

VÝVOJOVÉ TENDENCE EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ VE VYBRANÝCH STÁTECH EVROPSKÉ UNIE

DEVELOPMENT TENDENCES OF ECOLOGICAL AGRICULTURE IN SELECTED STATES OF THE EUROPEAN UNION

Ivana Brožová

Anotace:

Ekologické zemědělství je vhodnou alternativou k zemědělství konvenčnímu, a to nejen pro jeho šetrnější způsoby hospodaření vůči životnímu prostředí, ale také pro jeho kvalitní biopotraviny, které přispívají ke zdravé výživě. Ekologické zemědělství je spolu s agroturistikou dobrou příležitostí pro dlouhodobý rozvoj venkova, neboť může eliminovat úbytek pracovních míst a vysídlování vesnic. Od svého vzniku v České republice dosáhlo ekologické zemědělství poměrně významného postavení nejen v rámci agrární politiky ČR, ale i v porovnání s ostatními státy EU, zejména pak s novými členskými zeměmi. Příspěvek je tedy zaměřen na vývojové tendence a komparaci ekologického zemědělství ve vybraných státech EU. Pozornost je dále věnována výrobnímu zaměření, specifikům dané země a podporám, které stát ekologickému hospodaření vyplácí.

Klíčová slova:

ekologické zemědělství, životní prostředí, bioprodukt, biopotravina

Abstract:

Ecological agriculture is a suitable alternative to conventional agriculture not only for its more economical ways of economy towards environment but also for high-quality bio-food which contribute to healthy nourishment. Ecological agriculture is together with agricultural tourism a good opportunity for a long-term development of countryside because it can eliminate decrease of working places and displacement of villages. Since its rise in the Czech Republic, ecological agriculture has reached a significant position not only in frame of Cr agrarian policy, but also in a comparison with other states of the EU, mainly with new member states. So, the contribution is focused on development tendencies and a comparison of ecological agriculture in selected states of the EU. The attention is further paid to a production externalization, specifications of a given country, and supports which a state pays to ecological economy.

Key words:

ecological agriculture, environment, bio-product, bio-food

ÚVOD

Ekologické zemědělství představuje vhodnou alternativu k zemědělství intenzivnímu, neboť se jedná o nejšetrnější způsob zemědělské činnosti vůči životnímu prostředí. Hlavním cílem je šetrné zacházení s neobnovitelnými přírodními zdroji, ochrana zdraví populace a produkce kvalitních potravin.

Základní přínos ekologického zemědělství lze spatřovat ve dvou oblastech. Za prvé je to aktivní a cílený podíl na obnově a údržbě ekologické stability krajiny a ochrany životního prostředí. Za druhé je to výroba bioproduktů a biopotravin, která přispívá ke zdravé výživě.

- Do funkcie starostu nastupovali zvolení kandidáti z odvetví: priemysel, služby, poľnohospodárstvo a v prevahe z funkcií technicko – hospodárskych pracovníkov.
- Prevládajú starostovia, ktorí pôsobia vo funkciách druhe funkčné obdobie a viac. Primátori miest pôsobia vo funkcií prvé funkčné obdobie.
Z výsledkov volieb do obecného zastupiteľstva vyplýva:
 - V zastupiteľstvách prevládajú muži. Ženy sú zastúpené 12-18 %.
 - Vek poslancov je nižší a pohybuje sa najmä v rozmedzí 40 – 50 rokov vo vidieckych sídlach a 35 – 40 rokov v mestách.
 - V mestách prevláda vysokoškolské vzdelanie poslancov. V obciach stredoškolské vzdelanie.
 - Profesionálne zastúpenie je rôznorodé. V mestách majú vyššie zastúpenie najmä učitelia a lekári.
 - Funkčné obdobie poslancov vo vidieckych sídlach je 2 a viac, poslancov v mestách je prvé.

ZÁVER

Vlastníctvo obecného majetku, vlastné finančné zdroje a profesionálny a aktívny samosprávny manažment tvoria základné predpoklady i podmienky pre naplnenie samosprávnych funkcií a rozvojových potrieb. Za pätnásť rokov existencie miestnej samosprávy sa obce museli prispôbovať dynamicky sa meniacim podmienkam vyplývajúcim z reformy verejnej správy.

Za krátke obdobie existencie miestnej samosprávy obce súbežne riešili identifikáciu vlastníckych vzťahov k majetku, ktorý získali rôznymi formami, jeho evidenciu a oceňovanie, vyjadrenie opotrebovania ako aj spôsoby jeho využitia.

Učili sa vykonávať originálne i prenesené kompetencie, ktorých bolo už pri vzniku samosprávy vyše dvadsať. Od roku 2001 prebrali obce ďalšie kompetencie v oblasti školstva, zdravotníctva a sociálnej pomoci. Za uvedené obdobie sa zásadnejšie zmenili podmienky financovania obcí trikrát. Dynamika zmien a časový horizont, v ktorom sa reformné kroky vo verejnej správe priamo dotýkali miestnej samosprávy prinášali so sebou výsledky a problémy, s ktorými sa miestna samospráva vcelku úspešne vyrovnáva. Príprava a vstupné kroky, ktoré sa v súčasnosti realizujú v súvislosti s pripravovanou komunálnou reformou naznačujú, že filozofia demokratického systému rozhodovania sa stáva reálnejšou tak na úrovni centrálnej ako i miestnej a regionálnej.

Použitá literatúra

1. BELAJOVÁ, A. – BALÁŽOVÁ, E.: Ekonomika a manažment územných samospráv. SPU v Nitre, 2004, ISBN 80 – 8069 – 458 -3, 180 s.
2. PAPCUNOVÁ, V.: Možnosti využitia obecného majetku vo vybraných obciach okresu Nitra. In: Veřejná ekonomika a správa 2003 Ostrava: Tiskárna Máj, 2003 ISBN 80-248-0430-1
3. NEMEC, J. – GLEN, W.: Verejné financie. END s.r.o., Bratislava, 1997, 242 s., ISBN 80-967847-1-4
4. BERČÍK, P. – BÚŠIK, J.: Verejná správa na Slovensku. In: Slovensko – francúzske workshopy decentralizovanej spolupráce: miestny rozvoj vo vidieckom prostredí, Zborník referátov z konferencie, Nitriansky samosprávny kraj, jún, 2005

Kontaktná adresa:

doc. Ing. Anna Belajová, PhD.

Katedra regionálneho rozvoja, Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja

Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra

Tel: 037/6508 563

Mail: anna.belajova@uniag.sk

Pozoruhodným javom obnovovania územnej samosprávy obcí hneď od začiatku (1991) bol silný tlak na zmeny vo vtedajšej územnej organizácii obcí prejavujúci sa rozdelením obcí. Za obdobie rokov 1990 – 2000 vzniklo rozdelením 267 novozriadených obcí, v ktorých žije 192 tis. obyvateľov, čo v priemere predstavuje 718 obyvateľov na jednu novovzniknutú obec. Znamená to, že, každá desiatu obec na Slovensku má charakter novozriadenej obce. Rozdeľovali sa často i obce malé, ktoré nemajú dost' zdrojov na to aby zabezpečili svoje kompetencie a majú problémy i s výkonom samosprávnych kompetencií.

Prechod množstva kompetencií, ktoré prešli na obce je konfrontovaný so schopnosťou ich zabezpečovania z hľadiska rozsahu i kvality a vytvorenia základných podmienok pre ich zabezpečenie (majetkových, finančných, ľudských). Obmedzené základné podmienky pre výkon kompetencií najmä v oblasti verejných služieb vytvorili tlak na prenášanie výkonu verejných služieb na alternatívne formy akými sú výkon súkromným sektorom na zmluvnom základe, vytváranie vlastných rozpočtových a príspevkových organizácií pre výkon kompetencií, spoluručiteľstvom v obchodných spoločnostiach a iné. Hoci sa obecné samosprávy tým nezabavujú zodpovednosti za tieto kompetencie, významne sa tým oslabuje vplyv samospráv tak na kvalite ako aj účasti na výkone služby ako aj na cene služby, ktorú platia obyvatelia.

Samosprávny manažment a pracovníci obecných úradov vidia problémy súvisiace s reformou verejnej správy v nasledovnom:

- Vo veľkej dynamike zmien pre ktoré nie sú dostatočne a včas pripravované alebo sprístupnené informácie
- Nedostatočná informovanosť verejnosti a malá diskusia s volenými a výkonnými orgánmi obecnej samosprávy o jednotlivých krokoch reformy, resp. nerešpektovanie argumentov, ktoré samosprávy predkladajú
- Potreba uplatňovania prechodného obdobia pri realizácii nových zmien, kde by sa na vybranej skupine obcí odskúšal model a vyhodnotili by sa prejavy a dopady
- Nedostatočná a všeobecná príprava vykonávacích predpisov, nariadení, metodík, nejednoznačný výklad opatrení, ktoré by samospráve uľahčili realizovať nové úlohy vyplývajúce z reformy a preto sú často odkázaní na vzájomnú samosprávnu pomoc.
- Prenos „silných „ kompetencií od roku 2002 (školsťvo, zdravotníctvo, sociálna sféra) nebol zosúladený s procesom decentralizácie financií. Obciam presun týchto kompetencií nezabezpečil ani taký objem finančných prostriedkov, akým boli dotované pokiaľ boli v správe štátu.

1.4. Volený manažment miestnej samosprávy

Rozhodujúca zodpovednosť za výkon samosprávy spočíva na volených orgánoch obce, t.j. na starostovi a zastupiteľstve, ktorí majú rozhodovaciu právomoc. Výkon ich funkcie od ktorej sa očakáva odbornosť, zodpovednosť, aktivita, tvorivosť a etický prístup charakterizujú úroveň samosprávneho manažmentu v obci. Keďže je problematické vyjadriť kvalitatívnu úroveň samosprávneho manažmentu, uskutočnili sme v obciach Nitrianskeho okresu prieskum výsledkov posledných komunálnych volieb. Poznatky, ku ktorým sme dospeli naznačujú určité predpoklady pre výkon funkcie. Z výsledkov volieb do funkcie starostu vyplýva:

- Funkciu starostov z 95 % vykonávajú muži. Ženy prejavujú malý záujem o kandidatúru.
- Vek starostov sa pohybuje v rozmedzí 50 – 55 rokov a vyššie. Nižšie vekové skupiny majú malé zastúpenie. Primátori miest sú mladší (45 – 50).
- Prevládajúce vzdelanie starostov je stredné odborné s maturitou, prípadne učňovské z odborov technických, poľnohospodárskych (prevláda v malých obciach). Všetci primátori miest majú vysokoškolské vzdelanie.

Zmeny v daňovom systéme ktoré sa od roku 2001 uskutočnili tri krát neriešili nárast finančných zdrojov potrebných na zabezpečenie ďalších kompetencií ktoré na obce prechádzali . Na schodku malo svoj podiel aj zvyšovanie cien vstupov.

K 1.1.2005došlo opäť k zmene daňového určenia vo vzťahu k územnej samospráve. Zrušila sa podielová daň a posilnila sa daň z príjmu fyzických osôb. 70,3% z celkového výnosu tejto dane sa stáva príjmom obecných rozpočtov, 23.6% výnosu je príjmom vyšších územných celkov a zvyšných 6.2% zostáva v štátnom rozpočte ako rezerva. Zákon č.582/2004 Z.z. ustanovuje 7 druhov daní ktoré môžu obce ukladať v závislosti od rozhodnutia a schválenia zastupiteľstva /daň z nehnuteľností, daň za psa, za ubytovanie, za predajné automaty, za nevýherné hracie prístroje, za jadrové zariadenie, za vjazd motorových vozidiel do historických častí obce/ a miestny poplatok za komunálne odpady.

Tvorba, ale najmä použitie rozpočtu bolo od začiatku existencie samospráv vecou samosprávneho rozhodovania a preto vývoj a štruktúru rozpočtu možno hodnotiť ako produkt samosprávneho rozhodovania. Z hodnotenia finančnej sily obcí ktorú sme sledovali v obciach rôznych veľkostných skupín vyplynulo:

- nedá sa jednoznačne povedať, že finančná sila obcí vyjadrené objemom celkových príjmov na obyvateľa je závislá od veľkosti obcí. Porovnateľnú finančnú silu dosahujú obce rôznej veľkosti. Je to spôsobené rôznou finančnou politikou ktorú obce uplatňujú.
- spôsob získavania finančných prostriedkov môže byť rôzny. Aj k určeniu miestnych daní majú obce rôzne prístupy. Obce sú rôzne úspešné pri získavaní prostriedkov z grantov. Niektoré obce si zabezpečujú zdroje na rozvoj z úverov, iné sa nechcú, alebo sa už nemôžu úverovo zaťažovať.
- viac ako polovica /52 %/ zo sledovaného súboru obcí dosiahli v roku 2003 ekonomickú silu na úrovni 5000-5999 Sk, pričom do tejto skupiny sa zaradovali obce rôznych veľkostných skupín. Väčšie zastúpenie však mali obce stredné a veľké. Uvedenú ekonomickú silu preukázala aj tretina malých obcí. Ekonomickú silu 4000-4999 Sk na obyvateľa dosiahlo 60 % malých obcí. Do tejto skupiny sa však zaradila značná časť i stredných a veľkých obcí. Z uvedeného vyplýva, že pri zabezpečovaní príjmov do rozpočtu obcí má rozhodujúci vplyv finančná politika obce, t.j. rozhodovanie a aktivita zameraná na tvorbu príjmov.
- výdavky na samosprávu obcí sa pohybovali v rozmedzí 37 – 56 %. pričom malé obce mali výdavky na samosprávu najvyššie /viac ako 50%/. V skupine stredných a veľkých obcí najväčší objem tvoril výdavky na zabezpečenie verejných služieb /40-60 %/. Kapitálové výdavky sa pohybovali z celkových výdavkov na úrovni 2-12 %.

1.3. Vonkajšie faktory vplyvajúce na miestny rozvoj

Schopnosť ovplyvňovať miestny rozvoj samosprávami je podmienená najmä:

- Vonkajšími podmienkami, ktoré vytvárajú rámec (legislatívny, finančný) pre činnosť samospráv
- Úrovníou voleného manažmentu miestnej samosprávy, kvalitou výkonných pracovníkov obecných úradov ako aj ich schopnosťou naplňať kompetencie a aktivizovať rozvoj v sídlach.

Vonkajšie podmienky sú výsledkami predovšetkým politických rozhodnutí dotýkajúcich sa reformy verejnej správy. Konkrétne prijatých koncepcií legislatívnych podmienok a nariadení ako aj podmienkami financovania (daňovým systémom). Reforma verejnej správy bola procesom nevyhnutným súvisiacim s formovaním demokratickej spoločnosti. Je a zostáva tiež procesom permanentným. Procesy zmien dotýkajúcich sa verejnej správy od roku 1990 boli dynamické a priniesli so sebou tak pozitíva ako i problémy.

technickej infraštruktúry, školstvo, zdravotníctvo, sociálne účely, komunálny bytový fond).

- s veľkosťou obcí sa zvyšuje podiel majetku účelo využívaného na zvyšovanie príjmov, ale aj vo veľkých obciach nepresiahol jeho podiel 18 % z celkovej hodnoty majetku.
- Rozvojové projekty si preto obce zabezpečujú predovšetkým z rozpočtových a mimorozpočtových zdrojov, grantov, transferov a úverov. Nedá sa predpokladať, že majetok obcí bude významnejšie zvyšovať príjmy do obecných rozpočtov aj v budúcnosti.
- Vyjadrenie dosahovaných efektov z využitia obecného majetku obmedzujú také faktory ako je nedostatočná evidencia o vecnej a hodnotenej štruktúre majetku v obciach, absentujúca pasportizácia budov, malý záujem o identifikáciu a vysporiadanie obecnej pôdy a ďalšieho obecného majetku. Uplatňovanie rôznych metód odpisovania získaného majetku, ktorý sa do roku 2000 vôbec neodpisoval, nedostatočná evidencia o účelovom využití majetku.
- Vidiecke obce neuplatňujú majetkovú politiku a ani nevidia dôvody pre jej realizáciu. Predstavitelia miestnej samosprávy zatiaľ nevidia zmysel vyjadrovania a hodnotenia efektov z využitia majetku diferencovanom podľa účelu využitia. Majetok vnímajú ako nevyhnutnú podmienku pre výkon kompetencií a vyjadrovanie efektov z neho nepovažujú za potrebnosť, ale skôr za „ďalšiu príťaž“.

1.2. Rozpočtové hospodárenie obcí.

Rozpočet je základom hospodárenia miestnej samosprávy s finančnými prostriedkami a majetkom za kalendárny rok. Je tiež nástrojom realizácie finančnej politiky orgánov miestnej samosprávy. Obce na Slovensku majú pomerne veľkú autonómiu pri tvorbe a užití svojich rozpočtov. Tento prístup sa odlišuje od mnohých iných krajín, kde vyrovnanosť, smerovanie výdavkov, prijímanie úverov odsúhlasujú spravidla štátne finančné orgány.

