených na výzkum, vývoj a inovace v průmyslové sféře dokládá následující tabulka.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 2 Finanční alokace OP PP na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2004–2006 (tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
1.1 Infrastruktura pro průmyslový výzkum, vývoj a inovace	41 736	13 912	55 648
2.2. Podpora inovací výrobků, technologií a služeb	31 302	10 434	41 736
2.3. Snižování energetické náročnosti a vyšší využívání OZE	26 085	8 695	34 780
Celkem inovační cíle OP PP	159 573	33 041	192 614
Celkem prostředky OP PP	260 852	86 951	347 803
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	38 %	38 %	38 %

Zdroj: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006> [3], vlastní propočty autora

Tabulka ukazuje na poměrně vysoký podíl prostředků na průmyslový výzkum, vývoj a inovace, čerpaných v rámci celkové alokace OP PP a důležitost tohoto cíle v záměrech směřování prostředků ze strukturálních fondů. Nezanedbatelný podíl směřoval na inovační opatření do energetiky na financování moderních technologií v rámci energetických úspor a obnovitelných zdrojů energie.

Další prostředky ze strukturálních fondů v rozpočtovém období Unie 2004-06 na financování inovací směřovaly do Operačního programu Infrastruktura do několika priorit a opatření, týkajících se nových palivových zdrojů v dopravě, nových technologií v ochraně ovzduší v rámci energetiky a podpory výzkumných projektů.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 3 Finanční alokace OPI na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2004–2006 (tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
2.3 Podpora zavádění alternativních paliv	2 967	989	3 956
2.4 Výzkumné projekty	1 483	494	1 977
3.3. Zlepšování infrastruktury ochrany ovzduší	30 877	13 233	44 110
Celkem inovační cíle OPI	35 327	14 716	50 043
Celkem prostředky OPI	246 360	88 348	334 708
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	14,3 %	16,6 %	15,0 %

Zdroj : <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006> [3], vlastní propočty autora

Vedle těchto dvou operačních programů se dílí inovační a výzkumné projekty financovaly z Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství (zavedení technologií šetrnějších k výrobnímu prostředí, zlepšení managementu kvality, využívání alternativních zdrojů energie). Výrazně proinovační charakter mělo opatření č. 2.2., zaměřené na zvyšování manažerských dovedností, přenos nových metod a výrobních a informačních technologií v souladu s politikou udržitelného rozvoje v této sféře ekonomické činnosti.

Tab. 4 Finanční alokace OP RVMZ výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2004 –2006 (tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
2.2 Odborné vzdělávání	1 130	377	377
Celkem inovační cíle OP RVMZ	1 130	377	377
Celkem prostředky OP RVMZ	173 901	76 713	76 713
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	0,6 %	0,5 %	0,5 %

Zdroj : <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006> [3], vlastní propočty autora

Pro oblast hospodářské sféry byly zaměřené rovněž některé cíle Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů (OP RLZ), zaměřeného na podporu výzkumné, vývojové a vzdělávací činnosti obecně. Vedle opatření, zaměřených na financování v oblasti vzdělávání a školství a základního výzkumu byly podporovány cíle, související s inovační činností



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

v hospodářské sféře, zejména v oblasti celoživotního učení a profesního vzdělávání.

Tab. 5 Finanční alokace OP RLZ na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2004– 2006 (tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
3.2 Podpora terc. vzdělání, výzkumu a vývoje	18 259	6 087	24 346
3.3 Rozvoj dalšího profesního vzdělávání	34 693	11 564	46 258
4.1 Zvýšení adaptability zaměstnanců	29 215	9 739	38 954
4.2 Specifické vzdělávání	21 303	7 101	28 404
Celkem inovační cíle OP RLZ	103 370	34 491	137 962
Celkem prostředky OP RLZ	318 819	103 610	422 429
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	32 %	33 %	32,7 %

Zdroj : <http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006> [3], vlastní propočty autora

3 Financování inovačních programů ze strukturálních fondů EU pro období 2007-2013

V novém rozpočtovém období EU pro roky 2007-2013 došlo k ustanovení nových operačních programů, přes něž pokračuje financování vědy, výzkumu a inovací. Jedná se o sektorové (tématické) operační programy, které finančně realizují projekty z analyzované sféry, dále regionální operační programy, které tyto cíle jsou financují v minimální podobě a spektrum speciálních operačních programů na podporu „Cíle 3 – Evropská územní spolupráce“ kohezní politiky Evropské unie. Jedná se o spektrum nadnárodních, přeshraničních a meziregionálních operačních programů, jež v částečné podobě obsahují financování vědy, výzkumu a inovací, zaměřené zejména na segment SME a měst a obcí. Speciálně vytvořené operační programy pro Prahu - jako region, jež nespĺňuje požadavky na tzv. region soudržnosti – rovněž ve svých záměrech dosti výrazně podporují financování sféry vědy, výzkumu a inovací.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Operační program Podnikání a inovace je zaměřen na zvyšování konkurenceschopnosti sektoru průmyslu a služeb, rozvoj podnikání a na podporu inovací, stimulaci poptávky po výsledcích vědy a výzkumu, podporu ekonomického růstu založeného na znalostní ekonomice pomocí zvyšování kapacit pro zavádění nových technologií, inovovaných výrobků a používání nových informačních a komunikačních technologií. Inovace a komunikační a informační technologie jsou tedy hlavní náplní financování z tohoto programu, což se projevuje ve vysokém procentu zdrojů na celkové dotaci operačního programu a počtu prioritních os, vázaných na sledovaný cíl. Jedná se zejména o Prioritní osu 3 – Efektivní energie, vázající 4 % prostředků z OPPI, Prioritní osu 4 – Inovace, jež používá 22,36 % prostředků OPPI a Prioritní osu 5 – Prostředí pro podnikání a inovace, podílející se 38,4 %.

Tab. 6 Finanční alokace OP PI na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2006–2013(tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
3 - Efektivní energie	243 305	42 936	286 241
4 - Inovace	680 155	120 027	800 182
5 – Prostředí pro podnikání a inovace	1 076 625	189 993	1 266 618
Celkem inovační cíle OP PI	2 000 085	352 956	2 353 041
Celkem prostředky OP PI	3 041 313	536 702	3 578 015
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	65,8 %	65,8 %	65,8 %

Zdroj : <http://www.mpo.cz/dokument12175.html> [4], vlastní propočty autora

Operační program Výzkum a vývoj pro inovace je zaměřen kompletně na posílení kapacity vědeckovýzkumného a inovačního potenciálu České republiky v oblasti veřejného sektoru – státních i veřejných vysokých škol, neziskových a veřejných výzkumných a vývojových organizací. Je určen na financování rozvoje sítě výzkumných center včetně regionů, kde zatím neexistovaly, podporu projektů výzkumných a inovačních center vedoucích ke komunikaci se soukromým sektorem, podporu ochrany duševního vlastnictví a posilování výzkumné a vývojové kapacity vysokých škol. Netýká se tedy přímo podpory podnikatelských inovací, přesto je podnětné jej v analýze zmínit.

Tab. 7 Finanční alokace OP VVI na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2006–13(tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
1 – Evropská centra excelence	680 219	120 039	800 257
2 – Regionální vědeckovýzkumná centra	680 219	120 039	800 257
3 – Komeracionalizace vědy a výzkumu	213 280	37 638	250 918
4 – Infrastruktura pro výzkum a vývoj na VŠ	414 136	73 083	487 219
5 – Technická pomoc	82 827	14 617	97 444
Celkem inovační cíle OP VVI	2 070 681	356 414	2 436 095
Celkem prostředky OPP VVI	2 070 681	356 414	2 436 095
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	100 %	100 %	100 %

Zdroj:

<http://www.vyzkum.cz/storage/att/C3A8860C7CF91376FF51212040769273/III%20opera%C4%8Dn%C3%AD%20program%20vavpi.pdf> [5], vlastní propočty autora

Operační program Životní prostředí (OP ŽP) je orientován na zlepšení kvality životního prostředí v České republice a využívá vedle financování ze strukturálních fondů rovněž prostředky Kohezního fondu. Prostředky, využívané na inovační cíle jsou pokračováním financování obdobných cílů z minulého operačního programu Infrastruktura – zavádění nových technologií v oblasti ochrany ovzduší a při využívání obnovitelných zdrojů energie.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 8 Finanční alokace OP ŽP na vědu, výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2006–13 (tis. EUR)

Priorita/Opatření	SF	Národní prostředky	Celkem
2 – Zlepšení kvality ovzduší a snížení emisí	634 146	111 908	746 054
3 – Udržitelné využití zdrojů energie	672 971	118 760	791 731
Celkem inovační cíle OP ŽP	1 307 117	230 668	1 537 785
Celkem prostředky OP ŽP	4 917 867	867 859	5 785 726
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace	26,6%	26,6%	26,6%

Zdroj: <http://www.opzp.cz/soubor-ke-stazeni/9/2714->

OPZP%20prosinec%202009_po%20MV_final.pdf [6], vlastní propočty autora

Operační program Praha – Konkurenceschopnost (OP PK) je programovým dokumentem pro hlavní město ČR, jež nesplňuje některá kritéria stanovená pro zaostalé či strukturálně postižené regiony. Program Konkurenceschopnost má za cíl zlepšení dopravy, kvality životního prostředí, ale dává důraz i na podporu vědy, výzkumu a informačních a komunikačních technologií. Nový Operační program Praha – Adaptabilita (OP PA) je obecně zaměřen na podporu zaměstnanosti a kvality vzdělání, ve svých inovačních cílech pak na posílení podnikového vzdělávání v oblasti inovačních opatření a zakládání partnerství se segmentem SME spojených s rozvojem vědecko-technických center.

Tab. 9 Finanční alokace OP PK a OP PA na výzkum a inovace v rozpočtovém období EU 2006–2013 (tis. EUR)

Program	SF	Národní prostředky	Celkem
Celkem inovační cíle OP PK	67 542	11 919	79 461
Celkem prostředky OP PK	234 936	41 459	276 395
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace OP PK	28,7	28,7	28,7
Celkem inovační cíle OP PA	41 420	7 309	48 729
Celkem prostředky OP PA	108 385	19 127	127 512
Podíl zdrojů na výzkum, vývoj a inovace OP PA	38,2 %	38,2	38,2

Zdroj: <http://www.prahafondy.eu/cz/oppa/dokumenty/program.html> [7], vlastní propočty autora

Závěr

V minulém rozpočtovém období EU v letech 2004-2006 využívala Česká republika financování ze strukturálních fondů v limitované výši, dané okamžikem přistoupení k Evropské unii. Do té doby využívala ČR finančních zdrojů z tzv. předvstupních fondů SAPARD, Phare a ISPA, jež nebyl primárně určeny pro financování inovačních projektů. Mimo vybraných rozvojových programů v některých sférách ekonomiky (energetika, zemědělství, ekologie) se jednalo o většinou prostředky poskytované pro financování programů harmonizace s cíli a standarty Evropské unie. V citovaném rozpočtovém období těsně po vstupu do EU byly inovační aktivity v podnikatelské sféře financovány zejména z Operačního programu Průmysl a podnikání ve výši 38% z alokovaných prostředků. Další významný podíl na financování podnikatelských inovací poskytoval Operační program Infrastruktura a to ve výši cca 16 %. Ostatní sektorové operační programy představovaly zcela minoritní podíl při financování podnikatelských inovací, regionální operační programy operační programy nebyly primárně cíleny do této oblasti. Je otázkou, zda do financování inovačních aktivit počítat část prostředků z Operačního programu Rozvoj lidských zdrojů, zaměřených do prohloubení schopností v oblasti vzdělání a zvyšování kvalifikace lidských zdrojů.

V současném rozpočtovém období EU pro roky 2007-13 představuje nejdůležitější zdroj pro financování podnikatelských inovací primárně Operační program Podnikání a inovace, jenž je na tyto účely zcela specificky cílován. Podíl prostředků, alokovaných na tento účel, je v tomto programu oproti obdobně pojatému operačnímu programu z minulého období podstatně zvýšen a činí cca 66 %. Vedle toho existuje operační program, zaměřený na základní výzkum a vývoj a dá se očekávat, že podnikatelské inovace budou participovat aspoň v určité míře na výsledcích projektů z takto financovaných programů. Dosti znatelné prostředky pro financování podnikatelských inovačních aktivit představuje rovněž Operační program Životní prostředí, kde jsou podporovány environmentální cíle EU ve vztahu k zpracování odpadů, obnovitelným zdrojům energie i energetickým úsporám v souladu s protiemisní politikou EU, jejich podíl činí 26 %. Významným zdrojem financování inovací v sektoru podnikání jsou operační programy financující rozvojové programy v Praze, která ačkoli je pátým



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

nejbohatším regionem NUTS v Evropské unii, využívá přesto určité prostředky v rámci kohezní politiky EU.

Vedle těchto operačních programů, jež jsou plně vytvářeny v rámci České republiky existují i speciální operační programy, založené na financování Cíle 3 – Evropská územní spolupráce. Ty jsou založeny na financování společných projektů regionů na mezinárodní a přeshraniční bázi. Tyto programy nebyly v rámci příspěvku analyzovány, neboť jejich rozbor by si vyžádal hlubší a podrobnější zkoumání v různých dílčích aspektech, navíc jde o programy společně financované jak ze zdrojů pocházejících ze strukturálních fondů s donací pro předkladatele z České republiky tak pro jejich zahraniční partnery z jejich evropských zdrojů. Jedná se o následovníky bývalé iniciativy INTERREG a je to Operační program Mezuregionální spolupráce (OP MS), Operační program Nadnárodní spolupráce, oblast Střední Evropa (OP NS) a Operační programy Přeshraniční spolupráce, jichž je 5 (OPPS ČR-Bavorsko, OPPS ČR-Polsko, OPPS ČR-Sasko, OPPS ČR-Rakousko a OPPS ČR-Slovensko). Vzhledem k rozsáhlosti problematiky je lépe tomuto věnovat speciálně pojatý rozbor.

Literatura

- [1] *Evropská komise* [online]. 2011 [cit. 2011-01-27]. Zpráva o pokroku Strategie Evropa 2020. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/1_cs_annexe_part1.pdf>.
- [2] Stav příprav kohezní politiky EU po roce 2013 a formulace jejich klíčových priorit. *Měsíčník EU aktualit*. 2010, č. 86, s. 11-16. Dostupný také z WWW: <<http://www.csas.cz/eu>>. ISSN 1801-5034.
- [3] *Ministerstvo místního rozvoje* [online]. 2011 [cit. 2011-02-10]. Fondy evropské unie 2004-2006. Dostupné z WWW: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Programy-2004-2006>>
- [4] *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2010 [cit. 2010-11-17]. EU a vnitřní trh. Dostupné z WWW: <<http://www.mpo.cz/dokument12175.html>>
- [5] *Rada pro vědu, výzkum a inovace* [online]. 2010 [cit. 2010-11-27]. Operační program VaV pro inovace. Dostupné z WWW: <<http://www.vyzkum.cz/storage/att/C3A8860C7CF91376FF51212040769273/III%20opera%C4%8Dn%C3%AD%20program%20vavpi.pdf>>



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- [6] *Operační program Životní prostředí* [online]. 2010 [cit. 2010-11-17]. Dokumenty ke stažení. Dostupné z WWW: <http://www.opzp.cz/soubor-ke-stazeni/9/2714-OPZP%20prosinec%202009_po%20MV_final.pdf>
- [7] *Praha & fondy EU* [online]. 2010 [cit. 2010-11-17]. *Operační program Praha-Adaptabilita. Operační program Praha-Konkurenceschopnost*. Dostupné z WWW: <<http://www.prahafondy.eu/cz/oppa/dokumenty/program.html>>

Financing of the entrepreneur's innovation programmes from structural funds in the Czech Republic

Abstract

The paper deals with the problematics of the European union policy in the sphere of research, development and innovation. These programmes are granted from structural funds. By means of analysing the Lisbon Strategy and the new Strategy of 2020 of the EU in the area of financing research, development and innovation I deal with financing the entrepreneur's innovation projects. It follows the analysis of the share of financing entrepreneur's innovation from operational programmes and estimating expenditure in the current budget period 2007-13 in the Czech Republic. The conclusion will be focused on the comprehension of the last period and the perspectives financing of the entrepreneur's innovation projects from Cohesion Policy in frame the new budget period of the EU.

Key words

Research and development, entrepreneur's innovation projects, structural funds, operational programmes, cohesion policy, the budget period of the EU, financing of innovation programmes

Kontaktní údaje na autora

Ing. Petr Jiříček
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16, 586 01 Jihlava
jiricek@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konkurenceschopnost podniku ve vztahu k rozvoji podnikové strategie

Záthurecký Viliam

Katedra podnikového hospodářství ESF MU v Brně

Anotace

Při definici pojmu konkurenceschopnost, konkurenční výhoda se význam a dopady uvedených pojmů přesunují do oblasti podnikatelského prostředí, které je především indikátorem vzrůstu, poklesu a jiného pohybu v oblasti výkonnosti podniku, jeho efektivity a činnosti managementu. Otázky rozvoje konkurenceschopnosti konkrétního podniku jsou především spojeny s rozvojem managementu samotného a východiskem pro úspěch podniku může být hledání způsobu účelně spojit dva faktory – rozvoj konkurenceschopnosti a rozvoj managementu. Příspěvek hodnotí výzkum ve vzorku podniků stavební výroby a na výrobu stavebních hmot v Jihomoravském kraji.

Summary

When defining the term "competitive advantage" the meaning and impact of this term transfers into the entrepreneurial area, which is mainly the indicator of growth, decrease, or other movements in the performance of a company, its efficiency and management operations. The issue of development of the corporate competitive advantage is predominantly linked with the development of the management itself, and the starting point for the corporate success can lie on searching for a way of how to efficiently join the two factors - development of the competitive advantage and development of the corporate management.

Základní charakter a intenzita pojmu konkurence, konkurenční boj a konkurenční výhoda se zejména v závěru uplynulého století změnily zásadním způsobem, a proto podniky velmi často mění své přístupy k těmto teoretickým pojmům tvorbou konkrétní podnikové strategie, se kterými se

setkávají v praxi každý den. Podniky si právě v době probíhající ekonomické recese uvědomují a „oprašují“ teoretické pojmy z oblasti strategie a snaží se reagovat na vzniklou situaci na trhu. Pojmy „obchodní strategie“ [Aaker, 1984, Andrews, 1987], „organizace strategie“ [Johnson, Scholes, 1993], „superkonkurence“ [Souček, 2001], „hyperkonkurence“ [Crainer, 2000], „globální konkurence“ [Drucker, 2000] apod. už nejsou pouze termíny z ekonomické teorie, ale zasahují do běžného života manažerů, kteří s těmito pojmy intenzivně pracují a jejich uplatnění v podnikovém životě znamená výrazné zvyšování hodnoty podniku, snahu vést a řídit úspěšný podnik a snahu být osobně úspěšným.

V ekonomické literatuře nacházíme mnoho definic strategie a konkurence, které jsou zřejmě správné z věcného hlediska, ovšem v mnoha případech neakcentují změny vyvolané ekonomickými problémy probíhající v životním cyklu podniku a zejména v podstatě charakteru konkurence a konkurenčního boje. Domnívám se, že intenzita konkurenčního boje na trzích produktů (v tomto článku se budu zabývat problémem stavební výroby) je zejména v současné době (2009, 2010) extrémně vysoká a odborná veřejnost stojí před otázkou zda a pro koho je to dobré, resp. naopak komu to škodí. Odborníci pohybující se v oblasti stavební výroby si kladou a zkoumají otázku – kam až může podnikový vývoj v této oblasti dospět? Rovněž dochází mnohokrát k mylnému pojmání konkurenceschopnosti a konkurence samotné vzhledem k zákazníkovi bez adekvátního porovnání skutečných konkurentů v daném odvětví či produktu.⁴

S přihlédnutím k výše uvedeným myšlenkám se domnívám, že pro lepší pochopení stávajícího konkurenčního prostředí v tuzemském prostředí stavebního trhu je dobré připomenout si současný stav na trhu stavební výroby a přihlédnout ke třem mnou zvoleným následujícím aspektům:

1. Co očekává podnikový management v souvislosti se stávajícím a budoucím vývojem konkurenčního prostředí v odvětví stavební výroby

2. Jak se mění charakteristiky konkurenčního prostředí - jde především o ty charakteristiky, které se odlišují nebo v blízké době odlišovat budou od toho, na co byly dosud teorie a praxe zvyklé.

⁴ Je skutečně konkurent podnik s obratem v řádech mld. Kč podniku s obratem několik milionů Kč ročně, když se potkají v soutěži o zakázku za 6 milionů Kč?

3. Jak chápe podnikový management konkurenční výhody ve svém podniku - jaké typy konkurenčních výhod jsou a budou preferovány zákazníkem – investorem

Z vývoje stavební výroby a údajů poskytovaných statistikou je zřejmé, že česká stavební výroba se letos potýká s mimořádně silným propadem v posledních letech. Tato skutečnost je o to horší, že ve stavebnictví se projevují faktory setrvačnosti, zejména v sektoru veřejných investic, a proto se skutečný dopad poklesu stavebnictví projevuje až v letošním roce 2010, případně následujících letech. Objevují se i názory, že propad stavební výroby bude pokračovat až do roku 2012 a svoji činnost ukončí až 20 % podniků stavební výroby [Štefl, MFD, 13.7.2010].

Kde mají podniky stavební výroby a investoři hledat hlavní příčinu současného stavu?

Je zřejmé, že v roce 2009 a i v roce 2010 se projevuje naprosto nedostatečná poptávka po stavebních výkonech jak ze strany soukromých investorů tak ze strany veřejných investorů či zdrojů. Společnost CEEC Research uvádí omezení poptávky v roce 2010 až ve výši 100 % proti 12 % v roce 2007 [MFD, 13.7.2010]. Toto číslo je pro odvětví podniku stavební výroby alarmující a klade před podnikový management nové výzvy a nutnost razantních vnitropodnikových změn myšlení zejména v oblasti **tvorby a koncepce podnikové strategie, která bude schopna reagovat na recesi v odvětví**. Dotazováním u vzorku 30 stavebních podniků na území Jihomoravského kraje⁵ byl zjištěn v průměru **30 % pokles** objemu stavební výroby proti minulému roku ve srovnatelném období. U projekčních prací se jedná o **výpadek až 60 %**, což může mít fatální důsledek pro realizaci zakázek v následujícím období 2011 až 2012.

Otázky, které ve svém článku uvádím, jsou výběrem otázek z výzkumného vzorku podniků stavební výroby, kterými se zabývá nejen teorie podnikové ekonomiky, ale i praxe ve smyslu podnikových vedení a různých praktických výzkumů prováděných renomovanými zahraničními i domácími subjekty.

⁵ Vzorek 30 podniků stavební výroby byl vybrán cíleně pro účely tohoto článku ze vzorku 288 podniků pro účely disertační práce autora článku



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Při zkoumání **pojmu konkurence, konkurenceschopnost a konkurenční výhoda** z hlediska a užití podnikovou praxí jsem na začátku vycházel jednak z empirických výzkumů pro danou problematiku, jednak ze zjištěných skutečností z vlastního výzkumu v podnicích stavební výroby a výroby stavebních hmot v letech 2007 – 2009. ⁶ Níže uváděný soubor konkurenčních výhod podniku vyplynul z analýzy a odpovědí podnikového managementu na 3 základní otázky uvedené na předešlé straně článku.

Soubor uváděných konkurenčních výhod podniku – strukturovaným dotazníkem byly podniky vyzvány k vytvoření pořadí předloženého souboru konkurenčních výhod. V 90 % se podniky shodly na následujícím pořadí bez stanovení priority pro jednotlivé ukazatele.

- **kvalita prováděných prací**
- **spokojenost zákazníků,**
- **cena díla,**
- **dostatek kvalifikované pracovní síly,**
- **pracovní nasazení**
- **ztotožnění se s podnikem**
- **optimální dodací lhůty,**
- **záruky za provedené dílo,**
- **vnější projev a jméno podniku,**
- **certifikáty kvality (jsou dnes již považovány za samozřejmost)**
- **tvorba kvalitní podnikové strategie vycházející z teorie**
- **jednoznačně stanovená podniková vize a stanovené cíle (přesto, že pouze 24 % podniků tyto vytváří),**

Níže uvádím krátké zhodnocení uváděných konkurenčních výhod podniků s důrazem na jejich zhodnocení v tvorbě a koncepci podnikové strategie.

Vysoké procento podniků (76 %) považuje **kvalitu** svých produktů (výkonů, služeb či výrobků) za vysoce významnou v konkurenčním boji. Tato otázka

⁶ Bylo zkoumáno 288 podniků stavební výroby a výroby stavebních hmot v letech 2007 – 2009



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

však může mít kladné i záporné stránky. Za kladnou lze jednoznačně považovat měnící se podmínky uvnitř podniků a jejich uvědomění si ve vztahu ke kvalitě. Tento fakt je vyvolán především tlakem vyššího managementu na výkonné pracovníky ve smyslu dodržování norem řady ISO ne pouze z formálního, ale především faktického hlediska. Kvalita je považována za velmi významnou konkurenční výhodu, mnoho podniků si ale zřejmě neuvědomuje, že kvalita samotná je považována stále více za samozřejmost. To znamená, že podnik jako jednotka není na trhu sám, kdo kvalitu nabízí.

Spokojenost zákazníků uvádí v mém výzkumu dotazovaný vzorek na druhém místě. Zejména u podniků výroby stavebních hmot je tento ukazatel významný, protože vrácení se zákazníků k podniku tohoto typu je daleko intenzivnější než u podniků stavební výroby. U podniků stavební výroby se jedná spíše o přenos pozitivních informací od spokojeného zákazníka na jiného potenciálního zákazníka formou **referencí**. Faktor referencí se objevuje i u investorů v rámci poptávkového řízení a z tohoto pohledu je vnímán dotazovaným vzorkem podniků jako vysoce významný.

U faktoru **ceny** jsem sám osobně v rozpacích, protože (jak uvádím v poznámce pod čarou) většina podniků by chtěla **cenu** uvést na první místo, ale právě s ohledem ke konkurenčnímu boji, tento faktor odsouvá do pozadí, čímž podle mého názoru sklouzávají do tzv. **pseudokonkurence**. Rovněž jsem se setkal s tím, že jsou podniky, které dávají na přední místa resp. uvádí **nízké mzdové náklady** (18 %) nebo **nízké náklady jako takové** (16 %). Domnívám se, že se jedná o nezvládnutí práce s náklady v podniku, tudíž nelze je využívat jako konkurenční výhodu či z nich těžit vůči zákazníkovi..

Za negativní považuji skutečnost, že relativně málo podniků (34 %) vnímá **kvalifikovanou pracovní sílu** jako svoji konkurenční výhodu, zejména v současné době stavební konjunktury, kdy poptávka po pracovnících je velmi vysoká.

Další konkurenční výhody jsem identifikoval u méně než poloviny zkoumaných podniků. Kladným faktem je, že podniky pracují s pojmy **spokojenost zákazníků, krátké dodací lhůty a dobré jméno podniku**. Spokojenost zákazníků považuje za velmi významnou 44 % dotázaných podniků. Velmi zajímavým faktorem je jméno podniku. Ve svém výzkumu

jsem oslovil rovněž nové podniky, které potvrzují, že se těžko prosazují na trhu proti podnikům s delší tradicí. Tuto skutečnost – dobré a tradiční jméno podniku označuje 54 % podniků za významný prvek konkurenceschopnosti.

34 % dotázaných podniků vykazuje bohatou **výrobovou řadu**, zejména z oblasti výroby stavebních hmot, ale i u podniků stavební výroby je vidět odklon od tradiční dělby práce na HSV – hlavní stavební výrobu a PSV – pomocnou stavební výrobu ke specializovaným produktům a novinkám v oblasti stavebnictví obecně, což podle mého názoru potvrzuje výrazný trend nástupu inovace a tvorby hodnoty pro zákazníka. Opět se zde zjevně projevuje dopad ve změně chápání role zákazníka.

Pouze 18 % dotázaných podniků považuje **značku svých výrobků** za konkurenční výhodu. Domnívám se, že toto číslo odráží určitou úroveň a rezervy v oblasti tvorby obchodní koncepce, vnějšího projevu, prezentaci značky apod. Na druhé straně je nutné vidět, že v mnoha případech je jméno podniku nic neříkající veličinou pro zákazníka, zejména pokud jsou používány tvary nepoužívané v češtině. Naopak průzkum ukázal, že podniky tradiční, s tradičním jménem, nebo podniky působící na trhu víc jak 15 let považuje tyto atributy za významnou složku celého komplexu konkurenceschopnosti podniku.

Ve svém výzkumu jsem našel i podniky, které uvádí **jiné** případně **žádné konkurenční výhody**. Jedná se vesměs o podniky nové, případně malé, kde i po předložení a osobním dotazování nebyly otázky zodpovězeny v plné a uspokojující míře.

Naprostá většina dotazovaných podniků (84 %) považuje tvorbu **podnikové strategie** za limitující faktor odlišení se od konkurence, čímž splňují podmínku teorie o atomizovaném prostředí konkurenčního boje, ovšem v mém výzkumu jsem současně došel k poměrně překvapivému zjištění, pouze **24 %** dotázaných podniků považuje za svoji konkurenční výhodu **podnikovou strategii ve smyslu stanovení cílů, vizí, poslání a samotnou tvorbu strategie**. S touto, podle mého názoru velmi nepříjemnou skutečností přímo souvisí, že těchto **24 %** podniků uvádí za podstatnou konkurenční výhodu ve smyslu podnikové strategie **schopnosti a kompetence managementu**.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento fakt považuji za jedno z nejzávažnějších zjištění s následujícím zdůvodněním:

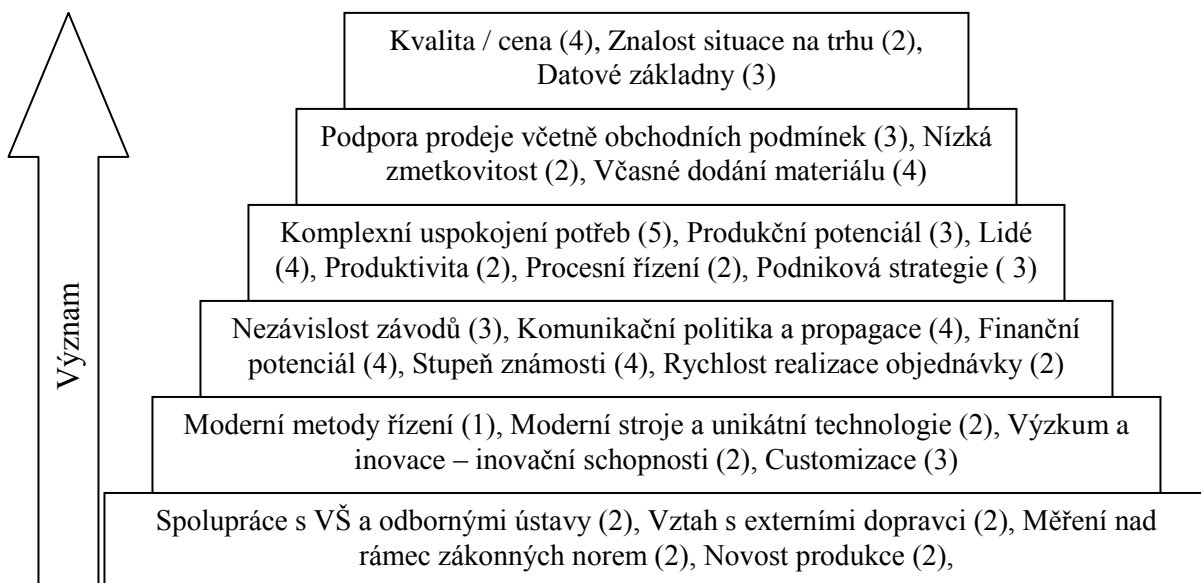
- Podnikový management si neuvědomuje nutnost být sám o sobě konkurenceschopný
- Podnikový management nedoceňuje vliv své vlastní práce na vytváření konkurenceschopnosti podniku
- Management mnoha podniků očekává zcela automaticky, že konkurenční výhoda je daná samotným podnikem a jeho zaměřením a netvoří resp. nevyhledává nové možnosti
- Podnikový management v nedostatečné míře tvoří podnikovou strategii jako základní podnikový dokument pro strategické řízení podniku
- Management mnohokrát očekává, že konkurenční výhody automaticky tvoří produkt, případně ostatní zaměstnanci a nevnímá svoji činnost jako určující.

Na základě výše uvedeného se domnívám, že v konkrétní praxi (a zřejmě to neplatí pouze pro podniky stavební výroby a výroby stavebních hmot) dochází k rozporu v pojmání rozvoje managementu a jeho role pro tvorbu konkurenceschopnosti podniku ve smyslu tvorby podnikové strategie jako koncepčního materiálu pro řízení podniku z dlouhodobého hlediska.

Strategie a konkurenceschopnost zkoumaných podniků je ovlivňována mnoha vnějšími a vnitřními faktory, které lze označit jako **potencionální zdroje konkurenční výhody**. Jedním z nich jsou užitková hodnota produktu, kde jsem podrobil dotazované podniky otázkám co očekávají vnější a vnitřní zákazníci, co požadují po podniku a jaké jsou vlastnosti chování podniku. Požadavky a vlastnosti chování, které jsou pro podnik jedinečným jsem označil za potencionální zdroje konkurenční výhody ve smyslu podnikové strategie. Na základě odpovědí podnikových manažerů jsem je uspořádal do pyramidy podle jimi označené důležitosti ve smyslu teorie **Hodnoty pro zákazníka**, což považuji osobně za pilíř tvorby podnikové strategie. V základě pyramidy jsou uvedeny nejméně důležité a na vrcholu

nejdůležitější možné zdroje konkurenční výhody. Pro ohodnocení zdroje konkurenční výhody jsem použil stupnici:

Nepřijatelné zdroje 0 bodů, přijatelné zdroje 1, Dostatečné zdroje 2, Dobré zdroje 3, Velmi dobré zdroje 4, Výborné zdroje 5.



Obrázek: Hierarchie hodnot, jako faktor konkurenceschopnosti podniku, podle principů řízení hodnoty pro zákazníka, vlastní, 2010

Z výše uvedeného podle mého výzkumu a názoru vyplývá, že podnik se primárně podle této pyramidy zaměřuje zejména na nejdůležitější potencionální zdroje konkurenční výhody, což jsou kombinace kvality a ceny, dokonalé znalosti na trhu s podporou dostupných informačních zdrojů.

Závěr

Zkoumat současný management z hlediska přístupů k tvorbě podnikové strategie ve smyslu poznatků teorie podnikové ekonomiky, v případě mého článku, pouze pro podniky stavební výroby a výroby stavebních hmot v podmínkách české národní a podnikové ekonomiky je velmi náročné

a obtížné. Poznání jeho stavu je ovlivněno nejenom politicko – ekonomickým vývojem nejen po roce 1989, zejména pak po zahájení privatizačních procesů v roce 1992 v odvětví stavební výroby.

Úroveň současného českého managementu je velmi diskutovanou otázkou, která je velmi aktuální zejména po vstupu do evropské unie, z pohledu ekonomického na jednotný trh produktů a služeb. Tradice českého managementu vychází z **baťovské tradice**. Je nepopiratelným faktem, že v letech 1918 až 1938 patřila česká ekonomika, i díky fenoménu Baťa ke špičce evropské i světové ekonomiky. Baťa byl průkopníkem v tvorbě praktické podnikové strategie. Historický kontext je tudíž více než zřetelný. Pokud konstatujeme, že ekonomický vývoje v letech 1945 až 1989 probíhal v podmínkách celostátní plánovité ekonomiky a tím i vývoj českého managementu ve značně nestandardních podmínkách a budeme se soustředit na vývoj po roce 1989, tak určitě můžeme nalézt mnoho specifíků či charakteristik, které určují současný stav našeho managementu. Je zásadním faktem, že po roce 1989 neměla Česká republika dostatek zkušených a schopných manažerů

- 1) kteří byli schopni přijmout fakt změny ekonomického systému nejenom národního, ale zejména podnikového
- 2) kteří byli schopni přijmout realitu globální konkurence
- 3) dalším významným faktem byla praktická nepřipravenost většiny vzdělávacích institucí ne z hlediska kapacit, ale zejména z hlediska znalostí, informací, připravenosti, kompetencí apod. v oblasti tvorby podnikové strategie

Je rovněž zřejmé, že pro zjištění hlubších skutečností v oblasti pojmů **rozvoj konkurenceschopnosti a úlohy managementu pro tvorbu kvalitní podnikové strategie** budeme muset zvolit úzký pohled na skupinu stakeholderů, kterou představuje podnikový management a výše uvedené otázky, tak jak jsou prezentovány v příspěvku s nimi úzce konfrontovat a analyzovat. Domnívám se, že především správné zodpovězení zkoumaných pojmů ze strany managementu může přispět k dalšímu a zásadnímu rozvoji celé problematiky.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

LITERATURA :

- AAKER, D.A. *How To select a Business strategz*, in. Kalifornia Management Rewiew, Vol. 26, No. 3, Frühling 1984, 167- 175
- ANDREWS, K.R. *The Koncept of Corporate Strategy*, 3. Auflage, Homewood, Il: Richard D.I., 1987
- BĚLOHLÁVEK, F.- KOŠŤAN, P.-ŠULEŘ, O. *Management*, 1.vydání, Olomouc : Rubico, 2001, 642 s., ISBN 80-85839
- BECHARD, J.P. TOULOUSE, J.M. *Entrepreneurship and education. Vievpoint from education*, in : *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Wien : Oldenburg Verlag, 1991
- COATES, CH. *Efektivní řízení*, 1.vydání, Praha: Grada Publishing, spol. s r.o., 1997, 280s., ISBN 80-7169392-8
- COOPER, D.R., -EMORY, C.W. *Businnes Reasearch Methods*, The McGraw – Hill Comp., Inc., 1995, 681 s., ISBN 0-256-13777-3
- CRAINER, S., *Moderní management-Základní myšlenkové směry*, 1.vydání, Praha, Management Press, 2000, 250 s., ISBN 80-7261-019-8
- DONNELLY, J.H. Jr.-GIBSON, J.L.- IVANCEVICH, J.M.- *Management*, 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 1997, 821 s., ISBN 80-7169-422-3
- DRUCKER, P. F. *Výzvy managementu pro 21. století*. Přel. P. Medek. 1. vydání, Praha: Management Press, 2000. 187 s. ISBN 80-7261-021-X
- FRANK, H., LUEGER, M. *Zur Re-Konstruktion von Entwicklungsprozessen*. Wien: Betriebswirtschaft, 1995
- FRANK, H. *Corporate Entrepreneurship*. Wien : Verlag Vahlen, 2006
- JOHNSON, G. a SCHOLLES, K. *Exploring Corporate Strategy-Text and CASE*, New York, NY: Prentice Hall, 1993
- KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Manažerské finance*. Praha: C.H.Beck, 2004. ISBN 80-7179-802-9



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- KEŘKOVSKÝ, M. A VYKYPĚL, O. *Strategické řízení. Teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2003. 172 s. ISBN 80-7179-578-X
- KOTLER, P. *Marketing. Management*, 2. vydání, Praha: Victoria Publishing, 1995, 789 s. , ISBN 80-85605-082
- VALACH, J. a kol. *Finanční řízení podniku*, Praha: Ekopress ,1997, ISBN 80-7226-563-8
- VEBER, J. a kol. *Management-základy, prosperita, globalizace*, 1. vydání, Praha: Management Press, 2000, 700 s. ISBN 80-7261-0295
- VODÁČEK, L.-VODÁČKOVÁ, O. *Management – Teorie a praxe pro 90. léta*. 2. vydání, Praha: Management Press, 1996, 244 s. ISBN 80-85943-19-0
- VLČEK, R. *Hodnota pro zákazníka*, 1. vydání, Praha: Management Press, 2002, 443 s. ISBN 80-7261-068-6

Kontakty na autora

Ing. Viliam Záthurecký, MBA

Katedra podnikového hospodářství ESF MU v Brně

Lipová 41a , 602 00 Brno

zathurecky@econ.muni.cz

004205543498583



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vlastnícká štruktúra a konkurencieschopnosť

Marinič Peter

Ekonomicko-správná fakulta MU

Abstrakt

Článok sa venuje pohľadu na vlastnícku štruktúru podniku a jej zasadenie v rámci podniku. Identifikuje postavenie vlastníkov podniku v rámci vlastníckej štruktúry podniku voči iným štruktúram v podniku. Venuje sa vplyvu vlastníckej štruktúry a jej cieľov na celkové zameranie podniku a stanovovanie podnikových cieľov na rôznych úrovniach. Článok sa ďalej venuje definovaniu pojmu konkurencieschopnosti podniku z pohľadu vlastníckej štruktúry podniku ako aj z pohľadu postavenia podniku na trhu a hospodárskych výsledkov podniku. Načrtáva pohľad na podnik a jeho konkurencieschopnosť z pohľadu majiteľov, teda jeho vlastníckej štruktúry na jednej strane, a pohľadu na konkurencieschopnosť podniku z pohľadu podniku ako celku na druhej strane. Akcentuje tak rozdielnosť v tomto prístupe ku pojmu konkurencieschopnosti podniku.

Kľúčové slová

Podnik, vlastnícká štruktúra, konkurencieschopnosť, výkonnosť, úspešnosť

Úvod

V dnešnom svete proti sebe na trhu stojí množstvo podnikov v snahe uplatniť sa. To pôsobí na podniky a ich snahu o zlepšenie postavenia voči ostatným konkurentom na trhu, na ktorom začína dominovať kupujúci. Podniky sú nútené obstať v konkurenčnom prostredí, byť konkurencieschopné. To je tradičné vnímanie konkurencieschopnosti, ako schopnosti podniku obstať v rámci konkurenčného prostredia v boji o zákazníka s konkurentmi.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konkurencieschopnosť podniku však možno vnímať aj v inom kontexte, a to v kontexte schopnosti podniku obstáť v konkurencii ostatných podnikov na „trhu“, na ktorom súťažia o kapitál investorov, potenciálnych vlastníkov podnikov, prípadne o záujem aktuálnych vlastníkov podniku zotrvať v tomto podniku ako investor kapitálu aj naďalej. Takto vnímaný pojem konkurencieschopnosti síce nemusí byť v rozpore s prvou uvedenou definíciou tohto pojmu, ale môže sa vyznačovať špecifickým prístupom.

Podnik a jeho vlastnícka štruktúra

Podnik je frekventovaným pojmom podnikového hospodárstva jak v oblasti teórie tak v oblasti praxe. Z pohľadu podnikového hospodárstva je možné pojem podniku definovať nasledovne:

- podnik je **plánovane organizovanou hospodárskou jednotkou**, v ktorej sú výrobné faktory kombinované tak, aby bol vyrobený a predaný tovar či služba,⁷
- podnik je **základným podnikateľským subjektom** v trhovej ekonomike, ktorý hľadá a vytvára si ekonomické príležitosti na trhu. Je to miesto, kde sa uskutočňuje výroba, rozhoduje o jej úrovni a zväčša aj o predajnej cene,⁸
- podnik je **inštitúcia**, ktorá vznikla k výkonu podnikateľskej činnosti, teda inštitucionálnemu podnikaniu.⁹

Všetky tieto definície podniku vnímajú podnik ako produkčnú jednotku slúžiacu k premene výrobných faktorov vstupujúcich do procesu transformácie v podniku na jednej strane a tovarov či služieb vystupujúcich z tohto procesu transformácie v podniku na strane druhej. S touto definíciou sa nedá inak ako súhlasiť. Avšak na podnik je potrebné pozeráť aj z iného pohľadu, nie len z materiálneho a procesného hľadiska, ako na produkčnú jednotku, ale aj z pohľadu hlbšieho pochopenia usporiadania vnútornej štruktúry tejto jednotky.

⁷ WÖHE, G.; KISLINGEROVÁ, E.; MAŇASOVÁ, Z. *Úvod do podnikového hospodárství*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H Beck, 2007. 928 s. ISBN 9788071798972, str. 41

⁸ KUPKOVIČ, M. a kol. *Podnikové hospodárstvo: komplexný pohľad na podnik*. 4. rozšírené vyd. Bratislava: Sprint, 2001. 461 s. ISBN 8088848776, str. 17

⁹ SYNEK, M. *Podniková ekonomika*. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002. 479 s. ISBN 8071797367, str. 5



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vlastný přístup k definovaniu pojmu podniku a jeho charakteristických znakov ako aj vnútorného usporiadanie nám poskytuje pohľad práva. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodný zákonník, v znení neskorších predpisov definuje pojem podniku nasledovne:

- ako **vec** hromadnú,
- ako **súbor** hmotných ako aj osobných a nehmotných **zložiek podnikania**,

kde **podnikanie** vyššie menovaný zákon definuje ako sústavnú činnosť prevádzanú samostatne podnikateľom vlastným menom a na vlastnú zodpovednosť za účelom zisku.¹⁰

Podnik teda nemá z pohľadu práva vlastnú právnu subjektivitu, ale je vecou prislúchajúcou podnikateľovi. Za podnikateľa podľa daného zákona možno označiť **obchodnú spoločnosť**, teda právnickú osobu založenú za účelom podnikania ako umelo vytvorený abstrakt s právnou subjektivitou, ktorému sú priznávané práva a povinnosti podľa občianskeho práva.

Zákon ďalej na inom mieste pripúšťa založenie obchodnej spoločnosti, konkrétne spoločnosti s ručením obmedzeným a akciovej spoločnosti, aj za iným účelom ako za účelom dosahovania zisku. V praxi tak môže byť obchodná spoločnosť založená za akýmkoľvek účelom, ktorý neodporuje platnej legislatíve. Motivácia takého to vzniku obchodnej spoločnosti vyplýva z motivácie jednotlivých vlastníkov podielov na obchodnej spoločnosti k danej činnosti a zo skutočnosti, že danú činnosť je efektívnejšie vykonávať v organizovanej a inštitucionalizovanej podobe, než aby danú činnosť vykonával každý jednotlivý vlastník podielu na obchodnej spoločnosti samostatne.

Zakladateľmi a účastníkmi na podnikaní obchodnej spoločnosti, teda spoločníkmi, môžu byť v medziach zákona jak fyzické osoby tak i právnické osoby.¹¹ V pozadí právnických osôb – spoločníkov, ako vlastníkov podielov v obchodnej spoločnosti, je však možné identifikovať konkrétne fyzické osoby, ktoré sú spojené s podnikom ako vlastníctvom obchodnej spoločnosti.

¹⁰ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, § 2 a § 5

¹¹ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, § 56 a Zákon č. 40/1961 Sb., občanský zákoník, § 7 až 21



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Prepojenie právnickej osoby – spoločníka na konkrétne fyzické osoby je realizované priamou formou v podobe vlastníckych práv fyzickej osoby k podielu na právnickej osobe – spoločníkovi, ktorá ovláda danú obchodnú spoločnosť. Priama forma prepojenia právnickej osoby – spoločníka a fyzickej osoby, v podobe vlastníckych práv k podielu na obchodnej spoločnosti, nemusí byť vždy realizovaná. Príkladom môže byť prípad kruhového holdingu, kde je právnická osoba za každým vlastnená inou právnickou osobou – spoločníkom.

Nepriama forma identifikácie fyzických osôb v pozadí právnických osôb – spoločníkov je realizovaná v podobe práva konať v mene podniku ako majetku obchodnej spoločnosti prostredníctvom štatutárneho orgánu tejto obchodnej spoločnosti. V prípade, že štatutárnym orgánom obchodnej spoločnosti je právnická osoba, je táto právnická osoba – konateľ povinná určiť fyzickú osobu, ktorá bude túto funkciu vykonávať.

Vlastníkom podniku je obchodná spoločnosť v rámci ktorej môžu fyzické alebo právnické osoby vlastniace podiel na tejto obchodnej spoločnosti uplatňovať práva, vyplývajúce z daného vlastníckeho titulu. Medzi **práva a povinnosti vlastníkov**¹² podielov na obchodnej spoločnosti sa zaradzuje najmä:

- povinnosť splatiť vklad, resp. hodnotu podielu na obchodnej spoločnosti,
- právo zúčastňovať sa činnosti obchodnej spoločnosti v rozsahu určenom zákonom alebo vnútornými predpismi obchodnej spoločnosti,
- právo na informácie a kontrolu činnosti a dokladov obchodnej spoločnosti,
- právo na podiel na zisku, prípadne likvidačnom zostatku.

Právo fyzických a právnických osôb, ako vlastníkov podielov na obchodnej spoločnosti, zúčastňovať sa činnosti tejto spoločnosti sa uskutočňuje formou účasti v najvyššom orgáne spoločnosti, prípadne kontrolnom orgáne spoločnosti a výkonom práv spojených s touto účasťou. Medzi bežnými

¹² Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, § 79 až 84, § 97 až 100, § 111 až 123, § 178 až 183h



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

právy o ktorých rozhodujú vlastníci podielov na obchodnej spoločnosti prostredníctvom **orgánov spoločnosti** ktorých sú členmi sa zaradzuje¹³:

- schvaľovanie dokumentov upravujúcich vnútorné usporiadanie obchodnej spoločnosti ako aj právomoci jednotlivých štruktúr v tejto spoločnosti,
- menovanie, odvolávanie, prípadne kontrolu orgánov obchodnej spoločnosti poverených konaním v mene obchodnej spoločnosti,
- rozhodovaním o podstatných náležitostiach týkajúcich sa podniku, ako napríklad o prevode alebo nájme podniku, o fúzii obchodnej spoločnosti, o zrušení či likvidácii obchodnej spoločnosti a pod.,
- schvaľovanie účtovnej závierky, rozdeľovaní zisku a spôsobe úhrady strát.

Z vyššie uvedeného prehľadu práv vlastníkov podielov na obchodnej spoločnosti, prípadne práv členov orgánov spoločnosti s najvyšším alebo kontrolným postavením v obchodnej spoločnosti, vyplýva jednoznačná možnosť ovplyvňovania tejto spoločnosti počas celej doby jej trvania, od doby pred vznikom spoločnosti až do doby zrušenia spoločnosti.

Spôsob ovplyvňovania fungovania obchodnej spoločnosti zo strany vlastníkov podielov tejto spoločnosti, teda jej vlastníckej štruktúry, záleží do značnej miery od samotnej vlastníckej štruktúry tejto obchodnej spoločnosti. Možnosť uplatňovať vyššie spomenuté práva vlastníckimi podielov na obchodnej spoločnosti, závisí od schopnosti týchto vlastníkov, ako súčasť vlastníckej štruktúry, dospieť k záveru, ktorý je právne relevantný a ktorý možno považovať za záväzné stanovisko vlastníckej štruktúry ako celku. V opačnom prípade vlastnícka štruktúra ako celok a ani jej jednotlivé prvky, teda vlastníci podielov v obchodnej spoločnosti, nie sú schopní realizovať svoj vplyv na podnik ako vec vo vlastníctve obchodnej spoločnosti.

Pokiaľ však sú jednotliví vlastníci podielov na obchodnej spoločnosti schopní dosiahnuť dohody na jednotnom stanovisku ako vlastnícka štruktúra, ktoré je právne záväzné, môžu uplatňovať svoj vplyv vo forme určovania dokumentov formujúcich pravidlá vnútorného usporiadania podniku a tak

¹³ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

transformovať vlastné predstavy o fungovaní a zameraní podniku ako celku do vytváraných cieľov a zamerania podniku.

Vlastnícka štruktúra môže týmto mechanizmom takisto ovplyvňovať aj personálnu stránku štatutárneho orgánu obchodnej spoločnosti. Za obchodnú spoločnosť, ako vlastníka podniku, koná buď priamo táto spoločnosť formou štatutárneho orgánu, respektíve jeho členov, alebo nepriamo formou zástupcu obchodnej spoločnosti. Štatutárnym orgánom spoločnosti môže byť fyzická osoba alebo právnická osoba. Pokiaľ je štatutárnym orgánom právnická osoba, určí fyzickú osobu, ktorá bude danú funkciu vykonávať.

V obchodných spoločnostiach často dochádza k súbehu práv vyplývajúcich z výkonu funkcie štatutárneho orgánu a práv vyplývajúcich z vlastníctva podielu na obchodnej spoločnosti. Takisto dochádza k súbehu výkonu funkcie štatutárneho orgánu a výkonu funkcie člena výkonného managementu, resp. top managementu. Dochádza tak k prepájaniu práv vyplývajúcich z účasti jednej osoby vo viacerých štruktúrach v rámci obchodnej spoločnosti. Avšak nemusí tomu tak nutne byť v každom prípade. Jednotlivé štruktúry v rámci obchodnej spoločnosti nemusia byť vôbec personálne prepojené.

V prípade kumulácie práv a povinností vyplývajúcich z vlastníctva podielu na obchodnej spoločnosti a práv a povinností štatutárneho orgánu obchodnej spoločnosti, či jeho člena, nie je možné zrovnávať či zamieňať. Je nutné tieto práva oddeľovať, nakoľko vyplývajú z rozdielneho postavenia na základe ktorého boli nadobudnuté a aj v zákone sú tieto práva upravené oddelene a nezávisle.¹⁴

Činnosti uskutočňované v rámci podniku ako veci vo vlastníctve obchodnej spoločnosti je z pohľadu práva potrebné rozoznávať¹⁵:

- **rozhodovanie**, ktorým je vytváranie vôle v určitej veci a uskutočňuje sa vo vnútri podnikateľského subjektu - obchodnej spoločnosti, bez priameho vzťahu voči, tretím osobám,

¹⁴ ŠTENGLOVÁ, I.; PLÍVA, S.; TOMSA, M. *Obchodní zákoník: komentář*. 9. vyd. Praha: C.H. Beck, 2004. 1439 s. ISBN 8071798630, str. 419

¹⁵ ŠTENGLOVÁ, I.; PLÍVA, S.; TOMSA, M. *Obchodní zákoník: komentář*. 9. vyd. Praha: C.H. Beck, 2004. 1439 s. ISBN 8071798630, str. 36



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- **konanie v mene obchodnej spoločnosti**, ktorým je právne konanie spočívajúce v prejavení vytvorenej vôle obchodnej spoločnosti voči tretím osobám zakladajúce vznik, zmenu alebo zánik práva či povinnosti
- **obchodné vedenie / riadenie obchodnej spoločnosti**, ktorým je riadenie vnútorných záležitostí obchodnej spoločnosti a nezahrňuje konanie v mene spoločnosti.

Činnosť rozhodovania je doménou najmä najvyššieho orgánu obchodnej spoločnosti a jej členov, teda vlastníkov podielov na obchodnej spoločnosti. Konanie v mene obchodnej spoločnosti je doménou štatutárneho orgánu obchodnej spoločnosti. Do pôsobnosti výkonného managementu, resp. top managementu spadá obchodné vedenie alebo inak povedané riadenie obchodnej spoločnosti. V praxi často dochádza aj k prevodu vybraných práv a povinností pôvodne spadajúcich do pôsobnosti štatutárneho orgánu obchodnej spoločnosti na management tejto spoločnosti.

Vykonávať funkciu štatutárneho orgánu môže len fyzická osoba, avšak táto fyzická osoba môže ale aj nemusí byť vlastníkom podielu na obchodnej spoločnosti. Pokiaľ dochádza k súbehu výkonu funkcie člena štatutárneho orgánu a vlastníctva podielu na obchodnej spoločnosti, v dostatočnej miere k uplatneniu vplyvu na činnosť obchodnej spoločnosti, dochádza k priamej transformácii cieľov vlastníkov podniku (minimálne u tých u ktorých dochádza k súbehu) a podniku ako celku. V prípade, že nedochádza k súbehu vlastníctva a výkonu funkcie člena štatutárneho orgánu dochádza k nepriamej transformácii cieľov vlastníkov podielov na obchodnej spoločnosti do cieľov podniku ako celku prostredníctvom rozhodovania najvyššieho orgánu obchodnej spoločnosti.

