

VÝZNAM INFORMACÍ A VZDĚLÁVÁNÍ PŘI ŘÍZENÍ ZNALOSTÍ V ČESKÝCH ZEMĚDĚLSKÝCH PODNICÍCH

THE IMPORTANCE OF INFORMATION AND EDUCATION IN CZECH FARMS KNOWLEDGE MANAGEMENT

Lenka Vorlíčková

Anotace

Pokud chtěl podnik v tzv. staré ekonomice dosáhnout podstatné konkurenční výhody, musel rychle a zároveň s co nejnižšími náklady reagovat na změny v poptávce. Rostoucí poptávka si vyžadovala rozsáhlé investice do majetku, protože jedině tak mohl podnik vytvořit dostatečné rezervy kapacit. Nová ekonomika přikládá mnohem větší význam kvalitním a rychlým informacím o všech subjektech na trhu. Rolí klíčového faktoru úspěchu hraje namísto výrobních zdrojů intelektuální kapitál, který představuje souhrn hodnot a schopností rozvíjení znalostí. Agreguje 4 základní druhy kapitálu: Inovační, zákaznický, procesní a lidský kapitál. Cílem řízení znalostí je, aby znalosti nebyly jenom hromaděny, ale aby byly racionálně využívány. Znalosti jsou konečným článkem řetězce, na jehož počátku jsou informace. Vztah mezi informacemi a znalostmi lze vyjádřit takto: *data - informace* (data a vazba mezi nimi) - *znalosti* (informace a zkušenosti) - *komplexní poznání*. Za komplexní poznání je považována množina znalostí, informací a dat vztahujících se k určité problematice.

Příspěvek se zabývá úlohou, kterou hrají informace a jejich zdroje při rozhodování podniku. Kromě toho je řešena otázka významu jednotlivých informačních zdrojů a okruhů vzdělávání pro řízení znalostí v současném zemědělském podniku. K zamyšlení stojí zjištění, že zemědělství manažeři málo využívají školy jako zdroj informací pro svá rozhodnutí. Vzdělávání a informace postrádají především v ekonomických a manažerských oblastech.

Annotation

When the enterprise wanted to achieve essential competitive advantage, had to react quickly and with the lowest possible costs according to changes in demand. Increasing demand needed extended investment in assets. It was the only one possibility to create enough large capacity reserves. New economy attaches importance to quality and well timed information on all subjects in market. Key success factor is intellectual capital instead of production sources. Intellectual capital represents a sum of values and skills to develop knowledge. It includes four capital types: innovation, customer, process and human capital

Knowledge management objective is not only cumulate knowledge but also rationally use this knowledge. Knowledge is the final chain link, at the beginning are data. Relationship between information and knowledge could be explained such way: *data – information* (data and relationship among them) – *knowledge* (information and practice) - *complex cognition*. Complex cognition is a set of knowledge, information and data with relationship toward a certain problem.

This contribution deals with the role of information and information sources for decision making in the enterprise. In addition to it is solved question of the information sources and educational programs importance in knowledge management. Very interesting is that farms managers use schools and universities as information source rarely. More educational programs and information would be appropriate in economical and management fields.

Key words

managers, farms, knowledge, information, education, advisory service

Klíčová slova

manažeři, zemědělské podniky, znalosti, informace, vzdělávání, poradenství

Úvod

Pojem *nová ekonomika* odráží změny, kterými prošel svět v minulých desetiletích. Odborníci tuto změnu z hlediska její významnosti přirovnávají k průmyslové revoluci, kdy zemědělský věk byl vystřídán věkem průmyslovým.

Když hovoříme o nové ekonomice, hovoříme o světě, ve kterém lidé pracují svými mozky namísto rukama, kde komunikační technologie utváří globální konkurenci. Inovace jsou důležitější než masová výroba, proto se investuje spíše do koncepcí nebo prostředků pro jejich vytvoření než do nových strojů. V tomto světě je rychlá změna konstantou. [1]

Řízení znalostí je jednou z nejdůležitějších hnacích sil nové ekonomiky. V současné době je nová ekonomika hodnocena pomocí 21 indikátorů, které se dělí do pěti skupin, z nichž jedna je věnována právě této problematice – jedná se o indikátory *vzdělanostních profesí* (knowledge jobs).