Bilancia úhrnu rozpočtov obcí v SR (mil. Sk)

Tabuľka 2

	Príjmy	Výdavky	Prebytok	Úvery	Splácanie istín	Fiskálny prebytok
1997	28785,5	26625,2	2160,3	2733,2	1342,7	769,8
1999	27393,5	26084,0	1259,6	3162,9	2165,8	262,4
2001	32718,1	30585,8	2132,3	2730,5	1690,8	1092,6
2003	70323,4	68904,5	zmena rozpočtovanej skladby v roku 2001			

Zdroj: MF – odbor financovania miestnych samospráv. Výkaz: Úhrny rozpočtov obcí SR za roky 1997 - 2001

Bilanciu príjmov a výdavkov ovplyvňujú rôznou mierou prijaté úvery a splácanie istín. Prebytkové rozpočty obcí do roku 2001 naznačujú opatrný prístup obcí k získaniu cudzích zdrojov a snahu kumulovať rozpočtové prebytky do mimorozpočtových fondov obcí, z ktorých si obce financovali investične náročné projekty /infraštruktúrne/.

Postavenie miestnych rozpočtov na makroekonomickej úrovni môžeme vyjadriť pomerom k hrubému domácomu produktu. Príjmy obcí od roku 1991 do roku 2001 mali vo vzťahu k hrubému domácomu produktu klesajúcu tendenciu / 5,1 % v r. 2001 – 3,3% v r.2003/

V dôsledku ďalšej decentralizácie školstva, zdravotníctva, sociálnych služieb, rozpočty miestnych samospráv výrazne vzrástli tak v príjmovej ako i vo výdavkovej časti. Po vylúčení finančných operácií z bilancie rozpočtu obcí ako celku zistíme, že sa miestny rozpočet od roku 2002 stal **schodkový**. Rozpočtové hospodárenie obcí na Slovensku skončilo v roku 2003 so schodkom 1 761,1 mil. Sk.

zo štátnej správy na samosprávu, decentralizácie štátnej správy, financovania verejnej správy i konštituovania majetku samosprávy.

Katedra regionálneho rozvoja vo výskumných projektoch zameraných na štrukturálne zmeny na slovenskom vidieku skúmala od roku 1991 a okrem zmien v ekonomickej štruktúre vidieckych obcí aj vplyv miestnych samospráv na rozvoj obcí prostredníctvom obecného majetku a jeho využitia a obecných rozpočtov. Objektom výskumu bolo 83 obcí rozdelených do veľkostných skupín (malé obce do 500 obyvateľov, stredné obce do 2000 obyvateľov, veľké obce do 5000 obyvateľov), alokovaných prevažne v Nitrianskom samosprávnom kraji. V príspevku sú zovšeobecnené poznatky z uvedeného výskumu ako aj skúsenosti, ktoré autorka získala pri vypracovávaní programov hospodárskeho a sociálneho rozvoja obcí.

VÝSLEDKY

Vlastníctvo obecného majetku, finančné zdroje ktorými obce disponujú a aktívny samosprávny manažment sú rozhodujúcimi pre plnenie samosprávnych funkcií a rozvojových potrieb obcí.

1.1. Obecný majetok a jeho využívanie

Obce využívajú svoj majetok v zmysle zákona 138/1991 Z.z. o majetku obcí na tri účely: na výkon samosprávy, na verejné účely (zabezpečenie verejných služieb) a na podnikateľské účely. Z hľadiska ekonomického zhodnocovania potom obecný majetok má charakter trhového a netrhového využitia.

Rozhodujúci podiel obecného majetku slúži na zabezpečenie verejných služieb, t.j. na netrhové účely.

Hodnota majetku obcí SR a príjmy z neho plynúce

Tabuľka 1

Ukazovateľ		2000	2001	2002	2003
Celková hodnota majetku	mil Sk	210543	215722	221473	244109
Celková hod. po odpoč. záväzkov	mil Sk	199235	206511	211980	237838
Príjmy z podnikania a vlastníctva	mil Sk	704	449	2184	2550
Kapitálové výdavky	mil Sk	7366	8751	16141	15094

Zdroj: Datacentrum MF SR, vlastné spracovanie

Čistá majetková sila obcí vyjadrená podielom majetku pripadajúceho na obyvateľa (bez záväzkov) tvorila v roku 2000 37 tis. Sk., Do roku 2003 sa zvýšila na 45 tis. Sk. Príjmy z majetku tvoria len 2-10 % celkových príjmov v závislosti od veľkosti obcí a majú rastúci trend. Roku 2000 majetok obcí SR slúžiaci na trhové účely vytvoril 704 mil. príjmov do obecných rozpočtov. V roku 2003, príjmy z využitia majetku vzrástli na 2550 mil. Sk. V prepočte na obyvateľa, obecný majetok vytvoril 131-475 Sk/rok (r.2000 – 2003) príjmov do rozpočtu.

Ak príjmy z trhového využívania majetku obcí porovnáme s kapitálovými výdavkami obcí, potom príjmy z obecného majetku kryli len 9,5 – 20 % kapitálových výdavkov obcí smerovaných do rozvojových projektov (2003/2003).

Už z tejto jednoduchej komparácie medzi príjmami z majetku a kapitálovými výdavkami vyplýva skutočnosť, že obce rozhodujúcu časť svojho majetku používajú na výkon samosprávy a na zabezpečenie verejných služieb.

Potvrdzujú to i závery z prieskumu uskutočnené vo vidieckych obciach:

- malé obce využívajú majetok len na netrhové účely. Jedinou výnimkou sú kultúrne domy, ktoré sa využívajú úplne, alebo z časti na trhové účely. 98 % z hodnoty majetku je účelovo využívaných na zabezpečenie verejných služieb (cesty a iné súčasti

MOŽNOSTI A SCHOPNOSTI MIESTNEJ SAMOSPRÁVY OVPLYVŇOVAŤ ROZVOJ VIDIECKYCH SÍDEL

POSSIBILITIES AND ABILITIES OF LOCAL SELFGOVERNMENT TO AFFECT THE RURAL SEATS DEVELOPMENT

Anna Belajová

Anotácia:

Vlastníctvo obecného majetku, obecný rozpočet a aktívny samosprávny manažment sú rozhodujúcimi pre plnenie samosprávnych funkcií a rozvojových potrieb v obciach. Dynamické zmeny súvisiace s reformou verejnej správy uskutočňované v relatívne krátkom čase priniesli mnohé pozitívne výsledky, ale aj problémy. V príspevku sa zaoberáme problémami súvisiacimi s využívaním obecného majetku, s financovaním kompetencií i vonkajšími podmienkami vplývajúcimi na výkon samosprávnych funkcií vo vidieckych obciach.

Kľúčové slová:

vidiecke sídla, obecný majetok, miestny rozpočet, samosprávny manažment

Abstract:

Municipal property ownership, municipal budget and active attitude of selfgovernment management are determining to fulfill selfgovernment functions and developing needs in municipalities. Dynamics changes connected with public administration reform, which had been realized during short period of time, have brought not only many positive results but also some problems. The article focuses on problems connected with municipal property utilization, with funding competencies and with external conditions influencing on selfgovernment functions activities in rural municipalities.

Key words:

rural words, municipal property, municipal budget, selfgovernment management

ÚVOD

Zmena spoločensko-ekonomických podmienok si vynútila systémové a organizačné zmeny vo verejnej správe. Od roku 1991 sa na Slovensku začal uplatňovať duálny model verejnej správy, ktorý je charakteristický organizačným oddelením štátnej správy a samosprávy. V prvej etape reformy verejnej správy v roku 1991 bola vytvorená miestna samospráva. Regionálna samospráva bola vytvorená až v roku 2002. Za krátku dobu existencie prešla miestna samospráva rôznymi zmenami, ktoré sa dotýkali prechodu kompetencií, konštituovania obecného majetku ako aj financovania. Dynamicky sa meniace podmienky vo verejnej správe prinášali so sebou nemalé problémy, s ktorými sa miestna samospráva vcelku úspešne vyrovnáva. Miestna samospráva má pred sebou ďalšiu etapu zmien súvisiacich s komunálnou reformou, ku ktorej začína odborná a verejná diskusia.

MATERIÁL A METÓDY

Reforma verejnej správy v podnikoch Slovenska má etapovitý charakter a dotýkala sa zmien v územno-správnom členení krajiny, organizácie verejnej správy, prenosu kompetencií

nemá souvislost velikost obce a její souhlas s připojením k jiné obci, s odchodem mladých z obce a s výší příjmů do rozpočtu obce na 1 obyvatele.

Pro získání výstižné charakteristiky venkovských obcí je možné vycházet z výsledků faktorové analýzy reprezentativního souboru 1311 obcí za celou ČR, kde se ukázalo, že 21 dominantních ukazatelů vystihuje celkovou variabilitu souboru již z 80%. Dominantní ukazatelé zde tvoří čtyři významové bloky: stav obyvatel, aktivita obce, aktivita obyvatel, sociální problémy a vybavenost obce.

Kánonické korelace prokázanými souvislostmi mezi významovými bloky potvrdily poznatky plynoucí z faktorové analýzy o souvislostech mezi dílčími údaji charakterizujícími stav obyvatel v obci a její občanskou a technickou vybavenost.

Analýza vnímání problémovosti venkovských obcí potvrdila to, co již naznačily statistické analýzy, že se nenaplnují výchozí předpoklady o spojitosti rozdílů mezi skupinami obcí s jejich polohou nebo vzdáleností od oblastních center, ale ani s jejich občanskou vybaveností, s jejich aktivitou, aktivitou jejich obyvatel apod. Skupinová diferenciací v žádném z uplatněných hledisek nebyla prokázána.

Literatura

PERLÍN, R. Typologie českého zemědělství. *Zemědělská ekonomika*, 1998, roč. 44, č. 8, s. 349-358

VÁVRA, Vojtěch et.al. *Funkce politiky v agrárním sektoru a rozvoji venkova v nejdůležitějších typech regionů v období před a po vstupu do EU*. VÚZE, 2003, 73 s.

VÁVRA, Vojtěch et.al. *Funkce politiky v agrárním sektoru a rozvoji venkova v nejdůležitějších typech regionů v období před a po vstupu do EU*. VÚZE, 2004, 72 s.

Odbor rozvoje územní veřejné správy MV ČR. Návrh nové formy meziobecní spolupráce. *Veřejná správa*, 2005, roč. 16, č. 15, příloha s. 1-4

DATOVÝ SOUBOR. Praha: Sociologická laboratoř PEF ČZU, 2003, grantový projekt MSM 411100011

Malý lexikon obcí České republiky 2004, ČSÚ 2004

Kontaktní adresa:

Ing. Zuzana Bednaříková, Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, Mánesova 75
120 58 Praha 2, tel.: +420 222 000 507, e-mail: bednarikova@vuze.cz

Ing. Zdeněk Trávníček, CSc., Výzkumný ústav zemědělské ekonomiky, Mánesova 75
120 58 Praha 2, tel.: +420 222 000 511, e-mail: travnicek@vuze.cz

Vlastní vyhodnocení jednotlivých odpovědí bylo provedeno metodou váženého skóre, které bylo vypočteno z četností odpovědí a jejich pořadí důležitosti. Váha pořadí byla vyznačena u prvních pěti pozic a proto vyšší uváděná pořadí nebyla rozlišována. Koeficient váhy byl vyjádřen formou obráceného pořadí. Celkové skóre pak určilo pořadí problémů v dané kategorii obcí. Tento způsob hodnocení výrazně preferuje první dvě pořadí, proto je výhodnější brát v úvahu celou skupinu problémů na prvních pěti pozicích.

Výsledky za okresy byly setříděny podle polohy obcí, podle vzdálenosti od administrativních center a podle velikosti obcí. U souboru za celou ČR je třídění pouze podle velikosti obcí, protože polohové a vzdálenostní charakteristiky v něm nebyly zahrnuty.

Z údajů vyplývá, že na úrovni sledovaných okresů se žádné uplatněné hledisko (poloha obce ve specifické oblasti, vzdálenost od administrativních center nebo velikost obce) neprojevovalo natolik, aby bylo možné jej považovat za obecný faktor diferenciací venkovských obcí. Předpoklad, že s uvedenými hledisky mohou být spojeny významné rozdíly, se nenaplnil. Mezi okresy jsou patrné rozdíly především z hlediska vzdálenosti od administrativních center na úrovni kraje a okresu. Zda je to záležitost obecnější povahy však ze dvou případů nelze posoudit.

V obou okresech výrazně dominují problémy nedostatku peněz v rozpočtu obce a nedostatku pracovních příležitostí. K těmto problémům lze ještě přiřadit údržbu místních komunikací, úbytek aktivních obyvatel, chybějící služby pro seniory, úsilí udržet školu a nedostatek bytů.

Na úrovni celé ČR je skladba problémů profilujících současnou situaci poněkud jiná. Na první pozici je i zde nezaměstnanost, ale problém nedostatku peněz v rozpočtu obce se propadl až na desátou a vyšší pozici, což může být způsobeno absencí pořadí důležitosti. V kategoriích obcí od 500 obyvatel výše vystupuje do popředí péče o seniory a nedostatek bytů.

Při posuzování problémových procesů v obci měli respondenti možnost volit z nabídky sedmi eventualit a ve volné odpovědi doplnit údaje podle místní situace.

I v tomto případě platí, že na úrovni sledovaných okresů se žádné uplatněné hledisko, ať poloha obce ve specifické oblasti nebo vzdálenost od administrativních center neprojevovalo tak, že by ho bylo možné považovat za obecný faktor diferenciací venkovských obcí. Rovněž rozdíly mezi okresy z hlediska vzdálenosti od administrativních center nejsou zásadní povahy. V obou okresech převládají tyto problémové procesy: pokles finančních možností obce, odchod mladých lidí natrvalo z obce, celkový úbytek obyvatel obce, nárůst nezájmu o dění v obci.

ZÁVĚR

Výchozí předpoklad, že s velikostí obcí, polohou obcí, jejich vzdáleností od administrativních center a dalšími hledisky mohou být spojeny významné rozdíly, se nenaplnil. Žádná výrazná souvislost s těmito veličinami, která by mohla být základem pro konstrukci obecného diferenciacího kritéria nebyla nalezena.

Nejvíce statisticky významných souvislostí, při párové korelaci, vykazaly ukazatelé vybavenosti obcí a demografické údaje. Jedinou nezřetelnou výjimkou je zjištění, že ani pro potencionální rozvoj venkova tak důležitý ukazatel jako je stěhování mladých lidí z obce, zde nebyl v celém bloku ukazatelů zjištěn žádný statisticky významný vztah. Zřejmě je to způsobeno tím, že v bloku ukazatelů za celou ČR nebyly zachyceny údaje o nezaměstnanosti, dopravní obslužnosti obce, podnikatelských aktivitách v obci apod., u nichž by souvislost pravděpodobně nalezena byla. Výjimkou je zjištění, že se vzdáleností obcí od administrativního centra klesá jejich velikost a naopak.

Lineární regrese kvantifikovala statisticky významnou souvislost mezi hustotou obyvatel a počtem obyvatel obce s její občanskou a technickou vybaveností. Naopak

převyšuje počet ukazatelů. Z tohoto důvodu bylo od užití této metody na úrovni okresů upuštěno a byla použita pouze u souboru obcí za ČR.

Soubor 1311 obcí za celou ČR byl charakterizován 47 ukazateli. Hladinu 80 % reprodukované variability souboru obcí vystihuje 18 faktorů (např. počet částí obce, hustota obyvatel na km², počet obyvatel obce, technická vybavenost, příjmy rozpočtu na 1 obyvatele atd.), které jsou profilovány 21 dominantními ukazateli (např. počet částí obce, počet obyvatel obce, hustota obyvatel na km², počet obyvatel vyjíždějících za prací mimo obec, čerpání dotací ze státního rozpočtu atd.). Z výsledků vyplývá, že kromě jednoho faktoru, vždy výrazně dominuje jeden ukazatel a žádný dominantní ukazatel není v této pozici v dalších faktorech. Toto zjištění znamená, že jednotlivé faktory (a tím i dominantní ukazatelé) jsou na sobě nezávislé. Všechny faktory, kromě jednoho, mají v zásadě stejnou váhu (1,0 až 1,07), což znamená, že se svou závažností od sebe neliší. Výsledkem jsou čtyři klíčové skupiny dominantních ukazatelů: stav obyvatel obce, aktivita obce, aktivita obyvatel obce, sociální problémy a vybavenost obce. Tímto je upozorněno na profilující se skupiny ukazatelů, které bude nutné do budoucna lépe propracovat.