Štatutárny orgán podniku je viazaný rozhodnutím najvyššieho orgánu spoločnosti, pokiaľ toto rozhodnutie nie je v rozpore so zákonom. Pokiaľ daný orgán obchodnej spoločnosti nedospeje k jednoznačnému rozhodnutiu, ktoré je tlmočené a záväzné pre štatutárny orgán podniku, má sa za to, že štatutárny orgán koná v mene podniku ako správny hospodár. V prípade, že najvyšší orgán obchodnej spoločnosti dospel k rozhodnutiu, dochádza k procesu transformácie cieľov vlastníkov podniku do podoby cieľa podniku a zároveň tak dochádza k ovplyvňovaniu vnútorného prostredia podniku



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

a jeho vnútorných štruktúr prostredníctvom funkcie štatutárneho orgánu obchodnej spoločnosti.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že vlastníci podniku, v závislosti od usporiadania vlastníckej štruktúry a od svojho postavenia v rámci nej, sú schopní ovplyvňovať vytváranie a usporiadanie štruktúr podniku na nižšej úrovni podniku. Dochádza tak k transformácii nie len cieľov a zamerania vlastníckej štruktúry, ale aj k transformácii celkového charakteru vlastníckej štruktúry vytvoreného vlastníkami daného podniku v rámci formovania vzťahov medzi jednotlivými prvkami vlastníckej štruktúry.

Konkurencieschopnosť a jej vnímanie

Na každom trhu, na akejkoľvek rozlišovacej úrovni integrácie prostredia prebieha interakcia medzi jednotlivými zainteresovanými účastníkmi, ktorú označujeme pojmom konkurencia.

Konkurenciu možno vnímať na rôznych rozlišovacích úrovniach, v závislosti od integrácie subjektov prostredia v rámci porovnávania. Je teda možné rozlišovať konkurenciu na úrovni ekonomík či odvetví ako celku, alebo jednotlivých podnikov a skúmať ich schopnosť obstáť v konkurencii, teda ich konkurencieschopnosť.

Z toho pohľadu je teda možné hovoriť o¹⁶:

- **makroekonomickej úrovni konkurencieschopnosti,**

na ktorej dochádza k zrovnávaniu jednotlivých ekonomík ako vysoko integrovaných subjektov prostredia v rámci porovnávania pomocou indikátorov ako je ekonomický rast, exportný potenciál, blahobyť a iné,

- **mikroekonomickej úrovni konkurencieschopnosti,**

na ktorej dochádza k zrovnávaniu jednotlivých odvetví, či podnikov ako subjektov prostredia na nižšej úrovni integrácie pomocou indikátorov ako je vzdelanie ľudských zdrojov, produktivita podnikov, využitie prírodných zdrojov, podnikaniu naklonená politika vlády a iné.

Konkurenciu medzi podnikmi možno chápať ako základ úspechu či neúspechu podniku v konkurenčnom prostredí. Konkurencia medzi podnikmi v tomto prostredí určuje použiteľnosť a účinnosť činností podniku

¹⁶ MARINIČ, P. *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. 1. Vyd. Praha: Grada. 2008. 232 s. ISBN 9788024724324, str.

prispievajúcich k výkonnosti podniku. K určení vhodnej skladby podnikových činností použiteľných v danom konkurenčnom prostredí je možné využiť konkurenčnú stratégiu. Konkurenčná stratégia pomáha vytvoriť ziskovú a udržateľnú pozíciu voči silám pôsobiacim v rámci daného konkurenčného prostredia, teda vytvoriť konkurenčnú výhodu pre daný podnik.¹⁷

Konkurencieschopnosť podniku je vlastnosť podniku, jeho potenciál, ktorý podniku umožňuje uspieť v súťaži s inými konkurujúcimi podnikmi. Takto chápaná definícia konkurencieschopnosti je všeobecne uplatniteľná v rámci rôznych druhov zrovnávania, a nie je obmedzená iba na trh výrobkov a služieb.

Z podstaty obsahu pojmu konkurencieschopnosti podniku v zmysle vyššie uvedenej definície vyplýva, že podnik je schopný obstať v súťaži s konkurentmi na trhu. Podnik konkurencie schopný sa na danom trhu udrží, resp. dokáže na nový trh vstúpiť, podnik konkurencie neschopný sa na danom trhu neudrží, resp. na nový trh vstúpiť nedokáže.

Samotný pojem konkurencieschopnosť nehovorí nič o tom, aká je pozícia podniku na trhu. Hovorí len, principiálne vzaté, že podnik možno charakterizovať tak, že je na danom trhu schopný súťažiť s konkurentmi, teda je schopný konkurencie. Ak má podnik konkurenčnú výhodu, znamená to, že je v niečom lepší, prípadne sa nachádza v lepších podmienkach, ako jeho konkurenti. To mu vytvára príležitosti na trhu a lepšiu pozíciu než daní konkurenti. Naproti tomu, pokiaľ má podnik konkurenčnú nevýhodu, je v niečom horší, alebo sa nachádza v horších podmienkach, ako jeho konkurenti. Konkurenčná nevýhoda je hrozbou neúspešnosti, resp. priamo príčinou toho, že podnik na trhu s konkurentmi prehráva.¹⁸

Pre konkurencieschopnosť podniku je síce podstatná konkurencieschopnosť na trhu výrobkov a služieb, pretože práve prostredníctvom predaja výrobkov

¹⁷ PORTER, M. E. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*.

1. ed. New York: The Free Press, 1998. 557 s. ISBN 0684841460, str. 1

¹⁸ BLAŽEK, L. Výzkum konkurencieschopnosti podniku. Aplikace stakeholderského přístupu. In: *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*.

1. vyd. Brno : Masarykova univerzita. 2005. 304 s. ISBN 8021038370, s.15

a služieb sú za vytvorenú pridanú hodnotu získavané finančné prostriedky potrebné na udržanie prevádzky podniku, avšak je potrebné mať na pamäti, že konkurencieschopnosť na ostatných trhoch je, ak nie v krátkom období, tak nesporne v období dlhom, jedným z najvýznamnejších faktorov ovplyvňujúcich úroveň konkurencieschopnosti na trhu realizovaných výrobkov a služieb.

S pojmom konkurencieschopnosti sú úzko spojené aj ďalšie pojmy, ktorými možno podnik ohodnotiť v rámci jeho porovnávania s ostatnými relevantnými podnikmi na danom trhu s ostatnými konkurentmi. Medzi tieto pojmy možno zaradiť¹⁹:

- **efektívnosť podniku,**
- **výkonnosť podniku,**
- **úspešnosť podniku.**

Efektívnosť podniku je vzťah medzi hodnotou výstupu, hodnotou v podniku vyprodukovaných výrobkov a služieb realizovaných na trhu, a hodnotou vstupov, zdrojov, ktoré boli na tieto výstupy vynaložené.

Podnik musí byť efektívny, teda musí byť schopný produkovať a na trhu realizovať vlastnú produkciu najmenej v rovnakej hodnote, ako je hodnota spotrebovaných vstupov minimálne v rámci pohľadu v dlhom období. V opačnom prípade by si dlhodobá existencia podniku vyžadovala vklad dodatočného kapitálu zo strany vlastníkov podniku. Pokiaľ by tak vlastníci podniku uskutočnili aj napriek zachovaniu „statusu quo“ v oblasti efektivity podniku, bolo by možné relevantne usudzovať, že podnik neslúži k maximalizácii zisku, resp. k tvorbe zisku vôbec, ale jeho existencia je podmienená inými skutočnosťami a motiváciou vlastníckej štruktúry.

Výkonnosť podniku je objem hodnoty, v ekonomickom slova zmysle, ktorú podnik vytvára za určité časové obdobie. Tento pojem v princípe nadväzuje na efektívnosť podniku.

¹⁹ BLAŽEK, L. Výzkum konkurenceschopnosti podniku. Aplikace stakeholderského přístupu. In: *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. 2005. 304 s. ISBN 8021038370, s.15



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Výkonný podnik je teda podnik vytvárajúci hodnotu ako kladný rozdiel ohodnotenia podniku v čase. V kombinácii s predchádzajúcou definíciou efektívnosti je možné vyvodiť, že výkonný podnik musí byť zároveň podnikom efektívnym. Zároveň je možné z vyššie uvedeného vyvodiť, že efektívny a výkonný podnik je schopný tvoriť v čase hodnotu, resp. v čase hodnotu tvorí, teda hodnota výstupov podniku realizovaná na trhu dlhodobo prevyšuje hodnotu vstupov. Takýto podnik teda vytvára zdroje potrebné pre svoju dlhodobú existenciu.

Vzhľadom k tomu, že konkurencieschopnosť podniku súvisí s jeho víziou a od tejto vízie sa odvíja podnikateľská stratégia, ktorú do podniku vkladá vlastník, ponúka sa možnosť zisťovania konkurencieschopnosti cez hodnotu, resp. veľkosť hodnoty podniku. Z tohto pohľadu tak konkurencieschopnosť podmieňuje výkonnosť a malo by platiť, že pokiaľ je podnik konkurencieschopný, je takisto výkonný, tzn. tvorí hodnotu s tým, že pokiaľ jeho konkurencieschopnosť rastie, rastie takisto aj hodnota podniku.²⁰

Úspešnosť podniku možno charakterizovať ako mieru s akou podnik naplňuje svoje ciele. Primárnym cieľom podniku by malo byť v prevažnej miere dosahovanie zisku, a to v dlhodobej perspektíve. Takto chápaná úspešnosť v zmysle hospodárskej úspešnosti sa odráža v tom, v akej výške, v porovnaní so svojimi konkurentmi, vytvára daný podnik dlhodobý zisk.

Úspešnosť podniku je nutné merať dosiahnutím jeho cieľov, resp. stupňom dosiahnutia cieľov. Pokiaľ obmedzíme úspešnosť podniku na dosiahnutie peňažných a ekonomických cieľov, dá sa tento pojem stotožniť s pojmom výkonnosť. Kritériom, resp. meradlom úspešnosti, je totiž tvorba hodnoty, resp. schopnosť tvorby hodnoty. Schopnosť tvorby hodnoty je však zároveň meradlom výkonnosti, takže v tomto zmysle je možné oba pojmy považovať za synonymá.²¹

Konkurencieschopnosť podniku podmieňuje jeho úspešnosť, tzn. že pokiaľ je podnik konkurencieschopný, resp. má konkurenčnú výhodu, potom je tiež

²⁰ SUCHÁNEK, P. Hodnocení konkurencieschopnosti podniku. In *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 304 s. ISBN 8021038370 str. 272

²¹ SUCHÁNEK, P. Hodnocení konkurencieschopnosti podniku. In *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 304 s. ISBN 8021038370 str. 272



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

úspěšný. Vlastnosti podniku, tzn. aký by mal podnik byť ako úspešný podnikateľský subjekt, možno komplexne zhrnúť do jedného pojmu – úspešný na trhu. Úspešný podnik v konkurenčnom prostredí by mal disponovať takými vlastnosťami, ktoré mu vytvárajú určitú konkurenčnú výhodu. Konkurenčná výhoda umožní podniku v príslušnej oblasti podnikania dlhodobo dosahovať nadpriemerné výsledky.²² Bohužiaľ toto tvrdenie neplatí obrátene, teda že nie každý úspešný podnik musí mať konkurenčnú výhodu.

Konkurencieschopnosť z pohľadu vlastníckej štruktúry podniku, z pohľadu vlastníkov podielov v obchodnej spoločnosti, je možné vnímať v súlade s vyššie spomínanými definíciami, ale na druhej strane, je možné vnímať konkurencieschopnosť podniku z pohľadu vlastníckej štruktúry odlišne. Pri posudzovaní konkurencieschopnosti je potrebné sa zaoberať motiváciou vlastníckej štruktúry podniku, či jej jednotlivými prvkami, teda vlastníckimi podielu na obchodnej spoločnosti. Podnik konkurencieschopný z pohľadu vlastníckej štruktúry musí byť schopný spĺňať požiadavky tejto vlastníckej štruktúry kladené na tento podnik. Tieto požiadavky vyplývajú z cieľov a zamerania vlastníckej štruktúry, transformovanej do cieľa a zamerania podniku.

Záver

Vlastníkom podniku je prostredníctvom obchodnej spoločnosti vlastník podielu na tejto obchodnej spoločnosti. Týmto vlastníkom je fyzická osoba, prípadne právnická osoba, ale i v tomto prípade je zvyčajne identifikovateľná fyzická osoba v pozadí danej obchodnej spoločnosti. V rámci právomocí, ktorými táto osoba ako sprostredkovaný vlastník podniku disponuje je zabudovaný mechanizmus na transformáciu cieľov tejto osoby do cieľov podniku ako celku, ako aj možnosť ovplyvňovať usporiadanie nižších štruktúr v podniku či personálneho zloženia štruktúr podniku. Tento vplyv vlastníckej štruktúry môže byť realizovaný priamou formou, kumuláciou vlastníckeho titulu a výkonu funkcie štatutárneho orgánu v obchodnej spoločnosti, alebo nepriamou formou v podobe rozhodovania vlastníkov podniku ako členov najvyššieho orgánu obchodnej spoločnosti, ktoré je právne záväzné.

²² KUPKOVIČ, M. a kol. *Podnikové hospodárstvo: komplexný pohľad na podnik*. 4. rozšírené vyd. Bratislava : Sprint, 2001. 461 s. ISBN 8088848776 str. 22

Vlastnícka štruktúra má z tohto pohľadu špecifické postavenie v rámci usporiadania podniku a nie je možné jej postavenie zamieňať ani stotožňovať s postavením iných štruktúr v podniku, ako sú napríklad štatutárny orgán obchodnej spoločnosti alebo top management či výkonný management. Na druhej strane špecifické postavenie vlastníckej štruktúry samo o sebe nezaručuje možnosť vlastníckej štruktúry uplatňovať svoj vplyv na podnik, ale musia byť splnené určité predpoklady k uplatneniu tohto vplyvu. Tieto predpoklady vyplývajú najmä zo samotného charakteru a zloženia vlastníckej štruktúry podniku.

Podnik možno hodnotiť z pohľadu jeho postavenia v rámci prostredia v ktorom prebieha jeho interakcia s ostatnými subjektmi v danom prostredí z pohľadu na podnik ako celok a z pohľadu na jeho schopnosť obstarávať zdroje pre svoje dlhodobé zotrvanie v tomto prostredí. Aby bol podnik schopný z dlhodobého hľadiska existovať, je potrebné aby bol schopný z dlhodobého hľadiska vytvárať zisk, za predpokladu, že je primárnym cieľom podniku podnikanie za účelom zisku a teda maximalizácia dosiahnuteľného zisku. V takomto prípade je možné označiť podnik schopný z dlhodobého hľadiska dosahovať zisk za podnik efektívny a výkonný. Z tohto vyplýva, že i podnik konkurencieschopný je možné označiť za podnik efektívny a výkonný.

Podnik však nemusí byť nutne založený za účelom dosahovania zisku, s čím ráta aj zákonná úprava. Vlastnícka štruktúra môže byť z viacerých možných dôvodov vedená k založeniu podniku za iným účelom ako za účelom dosahovania zisku. Jej motivácia môže byť altruistická a cieľ podniku môže byť orientovaný do inej ako ekonomickej oblasti, alebo môže byť motivácia vlastníckej štruktúry pragmatická a podnik vo forme inštitucionalizovaného výkonu činnosti môže byť metódou vedúcou k optimalizácii nákladov vyplývajúcich s uskutočňovaním danej činnosti. Motivácia vlastníckej štruktúry vedúca k existencii podniku, ktorého cieľom nie je maximalizácia zisku, dokonca nie je ani nutnosť vytvárať zisk, a to ani z dlhodobého hľadiska môže prameniť z akýchkoľvek pohnútok.

Konkurencieschopnosť podniku s takto odlišným charakterom a cieľom nemusí byť možné ohodnotiť priamo metódami založenými na ekonomických ukazovateľoch. Na druhej strane všeobecné predpoklady a charakteristiky pojmu konkurencieschopnosti sú do istej miery rozšíriteľné aj na takto pojatú existenciu podniku. Minimálne pojem úspešnosti pracuje



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

priamo s ideou schopnosti podniku napĺňať ciele podniku, bez potreby bližšej špecifikácie týchto cieľov.

Literatúra

- [1] BLAŽEK, L. Výzkum konkurenceschopnosti podniku. Aplikace stakeholderského přístupu. In: *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita. 2005. 304 s. ISBN 8021038370
- [2] KUPKOVIČ, M. a kol. *Podnikové hospodářství: komplexný pohľad na podnik*. 4. rozšírené vyd. Bratislava: Sprint, 2001. 461 s. ISBN 8088848776
- [3] MARINIČ, P. *Plánování a tvorba hodnoty firmy*. 1. Vyd. Praha: Grada. 2008. 232 s. ISBN 9788024724324
- [4] PORTER, M. E. *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. 1. ed. New York: The Free Press, 1998. 557 s. ISBN 0684841460
- [5] SUCHÁNEK, P. Hodnocení konkurenceschopnosti podniku. In *Vývojové tendence podniků: specifický výzkum Katedry podnikového hospodářství*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 304 s. ISBN 8021038370
- [6] SYNEK, M. *Podniková ekonomika*. 3. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2002. 479 s. ISBN 8071797367
- [7] ŠTENGLOVÁ, I.; PLÍVA, S.; TOMSA, M. *Obchodní zákoník: komentář*. 9. vyd. Praha: C.H. Beck, 2004. 1439 s. ISBN 8071798630
- [8] WÖHE, G.; KISLINGEROVÁ, E.; MAŇASOVÁ, Z. *Úvod do podnikového hospodářství*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H Beck, 2007. 928 s. ISBN 9788071798972
- [9] Zákon č. 40/1961 Sb., občanský zákoník
- [10] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Ownership structure and competitiveness

Abstract

The article deals with a sight of ownership structure of corporation and its insertion onto business framework. It identifies status of company owners within the frame of ownership structure compared to other structures of company. It devotes to impact of ownership structure with its objectives to overall business focus and determining corporate objectives at different levels. The article further deals with definition of term business competitiveness from perspective of ownership structure of corporation as well as from aspect of company's market position and business performance. It outlines a sight of corporation and its competitiveness from business owners' point of view, namely the ownership structure point of view on the one hand, and from the corporation as the integral unit point of view on the other hand. In that way the article accentuates differences in such approach to term of competitiveness.

Key words

Corporation, ownership structure, competitiveness, business performance, business fruitfulness

Kontaktní údaje na autora

Ing. Peter Marinič

Katedra podnikového hospodářství

Ekonomicko-správní fakulta MU

Lipová 41a

602 00 Brno-Pisárky

tel: +420549493681

137627@mail.muni.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Formy vstupu podniků na zahraniční trhy

Melichar Ondřej

Ekonomicko-správní fakulta MU

Abstrakt

Účelem tohoto článku je vymezit a stručně charakterizovat formy vstupu podniků na zahraniční trhy. Volba konkrétní formy vstupu na zahraniční trhy představuje pro podnik jedno z nejdůležitějších rozhodnutí, které zásadním způsobem ovlivňuje jeho budoucí úspěch. Odborná literatura uvádí velké množství způsobů vstupu na zahraniční trhy. Jednotlivé způsoby se mezi sebou liší kapitálovou náročností, rizikem, mírou kontroly podniku nad zahraničními aktivitami a přístupem podniku k zahraničnímu obchodu. Na rozlišení jednotlivých a navzájem disjunktních forem vstupů na zahraniční trhy jsou založeny fázové modely (stage models) internacionalizace. Podle fázových modelů internacionalizace se forma vstupu podniku na zahraniční trhy v čase mění a vyvíjí od kapitálově méně náročné ke kapitálově náročnější.

Klíčová slova

Mezinárodní obchod, vstup na zahraniční trhy, fázové modely internacionalizace

Úvod

V rámci ekonomické teorie došlo k posunu v předmětu zkoumání od mezinárodního obchodu a jeho obhajoby k procesu internacionalizace. Internacionalizaci je možné chápat jako proces postupného získávání a používání znalostí o zahraničních trzích a činnostech a vzrůstající angažovanosti na zahraničních trzích, respektive jako „výrobek řady dílčích rozhodnutí“²³.

²³ JOHANSON, J.; VAHLNE J. E. *The internationalization process of the firm- a model of knowledge development and increasing foreign market commitment.* 1977, str. 23.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Teorií, které se snaží vysvětlit proces internacionalizace, existuje celá řada (např. teorie transakčních nákladů nebo síťová teorie internacionalizace). Mezi těmito teoriemi mají výsadní postavení fázové modely internacionalizace. Podle těchto teorií se forma působení podniku na zahraničních trzích v čase mění a podniky přecházejí z kapitálově méně náročných forem vstupu na zahraniční trhy ke kapitálově náročnějším.

Nejvýznamnější fázový model internacionalizace, Uppsala model internacionalizace, je založen na rozlišení čtyř fází²⁴:

- žádný pravidelný vývoz
- vývoz prostřednictvím nezávislých zprostředkovatelů
- založení zahraniční prodejní dceřinné společnosti
- zahraniční výrobní společnost

Uppsala model internacionalizace byl zformulován v letech 1975 a 1977. Od té doby byly rozpracovány další formy vstupu na zahraniční trhy.

Faktory, které ovlivňují volbu formy vstupu na zahraniční trhy

Při rozhodování o nevhodnější formě vstupu na zahraniční trhy je potřeba vzít do úvahy celou řadu faktorů, ať už interních nebo externích. Interní faktory se týkají připravenosti podniku na zapojení se do mezinárodního obchodu. Zahrnují například volné výrobní kapacity nebo dostatek kapitálu. Machková²⁵ mezi externí faktory řadí:

- obchodněpolitické podmínky- celní a devizový režim, kurzová politika, netarifní překážky obchodování (např. technické překážky, množstevní omezení nebo dovozní přírážky)
- ekonomické prostředí- hospodářský růst, míra inflace, míra nezaměstnanosti, platební bilance
- politické prostředí- politický systém, politická stabilita, členství země v regionálních integračních seskupeních

²⁴ ANDERSEN, O. *On the internationalization process of firms: a critical analysis*. 1993, str. 210.

²⁵ MACHKOVÁ, H. *Mezinárodní obchodní operace*. 2010, str. 14-15.

- právní prostředí- stabilita právního prostředí, vymahatelnost práva, možnost kontroly vlastnictví
- charakteristika výrobků- průmyslové výrobky, zemědělské výrobky, spotřební zboží krátkodobé nebo dlouhodobé spotřeby
- charakteristika obchodního partnera- právní forma, vlastnická struktura, postavení na trhu, velikost, reference
- efektivnost vybrané formy podnikání

Formy vstupu na zahraniční trhy

V odborné literatuře je možné nalézt velké množství forem vstupu na zahraniční trhy. Tradičním kritériem, podle kterého se jednotlivé způsoby třídí, je jejich kapitálová náročnost. Podle tohoto kritéria se rozeznávají bezkapitálové a kapitálové formy vstupu. Jednotliví autoři se v rámci svých členění zabývají v různé míře podrobnosti jednotlivými způsoby vstupu na zahraniční trhy:

- Machková²⁶ klade důraz na bezkapitálové formy vstupu, kdy se detailně věnuje jednotlivým typům smluv, používaným při vývozu a dovozu zboží (např. mandátní nebo komisionářská smlouva).
- Štrach²⁷ se více zabývá plně vlastněnými podniky.
- Gooderham a Nordhaug²⁸ věnují pozornost především franchisingu a plně vlastněným podnikům.

V této práci je použito členění, které uvádí Kotler²⁹. Toto členění je možné považovat za dostatečně podrobné a vyvážené- není věnována zvýšená pozornost pouze určitému způsobu vstupu na zahraniční trhy.

Nepřímý vývoz

Je nejjednodušším a nejobvyklejším způsobem, jak vstoupit na zahraniční trhy. Je vhodný pro podniky, které nemají dostatek kapitálu (nejsou potřeba

²⁶ MACHKOVÁ, H.; ČERNOHLÁVKOVÁ, E.; SATO, A. *Mezinárodní obchodní operace*. 2010, str. 15-31.

²⁷ ŠTRACH, P. *Mezinárodní management*. 2009, str. 36-39.

²⁸ GOODERHAM, P. N.; NORDHAUG, O. *International management: cross-boundary challenges*. 2003, str. 15-21.

²⁹ KOTLER, P. *Marketing, management: analýza, plánování, využití a kontrola*. 1998, str. 358-364.

žádné nebo minimální investice) ani dostatek exportních zkušeností. Nevýhodou je, že podnik nemá kontakt se zahraničními trhy a žádnou kontrolu nad zahraničními aktivitami.

Podnik může zaujmout aktivní nebo pasivní přístup k nepřímému vývozu. Aktivní přístup znamená, že podnik vyhledává možnosti vývozu na nové trhy. Při pasivním přístupu podnik vyváží jen příležitostně a systematicky nevyhledává možnosti na zahraničních trzích.

Nedostatek exportních zkušeností je možné překonat díky spolupráci s nezávislou zprostředkovatelskou společností. Kotler³⁰ uvádí tyto čtyři typy zprostředkovatelských společností:

- domácí vývozní velkoobchodník: nakoupí zboží od podniku a do zahraničí je prodá na svůj účet
- domácí vývozní zástupce- aktivně vyhledává exportní příležitosti a sjednává smluvní podmínky
- spolupracující organizace- zajišťuje vývozní činnost pro několik podniků, je částečně pod jejich administrativní kontrolou
- společnost pro řízení vývozu- za stanovenou odměnu odpovídá za řízení vývozních aktivit podniku

Přímý vývoz

Přímý vývoz znamená, že podnik už k zajištění exportních aktivit nepotřebuje žádné zprostředkovatele a nese veškeré riziko související s aktivitami na zahraničních trzích. Z toho vyplývá, že podnik už nemusí platit žádnou odměnu zprostředkovatelům. Přímý vývoz volí podniky, které už mají exportní zkušenosti. Riziko je vyšší než u nepřímého vývozu, ale podnik může ovlivňovat své působení na zahraničních trzích. Přímý vývoz může být realizován následujícími způsoby³¹:

- domácí exportní oddělení nebo divize- má na starosti vše, co je potřeba k úspěšné realizaci vývozu

³⁰ KOTLER, P. *Marketing, management: analýza, plánování, využití a kontrola*. 1998, str. 359.

³¹ KOTLER, P. *Marketing, management: analýza, plánování, využití a kontrola*. 1998, str. 360.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- cestující obchodní zástupci pro vývoz- jsou podnikem vysíláni do zahraničí za účelem nalezení potenciálních obchodních partnerů
- zahraniční distributor nebo zástupce- mohou mít výhradní obchodní zastoupení. Výhradní obchodní zastoupení znamená, že zastoupený je povinen na vymezeném území pro určitý okruh obchodů nepoužívat jiného distributora a zahraniční obchodní zástupce není v tomto rozsahu oprávněn zastupovat jiné osoby nebo uzavírat obchody na vlastní účet nebo účet třetí osoby.

Smluvní formy vstupu na zahraniční trhy

Při nepřímém a přímém vývozu se podnik snaží na zahraničních trzích uspět díky svým výrobkům. Smluvní formy vstupu na zahraniční trhy představují principiálně odlišný způsob vstupu na nové trhy. Podniky do mezinárodního prostředí vstupují se svými nehmotnými aktivy a znalostmi.

S touto formou vstupu souvisí relativně malé riziko. Nevýhodou je, že po uplynutí doby, na kterou byla smlouva sjednána, může podniku vyrůst v zahraničí konkurent, který bude využívat nehmotná aktiva a znalosti, která byla předmětem smlouvy. Kotler³² mezi smluvní formy vstupu na zahraniční trhy řadí:

- licence- podnik (poskytovatel licence) vstupuje na zahraniční trhy na základě dohody s nabyvatelem licence. Nabyvatel licence získává za úplatu právo k výkonu práv z průmyslového vlastnictví.
- smlouva o řízení- předmětem smlouvy o řízení je poskytnutí manažerských znalostí. Na základě této smlouvy řídí management například zahraniční výrobní podnik.
- smlouva o výrobě- podnik navazuje spolupráci s místními výrobci, kteří pro něj za úplatu vyrábí smluvně vymezené výrobky
- franchising- smluvní vztah, blízký poskytnutí licence. Franšízor (poskytovatel franšízy) poskytuje svou značku a know how. Franšízant (nabyvatel franšízy) je povinen platit odměnu a dodržovat obchodní politiku franšízora. Povinnost dodržovat danou obchodní politiku je největším rozdílem ve srovnání s poskytováním licencí.

³² KOTLER, P. *Marketing, management: analýza, plánování, využití a kontrola*. 1998, str. 362-364.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Joint venture

V rámci joint venture je vytvořen nový, společný podnik, který je vlastněn a řízen dvěma nebo více podniky. Podniky, které mají majetkovou účast ve společném podniku, si zachovávají ekonomickou a právní samostatnost. Výhodou společného podniku je, že umožňuje zahraničnímu podniku využít znalostí a vybudovaných vztahů místního partnera. Nevýhodou je nutnost nalezení kompromisu při strategických rozhodnutích, sdílení znalostí (podobná situace jako při poskytnutí licence) a vyšší riziko.

Přímé investice

Přímá zahraniční investice je kapitálově nejnáročnější a také nejrizikovější formou vstupu na zahraniční trhy. Podnik může v zahraničí koupit existující společnost, založit dceřinnou společnost nebo zahraniční pobočku. Rozdíl mezi dceřinnou společností a zahraniční pobočkou spočívá v právní subjektivitě. Dceřinná společnost má právní subjektivitu, zahraniční pobočka ne- nemůže tedy vstupovat do smluvních vztahů. Z dlouhodobého pohledu může přímá zahraniční investice podniku přinést celou řadu výhod. Mezi tyto výhody patří nižší výrobní náklady a možnost využití investičních pobídek.

Závěr

Zvolit vhodnou formu vstupu na zahraniční trhy je jedno z klíčových rozhodnutí managementu podniku. Důvodem je, že toto rozhodnutí je obtížně změnitelné a případná změna je náročná ať už z pohledu času nebo peněz.

Na rozlišení jednotlivých forem vstupů jsou založeny fázové modely internacionalizace. Nejvýznamnějším fázovým modelem je Uppsala model internacionalizace. Od 70. let. 20. století, kdy byl model publikován, se objevily nové formy vstupu na zahraniční trhy. O tyto formy však model rozšířen nebyl.

Motivů, které vedou podniky ke vstupu na zahraniční trhy, je celá řada. Patří mezi ně například snaha získat konkurenční výhodu, následování konkurence a zákazníků do mezinárodního prostředí nebo ziskové motivy. V neposlední řadě je třeba také uvést, že vstup do mezinárodního prostředí je symbolem úspěchu podniků. Podniky si v praxi mohou zvolit z celé řady forem vstupů na zahraniční trhy. Ty nejvýznamnější byly charakterizovány v tomto článku.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] ANDERSEN, O. *On the internationalization process of firms: a critical analysis*. Journal of International Business Studies [online]. 1993, vol. 24, no. 2 [cit. 2011-02-26], s. 209-231. Dostupný z www:<<http://www.jstor.org/pss/155219>>.
- [2] GOODERHAM, P. N.; NORDHAUG, O. *International management: cross-boundary challenges*. 1st ed. Malden: Blackwell, 2003. 473 s. ISBN 0631233415.
- [3] JOHANSON, J.; VAHLNE J. E. *The internationalization process of the firm- a model of knowledge development and increasing foreign market commitment*. Journal of International Business Studies [online]. 1977, vol. 8, no. 1 [cit. 2011-02-26], s. 23-32. Dostupný z www <<http://www.jstor.org/pss/254397>>.
- [4] KOTLER, P. *Marketing, management: analýza, plánování, využití a kontrola*. 9. přepracované vyd. Praha: Grada, 1998. 710 s. ISBN 8071696005.
- [5] MACHKOVÁ, H.; ČERNOHLÁVKOVÁ, E.; SATO, A. *Mezinárodní obchodní operace*. 5., aktualit. vyd Praha: Grada, 2010. 240 s. ISBN 9788024732374.
- [6] ŠTRACH, P. *Mezinárodní management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009. 167 s. ISBN 9788024729879.

Forms of entry into foreign markets

Abstract

The purpose of this article is to identify and briefly describe the entry forms of enterprises on foreign markets. The choice of specific forms of entry into foreign markets is one of the most important decisions for the company that fundamentally affect their future success. Professional literature describes many ways of entering foreign markets. The various methods differ in terms of capital intensity, risk, level of control over the business activities of foreign enterprise and company's attitude to foreign trade. The stage models of internationalisation are based on resolution of individual and mutually disjoint

forms of entry into foreign markets. According to the stage models of internationalisation, entry forms into foreign markets develop over time from less capital-intensive to capital-intensive.

Key words

International trade, forms of entry into foreign markets, stage models of internationalisation

Kontaktní údaje na autora

Ing. Ondřej Melichar

99758@mail.muni.cz

Ekonomicko-správní fakulta MU

Katedra Podnikového hospodářství

Lipová 41a

Brno-Pisárky

602 00



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Principy managementu a FMEA systému pro zvýšení konkurenceschopnosti výrobních i nevýrobních podniků

Ryvola Pavel

České vysoké učení technické,

fakulta elektrotechnická, katedra elektrotechnologie,

Abstrakt

Ve svém příspěvku popisují možnosti zvýšení konkurenceschopnosti výrobních a nevýrobních podniků při použití nejen standardů managementu, ale převážně standardů Failure Mode and Effect Analysis - FMEA principů, které využívají výrobní podniky jako jsou automobilky. Použití těchto principů pro menší i nevýrobní podniky jako systém pro odhalení a definování všech možných příčin vzniku ztráty kvality, která je nedílnou součástí jména podniku. Svůj příspěvek člením do čtyř kapitol. V první kapitole shrnuji teoreticko-metodologické principy a informace o principech systému managementu FMEA. Ve druhé kapitole uvádím praktické využití v rámci menších výrobních a nevýrobních podniků s tím, že dále definuji možné nastavení procesů managementu podniku. Ve třetí předposlední kapitole metodu FMEA přizpůsobuji menší výrobní, či nevýrobní organizaci tak, aby případný administrativní aparát této metody nebrzdil operativní výhody menších podniků.

V poslední čtvrté kapitole vyhodnocuji metodu FMEA CZ, která je jistou obdobou metody FMEA, použitelnou pro menší výrobní, či nevýrobní podniky.

Klíčová slova

FMEA, risk analysis, risk management, riziková analýza, rizikový management, konkurenceschopnost



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Teoreticko – metodologické shrnutí principů systému managementu FMEA – Failure Mode and Effect Analysis

FMEA- Failure Mode and Effect Analysis jako metoda předcházení vzniku vad, neshod a jejich případným následkům.

Metoda FMEA byla vyvinuta v šedesátých letech inženýry NASA a původně byla určena pro sledování a analýzu spolehlivosti složitých systémů v rámci kosmického výzkumu.

V ČR se tato metoda začala používat až po roce 1989. Byla standardizována normou CSN EN 60812.

FMEA jako metoda předcházení vzniku neshod, a vad se vyznačuje hlavně systematickou činností v plánování před samotnou realizací procesu (výrobního, podpůrného) a systematizovaným postupem činností zaměřených na vyhledání a ohodnocení možných vad výrobků, projektů nebo také následném identifikování kroků pro zabránění či omezení vzniku vad a neshod. Veškeré kroky by měly být jasně a přesně zaevidovány.

Tak jak vnímáme existenci dvou hledisek pro aplikaci managementu jakosti projektů v rámci analýzy možnosti vzniku vad a jejich následků jsou tato hlediska shodná.

Jedná se o následující dvě hlediska:

- 1) hledisko procesu projektu,
- 2) hledisko produktu projektu.

Dosažení plánovaných cílů kvality je v plné zodpovědnosti vrcholového managementu.

Každá organizační úroveň podniku je však zodpovědná za své vlastní procesy a produkty. V souvislosti s tím, je nutné ke každému managementu jakosti přistupovat systémově a se zodpovědností takovou, že celý systém jakosti, který v podniku bude zaveden, bude sloužit převážně a hlavně podniku samotnému. Pochopení jednou již zjištěných, nebo potenciálních potřeb zákazníka a tím i jejich splnění za účasti tolika stran, kolik je pro daný projekt potřeba je hlavním cílem dobře zavedeného managementu jakosti.

Metoda FMEA, „Analýza možnosti vzniku vad a jejich následků“ je

účinným nástrojem pro ověřování jakosti produktů a analýzy pro zdokonalování procesů v celém systému na sebe navazujících interních i externích procesů v částech technologie, konstrukce, bezpečnosti a spolehlivosti. Která následně přechází do procesu poprodejního servisu ať záručního, nebo pozáručního.

Správné zvolení řešitelského týmu managementu FMEA a nastavování procesů je jednou z hlavních zásad úspěšné implementace.

Start zavádění systému jakosti FMEA je vlastně možné analyzovat na základě zdroje informace, která předurčuje nutnost systém FMEA nasadit. Zdroji informací mohou být různé interní audity kvality výroby, hlášení o problémech z výroby, nebo a to v konečné již nepříjemné fázi reklamací od zákazníků. Podrobně a skutečně kvalitně provedená FMEA se všemi jejími výstupy je jedním z hlavních aktiv výrobního podniku, vlastně jeho know-how.

FMEA (Failure Mode and Effect Analysis) lze rozdělit do následujících částí, či jinak řečeno součástí:

- a) FMEA návrhu - analýza výrobku.
- b) FMEA procesu – analýza procesu výroby výrobku popř. projektu

Využití FMEA zejména ve velkých podnicích je jejich složitá výroba, popřípadě procesy výroby. V další části svého příspěvku bych rád provedl zamyšlení nad možnostmi využití FMEA i v rámci malých a středních firem a tím zvýšení jejich konkurenceschopnosti.

FMEA - Praktické využití v rámci menších výrobních a nevýrobních podniků.

Ve většině případů se FMEA jako součást managementu jakosti implementuje v rámci výroby velkých, nadnárodních výrobních podniků jako jsou automobilky, strojírna a jiné technologické firmy.

Ale pokud malý a střední podnik chce v rámci konkurenčního boje a globálního podnikatelského prostředí uspět, měl by se zamyslet nad tím, co je možné jako výhodu využít a převzít právě od velkých i globálních hráčů.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Sílu malých a středních podniků zůstává vždy jejich operativnost a schopnost adaptace se jakékoli situaci, i když je krizová.

Většina malých a středních podniků se v současnosti nalézá v situaci, kdy se o případných neshodách a vadách svých produktů dozvídají až v případě reklamace zákazníka. Pokud se shodneme, že zákazník a procesy se zákazníkem spojené jsou tím nejdůležitějším, co podnik musí řídit, je na místě stanovit jakým způsobem předejít reklamacím.

Základem možnosti využití FMEA, je podle mého názoru jednoznačná definice „výrobku“, pro další práci spíše produktu podniku. Celkově lze následně k analýze předcházení vad a neshod produktu přistoupit ve své podstatě k jakémukoli produktu podniku.

Z výše uvedeného důvodu se ve své podstatě vracíme k základům strategického managementu a to k jasné definici produktu podniku.

Základní otázka tedy zní: „Co je produktem konkrétního analyzovaného podniku?“ Je to jasně definovaný výrobek, nebo služba ?

Lze na tento produkt implementovat analytické kroky a postupy systému FMEA ?

Ano, lze, jakýkoli produkt může být ohrožen neshodami, vadami popřípadě nefunkčností.

Vznik nových procesů:

V podniku, který se rozhodne v rámci kvality managementu využívat princip a systém FMEA, logicky vzniknou minimálně dva nové procesy.

- a) Proces plánování (strategické, operativní)
- b) Proces kontroly

FMEA – přizpůsobení se menším výrobním, či nevýrobním organizacím

Plánování – přežitek bývalého režimu?

Každý z nás má možnost se zamyslet, zda organizace, ve které pracuje plánuje. Co si představí každý z nás pod slovem plánování? Teorie mluví o tom, že se jedná o výchozí bod, který předchází výkonu všech ostatních manažerských činností. Plánování tak jak lze v literatuře dohledat, obsahuje



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

vymezení cílů a naznačení cest, jimiž má být těchto cílů dosaženo. Nechci na tomto místě rozebýrat a psát teorie plánování. Jen se chci zamyslet, zda plánování je system, který se v podnicích využívá.

Za sebe mohu říci, že standardní systém plánování jsem v mnoha organizacích zažil a byl jasně znatelný. Od vize, ke koncepci a až ke konečným operativním krokům dosažení cílů bylo jasně definováno.

Ale, během procesu realizace se v určitém okamžiku projeví neexistence jiného důležitého plánu pro jiný, také důležitý proces. Bohužel tato neexistence plánu se projeví až reklamací zákazníka.

Praktická zkušenost – konkrétní příklad:

V tomto místě své práce zmíním jednu z vlastních zkušeností, kterou jsem pomáhal v dané firmě řešit. Bohužel až po neshodě, která přešla ve vadu vedlejšího produktu, který následně ovlivnil stěžejní proces podniku a to až do důsledku penále za ohrožení procesů zákazníka. Jména podniků jsou nahrazena písmennými označeními.

Podnik A je podnik, jehož produktem je outsourcing IT služeb ve velkých státních, ale i nestátních organizacích. V rámci svých zákaznický orientovaných procesů provádějí údržby a zálohování databází s klíčovými informacemi daných podniků.

Veškeré jimi prováděné činnosti jsou jasně definovány. Od pravidelného zálohování dat, po údržbu SW modulů zákazníka.

Každý z techniků provede u zákazníka standardně ve smlouvě definovaný proces. Po dokončení dané akce provede zápis o provedené činnosti do servisního logu (dokument ve formátu MS Excel o provedené činnosti).

V určitém okamžiku však daná činnost zálohování neproběhla. Ovšem technik o této chybě nevěděl, dozvěděl se o ní až z reklamace zákazníka, jenomže tato chyba shodila celý systém klienta. Došlo k poškození databáze.

Příčina? Závada byla z těch, které nebyly standardně sledovány, dle smluvních podmínek“ podnikem A. jednalo se o nedostatečnou kapacitu diskového pole, kterou nikdo nehlídal.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Ano, lze se v tuto chvíli domnívat, že vzhledem k tomu, že danou aktivitu hlídání HW neměl podnik A ve smlouvě, nebyl tedy vinen. Na druhou stranu, pokud by technik podniku A včas informoval a upozornil zákazníka na nutnost rozšíření diskové kapacity přesto, že to není jeho náplní, vzrostla by konkurenceschopnost podniku v očích zákazníka na míru plnohodnotné poskytované služby.

Stačilo by definovat v rámci možných vzniklých vad, neshod, či rizik hlavního procesu podniku A činnosti kontrolního charakteru a prevence.

Není právě toto zvýšení své konkurenceschopnosti?

Není FMEA jen laicky řečeno krok od hesla firem: „To zákazníkům stačí“ k heslu „Co jim ještě víc nabídnout, aby zákazníci byli spokojeni?“

FMEA CZ – FMEA pro malé a střední firmy:

FMEA CZ, kterou v této mé práci definuji je management jakosti a systém analýzy případných vad, či neshod v rámci malých a středních podniků s jakýmkoli produktem.

Není záměrem zatížit tyto podniky zvýšenou administrativou, naopak. Tato možná a související administrativa bude provedena jen jedenkrát na začátku celého zavedení systému, který bude v dalších krocích udržován v aktuální verzi.

Přínos, který daný systém s sebou přinese lehce popsatelný. Vyjmenujme si jen některé:

- zefektivnění pracovních výkonů
- rychlejší zaškolování pracovníků
- jasně definované kontrolní mechanismy pracovníků
- eliminace vad a tím i reklamací – marketing kvality



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Závěr

Na závěr svého příspěvku bych rád uvedl, že FMEA jako systém kvality není systém rozsáhlého plánování, který je určen jen pro velké podniky. Lze jej implementovat na jakýkoli podnik, či organizaci, která má definován procesní management.

Sledování kvality produktů a procesů je standardně definovaný úkon, který provádíme, aniž bychom věděli, že se právě o FMEA jedná.

Literatura

- [1] *Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) as a decision support tool within a quality information system in pork production chains.*
- [2] *Management kvality projekčně inženýrské organizace*
- [3] *Projektový management – doc. Ing. Vladimír Němec, CSc.; ISBN 80-247-0392-0, Praha 2002*
- [4] *Strategické plánování – podklad pro manažerské vzdělávání; Pavol Košťan, Ing. Oldřich Šuleř*
- [5] www.ikalita.cz
- [6] *Management základy, prosperita, globalizace – Jaromír Veber a kol., Management Press 200; ISBN 80-7261-029-5*

Principles of Management and FMEA system for increasing the competitiveness of manufacturing and non-manufacturing firms

Abstract

In describing his contribution to enhance the competitiveness of manufacturing and non-manufacturing enterprises using not only the standards of management, but mostly standard Failure Mode and Effect Analysis - FMEA principles used by manufacturing companies such as automakers. Using these principles to smaller businesses and non-manufacturing as a system for identifying and defining all the possible

causes of loss of quality, which is an integral part of the firm. His contribution is divided into four chapters. The first chapter summarizes the theoretical and methodological principles and the principles of information management system FMEA. In the second chapter I of practical use in the production of smaller and non-manufacturing enterprises that further defines possible configuration management business processes. In the third last chapter FMEA adapts less productive or nonproductive organization so that any administrative apparatus of this method, impeding the operational advantages of smaller firms.

In the last fourth chapter evaluates FMEA CZ, which is something akin to FMEA, applicable to small manufacturing, and non-manufacturing businesses.

Key words

FMEA, risk analysis, risk management, risk analysis, risk management, competitive

Kontaktní údaje na autora

Ing. Pavel Ryvola, MBA

Tel. : +420 776 818 686

ČVUT FEL, popř. spol. POWEREX s.r.o.

Ústí nad Labem, Masarykova 66, 400 01

email: pavel.ryvola@volny.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Trendy v hodnototvorném řetězci v kontextu globalizace

Stehlík Antonín

Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity

Abstrakt

Cílem článku je podpořit rozvoj zdrojů poznání a schopností (potenciálu) manažerů reagovat pružněji na změny dynamiky tržního hospodářství a napomoci tak celkově ke zvýšení kvality podnikatelského globalizovaného prostředí. . Provázanost ekonomik globalizací a rychlost toku informací způsobuje, že události ze vzdálených zemí a trhů v zápětí řetězově dopadají i na zdánlivě izolovaná odvětví. Rostoucí turbulence přeměňují svět rychleji a dramatičtější způsobem než kdykoli v předchozích letech. Nová doba vytváří pro management nové výzvy. Kdo chce přežít, musí je přijmout. Nic jiného nezbyvá, i když nové trendy a teorie nenabízejí rychlá řešení. Studovat, promýšlet a uplatňovat progresivní myšlenky, převádět je do praxe a učit se od nejlepších se stává imperativem, kterému se nelze vyhnout. Jde o to uvědomit si důležitost teoretického a praktického zvládnutí řízení pro svůj osobní rozvoj a rozvoj podniku.

Klíčová slova

Globalizace, hodnotový řetězec, trendy,

Úvod

„Konditio sine qua non“, tato časem prověřená badatelská zásada platí i pro současné vymezení vztahu mezi trendy v hodnototvorném řetězci a aktuálním či predikovaným podnikáním v globálním prostředí.

Je zřejmé, že současné podnikatelské prostředí se musí vyrovnat s řadou vnějších vlivů. Ty lze vysledovat jednak ve vývojových trendech světové ekonomiky, jednak v relevantním prostředí podniků.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Na současných globálních trzích nelze ustrnout, i když z pohledu lokálního prostředí naléhavost změn není výrazně akutní, nemusí tomu tak být z pohledu globálního prostředí. Proto je třeba ve firmách rozvíjet prostředí podporující kreativitu, inovace a poznání trendů vývoje.

1. Změny z pohledu globálního prostředí

Ve společensko ekonomickém vývoji na přelomu dvacátého století lze zaznamenat řadu rysů, které se zákonitě musí promítnout do podmínek podnikání, ekonomiky a managementu firem:

- ustupuje úloha zemědělství, ocelářství, těžkého strojírenství ve prospěch oborů s vysokým podílem znalostí, invence a kvalifikované práce,
- v ekonomickém vývoji dochází k narušení plynulosti, jednoznačnosti, stability vývoje – různí autoři tento stav označují různě, turbulentní prostředí, diskontinuita (Drucker), chaos. Novodobé manažerské interpretace pojem „chaos“ chápou jako označení stavu po destrukci, z níž vzejde vyšší řád,
- u celé řady komodit dochází nejen k vyrovnávání nabídky s poptávkou, ale k trvajícimu převisu nabídky nad poptávkou,
- ústup od masové výroby pro anonymní trh ve prospěch zakázkové produkce dle konkrétních požadavků zákazníků,
- odklon od materiálních faktorů prosperity (budovy, pozemky, strojní vybavení, disponování zásobami surovin atd.) ve prospěch znalostí, invence, schopností inovací,
- zdůrazňování ochrany životního prostředí v souvislosti s rozvojem společnosti atd.

Vývoj světové ekonomiky signalizovaný některými makrotendencemi poznamenal i vývoj mikroekonomiky nebo byl minimálně signálem ke změně jejího řízení. Růst produktivity, nasycenost trhů vyvolávala v makrosféře logické dopady do strukturálních změn, řada států přehodnocovala své potřeby produkce oceli, cementu, energií atd.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2. Možné přístupy k trendům hodnototvorného procesu

Hodnototvorný řetězec je souborem všech aktivit firmy, které vedou k tvorbě hodnoty poskytované zákazníkovi. V klasickém pojetí organizace můžeme za hlavní kroky hodnototvorného řetězce označit nákup, výrobu, marketing a distribuci. (Christopher, M., Logistika v marketingu, s. 79). V této souvislosti je třeba si položit otázku, zda vytváříme přidanou hodnotu s co nejnižšími náklady. Pokud má dodavatelský řetězec fungovat jako proces musí se vyznačovat vzájemnou důvěrou, sdílením informací, společným plánováním a především znalostí aktuálních tendencí na lokálních, mezinárodních i globalizovaných trzích.

Analogicky si management podniků a institucí musí klást otázku restrukturalizace, zda daná struktura výrobků a služeb je ta pravá, odpovídá a bude odpovídat požadavkům zákazníků, zda výrobní spotřeba bude sledovat i nadále kvantitativní rozvoj nebo bude klást důraz na kvalitativní parametry, zda spotřeba domácností bude orientována na vyšší uspokojování základních potřeb či poroste spotřeba předmětů určených k využití volného času (v souvislosti se zavedením pětidenního pracovního týdne a následným zkracováním pracovní doby).

Nový podnik je často propojenou sítí týmů, které se navzájem chovají jako zákazníci. Podniky tedy potřebují především nové strategie. Propojení v síti umožňuje vznik nových struktur a nových strategií. Současné vedení podniků je vystavené „vlnám“ moderních metod, které jsou často cyklicky nabízené ve formě manažerských školení a seminářů. Patří mezi ně např.:

- Management by Objective,
- Activity Based Costing/Activity Based Management,
- Controllig,
- projektové řízení,
- procesně řízený podnik.

Z pohledu podnikových informačních systémů pak hlavně o problematiku:

- Business Intelligence,
- Supply Chain Management,
- Customer Relationship Management,

- Knowledge Management,
- E-commerce, e-business, e-procurement, B2B, B2C.

Dnešní podnik je však stále součástí dělby práce se vztahem na další sociálně ekonomické systémy. Konkrétně jde o vazby na dodavatele, poskytovatele kapitálu a know – how, odběratele výrobků, respektive služeb, vazby na společenské okolí a přírodu.

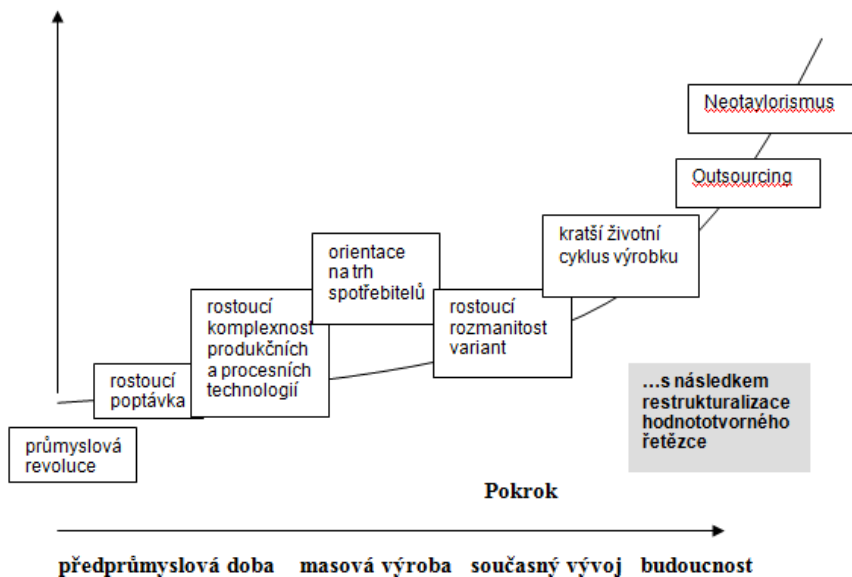
Toto globalizované okolí v porovnání s minulostí však sehrává odlišnou úlohu. Jeho význam se rozšířil o důležité vazby na peněžní ústavy , burzy, orgány státní správy, samosprávy, kontrolní orgány, veřejno – právní orgány, sociální pojišťovny. Narostl význam vztahů se zahraničím a význam vnějšího prostředí. Jde o technologie orientující se především za hranice podniku a na zahraničí, jde o aktuální poznání trendů při tvorbě hodnoty. Charakter dnešního ekonomického prostředí je utvářen dvěma mocnými silami – technologií a globalizací (Kotler 2002)

3. Aktuální trendy v hodnototvorném řetězci

Uvádím čtyři významné trendy v hodnototvorném řetězci jako výzvu pro management

1. Rozšiřování dělby práce (Wildemann 2000)

Dělbá práce



Obr. 1: Rozšiřování dělby práce

2. Orientace na klíčové kompetence

Klíčovými kompetencemi mohou být:

- procesy
- pozice na trhu
- technologie
- vědomosti
- zákaznická vazba
- speciální schopnosti

... jsou zákaznický relevantní, dlouhodobě špatně napodobitelné, a tak vytvářejí konkurenční výhodu

důsledek: nízký hodnototvorný stupeň s následkem růstu významu dodavatelů při vytváření konečného produktu

3. Růst komplexnosti

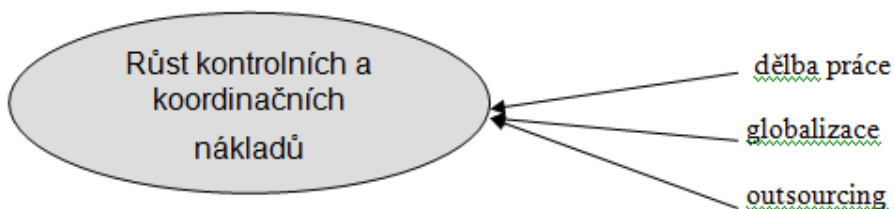
Komplexnost vychází z rozmanitosti:

- rozmanitost dodavatelů
- rozmanitost materiálů
- rozmanitost částí
- rozmanitost variant
- rozmanitost distribučních kanálů
- rozmanitost zákazníků

Možnosti pro zvládnutí komplexnosti:

- úzká spolupráce s méně dodavateli
- nákup dílů, které mohou být použity pro více výrobků
- odklad
- centrální skladování
- pull-princip

4. Překonání vysokých kontrolních a koordinačních nákladů



...charakterizovány variabilní intenzitou kontroly a stupněm důvěry:

- a) u krátkodobých dodavatelských vztahů:
 - nízká intenzita kontrol



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- nízký stupeň důvěry
- b) u střednědobých dodavatelských vztahů:
 - vysoká intenzita kontrol
 - nízký stupeň důvěry
- c) u dlouhodobých hodnototvorných partnerství:
 - nízká intenzita kontrol
 - vysoký stupeň důvěry

Závěr

Řízení hodnototvorných (dodavatelských) řetězců zahrnuje tradiční manažerské funkce. Je orientováno na řadu cílů, mezi typické patří snižování nákladů a zvýšení úrovně služeb zákazníků. Za účelem zlepšení procesů v hodnototvorném řetězci je třeba využít aktuální znalosti rozhodujících trendů pro řízení změn, které pak může probíhat cestou postupného zlepšování nebo cestou diskontinuálních (skokových) změn, ale v oblastech, které analyzuje předložený článek.