Cílem řízení znalostí je, aby znalosti nebyly jenom hromaděny, ale aby byly racionálně využívány. Znalosti jsou konečným článkem řetězce, na jehož počátku jsou informace. Vztah mezi informacemi a znalostmi lze vyjádřit takto: *data - informace* (data a vazba mezi nimi) - *znalosti* (informace a zkušenosti) - *komplexní poznání*. Za komplexní poznání je považována množina znalostí, informací a dat vztahujících se k určité problematice.

Cíl

Zemědělství mělo vždy velmi specifickou pozici v národním hospodářství. To ovšem neznamená, že se ho nedotýkají změny v globálním prostředí. Tento příspěvek se bude věnovat informacím a informačním zdrojům v rozhodovacích procesech manažerů českých zemědělských podniků.

Metodika

Příspěvek čerpá jak ze sekundárních zdrojů informací, tak z primárního výzkumu, který byl proveden v prvním čtvrtletí roku 2003 mezi manažery českých zemědělských podniků. Výzkum byl zaměřen na to, jaké informace a poradenské služby manažeři českých zemědělských podniků využívají a jaké postrádají, jak hodnotí činnost poradenských subjektů v ČR a jaká je informovanost manažerů českých zemědělských podniků o zemědělských poradenských službách v ČR.

Byl zvolen kvantitativní výzkum s využitím dotazníkové techniky sběru dat. Dotazování probíhalo písemnou formou, bez osobního kontaktu tazatele a respondenta. Z časových i ekonomických důvodů byl výzkum prováděn na výběrovém souboru, který zahrnoval 1000 podnikatelských subjektů zemědělské prvovýroby v jednotlivých okresech ČR.

Pro výběr podniků do vzorku byly použity seznamy subjektů provozujících zemědělskou činnost na území ČR, evidované v databázi Českého statistického úřadu. Jednotky byly vybírány oblastním výběrem podle ekonomické velikosti dle metodiky EU a typu výrobního zaměření.

Respondentem byli:

- soukromě hospodařící rolníci – vlastníci farem
- vedoucí pracovníci v podnicích – právnických osobách – vedoucí divizí nebo ředitelé podniku

Vlastní sběr dat se uskutečnil v lednu a v únoru 2003. Návratnost dotazníkového šetření byla 23,2 % (232 dotazníků) a použitelnost 22,8%.

Výsledky

Z výzkumu vyplynulo, že respondenti nejčastěji využívají jako zdroj informací pro rozhodování a další sebevzdělávání odborné tiskoviny, z celkového počtu 224 respondentů, kteří otázku zodpověděli, je mezi 3 nejčastěji využívané zdroje zařadilo 179, z toho 88 krát na první místo, 59 krát na druhé místo a ve 32 případech na třetí. Na prvních místech se také velmi často objevili rodinní příslušníci a přátelé a sousedé. Tabulka č. 1 zachycuje strukturu preferovaných zdrojů z hlediska různých skupin respondentů. Respondenti jsou členěni podle čtyř kritérií: právní formy podnikání, pohlaví, věku a maximálního dosaženého vzdělání.