Vzájemná nezávislost faktorů umožňuje posoudit vztahy vybraných ukazatelů pomocí lineární regrese. Pro hodnocení je důležitá celková statistická významnost regrese. Do hodnocení byly brány pouze případy, kdy tato významnost měla hodnotu 0,1 a nižší. Těmto požadavkům vyhovuje jen několik málo případů. V prvním případě se jedná o vztah počtu obyvatel obce a její občanské a technické vybavenosti. Koeficienty nám říkají, že má-li vzrůst občanská vybavenost o jednu jednotku (např. zřízení prodejny potravin), musí se zvýšit počet obyvatel o 800 až 1000. Toto zjištění v praxi znamená, že zlepšování občanské a technické vybavenosti malých obcí je bez cizí pomoci nad jejich možnosti. Těmito propočty byla prokázána vysoká souvislost a vysoká statistická významnost vztahu mezi počtem obyvatel obce a její občanskou a technickou vybaveností. Stejně charakteristiky vykazují i vztahy k velikostním kategoriím obcí a k hustotě obyvatel.

Kánonické korelace dávají možnost hodnotit souvislosti mezi skupinami ukazatelů. Takto můžeme dávat do souvislosti i takové skutečnosti, které nelze vyjádřit jen jedním ukazatelem, ale pouze více údaji. Z 36 neopakovaných vztahů pouze 5 z nich splňuje obě podmínky statistické významnosti a těsnosti vztahu (koeficient významnosti pod 0,1 a korelační koeficient nad 0,7 včetně). Jsou to:

- stav obyvatel - vybavenost obce
- vyjíždění za prací
- velikostní kategorie obce
- velikost obce - vybavenost obce
- vyjíždění za prací

Ukazatel velikostní kategorie obce je obsažen v bloku „stav obyvatel“ a proto již žádnou zásadní novou informaci nepřináší. Znamená to, že jako statisticky významné a vysoce těsné byly prokázány pouze dva vztahy – stav obyvatel s vybaveností obce a s rozsahem vyjíždění za prací.

Skutečnost, že ani v takto velkém souboru nebyly nalezeny žádné jiné těsné souvislosti, znamená, že pokud existují nějaké obecné tendence k diferenciaci venkova, jsou vyvolány jinými, než sledovanými, vlivy.

PROBLÉMOVOST OBCÍ

Součástí šetření byl i subjektivní pohled, který měl přiblížit současné problémy venkovských obcí. Kromě nabídky možných odpovědí bylo možné jejich spektrum volně doplnit. Jedná se o názory starostů, jak obyvatelé obcí vnímají nejen současnou situaci, ale i odehrávající se procesy, zda je pociťují jako problémové a jakou důležitost případným problémům přiřazují.

vzdáleností od administrativních center apod. Zároveň se předpokládá, že tyto charakteristiky mají konkrétní významné souvislosti s takovými jevy jako je výše lokální nezaměstnanosti, občanská a technická vybavenost obcí, stav a aktivita obyvatel, aktivita obce atd.

Cílem je definovat nástroje a ukazatele pro identifikaci a klasifikaci nejdůležitějších typů regionů z hlediska regionální diferenciaci v oblasti agrárního sektoru a rozvoje venkova.

METODICKÝ POSTUP ŘEŠENÍ

Východiskem pro metodický postup řešení je orientace na takové metody, které zaručují vysokou objektivitu pohledu. Základ tvoří statistické vyhodnocování údajů s tím, že má smysl hodnotit jen takové ukazatele, které do vzájemných vztahů přinášejí nějaký nový poznatek a které při hodnocení úrovně vztahů budou vykazovat vysokou statistickou významnost. Vedle objektivních skutečností zachycených ve třech zkoumaných souborech, byl do šetření zahrnut i subjektivní pohled na charakter současných problémů obcí.

Vlastní metodický postup se skládá ze třech, na sebe navazujících, kroků:

1. Úprava primárních dat – převod primárních, převážně slovních údajů na kvantitativní formu.
2. Statistické zpracování údajů.
 - 2.1 Vztahová analýza – umožňuje posoudit existenci a těsnost vzájemných vztahů mezi jednotlivými ukazateli a na základě shodných výsledků odhalit duplicitní ukazatele, které budou z dalších propočtů vyloučeny.
 - 2.2 Faktorová analýza – redukuje výchozí soubor ukazatelů na skupinu dominantních ukazatelů.
 - 2.3 Jednoduchá regresní analýza – kvantifikuje změny, které jsou vyvolány změnami nezávisle proměnných veličin.
 - 2.4 Kánonické korelace – hodnotí souvislosti mezi skupinami ukazatelů.
3. Vyhodnocení problémovosti v obcích.

VÝSLEDKY

Pro řešení úkolu byly pořízeny tři soubory primárních dat charakterizujících venkovské obce. Dva jsou orientovány do vybraných okresů. Okres Ústí nad Orlicí, kde jsou zastoupeny čtyři zemědělské výrobní oblasti, je příhraniční, má typické rekreační a dosídlenecké oblasti a rozptýlené průmyslové kapacity bez výrazného průmyslového centra, byl zvolen jako základní. Okres Klatovy pak jako srovnávací. Třetí soubor byl získán excerpcí vhodných údajů pro sekundární využití ze souboru pořízeného Sociologickou laboratoří Katedry humanitních věd České zemědělské univerzity. Tento soubor zahrnuje 1311 náhodně vybraných venkovských obcí ze všech okresů v České republice a je pro celé území státu statisticky reprezentativní.

STATISTICKÉ ZPRACOVÁNÍ ÚDAJŮ

Statistickému zpracování údajů předcházela převod primárních, převážně kvalitativních informací, na kvantitativní formu, aby s nimi bylo možno dále pracovat.

Úvodní pohled na souvislosti mezi jednotlivými ukazateli poskytuje propočtení párových korelací. Tato metoda dává pohled na úroveň vztahů všech ukazatelů mezi sebou. Vzhledem k velkému počtu dílčích pohledů je však vhodná pouze pro dílčí hodnocení nebo srovnání. Celkové hodnocení tedy neumožňuje. Nejvíce statisticky významných souvislostí vykazovaly ukazatele občanské a technické vybavenosti obce a demografické údaje.

Ke stanovení co nejmenšího počtu faktorů, jimiž lze vzájemné závislosti vysvětlit, byla použita faktorová analýza. Metoda faktorové analýzy poskytuje korektní výsledky pouze v případě, že četnost souboru zkoumaných subjektů (v daném případě obcí) nejméně čtyřikrát

REGIONÁLNÍ DIFERENCIACE VENKOVSKÝCH OBCÍ

REGIONAL DIFFERENTIATIONS OF RURAL VILLAGES

Zuzana Bednaříková, Michal Fišer, Zdeněk Trávníček, Vojtěch Vávra

Anotace:

Stanovení charakteristik venkovských obcí (obce do 2000 obyvatel) a nalezení prvků jejich regionální diferenciaci. Úsilí postihnout venkovský prostor jako celek a najít skutečnosti, které zakládají zásadní regionální rozdíly, v jakých vazbách a souvislostech se tyto rozdíly projevují a jaký mají význam pro další rozvoj regionů. Základem je statistické vyhodnocování získaných údajů.

Klíčová slova:

venkovské obce, regionální diferenciaci, statistické vyhodnocování, analýza

Abstract:

Determination of rural villages characteristics (villages up to 2000 inhabitants) and finding their regional differentiation's elements. The effort to involve the rural areas as the whole. The main idea consists in searching of what makes the principal regional differences, in which structures and contexts the differences are demonstrated and their importance for further regional development. Statistical evaluation of obtained data is the base.

Key words:

rural villages, regional differentiations, statistical evaluation, analysis

ÚVOD

Česká republika je charakteristická rozdrobenou sídelní strukturou s historicky daným vysokým počtem obcí. Na českém venkově, tj. dle tradičního vymezení venkova používaného v ČR, v obcích do 2 tisíc obyvatel, žilo v roce 2004 celkem 26,2 % obyvatelstva. Takto vymezených obcí se na našem území nachází 5 634, což je 89,9 % všech obcí. Tyto obce spravují území, které tvoří 73,6 % rozlohy státu.

Demografická a sociálně ekonomická situace v obcích s menším počtem obyvatel není příznivá. Působení negativních faktorů (např. rychlého úbytku pracovních míst, snižování úrovně dopravní obslužnosti veřejnou dopravou, ztížené podmínky pro výkon veřejné správy atd.), snižujících možnosti využívání přírodně – ekonomického a lidského potenciálu, se projevuje zvláště nepříznivě právě u velikostní kategorie obcí do 2 tisíc obyvatel.

Význam venkovských obcí spočívá zejména ve skutečnosti, že to jsou jediné subjekty, které integrují všechny prvky působící ve venkovském prostoru, do jednoho funkčního celku. Lze je tímto brát jako klíčový prvek pro rozvoj venkova.

Úkolem je vytypovat a definovat problémové charakteristiky venkova, které zakládají zásadní regionální rozdíly, v jakých vazbách a souvislostech se tyto rozdíly projevují a jaký mají význam pro další rozvoj regionů.

CÍL

Cíl vychází z předpokladu, že mezi venkovskými obcemi existují rozdíly dané velikostí obce, jejich polohou ve specifické oblasti nebo na exponovaných komunikacích,

Seznam oponentů příspěvků v sekci:

Ing. Jan Čopík
Ing. Petr Hajný
PhDr. Blanka Hašová
Ing. Irena Herová
Ing. Jakub Husák
Ing. Klára Klečková
Ing. Radek Kopřiva
Ing. Eva Kučerová
Ing. Pavlína Maříková
Ing. Tereza Neumanová
Ing. Gabriela Pavlíková
Doc. PhDr. Zdeněk Pátek, CSc.
Ing. Adéla Ševčíková
Ing. Pavla Varvařovská

SOCIÁLNÍ ROZVOJ VENKOVA

- Pomalý růst odvětví – jednoznačně případ českého pivovarnictví. Na trhu téměř není potenciál pro další růst (uvažujeme-li domácí trh). Proto je pravděpodobnost silné reakce stávajících firem velmi vysoká.

Ze všech výše zmíněných signálů vyplývá také velký význam očekávaných odvetných opatření jako faktoru, který působí jako významná bariéra vstupu.

Tab. 1: Shrnutí bariér vstupu

Bariéra vstupu	Důležitost
Úspory z rozsahu	Vysoká
Diferenciace produktu	Střední
Přechodové náklady	Nízká
Kapitálové požadavky	Vysoká
Přístup k distribučním kanálům	Vysoká
Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu	Střední
Očekávaná odvetná opatření	Vysoká

ZÁVĚR

Bariéry vstupu se neustále mění působením nových regulací, nových technologií a nových konkurenčních strategií. Firmy v odvětví navíc mohou společně vytvářet nové bariéry vstupu. Mohou lobovat za ochrannou legislativu (jako příklad může sloužit zmiňované nižší zdanění malých pivovarů). Firmy mohou rovněž usilovat o vyšší diferenciaci produktů, mohou nalézat nové zdroje přechodových nákladů. A mohou rovněž znesnadňovat přístup k distribučním kanálům. Pro manažery je nutné poznat bariéry vstupu v rámci příslušných odvětví a porozumět jejich povaze, aby mohli zajistit a zvýšit efektivitu svých strategií.

Tuto analýzu je tedy nutno chápat jako analýzu současného stavu s možností (či jistotou) změn v průběhu času. Pro současnost z analýzy jednoznačně vyplývá, že české pivovarnictví je odvětvím s vysokými bariérami vstupu, což by mělo potenciální nově vstupující firmy odrazovat, o čemž svědčí i fakt, že doposud se všechny nové vstupy odehrály prostřednictvím nákupu již existujícího pivovaru.

LITERATURA

Český statistický úřad (ČSÚ) [on-line]. [cit. 2005-5-20] <http://www.czso.cz/>

FIEDLER, J. Úloha a význam prvků komunikačního systému organizace. In *Sborník prací z mezinárodní vědecké konference Agrární perspektivy XIII*. Praha: PEF ČZU v Praze, 2004, s. 282-286. ISBN 80-213-1190-8

HIGGINS, J. M. a VINCZE, J. W. *Strategic management: Text and cases*. New York: The Dryden Press, 1989, 1180 s. ISBN 0-03-021613-3

Kolektiv autorů *Statistické přehledy VÚPS za rok 2004*. Praha: VÚPS, 2005

PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing, 1994, 403 s. ISBN 80-85605-11-2

ŽUFAN, P., ERBES, J. a ČERNÍKOVÁ, R. Příspěvek k analýze odvětví pivovarnictví. In: *Mezinárodní vědecké dni 2000*. Nitra: SPU Nitra, 2000, s. 33-39. ISBN 80-7137-715-5

Kontaktní adresa autora:

Doc. Ing. Pavel Žufan, Ph.D., Ing. Tomáš Pyšný, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Ústav managementu, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, Tel.: 545 132 500, E-mail: manage@mendelu.cz

technologií. Tato oblast však bude působit jako bariéra vstupu i v případě snahy o nákup pivovaru, který byl buďto nedávno uzavřen, nebo který aktuálně působí v odvětví. Náklady na nákup nových technologií (cylindro-konické tanky, filtrační zařízení, stáčecí linky, apod.) způsobily velké problémy již řadě pivovarů a jistě by se promítly i do „ceny vstupu“ právě v souvislosti s nákupem produkčních zařízení.

- Získání důvěry zákazníků – to je jeden z nejvýznamnějších faktorů, který výrazně přispívá k přesvědčení, že vybudování nové značky piva je v současných podmínkách v ČR prakticky nereálné. Jedinou „schůdnou“ cestou k získání důvěry zákazníků se zdá být využití lokálního patriotismu a přesvědčení spotřebitelů směrem k podpoře jejich místní značky (což by bylo evidentně snazší v případě pivovaru navazujícího na tradici).
- Pokrytí počátečních ztrát – vzhledem k minulému vývoji ekonomiky pivovarnické produkce (jde o další významný zdroj kapitálových požadavků, i když bude záležet na rozsahu produkce (a ambicích na trhu).

Z celkového pohledu vyplývá, že kapitálové požadavky rozhodně patří mezi významné bariéry vstupu.

5. Přístup k distribučním kanálům

Z pohledu překážek vstupu lze zmínit dvě základní množiny problémů související s gastronomií a s maloobchodními řetězci. Stávající pivovary na sebe v minulosti navázaly (různými cestami) gastronomická zařízení a bylo by velmi těžké tyto distribuční články přesvědčit k prodeji jiné značky piva. Vstup do maloobchodních řetězců je zase v České republice velmi nákladný, což se však projevuje spíše v kapitálových požadavcích. Oba tyto faktory však znamenají znesnadněný přístup k zákazníkům, a proto lze přístup k distribučním kanálům rovněž považovat za významnou překážku vstupu.

6. Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu

Tato skupina má v pivovarnictví podobu zvláště těchto faktorů:

- Výhodná poloha – zde by záleželo na velikosti pivovaru a jeho produkce. Významně by se tento faktor mohl projevit hlavně v případě menšího pivovaru, který by se snažil obsloužit místní trh. Záleželo by potom na tom, zda by tento trh byl schopen pojmout produkci nového pivovaru a zda by byl vůbec ochoten přejít od původně odebírané (konzumované) značky.
- Zkušenostní křivka – nově vstupující firma by musela získat zkušeného sládku, který v podstatě určuje kvalitu výsledného produktu. Toto je velmi významný faktor, který rozhoduje o úspěchu piva u konečných spotřebitelů, a tedy o existenci firmy a jejím přežití v dlouhém období.

Lze tedy konstatovat, že nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu sice působí jako překážka vstupu, ovšem její překonání by nemělo být příliš náročné.

7. Očekávaná odvetná opatření ze strany stávajících firem

Z Porterem (1994) identifikovaných signálů možnosti odvetvy se projevují následující:

- Značné zdroje pro soupeření – budeme-li brát v úvahu pouze zdroje získané v tomto odvětví, je zřejmé, že většina firem o takovýchto zdrojích mluvit nemůže. Pivovarnické firmy prošly delším obdobím vysokých ztrát a teprve v současnosti se (díky pozvolnému zdražování piva) začínají dostávat do lepší pozice. Na druhé straně je na trhu skupina velkých firem (vůdců trhu), které mají silné zázemí u svých (zahraničních) vlastníků.
- Snaha získat významnou pozici v odvětví – v případě snahy nové firmy o získání významné pozice v odvětví je silná odpověď zcela jistá, což je podpořeno hlavně dlouhodobou stagnací trhu a podobností finálního produktu.