Světová ekonomika se totiž dostala po období předvídatelného střídání prosperity a recese (hospodářských cyklů) do období „turbulence“ s permanentními změnami okolí podniku, které působí na vnitřní prostředí podniku. Tyto změny neustále narušují rovnovážný stav na trhu tak, že nelze vytvářet nějakou dlouhodobou strategii. Výsledkem je superkonkurence –jev, který neznamena prosté zvýšení konkurence zvýšením objemu konkurentů, ale znamená změnu podnikatelského myšlení. Toto myšlení vychází z konkurenčních výhod, nikoliv, jak tomu bylo dosud, z výhod komparativních. Zatímco komparativní výhoda byla založena na jedinečnosti, na tom, co se konkurenci nedostávalo, konkurenční výhoda je založena na dosažení ne jednoho, ale více parametrů. Znamená to nepřetržitou změnu a tvorbu dalších konkurenčních výhod v dynamickém globalizovaném prostředí při znalosti příslušných trendů..

Literatura

- [1] BOWERSOX, Donald J, CLOSS, David J. *Logistical management: the integrated supply chain process*. 1st ed. New York: McGraw-Hill, 1996. 730 s. ISBN 0070068836.

- [2] CHRISTOPHER, Martin. Logistics and supply Chin management: strategie for reducing cost and improving service. 2nd ed. London: Prentice-Hall, 1998. 294 s. ISBN 0273630490.
- [3] STEHLÍK, Antonín – MELICHAR, Ondřej. Globalizace jako výzva pro management z pohledu podnikového. In Ekonomika a management organizací. 1. vydání, 2010. Brno, Česká republika : Vydala Masarykova univerzita roku 2010, 2010. od s. 458 - 464, 6 s. ISBN 978-80-210-5273-4.

Trends in value chain in the context of globalization

Abstract

This article aims to encourage the development of sources of knowledge and ability (potential) of managers to respond flexibly to changes in the dynamics of the market economy and to help and to improve the quality of the globalized business environment. The interaction of economies by globalization and speed of the flow of information causes that events from distant countries and markets influence even seemingly isolated sectors. The increasing turbulence is rapidly transforming world in dramatic way dramatic way than any time in previous years. A new time is creating new management challenges. Who wants to survive, they must be accepted. Nothing else to do, even though new trends and theories do not offer a quick solution. To study, plan and implement progressive ideas, translate them into practice and learn from the best becomes imperative, which can not be avoided. The point is to realize the importance of theoretical and practical procedure of management for their personal development and development of enterprise.

Key words

Globalization, value chain, trends

Kontaktní údaje na autora

doc. Ing. Antonín Stehlík, CSc.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

antonin@econ.muni.cz

Ekonomicko-správní fakulta MU

Lipová 41a

602 00 Brno-Pisárky



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Marketing a nehmotné faktory konkurenceschopnosti

Zmeny v spotrebiteľskom správaní ako faktor ovplyvňujúci trendy marketingovej činnosti podnikov

Hrvolová Miroslava

Korintuš Karol

Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom

Abstrakt

Stať sa konkurencieschopným vyžaduje, aby sa podniky neustále adaptovali na meniace sa podmienky na trhu vo všetkých oblastiach svojej činnosti. Článok pojednáva o súčasných zmenách v spotrebiteľskom správaní, ktoré určujú trendy predovšetkým v oblasti marketingovej činnosti podnikov. Cieľom adaptácie na zmeny v správaní spotrebiteľa je dosiahnutie výhody voči konkurencii a teda aj stanovených ekonomických cieľov podniku.

Kľúčové slová

Správanie spotrebiteľa, Marketingová činnosť, Trendy v marketingu, Konkurencieschopnosť produktu, Marketingový mix

Úvod

Podnikanie sa spája s využívaním perspektívnych príležitostí, ktoré prináša trh najčastejšie v podobe tzv. medzier na trhu, teda oblastí/činností, po ktorých je dopyt, ktorý zatiaľ nie je uspokojený, resp. je uspokojovaný len čiastočne. Všeobecne platí, že podnikateľ, ktorý vie využiť príležitosť, ktorú mu ponúka trh efektívnym a kreatívnym spôsobom, môže získať konkurenčnú výhodu. Prvým krokom k úspechu je permanentná analýza trhu, prieskum zmien v správaní spotrebiteľov, ako aj analýza konkurencie a schopnosť adaptovať sa na zmeny v podnikateľskom prostredí.

Prvé desaťročie 21. storočia prinieslo so sebou mnohé zmeny v správaní spotrebiteľov. Tí sa pod vplyvom ekonomických problémov spojených



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

s finančnou, neskôr hospodárskou krízou stali nedôverčiví voči reklamným kampaniam podnikov, ktoré často zavádzajú spotrebiteľa a umelo v ňom vytvárajú potrebu vlastniť propagovaný produkt. Postupne dochádza k viacerým zmenám v nákupnom správaní spotrebiteľa, ktorých monitorovanie sa stalo nevyhnutnou súčasťou úspechu marketingovej činnosti podnikov.

Rast konkurencieschopnosti podnikov ako dôsledok adaptácia na trendy v marketingovej činnosti podnikov

Marketing sa prioritne orientuje na poznanie potrieb a správania zákazníka. Jeho nákupné správanie je často ovplyvňované kultúrnymi, spoločenskými, osobnými, psychologickými faktormi, ale aj technickým pokrokom a aktuálnou situáciou na trhu. Poznanie cieľovej skupiny spotrebiteľov a permanentné monitorovanie zmien v správaní spotrebiteľov, v ľudských potrebách a prianiach, je základ pre určenie trendov v marketingovej činnosti podnikov.

Pri zisťovaní aké trendy by si mali podniky v rámci svojej propagácie a komunikácie so zákazníkom osvojiť je potrebné vychádzať z vymedzenia správania spotrebiteľa. Správanie spotrebiteľa sa označuje za zjavné a pozorovateľné akty výberu, nákupu a spotreby produktov, ktoré sa spravidla realizuje *pred nákupom* (človek si uvedomí potrebu, hľadá informácie o tovare, ktorý by ju uspokojil, vyberá značku a predajcu), *počas nákupu* (samotné nákupné správanie) a *po nákupe* (zákazník hodnotí úžitok, ktorý mu priniesla spotreba produktu).

Spotrebiteľ sa pred nákupom rozhoduje o produkte, ktorý by čo najlepšie uspokojil jeho potreby, či želania, zvažuje možnosti výberu značky alebo predajcu. Ide proces rozhodovania o kúpe, ktorý má spravidla päť fáz:

1. poznanie problému (uvedomenie si potreby – smäd, otázka bývania, hlad),
2. zhromažďovanie informácií (reklama, priatelia a známi),
3. hodnotenie alternatív (vplyv imidžu, značky, kvality),
4. nákupné rozhodnutie/výber produktu (ovplyvňujú postoje iných, aj neočakávané situácie),
5. správanie po nákupe (zákazník je spokojný/nespokojný). [1]

Súčasný spotrebiteľ žijúci v informačnej spoločnosti, v ktorej kľúčovú úlohu zohrávajú rýchle, včasné a relevantné informácie, je skúsenejší, oveľa viac informovaný a má väčší rozhľad. Je však aj opatrnejší v nákupnom rozhodovaní a skeptickejší voči komunikačnému účinku reklamných kampaní, čo je dôsledok aktuálnej situácie na trhu: hospodárska kríza, nepokoje, prírodné katastrofy, majú za následok rast nezamestnanosti na trhu práce, odliv investorov z krajiny, zdražovanie pohonných hmôt, ako aj rast cenovej hladiny tovarov a služieb.

Rýchlosť životného tempa ako aj negatívne dôsledky hospodárskej krízy, sa viac, či menej dotýkajú spotrebiteľov, ktorí už nie sú ochotní akceptovať klamlivé reklamné kampane podnikov. Spotrebiteľ sa profiluje a dochádza k *zmenám v jeho nákupnom správaní a rozhodovaní*:

- preferuje cenovo zvýhodnené produkty,
- prestáva byť lojálny ku konkrétnej značke,
- požaduje rýchly a kvalitný servis,
- označuje sa za pragmatického materialistu – nakupuje produkty, ktoré v sebe kombinujú viacero pozitív,
- žije v pohybe a neustálom strese,
- snaží sa žiť zdravo a v pohode,
- klesá účinnosť reklamy na jeho nákupné rozhodovanie,
- rýchle životné tempo spôsobuje obmedzovanie jeho času na stravu,
- význam nadobúda vysokorýchlostný internet. [2]

Marketingoví manažéri sú si vedomí, že práve zákazník je prostriedkom na dosiahnutie želaných ekonomických cieľov. Jeho potreby, želania a zmeny v správaní pri nákupe určujú trendy aj v rámci marketingovej stratégie podnikov. Tie sa usilujú vytvárať komplexné informačné databanky o potenciálnych, ale aj existujúcich zákazníkoch. Obsahom databáň sú informácie o veku, sociálnom a rodinnom statuse zákazníkov, kúpnych



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

intervaloch, ich kúpyschopnosti, produktovej orientácii, preferenciách značke, kontaktných údajoch, ale aj hodnote, ktorú podniku prinášajú.

Identifikácia najlepších zákazníkov, sledovanie ich potrieb a spokojnosti sú súčasťou riadenia vzťahov so zákazníkmi (z angl. CRM - customers relationship management). Jeho cieľom je vyselektovať tých zákazníkov, ktorí prinášajú podniku maximálnu hodnotu v porovnaní s nákladmi investovanými do vzťahov s nimi. Dôležitú úlohu tu zohráva lojalita k podniku, pretože je predpoklad, že práve lojalní zákazníci zabezpečia podniku vyššiu návratnosť finančných prostriedkov a pomôžu utvárať goodwill podniku na trhu. [3]

V konkurenčnom boji o zákazníka môže zvíťaziť len ten podnik, ktorý svoju marketingovú filozofiu prispôsobí zmenám v jeho potrebách a správaní, neponúkne mu len prázdne reklamné posolstvo, ale produkt, ktorý skutočne potrebuje. Vychádzajúc z vyššie uvedených zmien v nákupnom správaní a rozhodovaní spotrebiteľov môžeme špecifikovať **trendy v marketingovej činnosti podnikov.**

1.) *Transparentnosť a dôvera* sú stavebným kameňom pri získavaní zákazníkov, prípadne pri dosahovaní ich lojality. Skúsenosti a negatívne udalosti posledných rokov spôsobili, že spotrebiteľ pesimisticky vníma reklamné oznámenia podnikov. Podniky by mali zacieliť svoje marketingové úsilie na čestnú a otvorenú komunikáciu so spotrebiteľmi, pestovať vzťahy s nimi a budovať v nich dôveru na základe pravdivosti svojich komunikačných oznámení.

2.) *Poskytnúť spotrebiteľovi pridaná hodnotu* v marketingovej praxi znamená ponúknuť zákazníkovi produkt „šitý na mieru“ s niečím navyše - dodatočným úžitkom, ktorý docieli jeho vyššiu spokojnosť. V praxi ide o uistenie oslovenej skupiny spotrebiteľov o tom, že aj marketingové úsilie prináša užitočné a zmysluplné hodnoty – poskytnutie cenových zliav, akcií, bonusov, ktoré využíva cieľová skupina spotrebiteľov, ktorí z rôznych dôvodov prišli o zamestnanie alebo im príjmová hranica nedovolí nakupovať nezľavnený tovar.

3.) Trendom v marketingovej praxi podnikov sa stáva aj myšlienka, že „*raz videné je lepšie ako sto ráz počuté*“, čo znamená, že opatrnosť a skepticizmus spotrebiteľov núti podniky nielen rozprávať o výnimočných vlastnostiach svojich propagovaných produktov, ale hlavne tieto svoje



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

oznámenia podložiť faktami o tom, aký úžitok skutočne spotrebiteľia dostanú, ak zaplatia práve za propagovaný produkt podniku.

4.) *Význam sociálnych sietí* pri umiestňovaní reklamných posolstiev sa stáva *nevyhnutnosťou* rovnako, ako využívanie najnovších techník pri sprostredkovaní oznámenia veľkej cieľovej skupine. Sociálne siete sa stali obľúbeným miestom virtuálnej komunikácie všetkých vekových kategórií. Ak sa vytvorí obsahovo zaujímavá správa reklamného charakteru, doplnená o video alebo URL adresu a rozpošle sa na pár vytypovaných užívateľov, môže sa stať účinným prostriedkom vyvolania záujmu pri minimálnych nákladoch.

5.) Významným prostriedkom v sprostredkovaní komunikačného oznámenie medzi podnikom a spotrebiteľmi sa stali mobil a internet, ktoré vlastní a úspešne využíva už takmer každý obyvateľ, či domácnosť. Významným a úspešným v šírení reklamných posolstiev sa stáva preto *digitálny a mobilný marketing*. Výhodou uplatnenia týchto nástrojov komunikácie k propagácii a budovania povedomia o podniku, či značke je ich nákladová nenáročnosť, rýchlosť komunikačného oznámenia a početnosť skupiny oslovených spotrebiteľov

6.) *Propagácia reklamných posolstiev bezpečia a istoty* sú dôležité predovšetkým v období existencie hospodárskej krízy, politickej nestability, či prírodných pohrôm. Spotrebiteľia sú náchylní uveriť tým reklamným posolstvám, ktoré v nich vyvolajú pocit bezpečia, ktorý mnohým v súčasnosti chýba.[4]

Akceptovanie a implementovanie uvedených trendov v marketingu do marketingovej stratégie podnikov sa stáva neodmysliteľnou súčasťou pri dosahovaní ich marketingových, ale aj ekonomických cieľov.

Diskusia a záver

Globalizovaný trh s rastúcou mierou integrácie vniesol do krajín trend vzájomného porovnávania podnikov, regiónov, či krajín, často stotožňovaný s pojmom benchmarking. Porovnávanie sa je základom konkurenčného boja, v ktorom sa podniky snažia byť vždy krok pred konkurenciou. Z dlhodobého hľadiska ide o posúdenie súčasných možností, schopností a perspektív v porovnaní s konkurenčnými podnikmi v rôznych oblastiach – nákladov, výnosov, produktu, kvality, ale aj marketingovej činnosti.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obstát na trhu v tvrdom konkurenčnom boji môžu len tie podniky, ktoré svoje marketingové úsilie orientujú na prijímanie takých marketingových stratégií, ktoré prinesú podniku výsledný ekonomický efekt. Dosahovanie ekonomických cieľov závisí od podielu podniku na trhu, teda od objemu tržieb a počtu uspokojených potrieb spotrebiteľov v porovnaní s vloženými nákladmi. Potreby spotrebiteľov a ich správanie sa za posledné desaťročie výrazne zmenili, čo je dôsledok nepriaznivých ekonomických, politických, či ekologických udalostí.

V snahe osloviť čo najširší okruh cieľových zákazníkov, sa musia podniky nevyhnutne vedieť adaptovať na zmeny, ktoré prináša doba a svoju marketingovú komunikáciu s cieľovým segmentom trhu urobiť nielen príťažlivou, ale hlavne prehľadnou pre spotrebiteľa. Získanie konkurenčnej výhody pri rešpektovaní a implementovaní trendov v marketingovej filozofii podniku si vyžaduje:

- *budovať dôveru v meno a produkt podniku,*
- *vytvárať dlhodobu pozitívne vzťahy,*
- *meniť krátkodobu verných zákazníkov na lojálnych zákazníkov,*
- *v reklamných posolstvách im dať pocit bezpečia a istoty,*
- *zdôrazňovať hodnotu a úžitok propagovaného produktu,*
- *v marketingovej komunikácii využívať nástroje, ktoré zabezpečia maximálny účinok reklamného posolstva. [5]*

Cieľom implementácie trendov v marketingu do praxe podnikov je orientovať podniky na dlhodobý úspech, založený na maximálnom uspokojení potrieb zákazníka, pri rešpektovaní etických pravidiel.

Literatúra

- [1] KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Marketing. Bratislava : EUBA, 1992. ISBN 80-08-02042-3.
- [2] GARAJ, P. *GFK Roper Consulting zverejní desaťročný spotrebiteľský prieskum.* [online, 3.3.2011]. Dostupné z



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<<http://medialne.etrend.sk/reklama-spravy/gfk-roper-consulting-zverejni-desatrocny-spotrebitelsky-prieskum.html>>.

- [3] SOLOMON, M. R., MARSHALL, G. W., STUART, E. W. *Marketing očima světových marketing manažerů*. Brno : Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1273-X.
- [4] Desat' marketingových trendov pre rok 2010. [online, 28.2.2011]
Dostupné z <<http://mp.msponline.sk/10-marketingovych-trendov-pre-rok-2010>>
- [5] FREY, P. : *Marketingová komunikace. Nové trendy a jejich využití*. Praha : Management Press, 2005. ISBN 80-7261-129-1

Changes in consumer behaviour as a factor affecting trends in a marketing activity of enterprises

Abstract

To become competitive requires, that businesses fluently adapt to changing market conditions in all areas of its activities. The paper deals with the current changes in consumer behavior that determine the trends, especially in the field of marketing activities of enterprises. The aim of the adaptation to changes in consumer behavior is to achieve the benefits of competition and hence the set of economic targets of the enterprise.

Key words

Consumer behavior, Marketing activity, Trends in marketing, Competitive product, Marketing mix.

Kontaktní údaje na autory

Ing. Miroslava Hrvolová, RNDr. Karol Korintuš
Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom
Sládkovičova 533/20
018 41 Dubnica nad Váhom
mail: hrvolova@dti.sk, korintus@dti.sk
mobil: +421918800944



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Investície do znalostí vo verejnom obstarávaní

Košútová Tatiana

Kristová Ľudmila

Katedra tovaroznaectva a kvality tovaru

Obchodná fakulta

Ekonomická univerzita v Bratislave

Abstrakt

Hlavnou príčinou nízkej miery konkurencie vo verejných tendroch je podľa Transparency International Slovensko príliš veľká voľnosť ako aj nízka kontrola obstarávateľov pri určovaní podmienok účasti či pri vylučovaní došlých ponúk zo súťaže, ako aj pri určovaní ťažko merateľných subjektívnych hodnotiacich kritérií. Zvýšiť v súčasnosti nízku mieru konkurencie vo verejnom obstarávaní môžu aj investície do znalostí v oblasti produktovej politiky a verejného obstarávania vôbec.

Kľúčové slová

Verejné obstarávanie, pravidlá pre obstarávateľov, technické špecifikácie, zelené verejné obstarávanie, elektronické obstarávanie, modernizácia pravidiel

Úvod

Verejné obstarávanie na jednotnom trhu EÚ má za cieľ otvoriť vnútroštátne trhy verejného obstarávania súťaži aj zo strany iných členských štátov, potláčať diskriminačnú politiku a umožniť tak obstarávateľom dosiahnuť výrazné úspory. Sledujúc tento cieľ obstarávatelia musia zákazky zadávať na základe objektívnych kritérií v súlade so zásadami transparentnosti,



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

nediskriminácie a rovnakého zaobchádzania. V oblasti technických požiadaviek na výrobky to znamená, že technické špecifikácie na výrobky musia umožniť rovnaký prístup pre všetkých uchádzačov a nesmú mať za následok vytváranie neopodstatnených prekážok pre otváranie sa verejného obstarávania efektívnej hospodárskej súťaži. Napriek deklarovanej snahe vytvárať podmienky pre širšiu konkurenciu vo verejných zákazkách *podľa Transparency International Slovensko v roku 2010 klesol počet ponúk na jedno obstarávanie v Slovenskej republike na hodnotu 1,6 oproti roku 2009, kedy bol priemerný počet ponúk 2,8 uchádzača. Údaje sa týkajú nadlimitných a podlimitných verejných obstarávaní, teda v sume nad 60 tisíc eur pri tovaroch a službách a nad 360 tisíc eur pri stavebných prácach. Priemerný počet ponúk vyjadruje len ponuky pripustené komisiou k súťaži. (Štúdiá Európskej komisie uvádza priemerný počet ponúk v rokoch 2004-2005 pre 23 krajín únie 4,6 uchádzača.) Miera súťaživosti sa oproti roku 2009 zlepšila len v počte obstarávaní tých prípadov, v ktorých bola posudzovaná len jedna ponuka. Kým v roku 2009 bolo takých tendrov až 55%, v roku 2010 to bolo 43%. V roku 2010 mala viac ako troch uchádzačov však len štvrtina veľkých verejných zákaziek.*

Legislatívny rámec verejného obstarávania

Pravidlá verejného obstarávania EÚ stanovujú postupy zadávania zákaziek zabezpečujúce transparentnosť, rovnocenný prístup a spravodlivú hospodársku súťaž v rámci trhu verejného obstarávania pre verejné zákazky nad určitou hodnotou. K základnej legislatíve v tejto oblasti patria Smernice 2004/17/ES a 2004/18/ES, ktoré boli implementované do národných legislatív členských štátov, ako aj mnohé ďalšie technické predpisy, ktoré regulujú uvádzanie vybraných výrobkov na jednotný európsky trh. Ak požiadavky na bezpečnosť výrobkov alebo obmedzenie rizík neustanovujú osobitné predpisy, na výrobky sa vzťahuje Nariadenie EP a Rady o všeobecnej bezpečnosti výrobkov. Cieľom relevantných predpisov v tejto oblasti je zabezpečiť, aby základné slobody - voľný pohyb tovaru, kapitálu, služieb a osôb, ktoré vyplývajú zo zmluvy o založení ES, platili pre všetky hospodárske subjekty v celej Európskej únii a zároveň aby subjekty obchodovali len s produktmi, ktoré nepredstavujú z pohľadu oprávneného záujmu spotrebiteľa žiadne riziko.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Technické špecifikácie na predmet zákazky

Pri zadávaní požiadaviek na produkty je potrebné poznať všetky predpisy, ktoré sa na produkt vzťahujú, vedieť rozlíšiť predpisy a požiadavky záväzné od nezáväzných, aby sa v procese obstarávania nevytvárali zbytočné prekážky. Predmet zákazky verejného obstarávania musí byť opísaný jednoznačne, úplne a nestranné na základe technických požiadaviek. Opis predmetu zákazky môže byť vypracovaný podľa platnej legislatívy *odkazom na technické špecifikácie*, alebo *na základe výkonnostných a funkčných požiadaviek*, alebo *na základe výkonnostných a funkčných požiadaviek s odkazom na technické špecifikácie* alebo *odkazom na technické špecifikácie pre niektoré charakteristiky a odkazom na výkonnostné alebo funkčné požiadavky pre ostatné charakteristiky*.

Technické špecifikácie v prípade verejných zákaziek na dodávku tovaru alebo verejných zákaziek na služby znamenajú (podľa Smernice Európskeho parlamentu a Rady 2004/18/ES) špecifikácie v dokumente, ktorý definuje požadované charakteristické vlastnosti výrobku alebo služby, ako sú napríklad úrovne kvality, úrovne environmentálneho profilu, návrh všetkých požiadaviek (vrátane dostupnosti pre osoby so zdravotným postihnutím) a posúdenia zhody, výkonu, vhodnosti na použitie výrobku, bezpečnosti alebo rozmerov, vrátane požiadaviek súvisiacich s výrobkom čo sa týka názvu, pod ktorým sa výrobok predáva, terminológie, symbolov, skúšania a skúšobných metód, balenia, označovania a etiketovania, návodu na použitie, výrobných postupov a metód a postupov posudzovania zhody.

Technické špecifikácie poskytujú trhu opis zákazky a zároveň týmto spôsobom určujú aj úroveň konkurencie. Predstavujú merateľné požiadavky, podľa ktorých je možné porovnávať a hodnotiť viaceré konkurenčné ponuky. Nesprávne a nejasné špecifikácie, ktoré nie sú v súlade s platnými predpismi, vedú k nevyhovujúcim ponukám a vytvárajú priestor pre netransparentné konanie. Ponuky, ktoré nezodpovedajú technickým špecifikáciám, musia byť preto z procesu obstarávania vylúčené.

Osobitné podmienky realizácie zákazky verejného obstarávania



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obstarávateľ môže určiť osobitné podmienky plnenia zmluvy za predpokladu, že sú uvedené v oznámení o vyhlásení verejného obstarávania alebo v súťažných podkladoch. Osobitné podmienky plnenia zmluvy sa môžu týkať najmä sociálnych a environmentálnych hľadísk. **Zelené obstarávanie** je taký spôsob zadávania verejných zákaziek alebo dodávok, ktoré berie do úvahy vplyv vybraného tovaru a služieb na životné prostredie. Medzi požadované kritériá patrí najčastejšie energetická úspornosť, ďalej znížená spotreba vody, znížená tvorba znečisťujúcich látok, environmentálne nakladanie s odpadmi, znížená tvorba nebezpečných látok, používanie recyklovateľných materiálov a produktov z recyklovaných materiálov, znižovanie hluku, transportná vzdialenosť od výrobcovi k spotrebiteľovi a pod. Ku kľúčovým dobrovoľným nástrojom environmentálnej politiky v EÚ nepochybne patrí systém environmentálneho označovania produktov. Jeho hlavnou funkciou je podporovať produkciu, používanie a spotrebu takých produktov, ktoré predstavujú nižšiu záťaž pre životné prostredie. Zároveň tento systém environmentálneho označovania výrobkov podporuje konkurencieschopnosť výrobkov a služieb na vnútornom trhu EÚ a taktiež trvalo udržateľnú výrobu a spotrebu.

Nové podmienky verejného obstarávania v Slovenskej republike

Novelou č. 58/2011 Z. z. sa s účinnosťou od 1. apríla 2011 mení a dopĺňa zákon č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorý je implementáciou európskych smerníc v tejto oblasti. Jedna z najzávažnejších zmien sa týka **elektronických aukcií**. § 43 odseku 3 novely zákona znie:

„Vo verejnej súťaži, v užšej súťaži alebo v rokovacom konaní so zverejnením je verejný obstarávateľ a obstarávateľ povinný pri zadávaní zákazky na dodanie tovaru použiť elektronickú aukciu. Verejný obstarávateľ a obstarávateľ použije elektronickú aukciu aj pri zadávaní zákazky na poskytnutie služby alebo na uskutočnenie stavebných prác, ak možno presne určiť technické požiadavky týkajúce sa predmetu zákazky a pri zadávaní zákazky v rámci dynamického nákupného systému a pri opätovnom otvorení súťaže medzi všetkými účastníkmi rámcovej dohody.“

Novela zákona zavádza teda systém povinného používania elektronických aukcií pri nadlimitných zákazkách a od 1. januára 2012 aj pri podlimitných



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

zákazkách. Okrem elektronických aukcií prináša aj niekoľko ďalších noviniek, napr. nesplnenie formálnych podmienok už nebude dôvodom na vylúčenie uchádzača zo súťaže, ale uchádzač bude mať možnosť formálne nedostatky napraviť, obstarávatelia budú môcť používať užšiu súťaž iba ak zdôvodnia, prečo nemôžu použiť verejnú súťaž, obstarávatelia nebudú môcť bezdôvodne vylúčiť mimoriadne nízku ponuku, atď. Ako uvádza dôvodová správa, cieľom novely je zabezpečiť efektívnejšie využívanie verejných financií prostredníctvom prísnejších podmienok verejného obstarávania, zvýšenie jeho transparentnosti a obmedzenie priestoru pre korupciu a klientelizmus.

Modernizácia európskeho trhu verejného obstarávania

Otvorenie verejného obstarávania širšej konkurencii si však vyžaduje modernizáciu pravidiel, nástrojov a metód verejného obstarávania vo väčšom rozsahu. Spoločnosti potrebujú lepší a ľahší prístup k verejným zákazkám v celej EÚ, aby mohli využívať všetky výhody jednotného európskeho trhu. Obstarávatelia zasa potrebujú jednoduché a pružné postupy v procese verejného obstarávania, aby mohli konať efektívne v súlade s princípmi spoločenskej zodpovednosti a trvalo udržateľného rozvoja. S cieľom podporiť a zefektívniť toto úsilie otvorila Európska komisia verejnú diskusiu so zainteresovanými stranami, ktorých reakcie a pripomienky k tzv. zelenej knihe sa očakávajú najneskôr do 18. apríla 2011. V súvislosti s tým komisár pre vnútorný trh a služby Michel Barnier uviedol:

„Musíme stanoviť jasnejšie pravidlá verejného obstarávania, aby sme uľahčili život verejným orgánom, ako aj spoločnostiam uchádzajúcim sa o zadanie verejnej zákazky v Európe. Počas konzultácie sa bude klásť dôraz na prístup menších spoločností k trhom verejného obstarávania, obmedzovanie byrokracie alebo podporu európskeho cezhraničného verejného obstarávania. Mojm cieľom je takisto zaistiť, aby verejné obstarávanie mohlo prispievať k vytváraniu nových pracovných miest, zavádzaniu inovácií a ochrane životného prostredia.“

Zelená kniha o modernizácii politiky verejného obstarávania EÚ formuluje kľúčové oblasti potenciálnej reformy. Prehodnotiť systém verejného obstarávania, zracionalizovať postupy s cieľom efektívnejšieho vynakladania



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

finančních prostředků je výzvou pro všechny zúčastněné strany. Možnost vyjádřit se má každá zainteresovaná strana podle *Konzultácie Európskej komisie o modernizácii európskeho trhu verejného obstarávania* najmä k týmto okruhom otázok:

- *Je potrebné zjednodušovať uplatňované postupy, najmä malých miestnych a regionálnych orgánov? Ako by sa to dalo efektívne realizovať bez toho, aby sa ohrozili základné záruky transparentnosti a nediskriminácie uchádzačov?*
- *Ako môžeme obmedziť byrokráciu pre hospodárske subjekty, najmä pre malé a stredné podniky? Ako sa dá uľahčiť predkladanie ponúk na území v rámci európskych hraníc?*
- *Na základe akých podmienok možno oslobodiť zákazky medzi verejnými orgánmi od uplatňovania pravidiel verejného obstarávania EÚ?*
- *Mali by sa pravidlá verejného obstarávania EÚ upraviť, aby sa mohli lepšie zohľadňovať iné politické ciele, napr. podpora inovácií, environmentálne alebo sociálne otázky? Mali by sa napríklad prijať pravidlá EÚ, na základe ktorých by bolo povinné kupovať iba výrobky spĺňajúce určité environmentálne podmienky alebo vyčleniť určitý podiel rozpočtu na inovačný tovar a služby? Sú potrebné špecializované pravidlá pre obstarávanie sociálnych služieb všeobecného hospodárskeho záujmu, aby lepšie vyhovovali špecifikám týchto služieb?*
- *Potrebujeme prísnejšie pravidlá alebo lepšie záruky zabraňujúce protekcionizmu, korupcii alebo konfliktu záujmov?*
- *Ako sa dá zaručiť účinná hospodárska súťaž na trhoch verejného obstarávania? Ako sa dá napríklad zabrániť vzniku dominantných dodávateľov, dohodám uchádzačov v rámci predkladania ponúk alebo rozdeľovaniu trhu medzi uchádzačov?*
- *Čo by bolo potrebné na zlepšenie prístupu európskych podnikov na trhy verejného obstarávania tretích krajín?*



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Prekážky v procese verejného obstarávania

Prekážky, ktoré bránia rýchlemu, úspornému a transparentnému procesu verejného obstarávania možno v zásade rozdeliť na zámerné vedomé konanie, ktoré je v nesúlade s právnymi predpismi, etickými normami a pod. a v dôsledku ktorého daný subjekt očakáva osobný prospech a na prekážky spôsobené neznalosťou predpisov, neschopnosťou, nespôsobilosťou orientovať sa v danej oblasti. Pri zadávaní technických požiadaviek na výrobky vo verejnom obstarávaní je totiž potrebné o. i. ovládať aj problematiku produktovej politiky, t. j. vedieť rozlíšiť výrobky regulovanej a neregulovanej oblasti, harmonizovanej a neharmonizovanej oblasti, vedieť akým požiadavkám musia vyhovovať, či je pre daný výrobok posudzovanie alebo preukazovanie zhody povinné, ktoré osoby sú oprávnené na vykonávanie posudzovania a preukazovania zhody, či výsledky posúdenia alebo preukázania zhody autorizovanou, resp. notifikovanou osobou so sídlom v inom členskom štáte sa musia vzájomne uznávať, či sú povinné a či sa musia uznávať vyhlásenia zhody, mať znalosti o označovaní výrobku, atď. Vyžadovať totiž neoprávnené a neopodstatnené niektorý z dokladov preukázania technickej spôsobilosti sa chápe ako prekážka brániaca otvoreniu verejného obstarávania hospodárskej súťaži a poukazuje to na neznalosť problematiky.

E-learningové semináre predmetov *Produkt a kvalita* a *Technické prekážky obchodu* vyučovaných na Katedre tovaroznaectva a kvality tovaru Obchodnej fakulty EU v Bratislave približujú študentom podmienky uvádzania výrobkov na trh. Obsahujú vysvetlenie spôsobu akým sa tvoria záväzné alebo nezáväzné požiadavky na výrobky, spôsob poskytovania informácií o týchto požiadavkách na webových stránkach európskych a národných, spôsob posudzovania a preukazovania zhody s požiadavkami a tiež súvisiacu problematiku. Získané vedomosti a zručnosť sú využiteľné aj pri zadávaní zákaziek vo verejnom obstarávaní. Ako príklad slúži krátka ukážka zisťovania požiadaviek na jednoduchý výrobok - kopírovací papier, ktorý nie je určeným výrobkom podľa zákona a je častým predmetom verejného obstarávania.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Príklad: Obstarávanie kopírovacieho papiera

1. Na webovej stránke národného normalizačného inštitútu je dostupná základná informácia. Pre kopírovací papier je platná norma: „EN 12281 Tlačový a kancelársky papier. Požiadavky na kopírovací papier na rozmnožovanie suchým tonerom“. Informačná stránka o tejto norme obsahuje údaj aj o tom, že výrobok nepodlieha harmonizácii. Z dostupného obsahu normy sa dá získať prehľad o vlastnostiach kopírovacieho papiera. V samotnej norme sú popísané požiadavky na kopírovaní papiera, ktorými sú: krútenie pred kopírovaním, priechodnosť strojom, kvalita rezu, odolnosť proti oderu, povrchová rezistivita, obsah vlhkosti, statický koeficient trenia, adhézia tonera, opacita, plošná hmotnosť, rozmery.

2. Na webovej stránke Európskej komisie, ktorá sa venuje problematike zeleného verejného obstarávania je uverejnený dokument „Kopírovací a grafický papier - Produktový list pre zelené verejné obstarávanie“.

Z uvedeného je zrejmé, že ten, kto vyžaduje pri verejnom obstarávaní kopírovacieho papiera doklady ako sú vyhlásenia zhody s doplňujúcimi podkladmi k nim, certifikáty vydané autorizovanými osobami alebo notifikovanými osobami Európskeho spoločenstva, ktoré majú oprávnenie na posudzovanie zhody výrobkov s technickými špecifikáciami pre kopírovací papier, robí verejnému obstarávaniu zlú vizitku. Zároveň to poukazuje na potrebu zabezpečiť kvalitné vzdelávanie zaoberajúce sa problematikou uvádzania výrobkov na trh aj v oblasti verejného obstarávania.

Záver

Nízka miera konkurencie vo verejnom obstarávaní je spôsobená najmä veľkou voľnosťou a zároveň nízkou kontrolou obstarávateľov pri zadávaní zákaziek. Dosiahnúť zvýšenie tohto „ukazovateľa konkurencie“ by každému členskému štátu EÚ prinieslo výrazné úspory. To však predpokladá prehodnotiť systém verejného obstarávania v celom Spoločenstve takým spôsobom, aby spoločnosti z ktoréhokoľvek členského štátu získali pri rešpektovaní princípu transparentnosti, nediskriminácie a rovnakého zaobchádzania ľahší prístup k verejným zákazkám na celom jednotnom trhu. Očakáva sa, že návrhy nových legislatívnych zmien budú výsledkom v súčasnosti prebiehajúcich verejných diskusií. Výsledky budú prezentované na konferencii o reforme verejného obstarávania, ktorá by sa mala uskutočniť 30. júna 2011 v Bruseli. Neopomenuteľnou podmienkou rýchleho,



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

úsporného a transparentného obstarávania však stále ostáva aj znalosť podmienok uvádzania výrobkov na trh.

Literatúra

- [1] Smernica 2004/17/ES Európskeho parlamentu a Rady z 31. marca 2004 o koordinácii postupov obstarávania subjektov pôsobiach v odvetviach vodného hospodárstva, energetiky, dopravy a poštových služieb
- [2] Smernica 2004/18/ES Európskeho parlamentu a Rady z 31. marca 2004 o koordinácii postupov zadávania verejných zákaziek na práce, verejných zákaziek na dodávku tovaru a verejných zákaziek na služby
- [3] Zákon č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [4] Zákon č. 58/2011 Z. z. ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov
- [5] KRISTOVÁ, Ľ. – KOŠÚTOVÁ, T.: *Požiadavky na výrobky vo verejnom obstarávaní*. Produktová politika a jej sociálno-ekonomické aspekty: zborník pri príležitosti 70. výročia založenia Ekonomickej univerzity v Bratislave. Vydavateľstvo Ekonóm, 2010. s. 105-112. ISBN 978-80-225-3085-9
- [6] ŠÍPOŠ, G.: O 43% veľkých verejných obstarávaní v roku 2010 súťažil len jeden kandidát. Transparency International Slovensko. Dostupné na: <http://www.transparency.sk/o-43-velkych-verejnych-obstaravani-v-roku-2010-sutazil-len-jeden-kandidat/>
- [7] Zelená kniha o rozšírení používania elektronického verejného obstarávania. Brusel, 18. 10. 2010. KOM (2010) 571 v konečnom znení.
- [8] Zelená kniha o modernizácii politiky verejného obstarávania EÚ. Smerom k účinnejšiemu európskemu trhu verejného obstarávania. Brusel, 27. 1. 2011. KOM (2011) 15 v konečnom znení.
- [9] Konzultácia Európskej komisie o modernizácii európskeho trhu verejného obstarávania. Dostupné na: <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/88&format=HTML&aged=0&language=EN&quiLanguage=en>



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Investing in knowledge in public procurement

Abstract

The main cause of the low level of competition in public tenders is by Transparency International Slovakia too much freedom as and low control authorities in determining the conditions for participation in secretion of tenders received from the competition, as well as in determining difficult to measure subjective evaluation criteria. Increase in currently low level of competition in public procurement can also investment in knowledge in the areas of product policy and public procurement at all.

Key words

Public Procurement, rules for contracting authorities, Technical Specifications, Green Public Procurement, e-Procurement, modernising the rules

Kontaktní údaje na autory

Ing. Tatiana Košútová, PhD.

Katedra tovaroznaectva a kvality tovaru

Obchodná fakulta

Ekonomická univerzita v Bratislave

tatiana.kosutova@euba.sk

Ing. Ľudmila Kristová

Katedra tovaroznaectva a kvality tovaru

Obchodná fakulta

Ekonomická univerzita v Bratislave

ludmila.kristova@euba.sk



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Chování zákazníka na spotřebním trhu v současných ekonomických podmínkách

Vladimír Křest'án

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

Globální recese zanechala spotřebitelům defenzivní přístup k nakupování. Příspěvek ukazuje na vynucené změny chování zákazníků spotřebního trhu na základě poznatků komplexního mezinárodního výzkumu CLEI a GfK. Jeho obsah tvoří:

Filosofie prosperity firmy v éře turbulence podle klasika současného marketingu prof. Philipa Kotlera, nejčastější chyby marketérů v období recese, návrh integrovaného úsilí tří oblastí současného marketingu.

Shopper Marketing-(marketing řízený chováním zákazníka) v době hospodářské recese, seznámení s doporučením studie průmyslu výživy GfK 2010.

System RTA- využití v marketingu.

Trendy nákupního chování v období hospod.krize na spotřebním trhu, poznatky z komplexního mezinárodního výzkumu CLEI.

Oblasti očekávání spotřebitelů, spokojenost zákazníků podle skupin spotřebitelů dle výzkumu GfK

Klíčová slova

Změny chování zákazníků spotřebního trhu, filosofie prosperity firmy v éře turbulence podle klasika současného marketingu prof. Philipa Kotlera, Shopper Marketing-(marketing řízený chováním zákazníka), systém RTA-- (Retail Traffic Analytics), využití video- analýzy pro marketingové účely,



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

trendy nákupního chování v období hospod.krize na spotřebním trhu, oblasti očekávání spotřebitelů, spokojenost zákazníků podle skupin spotřebitelů.

Filosofie prosperity firmy v éře turbulence podle klasika současného marketingu prof. Philipa Kotlera

Při své poslední návštěvě Prahy v listopadu 2010 prof. Philip Kotler, klasik současného marketingu, na konferenci o prosperitě v éře turbulence, potvrdil závěry renomovaných světových výzkumných agentur zabývajících se marketingem. Prof. Kotler je přesvědčen, že MK je hnacím motorem firem právě v období turbulence. Důraz klade na umění nacházet nové příležitosti, efektivní komunikaci značky a zlepšování image firmy. Doporučuje nebrat hosp. krizi jen jako negativní faktor, ale jako šanci a příležitost k prospěšným změnám. Mezi nejčastější chyby marketérů v období recese uvádí:

- -snahy přilákat nové zákazníky dříve, než si pojistí stávající
- -šetření a škrty vedou vždy ke ztrátě tržního podílu a inovačního potenciálu
- -šetření v turbulentních časech na technologii, vývoji, lidských zdrojích,

provádění změn měřítek výkonu a kvality snižuje konkurenceschopnost právě v době, kdy se trh vrátí zpět do stadia růstu.

Cestou vpřed podle prof. Kotlera je integrované úsilí tří oblastí:

- a) zaměření na přítomnost, sílu značky, prodej stávajících produktů
- b) strategické, aktivní vyhledávání nových tržních příležitostí
- c) Marketingový výzkum identifikující potřeby a požadavky zákazníků, strukturu a iniciativy konkurence. Efektivní výzkum musí probíhat na přesně specifikované cílové skupině, identifikované vlastním šetřením, zhodnoceným analýzou a pak potvrzeným žádaným výzkumem. Jen vlastní rešerše vede k specifikaci cílové skupiny, otázky výzkumu pak budou relevantní a rozpočet efektivní i pro velké skupiny respondentů.

*Procházková, S.: Philip Kotler v Praze. Časopis Moderní obchod .roč.XVIII.
č.12/2010. Praha.ISSN:1210-4094*

Shopper Marketing-marketing řídicí se chováním zákazníků.

- Marketingový výzkum, prakticky ověřené výsledky studie německého průmyslu výživy GfK z roku 2010 potvrzují oprávněnost disciplíny **Shopper Marketing**, který se v době hospodářské krize stal Top aktivitou z hlediska návratnosti investic a výdaje do ní vykazují v dobách stagnace růstu 23%.Jádrem je porozumět procesu nakupování na základě informací z databáze zákazníků. Jde o stimul, který přiměje zákazníka přejít od nákupního přání k realizaci nákupu a je **vázán výhradně na místo nákupu** (odklon od segmentů k orientaci na jednotlivce), klade důraz na taktiku v prodejně, dovednosti a nástroje zlepšující **prožitek nakupujícího** (např. partnerstvím obchodu s výrobcí, poradenstvím, zvyšujícími frekvenci návštěv, nikoliv však pouze jako cestu k získání peněz od výrobců prostřednictvím prodejní plochy. Jak lépe pochopit chování zákazníka?
- Stávající bezpečnostní kamerový systém dokáže zaznamenat, proč kupní rozhodnutí proběhlo, nebo bylo odloženo. Video- analýza rozpozná objekt v záběru, určí směr jeho pohybu a změří dobu, po kterou objekt setrval v zóně, detekuje zakoupený či odložený předmět, což lze využít nejen pro zvýšení bezpečnosti zákazníků a prevenci krádeží, ale i k určení nákupního chování zákazníka a tedy zlepšení prodejních výsledků. Tak v USA vznikl systém RTA- (Retail Traffic Analytics), využití video-analýzy pro marketingové účely, umí však řídit i provoz dopravy, bezpečnost letišť při boji s terorismem apod.
- Stávající bezpečnostní kamery nám dají představu o přesném počtu zákazníků v prodejních zónách s časovým údajem (špičky nákupu), které lze využít pro optimalizaci personálu, plánování MK akcí apod. Známe čas, který zákazník strávil v zónách nákupu, můžeme vytvářet mapy s barevným spektrem odpovídajícím zatížení ploch, určit atraktivní oblasti pro umístění akčního zboží apod. Z časové prodlevy zákazníka a jeho kupního rozhodnutí získám informace, které produkty si konkurují, tvoří substituty a můžeme ovlivňovat



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

kupní rozhodnutí tam, kde je vůle nechat se ovlivnit. Systém RTA může porovnávat stejné akce v různých pobočkách řetězce a měřit jejich efektivitu. Je používán v USA, v Evropě pouze v Turecku. Předností je přímý sběr a vyhodnocování informací 24 hod.denně a 365 dní v roce, společně s informacemi z pokladních terminálů nejen informuje o prodejích, ale i u kterých produktů se zákazník rozhodoval o koupi a nakonec nekoupil.

Šelemberk,F.:Jak lépe pochopit chování zákazníka. Týdeník Marketing a media. 18.10.2010.č.42. Economia,a.s.Praha.

Klánová,E.:Svět podle zákazníka. Časopis Moderní obchod .roč.XVIII:č.11/2010. Praha.ISSN:1210-4094

Změny nákupního chování spotřebitelů v reakci na krizi.

- Globální krize dala nakupujícím dokonce ještě větší moc (GfK Future Buy Study 2010)
- Maloobchodníci, reklamy a značky mají dnes na kupní rozhodování menší vliv...55%
- Učím se nakupovat lépe a efektivněji, než v minulosti...71%

Komplexní mezinárodní výzkum (Customer Loyalty Engagement Index) potvrdil, že změny nákupního chování jsou daleko hlubší, než se předpokládalo. Růst spotřebitelských výdajů se vnějšími podmínkami zastavil, ozdravení a zvýšená důvěra v úvěrové trhy společně s marketingovou komunikací zůstávají středem zájmu marketérů. Akce snižování cen jsou pouze krátkodobě udržitelná řešení, snižující konkurenceschopnost do budoucna. Výsledky výzkumu CLEI ukazují trendy nákupního chování v období hospod. krize na spotřebním trhu.

- a) **opodstatněné výdaje**- nikoliv nadměrné výdaje za zboží ve slevě, luxusní i běžné pseudoznačky- sílí obavy z nezaměstnanosti a slabé ekonomiky. Roste zpochybňování etiky konzumu, preferují se jednoduché, úsporné produkty bez zbytečných multifunkcí zvyšujících cenu s vyšší životností pro spotřebitele.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- b) **přidaná hodnota** – vnímána jako konkurenční odlišení, nový zákazník je opatrný, počká si na důkazy, že hodnota získaná za jeho peníze se stabilizovala. Škrty výdajů snižují také množství peněz v oběhu.
- c) **diferenciace značek** - stává se nezbytností, pouze důvěry hodné, známé značky s inovacemi a kreativní reklamou přesvědčí spotřebitele o vhodnosti nákupu.
- d) **redukce rozpočtů** - nákupní chování místo: „poměru cena výkon“ preferuje ve smyslu kvalitativním rovnici v: „co nejlepší výkon za mé peníze“ (např. vzrostl dvojnásobně prodej vyvážených biopotravin snižujících zdravotní rizika, očekávaný byl celkový pokles výdajů za potraviny).
- e) **spokojenost zákazníka** - zájem je o značky, překonávající očekávání zákazníků-luxus, hodnota.
- f) **přizpůsobivost značky** - v cenové konkurenci ob stojí pouze diference a inovace značky.
- g) **hodnota značky pro zákazníka**-nákupní kupony snižující marže přináší silné zaměření zákazníka na cenu, jeho spojení se značkou, vytváří symboly.
- h) **autenticita a důvěra ve značku** - výrazné u bankovníctví, zdravotní karty apod.

Passikoff, R.: Deset trendů, jak se mění nákupní chování. Týdeník Marketing a media. 6.9.2010.č.36.Economia,a.s.Praha.

Typologie skupin spotřebitelů podle jejich očekávání- (výzkum GfK, Spolkového sdružení německého průmyslu výživy a společnosti Roland Berger).

Komplexní výzkum identifikuje pět skupin typů spotřebitelů, charakterizující současný spotřební trh. V německu jsou rovnoměrně rozptýlené a početně téměř stejně velké. Vypovídají o oblastech očekávání a jsou tedy ukazateli spokojenosti zákazníka. Výzkum deklaruje, zda nabídka i poptávka zná rozhodující potřeby a jak trh na ně dovede vhodnými nástroji marketingově reagovat.

1. **Egoističtí požitkáři** - upřednostňují relaxaci, zdraví, pohyb, kulturu, orientují se na zdravý životní styl, upřednostní nákupy domácí produkce.
2. **Zodpovědní, orientovaní na rodinu** - rodina s dětmi je středem, přírodní zdroje, zdravá výživa, sociální zaměření s úzkými mezilidskými kontakty a zájmem o vnější dění.
3. **Pokrokoví tvůrci** - středem zájmu je profese, cítí odpovědnost firem vůči společnosti.
4. **Kritičtí konzumenti** - požitky přes racionálně, etiku cítí v šetrném zacházení se zdroji, v souladu s přírodou.
5. **Nadšenci** - chtějí spasit svět, zasazují se za sociální zájmy, lidská práva, ochraňují přírodu, nezbyvá jim obvykle čas na osobní život.

Lebensmittel Zeitung.: Co očekává zákazník? Časopis Moderní obchod. roč.XVIII. č.2/2010.Praha. ISSN:1210-4094

Závěrečné shrnutí.

Globální recese zanechala spotřebitelům defenzivní přístup k nakupování. Zabezpečení finančních rezerv pro případ nouze na horší časy je prioritou 43% spotřebitelů v GB, což představuje jejich meziroční nárůst 15%. Třetina spotřebitelů USA využívá více debetu než kreditu a očekává se 10% meziroční nárůst. Spotřebitelé chtějí znát, co za své peníze získávají. Perspektivní značky jim musí předvést kromě inovací, jaké dlouhodobé a konkrétní benefity poskytují jejich výrobky a služby.

Slevové akce v kamenných obchodech s kreativním prodejem, poradenství, předvádění jedinečnosti produktů, společně se získanými zážitky v specifickém prostředí, mají odvést spotřebitele od konkurenčního virtuálního nákupu na internetu. V GB např. oblečení tak nakupuje 47% spotřebitelů a 35% potvrzuje, že slevy a speciální nabídky je přivádí k nákupům. Vliv technologií (QR kódů, iPhony) nabízí jedinečné zážitky a vyšší kvalitu života, čímž posilují vztahy značek a maloobchodníků. Roste zájem spotřebitelů o vzdělání, jako návratnou investici. Životní styl s aktivitami volného času a zábavy ovlivnil u 20% američanů nad 65 let zájem o pracovní zařazení pracujícího důchodce, 77% angličanů nad 55 let



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

plánuje pracovní zapojení v důchodu zejména pro zvýšení své životní úrovně. A to je pro marketing silný cílový trh. Růst preference zdraví, boj s obezitou, aktivity v přírodě jsou ve velké oblibě již dnes. Boom digitálních technologií, které jsou schopny nahradit pracovní síly v manuální práci a ve službách tvoří další významnou kapitolu budoucnosti.

Krofiánová, D.: Krize mění spotřebitele aneb Trendy v roce 2011. Časopis Moderní obchod .roč.IXX. č. 1-2/2011. Praha. ISSN:1210-4094

Literatura

Procházková, S.: Philip Kotler v Praze. Časopis Moderní obchod .roč.XVIII. č. 12/2010. Praha. ISSN:1210-4094

Šelemberk, F.: Jak lépe pochopit chování zákazníka. Týdeník Marketing a media. 18. 10. 2010. č. 42. Economia, a.s. Praha.

Klánová, E.: Svět podle zákazníka. Časopis Moderní obchod. roč.XVIII: č. 11/2010. Praha. ISSN:1210-4094

Passikoff, R.: Deset trendů, jak se mění nákupní chování. Týdeník Marketing a media. 6. 9. 2010. č. 36. Economia, a.s. Praha.

Lebensmittel Zeitung.: Co očekává zákazník? Časopis Moderní obchod. roč.XVIII. č. 2/2010. Praha. ISSN:1210-4094

Krofiánová, D.: Krize mění spotřebitele aneb Trendy v roce 2011. Časopis Moderní obchod .roč.IXX. č. 1-2/2011. Praha. ISSN:1210-4094

Customer behaviour on the consumer market in current economic conditions

Abstract

The contribution is focused on customer behaviour on the consumer market in the age of global recession. It confirms the usefulness of the Shopper Marketing branch, the utilization of the RTA system in Marketing, and it shows the overview of the trends in shopper behaviour according to the

expectation of the consumer, which was found out in the complex research of Customer Loyalty Engagement Index.

Key words

global recession, firm's prosperity in the age of turbulence, shopper marketing, RTA system, trends in shopping behavior, consumer expectation areas, video analysis utilization in marketing, the satisfaction of customers according the categories of consumers

Kontaktní údaje na autora

Ing. Vladimír Křestan

Katedra ekonomických studií

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16

58601 Jihlava

krestan@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Privátní značka - nástroj konkurenčního soupeření maloobchodu

Mulačová Věra

Mulač Petr

VŠP Jihlava

VŠTE České Budějovice

Abstrakt

Privátní neboli maloobchodní značky jsou v současné době významným faktorem konkurenceschopnosti obchodu. Jedná se o značky výrobků, které jsou produkovány a nabízeny maloobchodem pod jeho vlastním jménem či značkou. Sortiment maloobchodních značek je velice obsáhlý a zahrnuje produkty denní spotřeby od potravin přes kosmetiku až po běžné léky. Dříve byly pozicovány především jako nízkonákladová alternativa značek národních či mezinárodních, v současné době jim však konkurují jako "standardní nebo prémiové" privátní značky. Cílem příspěvku je analyzovat a diskutovat vztah českých spotřebitelů k těmto privátním značkám.

Klíčová slova

Privátní značka, maloobchod, spotřebitel

Úvod

Jako ochrana před konkurencí a současně způsob odlišení vlastních výrobků při vnímání spotřebitelem hrají významnou roli značky. Značky usnadňují spotřebiteli výběr i orientaci na současných přeplněných trzích. Neméně důležitý vliv mají značky i na samotné firmy, kterým značky umožňují najít místo na trhu, získávají stálé zákazníky, ale i obchodní partnery. Význačným rysem je skutečnost, že značka tvoří bariéru proti konkurenci. A proto jsou značky v dnešní době jedním z největších



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

nehmotných bohatství firem, jsou chráněny patenty, ochrannými značkami a jejich budování se věnuje velká pozornost.

Privátní neboli maloobchodní značky lze charakterizovat jako značky výrobků, které jsou produkovány a nabízeny maloobchody a dalšími články distribučních kanálů. Nejvýznamnější výhodou maloobchodních značek je, že náklady na výrobu, distribuci a prodej jsou nižší než náklady konkurenčních výrobců a národních značek a navíc umožňují prodejci, aby se odlišil od konkurence. Díky tomu jsou produkty prodávané pod maloobchodní značkou výhodné jak pro zákazníka, kterého dokáže přitáhnout svou nižší cenou, tak i pro obchodníka, jemuž umožňuje na těchto produktech dosahovat výrazně vyšší ziskovou marži.

Příspěvek se zabývá rostoucím významem privátních maloobchodních značek a jejich využíváním v současném konkurenčním prostředí českého maloobchodu. Poukazuje na trendy v rozvoji privátních značek v obchodních řetězcích a zdůrazňuje jejich specifickou roli jako nástroje konkurenceschopnosti. V další části příspěvek seznamuje s dílčími výsledky analýzy vnímání privátních značek českými spotřebiteli, která vychází z provedeného dotazníkového šetření.

Teoretická východiska

Současnou značku lze definovat podle Kotlera jako: „...jméno, výraz, znak, symbol nebo design či jejich kombinace, které mají odlišit zboží od konkurentů.“³³ Z této definice vyplývá, že hlavním úkolem značek a smyslem, proč jsou budovány, je odlišit se a identifikovat zdroj, výrobce či poskytovatele výrobku nebo služby. Ve spotřebiteli vyvolává značka jistou míru očekávání, která je způsobena předchozími zkušenostmi s produkty dané společnosti a také tím, jakým způsobem společnost na spotřebitele marketingově působí. „Síla značky spočívá v mínění spotřebitelů.“³⁴

Specifické postavení mezi značkami zauímají privátní neboli obchodní či maloobchodní značky. Nejběžněji je používán anglický termín „private label brands“, v literatuře či praxi obchodních řetězců se však setkáváme se také s výrazy „own brands, home brands“ nebo v případě, jsou-li produkty

³³ KOTLER, P. *Marketing Management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7261-010-4. str. 312

³⁴ KELLER, K. L. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1481-3. str. 90



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

pojmenovány přímo podle názvu obchodu, je použito označení „store brands“.