tabulka 1 nejčastější zdroje informací

| | Rodinní příslušníci | Sousedé a přátelé | Pracovníci VÚ | Prodejci | Poradenské subjekty | Odborné tiskoviny | Internet | Databázové informační systémy ^a | Pracovníci ÚO MZe, stát. správy | Na škole nebo školním statku | Od pracovníků okr. AK | Návštěvou kurzů, seminářů, exkurzí | Jinak | celkem |
|-----------------------------|---------------------|-------------------|---------------|-----------|---------------------|-------------------|----------|--|---------------------------------|------------------------------|-----------------------|------------------------------------|----------|------------|
| 1. místo | | | | | | | | | | | | | | |
| Fyzická osoba | 37 | 20 | 7 | 18 | 5 | 71 | 2 | 0 | 7 | 0 | 1 | 10 | 2 | 180 |
| Družstvo | 0 | 3 | 0 | 3 | 1 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 14 |
| s.r.o. | 0 | 2 | 2 | 2 | 0 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 17 |
| a.s. | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| Příspěvková organizace | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| v.o.s | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| právní forma: Součet | 37 | 26 | 11 | 24 | 9 | 88 | 4 | 0 | 8 | 0 | 1 | 13 | 3 | 224 |
| muž | 26 | 23 | 9 | 21 | 9 | 77 | 4 | 0 | 8 | 0 | 1 | 11 | 3 | 192 |
| žena | 11 | 3 | 2 | 3 | 0 | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 32 |
| pohlaví : Součet | 37 | 26 | 11 | 24 | 9 | 88 | 4 | 0 | 8 | 0 | 1 | 13 | 3 | 224 |
| 21 - 30 | 3 | 4 | 2 | 1 | 1 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 20 |
| 31 - 40 | 10 | 4 | 1 | 4 | 1 | 16 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 40 |
| 41 - 50 | 11 | 6 | 1 | 7 | 2 | 32 | 2 | 0 | 3 | 0 | 0 | 5 | 2 | 71 |
| 51 - 60 | 13 | 8 | 6 | 9 | 3 | 24 | 0 | 0 | 4 | 0 | 1 | 4 | 0 | 72 |
| nad 60 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 11 |
| věk : Součet | 37 | 23 | 11 | 21 | 7 | 86 | 4 | 0 | 8 | 0 | 1 | 13 | 3 | 214 |
| Základní | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12 |
| Střední bez maturity | 13 | 11 | 3 | 4 | 2 | 23 | 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 62 |
| Střední s maturitou | 18 | 6 | 5 | 8 | 3 | 36 | 2 | 0 | 2 | 0 | 1 | 9 | 1 | 91 |
| Vysokoškolské | 3 | 8 | 3 | 12 | 4 | 22 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 3 | 2 | 59 |
| vzdělání: Součet | 37 | 26 | 11 | 24 | 9 | 88 | 4 | 0 | 8 | 0 | 1 | 13 | 3 | 224 |

Z tabulky č. 1 je zřejmé, že fyzické osoby poměrně silně využívají rady svých příbuzných, zatímco manažeři podniků – právnických osob se spíše obracejí na pracovníky výzkumných ústavů (VÚ), zemědělských agentur MZe ČR a na další reprezentanty státní správy. Mezi muži a ženami nejsou patrné významnější rozdíly v preferencích a můžeme tudíž konstatovat, že pohlaví nikterak neovlivňuje volbu informačních zdrojů. Při obdobném výzkumu prováděném v USA [2] bylo zjištěno, že tyto zdroje jsou preferovány především proto, že

jsou bezplatné a rychle dostupné, přičemž nebyly zaznamenány rozdíly mezi muži a ženami, ale objevily se rozdíly mezi věkovými skupinami, kde starší respondenti vykazovali menší ochotu hledat informace a využívat jakékoli zdroje.

Vzhledem k tomu, že všeobecně roste využití počítačů a sítě internet při práci manažerů, není příliš pozitivní zjištění, že internet zařadila na první místo mezi využívanými zdroji necelá dvě procenta respondentů. Na druhé místo již internet zařadilo okolo 8% respondentů, přičemž bylo zjištěno, že je využívají ve větší míře manažeři podniků – právnických osob. Rozdíl byl také mezi muži (8,24%) a ženami (3,45%). Stejně tak z průzkumu vyplynulo, že s rostoucím věkem klesá využívání internetu jako zdroje informací. Zatímco ve věkové skupině 21 – 30 let zařadilo internet na druhou pozici 15% respondentů, ve skupině 41 – 50 to bylo již pouhých 8% a nad 60 let tuto možnost nezvolil nikdo. Výsledků výzkumu provedeném na vzorku zahradníků v USA [2] potvrdily, že roste oblíbenost internetu jako informačního zdroje. Vzhledem k tomu, že výsledky tohoto výzkumu, členěné podle pohlaví, vzdělání a věku byly obdobné výsledkům průzkumu provedeného v letošním roce v ČR, lze očekávat v příštích obdobích obdobný trend vývoje, jako v případě zkoumaného vzorku v USA.

Na druhé a třetí pozici byly poměrně často voleny semináře a kurzy. Celkem tuto možnost mezi tři nejpreferovanější zařadilo 76 respondentů, tj. 33%. Na prvním místě to bylo 13 odpovědí, na druhém místě se objevily kurzy a semináře 24 krát a na třetí pozici byly zařazeny ve 39 případech.