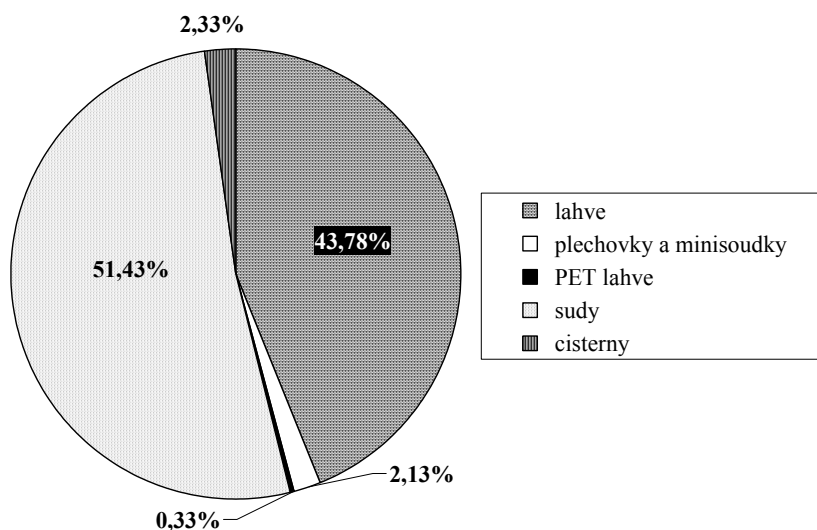
Odlišná je situace v případě gastronomických zařízení a maloobchodních prodejců piva. V tomto případě je diferenciací založena na poskytnutí různých typů služeb a případných dalších výhod, což odlišuje jednotlivé pivovary. Je však zřejmé, že služby poskytované jednotlivými pivovary se velmi podobají a i když se některému subjektu podaří odlišit, je většinou snadné tuto odlišnost napodobit, čímž se snižuje její význam. To bylo možné pozorovat na budování vlastních velkoobchodních center, rozšíření nabídky pro gastronomická zařízení o rozvoz dalšího zboží, které bylo nakupováno od jiných výrobců, čímž byl zajištěn komplexní servis pro odběratele, apod.

U maloobchodních řetězců je diferenciací produktu v podstatě podružná. Klíčové je vůbec získání možnosti dodávat těmto subjektům a v souvislosti s tím také vyhovění podmínkám těmito jimi stanoveným.

Z celkového pohledu tedy vyplývá, že diferenciací produktu nepůsobí jako významná bariéra vstupu do odvětví pivovarnictví.

3. Přechodové náklady

Mají-li přechodové náklady působit jako bariéra vstupu, je kupující nucen vynaložit určité prostředky, chce-li přejít od jednoho výrobce k jinému (chce-li „změnit značku“). Tyto bariéry lze opět rozlišit dle typu zákazníka, přičemž výrazněji se projevují pouze u gastronomických zařízení. U konečného spotřebitele by bylo možné hovořit o nákladech spojených s delší cestou za novou značkou v případě snahy o její změnu, což sice může být bariéra významná pro konkrétního spotřebitele, nikoliv však z pohledu nově vstupující firmy. Náročnějším se jednoznačně jeví získání gastronomických zařízení jako svých odbytových míst. To je vzhledem k jejich více než padesátiprocentnímu podílu na celkovém domácím prodeji (VÚPS, viz obr. 1) jeden z klíčových momentů překonání této bariéry.



Obr. 1: Podíl jednotlivých typů balení piv na celkovém výstavu v roce 2004 (VÚPS)

Celkově lze působení přechodových nákladů jako bariéry vstupu označit za méně významné.

4. Kapitálové požadavky

Kapitálové požadavky se v pivovarnictví projevují v následujících oblastech:

- Nákup produkčních zařízení – ať už zvažujeme jakoukoliv formu vstupu, jde o velmi významný objem investic; to platí zvláště v případě nově budovaného pivovaru „na zelené louce“, kde se dá očekávat i snaha o vybavení nejmodernější (a také nejdražší)

CÍL A METODY

Cílem tohoto příspěvku je analyzovat působení bariér vstupu teoreticky popsaných Porterem (1994) v českém pivovarnictví. Za odvětví pivovarnictví je přitom považováno odvětví tvořené průmyslovými pivovary – restaurační pivovary nejsou do tohoto odvětví zahrnuty. Hrozba vstupu nových firem je v takto definovaném odvětví uvažována jako hrozba toho, že se objeví subjekt, který postaví „na zelené louce“ zcela nový pivovar a bude se snažit získat určitou pozici v odvětví prostřednictvím nové značky.

Základní metodika vychází z Porterova modelu hybných sil v odvětví (Porter, 1994), zvláště z jím identifikovaných zdrojů možných bariér vstupu. Tyto bariéry mohou z obecného pohledu spočívat jednak v úsporách z rozsahu, diferenciaci produktu, existenci přechodových nákladů, v kapitálové náročnosti, přístupu k distribučním kanálům, v dalších faktorech nesouvisejících s rozsahem (poloha, vlastnictví patentů, zkušenostní křivka, státní zásahy), a také v očekávaných odvetných opatřeních stávajících firem.

Odvětví pivovarnictví v ČR je analyzováno s ohledem na výše zmíněných sedm zdrojů možných bariér vstupu. Je hodnocen vliv těchto faktorů v pivovarnictví a na základě tohoto hodnocení jsou formulovány závěry v oblasti jejich skutečného působení v tomto odvětví a účinku na potenciální nově vstupující firmy.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Důležitým faktorem ovlivňujícím ziskovost jakéhokoliv odvětví je počet konkurentů, kteří soupeří o svůj podíl na celkových ziscích daného odvětví. Tento počet závisí na tom, jak snadné je do příslušného odvětví vstoupit a úspěšně v něm konkurovat. V každém odvětví existují určité faktory, které vstupu brání – tzv. bariéry vstupu. Chrání konkurenty v rámci odvětví před silnými subjekty zvnějšku. Jsou-li např. bariéry vstupu nízké, je hrozba vstupu vysoká, neboť vnější subjekty mohou snadno vstoupit do odvětví a zvýšit intenzitu soupeření v jeho rámci. To snižuje celkový zisk, kterého může jednotlivý účastník odvětví dosáhnout.

Analýza bariér vstupu

1. Úspory z rozsahu

O úsporách z rozsahu lze obecně mluvit tehdy, když s přidáváním dalších jednotek produkce klesají jednotkové náklady. Zde je zřejmé, že v rámci kapacitního omezení daného technologií používanou příslušným pivovarem, jsou úspory z rozsahu významné (zvážíme-li právě vysoké náklady související s pořízením technologie). Dalším možným zdrojem úspor z rozsahu je diverzifikace, která se projevuje v zaměření na produkci různých typů a druhů piva (ve větší míře využíváno malými pivovary). Řada pivovarů rovněž využívá zpětné integrace – zvláště ve formě vlastních sladoven, které připravují jeden z klíčových vstupů.

Dalším významným činitelem v této oblasti je však legislativa, která působí jako zdroj negativních úspor z rozsahu. To spočívá v nižším zdanění menších pivovarů spotřební daní, což znamená, že čím více příslušný pivovar produkuje, tím vyšší spotřební daň odvádí státu. To však platí pouze do hladiny produkce ve výši 200 000 hl ročně. Od této hladiny platí pivovary stejnou daň, která je ve srovnání s nejmenšími pivovary (méně než 10 000 hl ročně) dvojnásobná a činí 24 Kč.hl⁻¹ (Zákon č. 587/1992 Sb. ve znění pozdějších předpisů).

Celkově lze konstatovat, že úspory z rozsahu působí jako významná bariéra vstupu do odvětví pivovarnictví.

2. Diferenciace produktu

Diferenciaci produktu lze analyzovat podle jednotlivých typů zákazníků (viz ŽUFAN a kol., 2000). Pokud jde o konečném zákazníkovi – spotřebiteli – lze konstatovat, že diferenciaci produktu je nízká, i když se mírně zvyšuje. Je založena v podstatě na budování značky, neboť chuťové charakteristiky produktu jsou velmi podobné. Proto se pivovary snaží budovat jméno značky a posilovat povědomí a věrnost značce ze strany spotřebitelů.

BARIÉRY VSTUPU V ODVĚTVÍ PIVOVARNICTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

BARRIERS TO ENTRY IN THE CZECH BREWING INDUSTRY

Pavel Žufan, Tomáš Pyšný

Anotace:

Příspěvek analyzuje bariéry vstupu v českém pivovarnictví. Vzniká jako součást řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně (GAMSM 6215648904). Jednotlivé bariéry jsou rozebírány dle Porterova přístupu a je hodnoceno jejich působení v pivovarnictví v ČR. Celkově je toto odvětví hodnoceno jako odvětví s vysokými bariérami vstupu s nízkou pravděpodobností vzniku nových firem, které by výrazně ovlivnili situaci v odvětví.

Klíčová slova:

odvětví, bariéry vstupu, úspory z rozsahu, přechodové náklady, diferenciacce.

Abstract:

The paper analyzes barriers to entry in the Czech brewing industry. It is a part of solution of the research plan of FBE MUAF in Brno (GAMSM 6215648904). Particular barriers are discussed according to Porter's methodology, and their influence in Czech brewing is analysed. In general, this industry is evaluated as an industry with high entry barriers with a low probability of appearance of new firms significantly influencing the whole industry.

Key words:

Industry, Entry Barriers, Economies of Scale, Switching Costs, Differentiation.

ÚVOD

České pivovarnictví patří k nejvýznamnějším a také nejpopulárnějším odvětvím české ekonomiky. Jeho pozice je zvláště dlouhodobým prvenstvím ČR v roční spotřebě piva na osobu, která v ČR v posledních dvaceti letech osciluje kolem 160 litrů (ČSÚ). Tyto skutečnosti, a také vývoj konkurenčního prostředí v tomto odvětví v posledních letech, činí z pivovarnictví velmi zajímavý objekt zkoumání, na němž lze jednak pozorovat aplikovatelnost teoretických přístupů, a také ilustrovat tyto přístupy pro potřeby pedagogické činnosti. V oblasti managementu je rovněž významné zajistit podklady nezbytné pro rozhodování na příslušné úrovni (FIEDLER, 2004), přičemž sledování vývoje vnějšího prostředí patří mezi významné zdroje podkladových informací.

Proces privatizace a následné koncentrace pivovarnických subjektů vyústil ve vytvoření několika velkých pivovarnických skupin, ohrozil pozici středních pivovarů a přivedl ke krachu řadu menších, lokálních pivovarů, přičemž řada subjektů tohoto typu si naopak své postavení – různými strategiemi – upevnila.

Z hlediska budoucího vývoje jakéhokoliv odvětví se jako jeden z významných faktorů v obecné rovině jeví to, nakolik je snadné do příslušného odvětví vstoupit. Tento příspěvek se zaměřuje právě na analýzu existujících překážek, které by novým vstupům mohly zabránit a na to, jaké je jejich působení v odvětví pivovarnictví v ČR.

- JENSEN M. a MECKLING W.: *Between Freedom and Democracy*, *The Banker*, 1977, V. 127, No. 620: 39-49
- JENSEN M. C., MECKLING W. H.: *General and Specific Knowledge and Organizational Structure*. *Knowledge Management and Organizational Design*, Boston: Butterworth-Heinemann, 1996
- JENSEN M. C., MECKLING W. H.: *Specific and General Knowledge, and Organizational Structure*. *Contract Economics*, Lars Werin and Hans Wijkander, eds. (Blackwell, Oxford, 1992, 251-274
- KAMENÍČEK J.: *Lidský kapitál. Úvod do ekonomie chování*. Praha, 2003, Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, ISBN 80-246-0449-3
- KIRZNER I.: *Jak fungují trhy*. Praha 1998, Liberální institut, ISBN: 80-902270-5-8
- KLAUS V.: *Increasingly Sophisticated Technology and the Dangerous Dreams and Utopias of Our Times – Notes for the Microsoft Conference in Prague*. Dinner Speech, Prague Castle, February 1, 2005
- LANGLOIS R.: *Schumpeter and the Obsolescence of the Entrepreneur*. Working Paper 91-1503 Dept. of Economics, University of Connecticut, November 1991
- LAROCHE M., MÉRETTE M., RUGGERI G. C.: *On the Concept and Dimensions of Human Capital in the Knowledge-Based Economy Context*. 1998
- MCINTYRE S.: *Human Capital Theory „At Work“: The Generalists Meet the Symbolic Analysts in a Changing Workplace and Marketplace*. Conference, Alberta, “The Changing Face of Work and Learning”, held September 25-27, 2003
- MISES L.: *Socialism: An Economic and Sociological Analysis*. Indianapolis, IN: Liberty Fund, Inc. 1981
- RAMLOGAN R., METCALFE J.: *Limits to the Economy of Knowledge and Knowledge of the Economy*. (Fifth Revision, 2002) Nexus Workshop held at the Central European University, Budapest, 22-23 June 2001
- ROBINSON A., WILSON N., ZHANG H.: *Employee ownership and firm-specific human capital*. 2002, 11th Conference of the International Association for the Economics of Participation (IAFEP), Brussels, 4-6 July 2002
- ROTHBARD M.: *Ekonomie státních zásahů*. Praha, 2001, Liberální Institut, ISBN 80-86389-10-
- ROTHBARD M.: *Man, Economy, and State*. 2003, Alabama, Ludwig von Mises Institute, ISBN: 0-945466-30-7

Adresa autorů:

Pavel Zdražil, Katedra řízení, Provozně ekonomická fakulta, Česká zemědělská univerzita, Praha Suchbát, E-mail: zadrzil@pef.czu.cz

jejích výsledných toků vytváří nemožné vědomostní a informační požadavky na obě strany. Proces by byl nezvladatelný a příliš nákladný nato aby byl proveditelný.

Na druhé straně mechanismus bez smluvního vztahu se zdá být schůdnější pomocí institucionálních opatření, které překonají tyto smluvní problémy. Jsou to například společenské vnímání celoživotního zaměstnání, podniková kultura, odbory, kariérní žebříčky, kariérní růst, které mohou ochránit investice do firemně specifického lidského kapitálu a dát zaměstnanci nějakou pojistku, že taková investice je hodnotná, že se vyplatí. Povzbuzením dlouhodobých zaměstnaneckých vztahů tyto instituce také umožňují firmám přesněji monitorovat zaměstnancovi příspěvky k tvorbě majetku.

Méně obvyklou ale funkční alternativou nesmluvního uspořádání ochrany specifických investic je „vlastnictví“ nebo „vlastnická práva“. Toto přeorganizování kontrolních práv povzbudí a odmění zaměstnance podniku aby podnikly firemně specifické investice do svého lidského kapitálu. Potenciální oportunistický hazard, vznikající ze vzájemné specifiky kompenzovaný podílem na majetkové zástavě nabízí ochranu před oportunistem a odměňuje zaměstnance, kteří do znalostí investovali. Jsou to lidé kteří zachovávají a rozšiřují možnosti firmy generovat zisk konkurenční výhodou.

Pojmově, pokud efektivnost vyžaduje investice do specifického lidského kapitálu jak zaměstnanci, tak zaměstnavateli, firmy mohou použít zaměstnancův podíl na vlastnictví jako institucionální opatření poskytnutím ekonomizujícího stupně jako ex ante stimul shody a ex post smluvní zajištění jak podnitit a ochránit firemně specifické investice do lidského kapitálu. Zaměstnancův podíl na vlastnictví poskytuje jak míru určité kontroly k zabránění ex post oportunistu stejně tak míra podílu na zisku odradí zaměstnance od ex post oportunistu. V tomto ohledu zaměstnanec těšící se z majetkového vlastnictví je ve formě hybridního smluvního vztahu: všeobecný podíl lidského kapitálu jak je užít ve firmě, je kompenzován mzdou, zatímco firemně specifická část je kompenzována částečným vlastnictvím. Z toho plyne že zaměstnanecký podíl na vlastnictví může fungovat jako transakční ekonomizující náklad směřující k institucionálnímu uspořádání vyrovnání specifického lidského kapitálu.

Podíl na vlastnictví firmy jako takové není nic nového. Různá schémata vlastnictví byla popsána v anglii jako „Employee Share Ownership Plan“ (ESOP), nebo „Qualifying Employee Share Trust“ (QUEST) apod. V tomto pojetí, které sledujeme je třeba odlišit od některých konceptů, zejména uplatňovaných v Jugoslávii (JENSEN a MECKLING, 1977)⁶³. Rozhodujícím je při ochraně investic do specifického lidského kapitálu zaměstnanců to, zda firmy jsou na znalostech závislé.

ZÁVĚR

Principiálně v souvislosti se znalostmi je nutné rozlišit znalosti pro podnikání v hospodářské a politické oblasti.

Znalosti jsou majetkem jedinců, nikoliv ekonomik nebo podniků. Rozlišení obecných a specifických znalostí je základním krokem následných analýz.