Sortiment maloobchodních značek je velice různorodý a obsahuje již téměř všechny produkty běžné denní spotřeby od potravin přes kosmetiku až po běžné léky. Rozdělení maloobchodních značek podle segmentů produktů, ve kterých se nejčastěji vyskytují, může být ilustrováno přístupem agentury Nielsen, která ve svém celosvětovém výzkumu člení privátní značky do čtrnácti následujících kategorií. Kategorie jsou řazeny podle podílu v sortimentu a jsou následující:

1. Refrigerated food 32 % – Chlazené potraviny (mléčné a masné výrobky, chlazená hotová jídla, polotovary atd.);
2. Paper, Plastic & Wraps (PPW) 31 % – Papírové, plastové produkty a obaly (igelitové sáčky, balicí fólie, toaletní papír, papírové utěrky atd.);
3. Frozen Food 25 % – Mražené potraviny (mražená zelenina, maso, polotovary);
4. Pet Food 21 % – Krmení pro domácí zvířata;
5. Shelf-Stable Food 19 % – Trvanlivé potraviny (těstoviny, luštěniny, rýže, kečupy, konzervy apod.);
6. Diapers & Feminine Hygiene 14 % – Pleny a dámské hygienické potřeby;
7. Health Care 14 % – Péče o zdraví (multivitamíny, běžné léky atd.);
8. Non-Alcoholic Beverages 12 % – Nealkoholické nápoje (čaj, káva, balené vody, limonády, džusy atd.);
9. Home Care 10 % – Péče o domácnost (prací prášky, čisticí prostředky atd.);
10. Snacks & Confectionery 9 % – Pochoutky (sušenky, tyčinky, bramborové lupínky, čokolády atd.);
11. Alcoholic Beverages 6 % – Alkoholické nápoje (pivo, víno, tvrdý alkohol);
12. Personal Care 5 % – Osobní péče (mýdla, šampóny, deodoranty, tělová mléka, holicí potřeby atd.);

13. Cosmetics 2 % – Kosmetika (rtěnky, laky na nehty atd.);

14. Baby Food 2 % – Dětská výživa.³⁵

V posledních letech jsme svědky výrazného růstu podílu maloobchodních značek na trhu. Tento růst není způsoben pouze tím, že spotřebitelé v dnešní době častěji preferují levnější zboží, ale také tím, že při zavádění a používání privátních značek jsou chytře aplikovány značkové strategie. Základní vlastností u privátních značek byla vždy hodnota.³⁶

Poměr ceny k užitkové hodnotě výrobku je u privátních značek základním kritériem. Této charakteristiky lze využít téměř u všech druhů zboží a širokosortimentní prodejny, zejména nadnárodní obchodní řetězce, se snaží obsáhnout co nejvíce kategorií produktů a nabízet v nich své cenově výhodnější substituty. Privátní značky se zaměřují stále více na boj se značkami národními, proti nimž staví své produkty vyšších tříd, které již sice nejsou prodávány za nejnižší cenu, ale mají srovnatelnou kvalitu. Těmto produktům řetězce následně poskytují velkou marketingovou podporu ve svých letácích, akčních nabídkách nebo volbou exkluzivního umístění v prodejnách

U většiny obchodních řetězců je sortiment privátních značek rozdělen dle ceny a kvality do tří kategorií. A to do kategorie ekonomické, standardní a prémiové (exkluzivní).

Ekonomické privátní značky představují nejnižší a zároveň nejstarší kategorii privátních značek. Do této kategorie se řadí produkty s nejnižšími cenami na trhu, jejichž kvalita je podprůměrná. Standardní privátní značky zahrnují produkty standardní kategorie, jsou kvalitativně na stejné úrovni jako značky národní, jsou však oproti nim nabízeny za nižší cenu a často nesou jméno řetězce, v němž jsou nabízeny. V současné době se jedná o největší skupinu zboží. V kategorii prémiových privátních značek se nacházejí drahé exkluzivní a kvalitní výrobky, tyto výrobky vytvářejí image značky a snaží se přitáhnout náročnější klientelu.

³⁵ ACNielsen. *Growth of Private Label Continues Worldwide* [online]. [cit. 2011-01-25]. Dostupné z WWW: <<http://th.nielsen.com/news/20051012.shtml>>

³⁶ KELLER, K. L. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1481-3. str. 299



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Materiál a metody

Pro maloobchodní řetězce i výrobce, kteří se vzdávají vlastní značky ve prospěch dlouhodobě zajištěného vysokého a stálého odbytu výrobků pod privátní značkou obchodu, je důležitým faktorem, jak vnímají privátní značky spotřebitelé. Dříve byla maloobchodní značka vnímána převážně spotřebiteli, kteří vyhledávali zboží za nejnižší cenu. To se částečně změnilo se zavedením standardních a prémiových kategorií, díky nimž se okruh potencionálních zákazníků rozšířil o další segmenty. Zejména v souvislosti s nedávnou finanční krizí vzrostl segment zákazníků, kteří porovnávají poměr cena/kvalita, na něž se zaměřují standardní privátní značky.

Pro českého spotřebitele je charakteristická poměrně nízká loajalita značkám a vysoká citlivost na cenu. Proto lze předpokládat, že nakupování privátních značek se silnou marketingovou podporou řetězců povede také ke zvýšení věrnosti zákazníků, zejména těch, kteří jsou při nákupním rozhodování limitováni svými finančními možnostmi a hledají tedy cenově příznivější výrobky. V současných obchodech se lze setkat např. se značkami Albert Quality, ARO, Clever, Coop, Mince, Spar, Selský dvůr, Tesco-výhodný nákup a řadou dalších.

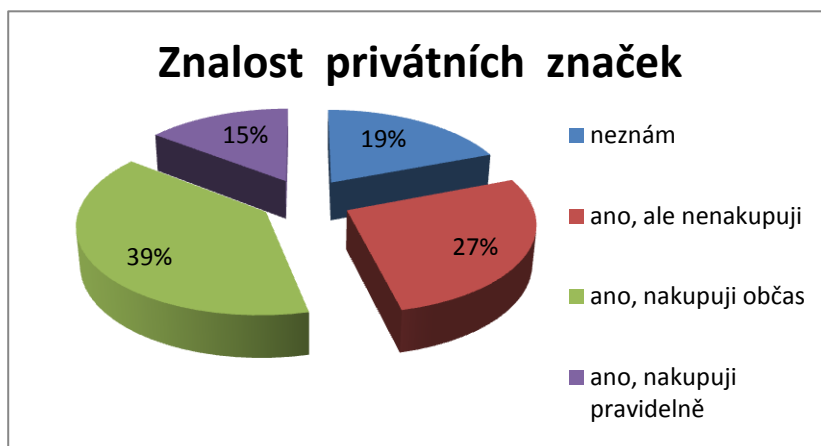
Do jaké míry si uvědomují čeští spotřebitelé existenci privátních značek, jak je vnímají a zejména zda a v jakém rozsahu je nakupují? Na následující otázky hledal odpovědi výzkum, který probíhal za účasti studentů na podzim roku 2010.

Výzkum byl realizován prostřednictvím dotazníkové metody, celkem bylo osloveno 450 respondentů, jejichž výběr byl náhodný. Zvolený výběr zahrnoval přibližně stejný počet mužů a žen ve všech věkových kategoriích. Z hlediska povolání převažovali výrazně zaměstnanci, dále byli poměrně zastoupeni také důchodci, studenti a OSVČ. Respondenti měli bydliště v jižních Čechách, dále v Kraji Vysočina, středních a západních Čechách, ostatní zastoupení bylo výjimečné. Dotazník byl zaměřený na více oblastí spojených s vnímáním privátních značek, přičemž v tomto příspěvku jsou vybrány pouze některé výsledky.

Výsledky a diskuze

V rámci uvedeného výzkumu bylo zkoumáno povědomí o privátních značkách, kdy byli respondent dotazováni, zda znají privátní značky a zda je případně nakupují.

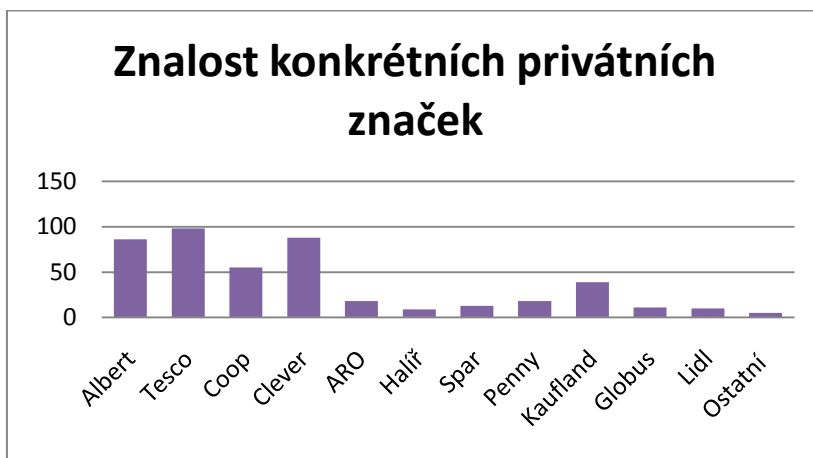
Výsledky jsou zachyceny v následujícím grafu č. 1.



Z uvedeného grafu vyplývá, že pouze 19 % ze zkoumaného vzorku privátní značky nezná. Jedná se zejména o muže, spotřebitele nejnižšího a nejvyššího věku, občany se základním vzděláním a obyvatele z malých obcí. Je tedy zřejmé, že povědomí a informovanost českých spotřebitelů o privátních značkách je velmi vysoká, protože o existenci výrobků s privátními značkami ví 81 % dotazovaných.

Z grafu je dále zřejmé, že existuje poměrně velká skupina spotřebitelů, kteří i přes znalost některých privátních značek raději nakupují jiné výrobky. Tuto skupinu tvoří více než čtvrtina, resp. 27 % dotazovaných. Zboží s privátními značkami pak nakupuje 64 % respondentů, z nichž pouze 15 % pravidelně. Většina dotazovaných tedy uvedené značky nakupuje pouze občas. Z hlediska sociodemografických znaků je skupina pravidelných a občasných zákazníků kupujících privátní značky vnitřně rozdílně strukturovaná. Pravidelné nakupování výrobků s maloobchodními značkami je typičtější pro ženy, vysokoškolsky vzdělané občany a obyvatele z největších obcí. Občasné nakupování je obvyklejší pro důchodce a domácnosti s dětmi.

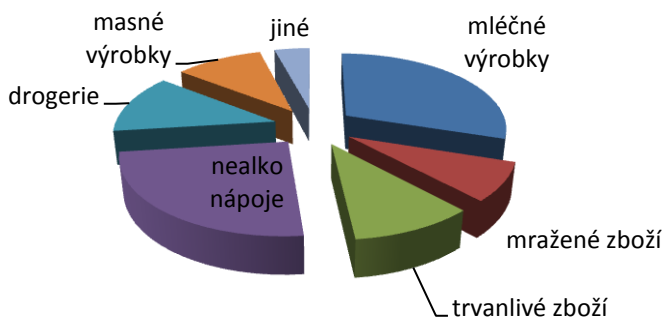
Další dotaz byl směřován k vybavení konkrétních privátních značek. Přehled je zachycen v grafu č. 2



Výsledky dokládají skutečnost, že mezi nejznámější privátní značky patří značky velkých mezinárodních řetězců. Jedná se o značku Tesco Value, značku Clever řetězce Billa a Albert Quality hypermarketů a supermarketů Albert. Určitým překvapením je poměrně vysoká známost značky COOP, která patří družstevním obchodům s ryze českým zázemím. Její znalost je vysoká zejména v jižních Čechách, kde postavení prodejen Jednoty i jejich marketingové aktivity jsou nadstandardní. Stejně překvapivá je poměrně nízká znalost privátních značek diskontních prodejen.

Struktura zboží nakupovaného pod privátní značkou byla další zkoumanou oblastí dotazníkového šetření, kdy měli respondenti uvést jednu kategorii zboží, kterou nakupují nejčastěji. Výsledky jsou zachyceny v grafu č. 3.

Zboží nakupované pod privátními značkami



Nejvíce oblíbené, a tedy nejvíce kupované, jsou privátní značky zařazené ve skupině mléčných výrobků, nealkoholických nápojů a trvanlivých potravin. Další oblíbenou skupinu představuje drogistické zboží. Uvedené skupiny jsou velmi podobné trendům v zemích Evropské unie, kde je však procentní podíl nakupovaného zboží pod privátními značkami vyšší.

Závěr

Privátní značky se staly v současné době jedním z nejvýznamnějších nástrojů konkurenčního boje v maloobchodě. Výrobky privátních značek dnes nakupuje více než 80 % zákazníků. Obchodní řetězce jsou si vědomy tohoto rostoucího trendu, a proto věnují rozvoji maloobchodních značek stále větší důraz. Větší pozornost je vidět hlavně v propagačních materiálech a ve stále se rozšiřujícím sortimentu. Tyto značky už jim však neslouží pouze jako nástroj pro generování zisku, nýbrž i jako nástroj komunikace, spoluvytvářející image a ovlivňující vnímání společnosti. Značky často nesou přímo jméno mateřského řetězce a obchodníci se těmito značkami prezentují. Mimoto poskytují značky řetězci určitou jedinečnost a odlišnost, zákazník tyto výrobky totiž jinde nenajde.

Spolu s tím, jak se mění přístup firem, mění se i vnímání zákazníků. Zákazníci, kteří tyto produkty dříve kupovali výhradně pro jejich nízkou cenu, dnes při nákupu hledí hlavně na poměr kvality a ceny. Výrobky privátních značek už většina z nich také nehodnotí jako podřadné, ale staví je kvalitativně na úroveň značek národních a 60 % zákazníků je dokonce ochotno se kvůli těmto značkám vracet do konkrétního řetězce.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] BÁRTA, V., PÁTIK, L., POSTLER, M. *Retail Marketing*. Praha : Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-207-9
- [2] KOTLER, P. *Marketing Management*. 10. rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7261-010-4.
- [3] KELLER, K. L. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1481-3.

Elektronické zdroje

ACNielsen. Growth of Private Label Continues Worldwide [online]. [cit. 2011-01-25]. Dostupné z WWW: <http://th.nielsen.com/news/20051012.shtml>

Foodnet. *Problematika maloobchodních značek* [online]. [cit. 2011-01-13]. Dostupné z WWW: <http://www.foodnet.cz/polozka/?jmeno=Problematika+maloobchodn%C3%A4Dch+zna%C4%8Dek+&id=3857>

The Private Label Manufacturer's Association [online]. [cit. 2011-02-2]. Dostupné z WWW: <http://plma.com/storeBrands/sbt09.html>. PLMA.com

Private labels - means of competitor's contest in retail

Abstract

Private label brands are typically those manufactured or provided by one company for offer under retail company's brand. Private label goods and services are available in a wide range of industries from food to cosmetics to health care. They used to be often positioned as lower cost alternatives to national or international brands, although recently many private label brands have been positioned as "standard or premium" brands to compete with existing "name" brands. The main goal of the contribution is to analyse and discuss Czech consumers' apprehension of private labels.

Key words

Private labels, retail, consumer



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kontaktní údaje na autory

Věra Mulačová, Ing., Ph.D., VŠP Jihlava, Katedra ekonomických studií,
mulacova@vspj.cz

Petr Mulač, Ing., VŠTE v Českých Budějovicích, Katedra ekonomiky
a managementu, mulac@mail.vstecb.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Nehmotná aktiva morálního charakteru konkurenční výhodou na trhu

Rolný Ivo

PEF, Ústav managementu, Mendelova univerzita v Brně

Abstrakt

Příspěvek se zabývá problematikou nehmotných aktiv z pohledu podnikatelské etiky. Specifikuje pojmy image firmy a goodwill firmy a stanovuje pět základních nehmotných aktiv, která jsou morálního charakteru a svým působením se stávají pro podnik konkurenční výhodou na trhu s konkrétními ekonomickými výstupy, nejčastěji v podobě úspor. Závěrem přibližuje pojem epikické chování firem, které se stává identifikačním znakem podniků s vysokou mírou goodwillu.

Klíčová slova

Nehmotná aktiva, podnikatelská etika, image, goodwill, epikie

Úvod

Termín nehmotná aktiva bývá nejčastěji používán v účetnictví. Podniky, jejichž cenné papíry jsou obchodovány na některém z veřejných trhů v rámci EU, jsou povinny účtovat podle Mezinárodních standardů účetního výkaznictví (IFRS). Jejich součástí je i IAS 38 Nehmotná aktiva, upravující uznávání, oceňování a vykazování nehmotných aktiv. Patří mezi ně např. patenty, franšízy, autorská práva (copyrights), dovozní kvóty, seznamy zákazníků atd. Všechna tato aktiva zvyšují tržní hodnotu firmy. V posledních desetiletích o úspěšnosti podniku na trhu rozhodují ve stále větší míře než klasická hmotná aktiva. Proto jednou z forem ocenění podniku je vyčíslení tzv. goodwillu. Tento termín bývá nejčastěji překládán jako dobrá pověst podniku. V účetnictví vyjadřuje rozdíl mezi tržní a účetní hodnotou firmy. Pokud je rozdíl kladný, jedná se o goodwill, pokud je záporný, tak o badwill. Dobrá pověst podniku však automaticky vyvolává asociace morálního charakteru. Dobrou pověst může mít jen ten, kdo je čestný, spolehlivý,

pracující kvalitně, ohleduplný atd. Pokusme se proto nyní problematiku nehmotných aktiv nahlédnout pod zorným úhlem podnikatelské etiky.

Materiál a metody

Podnikatelská etika zkoumá a využívá morální hodnoty, principy a standardy, které určují a řídí chování všech účastníků ekonomických činností na všech úrovních ekonomického systému. Také v rámci této interdisciplinární vědy bývá termín goodwill často frekventovaný. Je však chápán v daleko širším významu, než je tomu v účetnictví. Je zasazen do rámce společensky odpovědného chování ekonomických subjektů nejen na trhu, ale i ve smyslu sociálním a environmentálním. Jeho podstata je tak ryze morálního charakteru. Představuje širokou škálu etických požadavků a závazků, které limitují ekonomickou činnost. Při jejich dodržování, se jako zpětná vazba, projeví společenské hodnocení v podobě goodwillu.

Proč by se měla firma na trhu chovat eticky? Důvodů je celá řada. Zmiňme blíže alespoň tři, patrně nejzávažnější. Tím prvním důvodem je skutečnost, že je to v zájmu firmy samé. Pokud chce na trhu působit opravdu dlouhodobě, musí respektovat pravidla a požadavky nejen v rovině legislativy (legalita činností), ale zejména v rovině společenského mínění (moralita činností). Společenské mínění je velice citlivé a z praxe víme, že co je legální, nemusí být automaticky vnímáno jako morální. Druhým důvodem je celospolečenský zájem. Obecně platí, že čím je společnost mravnější, tím je méně nákladová. Snižují se náklady na restriktivní aparát, soudnictví, vězeňství atd. Pokud se firma nechová společensky odpovědně, způsobí na příklad ekologickou havárii a následně zkrachuje, kdo zaplatí sanaci škod? Prakticky každý daňový poplatník. Je proto v obecném zájmu vyvíjet na firmy společenský tlak, aby bylo jejich chování etické a odpovědné. Třetí důvod je asi nejzávažnější. Trh samozřejmě není žádný soubor andělů, jsou tam také, řečí teorie her, falešní hráči, černí pasažéři atd., ale pokud by došlo k situaci, že by stále větší a větší množství ekonomických subjektů, z důvodu vlastního prospěchu, přestávalo respektovat daná pravidla (ať již legislativní nebo morální), mohlo by dojít k ekonomickému kolapsu a celkové destrukci trhu. Všechny tyto důvody mají své logické, pragmatické jádro a požadavek etického chování firem tak není jen pouhým „zbožným“ přáním. Proto i v rámci ekonomické teorie je etika součástí tzv. teorie racionálních očekávání.

Nejen v laické veřejnosti, ale někdy i v odborné literatuře bývá často goodwill, dobré jméno firmy, zaměňován s termínem pozitivní image firmy. Oba pojmy s sebou přirozeně souvisí, ale přesto je mezi nimi podstatný rozdíl. Image firmy, je pouze její vzhled, vytvořená „tvář“, vnější kvalita. Máme-li dostatek finančních prostředků a tým schopných odborníků, lze image vytvořit v poměrně krátkém čase. Snad nejlépe lze tuto skutečnost ilustrovat na celovečerním dokumentárním filmu studentů pražské FAMU Filipa Remundy a Víta Klusáka s názvem Český sen³⁷, který měl premiéru v únoru 2004. Autoři si najali reklamní agenturu Mark/BBDO Martina Příklad aby pro ně vytvořila masivní reklamní kampaň na neexistující hypermarket „Český sen“ a dokumentovali celou její přípravu a průběh. Ta odvedla opravdu dobrou práci, od letáků, billboardů, spotů až po internetové stránky. Vyvrcholením akce bylo setkání managerů nového hypermarketu 31. května 2003 na parkovišti v pražských Letňanech s více jak 3000 koupěchtivými zákazníky. Po prosloveh, symbolickém přestřižení pásky a odstranění kovových zátarasů ochrankou, následoval úprk zákazníků po zelené louce k hypermarketu, který byl jen umělou kulisou z kovové konstrukce potažené plátnem s fototapetou. Mýdlová bublina splaskla. Pokud chce mít image trvalou pozitivní hodnotu, musí být vždy podepřen goodwill. Budování dobré pověsti firmy je však příslovečným během na dlouhou trať. Zde ob stojí pouze ti, kteří se vydají cestou společenské odpovědnosti při všech svých aktivitách, cestou podnikatelské etiky.

Výsledky a diskuse

Zaměříme se nyní na ta nehmotná aktiva, která jsou morálního charakteru a která ve svém důsledku mají konkrétní ekonomické výstupy. Firma, která je vlastní, tak získává konkurenční výhodu na trhu, nejčastěji v podobě úspor a potenciální eliminaci ztrát. Z hlediska podnikatelské etiky lze stanovit pět základních nehmotných aktiv morální povahy.

Prvním z nich je tzv. zdravý podnik. Etika je zde nedílnou součástí podnikové strategie a management pracuje a působí na zaměstnance v tomto duchu. Propagovaným cílem není pouze zisk, ale i morální hodnoty.

³⁷ Film získal řadu ocenění na festivalech v Krakově, San Franciscu, Lublani, Jeonju (Jižní Korea), Traverse City, Jihlavě a získal také cenu filmových kritiků Kristián 2005. Byl vysílán ve francouzské, německé, nizozemské a australské televizi.

Příkladem může být legendární Tomáš Baťa. „Celá polovina světa chodí bosa. Naším posláním je tyto lidi obout“. Nikdy nemluvil o svých zaměstnancích jako o dělnících, ale vždy je nazýval spolupracovníky. Všichni jsme tak spolupracovníky při naplňování určitého, všem srozumitelného, poslání. Pocit sounáležitosti a hrdosti na dosahované výsledky výrazně zvyšuje motivaci zaměstnanců. Není potřeba cokoli sáhodlouze vysvětlovat, v rámci firmy funguje vysoce efektivní komunikace a ta automaticky přináší vyšší produktivitu práce. Zaměstnanci jsou iniciativní, samostatní a ve své práci kreativní. Firma je daleko akceschopnější, nemá problémy s fluktuací. Konkrétní úsporou jsou náklady na kontrolní činnost. Není třeba nákladných kamerových systémů, zaměstnanci prostě nekradou. Jsou hrdi na svoji firmu a berou ji za svou.

Druhým z morálních nehmotných aktiv je tzv. Brand loyalty, věrnost obchodní značce. Kdo vlastní firmu s goodwillem, je automaticky vlastníkem stálého okruhu zákazníků, kteří jsou s její produkcí spokojeni, mají s ní dlouhodobě dobré zkušenosti a je pro ně zárukou kvality. To se ovšemže netýká pouze výrobků a služeb, ale také chování firmy vůči zákazníkům (poskytování věrnostních slev, vyřizování reklamací atd.). Zde jsou největší úsporou náklady na reklamu, které se obecně neustále rok od roku zvyšují. V reklamě již nemusíme neustále poukazovat na to kdo jsme a čím se zabýváme, aby o nás lidé věděli. Stačí jen představovat novinky ze své produkce.

Za třetí morální nehmotné aktivum můžeme považovat sféru odběratelsko-dodavatelských vztahů. Již nemusíme tyto vztahy pracně budovat formou pokus-omyl za cenu „drahých“ zkušeností v podobě ztrát. Jsme spolehlivou součástí odběratelsko-dodavatelské sítě a všichni jsou rádi, že mohou být našimi odběrateli nebo dodavateli. Všechny platby jsou bezhotovostní, dodávky v termínech, jsme zvýhodňováni slevami a bonusy, pro naši spolehlivost všichni stojí o to, abychom byli součástí sítě.

Čtvrté nehmotné aktivum lze nazvat termínem finanční kredibilita. Jedním z výchozích předpokladů podnikání je disponibilní kapitál. Pokud jsme firmou dlouhodobě působící na trhu, řádně platící své závazky vůči finančním institucím, obchodním partnerům a státu, získáváme kredit spolehlivosti a důvěryhodnosti. Pro banky, pojišťovny atd. jsme tzv. bonitním klientem. Poskytnutí úvěru je daleko snazší, neustálé předkládání podnikatelských záměrů již není vyžadováno. Banky jsou schopny nám poskytovat



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

i nadstandardní služby, jen aby si nás jako klienty udrželi. Firma je tak daleko akceschopnější než ty, které teprve o přízeň finančních domů usilují.

Jako poslední nehmotné aktivum, které souvisí s dlouhodobým pozitivním působením na trhu je potenciální upřednostnění u státních zakázek. Mělo by být logické, že firma s dobrou pověstí a tradicí na trhu by měla být upřednostněna před firmou, která je vláčena v mediích za své skandály a nebo firmou, o které nikdo nic neví. I když kolem státních zakázek panuje často mnoho nejasností, sázka na jistotu by měla být i zde rozhodujícím parametrem.

Závěr

Závěrem si přiblížme ještě jeden pojem podnikatelské etiky, související s termínem goodwill. Je to tzv. epíkíe. Řecké slovo EPIEÍKEIA znamená slušnost. Za epikické chování je považováno takové, které v pozitivním slova smyslu jde nad rámec litery zákona. Je typické pro firmy s vysokou mírou goodwillu. Je zde naplňována nepsaná zásada dát vždy něco navíc, než jsme povinováni. Stanovuje-li zákon tříletou garanční lhůtu, na náš výrobek poskytujeme pětiletou garanci. Za stejnou cenu o půl litru nápoje, čističe atd. více. Při zakoupení našeho výrobku poskytneme zdarma odvoz, instalaci a instruktáž. Samozřejmě lze namítnout, že toto chování ze strany firem je účelové, pro získání nových zákazníků. Je však vysoce morální ze strany zákazníka, když za stejnou cenu získá něčeho více nebo kvalitnější službu.

Literatura

ZELENKA, V. *Goodwill. Principy vykazování v podniku*. Vyd.1., Praha: Ekopress, 2006, s.236, ISBN: 80-86929-22-1

SVÁČINA, P. *Oceňování nehmotných aktiv*. Vyd. 1., Praha: Ekopress, s.216, ISBN: 978-80-8692-962-0,

ROLNÝ, I.: *Etika v podnikové strategii*. 3. rozšířené vyd., Ostrava: KEY Publishing, s.r.o., 2007, s. 111, ISBN 978-80-87071-45-8

ROLNÝ, I., LACINA, L.: *Globalizace, etika, ekonomika*. 3. rozšířené vyd., Ostrava: KEY Publishing, s.r.o., 2008, s. 281, ISBN 978-80-87071-62-5

Intangible assets as a moral competitive advantage in the market

Abstract

The paper concentrates on intangible assets from the business ethics point of view. Author specifies terms such as company image, goodwill and sets out five key moral intangible assets that are competitive advantage reflecting in economic outputs, usually in the form of savings. Finally the paper discusses the concept of the good corporate behaviour, which becomes a distinguishing feature of companies with a high degree of goodwill.

Key words

Intangible assets, business ethics, image, goodwill, decency, corporate behaviour

Kontakty na autora

Doc. PhDr. Ivo Rolný, Ph.D., PEF Mendelovy univerzity v Brně, Ústav managementu, Zemědělská 1, 613 00 Brno, rolny@mendelu.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Měření konkurenceschopnosti a jejích projevů



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Postavení kraje Vysočina z pohledu rozvojového potenciálu lidských zdrojů

Dufek Jaroslav

Minařík Bohumil

Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií
Mendelu v Brně, Vysoká škola polytechnická v Jihlavě

Abstrakt

Základním cílem příspěvku je kvantifikovat rozvojový potenciál lidských zdrojů v krajích České republiky na základě dat vztahujících se k roku 2008. Za dílčí cíle lze považovat hodnocení úrovně a variability vybraných indikátorů, posouzení disparity a následné členění krajů ČR z hlediska úrovně indikátorů, stanovení pořadí krajů podle jednotlivých deskriptorů a vyvození celkového pořadí rozvojového potenciálu lidských zdrojů v krajích ČR. Příspěvek je koncipován z ohledem na to, zjistit, jaké je z tohoto pohledu postavení kraje Vysočina, jako sídla vysoké školy, která je pořadatelem této konference.

Klíčová slova

Lidský kapitál, rozvojový potenciál, kraj Vysočina, Česká republika

Úvod

Jednou z významných priorit v rámci Evropské unie a tedy i naší České republiky je regionální rozvoj, přičemž velmi důležitou úlohu v procesu rozvoje regionů lze přisoudit lidskému faktoru. Podpora rozvoje lidských zdrojů se stala součástí podpory podnikání a jako taková je dotována z evropských fondů. Regionální rozvoj je jednou ze základních podmínek úspěšného hospodářského a sociálního rozvoje společnosti.

V oblasti lidských zdrojů jsou zpracovávány operační programy zaměřené na strategické řízení, na zkvalitnění aktivní politiky na trhu práce směřující



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

ke snižování nezaměstnanosti a začleňování hendikepovaných obyvatel do pracovního procesu. V tomto směru je kladen značný důraz na vysokou efektivitu vzdělávacího procesu.

Systematickou péčí o zvyšování kvalifikace lidských zdrojů lze dojít k tzv. **lidskému kapitálu**, který představuje znalostí a dovedností, kterými člověk disponuje a které vnáší do produkčního procesu. Trh práce potvrzuje důležitost trvalého profesního vzdělávání pro konkurenceschopnost, a to nejen jednotlivců a podnikatelských subjektů, ale i pro ekonomický rozvoj regionů a České republiky jako celku. Lidský kapitál představuje tedy nepostradatelný zdroj ekonomického růstu a sociální úrovně v regionech.

Základní východiska

Základním cílem je kvantifikace rozvojového potenciálu lidských zdrojů v krajích České republiky na základě dat vztahujících se k roku 2008. Za dílčí cíle lze považovat hodnocení úrovně a variability vybraných indikátorů, posouzení disparity a následné členění krajů ČR z hlediska úrovně indikátorů, stanovení pořadí krajů podle jednotlivých deskriptorů a vyvození celkového pořadí rozvojového potenciálu lidských zdrojů v krajích ČR.

Jako základní a výchozí deskriptor je při analýze a hodnocení zvažována demografická situace v jednotlivých krajích zahrnující stav, strukturu a pohyb obyvatelstva. Dalšími deskriptory jsou ekonomická úroveň a zaměstnanost, životní a sociální úroveň, vzdělanost, zdravotní stav obyvatel a kriminalita.

Výchozí číselný materiál byl získán z webových stránek Českého statistického úřadu. Problémem při hodnocení regionálního rozvoje je určení vhodných indikátorů a to jak z hlediska rozsahu, tak i z hlediska obsahu. Výběr indikátorů byl proveden s ohledem na deskriptory, které jsou schopny popsat regionální rozvojový potenciál lidských zdrojů.

Z celkového velkého počtu relevantních ukazatelů bylo vybráno 26 ukazatelů a použito jako indikátory zařazené v rámci čtyř souhrnnějších deskriptorů:

1 – **Demografická situace:** hustota obyvatel (osoby/km²), podíl venkovského obyvatelstva (%), věková skupina 15–64 let (%), index stárí (%), střední délka života mužů (roky), střední délka života žen (roky), živě narození na 1000 obyvatel (‰), zemřelí na 1000 obyvatel (‰), migrační přírůstek na 1000 obyvatel (‰),



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2 – **Ekonomická úroveň a zaměstnanost:** registrované subjekty na 1000 obyvatel (‰), zaměstnaní celkem na 1000 obyvatel (osoby), míra ekonomické aktivity celkem (%), uchazeči o zaměstnání na 1000 obyvatel (osoby), volná pracovní místa na 1 uchazeče o zaměstnání (místa), míra registrované nezaměstnanosti (%),

3 – **Životní a sociální úroveň:** HDP na 1 obyvatele (Kč), ČDD na 1 obyvatele (Kč), průměrná hrubá měsíční mzda (Kč), příjemci důchodů celkem na 1000 obyvatel (osoby), průměrný měsíční důchod celkem (Kč), počet míst sociální péče na 1000 obyvatel (místa),

4 – **Vzdělání, zdravotní stav a kriminalita:** počet studentů denního studia středních škol na 1000 obyvatel (osoby), počet studentů vysokých škol na 1000 obyvatel podle trvalého bydliště (osoby), počet obyvatel na 1 lékaře (osoby), průměrná pracovní neschopnost (%), spáchané trestní činy na 1000 obyvatel (počet).

Při zpracování dat byly využity statistické metody podle účelu a dílčích cílů zkoumání. Ze základních metod to jsou charakteristiky úrovně a variability a pro kvantifikaci závislostí ukazatele korelace a regrese. Při členění krajů do homogennějších skupin z hlediska více indikátorů je uplatněna shluková analýza, přičemž hodnoty indikátorů byly převedeny na jejich normované hodnoty. Úroveň rozvojového potenciálu krajů a jejich pořadí je vyjádřena prostřednictvím indexů rozvojového potenciálu (I_j^{RP}). Na základě faktorové analýzy byl k tomu účelu proveden zúžený výběr indikátorů.

$$I_j^{RP} = \frac{\sum_{i=1}^n b_{ij} w_i}{\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^n b_{ij} w_i},$$

b_{ij} bodová hodnota i -tého indikátoru v j -tém kraji,
 w_i váha i -tého indikátoru,
 $b_{ij} w_i$... bodové skóre i -tého indikátoru v j -tém kraji,
 n počet indikátorů,
 k počet krajů.

Bodová hodnota b_{ij} je rovna $b_{ij} = \frac{|x_{ij} - x_{\min}^i|}{|x_{\max}^i - x_{\min}^i|}$ při pozitivní působnosti

$$b_{ij} = \frac{|x_{\max} - x_{ij}|}{|x_{\max} - x_{\min}|} \quad \text{při negativní působnosti.}$$

Vyšší hodnoty indexu než 1 vypovídají o nadprůměrném potenciálu kraje, přičemž platí, že čím vyšší je hodnota indexu, tím větší je úroveň rozvojového potenciálu kraje. Opačně, při nižší hodnotě indexu než 1 jde o podprůměrný potenciál kraje, při klesající hodnotě indexu se snižuje i rozvojový potenciál hodnoceného kraje.

Demografická situace

Pro účely analýzy je vhodné vybrat co nejnižší počet indikátorů, které by demografickou situaci v krajích České republiky postihly. Ze všech uvedených dat bylo proto vybráno 9 ukazatelů (jsou uvedeny v předchozím textu), které v úloze indikátorů demografické situace tuto situaci ve svém souhrnu dostatečně charakterizují a přitom informace nedublují. Indikátory jsou vyjádřené v relativní formě, aby byly mezikrajově srovnatelné.

Tab. 1: Charakteristiky úrovně a variability indikátorů demografické situace

Indikátor	Měrné jednotky	Aritmetický průměr	Směrodatná odchylka	Variační koeficient
Hustota obyvatel	osoby/km ²	292,25	632,87	2,17
Podíl venkovského obyvatelstva	%	30,41	12,61	0,41
Věková skupina 15–64 let	%	70,94	0,58	0,01
Index stáří	%	104,53	10,45	0,10
Střední délka života mužů	roky	73,81	1,08	0,01
Střední délka života žen	roky	79,99	0,69	0,01
Živě narození na 1000 obyvatel	‰	11,41	0,52	0,05
Zemřelí na 1000 obyvatel	‰	10,03	0,27	0,03
Migrační přírůstek na 1000 obyv.	‰	5,75	6,55	1,14

Rozvojový potenciál a pořadí krajů z hlediska demografické situace

Pro stanovení rozvojového potenciálu krajů byl na základě faktorové analýzy zúžen výběr indikátorů, byl tedy zvolen jejich počet, aby nedocházelo k duplicitě informací, přičemž jejich konkrétní výběr byl uskutečněn podle faktorových zátěží. Vytvořeny byly 4 faktory a v nich zařazeny následující indikátory:

- stárnutí populace: *index stáří (%)*,
- věková struktura: *podíl 15–64letých (%)*,
- porodnost: *živě narození na 1000 obyvatel (‰)*,
- úmrtnost: *zemřelí na 1000 obyvatel (‰)*.

Pořadí krajů vychází z hodnot 4 vybraných hlavních indikátorů, přičemž je přihlíženo k jejich důležitosti (váze) a směru působnosti. Váhy indikátorů jsou stanoveny expertně, přičemž jejich průměr je roven 1. Směr působnosti je určen tak, že pokud zvýšení hodnot je posuzováno příznivě, jde o pozitivní působnost a naopak, pokud zvyšování hodnot je nepříznivé, hodnotí se působnost jako negativní.

Indikátor	Váha	Směr působnosti
Index stáří (%)	1,5	negativní
Podíl 15–64letých (%)	0,8	pozitivní
Živě narození na 1000 obyvatel (‰)	1,2	pozitivní
Zemřelí na 1000 obyvatel (‰)	0,5	negativní

V daném případě je počítán na základě tzv. bodové metody, která vychází z rozdílů výchozích hodnot daného indikátoru a jeho minimální či maximální hodnoty, přičemž se přihlíží k váze a směru působnosti indikátoru.

Postup výpočtu indexů rozvojového potenciálu je popsán v metodice. Součinem bodových hodnot s vahami indikátorů se dostanou dílčí skóre indikátorů v jednotlivých krajích a jejich součtem v rámci každého kraje celkové skóre. Indexy rozvojového potenciálu jsou pak dány podílem celkových skóre krajů k průměrnému celkovému skóre všech krajů. Je-li jeho hodnota rovna 1, svědčí to o průměrné úrovni rozvojového potenciálu

regionu. Jeho vyšší hodnota odpovídá i vyšší úrovni rozvojového potenciálu a naopak, čím je jeho hodnota nižší, tím je menší i regionální rozvojový potenciál. Z indexů rozvojového potenciálu je poté stanoveno pořadí krajů podle demografické situace.

Tab. 2: Celková bodové skóre, indexy rozvojového potenciálu a pořadí krajů podle indikátorů demografické situace v roce 2008

Kraj		Celkové bodové skóre $\sum b_{ij} w_i$	Index rozvojového potenciálu	Pořadí krajů
1	Hlavní město Praha	1,7674	0,8689	8
2	Středočeský	2,9686	1,4594	3
3	Jihočeský	1,9839	0,9753	5
4	Plzeňský	1,6931	0,8324	10
5	Karlovarský	2,9204	1,4357	4
6	Ústecký	2,9954	1,4726	2
7	Liberecký	3,0138	1,4816	1
8	Královéhradecký	1,4351	0,7055	13
9	Pardubický	1,7449	0,8578	9
10	Vysočina	1,7493	0,8600	7
11	Jihomoravský	1,7970	0,8834	6
12	Olomoucký	1,6824	0,8271	11
13	Zlínský	1,0707	0,5264	14
14	Moravskoslezský	1,6553	0,8138	12

Kraj Vysočina se umístil v rámci ČR na 7. místě, ve skutečnosti v rámci skupiny krajů na 6. až 8. místě (Pardubický, Vysočina, Hlavní město Praha), které vykazují jen minimální rozdíly.

Ekonomická úroveň a zaměstnanost

Při hodnocení lidských zdrojů zaujímá významné místo ekonomická úroveň a zaměstnanost. Dobře fungující ekonomika se projevuje vysokou aktivní činností obyvatel, tedy vedle vysokého stupně podnikání i vysokou

zaměstnaností. Znamená to, že půjde rovněž o co možná nejnižší nezaměstnanost, která je doprovodným jevem tržní ekonomiky.

Pro analýzu ekonomické úrovně a zaměstnanosti bylo vybráno 6 ukazatelů, které bezprostředně souvisejí s lidskými zdroji. Absolutně vyjádřené ukazatele jsou v zájmu mezikrajové srovnatelnosti převedeny na ukazatele relativní, které slouží jako indikátory.

Tab. 3: Charakteristiky úrovně a variability indikátorů u souboru krajů ČR

Indikátor	Měrné jednotky	Aritmetický průměr	Směrodatná odchylka	Variační koeficient
Počet registr. subjektů na 1000 obyv.	‰	239,23	46,37	0,19
Zaměstnaní celkem na 1000 obyv.	‰	481,15	26,18	0,05
Míra ekonomické aktivity	%	58,47	1,52	0,03
Poč. uchazečů o zaměst. na 1000 obyv.	‰	34,34	9,93	0,29
Volná pracovní místa na 1 uchazeče	počet	0,30	0,34	1,14
Míra registrované nezaměstnanosti	%	6,19	1,96	0,32

Rozvojový potenciál a pořadí krajů z hlediska ekonomické úrovně a zaměstnanosti

Pro zúžený výběr indikátorů byla uplatněna faktorová analýza, na jejímž základě byly vytvořeny 3 faktory a z každého z nich poté vybrán indikátor, který faktor nejvhodněji reprezentuje. Konkrétní výběr byl proveden podle velikosti faktorových zátěží, přičemž vybrány byly indikátory s nejvyšší zátěží.

- nezaměstnanost: *míra registrované nezaměstnanosti (%)*
- zaměstnanost: *zaměstnaní celkem na 1000 obyvatel (osoby)*
- ekonomická úroveň: *míra ekonomické aktivity (%)*

Jejich váhu a směr působení uvádí následující schéma:

Indikátor	Váha	Směr působnosti
Míra registrované nezaměstnanosti (%)	1,3	negativní
Zaměstnaní celkem na 1000 obyvatel (osoby)	0,8	pozitivní
Míra ekonomické aktivity (%)	0,9	pozitivní

Ke stanovení rozvojového potenciálu krajů a jejich pořadí byla zvolena bodová metoda. U jednotlivých krajů bylo vypočteno celkové bodové skóre, z něj vyvozen index rozvojového potenciálu a poté pořadí krajů.

Tab. 4: Celková bodové skóre, indexy rozvojového potenciálu a pořadí krajů podle indikátorů ekonomické úrovně a zaměstnanosti v roce 2008

Kraj		Celkové bodové skóre $\sum b_{ij} w_i$	Index rozvojového potenciálu	Pořadí krajů
1	Hlavní město Praha	2,8547	2,1707	1
2	Středočeský	1,8469	1,4044	3
3	Jihočeský	1,8151	1,3802	4
4	Plzeňský	1,8499	1,4067	2
5	Karlovarský	1,5032	1,1430	6
6	Ústecký	0,1286	0,0978	14
7	Liberecký	0,6268	0,4766	12
8	Královéhradecký	1,4604	1,1105	7
9	Pardubický	1,2401	0,9430	8
10	Vysočina	1,7694	1,3454	5
11	Jihomoravský	0,8335	0,6338	10
12	Olomoucký	0,7675	0,5836	11
13	Zlínský	1,2033	0,9150	9
14	Moravskoslezský	0,5118	0,3892	13

Kraj Vysočina se umístil na 5. místě, mezi Jihočeským a Karlovarským krajem.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Životní a sociální úroveň

Jako indikátory bylo vybráno 6 ukazatelů, z toho 3 charakterizující životní úroveň a rovněž 3 popisující úroveň sociální. Všechny indikátory byly vyjádřeny relativně, aby bylo možné mezikrajové srovnání.

Tab. 5: Charakteristiky úrovně a variability indikátorů u souboru krajů ČR

Indikátor	Měrné jednotky	Aritmetický průměr	Směrodatná odchylka	Variační koeficient
HDP na 1 obyvatele	Kč	327000	127176	0,39
ČDD na 1 obyvatele	Kč	177227	21072	0,12
Průměrná hrubá měsíční mzda	Kč	19161	2472	0,13
Příjemci důchodů na 1000 obyvatel	osoby	263,73	10,52	0,04
Průměrný měsíční důchod	Kč	9384	220	0,02
Počet míst soc. péče na 1000 obyv.	místa	6,62	1,54	0,23

Rozvojový potenciál a pořadí krajů podle životní a sociální úrovně

Na základě faktorové analýzy byly vytvořeny 2 faktory, jejichž kumulované procento vysvětlení variability činilo pouze 73,8 %. Proto po úpravách byl jejich počet rozšířen na 4. Z nich byly vybrány indikátory, stanoveny jejich váhy a směr působnosti, vypočtena celková bodové skóre, indexy rozvojového potenciálu a poté stanoveno pořadí krajů.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Indikátor	Váha	Směr působnosti
HDP na 1 obyvatele (Kč)	1,5	pozitivní
příjemci důchodů na 1000 obyvatel (osoby)	0,7	negativní
počet míst sociální péče na 1000 obyvatel (místa)	0,8	pozitivní
průměrný měsíční důchod (Kč)	1,0	pozitivní

Tab. 6: Celková bodové skóre, indexy rozvojového potenciálu a pořadí krajů podle indikátorů životní a sociální úrovně v roce 2008

Kraj		Celkové bodové skóre $\sum b_{ij} w_i$	Index rozvojového potenciálu	Pořadí krajů
1	Hlavní město Praha	2,1895	1,3763	3
2	Středočeský	2,3255	1,4618	2
3	Jihočeský	2,0318	1,2771	4
4	Plzeňský	1,5790	0,9925	9
5	Karlovarský	1,7308	1,0879	6
6	Ústecký	3,1204	1,9614	1
7	Liberecký	0,8206	0,5158	12
8	Královéhradecký	1,2423	0,7809	11
9	Pardubický	1,7754	1,1160	5
10	Vysočina	0,4017	0,2525	13
11	Jihomoravský	1,6694	1,0493	7
12	Olomoucký	0,2955	0,1857	14
13	Zlínský	1,5210	0,9561	10
14	Moravskoslezský	1,5894	0,9991	8

Výhodou indexu rozvojového potenciálu je nejen možnost určení pořadí, ale rovněž kvantifikace rozdílů v dosahované úrovni rozvojového potenciálu.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Z hlediska tohoto deskriptoru se kraj Vysočina umístil až na předposledním (13.) místě před posledním Olomouckým krajem.

Vzdělanost, zdravotní stav a kriminalita

Na základě faktorové analýzy bylo vybráno 5 ukazatelů.

Tab. 7: Charakteristiky úrovně a variability indikátorů u souboru krajů ČR

Indikátor	Měrné jednotky	Aritmetický průměr	Směrodatná odchylka	Variační koeficient
Studenti středních škol na 1000 obyv.	osoby	53,84	4,79	0,09
Studenti vysokých škol na 1000 obyv.	osoby	31,49	4,80	0,15
Počet obyv. na 1 lékaře	osoby	253,14	43,66	0,17
Průměrná pracovní neschopnost	%	5,41	0,51	0,09
Trestné činy na 1000 ob.	počet	29,99	12,87	0,43

Rozvojový potenciál a pořadí krajů podle vzdělanosti, zdravotního stavu a kriminality obyvatel

Na základě faktorové analýzy byl učiněn zúžený výběr indikátorů, který by zamezil duplicitě informací. Z obsahově pojmenovaných faktorů byly vybrány indikátory s nejvyšší zátěží a stanoveny jejich váhy a směr působení.

- vzdělanost: *studenti vysokých škol na 1000 obyvatel (osoby)*
- zdravotní stav: *počet obyvatel na 1 lékaře (osoby)*
- kriminalita: *trestné činy na 1000 obyvatel (počet)*



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Indikátor působnosti	Váha	Směr
studenti vysokých škol na 1000 obyvatel	1,5	pozitivní
počet obyvatel na 1 lékaře	0,8	negativní
trestné činy na 1000 obyvatel	0,7	negativní

Z výchozích hodnot tří vybraných indikátorů byly vypočteny tzv. bodové hodnoty. Z nich jsou pomocí vah vypočtena dílčí bodová skóre, poté celková bodové skóre a na jejich základě pak index rozvojového potenciálu, podle něhož lze stanovit pořadí krajů.

Tab. 8: Celková bodové skóre, indexy rozvojového potenciálu a pořadí krajů podle vzdělanosti, zdravotního stavu a kriminality v roce 2008

Kraj		Celkové bodové skóre $\sum b_{ij} w_i$	Index rozvojového potenciálu	Pořadí krajů
1	Hlavní město Praha	2,3000	1,4957	1
2	Středočeský	0,8358	0,5435	12
3	Jihočeský	1,7306	1,1254	6
4	Plzeňský	1,3593	0,8840	10
5	Karlovarský	0,7978	0,5188	14
6	Ústecký	0,8083	0,5257	13
7	Liberecký	0,9728	0,6326	11
8	Královéhradecký	1,6949	1,1022	7
9	Pardubický	1,5824	1,0291	9
10	Vysočina	1,7563	1,1422	5
11	Jihomoravský	1,9455	1,2652	3
12	Olomoucký	1,9075	1,2405	4
13	Zlínský	2,1504	1,3984	2
14	Moravskoslezský	1,6863	1,0966	8

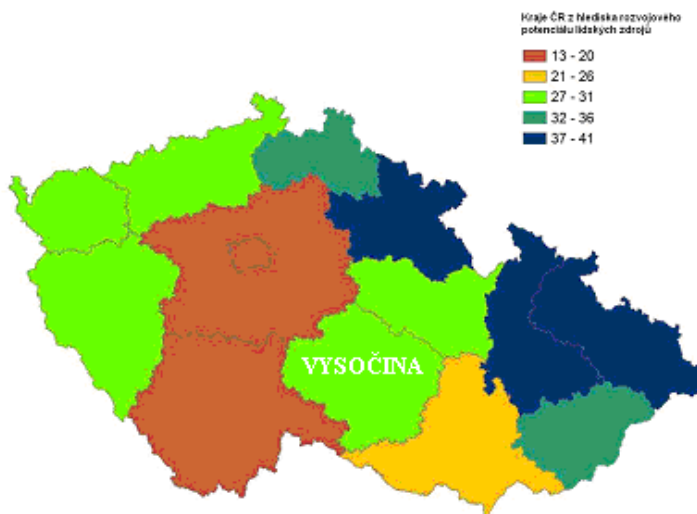
Z hlediska tohoto deskriptoru se kraj Vysočina umístil na 5. místě mezi Olomouckým a Jihočeským krajem.

Komplexní zhodnocení lidských zdrojů v krajích ČR

Celkové pořadí krajů je vyvozeno z dílčích pořadí získaných bodovou metodou, při níž je počítán index rozvojového potenciálu lidských zdrojů (viz **Tab. 9**).

Jak je zřejmé z dílčích pořadí krajů podle jednotlivých deskriptorů, projevují se u některých krajů značné rozdíly. Např. Hlavní město Praha je dvakrát na 1. místě, jedenkrát na 3. místě, avšak z hlediska demografické situace zaujímá až 8. místo. Přesně opačnou pozicí se vyznačuje Liberecký kraj, který je na 1. místě podle demografické situace, zatímco podle ostatních tří deskriptorů na místech zadních. Nejvyrovnanější dílčí pořadí vykazují kraje Jihočeský a Pardubický.

Slabinou kraje Vysočina je životní a sociální úroveň (předposlední místo mezi kraji), zatímco z hlediska zbývajících tří deskriptorů je postavení tohoto kraje poměrně dobré a vyrovnané. V celkovém pořadí se kraj Vysočina umístil na konci první poloviny společně s krajem Karlovarským a Ústeckým.



Obr. 1: Kraje ČR podle součtu pořadí stanoveného bodovou metodou podle čtyř použitých deskriptorů

Příspěvek byl zpracován v rámci řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně MSM 6215648904 „Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách integrovaného agrárního trhu“, tematického směru 5 „Sociálně ekonomické souvislosti trvale udržitelného multifunkčního zemědělství a opatření agrární a regionální politiky“ a jeho dílčího úkolu „Analýza demografického vývoje ČR, důsledky zpoždění oproti vyspělým západním zemím, projevy ve venkovském prostředí u základních demografických charakteristik obecně a podle konkrétních specifických podmínek regionů ČR“.

Tab. 9: Celkové pořadí krajů ČR podle rozvojového potenciálu lidských zdrojů v roce 2008

Kraj		Pořadí podle indikátorů				Součet pořadí	Celkové pořadí
		demografické situace	ekonomiky a zaměstnanosti	životní a sociální úrovně	vzdělanosti, zdrav.stavu, kriminality		
1	Hl. město Praha	8	1	3	1	13	1
2	Středočeský	3	3	2	12	20	3
3	Jihočeský	5	4	4	6	19	2
4	Plzeňský	10	2	9	10	31	8-9
5	Karlovarský	4	6	6	14	30	5-7
6	Ústecký	2	14	1	13	30	5-7
7	Liberecký	1	12	12	11	36	11
8	Královéhradecký	13	7	11	7	38	12
9	Pardubický	9	8	5	9	31	8-9
10	Vysočina	7	5	13	5	30	5-7
11	Jihomoravský	6	10	7	3	26	4
12	Olomoucký	11	11	14	4	40	13
13	Zlínský	14	9	10	2	35	10
14	Moravskoslezský	12	13	8	8	41	14



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] BORŮVKOVÁ, J., MINAŘÍK, B. Využití variantních metod agregace indikátorů pro komparaci krajů ČR z pohledu zvoleného kompozitního indikátoru. In Sborník příspěvků z konference *Hradecké ekonomické dny* 2010. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, Univerzita Hradec Králové, 2010, s. 38–42. ISBN 978-80-7435-041-2.
- [2] DUFEK, J., BORŮVKOVÁ, J., MINAŘÍK.: Souhrnný index regionálního rozvoje. In *Konkurence – teoretické a praktické aspekty*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2010, s. 84–89. ISBN 978-80-87035-30-6.
- [3] DUFEK, J., MINAŘÍK, B.: Disparita krajů České republiky podle indikátorů rozvojového potenciálu. *Acta Universitatis agriculturae et silviculturae Mendeliana Brunensis : Acta of Mendel University of agriculture and forestry Brno = Acta Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně*. 2010. sv. LVIII, č. 3, s. 29–40. ISSN 1211-8516.
- [4] DUFEK, J., MINAŘÍK, B.: *Hodnocení rozvojového potenciálu krajů České republiky z hlediska lidských zdrojů*. 1. vyd. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2010, 142 s. ISBN 978-80-7375-424-2.
- [5] DUFEK, J., MINAŘÍK, B.: Lidské zdroje jako významný faktor rozvojového potenciálu krajů České republiky. [CD-ROM]. In *Reprodukce lidského kapitálu*, s. 1–7. ISBN 978-80-245-1697-4.
- [6] DUFEK, J., MINAŘÍK, B.: Životní a sociální úroveň obyvatel v krajích České republiky. [CD-ROM]. In Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference *Region v rozvoji společnosti* 2010, s. 47–55. ISBN 978-80-7375-435-8.
- [7] DUFEK, J., MINAŘÍK, B., BORŮVKOVÁ, J.: Disparita a hodnocení krajů České republiky podle indikátorů demografického vývoje. *Demografie: revue pro výzkum populačního vývoje*. 2010, sv. 52, č. 4, s. 254. ISSN 0011-8265
- [8] MINAŘÍK, B., BORŮVKOVÁ, J., DUFEK, J.: Regiony ČR a některé aspekty rozvoje lidského kapitálu. [CD-ROM]. In Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference *Region v rozvoji společnosti* 2010, s. 142–149. ISBN 978-80-7375-435-8.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

The Vysočina Region Status in Terms of Human Resources Development Potential

Abstract

The essential goal of the paper is to quantify human resources development potential in the regions of the Czech Republic on the grounds of information related to 2008. Further partial goals are evaluation of the level and variability of chosen indicators, judging disparity and consequent division of the regions of the CR in terms of the level of indicators, putting the regions in order according to individual descriptors, and deducing the total order of human resources development potential in the regions of the CR. The paper is designed with regards to finding out the status of the Vysočina Region in this respect because the college which organizes this conference resides there.