Výzkum se také zaměřil na informace, které respondenti považují za důležité, ale které v současné době postrádají. Respondenti vybírali z celkem 20 možností, ale byla jim ponechána možnost volného doplnění případných neuvedených zdrojů. Nesměli však zvolit více než pět možností.

V grafu č. 1 jsou zachyceny odpovědi. Nejspostrádanější jsou informace o současné situaci na trhu a budoucím vývoji poptávky. Zemědělství manažeři by uvítali zdroj, který by mohli využít při strategickém rozhodování podniku. Vzhledem k délce výrobního cyklu jsou odkázáni na dlouhodobé prognózy vývoje. Často nemají dostatek dat a ani zkušeností s modelováním, aby si takový odhad zpracovali sami. Zde se otevírá možnost pro výzkumné ústavy a vzdělávací instituce, jejichž vědečtí a odborní pracovníci by mohli tento požadavek manažerů naplnit.

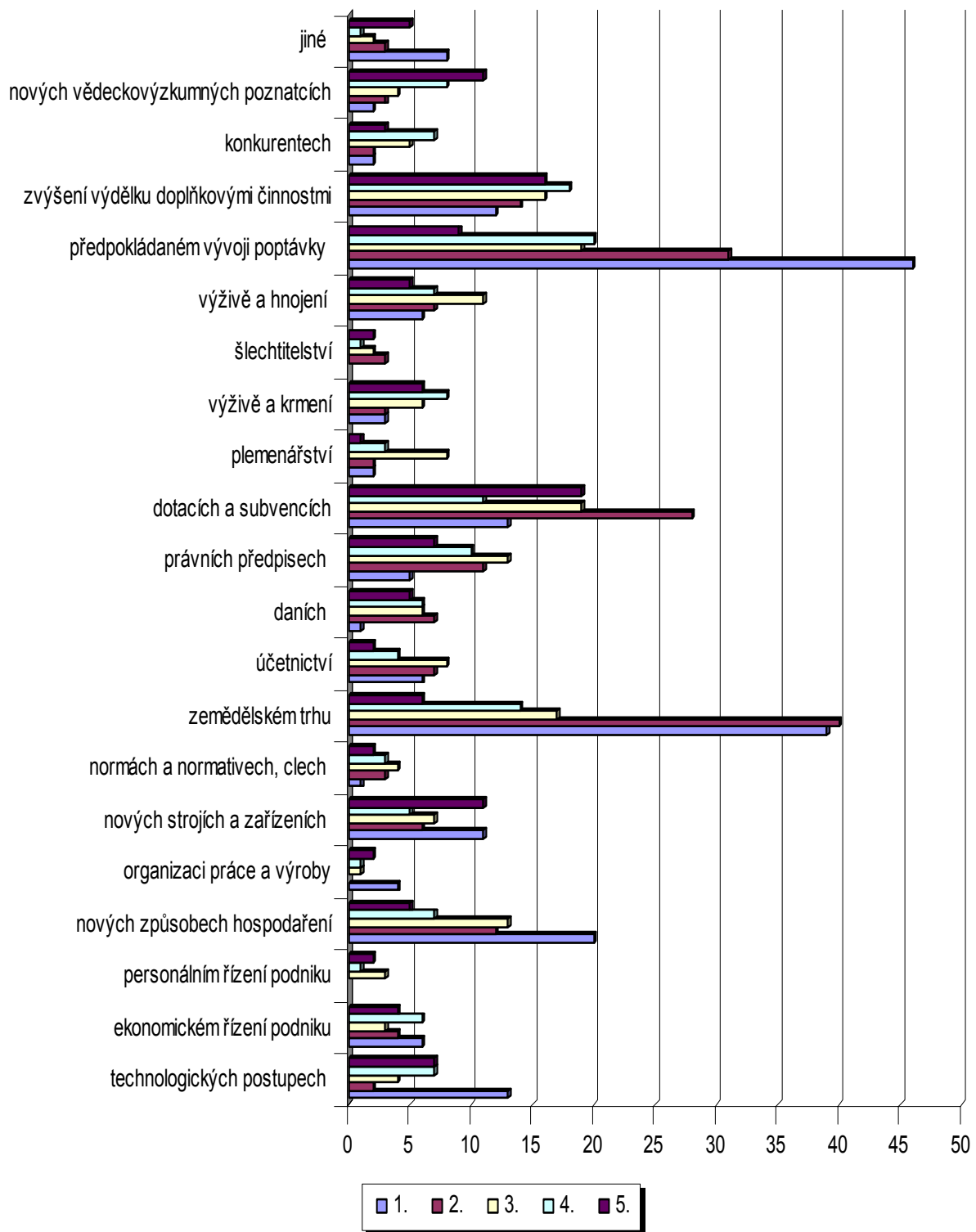
V prostředí nové ekonomiky se nabízí hned několik řešení tohoto problému. Jedním z nich je poskytování bezplatných poradenských služeb financovaných ze státního rozpočtu. To by bylo možné v rámci současné koncepce zemědělského poradenství. Podle této koncepce by měly výzkumné ústavy a univerzity zajišťovat poradenství ve veřejném zájmu. Kromě konvenčního způsobu pořádání seminářů a terénního poradenství připadá v úvahu také novější způsob a to publikování poznatků ať již na vlastních webových stránkách nebo v rámci infopultu Ústavu zemědělských a potravinářských informací. Předpokladem ovšem je zvýšení počtu uživatelů internetu v řadách manažerů zemědělských podniků.