Seznam literatury

BAYE M. R.: Managerial economics and business strategy. Irwin/ McGraw-Hill USA, 1997

BECKER G.: Teorie preferencí. Praha, 1997 Grada Publishing, ISBN 80-7169-463-0

COMMISSION EUROPÉENNE, B-1049, Brussels, Belgium

EUROPEAN COMMISSION: Some implications on human and social capital building in the knowledge society for employment and social inclusion policies.. Brussels, EMPL/G3/LPW/RS/mb-D (02)73090

FRIEDMAN M., FRIEDMAN R.: Svoboda volby. 1992, Liberální institut, Praha, ISBN 80-85467-85-2

HAYEK F. A.: Právo zákonodárství a svoboda. Praha, 1994, Academia, ISBN 80-200-0241-3

HAYEK F. A.: The Use of Knowledge in Society. American Economic Review, XXXV, 4, 1945: 519-530

⁶³ Jensen M. a Meckling W.: Between Freedom and Democracy, The Banker, 1977, V. 127, No. 620: 39-49

rozvíjejí během svého života. Vrozené schopnosti představují potenciál, který je získán bez nákladů jedince. Ostatní jsou aktualizací uvedeného potenciálu prostřednictvím individuálního úsilí zahrnujícího náklady. Oba komponenty zvyšují produktivitu jedince v produkci statků, služeb a myšlenek v rámci trhu stejně jako v mimotržním prostředí (LAROUCHE, MÉRETTE a RUGGERI, 1998)⁵⁴.

Znalosti pro jedince mají potenciální hodnotu budoucích příjmů, zisků, podle oblasti jejich uplatnění. Vzdělání, nové dovednosti (jakkoliv členěné), jeho vrozené schopnosti pracovat, řídit, podnikat, jsou kapitálem, který od jedince nelze oddělit. Lidé investují do svého kapitálu v očekávání budoucích výnosů. Nejdůležitější formou takové investice je vzdělání a výcvik. Stejně je významné rozlišení znalostí (domníváme se, že pro tuto úvahu není nutné rozdělení forem, ostatně stejně tak nediskutujeme oblast zkušeností) na znalosti obecné a znalosti speciální (syn. specifické). Vymezení obecných znalostí není problematické, protože se jedná o znalosti, které lidé mohou využít v různých oblastech jednání. Užitek z takového výcviku, znalostí a dovedností je uplatnitelný ve všech podnicích s výjimkou těch, které jej poskytují. Tyto firmy mohou mít část výnosu z poskytnutého všeobecného výcviku jen pokud by jejich mezní produkt rostl více než mzdy. Všeobecné znalosti není nákladné přenášet resp. předávat. (KAMENÍČEK, 2003⁵⁵, BECKER, 1997⁵⁶, JENSEN a MECKLING, 1996⁵⁷ MCINTYRE⁵⁸). Obecné znalosti a jejich vlastnictví je podmínkou pro znalosti specifické. Za specifické se považují znalosti, které je možné definovat jako znalosti, které nezmění produktivitu absolventů tohoto výcviku pokud by přešli pracovat do jiných firem (KAMENÍČEK, 2003)⁵⁹. JENSEN a MECKLING (1996) specifické znalosti považují za znalosti s vysokými náklady na získání a přenos mezi agenty (lidé, kterých se dané jednání týká). Stejně tak je možné je charakterizovat tím, že přinášejí užitek v podobě růstu produktivity ve firmách, které vydaje na ně vynakládají. Je pro ně charakteristické to, že ztrácejí hodnotu v okamžiku, kdy zaměstnanec takovou firmu opustí. Speciální investice je tedy vynakládána, (hrazena) zpravidla firmou. V tomto ohledu mají tyto specifické investice svůj charakter, důsledky a transakční náklady (BAYE, 1997)⁶⁰. Pro tyto jejich vlastnosti je pro firmy důležitá, ochrana takových investic, před jinými konkurenčními firmami (více Robinson, Wilson a Zhang, 2002, MCINTYRE 2003)^{61 62}, tedy jinak řečeno problém oportunistického vztahu směny, smluvním vztahu, tedy problém „Hold Up“. Problém „hold up“ je ve vztazích mezi účastníky směny spojen obecně se specifickými investicemi. Aby se firmy vyhnuly problému spojenému s oportunistickým hazardem, vyhnu se placení pro firmu specifických investic do lidského kapitálu zaměstnanců. Výsledný nedostatek nebo podinvestování firemně specifického lidského kapitálu je vážné z hlediska dlouhého období, protože zeslabuje tvorbu zisku generovaného konkurenční výhodou.

Možným řešením může být, že jak firma tak zaměstnanec podniknou firemně specifické investice do lidského kapitálu společně a podělí se o výnos rovnoměrně. Návrh je ovšem nefunkční, protože smluvní proces (tvorba dohody) dohody a sledování investice a

⁵⁴ Laroche M., Mérette M., Ruggeri G. C.: On the Concept and Dimensions of Human Capital in the Knowledge-Based Economy Context. 1998

⁵⁵ Kameníček J.: Lidský kapitál. Úvod do ekonomie chování. Praha, 2003, Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, ISBN 80-246-0449-3

⁵⁶ Becker G.: Teorie preferencí. Praha, 1997 Grada Publishing, ISBN 80-7169-463-0

⁵⁷ Jensen M. C., Meckling W. H.: General and Specific Knowledge and Organizational Structure. Knowledge Management and Organizational Design, Boston: Butterworth-Heinemann, 1996

⁵⁸ McIntyre S.: Human Capital Theory „At Work“: The Generalists Meet the Symbolic Analysts in a Changing Workplace and Marketplace. Conference, Alberta, „The Changing Face of Work and Learning“, held September 25-27, 2003

⁵⁹ Kameníček J.: Opakovaná citace

⁶⁰ Baye M. R.: Managerial economics and business strategy. Irwin/ McGraw-Hill USA, 1997

⁶¹ Robinson A., Wilson N., Zhang H.: Employee ownership and firm-specific human capital. 2002, 11th Conference of the International Association for the Economics of Participation (IAFEP), Brussel, 4-6 July 2002

⁶² McIntyre S.: Opakovaná citace

procesy) která jedincům přináší obecné pochopení porozumění (common understanding). Znalosti jsou podle nich tiché, nevyslovené, a jejich představení je vyjádřeno informacemi kódovanými v symbolické formě. Přeměna osobních znalostí na sdílené porozumění je sociálním procesem. Jejich přístup nachází odezvu v rakouské ekonomické škole v mimořádném významu pro tržní ekonomiku a kapitalismus.

V procesu poznání je člověk limitován lidskými senzory a mentálními schopnostmi. Lidé kteří se mají rozhodovat, mají omezení ve znalostech ve dvou úrovních. Technologická možnost“ odráží běžné omezení lidských znalostí fyzikálními zákony. Ekonomická analýza odráží toto omezení v závěru, že znalosti jsou dané a záleží na technologii v dané době. Druhé omezení je pro naši úvahu významnější a spočívá ve fyzickém omezení, které je dané každému jedinci. Lidé mají omezení v mentální kapacitě. Počítače a systémy senzorů kterými jsme individuálně obdařeni jsou vzácné zdroje s omezenou skladovací kapacitou a procesní kapacitou stejně jako omezení vstupních a výstupních kanálů. Omezení lidských mentálních a smyslových schopností znamená, že skladování, zpracování, přenášení a získávání znalostí jsou nákladné činnosti. Omezená kapacita mozku dále znamená, že znalosti vlastněné kterýmkoliv člověkem, člověkem který se rozhoduje, jedná, je tak limitována nepatrnou podmnožinou ze znalostí lidstva. Zatímco rozhodující se lidé zřídka, pokud vůbec, mají všechny dostupné informace, trvale vytvářejí nové znalosti (JENSEN a MECKLING, 1996)⁵².

Charakteristickým rysem problému racionálního ekonomického pořádku je fakt, že znalosti podmínek (okolností) které musíme využít, nikdy neexistují v koncentrované nebo integrované podobě, ale výhradně v jakoby širokých, nekompletních, namnoze si odporujících znalostí, které vlastní všichni jednotlivě, tedy jako jedinci (HAYEK, 1945) (Hayekovo rozlišení znalostí a informací vychází z kontextu). Ekonomickým problémem společnosti tak není jen to jak alokovat dané zdroje, pokud dané bereme jako prostředek daný jednotlivému úmyslu, který vědomě řeší problém přinášející tato data. Je to spíše problém jak zajistit nejlepší užití zdrojů známých kterémukoliv členovi společnosti, k cílům, jejichž relativní důležitost znají pouze tito jedinci. Jinými slovy, je to problém využití znalostí, které nejsou k dispozici komukoliv jako celek.

Omezení si však „moderní člověk“ (každá doba má svého moderního člověka) ochotně nepřipouští. Není to jen pouhá neznalost, ale i mystérium výjimečnosti. Odmítání toho, že od přírody dané meze jeho znalostí tvoří trvalou zábranu možnosti racionálně konstruovat celou společnost a je důsledkem jeho bezvýhradné důvěry v moc vědy (HAYEK, 1994)⁵³. Naše civilizace spočívá na přemáhání neznalosti. Spočívá na faktu, že všichni máme užitek ze znalostí, které nevlastníme. Meze rozsahu individuálních znalostí nepřekonáváme získáváním více znalostí, nýbrž využíváním znalostí, které jsou a zůstanou široce rozptýlené mezi jednotlivci. Prospěch ze znalostí jiných lidí je příčinou schopnosti sledovat jiné cíle než jen pouhé uspokojování svých nejnaléhavějších fyzických potřeb. Neznalost všech jednotlivých faktů jedinci je omezením jak pro vědu, tak i pro oblast hospodářského jednání. Civilizovaný jednatel může být velmi neznalý, neznalejší než mnohý divoch, a přece může ohromně těžit z civilizace v níž žije. Hayek, ale později i jiní tak postulovali koncept rozptýlených znalostí, ve kterém nejsou dva jedinci sdílející stejné znalosti nebo informace o ekonomice.

Znalosti a jejich získávání jsou investicí, kterou obecně označujeme investicí do lidského kapitálu. Lidský kapitál je představován agregovanou investicí do aktivit jako je vzdělání, zdraví, přípravu na zaměstnání, které zvyšují individuální produktivitu na trhu práce. Tento koncept byl rozšířen o netržní aktivity. Podobně může znít definice lidského kapitálu jako agregace vrozených schopností a znalostí a zkušeností, které jedinci získávají a

⁵² Jensen M. C., Meckling W. H.: Specific and General Knowledge, and Organizational Structure. Contract Economics, Lars Werinand Hans Wijkander, eds. (Blackwell), Oxford, 1992, 251-274

⁵³ Hayek F. A.: Právo zákonodárství a svoboda. Praha, 1994, Academia, ISBN 80-200-0241-3

jedné straně to jsou znalosti zcela konkrétní, dané potřebou orientace v tržních procesech a hledáním a objevováním ziskové příležitosti (KIRZNER, 1998⁴⁸, ROTHBARD, 2004⁴⁹ a další), na druhé straně znalosti označované jako „vědecké“, spočívající v hledání prospěchu ze získané politické moci a násilí. Princip politické moci je daný a opírá se o tak zvanou demokratickou většinu.

V hospodářské činnosti na svobodném trhu činnost lidí v podmínkách nedeformované konkurence směřuje ke stavu, kdy se bude vyrábět všechno, co někdo ví jak vyrábět a co lze se ziskem prodat za cenu, při níž tomu budou kupující dávat přednost před disponibilními alternativami, všechno co se vyrábí vyrábějí osoby, které to mohou vyrábět alespoň tak levně, jako kdokoliv jiný, kdo to ve skutečnosti nevyrábí a že se bude prodávat za ceny nižší nebo alespoň tak nízké, jako ty, za něž by to mohl prodávat kdokoliv kdo to ve skutečnosti neprodává (HAYEK, 1994)⁵⁰. Na straně politické je trh nahrazen demokracií v užití, kdy je zbavena jasného významu a přeměnila se na slovní fetiš, používaný k tomu, aby se zájmy jakékoliv skupiny, která si přeje přizpůsobit určitý rys společnosti svým zvláštním přáním, oděly svatozáří legitimacy.

Zásadní rozlišení způsobů uspokojování lidských potřeb je významné v diskusi o znalostech obecně, protože v obou případech jsou významně odlišné. Sám pojem znalostí jak je namnoze užíván je pojmem, který pro užitečnou diskusi je potřebné definovat. Zcela banálně mohou působit moudra, že „naši budoucí konkurenceschopnost musíme postavit na schopnosti inovací, znalostech a kvalitní infrastruktuře“. Zcela logicky se potom nabízí otázka co jsou schopnosti inovací, jaký je jejich vztah ke znalostem, o jakých znalostech autor vlastně mluví a podobně. Nelze sledovat princip podnikání, jak jej může vyjádřit teorie podnikání ve směsi politiky a ekonomiky, kde komponenty politických a hospodářských zájmů účastníků jsou nesrovnatelné, není možné srovnávat procesy podnikání na svobodném trhu se statky vzniklými v hospodářské činnosti s procesy, na politickém trhu, jehož základním atributem je násilí, ve všech jeho podobách, včetně demokratického. Je to odlišení ve smyslu **princip - účel**. Vzájemné působení přiblížíme citátem (FRIEDMAN M. a R., 1992)

„Ekonomická svoboda je základní podmínkou politické svobody. Tím, že umožní lidem spolupracovat bez donucení a bez centrálního řízení, omezuje oblast, ve které může být realizována politická moc. Roztříštěním moci navíc svobodný trh omezuje možnosti koncentraci politické moci. Koncentrace politické a ekonomické moci v jedné ruce je spolehlivým receptem na vznik tyranie.“

ZNALOSTI, JEJICH OMEZENÍ A LIDSKÝ KAPITÁL

Znalosti je možné definovat z různých hledisek a je vhodné samotný výraz pokud to lze, vnímat v kontextu. Jedná se o znalosti, které byly získány povědomím (vědomím), nebo porozuměním faktům, pravdám, nebo informacím. Lze je získat zkušeností nebo učením (a posteriori), nebo skrze sebepozorování (a priori). Znalost je chápání (porozumění) vlastněných navzájem spojených detailů, které sami o sobě mají nižší hodnotu. V tom smyslu se nabízí rozlišení znalostí od informací, kdy oba výrazy jsou pravdivým sdělením, ale znalost je informací, která má účel a použití. K obecným definicím také patří ta, že znalost sestává z ověřených pravdivých domněnek (Plato). Pojednání RAMLOGAN a METCALFE, (2001)⁵¹ je v tomto směru zajímavou studií, která staví na lidské individualitě, procesu poznání a jeho významu v ekonomickém pohledu. Vedle znalostí jako soukromého statku myslí, nepřenositelného na jiného jedince uvádějí úlohu výměny informací v komunikaci (sociální

⁴⁸ Kirzner I.: Jak fungují trhy. Praha 1998, Liberální institut, ISBN: 80-902270-5-8

⁴⁹ Rothbard M.: Man, Economy, and State. 2003, Alabama, Ludwig von Mises Institute, ISBN: 0-945466-30-7

⁵⁰ Hayek F. A.: Právo zákonodárství a svoboda. Praha, 1994, Academia, ISBN 80-200-0241-3

⁵¹ Ramlogan R., Metcalfe J.: Limits to the Economy of Knowledge and Knowledge of the Economy. (Fifth Revision, 2002) Nexus Workshop held at the Central European University, Budapest, 22-23 June 2001

Lze se domnívat, že znalostem a jejich úloze v ekonomice není nutné přiřazovat zvláštní postavení. Pochopení faktu, že zastoupení prostředků v produkčních procesech se vývojem mění, není důvodem k mimořádným oslavám. Významné ale je, že jsou odvěkou součástí podnikatelské akce. A právě převládající, snad oficiální ekonomické teorie (teorie hlavního proudu), nevěnují podnikání z mnoha důvodů téměř žádnou pozornost. Určitou spekulací v tomto směru může být politická konsekvence, která z hlediska tak zvaného společenského zadání plní účelovou funkci v ospravedlnění a podpoře role státu a jeho institucí.

PODNIKÁNÍ V HOSPODÁŘSKÉ A POLITICKÉ OBLASTI, POLITIKA A EKONOMIKA

V zásadě je třeba rozlišit zda analyzujeme hospodářské (ekonomické) jevy z hlediska politického nebo čistě ekonomického, nebo zda se pokoušíme o účelový kompromis k dosažení účelových cílů. Třetí alternativa je neproduktivní, zejména z pohledu změn v principech se kterými v různé jejich váze nakládá. Pro odlišení politiky od ekonomiky je možné vyjít z principu použitým Oppenheimerem pro vyjádření dvou základních způsobů uspokojování lidských potřeb:

- **výroba a dobrovolná směna s ostatními na trhu**
- **vyvlastnění bohatství druhých**

První způsob nazývá Oppenheimer „ekonomické prostředky“ a druhý „politické prostředky“. Stát je potom definován jako „organizace politických prostředků (ROTHBARD, 2001)⁴⁴.