Key words

Human capital, development potential, the Vysočina Region, the Czech Republic

Kontaktní údaje na autory

Prof. Ing. Jaroslav Dufek, DrSc., FRRMS MENDELU v Brně,
dufek@node.mendelu.cz

Prof. Ing. Bohumil Minařík, CSc., FRRMS MENDELU v Brně a VŠP
v Jihlavě, minarik@mendelu.cz, minarik@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Krise jako příležitost i hrozba

Měrtlová Libuše

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

Příspěvek se zabývá vývojem ekonomické krize ve světě a v ČR a charakterizuje její dopady do prostředí firem a důsledky nepříznivých změn na podnikatelské subjekty a domácnosti v ČR a na Vysočině.

Klíčová slova

Průmysl, nezaměstnanost, oživení

Úvod

Při hodnocení makroekonomických ukazatelů 1. poloviny desátých let jedenadvacátého století je zřejmé, že téměř všechna odvětví české ekonomiky se rychle rozvíjejí, hospodářský růst dosahuje nebývalých temp a společnost zvyšuje ekonomickou úroveň svých obyvatel. Tato situace je ale neočekávaně zasažena finanční krizí, která nejprve postihla finanční sektor USA a odtud se začala šířit přes finanční trhy dále do Evropy, Asie a dalších oblastí globálně propojeného světa, kde přerostla v krizi ekonomickou. Také v České republice se od 4. čtvrtletí roku 2008 začínají projevovat známky globální ekonomické krize, nejprve v odvětvích průmyslu, zejména zpracovatelského a v zemědělství, následně i v odvětví stavebnictví v důsledku snížených investic, posléze do sektoru vládního a finančního.

U domácností se krize projevila zejména odložením nákupu předmětů charakteru dlouhodobé spotřeby a snížením rodinných úspor.

Materiál a metody

Dopady ekonomické krize lze vysledovat na mnoha ukazatelích, které charakterizují ekonomiku firem, jako ziskovost, likviditu, stabilitu a schopnost přežít. V průběhu posledních let bylo pro firmy obtížné umísťovat své výrobky a služby na trhu ať už mezinárodním, tak domácím. Poptávka

razantně poklesla, snížila se likvidita a solventnost firem a management musel řešit, jakou v tomto obtížném období volit strategii, která umožní firmě přežít. Řada firem nedokázala existujícím hrozbám čelit, nedokázala najít způsoby, jak efektivně reagovat zvýšením konkurenceschopnosti svých výrobků a musela svou činnost ukončit, zaměstnance propustit a majetek rozprodat. Krize pročistila trh o firmy, které nedokázaly zmobilizovat svou vnitřní sílu, nedokázaly aktivizovat loajalitu a pracovní nasazení svých zaměstnanců a dostaly se do situace, ze které už nebylo úniku. Týkalo se to řady firem z oblasti sklářství, textilního průmyslu, strojírenství, zpracovatelského průmyslu a zemědělství. Firmy, které ale dokázaly svůj potenciál aktivizovat, provedly nutná opatření k zeštíhlení výroby, snížení pracovních nákladů, zavedení nových strategií ale dokázaly přežít, udržet si odběratele, dokonce i produkovat zisk. Faktem je, že to mnohdy bylo za cenu utlumení investiční činnosti, zrušení neefektivních provozů a výrob a dopadů do manažerské a organizační činnosti firem.

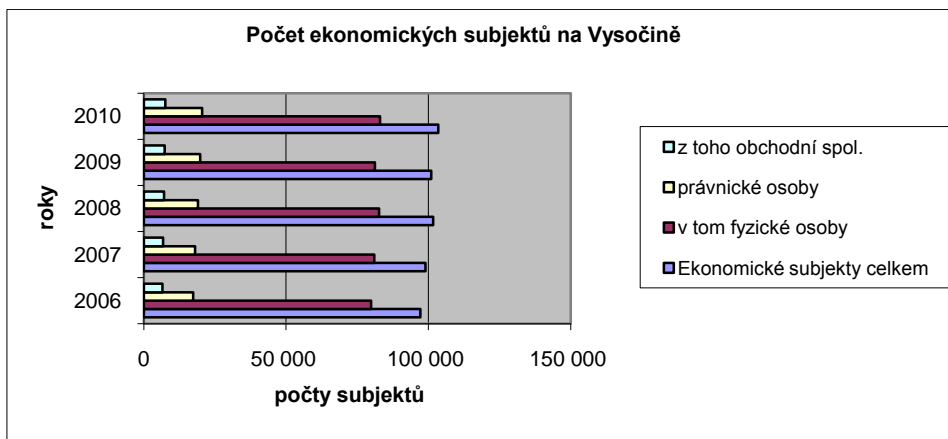
Pokud budeme chtít popsat s odstupem času všechny důsledky, ke kterým došlo, budeme se muset zabývat otázkou, kolik firem v odvětví skončilo svou činností, jaké byly propady tržeb, o kolik se zvýšila nezaměstnanost, jaké příležitosti trh práce nabízel a jaké dopady tato situace měla do sektoru vládního a domácností.

Materiál pro provedení zmíněného vyhodnocení bude čerpán ze zdrojů ČSÚ, regionálních pracovišť statistického úřadu a MPSV. K provedení sledování bude použita metoda komparace na úrovni celorepublikové a regionální s posouzením různého dopadu zejména v krajích NUTS II Jihovýchod.

2.1 Posouzení vývoje počtu firem a podnikatelských subjektů ve sledovaném období let 2005 – 2009

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

OBR.1 Počet ekonomických subjektů na Vysočině v letech 2006 – 2010. Zdroj: www.czso.cz



TAB. 1 Vývoj počtu ekonomických subjektů v kraji Vysočina (stav k 31.12.) – údaje v územní struktuře daného roku. Zdroj: www.czso.cz

	2006	2007	2008	2009	2010	Rozdíl 2010 - 2006	Index 2010/2006
Ekonomické subjekty celkem	97 157	98 957	101 703	100 954	103 510	6 353	106,5
v tom fyzické osoby	79 838	80 946	82 718	81 185	82 992	3 154	104,0
z toho živnostníci	67 073	68 479	70 136	73 236	75 078	8 005	111,9
právnícké osoby	17 319	18 011	18 985	19 769	20 518	3 199	118,5
z toho obchodní spol.	6 577	6 828	7 127	7 378	7 621	1 044	115,9
z toho: s.r.o.	5 869	6 115	6 415	6 678	6 908	1 039	117,7
a.s.	441	449	452	442	454	13	102,9
zahraniční osoba	1 494	1 653	2 055	2 391	2 618	1 124	175,2
z toho s počtem zaměstnanců							
1 - 9 zaměstnanců	8 665	8 735	8 754	8 531	8 451	-214	97,5
10 - 49 zaměstnanců	2 038	2 076	2 060	1 981	1 913	-125	93,9
50 - 249 zaměstnanců	647	646	641	609	592	-55	91,5
nad 250 zaměstnanců	85	84	84	79	85	0	100,0
z toho s převažující činností: ¹⁾							
zem., les., rybolov	10 695	10 812	10 935	7 583	7 857	-2 838	73,5
průmysl	15 065	15 266	15 235	15 443	15 741	676	104,5
stavebnictví	11 600	12 059	12 688	13 377	13 785	2 185	118,8
obchod, ubyt. a strav.	27 709	28 127	27 616	27 624	27 738	29	100,1

¹⁾ v roce 2009 ukončena evidence právní formy 103 Samostatně hospodařící rolník (cca 65 tis. subjektů v ČR)

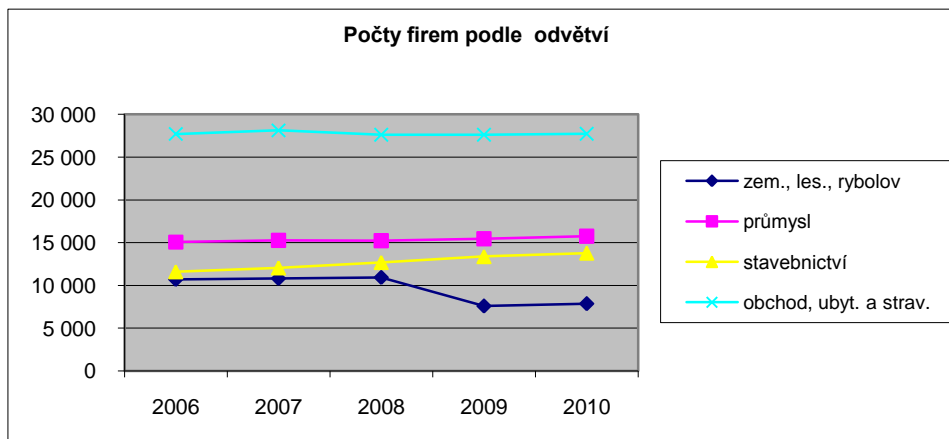
¹⁾ od roku 2008 podle klasifikace CZ -NACE

Počet ekonomických subjektů na Vysočině v prvním desetiletí 3. tisíciletí s výjimkou roku 2009 roste. Celkem je v kraji registrováno k 31.12.2010

103 510 firem, ve srovnání s rokem 2006 je to nárůst o 6 353 firem. Počet firem od roku 2006 dynamicky narůstá, pokles nastal pouze v roce 2009, kdy se celkový počet firem snížil o 251. Pokles se projevil zejména u a.s. o 12 společností a u fyzických osob, kdy došlo ke zrušení registrace o 1 533 firem. U ostatních právních forem podnikání přetrvává růst i v roce 2008 a 2009.

V roce 2010 byl trend nárůstu počtu firem opět obnoven a dochází meziročně k celkovému zvýšení registrovaných podnikatelských subjektů o 2556. Podle odvětví můžeme konstatovat, že pokles registrovaných podnikatelských subjektů se nejvíce projevil v sektoru zemědělství, lesnictví a rybolov, kde index srovnání roků 2010/2006 je na 73,5 % a pokles je trvalý. U obchodu, ubytování a stravování se projevil pokles v roce 2008 o 511 registrovaných subjektů, v následujících 2 letech však počet registrovaných subjektů stoupá, takže v roce 2010 přesahuje úroveň roku 2006. U stavebnictví se pokles registrovaných subjektů neprojevil, je možno říci, že firmy nepříznivé období přestály, očekává se pokles až v následujících letech v souvislosti s útlumem státních zakázek a akcí spojených s výpadkem dotací na zelenou energii, kde pro nedostatek financí státního rozpočtu bude snížen objem dotací domácnostem na zateplování domů a bytů.

OBR.2 Vývoj počtu firem podle odvětví v letech 2006 – 2010. Zdroj: www.czso.cz



TAB. 2 Počet ekonomických subjektů podle sektorů. Zdroj: www.czso.cz

	2006	2007	2008	2009	2010	Rozdíl 2010 - 2006	Index 2010/2006
zem., les., rybolov	10 695	10 812	10 935	7 583	7 857	-2 838	73,5
průmysl	15 065	15 266	15 235	15 443	15 741	676	104,5
stavebnictví	11 600	12 059	12 688	13 377	13 785	2 185	118,8
obchod, ubyt. a strav.	27 709	28 127	27 616	27 624	27 738	29	100,1

Z pohledu ekonomiky kraje Vysočina má nejvýznamnější místo zpracovatelský průmysl, přestože v letech 2008 – 2009 má klesající tendenci, dále stavebnictví, zemědělství a obchod, ubytování a stravování. Podle studie Českého statistického úřadu se produktivita práce v kraji Vysočina měřená ukazatelem HDP/ zaměstnaného pracovníka zvýšila od roku 2000 o polovinu. Pro průmysl je zlomový rok 2008 – 4. čtvrtletí a potom zejména rok 2009. Ve stavebnictví tržby ze stavební výroby po celé období velice pozvolna rostly, stejně rostl i objem očekávaných nových staveb, na které bylo vydáno stavební povolení. Tržby ze zemědělské výroby klesaly a klesal i počet firem v tomto odvětví.

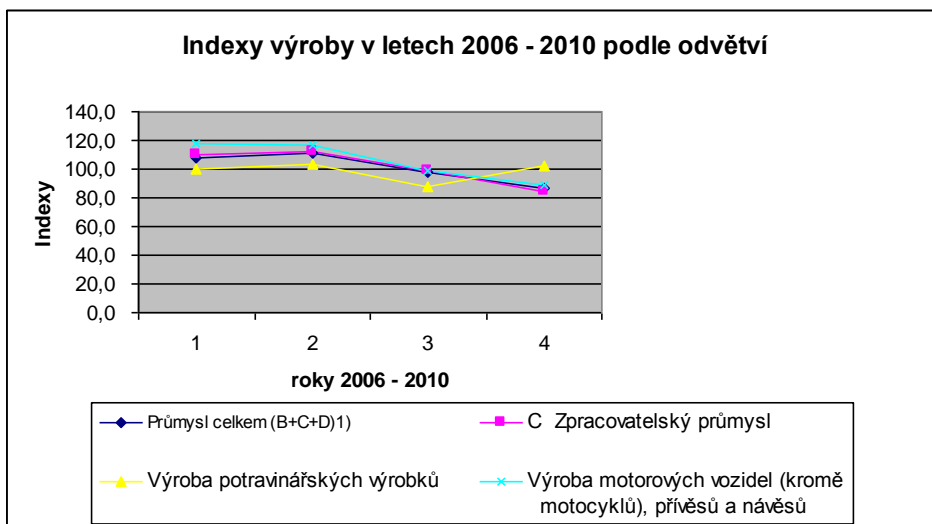
2.2 Vývoj výroby ve zpracovatelském průmyslu v regionu Vysočina v letech 2006 – 2010

Pro ilustraci dopadů krize na nejdůležitější odvětví v kraji Vysočina je zařazena tabulka a následující graf dokumentující vývoj v průmyslu a to zejména ve zpracovatelském průmyslu. U průmyslu celkem dochází k propadu výroby v roce 2009 o 13,6 %, u zpracovatelského průmyslu o 15,3 % a u výroby motorových vozidel o 10,9 %. Zasažena byla i odvětví výroba strojů jinde neuvedených, téměř o 30 %, výroba základních kovů o 27,5 %, výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků o 25 %. Pokles je i u odvětví výroby oděvů, textilií a usní. Nárůst výroby je pouze u potravinářských výrobků na 102,4 %, i když i tady se projevují dopady krize zejména v útlumu výroby nápojů.

TAB.3 Vývoj výroby v letech 2006 – 2010 podle odvětví zpracovatelského průmyslu. Zdroj: www.czso.cz

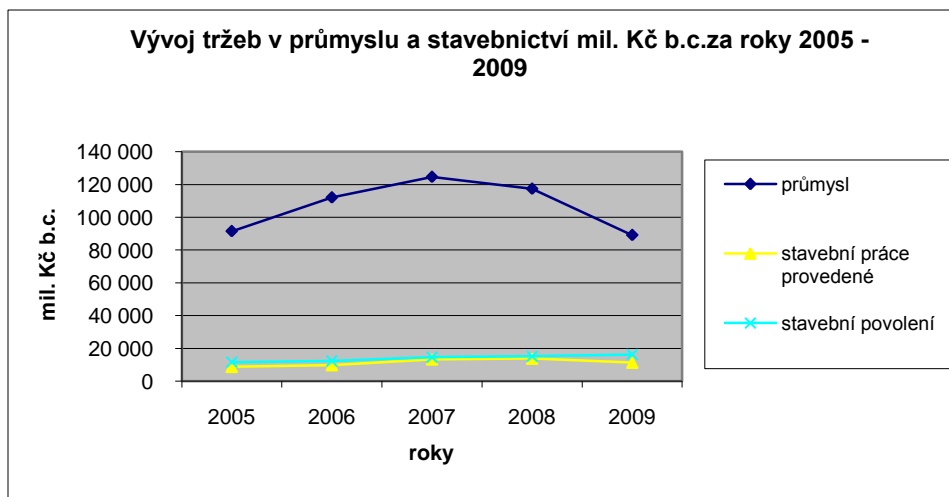
Roky	2006	2007	2008	2009
Průmysl celkem (B+C+D) ¹⁾	108,3	110,6	98,2	86,4
C Zpracovatelský průmysl	109,5	112,4	98,5	84,7
Výroba potravinářských výrobků	100,3	103,7	88,2	102,4
Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), přívěsů a návěsů	118,2	116,7	99,1	89,1
Výroba usní a souvisejících výrobků	103,4	105,6	89,6	74,1
Výroba základních kovů, hutní zpracování kovů; slévárnictví	108,0	90,1	104,5	72,5
Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků, kromě strojů a zařízení	107,0	122,7	89,4	75,4
Výroba strojů a zařízení j. n.	120,0	115,7	106,5	71,7

OBR. 3 Vývoj výroby v letech 2006 – 2010 podle odvětví zpracovatelského průmyslu. Zdroj: www.czso.cz



2.3 Vývoj tržeb v průmyslu a stavebnictví v regionu Vysočina v letech 2005 – 2009

OBR. 4 Vývoj tržeb v průmyslu a stavebnictví v letech 2005 – 2009 v kraji Vysočina. Zdroj: www.czso.cz



Tržby v průmyslu se v roce 2009 snížily v porovnání s rokem 2006 o 20,44 %, tržby ve stavebnictví naopak vzrostly ve sledovaném roce 2009 o 15,08 %, podle počtu vydaných povolení by se měl očekávat nárůst i v roce 2010 (zhruba o 32,2 v porovnání s rokem 2006). Ve zpracovatelském průmyslu pokles tržeb kopíruje pokles výroby.

2.4 Makroekonomické ukazatele kraje Vysočina v porovnání s Jihomoravským krajem

Hrubý domácí produkt na Vysočině rostl v 1. desetiletí až do roku 2007, k poklesu došlo ve 3. čtvrtletí roku 2008. Pokles HDP pokračoval i v roce 2009 a byl hlubší v porovnání s celorepublikovou úrovní, zejména díky zpracovatelskému průmyslu a zemědělství. V přepočtu na obyvatele je úroveň HDP zhruba na 84 % ČR. V porovnání s Jihomoravským krajem – druhým krajem v rámci NUTS II Jihovýchod, je vidět nižší úroveň makroekonomických ukazatelů regionu jak v oblasti HDP, HDP na obyvatele i úrovně HDP v poměru k ČR i EU. Zatímco v Jihomoravském kraji je v roce 2008 pokračující růst makroekonomických ukazatelů, v kraji Vysočina je rok 2008 prvním rokem poklesu, ke kterému došlo v důsledku hospodářské krize zejména ve zpracovatelském průmyslu. V roce 2009 byl HDP v běžných

cenách v kraji Vysočina ve výši 270 743 Kč na obyvatele a v porovnání s rokem 2008 došlo k poklesu o 25 000 Kč.

TAB.4 Porovnání makroekonomických ukazatelů krajů NUTS II Jihovýchod.

Zdroj: [1]

Kraj Vysočina				
Ukazatel	2005	2006	2007	2008
HDP v běžných cenách (mil. Kč)	126025	135150	147958	152148
Podíl HDP v běžných cenách v ČR (% , ČR = 100)	4,2	4,2	4,2	4,1
Počet obyvatel	510767	511 645	513 677	515 411
HDP na obyvatele (Kč)	247109	264423	288667	295785
Podíl HDP na obyvatele v ČR (% , ČR = 100)	84,8	84,2	84,3	83,6
Podíl HDP na obyv. v EU 27 (% , EU 27 =100)	64,3	65,5	67,7	66,9
Vývoj HDP na obyvatele (% , 2005 = 100)	100	107	116,8	119,7
Vývoj HDP na obyvatele (% , předch.rok = 100)	106,9	106,6	105,3	102,9
Kraj Jihomoravský				
Ukazatel	2005	2006	2007	2008
HDP v běžných cenách	299839	325128	357402	373500
Podíl HDP v běžných cenách v ČR (% , ČR = 100)	10	10,1	10,1	10,1
Počet obyvatel	1130358	1132563	1140534	1 147 146
HDP na obyvatele (Kč)	265278	287472	314774	326596
Podíl HDP na obyvatele v ČR (% , ČR = 100)	91	91,6	91,9	92,3
Podíl HDP na obyv.v EU 27 (% , EU 27 =100)	67	71,2	73,8	73,9
Vývoj HDP na obyvatele (% , 2005 = 100)	100	108,4	118,7	123,1
Vývoj HDP na obyvatele (% , předch.rok = 100)	105,8	108,1	106,4	102

2.5 Nezaměstnanost a příležitosti trhu práce

Hrubý domácí produkt na Vysočině v letech 2002 až 2004 stagnoval, od roku 2005 a 2006 dynamicky roste. Roste i počet pracovních míst a klesá nezaměstnanost. K poklesu HDP došlo na Vysočině už v závěru roku 2008, v roce 2009 pokles pokračoval. Nezaměstnanost začala narůstat v kraji Vysočina v roce 2008 a zejména v roce 2009, kdy překročila hranici 10 %, došlo k poklesu volných pracovních míst a k prudkému nárůstu počtu osob na volné pracovní místo. Nezaměstnanost začala zasahovat i osoby s vyšším stupněm vzdělání a nevyhnula se ani vysokoškolsky vzdělaným lidem. Podobná, v roce 2010 ještě horší situace byla i v rámci Jihomoravského kraje. Vlivem likvidace neefektivních firem a propouštěním



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

pracovníků ve snaze o zeštíhlení výroby se nezaměstnanost v obou krajích vyšplhala vysoko nad celorepublikový průměr.

TAB.5 Vývoj ukazatelů trhu práce v letech 2005 – 2009. Zdroj [1]

Kraj Vysočina					
Ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009
Počet obyvatel	510767	511645	513677	515411	514992
Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	253900	253500	260400	256200	255500
Nezaměstnanost v %	8,23	7,1	5,63	6,27	10,25
Volná pracovní místa k 31.12.	1913	4071	5764	2414	762
Počet uchazečů na volné pracovní místo	11,92	4,93	2,81	7,4	37,49
Neumístění uchazeči k 31.12.	22 814	20 060	16 202	17 874	28 566
Kraj Jihomoravský					
Ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009
Počet obyvatel	1130358	1132563	1140534	1147146	1151708
Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	559100	560300	562600	561700	568600
Nezaměstnanost v %	10,21	8,82	6,92	6,83	11
Volná pracovní místa k 31.12.	5834	7990	13725	8253	3040
Počet uchazečů na volné pracovní místo	10,91	6,91	3,22	5,22	21,69
Neumístění uchazeči k 31.12.	63 692	55 230	44 239	43 063	65 944
ČR celkem					
Ukazatel	2005	2006	2007	2008	2009
Počet obyvatel	10234091	10266646	10322689	10429692	10491492
Ekonomicky aktivní obyvatelstvo	5174200	5199400	5198300	5232300	5286500
Nezaměstnanost v %	7,93	7,14	5,32	4,39	6
Volná pracovní místa k 31.12.	52164	93425	141066	91189	48554
Počet uchazečů na volné pracovní místo	9,78	4,8	2,52	3,86	11,1
Neumístění uchazeči k 31.12.	510416	448545	354878	352250	539136

V roce 2010 k 31.12. byla míra nezaměstnanosti v kraji Vysočina 10,73 %, kdy kraj byl na 8. místě v nezaměstnanosti, kraj Jihomoravský vykazoval nezaměstnanost 10,87 %, byl na 10. místě, přičemž průměr ČR byl 9,57 %. V celé České republice bylo registrováno 561 551 uchazečů o zaměstnání, v kraji Vysočina to bylo 29 410 lidí. Jihomoravský kraj evidoval 69 342 uchazečů o zaměstnání. Nejhorší situace byla v krajích Ústeckém, Olomouckém a Moravskoslezském.

2.6 Domácnosti

Domácnosti hrají nezastupitelnou úlohu v ekonomice země. Jako nejmenší celky jsou součástí třetího sektoru, který do ekonomiky dodává výrobní faktory jako pracovní sílu, kapitál a další výrobní zdroje a pobírá za ně mzdy, renty a úroky. Svě důchody může spotřebovávat, tím vytváří koupěschopnou poptávku nebo naopak ukládat a spořit, čímž vytváří kapitál vhodný zejména

pro investice ve společnosti. Oživení poptávky domácností je důležitým faktorem rozvoje ekonomiky a naopak nepříznivá očekávání budoucího vývoje třeba v období krize mohou ekonomiku uvrhnout ještě do hlubšího propadu. Proto řada vlád uzákonila např. šrotovné, zrychlené odpisy a další opatření, která měla za cíl podpořit domácí poptávku a nastartovat růst ekonomiky. V průběhu krize docházelo k reálnému snížení příjmů domácností a tím tyto subjekty byly nuceny odkládat spotřebu dlouhodobých předmětů na pozdější dobu, čerpaly méně úvěrů a rozhodovaly se obezřetně i v oblastech spotřeby drahých dovolených, nákupu nových automobilů i předmětů bílé techniky pro vybavení domácností.

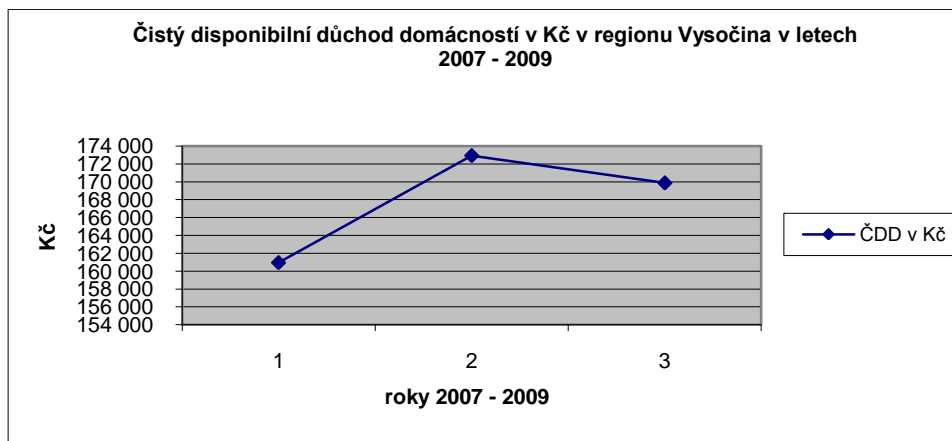
TAB.6: Přehled o příjmech domácností v kraji Vysočina. Zdroj: www.czso.cz

Rok	2007	2008	2009
Čistý disponibilní důchod domácností			
v mil. Kč	82 495	88 958	87 542
v mil. PPCS ¹⁾	4 760	4 900	4 692
ČDDD na obyvatele			
v Kč	160 948	172 941	169 876
průměr ČR = 100	95,1	95,3	94,4

Příjmy domácností rostly do roku 2008, od roku 2009 dochází k poklesu jak příjmů, tak i koupěschopné poptávky.

OBR.5 Čistý disponibilní důchod domácností v regionu

Vysočina.Zdroj:czso.cz



Koncem roku 2008 se i u sektoru domácností projevilo zpomalování ekonomiky. Už v průběhu roku docházelo ke korekci vysokého tempa zadlužování a snižování meziročního nárůstu úvěrů. Současně se však také začaly vyskytovat problémy se splácením závazků. Podíl nesplacených úvěrů na celkových úvěrech počátkem roku 2009 vzrostl na 3 % a koncem roku byl už 3,75 %. Tento trend nadále mírně roste.[2]

3. Výsledky a diskuse

Původně finanční krize, která se rozšířila z USA do celého světa jako globální ekonomická krize se projevila i na ekonomice ČR, zejména v sektoru průmyslu, zemědělství, v menší míře i ve finančním sektoru a její dopady byly i do veřejné sféry. Třetí čtvrtletí roku 2008 ohlásilo její nástup, razantně bylo hospodářství zasaženo v roce 2009. Jak Janotův „balíček“, tak i další opatření vlády na podporu oživení ekonomiky se promítly do situace roku 2010 a následně je budeme vidět i v roce 2011. Dalším významným faktorem nastartování růstu ekonomiky bylo oživení hospodářství v zemích západní Evropy, zejména v Německu, které je naším strategickým partnerem v oblasti zahraničního obchodu.

V průběhu krize došlo k vyčištění trhu od neperspektivních výrobců a tím i neživotaschopných firem. Pouze firmy, které dokázaly včas reagovat, razantně omezit náklady, efektivně využívat lidské zdroje a pečovat o své zákazníky, mohly přežít. Z pohledu domácností byla tato situace v mnoha ohledech svízelná, protože v některých mikroregionech došlo k likvidaci



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

i několika firem, mnohdy významných zaměstnavatelů, takže došlo k nárůstu nezaměstnanosti a nedostatku zdrojů pro likviditu domácností. Viz například Světelsko, Třebíčsko, Novoměstsko a další regiony. Dopad této skutečnosti byl nejenom ekonomický, ale i psychologický, kdy se lidé museli vyrovnat s velkou stresovou zátěží a hledat zdroje motivace pro rekvalifikace a další hledání pracovních příležitostí.

Dopad byl i na státní rozpočet, protože musely být vypláceny dávky v nezaměstnanosti, sociální podpory a zvýšily se i náklady na aktivní politiku zaměstnanosti.

Rok 2010 přinesl mírné oživení, rok 2011 je zatím pouze v prognóze. Krize jako reálná skutečnost se stala jak hrozbou pro společnost, tak i výzvou a řadou příležitostí.

Závěr

Krize je významnou zkušeností pro celou společnost, která se od roku 2000 příznivě vyvíjela, zvyšoval se domácí produkt i příjmy domácností a docházelo k plynulému zvyšování životní úrovně obyvatelstva. Otázkou je, zda v tomto období muselo docházet k nárůstu zadlužení veřejných financí, které dopadne na obyvatele v následujících letech spolu s nutností řešit reformu důchodového systému.

Krize naučila firmy chovat se mnohem zodpovědněji jak ke svým obchodním partnerům, pečlivě připravovat zakázky, dostávat svým závazkům, tak i v oblasti pracovní síly, kdy se firmy staly mnohem opatrnější při uzavírání dlouhodobých pracovních poměrů, naučily se v mnohem větší míře využívat dohody o pracích konaných mimo pracovní poměr, naučily se lépe řídit a motivovat zaměstnance a vyžadovat po nich plnění úkolů osobních plánů výkonu i rozvoje a hodnotit přínos každého zaměstnance pro firmu.

Zaměstnanci naopak se stali mnohem loajálnější ke svým zaměstnavatelům, v mnoha případech pracovali dlouhé období bez výplaty mezd a v očekávání zlepšení ekonomiky a likvidity svého zaměstnavatele a v neposlední řadě si uvědomili, že otázka přežití firmy je i jejich vlastní důležitou otázkou.

Literatura

- [1] Měrtlová, L. *Porovnání krajů NUTS II Jihovýchod se zaměřením na lidské zdroje*. In Regionální disparity, elektronický časopis,

<http://disparity.vsb.cz>. VŠB TU Ostrava, prosinec 2010. ISSN 1802 - 9450

- [2] Mulačová, V. *Zadluženost českých domácností a finanční krize*. In *Auspicia*, recenzovaný časopis z oblasti společenských věd. VŠERS, České Budějovice 2011. ISSN 1214-4967

The Crisis as an Opportunity and a Threat

Abstract

The paper deals with the development of economy in the Vysočina region in the period of the economic world crisis in 2008 - 2010. In the paper we describe the economic situation of entrepreneurial subjects in industry, agriculture and building industries, as well as the economic situation of households.

Key words

Industrie, unemployment, revival

Kontaktní údaje na autora

Ing. Libuše Měrtlová, Ph.D., Vysoká škola polytechnická Jihlava, mail:
mertlova@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konkurencieschopnosť podnikov malého a stredného agropodnikania

Mura Ladislav

Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom

Abstrakt

Príspevok sa zameriava na kvantifikáciu a analýzu konkurencieschopnosti podnikov v sektore malého a stredného agropodnikania. Výskum sa uskutočnil na výberovej vzorke agropodnikov podnikajúcich na Slovensku. Pomocou RCR koeficientu (Recourse Cost Ratio) sme kvantifikovali konkurencieschopnosť skúmaných podnikov z hľadiska jednotlivých organizačno- právnych foriem, odlišných prírodných podmienok ako aj rôznych veľkostných skupín.

Kľúčová slova

Konkurencieschopnosť, male a stredné podniky, agropodnikanie

Úvod

Problematika hodnotenia konkurencieschopnosti podnikateľských subjektov je stále veľmi aktuálna. V práci viacerých odborníkov sa stretávame s metódami zisťovania konkurencieschopnosti. Odborná literatúra obsahuje jej všeobecne platnú definíciu. Podľa názoru viacerých autorov môžeme hovoriť o rozdieloch medzi úrovňami jednoduchých analytických metód, pričom konkurencieschopnosť sa chápe na úrovni regiónov, odvetví priemyslu, podnikovej a výrobkovej úrovni. Jej interpretácia na podnikovej úrovni je jednoduchšia. Módos (2001) považuje za konkurencieschopný ten podnik, ktorý dokáže v dlhodobom časovom horizonte pri vykonávaní jednotlivých aktivít dosahovať zisk, ako aj udržať alebo rozširovať svoju pozíciu na domácom a zahraničnom trhu. Ako uvádza Freebairn (2006) konkurencieschopnosť je indikátor schopnosti poskytovať tovar a služby v mieste a v čase, aby si ich mohli kúpiť zákazníci za ceny, ktoré sú lepšie ako tie, za ktoré ponúkajú tovar ďalší potenciálni dodávatelia. Naozaj



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

v ekonomickej literatúre neexistuje jednoduchá definícia konkurencieschopnosti. Rozdielne definície konkurencieschopnosti vyplývajú z viacerých dimenzií, ktoré sa nachádzajú v článku. Uvedená definícia patrí k najviac používaným v ekonomickej literatúre. Jej hlavná myšlienka spočíva v tom, že neberie do úvahy iba výstupy na trhoch, ale kladie dôraz aj na faktory produkcie.

Konkurencieschopnosť podľa Ramosa a kol. (2004) predstavuje komplex rôznych koncepčných pohľadov. Konkurencieschopnosť podniku ako uvádza Cuervo (1994) sa môže merať kapacitou produkcie tovarov alebo objemom služieb pre otvorený trh, v tom istom čase sa vytvára hodnota, získava sa zisk z investovaného kapitálu, ktorý sa rovná alebo je vyšší ako jeho príležitostné náklady. Na otvorenom trhu Gallardo a kol. (2003) považuje za konkurencieschopnú takú farmu, ktorá je schopná predávať svoje produkty vo svetových cenách pokiaľ výnosnejšie faktory produkcie tvoria menej výnosnejšiu úroveň na trhu. Výnosnosť faktorov je potom „životne“ dôležitá. Z toho vyplýva, že jedným zo spôsobov ako sa stať konkurencieschopnou farmou, je analyzovať všetky produkčné faktory v rozdielnych spôsoboch verejnej podpory.

Materiál a metódy

Za účelom analýzy konkurencieschopnosti podnikov používame koeficient RCR (Recource Cost Ratio). Tento koeficient sa vypočítava ako podiel nákladov na neobchodovateľné domáce vstupy (kapitál, pôda, práca) a výnosov z obchodovateľných produktov. Ak RCR leží medzi 0 a 1,0, konkurenčná výhoda je evidentná, pretože hodnota domácich zdrojov, používaných vo výrobe je menšia ako hodnota, ktoré vytvorili. Ak RCR je negatívny, náklady prekročia výnosy a takáto produkcia je v konkurenčnej nevýhode. Ak RCR je väčší ako 1,0, hodnota zo zahraničnej výmeny nie je dostatočná, aby pokryla náklady neobchodovateľných domácich vstupov. RCR používame na hodnotenie konkurencieschopnosti výberovej vzorky 111 malých a stredných agropodnikov, rozdelených podľa rôznych právnych foriem podnikania, pôdnych a prírodných podmienok a veľkosti. Podnikateľské subjekty boli do výberového súboru vybrané stratifikovaným výberom zo základného štatistického súboru agrosubjektov. V skupine analyzovaných podnikov sú tieto právne formy podnikania: družstvá, spoločnosti s ručením obmedzeným a akciové spoločnosti, ale najväčšiu skupinu podnikov predstavujú družstvá. Pretože skupina akciových



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

spoločností je veľmi malá (len 8 %), rozhodli sme sa túto skupinu spojiť so spoločnosťami s ručením obmedzeným. Podniky sme rozdelili tiež podľa rozdielnych pôdnych a prírodných podmienok, v ktorých podniky hospodária.

Výsledky a diskusia

Podniky, hospodáriace v horších pôdnych a prírodných podmienkach boli charakterizované cenovou skupinou pôdy v rozmedzí 1 – 15. Všetky ostatné podniky, hospodáriace na pôde v cenovej skupine 16 – 20, tvoria skupinu lepších pôdnych a prírodných podmienok. Nakoniec sme podniky rozdelili podľa veľkosti. Ak berieme do úvahy fakt, že predmetom skúmania boli aj podniky, výlučne zamerané na rastlinnú, resp. živočíšnu výrobu, nebolo by vhodné zohľadňovať výmeru poľnohospodárskej pôdy pri klasifikácii skupín podnikov. Preto sme sa rozhodli pre klasifikáciu podnikov do skupín použiť kritérium o členení podnikov podľa veľkosti na základe platnej legislatívy Európskej únie (malé podniky s počtom od 10 do 49 zamestnancov, stredné podniky s počtom 50 – 249 zamestnancov a veľké podniky s viac ako 250 zamestnancami). Štruktúru podnikov zúčastnených na výskume uvádza tabuľka 1.

Tabuľka 1 *Kategorizácia skúmaných podnikateľských subjektov*

Organizačno-právna forma podnikania	Absolútna početnosť	Relatívna početnosť
Družstvo	62	56 %
Spoločnosť s ručením obmedzeným	40	36 %
Akciová spoločnosť	9	8 %

Zdroj: primárny výskum

Na hodnotenie konkurencieschopnosti podnikov používame RCR koeficient. Priemerné hodnoty tohto koeficientu poukazujú na nedostatočnú konkurencieschopnosť analyzovaných podnikov v rokoch 2006 a 2007. Až v roku 2008 boli podniky schopné finalizáciou svojich produktov pokryť náklady na vložené výrobné faktory. V ostatných rokoch by boli schopné pokryť svoje náklady len s využitím subvencií. Najsilnejší vplyv subvencií na konkurencieschopnosť podnikov bol zistený v roku 2007, hlavne



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

v skupine podnikov, hospodáriacich v horších pôdnych a prírodných podmienkach. Tento vplyv bol taký silný, že podniky hospodáriace v horších podmienkach boli v rokoch 2007 a 2008 v lepšej konkurenčnej pozícii ako skupina podnikov s lepšími pôdnymi a prírodnými podmienkami. Na druhej strane, boli zistené veľmi vysoké hodnoty RCR koeficienta v skupine malých podnikov v roku 2007. To bol zároveň jediný rok, keď malé podniky stratili svoju konkurenčnú výhodu. Hlbší pohľad do podnikov s optimálnymi hodnotami RCR koeficienta poukázal na skutočnosť, že spoločnou črtou všetkých konkurenčných podnikov bola orientácia na rastlinnú výrobu alebo kombinácia rastlinnej výroby so živočíšnou výrobou, orientovanou na produkciu mäsa. Nevyskytol sa žiadny prípad konkurencieschopného podniku len so zameraním na živočíšnu výrobu. Vo väčšine prípadov boli konkurencieschopnejšie podniky, pôsobiace v lepších pôdnych a prírodných podmienkach. Zistený stav dokumentuje tabuľka 2.

Tabuľka 2 Hodnoty koeficientu RCR

RCR koeficient (priemer)	2006		2007		2008	
	Bez subv.	So subv.	Bez subv.	So subv.	Bez subv.	So subv.
Všetky subjekty	1,00	0,84	1,86	0,80	0,93	0,78
Družstvá	1,01	0,84	2,00	0,70	0,91	0,75
Ostatné podniky	1,00	0,84	1,61	0,98	0,98	0,82
Lepšie prírodné podmínky	1,24	0,93	1,99	0,30	0,95	0,76
Horšie prírodné podmínky	0,93	0,81	1,82	0,95	0,93	0,79
Malé podniky	0,96	0,78	2,25	0,61	0,89	0,74
Stredné podniky	1,07	0,92	1,53	0,99	0,99	0,84
Veľké podniky	0,88	0,78	1,03	0,81	0,87	0,73

Zdroj: primárny výskum

Poznámka: subv. - subvencia

Počas analýzy konkurencieschopnosti sme identifikovali významný vplyv subvencií na hodnotu RCR koeficienta, najmä v skupine podnikov, hospodáriacich v horších pôdnych a prírodných podmienkach.

Záver

Konkurencieschopnosť možno hodnotiť na rôznych stupňoch ekonomiky: na úrovni produktu, podniku, odvetvia ako aj celého hospodárstva. V našom príspevku sme sa zamerali na analýzu konkurencieschopnosti podnikov. K výskumu sme využili vyberovú vzorku malých a stredných agropodnikov hospodáriacich na Slovensku. Pomocou RCR koeficientu sme hodnotili konkurencieschopnosť podnikov z hľadiska jednotlivých právnych foriem, odlišných prírodných podmienok ako aj rôznych veľkostných skupín. Výsledky výskumu potvrdili, že spoločným znakom všetkých konkurencieschopných podnikov bol typ výroby zameraný na rastlinnú výrobu, prípadne rastlinnú a živočíšnu výrobu (ani v jednom prípade nedosiahol optimálne hodnoty RCR koeficientu podnik zameraný výlučne na živočíšnu výrobu), väčšinou išlo o obchodné spoločnosti a to situované v lepších prírodných podmienkach.

Literatura

- [1] CUERVO, A., 2003: El papel de la empresa en la competitividad, Papeles de Economía Española, 1993, no 56, pp. 363-379. Madrid, In: Guido va Huylenbroeck and Guy Durand: Multifunctional Agriculture, Ashgate, Hampshire – England, 2003, p. 175, ISBN 0 7546 3576 7
- [2] FREEBAIRN, J., 2006: Implications of Wages and Industrial Policies on Competitiveness of Agricultural Export Industries, Paper presented at the Australian Agricultural Economics Society Policy Forum, Canberra.
- [3] GALLARDO, R. - RAMOS, F. - MAR DELGADO, M. 2003: New opportunities for non-competitive agriculture, In: Guido van Huylenbroeck and Guy Durand: Multifunctional Agriculture, Ashgate, Hampshire – England, 2003, p. 169-188, ISBN 07546 3576 7
- [4] MÓDOS, G., 2001: Competitiveness, quality and regional principle in agricultural and food processing industry (Methods and analysis of measurement), In: Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie „Faktory podnikovej úspešnosti“, Nitra : SPU, 2001, s. 181-183, ISBN 80-7137-972-7



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- [5] RAMOS, F. - RODRIGUEZ-ZUNIGA, M. – SANZ, J. 2004: Estrategias de competitividad: la industria agroalimentaria española, Seminario International sobre Reconversión productiva, Economía Abierta y Sistema Agroalimentario, Rio de Janeiro, 24-26 August, 2004, In: Guido va Huylenbroeck and Guy Durand: Multifunctional Agriculture, Ashgate, Hampshire – England, 2004, p. 175, ISBN 0 7546 3576 7

Competitiveness of small and medium agricultural entrepreneurship

Abstract

This paper focuses on those used for the analysis of small and medium enterprises, particularly agricultural enterprises farming in Slovakia. Our research has been done on a selected sample of agricultural enterprises farming in Slovakia. Using “Resource Cost Ratio“ (RCR coefficient) has allowed investigating the differences in competitiveness between co-operatives and business companies in a group of agricultural enterprises.

Key words

Competitiveness, small and medium enterprises, agricultural entrepreneurship

Kontaktní údaje na autora

Ing. et Bc. Ladislav Mura, Ph.D., odborný asistent, Ústav odborných predmetov a IT, Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom, Sládkovičova 533/20, 018 41 Dubnica nad Váhom, Slovenská republika, e-mail: ladislav.mura@gmail.com



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Euro a konkurenceschopnost

Simotová Vendula

Slabá Marie

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých
Budějovicích

Abstrakt

Článek se věnuje dopadu přijetí měny euro na konkurenceschopnost českých výrobků v zahraničním obchodě. První část článku se zabývá problematikou cenové konkurenceschopnosti v zahraničním obchodě a faktorů, které ji ovlivňují. Důraz bude kladen na oblast sblížování cenových hladin členských zemí Evropské unie. Prozkoumány budou jednotlivé způsoby, kterými k tomuto sblížování dochází a spojitost mezi nimi. Dále bude analyzován vliv vstupu do kursového mechanismu ERMII, které je nutnou podmínkou přijetí eura, a vliv vstupu do samotné eurozóny na toto sblížování. V následující části pak budou popsány a zhodnoceny další vlivy přijetí měny euro na firmy, jejich provoz, financování a náklady a následně na konkurenceschopnost jejich výrobků.

Klíčová slova

Euro; cenová hladina; konkurenceschopnost

Úvod

Se zavedením měny euro v České republice je spojena celá řada nadějí, ale i rizik a nákladů. Mezi riziky je nejčastěji zmiňována ztráta vlastní monetární a kursové politiky či riziko růstu agregátní cenové hladiny a s ním spojené riziko vnímané inflace. Často je také diskutován problém vzniku a následného řešení asymetrických hospodářských šoků. Z pozitiv vstupu do eurozóny je pozornost věnována zejména odbourání kursového rizika a transakčních nákladů při styku s obchodními partnery v eurozóně či přímá srovnatelnost cen v mezinárodním obchodě.

Důležitou otázkou je samozřejmě také vliv této převratné změny na konkurenceschopnost našich výrobků vůči těm zahraničním. Některé zdroje to považují jednoznačně za změnu k lepšímu, jiné jsou v tomto ohledu skeptičtější a vidí v tom spíše ohrožení, nebo přinejlepším kombinaci pozitivních a negativních vlivů.

Prozatím je konkurenceschopnost našeho zboží podporována nižší cenovou hladinou v České republice oproti zemím eurozóny – našim hlavním obchodním partnerům. Posilující koruna však toto zboží v zahraničí neustále relativně zdražuje.

Cílem tohoto článku je zhodnotit, jaký vliv na konkurenceschopnost, zejména cenovou, bude mít přijetí eura, tedy situace, kdy již česká koruna nebude existovat a nebude tedy moci ani posilovat vůči euru.

Materiál a metody

Konkurenceschopností rozumíme schopnost úspěšného soutěžení na trhu. Cenovou konkurenceschopností pak schopnost konkurovat v oblasti ceny, jinými slovy schopnost být levnější, přičemž ne vždy jde o srovnatelnou kvalitu. V mezinárodním obchodě je to schopnost zboží dané země, v našem případě České republiky, cenově konkurovat zboží zahraničnímu – zda je po přepočtu na stejnou měnu dražší či levnější než zboží zahraniční, přičemž kvalita opět nemusí být zcela rozhodující.

Analýza konkurenceschopnosti České republiky³⁸ uvádí následující pilíře národní konkurenceschopnosti:

- Instituce
- Infrastruktura
- Makroekonomická stabilita
- Zdraví a základní vzdělání
- Odborná kvalifikace
- Efektivita finančních trhů
- Technologické prostředí
- Investiční prostředí
- Podnikatelské prostředí
- Inovace

³⁸ Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Analýza konkurenceschopnosti České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010 [cit. 2011-03-01]. Dostupné z WWW: <mpo.cz/get/43266/48536/573453/priloha001.pdf> s. 6.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Efektivita trhu práce

Co se týče cenové konkurenceschopnosti, stěžejními faktory, které ji ovlivňují, jsou cenová hladina v České republice, cenová hladina v zahraničí a nominální měnový kurs.

Na základě těchto veličin jsou pak vypočítávány další ukazatele, které slouží k jejímu sledování a měření.

Z absolutní verze teorie parity kupní síly vychází konstrukce ukazatele ERDI. Tento ukazatel je definován následovně³⁹: „ERDI (Exchange Rate Deviation Index) je podílem nominálního měnového kurzu a parity kupní síly. Ukazuje v relativním vyjádření, kolikrát větší je tržní měnový kurz oproti paritě kupní síly.“

Ideálně by měl být tento ukazatel roven jedné. Pokud je jeho hodnota menší, než jedna je tržní měnový kurs příliš nízký a příslušná měna je nadhodnocena. Pokud je jeho hodnota převyšuje jedničku, je měna naopak podhodnocena.

Tento ukazatel však má, stejně jako relativní verze parity kupní síly, několik slabín. Hlavní slabinou je existence takzvaných neobchodovatelných výstupů výrobní činnosti, které nejsou mezinárodně obchodovány z důvodu nemožnosti přepravy. Typickým zástupcem této skupiny jsou služby, například kadeřníků či bydlení. Ceny obchodovatelných komodit se postupně, vlivem cenové arbitráže, vyrovnají. K tomuto vyrovnání dojde tím rychleji, čím těsnější jsou obchodní vztahy daných zemí. U neobchodovatelných komodit však cenová arbitráž nefunguje a může zde dojít k odchylkám od cenové parity, protože tyto komodity se podílí na cenové hladině, ale ne na měnovém kursu. Další slabinou tohoto ukazatele je pomíjení vlivu nákladů spojených s realizací zahraničního obchodu a také dalších faktorů, které mohou výrazně ovlivnit nominální měnový kurs jako je například zájem spekulantů či investorů.

Z těchto důvodů je více používána teorie parity kupní síly ve své relativní podobě, která nebere v úvahu poměr cenových hladin jako takový, ale jeho

³⁹ LACINA, Lubor, et al. *Studie vlivu zavedení eura na ekonomiku ČR*. Brno: Výzkumné centrum PEF MZLU, 2007. s. 131.

změnu. Dalším ukazatelem, podle kterého lze usuzovat na cenovou konkurenceschopnost produktů dané ekonomiky je reálný efektivní měnový kurs. Ten je podobný indexu ERDI, ale k jeho stanovení se používá nominální efektivní měnový kurs. Ten je vypočítán jako⁴⁰ „vážený průměr měnových kursů, kde vahami je podíl příslušné země na zahraničním obchodu sledované ekonomiky.“

Reálným efektivním měnovým kursem (REER) rozumíme míry relativních cen či nákladů vyjádřené v určité měně. Český statistický úřad ho definuje následovně:⁴¹ „Mezi různými metodami používanými pro výpočet REER je nejrozšířenější metoda váženého geometrického průměru poměru indexu nominálního kurzu a cenového diferenciálu, přičemž vahami jsou podíly největších obchodních partnerů na obratu zahraničního obchodu.“

Vzorec pro jeho výpočet je následující:

$$\text{REER} = 100 \prod_{i=1}^n \left(\frac{S_{it}^*}{P_{it}^*} \right)^{w_i}$$

Kde S_i^* = bazický index tuzemské měny k měně i-tého obchodního partnera v období t

P_i^* = poměr bazického cenového indexu i-tého obchodního partnera v období t k bazickému cenovému indexu ČR v období t, kde bazický rok je stejný jako bazický rok při výpočtu S_i^*

W_i^* = normalizované váhy měny i-tého obchodního partnera“

Pokud je index REER nad hodnotou 100 signalizuje to tendenci ke snižování konkurenceschopnosti země oproti základnímu období. V opačném případě to znamená její zvyšování.

⁴⁰ LACINA, Lubor, et al. *Studie vlivu zavedení eura na ekonomiku ČR*. Brno: Výzkumné centrum PEF MZLU, 2007. s. 132-133

⁴¹ Český statistický úřad [online]. 1. 3. 2011 [cit. 2011-03-02]. Makroekonomické údaje. Dostupné z WWW: <[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/\\$File/90551718.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/$File/90551718.xls)>.

Po přijetí eura pro nás, při obchodních stycích se zeměmi eurozóny, měnový kurs přestane být důležitý. Rozhodující zůstanou pouze cenové hladiny v České republice a v jednotlivých členských zemích eurozóny.

Výsledky a diskuse

Až doposud byla naší zbraní relativně nižší cenová hladina oproti našim hlavním obchodním partnerům – zemím Evropské unie a eurozóny. Ještě i dnes, kdy už je Česká republika skoro sedm let členem evropské unie, je naše cenová hladina přibližně na 80% úrovni EU. Tato konkurenční výhoda se však postupně ztrácí a bude se pravděpodobně ztrácet i nadále.

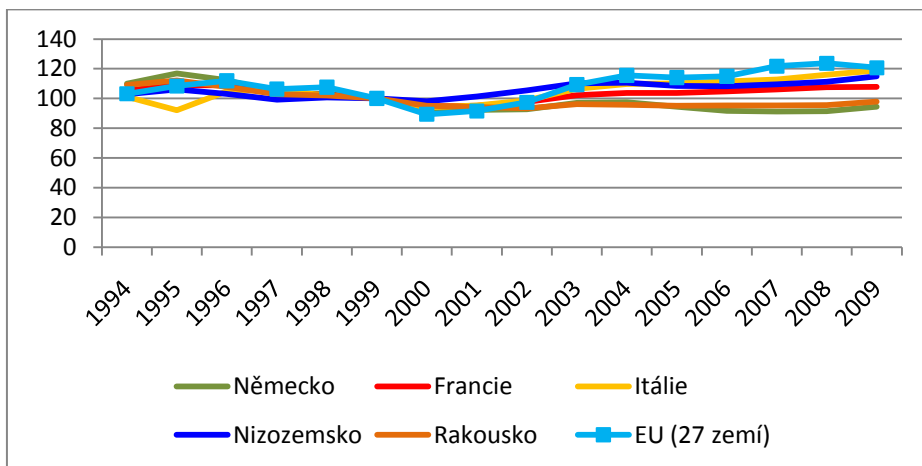
Důvodem je proces reálné a nominální konvergence, zmíněný v jedné z našich předchozích prací⁴². Teorie naznačuje, že země blízké propojené obchodními vztahy a kapitálovými toky se postupně z hlediska reálné konvergence, měřené pomocí HDP na hlavu v paritě kupní síly, vzájemně přibližují. Spolu s reálnou konvergencí však zároveň dochází i ke konvergenci nominální, měřené pomocí srovnatelné cenové hladiny. Domácí ceny se, po přepočtu pomocí nominálního měnového kursu, sblíží s těmi zahraničními. Toto sblížení cenových hladin jednotlivých zemí je možné buď prostřednictvím nominálního zhodnocování domácí měny při srovnatelných hodnotách inflace – tedy takzvaným „kursovým kanálem“ nebo vyšší inflací v domácí ekonomice při zachování stabilního nominálního kursu – „cenovým (inflačním) kanálem“. Sblížení cenových hladin samozřejmě může být dosaženo i kombinací obou zmiňovaných kanálů – reálným zhodnocením kursu domácí měny.

V České republice prozatím převládal spíše kanál kursový. Cenová hladina byla poměrně stabilní, zatímco koruna dlouhodobě posilovala. Následující grafy zobrazují vývoj REED v letech 1994-2009 ve vybraných zemích.

První graf se věnuje vyspělejšími zemím eurozóny – Německu, Rakousku, Itálii, Nizozemí a Francii. Druhý se pak věnuje zemím Vyšegradské čtyřky – České republice, Slovensku, Maďarsku a Polsku.

⁴² KRÁLOVÁ, Vendula. Vývoj inflace ve státech zúčastněných v kursovém mechanismu ERM II. [CD-ROM]. In *Sborník příspěvků z VIII. Mezinárodní konference studentů doktorských studijních programů IMEA 2008*. Liberec: Technická universita Liberec, 2008. ISBN 978-80-7372 335-4.