Z grafu je také patrné, že řada respondentů spíše neví, kde tyto informace hledat. Je proto důležité jednak dále vzdělávat příslušné pracovníky tak, aby byli schopni včas vyhledat a zpracovat potřebné informace a jednak zlepšovat způsob přenosu uvedených informací od jejich nositele k příjemci. I v případě, že jsou data publikována na internetu, mohou být těžko k nalezení, protože při jejich zveřejňování nebyl brán dostatečný zřetel na možnosti a znalosti potenciálních příjemců.

Při bližší analýze zjistíme, že manažeři českých zemědělských podniků postrádají spíše informace související s jejich manažerskou prací a nikoli s výrobou. To ukazuje na skutečnost, že vnímají význam lidských a informačních zdrojů pro rozvoj podniku a zároveň si uvědomují vlastní mezery v této oblasti a aktivně vyhledávají možné způsoby, jak takový handicap ve své práci eliminovat. To otevírá prostor pro vzdělávací instituce, které by měly

v rámci programů celoživotního vzdělávání nabídnout zajímavé vzdělávací bloky zaměřené na řízení lidských zdrojů nebo na marketingové řízení s přihlédnutím ke specifickým podnikům zemědělské prvovýroby.

graf 1 - nejčastěji postrádané informace



Diskuse

Celoživotní vzdělávání se stává nezbytnou složkou osobního a profesního růstu každého úspěšného manažera, tedy i manažera zemědělského podniku. Vzhledem k časové vytíženosti těchto pracovníků a s ohledem na jejich prostorové rozptýlení se jeví jako ideální nová forma komunikace a dalšího vzdělání. Vhodné médii splňujícím uvedená kritéria může být internet, protože umožní okamžitý přístup k velkému množství dat a zároveň skýtá manažerům možnost vzdělávat se v čase, který jim nejlépe vyhovuje. Odpadají také náklady (finanční i časové) spojené s dopravou na místo konání vzdělávací akce.

Demografické změny a změny v podnikatelském prostředí ukazují, že významnou skupinou, na kterou se budou muset odborné a vysoké školy zaměřit, jsou odborníci z praxe. Jedná se tak o jedinečnou příležitost k vzájemnému obohacení a rozvoji obou stran. Vzdělávací instituce by měly přinášet nové poznatky, které pracovním vytížením manažeri nemohou vyhledávat, a zároveň čerpat podněty pro svou vědeckovýzkumnou činnost.

Ze zmiňovaného výzkumu, provedeného autorkou v prvním čtvrtletí tohoto roku, vyplynulo, že zemědělství manažeri projevují zájem o další vzdělávání především v oblasti odbytu a marketingu zemědělských produktů. Poptávka by také byla po vzdělávání v oblastech ekonomiky podniku, provozně právní problematiky, výživy a ekologie.