V jakékoliv analýze je, pokud má mít logický smysl, Oppenheimerovo rozlišení zásadní. Politické struktury a účelové postoje značné části intelektuálních vrstev se ale tomuto principiálnímu rozdělení z důvodů možných dalších logických implikací brání. Je to u některých založeno na poznání, u většiny však zcela intuitivním pochopení účelu moci, jejich možností, a její přínos k získávání statků. Otázkám úlohy státu ve vyvlastňování a legalitě těchto postupů je věnována řada studií, připomeňme zde FRIEDMAN M. a FRIEDMAN R. (1992), jejich „Svoboda volby“, „Anatomie státu“, ROTHBARD (2001)⁴⁵ „Ekonomie státních zásahů“ a další. Neslučitelnost svobodného trhu a demokracie tento přístup a potřebu důsledného rozlišení podporuje (JENSEN a MECKLING, 1996)⁴⁶.

V principu jde o politické podnikání tam, kde stát svým legálním násilím vytváří podmínky pro politické podnikání. V politickém podnikání je potřeba znalostí odlišná, od hospodářského podnikání. Jejich původem nejsou tržní procesy. Existuje tedy politický systém a systém ekonomický, které lze studovat samostatně, s logickými závěry. Oba systémy jsou považovány za trhy, kde výsledek je určen interakcí mezi jednotlivci, kteří sledují své vlastní zájmy (široce definované) spíše, než sociální cíle (FRIEDMAN M. a FRIEDMAN R., 1992)⁴⁷. Pokud jasně neoddělíme studium těchto systémů, pak se věnujeme studiu jejich směsi, tedy tomu, co lze považovat za politickou ekonomii. Jejím zájmem je smíšený trh, smíšená ekonomika. Nedefinovatelná směs hospodářských a politických principů. Jakákoliv zkoumaná oblast v takovém prostředí je zkreslována nejasností váhy jednotlivých „trhů“, nebo je zatížena nutností přesného stanovení jejich váhy. Racionální alternativou je, pro daný účel, jednotlivé trhy ze směsi vyloučit (politický trh a ekonomický trh, se řídí podle odlišných pravidel). Obě oblasti jsou charakteristické i potřebou odlišných znalostí jejich aktérů. Na

⁴⁴ Rothbard M.: *Ekonomie státních zásahů*. Praha, 2001, liberální Institut, ISBN 80-86389-10-3

⁴⁵ Rothbard M.: *Opakovaná citace*

⁴⁶ Jensen M. C., Meckling W. H.: *Specific and General Knowledge, and Organizational Structure. Contract Economics*, Lars Werinand Hans Wijkander, eds. (Blackwell, Oxford, 1992, 251-274

⁴⁷ Friedman M., Friedman R.: *Svoboda volby*. 1992, Liberální institut, Praha, ISBN 80-85467-85-2

k takové úvaze, je přístup KLAUSE (2005)³⁶. Na jedné straně politické zpochybnění trhu a na druhé důvěra ve svobodnou tržní ekonomiku. Nejde tedy jen o název historické etapy ale i další implikace. Přesto je zřejmé, že umožňuje vyjádření změn v poměru výrobních faktorů, tedy změn, které provázejí hospodářskou činnost lidí od samého začátku., a v dané éře mají znalosti vysoký podíl.

RAMLOGAN a METCALFE, (2001)³⁷ poukazují na to, že v moderní době je otřepanou frází prohlašovat, že nejenom že žijeme ve znalostní ekonomice, ale také že znalosti jsou pramenem lidské prosperity a jejích mnohých logických důsledků. Každá ekonomika vždy a kdekoliv je znalostní ekonomikou. Jaký význam můžeme přiřadit této obecné módě pro informovanou (inteligentní) ekonomiku? Je to z důvodu nových druhů znalostí, nebo poznání nových cest vedoucích ke znalostem? Je to z důvodů zmatku všešlého ze špatného rozlišení mezi informacemi a znalostmi?

Znalosti nelze oddělit od člověka a jeho mozku. Mimo něj žádné znalosti nejsou. Bylo by pošetilé době přisuzovat jakékoliv znalosti. Člověk je tedy tím, kdo má schopnosti k tomu aby poznával v procesu, jak je charakterizován např. RAMLOGAN a METCALFE (2001)³⁸. Je mimo úhel pohledu tohoto příspěvku zabývat se dále otázkami procesu poznávání, jeho fyziologických základů. Přesto je nelze ignorovat. Ostatně šlo by jenom o konstatování obecných úvah, a značně neúplné teoretické vysvětlení procesu poznání.

Dokument COMMISSION EUROPÉENNE (B-1049)³⁹ uvádí, že dnes v Evropě žijeme ve znalostní společnosti. Mnoho, pravděpodobně většina lidí by souhlasila s tímto prohlášením ale většina z nich bude mít na zřeteli odlišné věci. Dnešní znalostní společnost potřebuje a bere v úvahu formulaci (EU) zaměstnanecké a sociální politiky, stejně jako jiných politik v mnoha oblastech na své cestě k socialismu, v pojetí Schumpetera (in LANGLOIS, 1991)⁴⁰, MIESEHO (1981)⁴¹, FRIEDMANA M. a FRIEDMAN, R., 1992)⁴² a jiných. KLAUS (2005)⁴³ v citovaném projevu vyjádřil prázdnotu pojmu „znalostní ekonomie“, nedefinovaný, nedefinovatelný, více či méně propagandistický, nebo lobystický, který není vhodný pro seriózní diskusi. Pojmovou pochybnost logicky odvozuje z obavy, že se jedná o pojem používaný v různých intelektuálních kruzích po celém světě. Neshledal dostatek fantazie, k vlastní představě, z jaké ekonomiky jsme se k znalostní ekonomice dostali, tedy z ekonomie neinformační, neznalostní? To považuje za nemožné. Každá komplexní ekonomie, což znamená jakoukoliv nám známou ekonomiku, jakoukoliv ekonomiku založenou na rozsáhlé dělbě práce, na specializaci, na široce rozšířené výměně statků a služeb, měla – v každém momentu v lidské historii – k optimálnímu užití existující (dané) ale rozptýlené znalosti ve společnosti (odvolal se na Hayeka 1945). Účelově použil a zdůraznil slovo dané ale rozptýlené znalosti. Pokusy a omyly a značnými náklady v pojmech lidského štěstí a / nebo utrpení bylo konečně dokázáno, že:

- informačně nejefektivnější ekonomický systém je svobodná tržní ekonomika
- informační efektivnost společenského systému vzrůstá se svobodou a otevřeností
- informační efektivnost není nutně spojena s takovou nebo onakou technologií

³⁶ Klaus V.: Increasingly Sophisticated Technology and the Dangerous Dreams and Utopias of Our Times – Notes for the Microsoft Conference in Prague. Dinner Speech, Prague Castle, February 1, 2005

³⁷ Ramlogan R., Metcalfe J.: Limits to the Economy of Knowledge and Knowledge of the Economy. (Fifth Revision, 2002) Nexus Workshop held at the Central European University, Budapest, 22-23 June 2001

³⁸ Ramlogan R., Metcalfe J.: Opakovaná citace

³⁹ Commission européenne, B-1049, Brussels, Belgium

⁴⁰ Langlois R.: Schumpeter and the Obsolescence of the Entrepreneur. Working Paper 91-1503 Dept. of Economics, University of Connecticut, November 1991

⁴¹ Mises L.: Socialism: An Economic and Sociological Analysis. Indianapolis, IN: Liberty Fund, Inc.. 1981

⁴² Friedman M., Friedman R.: Opakovaná citace

⁴³ Klaus V.: Opakovaná citace

NĚKOLIK POZNÁMEK KE „ZNALOSTNÍ EKONOMICE“ A ZNALOSTEM V PODNIKÁNÍ.

A FEW NOTES TO THE „KNOWLEDGE ECONOMY“ AND KNOWLEDGE IN AN ENTREPRENEURSHIP.

Pavel Zadražil

Anotace:

V příspěvku diskutujeme znalosti v ekonomice. Každá hospodářská činnost člověka je spojena se znalostmi. Diferencujeme podnikání v hospodářské a politické oblasti s jejich odlišnými znalostními základy. Znalosti uvažujeme v jejich omezení z pohledu komponenty tvořené lidským kapitálem.

Klíčová slova:

znalosti, podnikání v ekonomice, lidský kapitál

Abstract:

Contribution deals knowledge in economy. Every human economic activity are linked to knowledge. We differentiate entrepreneurship in economy and in policy with their knowledge foundation. Knowledge we take in an account with their confinement from the point of view human capital components.

Key words:

knowledge, entrepreneurship in economy, human capital

Prospěch ze znalostí druhých včetně všech pokroků vědy se k nám dostává prostřednictvím kanálů, které poskytuje a řídí tržní mechanismus.
(HAYEK, 1994)³³.

ZNALOSTNÍ EKONOMIKA

Znalostem se obecně v příkládá mimořádná váha a podle toho je i současná doba v rámci ekonomiky považována za ekonomiku znalostní. Nejedná se o závažný fakt. Jednoduše lze konstatovat, že doba potřebuje mít nějaký název. A znalosti vytváří dojem, mimořádných kvalit ve vztahu k předešlému, jedince takové hodnocení naplňuje pocitem výjimečnosti. „Znalostní ekonomika“, nebo „znalostní společnost“ ostatně není nic nového. Koncept znalostní společnosti přinesl v roce 1945 Hayek ve svém článku „The Use of Knowledge in Society“ kde uvažuje o důležitosti znalostí (HAYEK, 1945)³⁴. Tento článek se stal nepřehlédnutelným, a v mnohých dalších je dodnes zcela produktivně citován. Pro Evropskou Unii je přijetí konceptu znalostní společnosti mimo jiné východiskem pro formulaci politik sociálních a politiky zaměstnanosti (EUROPEAN COMMISSION)³⁵. V kontrastu

³³ Hayek F. A.: Právo zákonodárství a svoboda. Praha, 1994, Academia, ISBN 80-200-0241-3

³⁴ Hayek F. A.: The Use of Knowledge in Society. American Economic Review, XXXV, 4, 1945: 519-530

³⁵ European Commission: Some implications on human and social capital building in the knowledge society for employment and social inclusion policies. Brussels, EMPL/G3/LPW/RS/mb-D (02)73090

200 000 hl. kvalitních jakostních a přívlastkových vín, zatímco v roce 2003 už to bylo přes 300 000 hl. Celková domácí produkce (včetně stolních vín) pak dosáhla 500 000 hl.

Se zvyšující se kvalitou českých vín stoupá i jejich obliba u spotřebitelů. Tím jsou čeští vinaři stále více součástí světového trhu. I když se zvyšuje import vína do naší republiky, vývoz českých vín má také stoupající tendenci. Cílem českých vinařů by mělo být zaměření se na kvalitnější vína, lepší informovanost spotřebitelů o vínech, zvyšování kultury pití vína a také upevňování postavení a konkurenceschopnosti v rámci zemí EU i celého světa.

5 SEZNAM LITERATURY

1. Kraus, V. *Réva víno v Čechách a na Moravě*. Praha: Radix, 1999, 284 s. ISBN 80-86031-23-3.
2. Kraus, V. *Marketing ve vinařství v roce 1993*. Praha: Vinařský obzor, 2000, Sdružené čís. 7, 8, s. 262-264. Bez ISBN.
3. Procházka, P. a kol. *European wine economy*. Budapešť: SI University, 2003, 307 s. ISBN 963-9265-96-X.
4. Stevenson, T. *Světová encyklopedie vín*. Praha: Balios, 1999, 502 s. ISBN 80-242-0222-0.

Kontaktní adresa autora:

Ing. Tomáš Urbánek, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Ústav marketingu a obchodu, Zemědělská 1, 613 00 Brno, telefon: 545 132 330, e-mail: urbanek@mendelu.cz.

Výsledky uvedené v příspěvku jsou součástí výzkumného záměru, id. kód VZ: 62156 48904 "Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu", tématický okruh 03 "Vývoj vztahů obchodní sféry v souvislosti se změnami životního stylu kupního chování obyvatelstva a změnami podnikového prostředí v procesech integrace a globalizace", realizovaného za finanční podpory ze státních prostředků prostřednictvím MŠMT.

Země sdružené v EU mají na svém území 45% všech světových vinic a jejich podíl na světové výrobě a spotřebě vín činí 60 %. EU zajišťuje 70 % celkového světového vývozu vín. Průměrná spotřeba za rok činí v zemích EU 31 l na osobu. Vzhledem k nadprodukcí vín na evropském, ale i světovém trhu, je konkurence mezi jednotlivými pěstitelskými oblastmi relativně silná. Nejvyšší intenzity dosahuje na trhu s levnými a méně kvalitními stolními víny. V posledních letech však poptávka po nejlevnějších vínech zvolna klesá a spotřebitelé požadují stále více vína kvalitnější.

2.2.2 SOUČASNÁ SITUACE V ČESKÉ REPUBLICCE

V České republice je produkce vína v posledních dvaceti letech kolísavá a vyplývá z výše a kvality úrody, která je závislá na lokálních klimatických podmínkách, resp. jejich kolísání.

Tab. 5: Celková produkce vína v České republice

Rok	Množství v hl.
1991/1992	686 980
1992/1993	682 840
1993/1994	487 760
1994/1995	525 000
1995/1996	335 160
1996/1997	507 360
1997/1998	268 800
1998/1999	412 440
1999/2000	697 000
2000/2001	520 000
2001/2002	545 000
2002/2003	495 000

Zdroj: MZE, Zpráva ČMVVU

3 PŘEDPOKLÁDANÝ VÝVOJ NA TRHU VÍNA V ČESKÉ REPUBLICCE

Spotřeba vína v České republice má stoupající tendenci. Podle kvalifikovaných výzkumů se každoročně zvyšuje o 9 až 10 %. I když rozloha přihlášených vinic (v rámci legislativy EU) je již v České republice stabilizována na v úvodu uvedené rozloze 18 700 ha, je reálný předpoklad, že by se na základě probíhajících jednání mohlo podařit v nejbližších letech tuto rozlohu zvýšit téměř o 1 000 ha.

Od roku 2006 je na trhu očekávaná tzv. originální certifikace vín VOC (podle některých pramenů uváděná jako V.O.C.) Vinařský zákon umožní jako novinku to, že o příslušné povolení mohou žádat ministerstvo zemědělství pouze vinařská sdružení. Zpřísněné podmínky mají zaručit zvýšenou kvalitu vín. Tato nová filozofie vychází ze zemí EU a značení má vycházet z původu vín a nikoliv z obsahu přírodních cukrů. Cílem tohoto systému je dodávat na trh celoročně, ale i v následujících letech víno stále stejné kvality a dalších vlastností.

4 ZÁVĚR

Na základě analýz a zjištění, popsanych v tomto článku, byla v rámci možností omezeného rozsahu stručně charakterizována historie, současná situace a nastíněn předpokládaný vývoj v oblasti vinohradnictví a vinařství v České republice a ve světě. Přes problémy, které jsou v tomto oboru podobné jako v jiných zemědělských činnostech, se jedná o perspektivní a stále se rozvíjející a zejména oblíbenou lidskou činnost. Spotřeba vína v České republice i zahraniční obchod s touto komoditou je dán jednak vstupem České republiky do EU, ale i změnou životního stylu spotřebitelů. V roce 1998 dodali čeští vinaři na trh necelých

Jednotlivé státy se na světových plochách vinic podílejí následovně:

Tab. 2: Státy s největší plochou vinic na světě v tis. ha.

Stát	Plocha
Španělsko	1 207
Francie	908
Itálie	868
Turecko	590
USA	415
Čína	412
Irán	287
Portugalsko	249
Rumunsko	239
Argentina	209
Chile	185
Austrálie	157

Zdroj: Zpráva OIV, 2003

Světová produkce se stále zvyšuje. V roce 2003 činila podle výsledků výzkumu OIV téměř 261 mil. hl. Nejvyšší podíl na této produkci má Evropa - 69 %, USA 17,5 %, Asie 5,2 % zbytek byl vyroben v Africe, Austrálii a Oceánii.

Tab. 3: Produkce vína ve světě celkem v 1 000 hl.

Roky	Produkce
1951 - 1955	210634
1971 - 1975	313 115
1976 - 1980	326 046
1981 - 1985	9 823
1986 - 1990	8 832
1991 - 1995	7 656
1996 - 2000	7 375

Zdroj: FAO, Agost Data System

Největší světoví producenti vín jsou uvedeni v tabulce 4.

Tab. 4: Největší světoví producenti vína v mil. hl.