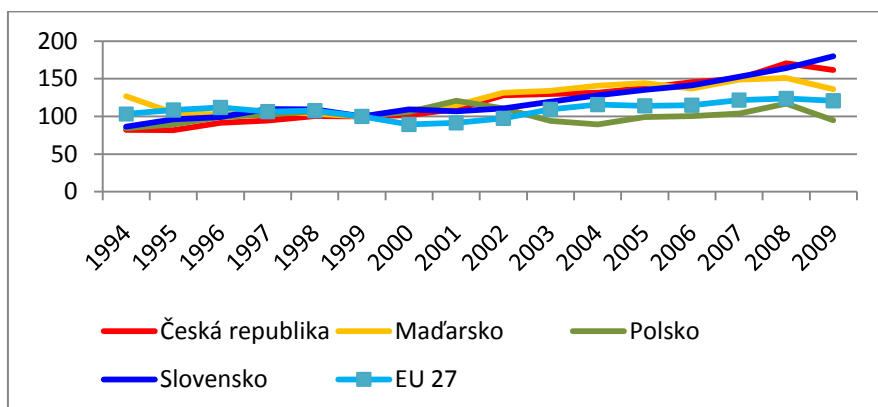
Graf č. 1: Vývoj ukazatele REED ve vybraných zemích eurozóny v letech 1994 – 2009



Zdroj: Eurostat

Na prvním grafu je patrné, že Evropská unie jako celek ztrácí v posledních letech svou konkurenceschopnost. Vyspělejší členské státy si však svou pozici víceméně drží. Podobný trend lze zaznamenat také u skandinávských zemí snad jen, v posledních letech, s výjimkou Dánska. Horší je situace u méně rozvinutých, problémovějších zemí „dvanáctky“ jako je Řecko či Portugalsko. Vůbec nejhorší vývoj tohoto ukazatele vykazuje v této skupině země Irsko.

Graf č. 2: Vývoj ukazatele REED v zemích Vyšegradské čtyřky v letech 1994 – 2009



Zdroj: Eurostat



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Oproti prvnímu grafu, zobrazujícímu vyspělejší země Evropské unie. Na druhém grafu je vidět, jak země Vyšegrádské čtyřky, kromě Polska postupně ztrácejí svoji konkurenceschopnost a to rychleji než průměr Evropské unie, který je v grafu zvýrazněn značkami. Analogický vývoj můžeme sledovat i u ostatních novějších členů Evropské unie, s výjimkou Slovinska. Naopak vůbec nejhorší je, z tohoto pohledu, situace Rumunska.

Co však s tímto vývojem udělá vstup České republiky nejprve do kursového mechanismu ERM II a poté do eurozóny? Co se stane, až bude kurs vůči euru zafixován a další posilování už nebude možné? To je obsahem následující části článku.

Vstup do kursového mechanismu ERM II

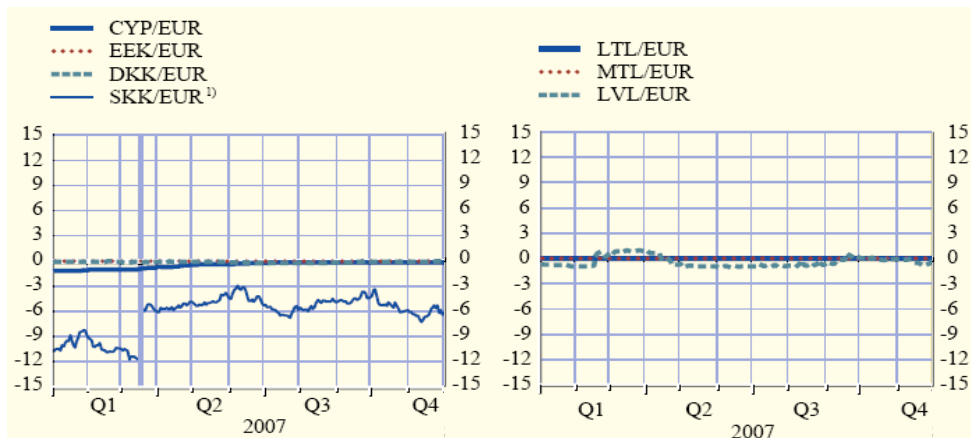
Před vstupem do eurozóny je nejprve nutné minimálně dva roky setrvat v kursového mechanismu ERM II. Smlouva o založení Evropského společenství a související protokoly vyžadují⁴³ „dodržování normálního flukтуаčního rozpětí stanoveného mechanismem směnných kursů ERM II po dobu alespoň dvou let, aniž by došlo k devalvaci vůči měně jiného členského státu“. Po dobu těchto dvou let nesmí být směnný kurs vystaven silnému tlaku, zejména pak není dovoleno, aby členský stát, v tomto období, z vlastní vůle devalvoval dvoustranný střední kurs své měny vůči měně kteréhokoli členského státu.

Původně představovalo normální flukтуаční rozpětí $\pm 2,25\%$ od centrální parity a odchylka $\pm 6\%$ představovala výjimku. V srpnu 1993, po značných problémech tohoto kursového mechanismu, bylo přijato rozhodnutí o rozšíření flukтуаčního pásma na $\pm 15\%$ v zájmu jeho stabilizace. Smyslem tohoto opatření je prokázat, že centrální parita neboli kurs měny kandidátského státu k euru, podle kterého se budou přepočítávat veškeré ceny, úspory a tak dále, byl správně nastaven a odpovídá realitě.

Za příklad vývoje po vstupu do kursového mechanismu ERM II jsem zvolila Slovensko.

⁴³ MINISTERSTVO FINANCÍ ČESKÉ REPUBLIKY, ČESKÁ NÁRODNÍ BANKA. *Vyhodnocení plnění maastrichtských konvergenčních kritérií a stupně ekonomické sladění ČR s eurozónou. Praha 2009*

Graf č. 3: Odchytky kursu slovenské koruny od centrální parity v roce 2007

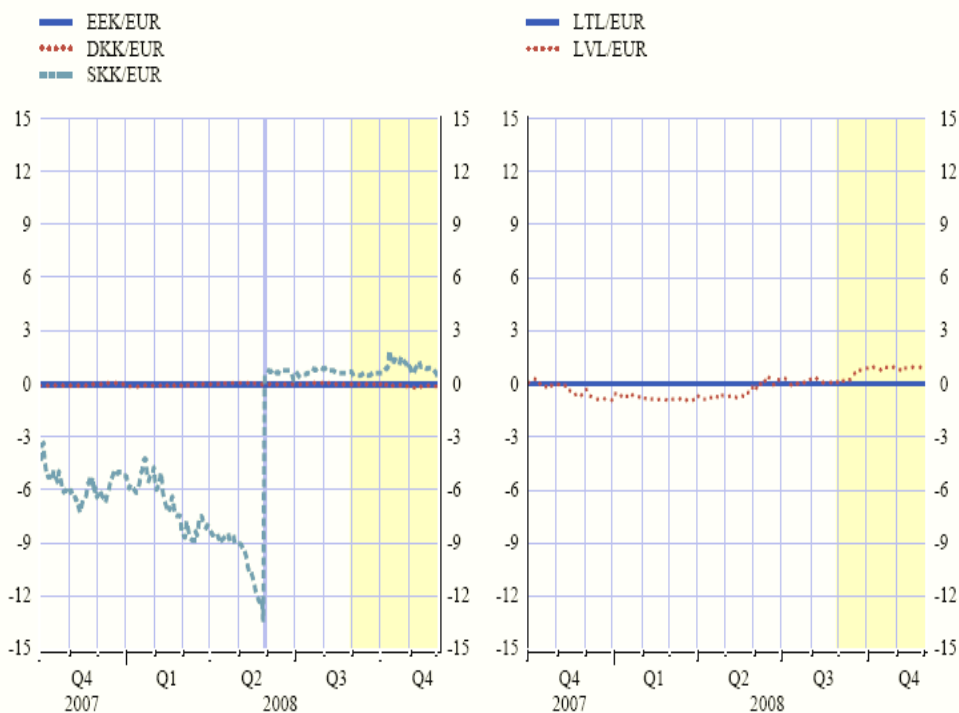


Zdroj: European central bank. EU member states' currencies. *Monthly bulletin March 2008* [online]. 5. 3. 2008, 03/2008, [cit. 2010-04-06]. Dostupný z WWW: <www.ecb.int>. ISSN 1725-2822.

Poznámka: pozitivní (negativní) odchytky od centrální parity znázorňuje, zda měna oproti centrální paritě posílila, či oslabila. Standardní flukтуаční pásmo je $\pm 15\%$, pro Dánsko korunu $\pm 2,5\%$

Svislá čára indikuje datum 19. března 2007, kdy byla změněna centrální parita Slovenské koruny z 38,4550 na 35,4424 Slovenských korun za euro.

Graf č. 4: Odchyšky kursu slovenské koruny od centrální parity v roce 2008



Zdroj: European central bank. EU member states' currencies. *Monthly bulletin March 2009* [online]. 4. 3. 2009, 03/2009, [cit. 2010-04-06]. Dostupný z WWW: <www.ecb.int>. ISSN 1725-2822.

Poznámka: pozitivní (negativní) odchyška od centrální parity znázorňuje, zda měna oproti centrální paritě posílila, či oslabila. Standardní flukтуаční pásmo je $\pm 15\%$, pro Dánsko korunu $\pm 2,5\%$.

Svislá čára indikuje datum 29. května 2008, kdy byla změněna centrální parita Slovenské koruny z 35,4424 na 30,1260 Slovenských korun za euro.

Z předchozích grafů vyplývá, že vstup do kursového mechanismu ERM II ještě nemusí znamenat definitivní konec posilování měny vůči euru. Slovenská koruna (v prvním grafu znázorněna modrou čarou, v druhém zelenou přerušovanou čarou) výrazně posilovala i po vstupu do tohoto mechanismu a prolomila i velmi široké flukтуаční pásmo $\pm 15\%$ a to dokonce dvakrát. Vstupem do tohoto mechanismu se tedy na vývoji nominálního kursu a s ním i na konkurenceschopnosti ekonomiky nemusí vůbec nic změnit. Velmi pravděpodobně bude pokračovat ve svém vývoji podobně jako



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

před vstupem do mechanismu. Jediné co by mohl vstup do tohoto mechanismu změnit je situace, kdy by měna dlouhodobě znehodnocovala a zlepšovala tak cenovou konkurenceschopnost ekonomiky. Znehodnocení mimo flukтуаční pásmo by znamenalo neúspěch v oblasti plnění Maastrichtských konvergenčních kritérií a konec nadějí na přijetí měny euro.

Vstup do eurozóny

Na konkrétní dopady přijetí eura na konkurenceschopnost českých produktů v zahraničí byly zaznamenány dva částečně protichůdné názory.

První je prezentován ve Studii vlivu přijetí eura na ekonomiku ČR (Viz Lacina a kol. 2007). Kapitola 7.5 je věnována právě dopadu přijetí eura na konkurenceschopnost v zahraničním obchodě. V závěru této kapitoly je konstatováno, že by postupná ztráta konkurenceschopnosti měla s přijetím eura postupně ustávat. Po zafixování směnného poměru k euru by se měl, podle této studie, reálný efektivní kurs vyvíjet podobně jako u starších členů eurozóny. Ovlivňován by byl pouze změnami cenových hladin. Celkový vliv zavedení eura na konkurenceschopnost je ohodnocen jako pozitivní, ale zároveň jako malý.

Druhý názor, částečně protichůdný k předešlému jsme zaznamenaly v rozhovoru se členem bankovní rady ČNB Mojmírem Hamplem uveřejněném v časopise Profit 19. Listopadu 2007. V tomto článku se doslova píše⁴⁴ „Tvrzení, že zafixováním kurzu se jednou provždy zafixuje i konkurenceschopnost české ekonomiky, je opět další mýtus. Konvergence cenové hladiny pouze nepoběží prostřednictvím kurzového kanálu, ale spíše přes vyšší růst cen a mezd.“

V předchozím článku byl cenový kanál nominální konvergence pouze zmíněn, nebyla mu však věnována žádná pozornost. Zde je považován za velmi významný a je mu přisuzována hlavní role v oblasti nominální konvergence po nezvratném zafixování měnového kursu k euru. K tomuto názoru se kloní také autorky tohoto příspěvku. Nedá se očekávat, že by

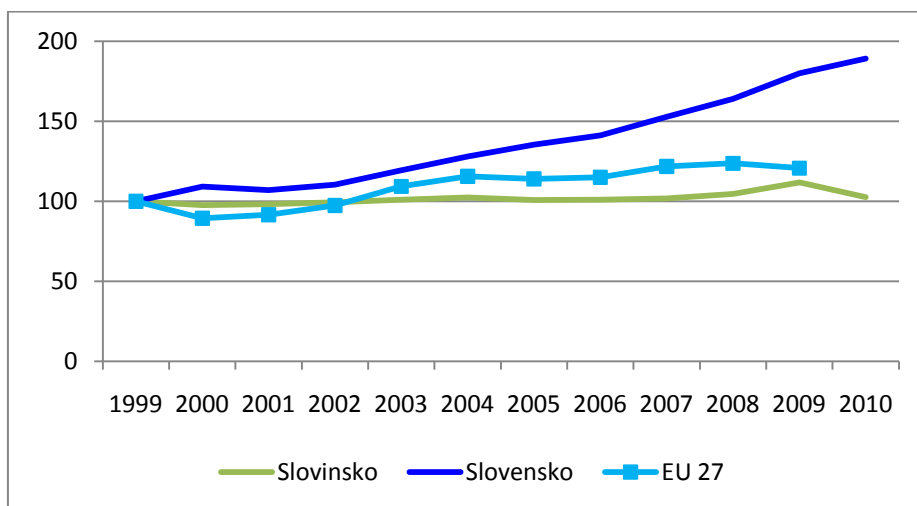
⁴⁴ MARTINOVIČOVÁ, Martina. Euro konkurenceschopnost nezajistí. *Profit* [online]. 19. 11.2007, 48, [cit. 2011-02-28]. Dostupný z WWW: http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2007/cl_7_071119a.html.

naše cenová zůstala dlouhodobě výrazně pod úrovní cenové hladiny eurozóny, že bychom zůstali levnou východní ekonomikou.

Pravdou je, že ani jedna ze zemí bývalého východního bloku, které zatím euro přijaly, nezaznamenala po přijetí eura žádný výrazný zlom ve vývoji ukazatele REER.

Následující graf shrnuje vývoj tohoto ukazatele pro Slovinsko a Slovensko mezi lety 1999 a 2010. Slovinsko zaznamenalo pro přijetí eura, k 1. lednu 2007, malý výkyv v konkurenceschopnosti, ale ukazatel REER se v roce 2010 vrátil do blízkosti základní hodnoty 100 (102,6). Slovensko, po zavedení eura k 1. lednu 2009, pokračovalo v dosavadním trendu růstu ukazatele REER a tedy v postupném ztrácení konkurenceschopnosti. Zejména v případě Slovenska je zatím velmi brzy na nějaké hodnocení. K definitivnímu posouzení vlivu přijetí eura na konkurenceschopnost těchto zemí bude potřeba delšího časového odstupu. Zatím se však nelze konstatovat jakýkoli pozitivní přínos zavedení eura na konkurenceschopnost produktů těchto zemí v zahraničním obchodě. Křivka zobrazující vývoj na Slovensku nejeví tendence přibližovat se křivkám vyspělých zemí eurozóny.

Graf č. 5 Vývoj ukazatele REER na Slovensku a ve Slovinsku v letech 1999 - 2010



Zdroj: Eurostat

Závěrem je, že samotné přijetí eura, konkurenceschopnost české ekonomiky nezajistí. Pokud má být konkurenceschopnost zachována nebo dokonce zvyšována, pak je nutno spoléhat na jiné faktory než je jen nižší cena. Zcela klíčové, pro uchování konkurenceschopnosti budou inovace. Pokud by české výrobky nedokázaly udržet krok s těmi zahraničními, nepomohly by jim ani nízké ceny, ani naše členství v eurozóně. Důležitá je také kvalitní infrastruktura, stabilní a důvěryhodné podnikatelské prostředí a odpovídající kvalifikace a technické vybavení našich výrobců. S tím velmi těsně souvisí prostředky, které budou investovány do vědy a výzkumu.

Závěr

Závěrem lze říci, že zavedení eura, samo o sobě, nemůže být chápáno jako jakási spása, která jednou pro vždy zajistí konkurenceschopnost našich výrobků. Vstup do kursového mechanismu ERM II nemusí znamenat konec zhodnocování měny a s tím spojené ztráty cenové konkurenceschopnosti. Příklad slovenské koruny toto konstatování podporuje.

Co se týče samotného vstupu do eurozóny, dojde sice k definitivnímu zastavení zhodnocování domácí měny oproti měně nejdůležitějších obchodních partnerů, zůstane však otevřen cenový kanál nominální konvergence. Tímto cenovým kanálem – prostřednictvím růstu domácí cenové hladiny, může ztráta cenové konkurenceschopnosti pokračovat i po přijetí eura. Je to dokonce pravděpodobné, vzhledem k tendenci cenových hladin k jejich vyrovnání, zejména v segmentu mezinárodně obchodovatelného zboží.

V budoucnu bude muset naše ekonomika spoléhat na ostatní, necenové, složky konkurenceschopnosti. Zejména na inovace v oblasti samotných produktů i postupů jejich výroby. Je však otázkou, jestli je, v současné době, kterou můžeme bez pochyb nazvat krizí eurozóny, vůbec rozumné o přijetí eura usilovat. Není totiž zatím jasné, zda zůstane eurozóna v současné podobě vůbec zachována, eventuelně jak budou změněny podmínky pro její potenciální i současné členy



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] KRÁLOVÁ, Vendula. Vývoj inflace ve státech zúčastněných v kursovém mechanismu ERM II. [CD-ROM]. In *Sborník příspěvků z VIII. mezinárodní konference studentů doktorských studijních programů IMEA 2008*. Liberec: Technická universita Liberec, 2008. s. 6. ISBN 978-80-7372-335-4.
- [2] LACINA, Lubor, et al. *Studie vlivu zavedení eura na ekonomiku ČR*. Brno: Výzkumné centrum PEF MZLU, 2007. 295 s.
- [3] MARTINOVIČOVÁ, Martina. Euro konkurenceschopnost nezajistí. *Profit* [online]. 19. 11. 2007, 48, [cit. 2011-02-28]. Dostupný z WWW: <http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2007/cl_07_071119a.html>.
- [4] Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Anlýza konkurenceschopnosti České republiky* [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2010 [cit. 2011-03-02]. Dostupné z WWW: <mpo.cz/get/43266/48536/573453/priloha001.pdf>.
- [5] ŽĎÁREK, V. *Konvergence nových členských zemi EU a aktuální problémy* Praha: Centrum ekonomických studií, 2007

Euro and competitiveness

Abstract

The article deals with the impact of the adoption of the euro on the competitiveness of Czech products in foreign trade. The first part of the article deals with the issue of price competitiveness in foreign trade and the factors that affect it. Emphasis will be put on the convergence of price levels of the member countries of the European Union. Will be explored various ways in which this convergence occurs and the link between them. It will also analyze the effect of entry into the ERM II exchange rate mechanism, which is a necessary condition for adopting the euro and the impact of entry into the euro itself to this convergence. The following will be described and evaluated other effects of the euro adoption on companies, their operation, and financing costs, and consequently the competitiveness of their products.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Key words

Euro; price level; competitiveness

Kontaktní údaje na autory

Ing. Vendula Simotová

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích

Okružní 517/10

simotova@mail.vstecb.cz

Ing. Marie Slabá

Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích

Okružní 517/10

slaba@mail.vstecb.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Hysterézia v nezamestnanosti a jej dôsledky na trhoch práce krajín V4

Školuda Václav

Vysoká škola ekonomická v Praze

Abstrakt

Predkladaná práca sa zaoberá hysteréziou v nezamestnanosti. Hysteréziu možno najjednoduchšie chápať ako jav, pri ktorom sa systém dostane z jednej rovnovážnej úrovne na inú. Úlohou práce je sledovať prítomnosť hysterézie v nezamestnanosti na trhoch práce vybraných krajín (Česká republika, Maďarsko, Poľsko a Slovensko). V prípade prijatia hypotézy hysterézie v niektorej krajine sa pokúsime odhaliť jej príčiny a dôsledky ako na trh práce, tak v širšom hospodársko-politickom aspekte. Úvod práce sa bude zaoberať predstavením konceptu hysterézie v nezamestnanosti, vysvetlením základných hysteréznych mechanizmov a odvodeniu hysteréznej Phillipsovej krivky. Ekonometrické testovanie hysterézneho modelu Phillipsovej krivky pre uvedené krajiny je jadrom práce. Výsledky testovania a hospodársko-politické implikácie týchto výsledkov ako na trh práce, tak v širšom zmysle budú predstavovať záver práce.

Kľúčové slová

Hysterézia v nezamestnanosti, hysterézne mechanizmy, test jednotkového koreňa, jednorovnicový model, VAR model

Hysterézia v nezamestnanosti

Prvá časť predkladaného článku oboznámi čitateľa s pojmom hysterézia a jeho pôvodom. Ďalej sa budeme zaoberať vplyvom hysterézie na trh práce v podobe takzvaných hysteréznych mechanizmov. Niektorých z týchto mechanizmov sa bude týkať aj vlastná analýza a preto si ich popíšeme podrobnejšie.

Čo je to hysterézia? Hysterézia je jav pri ktorom sa systém dostane z jednej rovnovážnej úrovne na inú (vplyvom šoku). Jednotlivé úrovne sú závislé od predchádzajúcich hodnôt, preto je hysterézia často zamieňaná so zotrvačnosťou. Uvedená definícia nej je úplne presná no pre pochopenie javu je dostatočná. Presnejšiu definíciu uvádzajú Němec [10] alebo Cross a Allan [2] nasledovne: „*Pokiaľ existujú dve veličiny M a N také, že opakujúce sa zmeny N spôsobujú opakujúce sa zmeny M , potom pokiaľ sa zmeny v M oneskorujú za tými spôsobovanými N , môžeme povedať, že vo vzťahu M a N existuje hysterézia. Hodnota M v každej fáze procesu pritom závisí nielen na aktuálnej hodnote N , ale aj na všetkých predchádzajúcich (a samozrejme aj okamžitých) zmenách N . Pri správnom zaobchádzaní s týmito zmenami, každá hodnota M môže byť priradená, pri určitom intervale spoľahlivosti, danej hodnote N .*“

Hysterézia je jav pochádzajúci z fyziky a popisujúci napríklad priebeh magnetizácie materiálov. Takýto priebeh znázorňuje takzvaná hysterézná slučka (obrázok 1). Ako uvidíme neskôr, táto hysterézná slučka nie je nepodobná Phillipsovej krivke pre krajinu v ktorej trh práce prejavuje známky hysterézneho vývoja. Okrem hysterézie v nezamestnanosti sa ekonomická teória zaoberá aj hysteréziou v medzinárodnom obchode. Pokusy aplikovať teóriu hysterézie na trh práce siahajú do 80-tych rokov minulého storočia, keď sa ekonómovia snažili vysvetliť vysokú rovnovážnu mieru nezamestnanosti. S touto myšlienkou prišla časť novej keynesiánskej ekonómie ako protipólom ku konceptu NAIRU. Jednou z hlavných hypotéz hysterézie v nezamestnanosti je, že akákoľvek úroveň nezamestnanosti je konzistentná so stabilnou infláciou, ktorej miera závisí iba na minulom vývoji ako inflácie tak nezamestnanosti. Dopytovo orientovaná hospodárska politika v ekonomike s hysteréznou povahou nezamestnanosti je dlhodobou účinná v boji s nezamestnanosťou bez nezvratných vplyvov zvyšujúcich infláciu.

Takzvané hysterézne mechanizmy podrobnejšie objasňujú mikroekonomickú podstatu javu hysterézie v nezamestnanosti. V súvislosti s trhom práce bývajú uvádzané hysterézne mechanizmy v podobe hypotézy insider-outsider, úlohy dlhodobu nezamestnaných a efektu recesie na kapitálovú zásobu a investície. Podrobnejšia analýza uvedených hysteréznych mechanizmov umožňuje lepšiu aplikáciu hospodárskej politiky v krajinách kde sa vyskytujú.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Hypotéza insider-outsider sa snaží popísať správanie a úlohu odborov v mzdovom vyjednávaní. Odbory v tomto prípade jednájú v prospech zamestnaných (insiderov) a záujmy nezamestnaných (outsiderov) neberú do úvahy. Počas recesie sa časť insiderov stane outsidermi a hypotéza sa snaží zodpovedať otázky spojené s ich návratom späť do práce, keďže ako outsideri nebudú mať už za sebou silu odborov v novom mzdovom vyjednávaní pri nástupe do práce a rovnako sa insideri budú snažiť udržať svoju pozíciu.

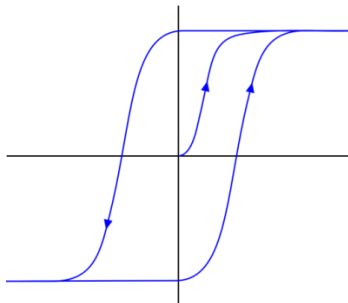
Úloha dlhodobo nezamestnaných na trhu práce je ďalším hysteréznym mechanizmom. Dlhodobo nezamestnaní postupne strácajú pracovné návyky a návrat do sveta práce je pre nich čoraz ťažší. Táto skupina nezamestnaných slabšie reaguje na podnety spojené s oživením ekonomiky (nové pracovné miesta) a rovnako reaguje aj v prípade vládnych podnetov, ktoré skôr zasiahnu zložku krátkodobo nezamestnaných.

Efekt recesie na kapitálovú zásobu a investície vplýva na trh práce v podobe prepúšťania, čiže zvýšením počtu nezamestnaných. Počas recesie sa znižujú investičné výdaje a teda nedochádza k tvorbe nových pracovných miest. Podniky začnú investovať až počas ekonomického oživenia, keď usúdia, že prípadné nové investície dosiahnu návratnosť. Okrem uvedených hysteréznym mechanizmov uvádza literatúra aj ďalšie, medzi ktoré radíme silnú reguláciu trhu práce, zotrvačnosť v preferenciách, prenajímanie zamestnancov a napätosť na trhu práce a inštitucionálne efekty cyklickej nezamestnanosti.

Modelové vyjadrenie hypotézy insider-outsider v podstate znamená jednoduchý test jednotkového koreňa daného časového radu nezamestnanosti, ktorému sa budeme neskôr venovať a čo bude aj prvý vykonávaný test v rámci praktickej časti. Ďalšie dva modely budú potom vychádzať z hysterézneho modelu Phillipsovej krivky.

Pre podrobnejšie hospodársko-politické vzťahy s ohľadom na hysteréziu v nezamestnanosti odporúčam prácu Němec [10] a Slaný [11], podľa ktorých je spracovaná teoretická časť tejto práce. Keďže sa uvedené práce zaoberajú hysteréziu v nezamestnanosti z hľadiska hospodárskej politiky veľmi podrobne, budeme sa ďalej zberať empirickým sledovaním javu hysterézie na trhoch práce krajín V4.

Obrázok 1: Hysterézná slučka



Zdroj: wikipedia.com

Odvodenie hysteréznej Phillipsovej krivky

Podrobným odvodením hysterézneho modelu Phillipsovej krivky v tvare v akom ju budeme neskôr používať pri analýze trhov práce vybraných krajín sa zaoberá nasledujúca časť. Vychádzame z pôvodnej Phillipsovej krivky, ktorá popisovala vzťah miery rastu nominálnych miezd a miery nezamestnanosti. A. W. Phillips pritom vychádzal z údajov pre Veľkú Britániu. Neskôr bola miera rastu nominálnych miezd nahradená infláciou (mierou rastu cenovej hladiny) a bol široko diskutovaný koncept prirodzenej miery nezamestnanosti a úrovne nezamestnanosti neakcelerujúcej infláciu (NAIRU). Z týchto diskusií vyplynula koncom 80-tych rokov aj hypotéza hysterézie v nezamestnanosti.

Tento prístup predpokladá, že NAIRU automaticky sleduje dráhu vývoja miery nezamestnanosti. V tomto pohľade je NAIRU vysoké preto, lebo je vysoká aj nezamestnanosť a NAIRU môže byť znížené ak miera nezamestnanosti klesne vplyvom expanznej politiky. Toto je však späť s hysteréznym mechanizmom úlohy dlhodobo nezamestnaných. Hysterézia teda v redukovanej forme závisí od zmeny miery nezamestnanosti a nie od miery nezamestnanosti ako je tomu v teórii prirodzenej miery nezamestnanosti.

Odvoďme si teraz hysterézny model Phillipsovej krivky tak, ako to uvádza Gordon [3] vo svojej práci. Začneme čo najjednoduchším vyjadrením vzťahu inflácie (p_t) a nezamestnanosti (u_t):

$$p_t = \alpha p_{t-1} + \beta(u_t - u_t^*) \quad (1)$$

kde α a β sú jednotlivé koeficienty a u_t^* zodpovedá NAIRU. Pokiaľ platí $\alpha=1$, tak NAIRU zodpovedá ustálenému stavu, keď $p_t=p_{t-1}$. Hysterézia sa objaví, keď u_t^* závisí na oneskorenej miere nezamestnanosti u_{t-1} a ďalších mikroekonomických determinantoch (z_t):

$$u_t^* = \eta u_{t-1} + z_t \quad (2)$$

po dosadení do predchádzajúceho dostávame:

$$p_t = \alpha p_{t-1} + \beta(u_t - \eta u_{t-1} - z_t) \quad (3)$$

plná hysterézia sa prejaví, pokiaľ príslušný koeficient bude rovný jednej ($\eta=1$). Pokiaľ rovnicu (3) prepíšeme do iného tvaru:

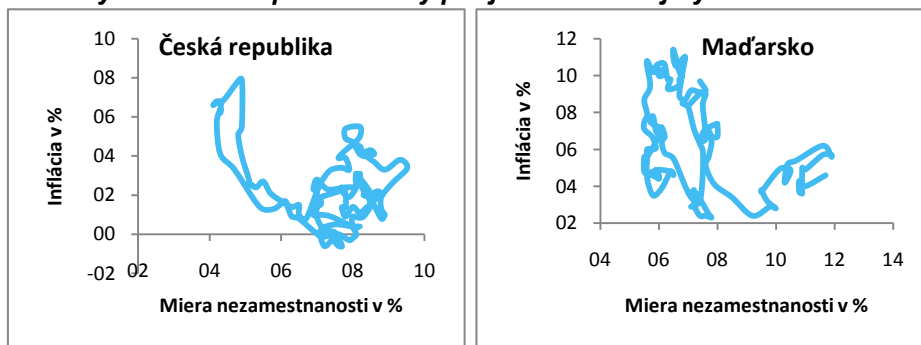
$$p_t = \alpha p_{t-1} + \beta(1 - \eta)u_t + \beta\eta(u_t - u_{t-1}) - \beta z_t \quad (4)$$

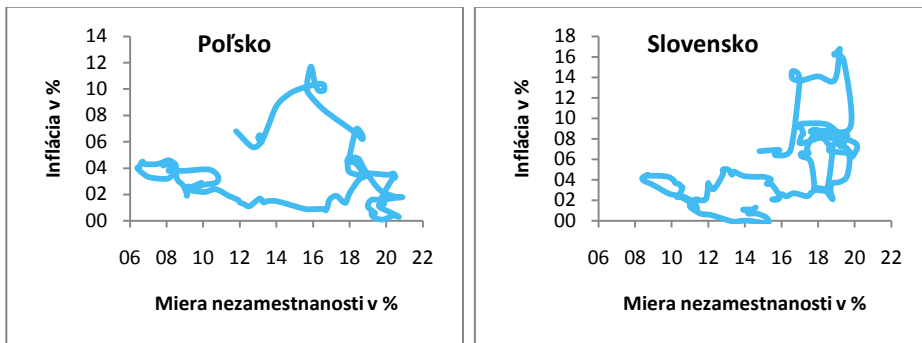
vidíme, že plná hysterézia znamená závislosť vzťahu inflácie a zmeny miery nezamestnanosti a nie jej úrovne. Ďalšou úpravou a zjednodušením uvedenej rovnice získame rovnicu, ktorá bude neskôr použitá pre empirické testovanie prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti pomocou jednorovnicového modelu pre Českú republiku, Maďarsko, Poľsko a Slovensko:

$$p_t = \alpha p_{t-1} + \beta u_t - \beta\eta u_{t-1} + \varepsilon \quad (5)$$

Phillipsovú krivku pre krajiny V4 znázorňujú nasledujúce obrázky (2 až 5). Údaje pre uvedené krajiny predstavujú obdobie od januára 1998 do decembra 2010. Na základe empirickej analýzy, ktorá bude ozrejmená neskôr vyplynulo, že trh práce v Českej republike (obrázok 2) prejavuje známky hysterézie.

Obrázky 2 až 5: Phillipsove krivky pre jednotlivé krajiny





Zdroj: Eurostat, vlastné prepočty

Empirická analýza

Odhalenie prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti na trhoch práce krajín V4 je cieľom predkladanej práce. Okrem strohého rozhodnutia o prítomnosti v závere naznačíme aj základné hospodársko-politické dôsledky uvedeného vývoja. V tejto časti sa postupne oboznámime s jednotlivými testovacími postupmi a modelovacími technikami, ktoré budú využité na konkrétnu empirickú analýzu. Jedná sa o test jednotkového koreňa, jednorovnicový model a vektorovo-autoregresný model.

Najprv sa pozrieme podrobnejšie na údaje z ktorých bude analýza vychádzať. Analyzované budú trhy práce Českej republiky, Maďarska, Poľska a Slovenska. Vstupujúcimi údajmi je miera nezamestnanosti v podobe mesačných údajov o harmonizovanej miere nezamestnanosti zverejňovaná Eurostatom (lmhr_m) a inflácia je vyjadrená pomocou mesačných údajov o medziročných zmenách harmonizovaného indexu spotrebiteľských cien (HICP) zverejňovaných Eurostatom (prc_hicp_manr). Výber jednotlivých časových radov je vykonaný s ohľadom na porovnateľnosť údajov medzi krajinami, čiže výsledky analýzy jednotlivých krajín možno medzi sebou porovnávať. Zreteľ je tiež kladený na periodicitu údajov, pričom v záujme čo najväčšieho počtu pozorovaní a tým aj lepšej vysvetľovacej schopnosti modelu boli zvolené mesačné údaje. Pre úplnosť je analýza doplnená aj zodpovedajúcimi štvrťročnými údajmi týkajúcimi sa nezamestnanosti a z pôvodného Phillipsovho modelu pochádzajúca miera rastu miezd, ktorú neskôr nahradil rast cenovej hladiny vyjadrený deflátorom HDP.

Pre uvedené krajiny boli mesačné údaje analyzované v štyroch rôznych obdobiach. Prvé predstavuje celý sledovaný úsek o januára 1998

do decembra 2010 (156 pozorovaní). Ďalšie obdobia boli vytvárané s ohľadom na hospodársko-politické zmeny v daných krajinách a vzhľadom na nutnosť dostatočného počtu pozorovaní v jednotlivých kratších obdobiach. Štvrťročné údaje nebolo možné vzhľadom na ich počet rozdeliť na kratšie obdobia. Pre každý z týchto piatich časových úsekov boli vykonané tri testovacie postupy rôznej obťažnosti pre odhalenie prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti čo predstavuje vyše 100 modelov.

Prvý testovací postup predstavuje klasický test jednotkového koreňa. Tomuto testu bol vystavený časový rad nezamestnanosti. Test v podstate odpovedá, či je časový rad stacionárny alebo nie. Konkrétne bol použitý rozšírený test Dickeyho a Fullera (ADF test) a dĺžka oneskorenia bola automaticky nastavená podľa Schwarzovho informačného kritéria. Krížik v tabuľke v tomto prípade znamená, že na 95% hladine významnosti môžeme konštatovať prítomnosť jednotkového koreňa. Z hľadiska hysterézie v nezamestnanosti, môžeme konštatovať, že jednoduchá verzia hypotézy insider-outsider je relevantná pre vysvetlenie charakteru nezamestnanosti v danej krajine.

Druhý test predpokladá vytvorenie jednorovnicového modelu a jeho verifikáciu. Jednorovnicový model zodpovedá vyjadreniu hysteréznej Phillipsovej krivky tak, ako ju znázorňuje rovnica (5). Verifikácia konkrétneho modelu spočíva v jeho schopnosti dostatočne popísať skutočnosť, mať významné jednotlivé parametre a prípadne v odstránení autokorelácie či ďalších neduhov. Po verifikácii modelu sa sleduje prítomnosť hysterézie veľmi jednoducho. Koeficienty pri u_t a u_{t-1} majú opačné znamienko a ich podiel je približne jedna. Pokiaľ je podiel presne 1, predpokladáme plnú hysteréziu. Krížik v tabuľke teda znamená, že model dobre popisuje skutočnosť, jednotlivé koeficienty sú významné a samozrejme ich podiel je približne jedna.

Tretí test spočíva vo vektorovo-autoregresnom (VAR) modeli vychádzajúcom z hysterézneho modelu Phillipsovej krivky. Použitie VAR modelu vyplynulo z dvoch podnetov. Prvým je samotný tvar hysteréznej Phillipsovej krivky (5), ktorý sa podobá všeobecnému VAR modelu pre dve premenné a jedno oneskorenie. Druhým podnetom bola častá prítomnosť autokorelácie v jednorovnicovom modeli a potreba jej odstraňovania. Verifikácia modelu spočívala v aplikácii Johansenovej procedúry. Problematika VAR modelov presahuje rámec tohto článku, podrobnejšie

například v Hušek [6], Hatrák [5], Arlt [1] alebo Greene [4]. Krížik v tabuľke znamená, že na základe modelu možno opäť na hladine 5% konštatovať prítomnosť hysterézie. Malá početnosť kladných nálezov môže ísť na vrub nutnosti splnenia viacerých podmienok pri verifikácii modelu.

Nasledujúca tabuľka prehľadne znázorňuje výsledky analýzy sledovania prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti vo vybraných krajinách. Krížik (x) v tabuľke znamená, že na základe výsledkov testovania môžeme konštatovať prítomnosť hysterézie v nezamestnanosti. Alebo inak povedané, trh práce v danej krajine možno popísať modelom a na základe výsledkov tohto modelu možno prijať hypotézu o prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti.

Tabuľka: prehľad výsledkov analýzy prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti

Krajiny	1998m1 až 2010m12			1998m1 až 2001m12			2002m1 až 2007m12			2008m1 až 2010m12			1998Q1 až 2010Q3					
	Jednotkový koreň	Jednorovnicový model	VAR model	Jednotkový koreň	Jednorovnicový model	VAR model	Jednotkový koreň	Jednorovnicový model	VAR model	Jednotkový koreň	Jednorovnicový model	VAR model	Jednotkový koreň	Jednorovnicový model (HDP)	Jednorovnicový model (mzdy)	VAR model (HDP)	VAR model (mzdy)	Počet kladných nálezov
CZ	-	x	x	-	x	-	-	-	-	x	x	-	x	x	x	-	-	7.5
HU	-	-	-	x	-	-	x	-	x	-	-	-	-	-	-	-	-	3
PL	-	-	-	x	x	-	-	-	-	x	-	-	x	-	-	-	-	4
SK	-	-	-	-	-	x	-	-	x	-	x	-	-	-	x	x	x	5.5

Zdroj: Eurostat, vlastné prepočty

Posledný stĺpec tabuľky jednoducho uvádza počet kladných nálezov hysterézie v nezamestnanosti. Polovičné nálezy v prípade Českej republiky a Slovenska predstavujú kladné výsledky rovnakého testu s dvoma rôznymi súbormi vstupných údajov. V prípade Českej republiky a Slovenska môžeme konštatovať prítomnosť hysterézie v nezamestnanosti. Trhy práce v Maďarsku a Poľsku vykazujú len náznaky hysterézneho vývoja.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Výsledky analýzy

Podrobnejším popisom a komentárom výsledkov sa zaoberá táto časť. Postupne sa oboznámime s výsledkami pre jednotlivé krajiny vo všetkých sledovaných obdobiach. Pri každej krajine uvedieme výstup modelu, ako aj základné hospodársko-politické implikácie hysterézneho vývoja vzhľadom ku konkurencieschopnosti krajiny a jej trhu práce.

Česká republika

Výsledky empirickej analýzy v prípade trhu práce v Českej republike ukazujú, že v priebehu celého obdobia možno považovať vývoj na trhu práce za hysteréznym. Test jednotkového koreňa, ktorý je spojený s hysteréznym mechanizmom insider-outsider hypotézy, je prítomný len v období od januára 2008 do decembra 2010. Na základe tohto testu môžeme konštatovať, že počas celosvetovej hospodárskej a ekonomickej krízy sa sila odborov v Českej republike zvýšila.

Sledovanie prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti pomocou vektorovo-autoregresného modelu vychádzajúceho z hysterézneho tvaru Phillipsovej krivky nám pre časové obdobie od januára 1998 do decembra 2010 poskytlo nasledujúce výstupy:

$$\hat{u}_t = 1,56u_{t-1} - 0,59u_{t-2} - 0,03p_{t-1} + 0,02p_{t-2} + 0,20$$

$$\hat{p}_t = -0,40u_{t-1} + 0,41u_{t-2} + 1,23p_{t-1} - 0,29p_{t-2} + 0,10$$

pričom vypovedacia schopnosť modelu je na úrovni $R^2=97\%$. V uvedenom výstupe modelu nás zaujíma podiel koeficientov pri miere nezamestnanosti (u_t), ktorý by mal byť okolo jednej a koeficienty by mali mať opačné znamienka. Ako vidíme v našom prípade sú podmienky splnené a môžeme teda konštatovať hysteréznym vývoj na trhu práce v uvedenom období. Takýto vývoj implikuje neprítomnosť rovnovážnej miery nezamestnanosti (vyjadrenej NAIRU). Uvedené možno chápať ako konkurenčnú výhodu Českej republiky na trhu práce krajín Európskej únie.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Maďarsko

Na základe analýzy nepredpokladáme hysterézny vývoj na trhu práce v Maďarsku. Obdobne ako v prípade Českej republiky môžeme konštatovať vyššiu silu odborov no v inom období. Test jednotkového koreňa naznačuje hysterézny mechanizmus spätý s insider-outsider hypotézou v období od januára 1998 až do decembra 2007. V nasledovnom období sa pozícia odborov zoslabila, čo mohlo byť spôsobené nástupom reformnej vlády.

Tretím kladným nálezom prítomnosti hysterézie zo všetkých modelov pre Maďarsko bol VAR model v období január 2002 až december 2007. Model a výsledky sú obdobné ako v prípade Českej republiky, no závery nemôžeme skopírovať. Ekonomická teória z ktorej vychádzame totiž predpokladá rovnovážnu mieru nezamestnanosti v strednodobom až dlhodobom horizonte, čo v tomto prípade nie je splnené.

Poľsko

Analýza v prípade Poľska naznačuje obdobné výsledky ako v prípade Maďarska. Celkovo nepredpokladáme hysterézny vývoj na trhu práce. V úvahu pripadá len insider-outsider hypotéza, ktorej prítomnosť konštatujeme na základe testu jednotkového koreňa. Pri použití štvrtročných údajov je sila odborov vyššia v celom sledovanom období. Podrobnejšie členenie pri mesačných údajoch ukazuje ich kolísavé postavenie. V období rokov 1998 až 2002 a v období 2008 až 2011 mali odbory silnejšie postavenie než v rozmedzí rokov 2002 až 2009. Takéto kolísanie pozície odborov na trhu práce môže znamenať celkovú konkurenčnú nevýhodu pre Poľsko na trhu práce EÚ.

Slovensko

Obdobne ako v prípade Českej republiky aj pre Slovensko konštatujeme na základe analýzy prítomnosť hysterézie v nezamestnanosti. V každom zo sledovaných období nám aspoň jeden z testov potvrdil hysterézny vývoj vychádzajúci z hysterézneho modelu Phillipsovej krivky. Jediným prípadom, kde takýto vývoj nebol potvrdený je celé sledované obdobie pri použití mesačných údajov. Tieto údaje majú väčšiu volatilitu a sú citlivejšie



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

na krátkodobé vplyvy, preto môžeme výsledky pri použití štvrtročných údajov za celé obdobie považovať za relevantné.

Aplikácia jednorovnicového modelu vychádzajúceho z hysterézneho tvaru Phillipsovej krivky poskytla v prípade Slovenska nasledujúci výstup:

$$\hat{p}_t = 0,94p_{t-1} - 0,55u_t + 0,56u_{t-1}$$

pričom vypovedacia schopnosť modelu je na úrovni $R^2=98\%$. Opäť vidíme, že parametre modelu majú želané vlastnosti. Podiel koeficientov pri miere nezamestnanosti (u_t) je približne jeden a majú opačné znamienka. Uvedený model predstavuje takmer plnú hysteréziu, ktorá znamená závislosť vzťahu inflácie a zmeny miery nezamestnanosti a nie jej úrovne. V prípade Slovenska je to pochopiteľné, keďže veľkú časť nezamestnaných predstavujú dlhodobo nezamestnaný. Konkurenčnou výhodou je tak reakcia trhu skôr než na úroveň nezamestnanosti na zmenu tejto úrovne.

Záver

Zámerom článku bolo oboznámiť čitateľa s konceptom hysterézie a jej prejavmi na trhu práce. Úvod sa zaoberal všeobecnými predpokladmi a v prípade prítomnosti hysterézie v nezamestnanosti boli ozrejmene niektoré hysterézne mechanizmy. Nevyhnutným pre ďalšiu analýzu bolo vysvetlenie a odvodenie hysteréznej Phillipsovej krivky. Potrebným bolo tiež bližšie oboznámenie čitateľa s analytickými postupmi aplikovanými počas empirickej analýzy.

Vlastné testovanie prebiehalo na údajoch krajín V4 predstavujúcich Českú republiku, Maďarsko, Poľsko a Slovensko. Pozorovania inflácie a nezamestnanosti predstavovali sledované obdobie a jeho kratšie úseky od začiatku roka 1998 do konca roka 2010. Výsledky analýzy boli stručne zhrnuté v tabuľke a podrobnejšie komentované pre každú zo sledovaných krajín.

Česká republika spolu so Slovenskom vykazujú na základe analýzy hysterézny vývoj na trhu práce čo implikuje neprítomnosť rovnovážnej miery nezamestnanosti (NAIRU). V Českej republike na rozdiel od Slovenska pozorujeme aj silnejšie postavenie odborov. Na druhej strane v prípade Slovenska je slabšie postavenie odborov vo vzťahu s vyššou mierou dlhodobej nezamestnanosti.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Polsko a Maďarsko nevykazujú hysterézny vývoj. Trh práce týchto krajín však možno popísať niektorým z hysteréznych mechanizmov, konkrétne hypotézou insider-outsider. Vo vzťahu k tejto hypotéze môžeme povedať, že v Poľsku mali odbory silné postavenie počas celého sledovaného obdobia. Roky 1998 až 2008 predstavovali aj v Maďarsku silnejšie postavenie odborov.

Záverom treba pre úplnosť dodať, že teória hysterézie je len okrajovou v ekonomickej teórii. Na väčšine ekonomicky zameraných vysokých škôl sa nevyučuje vôbec a pokiaľ sa vyučuje, tak je súčasťou pokročilých kurzov. Úlohou predkladaného článku teda bolo aj základné oboznámenie čitateľa s alternatívnou hypotézou a tým zvýšenia jeho konkurencieschopnosti a všeobecného rozhľadu na trhu práce.

Literatúra

- [1] ARLT, J.: Ekonomické časové řady: vlastnosti, metody modelování, příklady a aplikace. Praha: Grada, 2007
- [2] CROSS, R. – ALLAN, A.: On the history of hysteresis. In Unemployment, hysteresis and the natural rate hypothesis. Oxford and New York: Blackwell Publishing, 1988
- [3] GORDON, R. J.: Hysteresis in History: Was There Ever a Phillips Curve? The American economic Review, ročník 79, 1989: s. 220–225.
- [4] GREENE, W. H.: Econometric analysis. New Jersey: Prentice Hall, 2003
- [5] HATRÁK, M.: Ekonometria. Bratislava: Iura Edition, 2007
- [6] HUŠEK, R.: Aplikovaná ekonometrie. Praha: Oeconomica, 2009
- [7] LISÝ, J. a kol.: Ekonomía v novej ekonomike. Bratislava: Iura Edition, 2005
- [8] LUKÁČIKOVÁ, A. – LUKÁČIK, M.: Ekonometrické modelovanie s aplikáciami. Bratislava: Ekonóm, 2008
- [9] MANKIW, N. G.: Macroeconomics. New York: Worth Publishers, 2002
- [10] NĚMEC, D.: Hystereze nezaměstnanosti na trzích práce - příčiny, důsledky, souvislosti. Brno, Masarykova univerzita: Dizertačná práca, 2010



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- [11] SLANÝ, M.: Moderní přístupy k trhu práce: přirozená míra nezaměstnanosti a hysterese. Praha, VŠE: Diplomová práce, 2007
- [12] ŠKOLUDA, V.: Hysterézia v nezamestnanosti a jej prítomnosť na trhoch práce európskych krajín. Praha, VŠE, 2011

Hysteresis in unemployment and its consequences on the labour markets of the V4 countries

Abstract

The presented paper deals with the hysteresis in unemployment. Hysteresis can be best understood as a phenomenon in which the system gets from one equilibrium level to another. The aim of this work is to compare the labour markets of selected countries (Czech Republic, Hungary, Poland and Slovakia). In case of adoption hypothesis of hysteresis in a country we will attempt to identify its causes and consequences as on the labour market so in the broader economic and political aspect. First part of the article will deal with introduction of the concept of hysteresis in unemployment, an explanation of the basic mechanisms of hysteresis and hysteretic model of the Phillips curve. Econometric testing of the hysteretic Phillips curve for these countries is the core of this paper. Test results and economic policy implications of these results on the labour market and in the broader sense will be the conclusions of this paper.

Key words

Hysteresis in unemployment, Hysteretic mechanisms, Unit root test, Single equation model, VAR model

Kontaktné údaje na autora

Ing. Václav Školuda

Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky, Katedra ekonometrie

nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3

Email: skoluda@gmail.com; vaclav.skoluda@vse.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Analýza exportu zboží firem Vysočiny

Šulc Michal

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

V příspěvku je analyzován export zboží firem Vysočiny v období 2003-2009. Předmětem zájmu autora je firemní, teritoriální a zbožová struktura exportu zboží, včetně posouzení exportní výkonnosti Vysočiny v porovnání s ostatními kraji České republiky. Regionální data pro hodnocení zahraničních transakcí krajů jsou poměrně problematická. Jde zejména o skutečnost, že regionálně je sledován pouze export zboží, nikoli také jeho import, regionálně je sledován pouze export zboží, nikoli také export služeb, a již více než 11 % hodnoty exportu zboží zůstalo v roce 2009 regionálně nezařazeno. Podíl Vysočiny na exportu zboží České republiky od roku 2003 trvale klesá. Z hlediska exportní výkonnosti, měřené hodnotou exportu zboží per capita, bylo možno Vysočinu v roce 2009 charakterizovat jako kraj spíše podprůměrný. Z hlediska dynamiky exportu, měřené růstem hodnoty exportu zboží per capita mezi roky 2003-2009, byla Vysočina v roce 2009 krajem silně podprůměrným. Dominantní exportní firmou Vysočiny je jihlavská Bosch Diesel s.r.o., jejíž podíl na exportu zboží kraje dosáhl v roce 2009 17,4 %. Teritoriální i zbožová struktura exportu zboží Vysočiny je v čase stabilní a podobná struktuře ČR. Většina produkce Vysočiny je exportována do zemí Evropské unie, z nichž nejvýznamnějším partnerem je Německo. Více než 50 % objemu exportu zboží Vysočiny tvoří dle klasifikace SITC trvale skupina 7 Stroje a dopravní prostředky, z nichž mají nejvyšší zastoupení čerpadla na kapaliny a dopravníky kapalin.

Klíčová slova

Export zboží, zbožová a teritoriální struktura exportu, kraje, kraj Vysočina



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úvod

Mezinárodní obchod je předmětem zájmu ekonomů již od doby vzniku ekonomické vědy. Export je rovněž důležitou proměnnou v některých teoriích vysvětlujících regionální ekonomický růst, případně regionální hospodářský cyklus. Jde například o teorii exportní základny regionů či tzv. „konkurenceschopnostní“ přístupy k rozvoji regionů, jejichž základní (nikoli jedinou) tezí je úspěšnost produkce regionů na ex-regionálních trzích.

Cílem tohoto příspěvku je analýza exportu zboží firem Vysočiny v období 2003-2009 z pohledu postavení tohoto kraje v rámci České republiky (ČR) a z hlediska firemní, teritoriální a zbožové struktury exportu zboží. Část „Data a metodika“ uvádí některé limitující faktory na straně předmětných statistických dat a jejich sledování. Část „Výsledky a diskuse“ obsahuje výsledky analýzy uvedených charakteristik exportu zboží firem Vysočiny, které jsou stručně shrnuty v „Závěru“ příspěvku.

Data a metodika

Český statistický úřad publikuje regionální data o vývozu zboží (EX) jednotlivých krajů v publikacích „Vývoz zboží jednotlivých krajů České republiky“ [1] a „Zahraniční obchod České republiky“ [2]. První publikace obsahuje komentované členění dle teritoriální a zbožové struktury EX, druhá publikace obsahuje aktuálnější měsíční údaje o celkovém EX krajů. Z hlediska času jsou dle metodiky vykazování dat do analýzy zahrnuty definitivní údaje od počátku regionálního sledování EX, tedy roku 2003, do roku 2008 a předběžné údaje za rok 2009. Údaje jsou dostupné pouze v běžných cenách.

Prvním limitujícím faktorem hodnocení obchodních vztahů českých krajů se zahraničím je skutečnost, že regionálně je sledován pouze export, nikoli také import zboží. K dispozici je tak pouze jedna strana regionálních obchodních bilancí. Důvodem pro nesledování regionálních údajů o importu zboží je jejich nevěrohodnost [1].

Regionálně nejsou rovněž sledovány údaje o vývozu a dovozu služeb. Pro celou ČR dosáhl podíl exportu služeb na celkovém exportu v roce 2009 18 %. To je významným limitujícím faktorem analýzy, zejména pak u krajů, kde je podíl služeb na tvorbě hrubé přidané hodnoty vysoce nadprůměrný, což platí v ČR především pro Prahu.

Zařazení EX do krajů se provádí dle místa původu zboží [3]. Pokud není kraj původu znám, nebo zboží nepochází z ČR, je EX zařazen do „nespecifikováno“. Nesprávné regionální zařazení zboží vykazujícími subjekty je proto dalším problémem vypovídací schopnosti dat. Zatímco v roce 2004 bylo nespecifikováno pouze 0,7 % EX, v roce 2009 tento podíl činil již 11,2 %, což již implikuje pochybnosti o užitečnosti tohoto statistického sledování.

Zbožová struktura exportu je sledována v členění dle Standardní mezinárodní klasifikace zboží (**Standard International Trade Classification**, SITC). Ta prochází v čase revizemi, takže data v analýze jsou členěna částečně dle 4. revize (roky 2006-2009) a částečně dle 3. revize (roky 2003-2005), neboť ČSÚ neposkytuje v publikacích dlouhodobou přepočítanou časovou řadu dle nejnovější revize. V nižších úrovních klasifikace (dvě a tři místa) ČSÚ publikuje rovněž regionálně pouze nejvíce zastoupené skupiny, nikoli celé třídění.

Konečně a především, do analýzy exportní výkonnosti regionu by měl být logicky zahrnut i EX do ostatních regionů, nikoli pouze za hranice státu. Tato data jsou však nedostupná.

Analýza byla provedena za období 2003-2009 a to v oblasti celkového vývoje objemu, firemní, teritoriální a zbožové struktury EX Vysočiny. V každé oblasti byla provedena i komparace s ostatními kraji, případně průměrnou hodnotou za ČR.