Aby vzdělávací instituce mohly uspět v konkurenčním prostředí, které po vstupu do EU ještě zesílí měly by vytvořit systémy vzdělávání na bázi e-learning tak, aby se kurzů mohli zúčastnit zájemci z různých krajů, aniž by museli podnikat náročnou cestu do sídla organizace nebo aby vzdělávací instituce vysílala své zástupce do krajů, kde by se vzdělávací akce pořádaly. Tento způsob předávání znalostí a zkušeností umožní uspořádat i kurzy úzce specializované, které by v rámci jednoho regionu nemusely být naplněny potřebným počtem zájemců.

Pokud by se připravily jazykové mutace vzdělávacích programů mohou univerzity a další vzdělávací instituce vstoupit do konkurenčního prostředí v rámci globálních trhů.

Výzkumy [3] také ukázaly, že malé a střední firmy považují za nejcharakterističtější rys nové ekonomiky stálou dostupnost služeb, mezi nimiž samozřejmě významnou roli hrají služby vzdělávacích a poradenských subjektů. Z toho vyplývá, že se bude měnit role poradenských subjektů poskytujících odborné služby českým zemědělským podnikům. Lze očekávat změnu v modu poskytování poradenských služeb.

V minulých letech spočívala stěžejní část práce konzultanta v terénním poradenství, které kladlo vysoké nároky na jeho mobilitu a čas a samozřejmě bylo spojeno s poměrně nízkým využitím znalostního potenciálu poradců, kteří mohli v rámci jedné konzultace poskytnout službu jednomu klientovi nebo malé skupině zájemců. S novou ekonomikou se také otvírají další možnosti, protože poradce využívající možnosti informačních technologií může, v některých oblastech činnosti, v jednom okamžiku poskytnout konzultace mnohem většímu počtu klientů z různých regionů a zároveň získá časový prostor pro další sebevzdělávání. Výsledkem by měl být nárůst odborného potenciálu poradců a tím i sekundárně klientů, na které jsou tyto informace přenášeny. Tím mohou zemědělské podniky udržet krok s vysokým tempem změn v dynamicky se rozvíjejícím vnějším prostředí a zachovat si (nebo dokonce zvýšit) svou konkurenceschopnost.

Vzhledem k tomu, že čeští manažeri zemědělských podniků by poradenské služby nejvíce uvítali v oblastech marketingu zemědělských podniků, provozně právní, účetnictví a ekonomiky podniků, je možnost poskytování poradenských služeb prostřednictvím internetu velmi reálná. Základním předpokladem je opět nárůst podílů pracovníků, kteří jsou schopni využít možností informačních technologií a to jak na straně zemědělské veřejnosti, tak na straně poradců.

Závěr

Závěrem lze konstatovat, že manažeři českých zemědělských podniků si uvědomují významnou roli, kterou hrají informace v procesu udržení a posilování konkurenční pozice podniku na trzích, obzvláště na trzích tak specifických a nasycených jakými agrární trhy bezesporu jsou. Z informačních zdrojů mají stále silné zastoupení literární prameny a lidé z blízkého okruhu zemědělců, ať se jedná o rodinné příslušníky nebo přátele a kolegy.

V příštích letech můžeme očekávat rostoucí využívání internetu jako informačního zdroje, ale také pro podnikatelské aktivity podniků zemědělské prvovýroby. V ještě větší míře by se uvedený trend měl projevit u subjektů poskytujících služby těmto podnikům.

Aby mohly podniky udržet či dokonce zlepšit svou konkurenční pozici budou potřebovat přesné a včasné informace. Mezi nejpostrádanější informace patří data o současném a budoucím vývoji na agrárních trzích. Ukázalo se, že zemědělství manažeři pociťují nedostatek informací a dalšího vzdělání v oblastech manažerského rozhodování a řízení podniku. To představuje výzvu pro vzdělávací a poradenské instituce v České republice.

Literatura

<http://hotwired.wired.com>

VARLAMOFF, S.M. a kol.: Homeowners and Their Choice of Information Sources About Gardening. In: Journal of Extension. June 2002, ISSN 1077-5315.

KEFURT, P.: Co přinese nová ekonomika – výzkum, <http://www.isdn.cz>, 19.7.2002