Stát	Produkce
Francie	46,0
Itálie	43,0
Španělsko	40,0
USA	21,0
Argentina	18,0
Čína	12,0
Austrálie	11,0
JAR	8,0
Německo	7,0
Portugalsko	6,5
Chile	6,0
Rumunsko	5,5

Zdroj: Zpráva OIV, 2003

nalezeny archeologickou expedicí v Iránu, kde byl vykopán džbán s úzkým hrdlem, na jehož dně byly zachovány zbytky usazenin, obsahující kyselinu vinnou v poměrovém množství, ve kterém se vyskytuje výhradně ve vinných hroznech a dále terebintovou pryskyřici, která se od starověku až po nejslavnější dobu Římanů používala ke konzervaci vína. Džbán byl zhotoven před téměř 5 000 lety př. n. l. Toto území tehdy obývali Sumerové a protože nalezené zbytky vína jsou asi 7 000 let staré, jsou Sumerové nejstaršími doloženými vinaři. Vinná réva se pak postupně rozšířila do Egypta, Sýrie, Babylonie a později i do Číny, Palestiny, Řecka a dalších tehdejších zemí.

Víno se tak stalo součástí mnoha kultur a patřilo mezi jednu ze základních životních potřeb. Římané, kteří byli následovatelé řecké kultury, převzali od Řeků pěstování vinné révy i umění výroby vína. V průběhu dobývání jednotlivých území Římány se vinná réva postupně rozšiřovala i na dobytá území. Tak se dostala např. do míst dnešní Francie, Španělska, Německa a na naše území dorazila kolem roku 280 za vlády Římského císaře Próbuse. V průběhu času u nás i ve světě se plochy vinic střídavě zvyšovaly a snižovaly, přičemž zásluhu na rozšiřování měly hlavně kláštery. Byly vydávány různé viniční řády a nařízení, vznikaly organizované společnosti vinařů, vinařské školy a další zemská zařízení.

V naší zemi se trh s vínem vyvíjel zejména ve 20. Stol., a to následovně:

- 50. léta byla klasickým trhem výrobců, produkce se zvyšovala,
- 60. léta se nesla v duchu zvyšování produktivity práce, distribuce i kvality vín,
- 70. léta byla ve znamení změn producentů na trh spotřebitelů, trh se postupně nasycoval,
- 80. léta znamenala zvýšené konkurenční úsilí, i když v tehdejších společenském zřízení,
- 90. léta přinesla zcela nové výzvy vinařů: ekologická produkce, šetrná a technicky dokonalejší výroba, výroba jakostních vín a důraz na zdravotní důsledky požívání vína.

2.2 SOUČASNÁ SITUACE

Mezníkem ve vinařském oboru u nás, stejně jako v mnoha jiných oborech, byl rozpad česko-slovenské federace v roce 1993, podepsání společných dohod v rámci Uruguayského kola GATT, podepsání Asociační dohody s EU i uzavření bilaterálních dohod s dalšími zeměmi. Od roku 1995 se kvalita tuzemských vín prokazatelně zlepšila. V tomtéž roce v září nabyl účinnosti zákon o vinohradnictví a vinařství., který byl v roce 2004 novelizován a doplněn o změny znění některých souvisejících zákonů.

2.2.1 SITUACE NA SVĚTOVÝCH TRŽÍCH

Podle výsledného sčítání závěrů výzkumu, který uskutečnila OIV,³² činila celková plocha vinic ve světě v roce celkem 7 890 tis. ha. Největší plochy vinic jsou v Evropě, kde je to 60 %, v Asii 21 %, v USA 12 % a zbývající plochy jsou v Africe, Austrálii a v Oceánii. Přes zvyšující se výrobu vína se celkové plochy vinic v posledních padesáti letech postupně snižují.

Tab. 1: Plochy vinic ve světě v mil. ha

Roky	Plocha
1951 - 1955	8 845
1971 - 1975	9 961
1976 - 1980	10 213
1981 - 1985	9 823
1986 - 1990	8 832
1991 - 1995	7 656
1996 - 2000	7 375

Zdroj: FAO, Agost Data System

³² Mezinárodní organizace pro révu vinnou a víno

SITUACE NA TRHU S VÍNEM V ČESKÉ REPUBLICE

SITUATION THE WINE MARKET IN THE CZECH REPUBLIC

Tomáš Urbánek

Anotace:

Příspěvek popisuje stav českého vinohradnictví a vinařství, analyzuje trh s vínem a jeho strukturu a nastiňuje jeho předpokládaný vývoj. Zabývá se historickým vývojem, situací ve světě, v Evropské unii a v České republice a popisuje vliv státu na toto odvětví.

Klíčová slova:

Víno, trh, situace.

Annotation:

This paper analyses the situation in the Czech viticulture and wine industry. It describes the structure of the wine market and also outlines its future development. Further it deals with the historical development of wine growing and describes the situation in the world, EU and the Czech Republic. The author also discusses effects of government.

Key words:

Wine, Market, Situation.

1 ÚVOD

Vinná réva provází člověka již po tisíciletí. Procházela dlouhodobým vývojem, stejně jako vinohradnictví, vinařství i jako lidé. Současné moderní technologie i výrobní postupy však stále vycházejí ze staletí osvědčených tradic. Vinice jsou nedílnou součástí krajiny, dotvářejí její vzhled a sdružují kolem sebe vinařské odborníky, ale i milovníky vína.

Ve světě, ale i v České republice, se spotřeba vína v přepočtu na osobu a rok každoročně zvyšuje. V současné době je to u nás přibližně 16 l na osobu za rok. Vinice se rozprostírají přibližně na 18 700 ha a zhruba stejný počet lidí se tomuto oboru věnuje.

2 CÍL PRÁCE

Cílem příspěvku je analyzovat současný stav vinohradnictví a vinařství v České republice i ve světě a na základě získaných informací naznačit předpokládaný další vývoj v tomto resortu. Vzhledem k tomu, že se v posledních letech stále zvyšuje spotřeba vína a také dochází ke zvyšování kvality a trvanlivosti i rozšiřování sortimentů vín, je dalším dílčím cílem tohoto příspěvku tuto situaci přehledně zmapovat a stručně, (což je dáno doporučeným rozsahem jednotlivých článků), prezentovat získané výsledky.

2 MATERIÁL A METODY

2.1 HISTORIE VÍNA A VINOHRADNICTVÍ

V některých pramenech je uváděno, že vinná réva rostla na Zemi jako divoká pnoucí se rostlina již ve druhohorách, tedy před více než 150 mil. let. Patří tedy mezi nejstarší kulturní rostliny. Vlastní název víno pochází z gruzínského pojmenování "gvino" a nejčastěji kultivovaným druhem byla planá odrůda *Vitis vinifera*, která byla nejhojněji pěstovaná na blízkém východu v oblastech dnešního Iránu a Izraele. Nejstarší nalezené zbytky vína byly

oken si eurohranoly vyrábějí samostatně nejeví se perpektivně rozšířit podnikatelské aktivity o výrobu eurohranolů.

Literatura:

ŠTŮSEK, J. *Základy marketingu v dopravě*. Praha: ČZU, 2002.

ŠTŮSEK, J. *Podnikání a nákupní trh, obchodní vztahy, obchodní partnerství*. Praha: Verlag Dashofer, 1999. s. 44-74. ISBN 80-86229-11-4

TRETTNER, A. *Holz-lackschaden, Beschichtungsmangel an Fenster*. Echterdingen: DRW, 2004. s. 144. ISBN 3-87181-139-4

Holz-Zentralblatt: *Fensterforschung für die Zukunft*. Echterdingen: DRW-Verlag Weinbrenner GmbH, Březen 2004.

Kontaktní adresa:

Ing. Jaromír Štůsek, CSc, katedra řízení, PEF, Česká zemědělská univerzita v Praze, Kamýcká 129, 16521 Praha 6-Suchbát, ČR, e-mail: stusek@pef.czu.cz

Srovnání marketingových kritérií mezi východní a západní Evropou

Ceny jsou nejdůležitějším faktorem pro odlišení trhu s okny a centrálním bodem, pokud jde o realizovatelnost vstupu na trh. Průměrné ceny oken se mezi západní a východní Evropou příliš neliší, ale najdeme enormní odchylky i v rámci západní Evropy. Na první pohled by se mohlo paradoxně zdát, že průměrná cena PVC oken v Polsku bude vyšší než v Berlíně, ale tento fenomén minimálně potvrzuje, že ceny v Evropě jsou závislé spíše na konkurenci než na nákladech.

Na trhu s okny se bohužel ještě neukázalo, že by nižší ceny vedly k většímu trhu s okny. Obecně je pružnost cen u drahého spotřebního zboží nebo investičních celků malá. Na trhu oken se pohybuje u novostaveb kolem nuly, ale také v oblasti renovací stojí rozhodnutí koupit okna většinou před cenovým srovnáním. Ceny tak mají spíše funkci při rozlišení ekonomicky zajímavých od ekonomicky nezajímavých trhů. Přitom se projevují mezi východní a západní Evropou tyto tendence:

Okna s vysokým standardem kvality je možné ve východní Evropě jen stěží prodávat levněji než v západní Evropě. Pro dosažení cen, které jsou zajímavé i pro export, je potřeba vysoká výrobní kapacita. Na základě nadměrných kapacit a atomizované konkurence budou průměrné ceny v zemích s klesajícím trhem rozmělněny, zatímco v zemích s jasnými mezerami na trhu a stoupající tržní tendencí se budou ceny držet nebo se dokonce zvýší. Z toho vyplývá, že v Evropě existují velmi zajímavé mezery na trhu pro západoevropské prodejce, zatímco ve většině zemí západní Evropy se už víc prodat nedá.

Klíčem pro vysoké ceny a zdravé marže je téměř ve všech zemích vytvoření značek a bariér pro vstup na trh nebo vymezení jasných tržních segmentů pomocí vhodné koncepce výrobků.

Pokud jde o význam výrobků a značek oken, existují v Evropě rozdíly podmíněné danou zemí. Význam značky se značně liší podle země a můžeme si ho zde ukázat jen na příkladech: silné značky jsou především v Rakousku (Internorm), Francii (Tryba) nebo v ČR (TWINN, VEKRA). Předpokladem pro vytvoření silné značky je vysoký podíl na národním trhu a přítomnost v celé zemi spojená s příslušnými marketingovými nástroji.

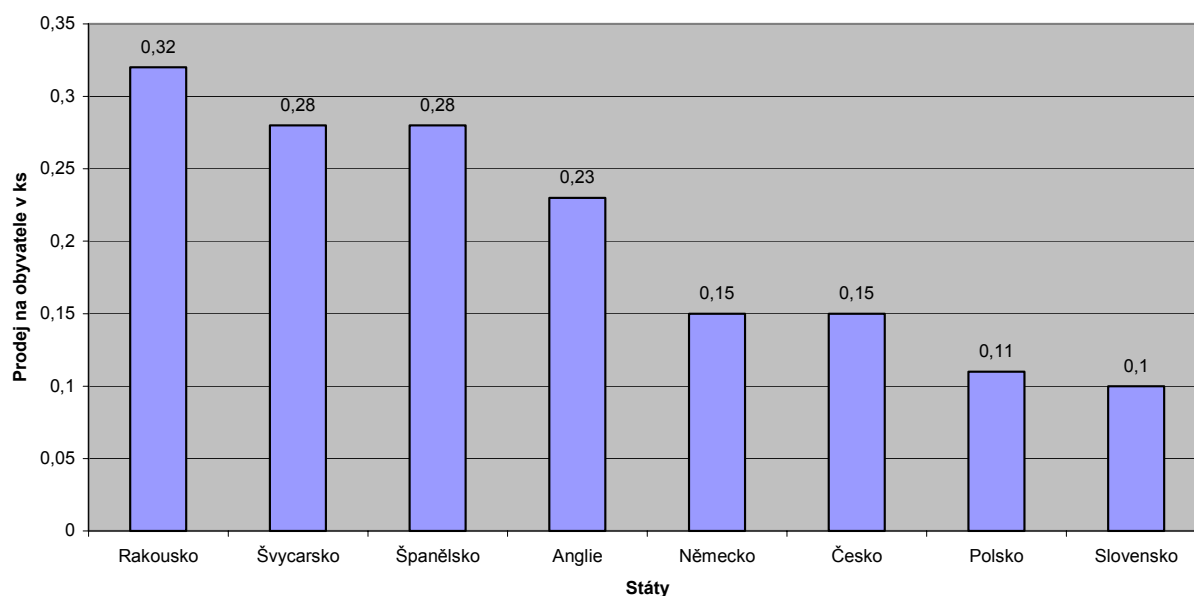
ZÁVĚR

Pokud chceme vývoj na trhu v západní a východní Evropě shrnout do několika hesel, dostaneme tento obrázek:

- Jak v západní tak ve východní Evropě jsou trhy s okny zaměřeny regionálně. Téměř vždy existují národní nebo regionální poskytovatelé, protože vývoz je vzhledem k vysokým přepravním nákladům malý.
- V západní Evropě závisí budoucnost trhu s okny stále více na vysoké renovační činnosti, zatímco ve východní Evropě je střednědobý růst v oblasti novostaveb.
- V celé Evropě je, z důvodu dodavatelského průmyslu, trend k velmi kvalitním oknům, který vede k tendenci srovnávání cen.
- Preference materiálu se mění jen velmi pomalu a velmi závisí na klimatických a kulturních podmínkách.
- Pro všechny trhy platí, že renovační trhy se principiálně liší od trhu s novostavbami.
- Na trhu s renovacemi musí výrobce oken podstatně zvýšit poptávku a hledat cestu k zákazníkovi, zatímco vysoká činnost v oblasti novostaveb vede automaticky k poptávce, kterou většinou aktivně provádí sám zákazník.

Pokud se jedná o vstup na trh s eurohranoly tak s pohledu trendů a cen na trhu oken je situace složitá. Západní trh je neperspektivní. Proto bylo by nutné orientovat se na východní trhy. Vzhledem k tomu, že velcí výrobci Eurooken mají již své dodavatele a malí výrobci

Graf č. 6: Porovnání prodeje oken na jednoho obyvatel



Z grafu vyplývá, že největší počet prodaných oken na obyvatele je dosahován v Rakousku a to 0,32 okenních jednotek na obyvatele. Například v Polsku je tato hodnota zhruba třetinová. Pro lepší zhodnocení příčin a budoucí vývoj je nutné se podívat na faktory růstu a strukturální rozdíly trhu.

Prodej oken ovlivňují dva faktory a to – růst renovací a růst výstavby.

Faktor růstu renovace

Objem novostaveb v západní Evropě dlouhodobě klesá, což závisí jednak na demografickém vývoji, jednak na zvýšené revitalizaci stávajících domů. Růst na trhu z okny tak závisí v Evropě nutně na zvýšení renovační činnosti.

Podíly na trhu s renovacemi jsou v západní Evropě velmi různé. Nejvyšší jsou nyní v Itálii a ve Velké Británii, nejmenší ve Španělsku. Jak ukazuje příklad Itálie, je možné renovační činnost podpořit daňovými úlevami. Vysoká kvóta novostaveb a tím nízká renovační kvóta může být jednak výrazem rostoucího stavebnictví (například Španělsko), ale na druhé straně ukazuje na to, že soukromým domácnostem chybí kupní síla na výměnu jejich dosluhujících oken.

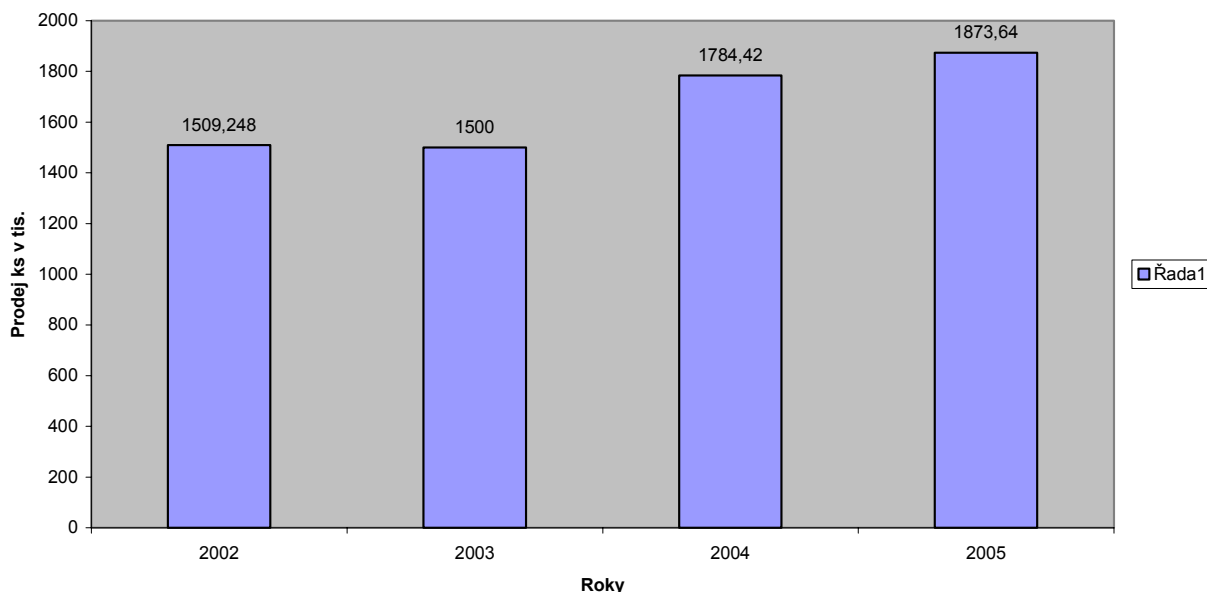
Vysoká renovační kvóta a tím nízká kvóta novostaveb může být jednak výrazem vysoké kupní síly spotřebitelů (např. Velká Británie), jednak ochromení, pokud je o nové stavby (například Německo).