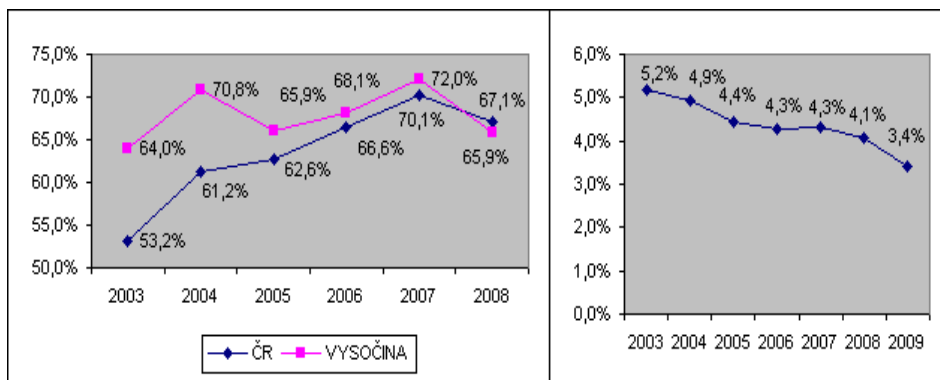
Výsledky a diskuse

EX Vysočiny v rámci ČR

Pro období 2003-2009 lze zaznamenat poměrně zřetelný trend vývoje EX ČR, který platí i pro jednotlivé kraje. Nejprve mezi roky 2003-2007 došlo k rapidnímu nárůstu objemu EX o 81 %, kdy v některých krajích (Plzeňský a Praha) vzrostl EX dokonce více než dvojnásobně. Následně došlo vlivem hospodářské recese k citelnému snížení objemu exportu až na 86 % hodnoty EX roku 2007 v roce 2009. Karlovarský a Královehradecký kraj zaznamenaly v roce 2009 nižší absolutní hodnotu EX než v roce 2003. Jednoznačnými tahouny EX ČR jsou Pardubický kraj, Plzeňský kraj a Středočeský kraj. V těchto krajích je velikost objemu EX vysoce nadprůměrná a to jak z hlediska absolutního objemu, tak z hlediska relativní

velikosti měřené exportem na obyvatele, resp. podílem exportu na HDP. U všech těchto krajů ve sledovaném období rostl významně i význam EX pro ekonomiku a existovala zde jedna dominantní exportní firma (blíže viz [4]).

Obr. 1. Podíl EX ČR a Vysočiny na HDP a podíl EX Vysočiny na celkovém EX ČR (b.c., %)



Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

V roce 2009 dosáhl EX Vysočiny velikosti 72,6 mld. Kč, což činilo 3,4 % celkového EX ČR. Po Karlovarském a Olomouckém kraji se jednalo o třetí nejnižší hodnotu z českých krajů. Jak je patrné z pravé části obrázku 1, podíl Vysočiny na celkovém EX ČR trvale klesá. Absolutní velikost EX se mezi roky 2003 a 2009 zvýšila pouze o 2 % (EX celé ČR vzrostl v tomto období o 56 %), což byla mezi kraji opět třetí nejnižší hodnota. Na tomto stavu se promítlo zejména období 2008-2009, kdy objem EX Vysočiny klesl až na 68 % úroveň roku 2007, což znamenalo největší pokles mezi kraji ČR.

Levá část obrázku 1 ukazuje vývoj poměru EX na HDP Vysočiny i ČR, který ilustruje význam EX pro jejich ekonomiku. Obrázek potvrzuje skutečnosti uvedené výše. Zatímco tento poměr pro ČR vzrostl ve sledovaném období o téměř 14 procentních bodů, stejný poměr pro Vysočinu vzrostl pouze o 1,9 procentního bodu.

Zhodnocení exportní výkonnosti krajů v obdobích 2003-2007, 2007-2009 a 2003-2009 je obsaženo v příloze 1. Exportní výkonnost kraje je měřena hodnotou EX per capita. Na osách x jsou zobrazeny stavy EX per capita v posledním roce sledovaného období, na osách y poté index změny EX per capita mezi posledním a prvním rokem sledovaného období. Hodnoty pro Vysočinu i průměrné hodnoty ČR jsou v grafech zvýrazněny. Příloha

potvrzuje exportní dominanci Středočeského, Plzeňského a Pardubického kraje. EX per capita těchto krajů přesahuje hodnotu 300 tis. Kč, kdežto průměrná hodnota ČR byla v roce 2009 203 tis. Kč. Nadprůměrnou hodnotu růstu EX per capita v období 2003-2009 zaznamenaly kraje Moravskoslezský, Plzeňský a Praha. Z grafů je rovněž jasně patrný výrazný propad EX Vysočiny v období 2007-2009. Z hlediska exportní výkonnosti v roce 2009 byla Vysočina spíše podprůměrným krajem (EX per capita byl 141 tis. Kč) a z hlediska dynamiky růstu EX per capita krajem výrazně podprůměrným.

Firemní struktura EX⁴⁵

Dominantní exportní firmou Vysočiny je jihlavská Bosch Diesel s.r.o., jejíž podíl na celkovém EX Vysočiny je na obrázku 2. Druhou nejvýznamnější exportní firmou byla v roce 2009 na Vysočině Automotive Lighting, s.r.o., jejíž EX byl však více než 2,5x menší (4,7 mld. Kč, 6,5 %).

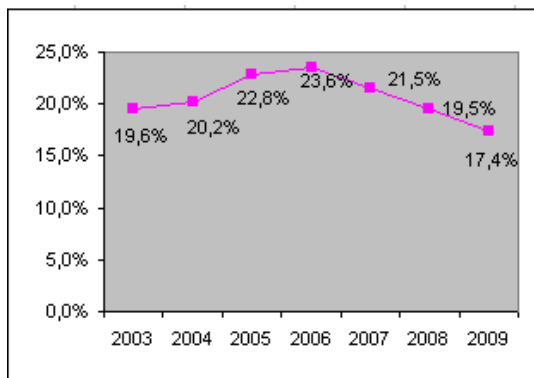
Vysočina patří mezi kraje se střední úrovní firemní specializace EX a to jak při započítání podílu největší vývozní firmy, tak při započítání podílů dvou největších firem. Do této skupiny patří i Zlínský kraj (dominantní firmou je Barum Continental spol. s r.o. s podílem 21,9 % v roce 2009; podíl dvou nejvýznamnějších firem dohromady byl 26,7 %), Plzeňský kraj (Panasonic AVC Network Czech, s.r.o., 19,1 %⁴⁶; 20,3 %) a Liberecký kraj (Lucas Varity s.r.o., 11 %; 19 %).

Do skupiny nejvíce firemně specializovaných regionů patří kraje Středočeský, Pardubický a Praha. V případě Středočeského kraje je zcela dominantní pozice nejvýznamnějšího českého exportéra Škody Auto, a.s., s podílem 39,6 % na EX Středočeského kraje v roce 2009. Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech, s.r.o., se pak na EX kraje podílí dalšími 12,3 %. V Praze jsou dominantními firmami RWE Transgas, a.s. (42,1 %) a Agrofert Holding, a.s. (31,8 %). Konečně v Pardubickém kraji jsou nejvýznamnějšími vývozci Foxconn CZ s.r.o. (48,4 %) a Iveco Czech Republic, a.s. (5,4 %). Ostatní kraje mají firemní strukturu EX specializovanou podstatně méně.

⁴⁵ Zdrojem dat o exportu jednotlivých firem v tomto oddíle jsou online dostupné údaje sdružení CZECH TOP 100 (<http://www.czechtop100.cz/>) a výroční zprávy jednotlivých firem (<http://www.justice.cz/or/>).

⁴⁶ Jde o přibližné odhady podle velikosti tržeb 2009 a údajů z roku 2008.

Obr. 2. Vývoj podílu firmy Bosch Diesel s.r.o. na EX Vysočiny v období 2003-2009 (b.c., %)



Zdroj: ČSÚ, Bosch Diesel s.r.o.

Teritoriální struktura EX

Z hlediska destinací celkového EX ČR nemá Vysočina dominantní postavení v žádné zemi⁴⁷. V roce 2009 se Vysočina podílela nejvíce na EX do Rakouska (4,5 %), Maďarska (4,4 %) a Francie (4,2 %). V roce 2003 to byla Francie (8,6 %), Rakousko (8,3 %) a Německo (5,5%).

Teritoriální struktura EX Vysočiny je v relativním vyjádření rovněž velmi podobná teritoriální struktuře EX ČR a to včetně její stability v čase a trendů vývoje. Vysočina exportuje trvale nepatrně více zboží než je průměr ČR do EU (v letech 2003-2009 se rozdíl pohyboval v intervalu 0,9-2,6 p.b.) a Německa (0,4-7,2 p.b.). Vývoj teritoriální struktury EX Vysočiny ukazuje tabulka 1.

Z tabulky vyplývá, že teritoriální struktura EX Vysočiny je v čase poměrně stabilní. Většina produkce je exportována do zemí EU, z nichž nejvýznamnější vývozní destinací je Německo.

⁴⁷ Takto lze však samozřejmě usuzovat pouze u zemí, jejichž konkrétní podíly jsou dostupné v publikacích ČSÚ, nikoli o zemích zařazených do „Ostatní“.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 1. Teritoriální struktura EX Vysočiny v 2003-2009 (b.c., mld. Kč, %)

Teritorium	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Francie	5,6	9,8	4,8	6,9	7,5	6,8	5,1
Itálie	4,4	5,0	3,9	4,5	5,2	3,7	2,8
Německo	27,9	31,0	32,3	33,3	39,3	38,1	27,0
Polsko	3,1	4,4	4,6	4,9	4,4	4,3	3,2
Rakousko	7,1	7,0	5,6	6,8	7,3	6,6	4,5
Slovensko	4,4	5,3	5,3	5,9	6,3	6,7	5,5
Ostatní EU	9,4	12,7	15,5	18,9	22,5	20,3	14,4
Celkem EU	61,9	75,2	71,8	81,2	92,5	86,4	62,4
Celkem ostatní	9,0	9,7	11,3	10,8	14,0	13,9	10,2
EX celkem	70,9	84,9	83,1	92,1	106,6	100,3	72,6
% EU	87,2%	88,5%	86,4%	88,3%	86,8%	86,2%	85,9%
% Ostatní	12,8%	11,5%	13,6%	11,7%	13,2%	13,8%	14,1%
% Německo	39,3%	36,5%	38,8%	36,2%	36,9%	38,0%	37,2%
% Ostatní EU	13,2%	14,9%	18,7%	20,5%	21,1%	20,2%	19,8%

Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

Zbožová struktura EX

Stejně jako v případě teritoriální struktury, Vysočina nedosahuje v žádné položce zbožové struktury (na 1 místo klasifikace SITC) nadprůměrného podílu na celkovém EX položky celé ČR. Trvale klesající, nicméně stále nejvýznamnější, je tento podíl u položky „2 Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv“ a to 5,6 % v roce 2009, resp. 10,3 % v roce 2003. Zbožová struktura EX Vysočiny je rovněž velmi podobná zbožové struktuře EX celé ČR a to včetně trendů jejího vývoje.

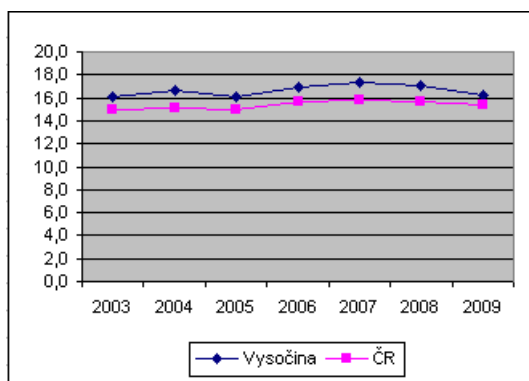
Tab. 2. Zbožová struktura EX Vysočiny v 2003-2009 (b.c., mld. Kč, %, SITC1)

SITC1, mld. Kč	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
0 Potraviny a živá zvířata	3,4	3,4	3,4	3,0	3,4	3,9	3,8
1 Nápoje a tabák	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
2 Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv	4,0	4,2	4,1	4,0	4,0	3,8	3,1
3 Minerální paliva, maziva a příbuzné mat.	0,1	0,9	0,5	0,2	0,0	0,3	0,0
4 Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
5 Chemikálie a příbuzné výrobky, j.n.	1,5	2,0	2,2	2,3	2,4	2,6	2,3
6 Polotovary a materiály	13,8	16,3	17,8	20,4	24,5	21,8	14,4
7 Stroje a dopravní prostředky	38,7	48,3	45,1	52,3	61,7	57,5	39,9
8 Průmyslové spotřební zboží	9,4	9,7	9,8	9,6	10,3	10,1	9,0
9 Nezařazené položky	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Celkem	70,9	84,9	83,1	92,1	106,6	100,3	72,6
0 Potraviny a živá zvířata %	4,9%	4,0%	4,1%	3,3%	3,2%	3,9%	5,2%
1 Nápoje a tabák %	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
2 Suroviny nepoživatelné, s výjimkou paliv %	5,6%	5,0%	4,9%	4,4%	3,7%	3,8%	4,3%
3 Minerální paliva, maziva a příbuzné mat. %	0,1%	1,1%	0,7%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%
4 Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky %	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
5 Chemikálie a příbuzné výrobky, j.n. %	2,1%	2,3%	2,6%	2,5%	2,3%	2,6%	3,1%
6 Polotovary a materiály %	19,4%	19,2%	21,5%	22,2%	23,0%	21,8%	19,8%
7 Stroje a dopravní prostředky %	54,6%	56,8%	54,3%	56,8%	57,9%	57,3%	54,9%
8 Průmyslové spotřební zboží %	13,2%	11,4%	11,8%	10,4%	9,7%	10,1%	12,4%
9 Nezařazené položky %	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Celkem %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

Vývoj zbožové specializace EX je možno taktéž změřit vývojem směrodatné odchylky procentních podílů jednotlivých tříd SITC1. To ukazuje obr. 3. Do roku 2007 došlo v ČR i na Vysočině k nepatrnému zvýšení zbožové specializace EX, následně pak k jejímu mírnému snižování.

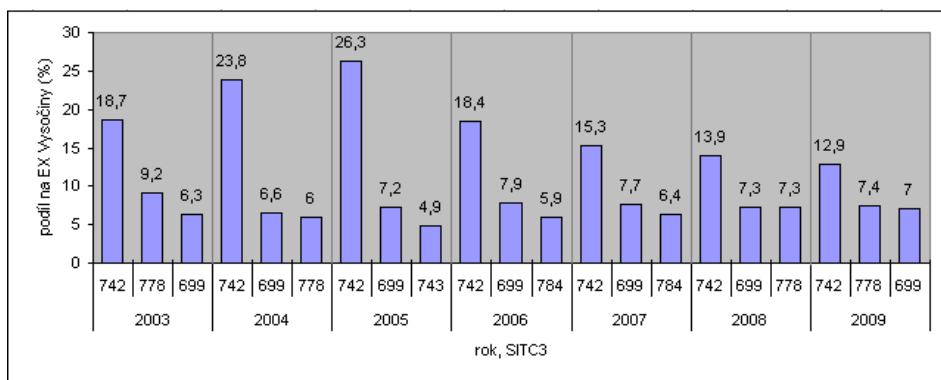
Obr. 3. Vývoj směrodatných odchylek podílů jednotlivých tříd SITC1 na Vysočině a ČR



Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty

Podrobnější pohled na zbožovou strukturu EX poskytuje třídění SITC na tři místa. Obr. 4 ukazuje procentní podíl tří nejvíce zastoupených komoditních skupin EX v letech 2003-2009. Nejvíce zastoupenou komoditou EX jsou na Vysočině tradičně 742 Čerpadla na kapaliny a dopravníky kapalin, stabilní podíl (cca 7%) má rovněž skupina 699 Výrobky z kovů základních.

Obr. 4. Podíl tří nejvíce zastoupených skupin EX Vysočiny v 2003-2009 (%)



Zdroj: ČSÚ; SITC3: 742 Čerpadla na kapaliny a dopravníky kapalin, 778 Přístroje elektrické j.n. (baterie, žárovky), 699 Výrobky z kovů základních j.n., 743 Čerpadla (ne na kapaliny), kompresory a ventilátory, 784 Díly a příslušenství motorových vozidel, 778 Přístroje elektrické j.n. (baterie, žárovky)

Závěr

Podíl Vysočiny na exportu zboží České republiky od roku 2003 trvale klesá a z hlediska exportní výkonnosti patří Vysočina k průměrným regionům. Výsledky rovněž potvrzují, že Vysočina je významně exportně orientována na země EU a specializována na vývoz komponent pro potřeby automobilového průmyslu.

Zajímavým námětem na případný další postup může být analýza vývoje podílu přidané hodnoty exportního odvětví (firem) na hrubé přidané hodnotě vytvořené v regionu. Například uvedený podíl firmy Bosch Diesel s.r.o. činil v roce 2007 7 %, což mj. indikuje nezastupitelnou roli exportních odvětví pro ekonomiku Vysočiny a ekonomickou významnost exportní báze regionu.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

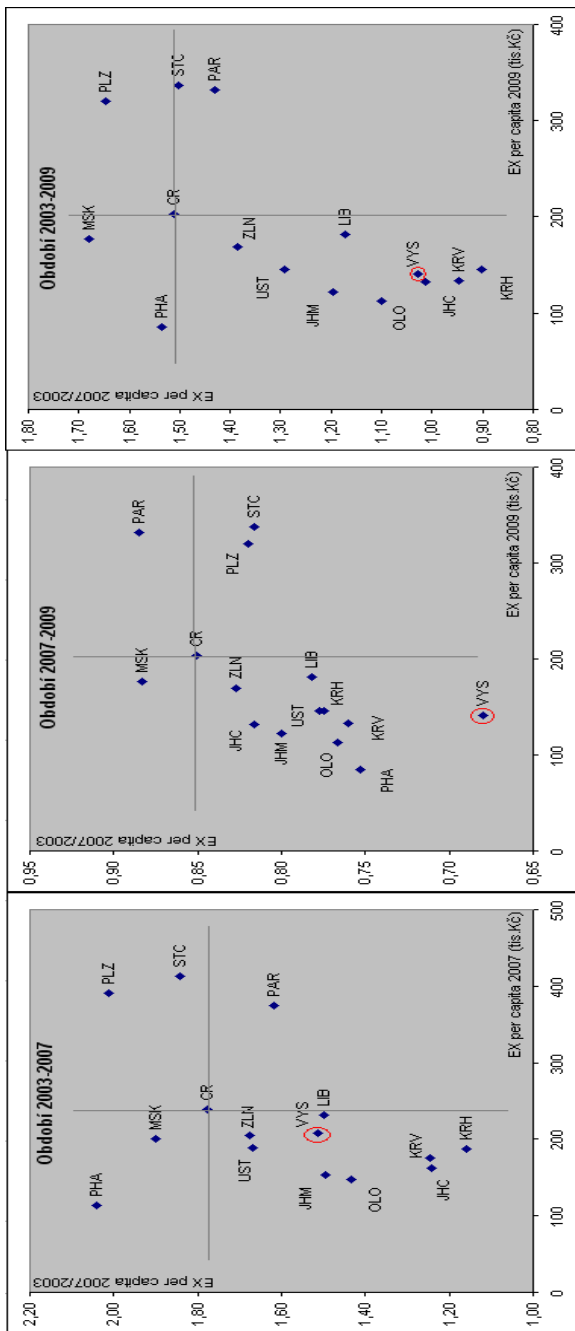
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] ČSÚ (2010a): Vývoz zboží jednotlivých krajů České republiky. Elektronická publikace w-6009-10. Cit.: 13. 9. 2010. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/aktual/ep-6>
- [2] ČSÚ (2010b): Zahraniční obchod České republiky leden až březen 2010. Elektronická publikace w-6001-10. Cit.: 13. 9. 2010. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/aktual/ep-6>
- [3] ČSÚ (2010c): **Zahraniční obchod - metodika**. Cit.: 13. 9. 2010. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/zo>
- [4] Šulc, M. (2011): Exportní základna českých krajů. ACTA UNIVERSITATIS BOHEMIAE MERIDIONALES, č. 3-4/2010, JČU v Českých Budějovicích. V tisku.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příloha 1. Exportní výkonnost krajů v letech 2003-2007, 2007-2009, 2003-2009



(Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočty)

Analysis of goods export of firms in the Vysocina Region

Abstract

This article analyses the export of goods of firms in the Vysočina Region in the years 2003-2009. The Author focuses on the corporate, territorial and commodity structure of the export of goods, including an assessment of the Vysočina region export performance in comparison with other Czech regions. The regional data for assessing international transactions is rather problematic. The main point is that only the export of goods is regionally monitored, not the import of goods and not the services. Moreover, more than 11 % of goods exported remained regionally unclassified in the year 2009. Since 2003 the Vysočina part in the Czech export of goods has permanently been decreasing. In term of the export performance, measured by the export per capita, the Vysočina Region could be characterized rather below-average in 2009. In view of the export dynamics, according to the goods exported measured by per capita in the period 2003-2009, the Vysočina Region could be characterized as very below-average region. Bosch Diesel is the chief export company in the Vysočina Region whose share reached 17.4 % in 2009. The territorial and commodity structure of goods export of the Vysočina Region remains stable in time and resembles the structure of goods export in the Czech Republic. The majority of Vysočina goods production is exported to the EU countries. Germany is the most important partner. More than 50 % of Vysočina export is permanently formed by machinery and transport equipment of which the liquid pumps and liquid elevators are most important.

Key words

Goods export, commodity and territorial structure of export, regions, Vysočina Region

Kontaktní údaje na autora

Ing. Michal Šulc
Vysoká škola polytechnická Jihlava
Tolstého 16, 586 01 Jihlava
sulc.m@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úloha ICT při zvyšování konkurenceschopnosti podniků

Role IS a ICT v konkurenceschopnosti podniku

Mišovič Milan

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Katedra elektrotechniky a informatiky

Abstrakt

Život současných malých a středních výrobně obchodních podniků je velmi rušný. Značná míra dynamičnosti dnešního tržního prostředí, tj. podmínky na českém, evropském a světovém trhu, vytváří na tyto podniky značné množství tlaků a podniky musí na vzrůstající změny pružně reagovat.

Samotné konkurenční prostředí a vyskytující se konkurenční síly jsou dnes mnoha autory publikací dostatečně analyzovány a zdokumentovány. Je již široce známo, jaký vliv na konkurenceschopnost podniku mají interní a externí konkurenční síly. Mezi vnitřní konkurenční síly se již delší dobu řadí podniková informatika, postavená na podnikové informační infrastruktuře, s ní souvisejícím podnikovým informačním systémem a použitých informačních a komunikačních technologiích (IS/ICT). Právě ICT doznávají poslední desetiletí nejen rapidního rozvoje (servisně orientovaná architektura IS, Cloud computing), ale i uplatnění v podnikové informatice.

Příspěvek se zabývá nejnovějšími trendy v ICT, trendy na softwarovém trhu a jejich uplatněním v podnikové informatice, zejména v podnikové informační infrastruktuře a podnikovém informačním systému. Příspěvek rovněž naznačuje možnosti, jak tyto ICT využít k tvorbě jisté konkurenční výhody.

Klíčová slova

Konkurenceschopnost podniku, IS/ICT, podnikový informační systém (PIS), aplikační architektura, architektura SOA, podnik typu SOE, Cloud computing



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úvod

Konkurenční prostředí a zejména působení vnitřních a vnějších konkurenčních sil diskutoval M. Porter již v roce 1980. Jeho pojetí konkurenceschopnosti je dále doplňováno a rozšiřováno mnoha ekonomy a dochází tak postupnému a jednotnému pojetí role vnějších a vnitřních sil v konkurenceschopnosti podniku.

Jednotný postoj ekonomů je rozšířen rovněž na pojetí složení obou typů konkurenčních sil. Je uznáváno, že podstatu působení vnějších konkurenčních sil představují takové externí objekty jako dodavatel, odběratel, konkurenční podniky adekvátní výrobní a obchodní strategie, jejich nové výrobky na trhu, akcionáři podniku a jejich chování a subjekty státní a místní veřejné správy.

Na rozdíl od podstaty vnějších konkurenčních sil, jsou vnitřní konkurenční síly formovány přímo v podniku a založeny na schopnostech zaměstnanců, na silných a slabých stránkách života podniku a na možnostech jeho celkového výrobního a obchodního podnikového potenciálu. Mezi vnitřní síly se obecně řadí rovněž vyspělé IS/ICT, které mohou vytvořit předpoklady pro zvýšení konkurenčního potenciálu podniku.

Obecně je uznáváno, že vnitřní konkurenční síly podniku je potřebné nejen sledovat, ale permanentně vytvářet podmínky pro zvyšování jejich účinnosti. Péče o zaměstnance by měla sledovat nejen jejich odborné znalosti a jejich neustálé zvyšování, ale rovněž i jejich životní podmínky a potřeby, a tak formovat pro podnik loajální a odborně zdatné zaměstnance, zastávající hodnotně své zaměstnanecké pozice, se zájmem o zvyšování možností celkového výrobního a obchodního potenciálu podniku.

Jelikož moderní ICT velmi rychle zazáří, ale rovněž rychle zapadají, je jimi vytváření možností pro zvýšení konkurenčního potenciálu podniku sice dočasné, ale pro jisté období plně využitelné. V souvislosti s tím se zvyšuje role podnikového informačního manažera a jeho rozhodující vliv na vrcholový management podniku, v prosazování přechodu podnikové informatiky na vyspělejší IS/ICT.

IS a jejich role v konkurenceschopnosti podniku

Každý softwarový celek je vyvíjen a implementován především s cílem splnit požadavky zákazníka. Tak by tomu mělo být i v případě podnikového IS



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

(dále často PIS), který poskytuje managementu podniku jím požadované služby. Podnikový informační systém je informatiky a managementem podniku považován za součást podnikové informatiky, rozhodně ji celou nevyplňující, ale mající v ní relevantní roli. Společný pohled informatiků a managementu podniku je založen na komputelizaci podnikových procesů a její vypslosti a pružnosti s ohledem na dynamicky se měnící tržní prostředí podniku.

Je velmi užitečné všimnout si současné pojetí architektury podniku podle následující definice v [13], která asociuje podnik s hlavními součástmi podnikové informatiky.

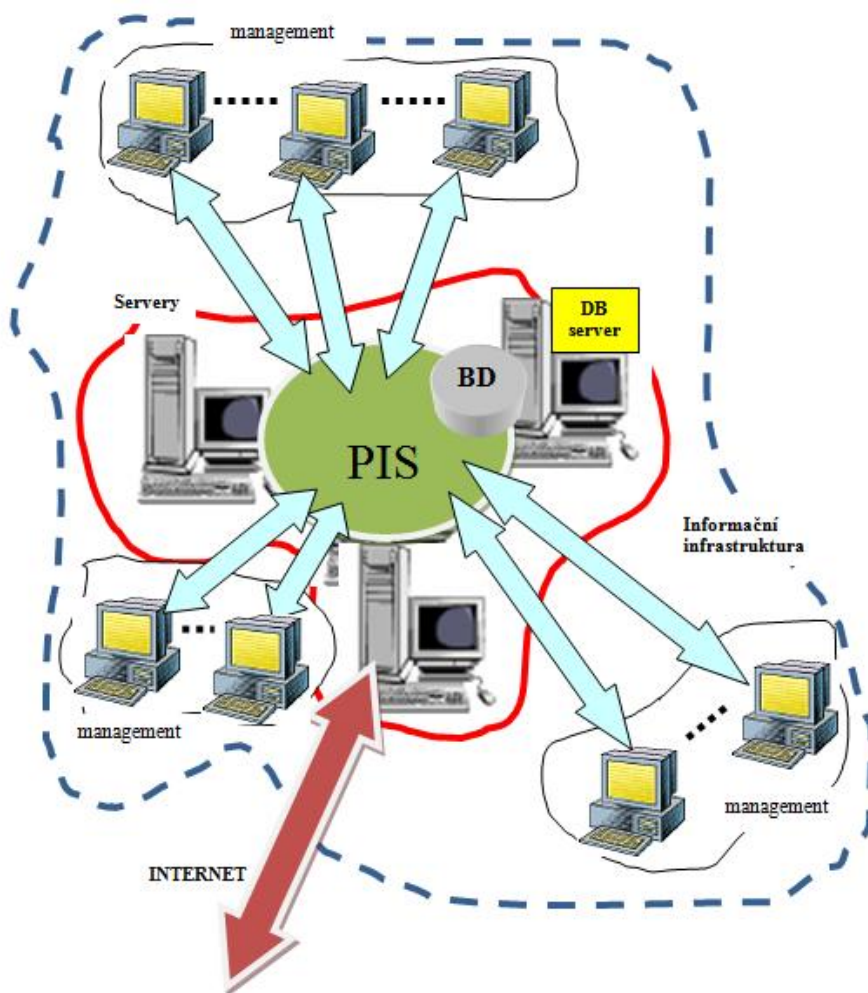
„Architektura podniku je koherentní celek principů, metod a modelů, které jsou použity v návrhu a realizaci podnikové organizační struktury, podnikových procesů a hlavních součástí podnikové informatiky, tj. podnikového informačního systému a podnikové informační infrastruktury.

Informační infrastruktura podniku je platforma pro veškerý podnikový software. Její kvalita umožňuje bezproblémový běh zmíněného software a rovněž informační styk s okolím podniku. Na měření kvality se používají multi kriteriální analýzy, mimo jiné rovněž fuzzy logické systémy. Oba dva způsoby jsou založeny na metrikách jednotlivých komponent. Příznačné je ovšem to, že pořízení kvalitní informační infrastruktury a jejího základního software je pro podnik docela finančně nákladné. Mnoho ze stávajících informačních infrastruktur odpovídá schématu na Obrázku 1.

V dnešní době již morálně a technologicky odumírají PIS aplikační architektury. Výhodou těchto informačních systémů byl jejich strukturální soulad s členěním podnikových procesů do množin ERP, SCM, CRM, BI, ..., a tím i přijatelná transparentnost PIS pro management podniku. Základní jednotkou této architektury je podniková aplikace, která komputelizuje jedno podnikové procesní vlákno. Procesní vlákna jako řetězce procesů jsou výsledkem klasické procesní logiky podniku. Podnikové aplikace jsou sestavovány do podmnožin – balíčků, každý pro jednu podmnožinu procesů základní množiny. Tak např. vzniká balíček podnikových aplikací pro správu majetku, personalistiku, řízení financí, ... Potom pro množinu ERP vzniká balík aplikací složený z balíčků jednotlivých podmnožin množiny ERP.

Jako nevýhody aplikační architektury jsou považovány:

1. Problémy s integrací parciálních balíčků aplikací do jednotného celku při evolučním vývoji PIS.
2. Obtížné zabezpečení pružné změny obsahu procesů procesního vlákna v podnikové aplikaci.
3. Zastaralost morální a technologická.



Obrázek 1: Stávající informační infrastruktura podniků.

První problém musel být řešen pomocí speciálního software na základě metod označovaných zkratkou EAI (Enterprise Application Integration),



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

přičemž deset z nich je velmi známých, viz [7]. Žádná z nich ovšem neřeší negativa pod 2. a 3. Na druhé straně, nasazení komplexního řešení PIS pro malý a střední podnik nebylo finančně výhodné, protože šlo rovněž o platbu za komputerované procesy, které podnik nevyužíval.

Dynamický život podniku ve stávajícím trhu nutí podnik pružně měnit mnohé procesy množiny CRM, a v důsledku toho i mnohé procesy SCM a ERP. Stěží to mohla zvládnout podniková skupina ICT, protože nedostala od produkční firmy vývojovou dokumentaci, ale zákaznickou. Produkční firma sice mohla požadované změny zabezpečit, ale proces nasazení do prostředí podnikové informační infrastruktury musel být opakován, což spolu s opravou vedlo k neplánovaným nákladům podniku do jeho informatiky. Těmto potížím se vyhýbá novější architektura PIS označovaná jako SOA (Service Oriented Application), která využívá internet jako základní platformu pro distribuované aplikace.

Současné podniky prochází častými změnami v podnikové strategii. To evokuje změny v podnikové struktuře, zaměstnaneckých pozicích, což se projeví v architektuře podnikového řízení a v celé řadě podnikových procesů. Tyto změny mohly být vynuceny výsledky procesního reengineeringu, benchmarkingu, nebo procesního řízení. Stávající PIS však tyto změny neakceptuje a dokonce jeho úprava je někdy i nemožná. Co zbývá výrobně obchodnímu podniku? Objednat změny u produkční firmy, nebo nasadit modernější informační systém.

Architektura SOA je těsně svázána s podnikem typu SOE (Service Oriented Enterprise), který funguje na tzv. podnikových službách. Podniková služba postavená na jednom, nebo více podnikových procesech je novou jednotkou aktivity takového podniku. Z podnikových služeb je sestaven systém a pro každou službu je předepsán vstupní a výstupní interface, který je základem komunikace mezi službami, tj. jejich života v daném systému.

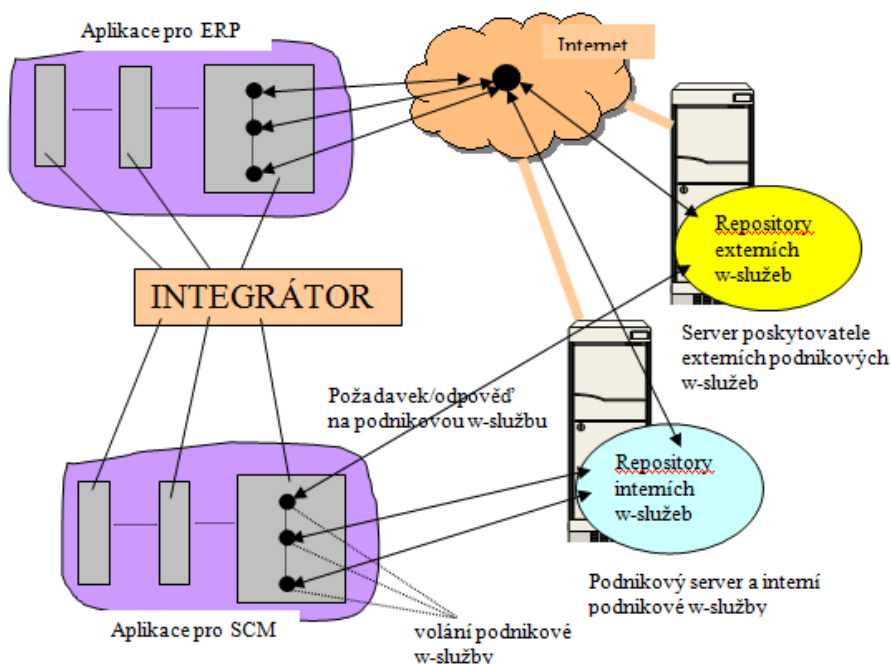
Softwarovým prostředkem pro realizaci podnikových služeb jsou tzv. webové služby, podléhající softwarové normě viz [6]. Významné je ovšem to, že podnik může být konzumentem, nebo rovněž i poskytovatelem komputerovaných podnikových služeb. Nové podnikové aplikace jsou již jiné struktury než ty, zařazené v staré aplikační architektuře. Jsou založeny na odkazech na komputerované podnikové služby, bez ohledu na to, jestli jsou konzumovány, nebo se tahají z vlastního repository informační

infrastruktury podniku. Ilustrací této situace je Obrázek 2. Architektura SOA má několik výhod:

1. Podnikové aplikace jsou závislé jen na interface komputerozovaných podnikových služeb. Tedy stávající službu můžeme vyměnit za novou se stejným interface. To umožňuje velmi flexibilní úpravy podnikových služeb podle požadavků podniku, přičemž podnikové aplikace se vůbec nemění. Jde o silnou nezávislost podnikových aplikací na komputerozovaných podnikových službách.
2. Jestliže podnikovou aplikaci považujeme za tzv. vyšší podnikovou službu, je již život podnikových aplikací v jejich systému zcela definován.
3. Architektura SOA je plně v souladu s objektovým paradigmatem, ačkoliv bylo podle [6] vybudováno speciální paradigma SOP (Service Oriented Paradigm).

V [14] se tvrdí, že komputerozované podnikové služby jako software umožní následující konkurenční výhody:

1. Kvalitnější zákaznický softwarový servis.
2. Pro zákazníka zcela transparentní pohled na poskytovanou komputerozovanou podnikovou službu, její pružné opravy a update.
3. Rychlejší reakci poskytovatele na problém antivirové ochrany komputerozovaných podnikových služeb.
4. Možnost převedení služby na předplatnou službu s mnoha finančními výhodami pro zákazníka.
5. Obchodní analytici mohou na základě komputerozovaných obchodních podnikových služeb modelovat novou obchodní službu a vytvořit rovněž její komputerozaci.



Obrázek 2: Volání podnikových w-sluzeb z aplikací PIS pro dva procesní sety ERP a SCM.

Budoucnost podnikových IS

Budoucnost PIS bude svázána s filosofií Cloud computing (obláčkový – internetový způsob „počítání“), chápající hardware a software jako běžné zboží. Tato filosofie striktně rozlišuje konzumenta a poskytovatele jistých hardwarových a softwarových služeb. Poskyvatelé možností Cloud computingu, založeného na internetu, musí u sebe vytvořit jeho tří závazné součásti:

1. IaaS informační infrastruktura jako zboží.
2. PaaS platforma pro funkční rámec služeb.
3. SaaS aplikační software jako služba.

IaaS (Information Infrastructure as a Service) značí, že poskytovatel může půjčovat svou informační infrastrukturu jako službu. PaaS (Platform as

a Service) značí, že poskytovatel má softwarovou platformu, která jeho půjčovatelské aktivity umožňuje. Poslední SaaS (Software as a Service) označuje možnost poskytování aplikačního software jako službu. Takto zabezpečený poskytovatel může využívat všechny taje filosofie Cloud computingu.

Pro názornost, je tedy možné, že podnik si půjčí část informační infrastruktury poskytovatele, kde bude dostatek potřebných serverů a jejich funkcionality. Na této zapůjčené infrastruktuře může být provozní server pro podnikový informační systém, který je rovněž zapůjčen i s prostorem pro jeho bázi dat. Půjčovatel vedle toho může přizpůsobit poskytovaný PIS požadavkům, podniku.

V takto zapůjčené infrastruktuře může fungovat podnikový poštovní server, který zasílá na podnik „očištěné“ internetové zprávy. A co by měl mít podnik? Pochopitelně, značně zjednodušenou informační infrastrukturu.

Je pochopitelné, že jestliže tato filosofie začne reálně fungovat, je pro podnik zajímavá jen tenkrát jestli je bezpečná a finančně méně náročná než dosud používaná klasika (stávající informační infrastruktura a zakoupený a zavedený PIS). Jsou zde předpoklady pro vytvoření možnosti získat jistou konkurenční výhodu.

Závěr

Příspěvek ukázal integrační problémy u PIS s aplikační architekturou pro malé a střední podniky, u nichž PIS vznikl evoluční cestou. Příspěvek vysvětluje podstatu podnikové služby a na ní založeného funkcionálního podniku typu SOE, která poskytuje podniku jiné možnosti ve vývoji jeho informačního systému než dřívější aplikační architektura. Komputerizace podnikových služeb pomocí obecných internetových w-slужeb otevřela cestu k nové, servisně orientované architektuře PIS, se změnou filosofické koncepce jeho tvorby. Mimo jiné, tato architektura netrpí problémem poruch datové, procesní a komunikační integrity svých částí. Bylo uvedeno, jaké možnosti pro zvýšení konkurenceschopnosti podniku architektura SOA přináší. Příspěvek rovněž uvádí SOA jako technologii konzistentní s filosofií Cloud computingu.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Literatura

- [1] Král, J., Žemlička, M.: *Architektury orientované na služby jako nové paradigma: mýty, problémy, výzvy, přínosy*. In: Sborník z konference Systems Integration 2004. Praha, 2004. Vysoká škola ekonomická.
- [2] Gála, L. – Pour, J. – Toman, P.: *Podniková informatika*. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-1278-4.
- [3] Erl, T.: *Servisně orientovaná architektura SOA. Kompletní průvodce*. Brno: Computer Press, 2009. ISBN 978-80-251-1886-3.
- [4] Woods, D. – Mattern, T.: *Enterprise SOE. Designing IT for Business Innovation*. Cambridge: O'Reilly Media, 2006. ISBN 0-596-10238-0.
- [5] Basl, J.: *Podnikové informační systémy. Podnik v informační společnosti*. Grada Publishing, Praha, 2002. ISBN 80-247-0214-2.
- [6] Erl, T.: *Service-oriented Architecture. A Field Guide to Interacting XML and Web Services*. Prentice Hall, USA, 2006. ISBN 0-13-142898-5.
- [7] Sodomka, P., Habáň, J.: *Integrace podnikových aplikací. Analytická studie CVIS*, 2005. Uvedeno na adrese http://www.cvis.cz/index_cz.htm
- [8] Mišovič, M., Trenc, O.: *Malé SW firmy a komplexní řešení podnikového IS*. Konference Informatika XVII, Karlov pod Pradědem, 2005. Sborník s. 126-133. ISBN 80-7302-110-2.
- [9] Vokůrková, L.: *Co trápí firmy v oblasti IT?* COMPUTERWORLD č. 5, roč. XVII, IDG Czech, Praha, 2006.
- [10] Voříšek, J.: *Strategické řízení informačního systému a systémová integrace*. Management Press, Praha, 2006. ISBN 80-85943-40-9.
- [11] Řepa, V.: *Podnikové procesy. Procesní řízení a modelování*. Grada Publishing, Praha, 2006. ISBN 80-247-1281-4.
- [12] Mišovič, M.: *Produkce integrovaných balíčků aplikací pro podnikový IS*. In: Sborník z mezinárodní konference Svět informačních systémů 2006. Zlín, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2006. ISBN 80-7318-400-1.
- [13] Lankhorst, M et al.: *Enterprise Architecture at Work. Modeling, Communication and Anylysis*, sekond edition. Berlin: Springer, 2009. ISBN 978-3-64201309-6.
- [14] Microsoft .NET. *Přehled architektury .NET*. Praha: Microsoft ČR, 2008.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

The IS and ICT role in Enterprise Competiveness

Abstract

Life existing small and medium-sized manufacturing business enterprises is very busy. A considerable degree of dynamism of today's market environment, that is, the conditions for the Czech, European and world markets, creates a considerable amount of pressure, and growing businesses must change to respond flexibly.

The very competitive environment and competitive forces occurring today are sufficiently analysed and documented by many authors of books. It is already widely known, the impact on the competitiveness of the company have internal and external competitive forces. Among the internal competitive forces has long been one of corporate IT, based on enterprise information infrastructure, associated business information system and used information and communication technology (IS / ICT). We confess the last decade, ICT's not only rapid development (service-oriented IS architecture, cloud computing), but also the application in enterprise informatics.

The paper deals with the latest trends in the ICT, market trends in the software and its application in enterprise computing, especially in the corporate information infrastructure and enterprise information system. The paper also suggests ways to use the ICT to create some competitive advantage

Key words

Enterprise competitiveness, IS/ICT, Enterprise Information System (EIS), application architecture, SOA architecture, SOE enterprise, Cloud computing

Kontaktní údaje na autora

Prof. RNDr. Mišovič Milan, CSc., Katedra elektrotechniky a informatiky, Vysoká škola polytechnická v Jihlavě, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, Česká republika, misovic@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

IT v oblacích

Příbyl Antonín

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Abstrakt

Za nejdůležitější technologii pro rok 2010 byl zvolen Cloud Computing. Analytické společnosti odhadují, že investice do Cloud Computingu se např. ve Velké Británii v roce 2012 zdvojnásobí. Tento článek se zabývá fenoménem Cloud computingu a zkoumá jaká pozitiva či negativa přináší do oblasti firemních informačních technologií.

Klíčová slova

Cloud computing, software jako služba, servisně orientovaná architektura

Úvod

Analytická společnost Gartner označila ve svém výzkumu [1] jako nejdůležitější technologii pro rok 2010 Cloud Computing.

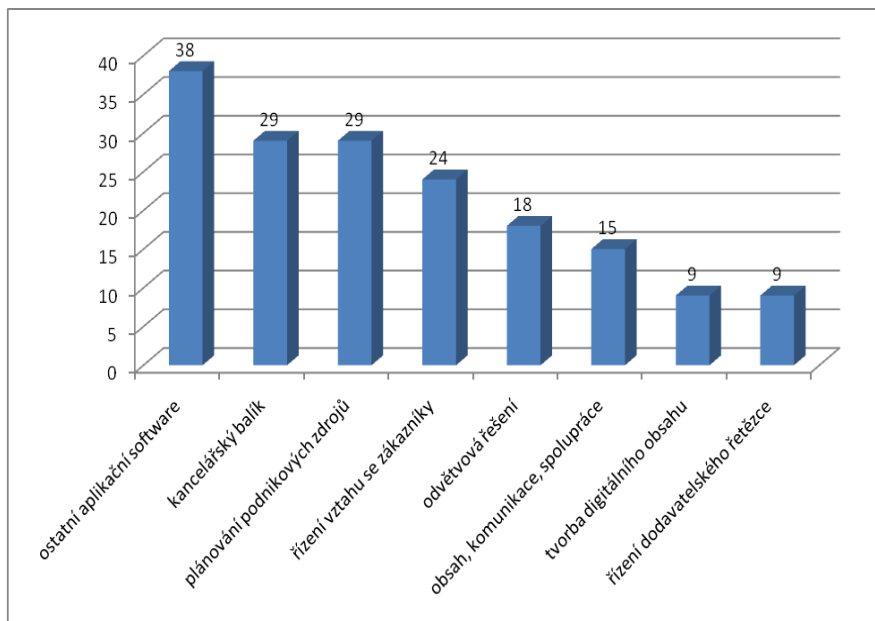


Klíčové technologie pro rok 2010

Další analytická společnost TechMarketView odhaduje [2], že např. investice do Cloud Computingu se ve Velké Británii v roce 2012 zdvojnásobí na 8 miliard liber.

Pokud zůstaneme na českém trhu, můžeme připomenout statistiku časopisu Computerword [3], kterou zpracovala v minulém roce společnost Markent. Ta ve svém výzkumu uvádí, že 17% z celkového počtu 300 sledovaných organizací využívá Software jako službu (SaaS). Dalších 20% organizací přitom zvažuje nasazení SaaS a nejčastěji je využívána u telekomunikačních společností. Nejperspektivnější oblastí pro rozšiřování SaaS jsou systémy ERP a kancelářské balíky, jak ukazuje následující graf:

Graf - Co považují české firmy za smysluplné řešení SaaS



V následujícím textu se budeme zabývat fenoménem Cloud computingu a zkoumat, jaká pozitiva či negativa přináší do oblasti firemních informačních technologií.

Materiál a metody

Než se pokusíme vyslovit definici Cloud computingu, podívejme se nejdříve na východisko této technologie. Tím se dá označit zcela zásadní architektonická změna v přístupu tvorby softwaru. Softwaroví producenti opouštějí aplikační architekturu, kde základním stavebním kamenem je aplikace neboli program spouštěný na hardwaru zákazníka.

Nové programy jsou postaveny na servisně orientované architektuře (SOA). Základním prvkem je služba a aplikace se realizují pomocí vzájemně komunikujících služeb. Software se pronajímá zákazníkovi jako služba na hardwaru poskytovatele a pro přístup k takovému softwaru stačí webový prohlížeč. (viz architektura orientovaná na web umístěná na 7. místě výzkumu firmy Gartner strategických technologií pro rok 2009, ze které Cloud Computing vychází.)

Cloud Computing tedy můžeme charakterizovat jako technologii pro přístup ke službám na internetu pomocí webového prohlížeče. Zároveň se jedná o model vývoje a používání informačních technologií – poskytování programů či služeb, kterou mohou uživatelé používat kdykoliv, kdekoliv na čemkoliv. Uživatelé již neplatí za licenci softwaru, ale za rozsah či frekvenci použití služby (pokud se ovšem jedná o službu placenou).

A jak vznikl samotný název této technologie a jak ji nazvat česky? Název pochází z grafického znázornění počítačových sítí, kde se internet znázorňoval pomocí obláčku. Nabízelo by se tak hezky česky tuto technologii nazývat „počítáním v oblacích“, což nevystihuje přesně samotný smysl, proto se i v češtině zatím zůstává u anglického názvu.

Výsledky a diskuze

Nyní se zaměříme na klíčové vlastnosti Cloud computingu z pohledu poskytovatele služeb i zákazníka/konzumenta služeb.

Pokud provozovatel nabízí software jako službu a ta je sdílená mezi uživateli, hovoříme o násobné pronajimatelnosti (multitenancy). Zdroje jsou tak sdílené mezi všemi uživateli. Provozovatel zajišťuje chod jedné verze softwaru, aktualizace je okamžitě dostupná všem zákazníkům ve stejné podobě.

Poskytovatel může službu lépe škálovat svým zákazníkům a účtovat pouze to, co zákazník přesně využívá. Odpadá tak běžná praxe předchozího aplikačního modelu, kdy zákazník zakoupí softwarový balík a využívá pouze zlomek nabízených funkcí.

Zákazník také může v případě potřeby požádat o okamžité navýšení/snížení výpočetního zdroje. Tuto vlastnost cloudu můžeme nazvat elasticitou.

Následující tabulka porovnává nové možnosti Cloud computingu s původním aplikačním modelem software z pohledu firmy:

Klasický aplikační model Software jako licence	Cloud Computing Software jako služba
Velké vstupní náklady na licenci i hardware	Náklady podle rozsahu používání služby
Náklady jdou do investic	Náklady jsou operativním výdajem
údržbu hw a sw si zajišťuje vlastník sám	Údržbu sw a hw zajišťuje poskytovatel
Nutnost provozu vlastního oddělení ICT	Provoz vlastního ICT oddělení odpadá
Infrastruktura stavěná na maximální zatížení	Infrastruktura je škálovatelná, optimálnější využití zdrojů
více uživatelských rozhraní	Jednotné uživatelské rozhraní
Dostupnost softwaru většinou lokální	Dostupnost softwaru je globální pomocí webového prohlížeče
Spolehlivost infrastruktury nižší, akceptuje výpadky	Spolehlivost infrastruktury vysoká, neakceptuje výpadky
Pružnost větších změn v softwaru vysoká	Pružnost větších změn v softwaru nízká
větší funkcionality sw, orientace na individuální potřeby zákazníka	Menší funkcionality sw zaměřeného na velké množství zákazníků
Malé a střední firmy si nemohou kvůli ceně pořídit velké sw balíky, velké firmy jsou ve výhodě	Malé a střední firmy mohou využívat stejnou technologii jako velké firmy
Zákazník je hýčkán většinou jen před prodejem licence	Poskytovatel je motivován k udržování trvalé spokojenosti zákazníka
Bez dalších vedlejších nákladů	Nutná spolehlivá konektivita k poskytovateli
Firemní data uložena lokálně	Firemní data na vzdáleném úložišti, často u jiné společnosti, pod jinou jurisdikcí

Závěr

Je zřejmé, že nasazení Cloud Computingu a poskytování softwaru jako služby má pro malé a střední firmy velký význam. I když rozmach této technologie přinesla finanční krize v posledních dvou letech a často je primárně nasazena jako nástroj pro úsporu výdajů do IT, je zřejmé, že také

funguje jako cesta ke zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních firem v tržním prostředí.

Literatura

- [1] SHANKLAND, Stephen. Gartner: Brace yourself for cloud computing. *News.cnet.com* [online]. 20. říjen 2009, n.11, [cit. 2011-03-01]. Dostupný z WWW: <http://news.cnet.com/8301-30685_3-10378782-264.html>.
- [2] Cloud computing to double by 2012. *News.bbs.co.uk* [online]. 26.4.2010, č.4, [cit. 2011-03-01]. Dostupný z WWW: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8644110.stm>>.
- [3] REMR, Jiří. Model SaaS české firmy požadují. *COMPUTERWORD*. 2011, č.1, s. 12.

IT in the clouds

Abstract

The most important technology in 2010 by Gartner was elected as Cloud Computing. Research companies estimate of the investments in Cloud Computing to double by 2012 in Great Britain. This article deals with the phenomenon of cloud computing and looks about the positives and negatives for corporate information technologies.

Key words

Cloud computing, Software as a service, service oriented architecture

Kontaktní údaje na autora

Mgr. Antonín Příbyl, Katedra elektrotechniky a informatiky, Vysoká škola polytechnická Jihlava, apribyl@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vliv účetnictví a daní na konkurenceschopnost



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Konkurenceschopnost – strategie využití zaměstnaneckých výhod

Duda Jiří

Kotrba Tomáš

Ústav managementu, Provozně ekonomická fakulta,
Mendelova univerzita v Brně

Abstrakt

Společnost má mimo tradiční odměňování pracovníků (mzda, plat) různé možnosti odměnit své zaměstnance za jejich práci i za to, že pro firmu pracují. Jednou z možností je poskytování zaměstnaneckých výhod, které mohou, ale nemusí, být vázány na služební postavení a na povahu vykonané práce. Příspěvek se zabývá strategiemi v poskytování zaměstnaneckých výhod. Firma, pokud se rozhodne nabídnout svým zaměstnancům zaměstnanecké výhody, si může zvolit různé strategie v jejich poskytování. Pro zlepšení motivace pracovníků je vhodné zvolit strategii poskytování flexibilních zaměstnaneckých výhod, kdy si zaměstnanec všechny nebo část zaměstnaneckých výhod volí sám. V příspěvku jsou také popisovány konkrétní výhody poskytování zaměstnaneckých výhod pro zaměstnavatele i samotného zaměstnance.

Klíčová slova

Strategie poskytování standardních a flexibilních zaměstnaneckých výhod, zaměstnanecké výhody.

Úvod

Zaměstnanci se stávají jedním z nejdůležitějších zdrojů, který má podnik k dispozici a v tržním prostředí jsou zpravidla i zdrojem nejdražším. Zaměstnavatelé si musí uvědomit, že jejich konkurenceschopnost je závislá

na pracovní síle a jejich schopnostech, její spokojenosti a jejím vztahu k zaměstnavateli (Duda, 2003). Zaměstnanecské výhody se vedle tradičního způsobu odměňování stávají jedním z faktorů péče o zaměstnance. Stát může pomoci daňových úlev a osvobozením od plateb sociálního a zdravotního pojištění napomoci podnikům využívat zaměstnanecských výhod k motivování zaměstnanců a ke zvyšování příjmů zaměstnanců.

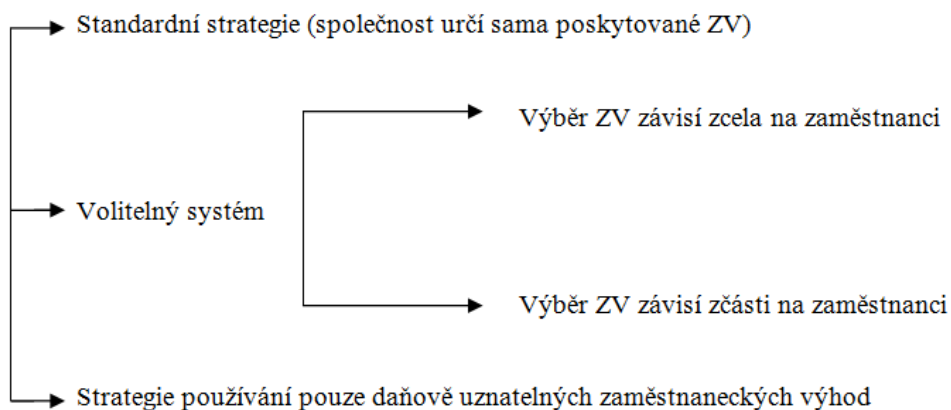
Materiál a metody

Při zpracování příspěvku bylo využito literárních zdrojů uvedených v seznamu použité literatury. Příspěvek je součástí řešení výzkumného záměru MSM 6215648904 „Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu“.

Výsledky a diskuse

Jakou strategií může podnik uplatnit v poskytování zaměstnanecských výhod? Strategie poskytování standardních zaměstnanecských výhod je výhodná v uniformitě zaměstnanecských výhod, nedává zaměstnanci šanci výběru. Lze určit maximální náklady na poskytování zaměstnanecských výhod, ale tyto náklady nemusí být plně uskutečněny z důvodu nezájmu zaměstnanců o některou předem stanovenou zaměstnanecskou výhodu. Tato strategie může u některých zaměstnanců vyvolat nespokojenost s touto službou a ta se může v krajním případě projevit v odchodu zaměstnance.

Strategie v poskytování zaměstnanecských výhod lze ilustrovat pomocí obr. 1.



Obr.1. Strategie poskytování zaměstnaneckých výhod (Duda, 2000)

Strategie poskytování flexibilních zaměstnaneckých výhod stále více začíná nahrazovat strategii poskytování standardních zaměstnaneckých výhod. Flexibilní zaměstnanecké výhody mají řadu předností. Zaměstnavatel může lépe porozumět potřebám zaměstnanců a tím může dojít ke zvýšení motivace. I při této strategii lze stanovit maximální finanční strop při poskytování těchto výhod. Z důvodu svobodného výběru zaměstnaneckých výhod zaměstnanci lze předpokládat, že zaměstnanci budou v maximální míře těchto výhod využívat. Dochází k uspokojování konkrétních individuálních potřeb, je zde možnost změny zaměstnaneckých výhod v návaznosti na změnu zaměstnancovi potřeby. Tato strategie také poskytuje přesnější vedení nákladů na jednotlivé složky výhod, je možné sledovat strukturu poskytovaných výhod i u jednotlivých profesí a u jednotlivých kategorií zaměstnanců. Určitou nevýhodou může být náročnost evidence, ale toto lze zvládnout pomocí kvalitního technického zajištění. Sledováním struktury výhod se mohou při strategii poskytování flexibilních zaměstnaneckých výhod, kdy je část zaměstnaneckých výhod určena firmou, poskytovat ty výhody, které jsou žádány u zaměstnanců a vypustit z plánů ty výhody, které nemají žádnou resp. minimální odezvu u zaměstnanců. Další možnou strategií je poskytování zaměstnaneckých výhod s využitím daňových úlev. Tato strategie umožňuje firmě snižování daňového základu a zároveň se snaží motivovat zaměstnancem mimomzdovými prostředky (Duda, 2000).



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Výhodnost poskytování zaměstnaneckých výhod oproti poskytnutí peněžních příspěvku v rámci navýšení mzdy lze ukázat v následujícím modelovém příkladě využití příspěvku na stravování poskytnutý formou stravenek.

Parametry modelové situace:

- základní měsíční hrubá mzda pracovníka: 24 000,- Kč měsíčně (hodnota blízká průměrné mzdy v ČR za rok 2010),
- hodnota poskytnuté stravenky 90 Kč (hodnota blízká maximální hodnotě využití stravenek při plném využití daňového zvýhodnění),
- 20 pracovních dnů.

Porovnání čistých příjmů zaměstnance a výdajů zaměstnavatele, jestliže:

- zaměstnavatel zvýšil hrubou mzdu zaměstnanci o částku 990,- Kč,
- zaměstnavatel se rozhodl poskytovat příspěvek na stravenky při maximální daňové úspoře (55 %) tj. 990,- Kč.

Za uvedeného předpokladu, že se zaměstnanci poskytne maximální možné plnění u stravenek, dochází (viz tab.I.) ke snížení měsíčních nákladů zaměstnavatele na 1 zaměstnance ve výši 337,- Kč, způsobené nižšími odvody na sociální a zdravotní pojištění.

Pokud zaměstnanec plně využívá nabízených stravenek, dochází ke zvýšení jeho čistého měsíčního příjmu o 310,- Kč.

Tab.I. Porovnání výhodnosti poskytování stravenek oproti navýšení mzdy

	Mzda	Mzda + peněžní odměna	Mzda stravenky +
Počet odpracovaných dní			20
Nominální hodnota stravenky			90
Hodnota finanční odměny / stravenek (55%)		990 Kč	990 Kč
Hrubá mzda	24 000 Kč	24 990 Kč	24 000 Kč



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

SP 6,5 %	1 560 Kč	1 624 Kč	1 560 Kč
ZP 4,5 %	1 080 Kč	1 125 Kč	1 080 Kč
SP 25 % - zaměstnavatel	6 000 Kč	6 248 Kč	6 000 Kč
ZP 9 % - zaměstnavatel	2 160 Kč	2 249 Kč	2 160 Kč
Základ daně	32 160 Kč	33 487 Kč	32 160 Kč
Zálohová daň	4 824 Kč	5 025 Kč	4 824 Kč
Sleva na dani	2 070 Kč	2 070 Kč	2 070 Kč
Čistá mzda	18 606 Kč	19 286 Kč	19 596 Kč

Zdroj: výpočet autora

Podobného výsledku lze dosáhnout při poskytování penzijního připojištění nebo životního pojištění, kde daňové optimum je také měsíční příspěvek 1 000 Kč. Lze vidět, že poskytování zaměstnaneckých výhod náhradou za zvýšení hrubé mzdy vede k finančním úsporám jak na straně zaměstnavatele, tak na straně zaměstnance. Výše uvedené příklady výhodnosti poskytování zaměstnanecké výhod potvrzují názory, že je vhodnější poskytovat zaměstnaneckou výhody místo prostého zvýšení hrubé mzdy. Pokud se zaměstnavatel rozhodne pro poskytování výše uvedených zaměstnaneckých výhod před zvýšením mzdy tak v případě využití maximálního daňového efektu zaměstnavatel sníží své roční náklady o cca 10 000,- Kč. Poskytování zaměstnaneckých výhod je výhodné i pro zaměstnance. Nevýhodou může být, že finanční výhody nezíská zaměstnanec přímo ve své mzdě, ale na svých účtech penzijního i životního pojištění, popř. v hodnotě stravenek.

Výhodnost zaměstnaneckých výhod závisí na daňové politice státu. Příkladem mohou být příspěvky na penzijní i životní pojištění, které pokud nebyly daňově zvýhodněny, nebyly ve společnostech často používány jako zaměstnanecká výhoda. Změnou daňových zákonů a možností tyto příspěvky zahrnout do daňově uznatelných nákladů se tyto příspěvky staly nejčastěji poskytovanými zaměstnaneckými výhodami (Duda, 2011).



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Závěr

Uvedené řešení lze využít při stále se zvyšujících nárocích zaměstnanců na zvyšování mezd k nabídnutí možnosti zvýšení čistých mezd pomocí zaměstnaneckých výhod. Důležitou a nedílnou částí úspěšného jednání je důkladné vysvětlení výhodnosti použití zaměstnaneckých výhod oproti zvýšení hrubé mzdy.

Literatura

- [1] DUDA, J. Používání zaměstnaneckých výhod jako strategický krok ke konkurenceschopnosti podniku. *In sborník prací z mezinárodní konference Česká ekonomika 2000 (očekávání – skutečnosti – perspektivy)*. Karviná: OPF SU v Opavě, 2000, s. 248-253. ISBN 80-7248-059-6.
- [2] DUDA, J. Možnosti financování zaměstnaneckých výhod v České republice. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2003. sv. LI, č. 6, s. 259-264. ISSN 1211-8516.
- [3] DUDA, J. Employee benefits or wage increase? *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2011. sv. LIX, č. 2, s. 65-68. ISSN 1211-8516.

Competitiveness – strategy for the use of employee benefits

Abstrakt

There are many ways of rewarding employees except from the traditional remuneration (salary, wage) for their work for a firm. One of these ways is providing employee benefits, which can, but do not have to, be bounded with the functional level and the nature of work. The paper deals with strategies of providing employee benefits. A firm, if it decides to offer its employees with employee benefits, can choose different strategies of their providing. To improve the motivation of employees it is suitable to select the strategy of providing flexible employee benefits, when employees themselves choose either all or a part of the benefits provided. The paper also describes concrete advantages of providing employee benefits for the employer and for the employee.

Key words

Strategy of providing standard and flexible employee benefits, employee benefits.

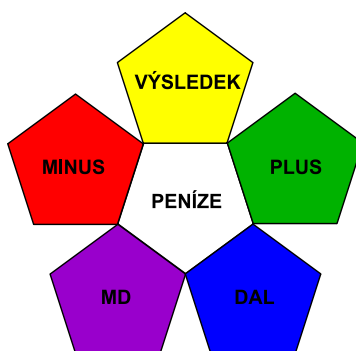
Kontaktní údaje na autory

Ing. Jiří Duda, Ph.D., Ing. Tomáš Kotrba, Ph.D., Ústav managementu,
Provozně ekonomická fakulta, Mendelova univerzita v Brně, Zemědělská 1,
613 00 Brno. E-mail: jiri.duda@mendelu.cz; tomas.kotrba@mendelu.cz

Pentální účetnictví

Pentální účetnictví bylo objeveno, popsáno a nazváno. Nebylo vymyšleno. DNA byla také objevena, popsána a nazvána. Nebyla vymyšlena. Žádné účetnictví jako objektivní matematický model se nedá vymyslet.

Co vyjadřuje a z čeho je jeho základem vyjadřuje především jeho logo.



Pentální účetnictví objektivně existuje. Nejedná se o žádný nový účetní systém. Pentální účetnictví zde existuje od prvního dne, kdy se začalo používat podvojně účetnictví. Jedná se o další významový obecný rozměr podvojněho účetnictví. Nikoliv něco samostatného odděleného od něj. Nejedná se ani jen o získání výkazu cash flow jiným způsobem.

Při současných SW možnostech se jedná jen o „malý doplněk“ do každého účetního SW. Šikovně to dokážou i v Excelu. A že není složité, si můžete bez školení vyzkoušet na příkladech, protože k tomu potřebujete jen pár nejzákladnějších pojmů z podvojněho účetnictví.

Pentální účetnictví je systém. Lze z něj získat tři základní typy přehledů:

1. Typ Přehled o peněžních tocích (významově stejný jako současný oficiální přehled)
2. Typ Výsledovka
3. Typ Peněžní deník (přímý tok peněz)



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příklady zde uvedené jsou právě uvedeny na všeobecně nejznámější přehled o peněžních tocích.

Poznámka: v odborné literatuře jsou uváděny příklady na sestavení výkazu o peněžních tocích. Mnohé případy jsou řešeny mnohdy velmi zajímavým způsobem. Pokud si tyto příklady pentálně zaúčtujete, můžete si ověřit správnost těchto příkladů.

Pro koho je pentální účetnictví určeno?

Pokud si vystačíte s údaji z klasického podvojného účetnictví, pak asi pentální účetnictví nepotřebujete. Pokud ovšem chcete z podvojného účetnictví vyčíst více informací především ve vztahu k penězům, pak je pentální účetnictví určeno právě pro Vás.

Pentální účetnictví je určeno pro všechny studující účetnictví. Výhodou je, že pro jeho výuku není potřeba skoro nic, jen si přidat do příkladů čtyři sloupce (VH, Minus, Plus, Peníze). Toto zvládne jakákoliv Excelovská tabulka. A dále studentům určitě nebude činit problémy správně vyplňovat Minus Plus oproti všem složitostem správného vyplnění přehledu cash-flow dle stávajících metodik.

Je pentální účetnictví složité?

Na tuto otázku si zodpovíte zanedlouho sami. A ta odpověď určitě bude znít, že ne. Je především pro účetní. Nevyžaduje po Vás odbornou účetní terminologii. A při šikovném účetním SW bude po Vás vyžadovat minimální úsilí. A základní kontroly pentálního účetnictví Vám nedovolí chybovat.

Pentální účetnictví nevyžaduje změny ve Vašem zavedeném fungujícím podvojném účetnictví. Např. nové analytiky účtů, měnit způsob účtování, měnit způsob oprav účetních zápisů. Toto platí za předpokladu, že Vaše účetnictví má základem účetní transakci MD/DAL. To že máte takové účetnictví, kde tzv. musíte účtovat „bez účtů“, na toto nemá vliv. Základem pro pentální účetnictví je totiž jednotlivá účetní transakce: účet MD / účet DAL částka.

Pentální rovnice

Celé pentální účetnictví má základ na této rovnici:

$$\mathbf{VH - Minus + Plus = Peníze}$$



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kde VH je výsledek hospodaření.

Minus Plus jsou přesnou odpovědí na to, proč se nerovná či rovná výsledek hospodaření penězům.

Základní pravidla pentálního účetnictví

Jedná se o pravidla zásadní a i o pravidla jen formální.

1. Pentální účetnictví objektivně existuje.
2. Pentální účetnictví nemá výjimky.
3. Pentální účetnictví se týká každé účetní transakce MD/DAL.
4. Pentální rovnice platí pro každou účetní transakci MD/DAL.
5. Částka každého použitého údaje v pentální rovnici se musí rovnat částce účetní transakce.
6. Znaménko hodnoty účetní transakce MD/DAL nemá vliv na pentální účetnictví.
7. Položky pentálního účetnictví jsou vždy uváděny v pořadí Minus Plus.
8. Pentální položka se označuje vždy na první pozici písmenem či jiným znakem než číslicí.
9. Informace z pentálních přehledů se čerpají z obrátů Minus, Plus a ze zůstatku.
10. Tři základní typy pentálních přehledů musí splňovat kontrolní vazby na podvojně účetnictví.

Pentální osnova

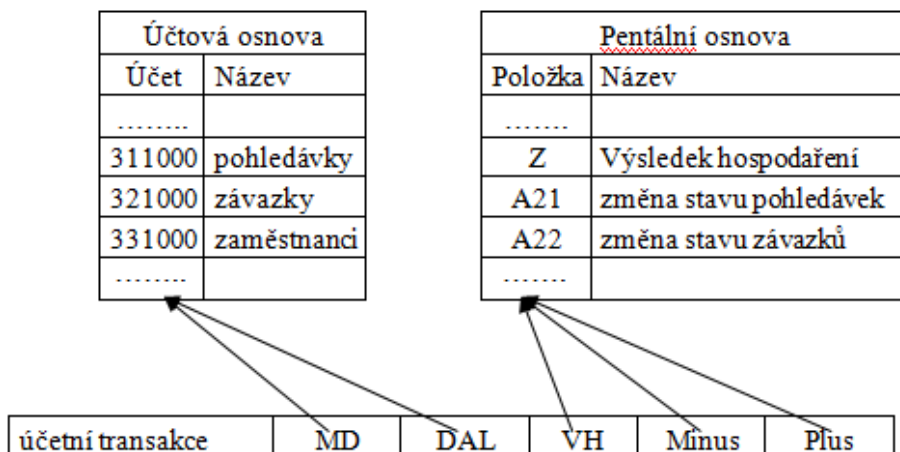
Obdobně jako je v podvojném účetnictví matematickým základem účetní osnova (účetní rozvrh), je pro pentální účetnictví základem osnova (rozvrh) pentálního účetnictví.

V podvojném účetnictví se účtová osnova (rozvrh) týká pouze a jen dvou položek:

- MD
- DAL

V pentální účetnictví se pentální osnova (rozvrh) týká tří položek:

- Výsledek hospodaření (může být několik druhů výsledků)
- Minus
- Plus



Příklad osnovy pentálního účetnictví:

Položka osnovy PE	Název	Řádek výkazu CF
A11	Odpisy	A.1.1.
A21	změna stavu pohledávek	A.2.1.
A22	změna stavu závazků	A.2.2.
A22c	Cestovné	A.2.2.
A23z	změna stavu zásob - nakupovaných	A.2.3.
A23v	změna stavu zásob - vlastních	A.2.3.
Mz	Marže z prodeje zboží	Z
Mv	Marže z prodeje vlastních výrobků	Z
Ne	netýká se pentálního účetnictví	xxx

Na příkladu ukázán význam rozlišení u zásob:

Řádek A23 – změna stavu zásob vykázána -100000,- . Ale tato částka může být např. takto:

A23z – nakupovaných	300 000	-500 000
A23v – vlastních	-200 000	400 000
A23 – změna stavu zásob	-100 000	-100 000

V obou případech je hodnota řádku A23 stejná, ale její vznik je naprosto odlišný. Pokud by se zavedlo do PE osnovy jen položka A23z a A23v, pak se tato informace lehce získá.

Pentální souvztažnosti:

V pentálním účetnictví existuje jen 12 variant:

- Pokud se jedná jen o vyplnění jedné pentální položky (Minus nebo Plus), tak Vás pentální rovnice donutí uvést správně pentální položku do údaje Minus či Plus. Na Vás je, aby byla významově správná.
- Pokud se jedná o účetní transakci, kde pentální rovnice platí bez vyplnění položek nebo s vyplněním obou položek Minus Plus, je nutné mít vědomost o tom, zdali je tato transakce vyžadována v nějakém pentálním přehledu či nikoliv.
 - Pokud se jedná jen o transakci tvorby peněz z výsledkové operace bez dalšího sledování, pak se pentální položky Minus a Plus neuvádí.
 - Pokud mají být vyplněny obě položky Minus a Plus tak pak je nutné mít minimální odborné vědomosti. Např. předpis závazku je kladným tokem (závazek vykázán v údaji Plus), předpis pohledávky či příjem zboží je naopak záporným tokem (pohledávka či příjem zboží vykázány v údaji Minus) atd. To najdete v každé odborné literatuře.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Varianta		Účetní transakce			Pentální účetnictví			
		MD	DAL	Popis	VH	Minus	Plus	Peníze
1.	Nikam	211	602	tržba za službu	+1			+1
2.		501	211	úhrada materiálu	-1			-1
3.		221	261	převod peněz	0			0
4.		501	518	přeúčtování	0			0
5.	Minus i Plus	221	665	přijaté dividendy	+1	-1	+1	+1
6.		562	221	zaplacené úroky	-1	-1	+1	-1
7.		131	321	nákup zboží	0	-1	+1	0
8.		562	518	přeúčtování	0	-1	+1	0
9.	Minus	321	221	úhrada závazku	0	-1		-1
10.		311	602	tržbová faktura	+1	-1		0
11.	Plus	221	311	tržba za fakturu	0		+1	+1
12.		551	082	odpisy	-1		+1	0

Obdobně jako je tomu v podvojném účetnictví, kde jsou vzorové souvztažnosti velkou pomocí pro účetní, jsou v pentálním účetnictví pentální souvztažnosti. Přitom pouze stačí vedle běžných podvojných souvztažností uvést pentální souvztažnosti. Jen v určitých případech připadá v úvahu více možností. V níže uvedené publikaci je uvedeno 600 pentálních souvztažností.

Příklady na pentální souvztažnosti:

Kódy Minus a Plus odpovídají oficiálnímu přehledu o peněžních tocích pro podnikatele.

MD	DAL	Minus	Plus	
131	211	A23	pořízení zboží hotově
131	321	A23	A22	pořízení zboží na fakturu
132	111	A23	A23	naskladnění zboží
311	602	A21	poskytnutí služby
512	211	cestovné (nechci vykazovat)



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příklady:

Místo velkého povídání nejvíce napoví příklady. Proto zde máte nevyplněné a vyplněné příklady. Na zadání příkladu máte veškeré potřebné informace k jeho správnému vyplnění. Především si přečtěte uvedenou radu. Cestovné není požadováno vykázat v tomto přehledu CF, tj. neuvádí se žádné Minus a Plus. V níže uvedené publikaci máte ale příklad, kdy a jak lze v pentálním přehledu např. i cestovné vykázat.

Po vyplnění Pak si můžete ověřit, že jste pentálně účtovali správně. To se týká jen té horní části. Spodní část je již jen součet údajů z jednotlivých účetních transakcí.

Na závěr:

Na závěr možno shrnout: Pokud nějaký příklad, popis či program nemá samostatnou osnovu (rozvrh) odpovídající pentální osnově, dvě proměnné s významem znaménka a se třemi možnými stavy, s možností i rozčlenění hospodářského výsledku, a to u každé účetní transakce a není jednoznačně kontrolně provázán na podvojném účetnictví pentální kontrolou a to bez jakýchkoliv výjimek, pak to není pentální účetnictví zde popsané.

Lze zatratit pentální účetnictví? Jeho principy objektivně existují nezávisle na komkoliv, ty popřít nikdo nemůže.

Na účetních a finančních odbornících je, aby pentální účetnictví rozvinuli a ukázali všechny jeho další možnosti.

Pokud by Vás zajímalo např. proč zvolen název pentální účetnictví, proč je pořadí Minus a Plus a nikoliv naopak, jaká je neskutečně zajímavá shoda základů biologického světa (DNA) a účetního světa (pentální účetnictví), tabulka pentálních souvztažností, dále jak vykazovat DPH, jak vykazovat majetek, proč se nevykazují odvodové povinnosti samostatně i když je to tak jednoduché a další příklady.

To vše se můžete dočíst a mnoho dalšího v publikaci J. Dušek: Pentální účetnictví, 2010. Tuto publikaci si můžete objednat na <http://www.pentalni-ucetnictvi.cz>.

Na těchto stránkách najdete i příklady, formuláře a celou prezentaci určenou především pro školy.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Příklady:

Místo velkého povídání nejvíce napoví příklady.

Proto zde máte tabulky s příklady pentálního zaúčtování.

První tabulka je prázdná. Zde si můžete sami vyzkoušet, zdali dokážete sami bez školení pentálně účtovat.

Druhá tabulka je vyplněná, kde si můžete ověřit, zdali jste správně pentálně účtovali. Takže se snažte nepodvádět a zkusit si sami příklady zaúčtovat.

Poznámky k uvedeným příkladům:

- Na tabulce máte uvedeny veškeré potřebné informace k správnému pentálnímu zaúčtování. Pokud účtujete podvojně, pak zde není nic, co by jste již z účetnictví neznali.
- Pro pentální zaúčtování si však přečtěte hlavně uvedenou radu na tabulce a dle této rady se stále držte u každého jednotlivého příkladu.
- Hledejte v tom v prvním kroku jen obyčejnou matematiku.
- Cestovné není požadováno vykázat v tomto přehledu CF, tj. neuvádí se žádné Minus a Plus.
- V následném kroku při doplňování pentálních položek pod zadanými číselnými hodnotami se stačí dívat, čeho se účetní transakce týká. Pokud máte vyplnit Minus i Plus, pak obsah účtu MD odpovídá pentální položce Minus a obsah účtu DAL odpovídá pentální položce Plus.
- Horní část tabulky se týká samotného pentálního zaúčtování. Spodní část je jen přenesení jednotlivých příkladů do sumárního přehledu CF.

A jak jste dopadli? Oznamkujte se sami.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Internal Transfer Prices as Factor of Company's Competitive Ability

Knapová Bohuslava

Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta financí
a účetnictví, Katedra manažerského účetnictví

Abstract

The successful management of a business process of the output creation through the organization and responsibility company's structure supposes the rational assignment and right use of internal transfer alias intradepartmental prices in managerial accounting. Main task of internal transfer prices of the responsibility oriented area of management accounting is to contribute to the internal coordination of particular relations among centers by such way so as to fulfill customer requirements and to fill top company's targets. Conceptual system of internal transfer prices with motivation effects should be consistently function in connection also with the output and process oriented area of management accounting, namely first of all at the tactical and operative level of management of business process. The use of internal transfer prices is shown both in valuation transactions among supplier and customer responsibility centers and in the valuation transactions company as a whole. Internal transfer prices are used for the solution to important tasks, situations and problems connected with the decision making of managers and owners under competitive conditions of contemporary Czech companies.

Key words

Valuation, internal transfer prices, responsibility center, business output, managerial accounting



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Introduction

Accounting information are determined not only to external users, but also to company's top managers and other internal managers at various management levels, eventually to owners. Certain requirements related to accounting information should be respected. It is evident that accounting information must underlie to their orderliness for the purpose to help to the management and decision making of owners and managers at the top level and other management levels. The quality business process can't function without these accounting information. The using of information of financial and managerial accounting has their rules, methods and manners of the orderliness of these information.

The relatively separated concept and structure of so-called internal transfer alias intradepartmental prices constitute one of the factor of company's competitive ability and belong among information of value management tools of the company's business (earned) activities. Withal it is logic that the system of internal transfer prices exists for purposes both of regulated financial accounting and managerial accounting.

This article deals with the significance and usefulness of internal transfer prices in contrast to market prices of the company and its divisions.

Importance of internal transfer prices and used methods of the approach

Managerial accounting is primarily oriented on such demand in the relation to internal transfer prices, how correctly to determine and use internal transfer alias intradepartmental prices for the output creation and the sale of these outputs of the own entrepreneurial process to market customers. Internal transfer prices are considered as the information subsystem of the value management and their application starts from long-term experience and practically verified theoretical bases [1]. They are grouped to the relatively separated part of information system and must be determined by such way, which respects specifics of the company's responsibility center and business processes and activities and their needs in connection with the output, responsibility, process and customer oriented managerial accounting [5].



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Czech companies as accounting entities of various law forms of their business with the different location of assets and often with the wide output assortment typical for them have own specific organization and economic structure of centers, which “communicate” together, create outputs by requirements of external customers and give internal outputs each other in the dependence on the character and difficulty of the business process, which is ensured. Every responsibility center should be managed with the aim of the achievement of the best benefit for the company, for example the best economy in connection with cost savings and maximum capacity utilization at the level of the cost center [6].

The valuation of tangible and intangible outputs, that is finished products, unfinished products, semi-finished products and provided services, has the great importance from the managerial view point in consideration of the economical running of business activities, the performance measurement and management of centers for instance divisions of a company [2]. The development of computer techniques and information technologies enables to manage these company’s business processes and activities in centers from various places where current location of the production and sales of particular outputs exists, with the possible separation of owners’ and managers’ positions.

As for internal transfer prices as the value managerial tool for the output management of business activities, three relevant assumptions should be fulfilled with their determination [7]. Firstly, the internal transfer prices value outputs of responsibility centers and should be assigned advance; rules for their assignment must be determined advance, too. Withal it is suitable to suppose changes of internal transfer prices (in consideration with their relative stability and function under given conditions), which can come. Secondly, internal transfer prices should be interconnected with other instruments of the internal value management, mainly with costings of outputs, with budgets of responsibility centers and with information of managerial accounting. Thirdly, internal transfer prices of concrete homogeneous output should be assessed at the same level in cases when other centers take an appropriate output or when this output is valued for purposes of the sale to market customers.

Internal transfer prices solve customer requests in the internal company’s structure and present so the part of the value management, which in

coordination with mentioned other value management tools is pointing to the support of the required fulfillment of operative business tasks towards company's customers [8].

Internal transfer prices are assigned at several structure levels of particular items of valuated outputs by the type of following internal transfer prices. Firstly, internal transfer prices are based on variable and full costs. Secondly, they are based on full costs with the counting of the profit mark-up. Thirdly, market prices are taken for internal transfer prices. Fourthly, the output valuation is assigned by the agreement among responsibility centers; top managers decide about the right amount of internal transfer price in the case of disagreements.

The main content difference between the internal transfer prices and market transfer prices follows from the various views, when the purposefulness of the created output is recognized and who recognize it. The company's benefit on the border relation of this company and the market environment is expressed, if the economically independent customer is willing to pay such sale price for the delivered output (for example for a provided service), which answers to usable parameters by his opinion [3]. On the other side it is needed to say that the created and valuated center output shows the internal recognition of its purposefulness from the company's view [4]. Unless the output is determined by the top management for other consumption of centers inside the company, this customer center has no possibility of the choice of the similar output from the market environment and is restricted by the priority of interests of the company's top management. However it is right to compare the price of such provided service under internal and external conditions; lower price should be deciding for the securing of this service.

This article presents theoretical knowledge and practical managerial experience in the field of internal transfer prices of the Czech companies. Analytical methods of knowledge of the chain of events connected with internal transfer prices point to the complex and synthetic judgement of questions and problems of internal transfer prices.

Results and opinions to use of internal transfer prices

Successful responsibility management supposes mainly the correct and consequent assignment of internal transfer prices for outputs provided by

centers. The customer recognizes the output rationality by means of the market price, that is by the external revenue for the company versus the internal recognition of the output purposefulness is connected with the internal revenue, how it was explained above in the text. The external revenue for the sold output and internal revenue for the delivered output are by recognition of the benefit connected in the first case with the sale of an output to the market customer or in the second case either with the rational making of an output or with the providing of a service as the support for main business activities.

Internal transfer prices are used for different purposes in many directions. Firstly, as the measurement for the output valuation. Secondly, as the motivation instrument influencing the behaviour inside company's responsibility centers. Thirdly, as the tool of the delimited competence and responsibility for results of the main business activities of the company. Fourthly, to the allocation of costs by incurrance or responsibility and internal revenues. Fifthly, to the ascertainment of the actual output profitability. Sixthly, to the judgement of center economy results, for example cost savings and overruns for each cost center. Valuation issues diffuse to particular parts of managerial accounting, it is meant to the output, responsibility, process and customer oriented managerial accounting [5].

It was said that internal transfer prices are considered for suitable motivation management tools of responsibility centers. For instance, the choice of such internal transfer price of the cost centre has the influence on decisions about its structure and volume of the making outputs including the capacity use. The center motivation is oriented to the capacity use of fixed costs simultaneously with the fulfillment of cost tasks in variable costs if internal transfer price of the cost type is assigned at the level of full costs, i. e. variable and fixed costs, possibly unit and overhead costs in the traditional concept. In contrast, unless internal transfer price for the output valuation is prepared at the level of advance assigned variable costs, so indicates the center motivation only to the fulfillment of the required cost task in time, quality and volume.

It is possible to signalize three functions of internal transfer prices for the responsibility accounting which should be fulfilled. Firstly, internal transfer prices should motivate workers to the economical keeping of center costs connected with creation and providing of outputs for other centers. Secondly

internal transfer prices should serve to the valuation of center outputs and lead to the ascertainment, how economically appropriate centers participated in the total economy result of the company in the case of advance assigned internal transfer prices. Thirdly, internal transfer prices should reflect the delimited competence and responsibility of particular centers, namely not only in vertical relations of the superiority and subordination, but also in horizontal cooperative relations; they should be the instrument of the delimitation of results achieved by supplier centers and results of centers, which receive tangible or intangible outputs internally, eventually can sell outputs to market customers.

The discussion in the field of so relevant internal transfer prices shows needs of their theory conception and expression confronted with their use in the Czech companies. On the contrary the managerial practices gives important impulses to the generalization of various directions of the using of these internal transfer prices for the management of company's business processes and activities.

Conclusion

The significance and using of internal transfer alias intradepartmental prices are important for the management of business activities of Czech companies from view point of their competitive ability. It is necessary to pay the attention especially to manners of the assesment of internal transfer prices and their using for various decision-making tasks and situations solved in context of running business activities. The whole conception of the issues of internal transfer prices influences both relations among responsibility centers and the relations in the framework of each company in the Czech Republic.

This paper is processed as the output of the research project „Contemporary Problems of Valuation for Purposes of Company Management: Owner's and Manager's Approach”.

References

- [1] Drury, C.: *Management and Cost Accounting*. 5th Edition. London, Chapman and Hall, 2002.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- [2] Drury, C.: *Management Accounting for Business*. 4th Edition. South-Western Cengage Learning, 2009.
- [3] Hansen, D. R., Mowen, M. M.: *Managerial Accounting*. 8th Edition. New York, South-Western Cengage Learning, 2007.
- [4] Horngren, Sundem, Stratton: *Introduction to Management Accounting*. 14th Edition. London, Pearson Custom Publishing, 2010.
- [5] Král, B. a kol.: *Manažerské účetnictví*. 3. vydání. Praha, Management Press, 2010.
- [6] Russel, D., Patel, A., Wilkinson-Riddle, G.: *Cost Accounting*. Dorchester, Dorset Press, 2002.
- [7] Strouhal, J., Dvořáková, D., Knapová, B.: *Preliminary View on Owner's and Manager's Approach to Valuation*. Analele Stiintifice Ale Universitatii "Alexandru Ion Cuza" Din IASI [online], vol. 56, pp. 178–185, 2009.
- [8] Wickramasinghe, D.: *Management Accounting Change: Approaches and Perspectives*. London, Routledge, 2007.

Interní předací ceny jako faktor konkurenční schopnosti společnosti

Abstrakt

Úspěšné řízení podnikatelského procesu tvorby výkonů v organizační a odpovědnostní struktuře společnosti předpokládá racionální stanovení a správné užití interních předacích nebo-li vnitropodnikových cen v manažerském účetnictví. Hlavním úkolem interních předacích cen odpovědnostně orientované oblasti manažerského účetnictví je přispět k vnitřní koordinaci příslušných vztahů mezi středisky takovým způsobem, aby byly splněny požadavky zákazníků a tím splněny vrcholové cíle společnosti. Koncepční systém interních předacích cen s motivačními efekty by měl důsledně fungovat také ve výkonově a procesně orientované oblasti manažerského účetnictví, a to především na úrovni operativního a taktického řízení podnikatelského procesu. Užití interních předacích cen se projeví jak v transakcích mezi předávajícími a odebírajícími odpovědnostními středisky, tak v oceňovacích transakcích společnosti jako celku. Interní předací ceny



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

jsou užívány pro řešení důležitých úloh, situací a problémů spojených s rozhodováním manažerů a vlastníků v konkurenčních podmínkách současných českých společností.

Klíčová slova

Oceňování, interní předací ceny, odpovědnostní středisko, podnikatelský výkon, manažerské účetnictví

Kontaktní údaje na autora

Ing. Bohuslava Knapová, CSc., Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta financí a účetnictví, Katedra manažerského účetnictví, Náměstí W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3, knapova@vse.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Informační funkce účetnictví u účetních jednotek účtujících ve zjednodušeném rozsahu jako významný faktor jejich konkurenceschopnosti

Leinveberová Jaroslava

Vysoká škola polytechnická Jihlava

katedra ekonomických studií

Abstrakt

Podnikání malého rozsahu se týká fyzických nebo právnických osob. Pro fyzické a právnické osoby v podmínkách České republiky platí odlišná pravidla evidence a řešení informačního systému. Fyzické osoby mohou používat daňovou evidence a účetní jednotky, právnické osoby, účtují ve zjednodušeném rozsahu. V mnohých ohledech zde v praxi splývá finanční účetnictví s účetnictvím daňovým. Takovýto přístup vede k pokřivení informační funkce účetnictví, které má potenciál pro širší využití. Správně vedené a správně interpretované finanční účetnictví, které v základu může řešit i nákladové účetnictví, má schopnost poskytovat významné informace k posílení konkurenceschopnosti dané organizace.

Klíčová slova

Účetnictví, informační funkce, daň z příjmu, rozvaha, výsledovka.

Úvod

Od února do března většina podnikatelských subjektů podává daňová přiznání. Podkladem pro zjištění výše daně je daňová a účetní evidence. Odlišnosti jsou dány tím, zda je podnikatelský subjekt právnickou či fyzickou osobou. Fyzické osoby mají na výběr ze tří režimů

- evidují příjmy a majetek, výdaje uplatňují paušálem,

- vedou daňovou evidenci (daňové účetnictví),
- vedou finanční účetnictví.

Právnícké osoby dle své velikosti a významnosti vedou finanční účetnictví

- 1) ve zjednodušeném rozsahu,
- 2) v plném rozsahu,
- 3) dle IFRS (International Financial Reporting Standards).

Srovnáním malých podnikatelských subjektů fyzických a právníckých osob zjistíme zásadní odlišnosti při řešení informačního daňového a finančního systému.

Daňová evidence má za cíl poskytovat údaje potřebné ke zjištění základu daně z příjmů. Je určena pro ty subjekty, které nejsou účetními jednotkami. Informace pro řízení jsou zde minimální.

Subjekty jsou účetními jednotkami ve smyslu zákona o účetnictví. Jedná se o právnícké osoby. Fyzické osoby jako účetní jednotky mohou být buď podnikatelé či ostatní. Podnikatelé s obratem větším než 25 mil. Kč za rok podle zákona o DPH a §1 zákona o účetnictví, pokud jeden z účastníků sdružení bez právní subjektivity je účetní jednotkou, pokud se rozhodli dobrovolně vést účetnictví. Ostatní fyzické osoby jsou účetní jednotkou pokud je tato povinnost uložena zvláštním zákonem či pokud se rozhodli dobrovolně vést účetnictví. Informace pro řízení jsou u účetních jednotek poskytovány dle požadavků jednotlivých uživatelů.

Ekonomické subjekty a jejich informační nároky

Budeme-li vycházet z informací poskytovaných Českým statistickým úřadem v organizační struktuře NH za rok 2009, dojdeme k zajímavému ilustrativnímu odhadu poměru mezi jednotlivými ekonomickými subjekty. Ekonomických subjektů fyzických osob je přibližně 6,5 krát více než předpokládaných malých obchodních společností.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tab. 1: Počet ekonomických subjektů k 31.12.2009

Celkem	2.570.611
Právnícké osoby	643.310
Z toho obchodní společnosti	329.100
Z toho VOS,KS,SRO,Družstva	305.368
Fyzické osoby	1.936.301

Tento zdroj lze považovat jen za informativní, protože nevíme, kolik ekonomických subjektů je neaktivních. U fyzických osob to bude dle odhadů více než jedna třetina. Potom by se odhadovaný poměr změnil na čtyřnásobek.

Fyzické osoby

Z uvedeného vyplývá, že většina ekonomických subjektů jsou fyzické osoby. Část z nich jen eviduje příjmy a majetek, výdaje uplatňuje paušálem.

Tab. 2: Paušální výdaje FO

Příjmy podle §7 (podnikání)	2009	2010
Řemeslné živnosti	80%	80%
Ostatní živnosti	60%	60%
Autorské příjmy	60%	40%
Zemědělská a lesní výroba	80%	80%
Příjmy podle §9 (pronájmy)	30%	30%

U takového systému evidence, který je jednoduchý a v mnoha případech i finančně výhodný, jsou informace pro fyzické osoby jen o výši zdanitelných příjmů a výši daně z příjmu.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Fyzické osoby, které vedou daňovou evidenci (daňové účetnictví), mají k dispozici, oproti předchozí variantě, více informací o struktuře příjmů a také výdajů. Mají dobrou evidenci majetku, která není zachycena jen na skladových a evidenčních kartách. Daňová evidence primárně slouží ke správnému zjištění základu daně z příjmů a výši daně z příjmu.

Fyzické a malé právnické osoby (bez zákonného auditu)

Fyzické osoby, které vedou finanční účetnictví, mají srovnatelné nároky na informace s malými právnickými osobami. Malé právnické osoby jsou účetní jednotky s jednoduchým předmětem činnosti, kde manažer je zpravidla zároveň i majitelem. V našich podmínkách se jedná převážně o obchodní společnosti typu v.o.s., k.s., s.r.o. a družstva. Manažer a majitel v jedné osobě má k dispozici informace o majetku, jeho struktuře a zdrojích, o finanční situaci, o výsledku hospodaření, jeho struktuře, o struktuře nákladů a výnosů. Které a v jaké kvalitě informace manažer (majitel) potřebuje je ovlivněno strukturou používaných účtů a účetními metodami. Některé v dané společnosti manažer musí a jiné může využívat, to je dáno jeho ekonomickými potřebami a znalostmi.

Finanční účetnictví ve zjednodušeném rozsahu

Malé právnické osoby bez zákonného auditu a fyzické osoby podle zákona o účetnictví vedou finanční účetnictví, které může být ve zjednodušeném rozsahu. Zjednodušený rozsah zaručuje veškeré základní informace, které jsou uvedeny i v plném rozsahu. Je zde ale menší podrobnost v evidenci hospodářských operací na jednotlivých účtech, které nazýváme syntetické. Ve výkaznictví se setkáme jen se základní strukturou výkazů, kterými jsou rozvaha a výsledovka.

Informace v průběhu roku (12 měsíců) slouží pro vnitřní potřebu organizace.

Finanční účetnictví může v průběhu účetního období poskytovat informace o majetku, o jeho pořizovacích cenách, o struktuře majetku, o plánovaném opotřebením majetku, o stavu zásob a jejich cenách, o výši pohledávek, o výši peněžních prostředků. Dále v oblasti zdrojů lze získat průběžné informace o tom, jaké jsou dlouhodobé a krátkodobé zdroje majetku, které jsou vlastní a které jsou cizí (dluhy), jaká je jejich struktura. Průběžně lze zjišťovat



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

výsledek hospodaření, náklady, výnosy, jejich výši a strukturu, to ve vazbě na provozní, finanční či mimořádnou činnost.

Informace na konci roku slouží pro vnitřní potřebu organizace i pro exteri uživatele účetních informací, jako je stát (finanční úřad), banka, zaměstnanci a další.

Finanční účetnictví k poslednímu dni účetního období poskytuje pro interní uživatele veškeré informace tak jako v průběhu účetního období, s možností ročních analýz, výpočtu daně z příjmu. Pro externí uživatele poskytuje informace obsažené v účetních výkazech Rozvaha, Výkaz zisku a ztrát a Příloha k účetní závěrce s doplňujícími informacemi k výkazům. Setřídění položek ve výkazech je podle jejich významnosti a informační hodnoty. Účetní výkazy jsou dány právní úpravou tak, aby nebyl žádný z uživatelů upřednostněn a aby byly základní informační potřeby všech zajištěny. Jedná se o informace o majetkové, zdrojové, finanční a hospodářské situaci společnosti.

Závěr

Daňové účetnictví (daňová evidence) poskytuje pro fyzické osoby informace o výši příjmů a výdajů, které prioritně vedou k určení dílčího základu daně z příjmů. Tyto informace jsou z evidence získávány po skončení daňového období, což je jeden rok. Pokud se jedná o plátce DPH, rozhodující je zde informace v periodě měsíční či čtvrtletní o výši vydaných faktur (pohledávkách) a příjmech, o výši přijatých faktur (závazcích) a výdajích. Evidence DPH může být řešena i samostatně. V daňové evidenci nenalezneme informace o struktuře příjmů ve vazbě na výdaje, neřeší se zde majetková a zdrojová stránka podnikatelského subjektu, není možno zjistit podstatné informace pro rozhodování.

Finanční účetnictví poskytuje informace v rozsahu jaký je v daňové evidenci. Dále v pravidelných intervalech (minimálně měsíčních) se z interních výkazů či stavů na účtech zainteresovaný uživatel dozví stavy dlouhodobého majetku a jeho aktuální strukturu, stavy zásob, pohledávek a finančních prostředků. Informace, které jsou pro podnikatelské subjekty významné jsou zdroje majetku, objem krátkodobých dluhů (závazků), dlouhodobých dluhů. Významná informace je o výši vlastních zdrojů majetku, kde stojí v popředí informace o výsledku hospodaření. U výsledku hospodaření se uživatel



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

může seznámit s jeho strukturou, náklady a výnosy, s jejich podílem na dílčích výsledcích i celkovém zisku. Je zde možné řešit nákladovou strukturu velice podrobně a účelově, například ve vazbě na jednotlivé zakázky. Informace, z účetnictví, které jsou systémově a dle významnosti strukturovány ve výkazech, jsou zpracovávány pravidelně, proto je lze i periodicky hodnotit a kontrolovat, případně provádět finanční analýzu. Tyto informace z účetnictví napomáhají podnikatelským subjektům ke zvýšení konkurenceschopnosti. Důležitým předpokladem u fyzických a právnických osob, které vedou finanční účetnictví, jsou kvalifikační předpoklady. Povědomost managementu o účetnictví a jeho informačních možnostech napomáhá odbornému využití a nastavení účetnictví dle potřeb konkrétních osob, uživatelů účetních informací.

Základní informace zda společnost dosahuje zisk, zda má na bankovním účtu dostatek peněžních prostředků a jaká je výše daně z příjmu v podmínkách konkurenčního prostředí dlouhodobě nestačí.

Na jedné straně pozitivní trend, který vede k paušalizaci výdajů, ke zjednodušení evidence - převážně daňové, nenutí malé společnosti, které mohou být jak fyzické tak právnické osoby, k propracované účetní evidenci. Ke zvýšení konkurenceschopnosti je potřeba mít dostatek informací a to i z účetního informačního systému.

Literatura

- [1] RYNEŠ, P.: *Podvojně účetnictví a účetní závěrka 20011*, Praha: Anag. 2011. 978-80-72-63-633-4.
- [2] *Ekonomika* [online]. 2010 [cit. 2011-03-02]. csu. Dostupné z WWW: <CZSO.CZ>.

Information Function of Accounting in Accounting **Entities**
Keeping Accounts in a Simplified Form as a Significant
Factor of Their Competitiveness



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Abstract

Small- scale enterprise concerns physical entities or legal entities. Under the conditions of the Czech Republic, different rules of evidence and information system solving apply to physical entities and legal entities. Physical entities can use tax evidence, while accounting entities, legal entities, keep accounts in a simplified form. In many respects, financial accounting is congruent with tax accounting here. Such an approach leads to distorting the information function of accounting which has a potential of wider use. Properly kept and properly interpreted financial accounting, which can basically cover cost accounting as well, is capable of providing significant information to strengthen competitiveness of a given organization.

Key words

Accounting, information function, income tax, balance sheet, profit and loss statement.

Kontaktní údaje na autora

Ing. Jaroslava Leinveberová, katedra ekonomických studií, VŠPJ,
leinveberova@vspj.cz



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Přenesení daňové povinnosti DPH na odběratele

Opekarová Ludmila
Máče Miroslav
VŠTE České Budějovice

Abstrakt

Konkurenční prostředí privátního sektoru je ovlivněno novelou zákona č.235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty. Hlavním důvodem novelizace zákona o DPH je především závazek České republiky transponovat do právního řádu směrnice Rady. Jedná se o možnost použití režimu přenesení daňové povinnosti na příjemce plnění. Dále pak se jedná o zavedení ručení za daň a možnost provedení opravy výše daně u podnikatelů za dlužníky nacházející se v úpadku. Jedná se bezesporu o opatření, která budou mít příznivý vliv na podnikatelské subjekty. Na druhé straně některá opatření směřující k zamezení daňových úniků přináší pro podnikatele zvýšení administrativy.

Klíčová slova.

Daň z přidané hodnoty, tuzemský reverse-charge, institut ručení, oprava výše daně, účtování o DPH.

1. Úvod

Změny v zákoně o dani z přidané hodnoty

Jedná se o zavedení režimu, kdy **povinnost přiznat a zaplatit daň má plátce, pro kterého je plnění uskutečněno**. Plátce (dodavatel), který poskytuje zdanitelné plnění, je povinen vystavit doklad, na který uvede, že výši daně je povinen doplnit a přiznat plátce (odběratel). Nárok na odpočet daně má příjemce plnění (odběratel), a to v okamžiku, kdy nastaly skutečnosti základající povinnost přiznat daň. Tímto je zaveden institut „ručení“, který slouží správci daně jako nástroj pro zamezení daňových



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

úniků. Toto opatření spočívá v uplatnění odpočtu daně příjemcem plnění s tím, že plátce, který např. uskutečňuje dodání zboží, daň nezaplatí. Institut ručení bude fungovat následovně: ke vzniku ručitelského vztahu dochází okamžikem uskutečnění zdanitelného plnění v tuzemsku nebo poskytnutí úplaty na takové plnění, pokud je naplněna některá z dalších podmínek (splnění tzv. znalostního testu, kritérium zjevné odchylky od obvyklé ceny). Fakticky se ručitelský závazek projeví až v případě, že daň z předmětu zdanitelného plnění uskutečněného v tuzemsku nebude zaplacená a její vymáhání zdanitelného plnění se ukáže marným.

Další změnou je **oprava výše daně u pohledávek za dlužníky v insolvenčním řízení**. Toto opatření, které umožní snížit základ daně ve specifických případech, a to ještě za stanovených podmínek, zabrání případnému zneužívání oprav. Plátce (dodavatel), který měl povinnost přiznat daň z celé částky za poskytnuté plnění (věřitel) má možnost opravit (snížit) již přiznanou daň. Toto řešení bude mít za následek snížení příjmů do státního rozpočtu. Na druhé straně za současné ekonomické situace toto opatření řadě společností pomůže od případného bankrotu.

Nově se nastavují pravidla pro **uplatnění daně na vstupu a na výstupu u dlouhodobého majetku vytvořeného vlastní činností**, který bude plátce dále používat pro tzv. smíšené účely, tj. částečně pro účely s nárokem na odpočet daně a částečně pro účely bez nároku na odpočet daně. Zahrnuje jak případy, kdy plátce bude používat majetek zčásti také pro účely nesouvisející s jeho ekonomickými činnostmi (například pro soukromé účely), tak případy, kdy plátce bude používat majetek výhradně pro uskutečňování svých ekonomických činností, ale v jejich rámci také zčásti pro osvobozená plnění bez nároku na odpočet daně. Princip nově zavedeného opatření spočívá v tom, že si plátce v podstatě vytvořený dlouhodobý majetek po jeho aktivaci „sám sobě dodá“. Tím se odstraní negativní dopad různých vyšších koeficientů v letech, kdy majetek vytvářel.

Poslední významnou změnou je **povinnost přiznat daň v případě poskytování služeb na dlouhodobé bázi, a to vždy k poslednímu dni každého kalendářního roku**, kdy je služba poskytována.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2. Institut ručení

Dalším nástrojem v boji proti daňovým účinkům je institut ručení. Jedná se o ručení odběratele (plátce, příjemce, zdanitelného plnění) za daň ze zdanitelného plnění uskutečněného v tuzemsku, která nebyla záměrně odvedena jeho dodavatelem (plátcem, poskytovatel zdanitelného plnění).

Prakticky se ručitelský závazek projeví až v případě, že daň z předmětného zdanitelného plnění uskutečněného v tuzemsku nebude zaplacená a její vymáhání na poskytovateli zdanitelného plnění (dodavateli) se ukáže marným.

Podmínkou je tzv. „znalostní test“ ohledně vědomosti určitých skutečností, přičemž z hlediska zavinění postačuje tzv. nevědomá nedbalost odběratele ohledně těchto skutečností, tj. zavinění je možné ve formě úmyslu, vědomé nedbalosti (věděl) nebo nevědomé nedbalosti (vědět měl a mohl).

Další podmínkou, která nastává v okamžiku přijetí zdanitelného plnění, je odchylka úplaty (ceny) za zdanitelné plnění. Musí být splněno nejen kritérium neobvykle nižší ceny či vyšší ceny, ale také skutečnost, že tato odchylka nemá ekonomické opodstatnění. Tato podmínka také znamená vznik ručitelského závazku.

Příjemce zdanitelného plnění (odběratel) v tuzemsku může dobrovolně zaplatit za poskytovatele zdanitelného plnění daň přímo správci daně. Motivací tohoto chování by měla být zejména snaha předejít eventuálním dopadům ručitelského závazku podle §109. Pokud by nastala situace, že předepsaná daň je již uhrazena, vzniklý přebytek se použije na úhradu dalších nedoplatků na osobním daňovém účtu poskytovatele zdanitelného plnění.

3. Tuzemský reverse-charge

Vzniku ručitelského závazku lze předcházet zavedením režimu, kdy povinnost přiznat a zaplatit daň má plátce, pro kterého je plnění uskutečněno tzv. tuzemský reverse-charge. Opět jde o přenesení daňové povinnosti na odběratele.

Plátce, který poskytuje zdanitelné plnění, je povinen vystavit daňový doklad podle §26 zákona s tím, že na něj uvede, že výši daně je povinen doplnit



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

a přiznat plátce, který je odběratelem. Odběratel je povinen přiznat daň z poskytnutého plnění ke dni jeho uskutečnění. Odběratel je povinen na daňovém dokladu doplnit výši daně. Odběrateli tak vzniká podle §72 nárok na odpočet daně okamžikem, kdy nastaly skutečnosti zakládající povinnost tuto daň přiznat. Odběratel tak není oprávněn uplatnit nárok na odpočet daně, pokud daň nepřiznal.

Dodavatel i odběratel jsou povinni vést evidenci. Plátce je povinen tuto záznamní povinnost předkládat finančnímu úřadu ve lhůtě po podání daňového přiznání.

4. Uplatnění daně

Nárok na odpočet daně vzniká dnem uskutečnění plnění. Pro uplatnění nároku na odpočet daně musí plátce dle §73 mít daňový doklad. Aby splnil tuto povinnost, musí uplatnit odpočet daně později než je datum zdanitelného plnění DZP. Tímto pozdějším datem je datum uplatnění daně DUD. Tímto posuvem se může stát, že uplatnění odpočtu daně spadne do následujícího období pro přiznání daně. Zmírnění tohoto rozdílu mezi daní na výstupu a daní na vstupu (odpočtu daně) přispěl návrh senátu. "Pro uplatnění nároku na odpočet daně podle odstavce 1 za zdaňovací období, ve kterém se zdanitelné plnění uskutečnilo, postačí, aby plátce měl daňový doklad ve lhůtě pro podání daňového přiznání za toto zdaňovací období."

Dosavadní datum zdanitelného plnění DZP je i nadále důležitou informací, nikoli však pro vyhodnocení období řádného přiznání k DPH, do kterého má být zařazen. Novela DPH tak změnila pravidla pro uplatnění odpočtu daně u daňových dokladů tak, že odpočet může být realizován až pokud účetní jednotka má doklad v držení nebo v případě, že se rozhodla odpočet v některém z následujících zdaňovacích období (až 3 roky).

Daňové doklady na výstupu (vystavené) budou mít i nadále DZP = DUD, tj. shodný datum. Doklad tak musí být vždy promítnut do období zdanění podle data zdanitelného plnění. V případě, že je u došlého daňového dokladu nutné v zájmu dodržení ustanovení zákona odložit uplatnění daně na vstupu, pak hodnota DUD bude obsahovat datum odlišný od DZP, prakticky je vyšší než je datum DZP. Tato skutečnost se neblaze promítá do účtování o DPH.

5. Účtování DPH

Základ daně pro uskutečnění zdanitelného plnění (daň na výstupu)

Účet	MD	DAL
6xx		základ
343		Daň
311	pohledávka	

Přijatý daňový doklad při plném nároku na odpočet (daň na vstupu)

Účet	MD	DAL
5xx	Základ	
343	Daň	
321		závazek

Účtování dodání zboží nebo poskytnutí služby v základní sazbě s místem plnění v tuzemsku zůstává stejné pro plátce, který nepřevodil povinnost přiznat a zaplatit daň na plátce pro kterého je plnění uskutečněno:



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Účet	MD	DAL
6xx		610
343		122
311	732	

Při převzetí daňové povinnosti, příjemcem zdanitelného plnění, poskytovatel služby účtuje bez DPH

Účet	MD	DAL
6xx		610
311	610	

Příjemce, který přijímá povinnost přiznat a zaplatit daň, s nárokem na plný odpočet účtuje následovně:

Účet	MD	DAL
5xx	610	
321		610
343	122	
343		122

Příjemce, který přijímá povinnost přiznat a zaplatit daň a nemá nárok na plný odpočet, účtuje prostřednictvím dohadného účtu aktivního např. při 50% odpočtu následovně:



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Účet	MD	DAL
5xx	610	
321		610
388	61	
343		61

Neuplatněnou část odpočtu na konci zdaňovacího období přeúčtovává do finančního nákladu.

Účet	MD	DAL
388		61
568	61	

Příjemce, který přijímá povinnost přiznat a zaplatit daň a nemá žádný nárok na odpočet, účtuje následovně:

Účet	MD	DAL
5xx	732	
321		732

Poznámka:

- 5xx účet nákladů
- 6xx účet výnosů
- 343 daň z přidané hodnoty
- 311 odběratelé
- 321 dodavatelé
- 388 dohadné účty aktivní
- 568 ostatní finanční náklady



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



V Š P
J
Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

6. Závěr

Změny v důsledku novely DPH přinášejí pro podnikatele na jedné straně nastavení nástrojů, které zamezí daňovým únikům, na druhé straně spravedlivé daňové podmínky a v neposlední řadě i ekonomickou pomoc při možnosti odepsat daň u uvedených pohledávek v době globálního ekonomického oslabení a krize eurozóny. Správci daně tak získávají nástroj k omezení daňových účinků a k vymáhání nezaplacené daně, například u uplatňování nároku na odpočet daně při tuzemském reverse-charge a při zavedení ručení za daň. U konečného spotřebitele nemá většina změn bezprostřední vliv na ceny zboží a služeb.

Literatura

Novela zákona 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty; sněmovní tisk 129/0 část č.1/4.

Daň z přidané hodnoty 2010, UZ číslo 766, Sagit 2010.

Vzorový účtový rozvrh, UZ číslo 817, Sagit 2010.

Abstract

The competitive background of private sector is affected by the amendment of law. Number č.235/2004 Sb., to the value of added tax. The main reason for the amendment of the VAT is an engagement of the Czech Republic to transpose into law council directive. There is a possibility of using regime to transfer taxes obligation for recipient. You should guarantee for tax and possibility to provide a revision of tax rate by business people from debtors who are situated in a decline. That is an acquisition, which has a positive influence for business subjects. On the other hand some acquisition aiming to aversion of tax evasion means a higher rate of administration for businessmen.

Key words

VAT, reverse- charge, institute guarantee, revision of tax rate accounts of VAT.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kontaktní údaje na autory

Ing. Ludmila Opekarová, Ph.D.

Ing. Miroslav Máče, CsC., Ph.D.

VŠTE v Českých Budějovicích

Okružní 10

37001 České Budějovice