Faktor růst výstavby

Novostavby korelují přirozeně velmi silně s trhem s okny a tuto činnost lze přes stavební povolení velmi dobře předpovědět, protože předstih je cca 1 až 3 roky. Jak už jsme zmínili, jsou novostavby z dlouhodobého hlediska téměř v celé západní Evropě na ústupu, což vede ke změně struktury celého oboru. Přesto existuje stále více zemí se střednědobým stavebním boomem, například Španělsko. Pro trhy východní Evropy je právě charakteristické růst výstavby (novostavby). I zde se vyskytuje rozdíl mezi jednotlivými zeměmi. Relativně nízký potenciál je v Polsku a proto do budoucna je možné na tento trh se orientovat.

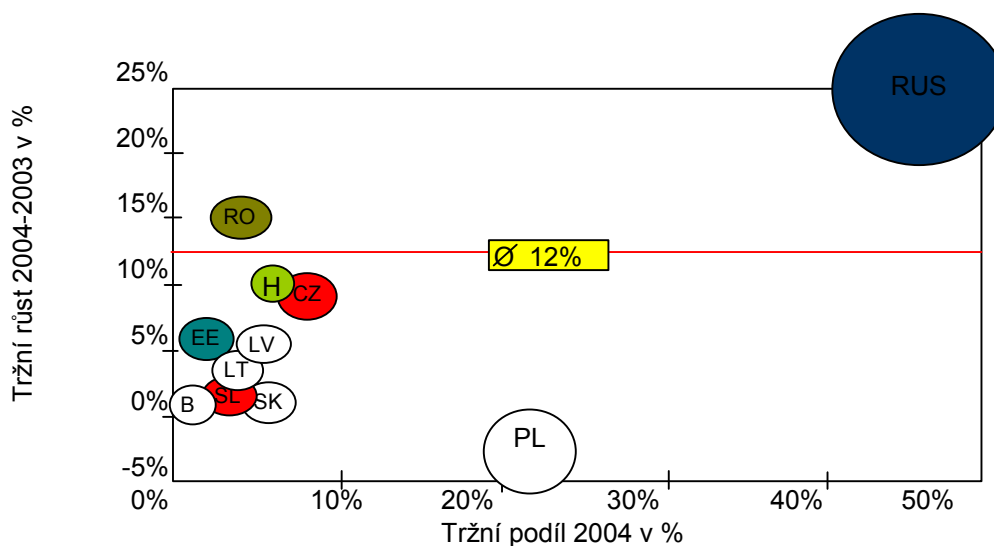
Z hlediska montáže oken má segment novostaveb tu výhodu, že lze velmi snadno na základě stavebního povolení plánovat, ale v konečném důsledku na něj nemáme vliv.

Graf č.4: Vývoje prodeje oken v České republice



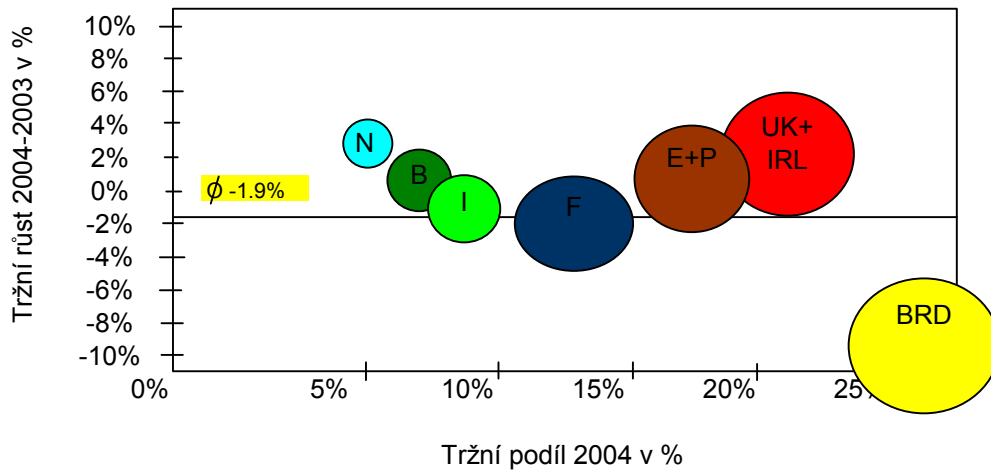
Úbytek prodeje oken v roce 2003 můžeme vysvětlit nižším objemem dokončené bytové výstavby (27127, oproti roku 2002 - 27292 což představuje index 2003/2002 99%). Porovnání tržního růstu ve státech východní Evropy uvádí graf č. 5.

Graf 5: Tržní růst ve východní Evropě v porovnání let 2004-2003



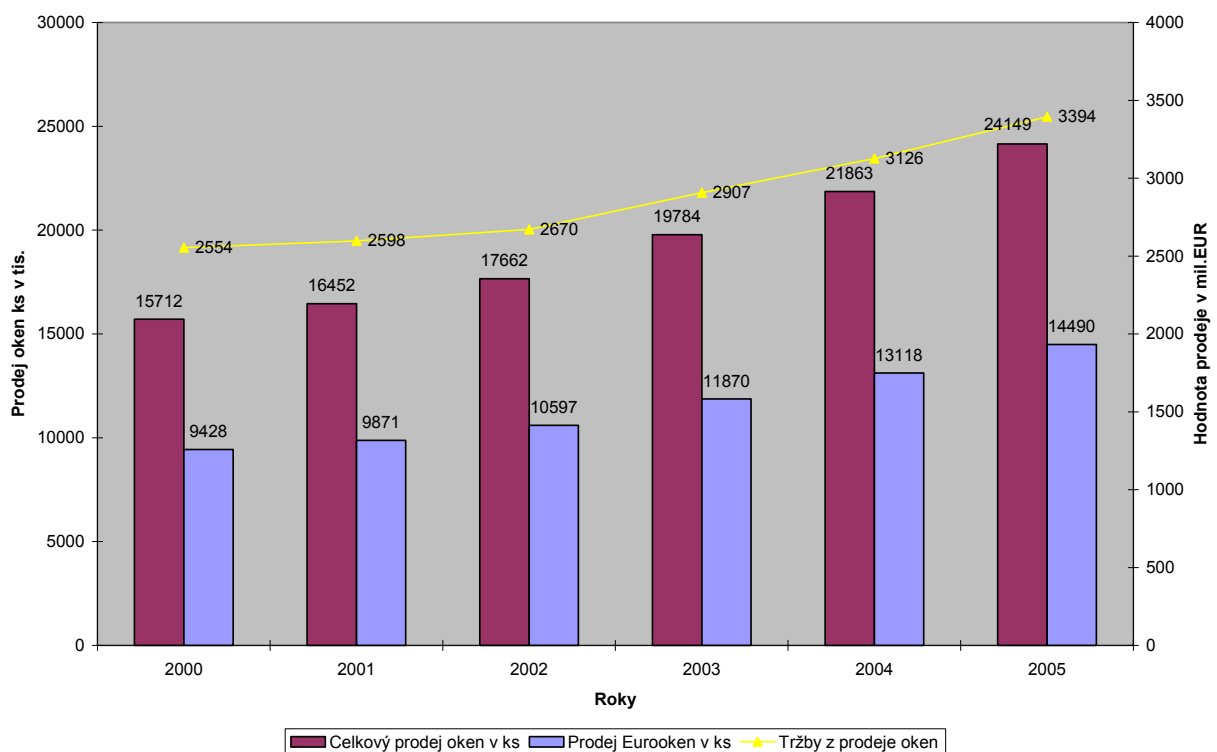
Srovnáme-li západoevropský trh s východoevropským trhem tak na první pohled je zřejmé, že západoevropský trh s okny není stejně velký jako trh východoevropský. To platí pro jeho absolutní velikost, ale také stejně jako pro benchmarking oken na obyvatele jak uvádí graf č. 6.

Graf 2: Porovnání tržního vývoje v roce 2004-2003 v západní Evropě



Ve východní Evropě včetně ČR zjistíme mnohem silnější kolísání, ale vždy s pozitivním celkovým trendem růstu jak ukazuje graf 3.

Graf č. 3: Vývoj prodeje oken východní Evropa



Na trhu oken východní Evropy je řada lokálních trhů s velmi různým potenciálem růstu např. Ruský trh vykazuje značný potenciál růstu a stává se nejdůležitějším trhem s křivkou růstu až 25%.

Trh s okny v České republice vykazuje až na rok 2003 taky rostoucí trend jak ukazuje graf č 4.

CÍL PRÁCE A METODIKA ŘEŠENÍ

Cílem článku je provést srovnání na trhu oken mezi západní a východní Evropou s dopadem na možnost rozšíření podnikatelských aktivit o výrobu eurohranolů. Eurohranolů jsou základem pro výrobu Eurooken. Západní Evropu vymezují bývalými státy EU tj. původní 15 států plus Norsko, Švýcarsko a Řecko. Východní Evropu vymezují státy střední a východní Evropy (ČR, SK, SLO, BG, RO, LV, LT, EST, UAK, PL, HU) včetně Ruska.

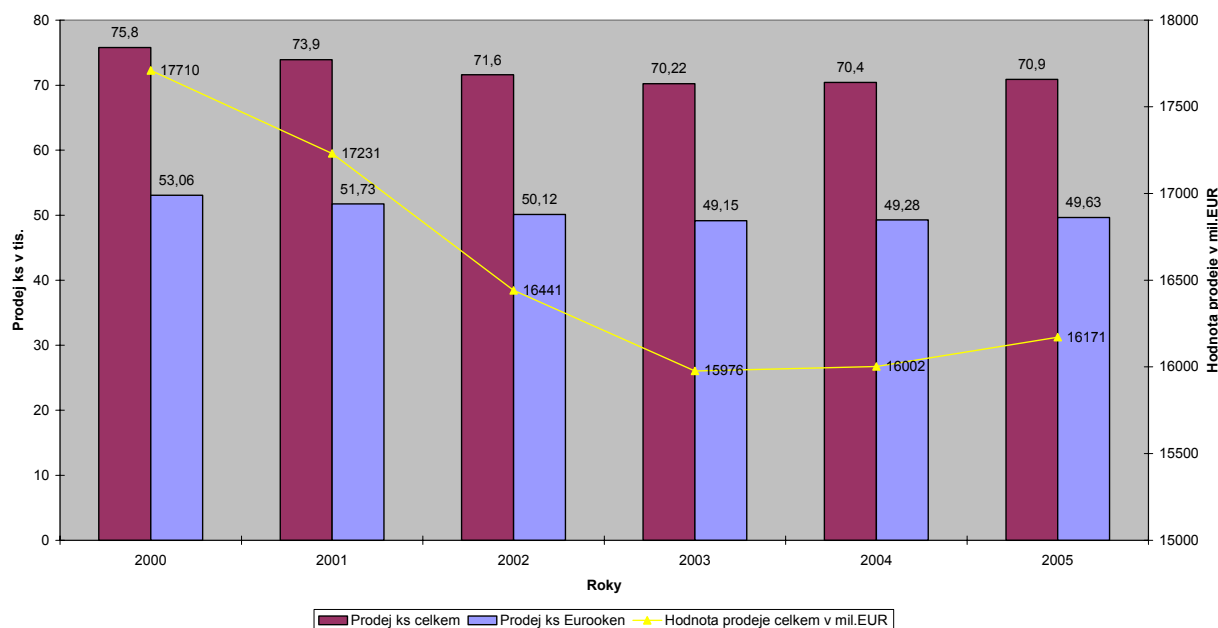
K dosažení stanoveného cíle byl využit metodický aparát používaný v rámci marketingového výzkumu. Data na trhu s okny v ČR byly získány na základě dotazníků a statistických údajů. Situace na trhu s okny ve střední, východní a západní Evropě byla analyzována s dostupných sekundárních údajů o bytové výstavbě a renovaci bytů (statistické ročenky).

Abychom mohli zobecnit výsledky srovnání v sledovaných regionech musíme definovat specifické strukturální rysy a faktory růstu.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Pokud se podíváme na vývoj západoevropského trhu s okny v uplynulých letech z hlediska prodaného množství (prodáných jednotek množství) zjistíme pozvolný průběh jak ukazuje graf č. 1. Ani v jednom roce nevykazuje odchylku nad 3%.

Graf č.1: Vývoj prodeje oken na trhu západní Evropy.



Trh oken v západní Evropě podle počtu prodaných kusů za posledních několik let, vykazuje stagnující trend. V západní Evropě bylo prodáno v roce 2004 asi 70 mil. okenních jednotek v celkové výši kolem 16 miliard EUR. Na trhu západní Evropy se v současnosti více prodávají Eurookna s podílem asi 70%. Na rok 2005 se počítá s růstem asi 0,2%. Na grafu č. 2 je uvedeno porovnání tržního vývoje roku 2004 a 2003.

MARKETINGOVÝ PRŮZKUM NA TRHU OKEN

MARKETING RESEARCH OF WINDOW MARKET

Jaromír Štůsek

Anotace:

Příspěvek je zaměřen na analýzu a srovnání situace na trhu oken v západní a východní Evropě. V úvodní části provádím vymezení tržních segmentů. V další části analyzuji na základě primárních a sekundárních údajů prodej a trendy na trhu oken v západní a východní Evropě. Rovněž se analyzuji rozdíly na trhu oken mezi západní a východní Evropou. V závěru shrnuji výsledky analýzy.

Klíčová slova:

marketing, trh oken, segmentace trhu, potenciál růstu

Abstract:

This contribution is focused on analysis and comparison of windows market in west and east Europe with the aim of possible enter to the market.. In the introduction I show round specification of bussines segments. In the other part I analyse sale and trends of windows in west and east Europe on the basis of primary and secondary statements. I also analyse differences between the sale in west and east Europe. In the end I summarize results.

Key words:

marketing, window market, market segmentation, potential growth

ÚVOD

Marketingový výzkum je zaměřený na zjišťování stávajících či nových skutečností, které ovlivňují rozhodování podnikového managementu. Proces marketingového výzkumu představuje aplikovat vědecké metody na zkoumaný problém. Řešení marketingového problému znamená aplikaci 5 kroků a to: definovat problém (stanovit cíle), analyzovat situaci, získat informace, vyhodnotit a vyřešit problém.

Některé kroky uvedeného přístupu jsem aplikoval do oblasti zpracování dřeva za účelem posouzení situace na trhu oken a možností vstupu na trh související s výrobou eurooken. Na trh s okny je možné pohlížet jako na trh kde existuje čistá konkurence. Trh s okny můžeme charakterizovat jako nasycený až přesycený vzhledem k tomu, že na trhu působí velké množství malých i velkých výrobců. Na trhu oken se můžeme setkat s těmito produkty - okny:

- Dřevěnými okny tzv. Eurookna, jež tvoří dle odhadu 50-60%, na západě až 75%.
- Plastovými okny.
- Kovovými a hliníkovými okny.

S hlediska segmentace trhu můžeme vymežit dva primární segmenty:

- Trh drobných spotřebitelů – individuální bytová výstavba,
- Trh stavebnictví – kde můžeme vymežit segment:
 - o Segment výstavby nových objektů (bytová výstavba, průmyslová výstavba atd.).
 - o Segment renovace stávajících bytových a průmyslových objektů.

uplatňování marketingové činnosti v podnikovém managementu. Tato stanoviska také podporují práce zejména Kotlera (1998), který uvádí, že manažeři pro svou práci potřebují informace, na jejichž zpracování se podílí informační systém podniku, členěný na zpravodajský systém a marketingový výzkumný systém. Tyto závěry potvrzují také Stávková – Dufek (1998), kteří konstatují, že je nezbytné aby každá firma prováděla vysoce profesionálně svůj marketingový výzkum a k tomu používala vysoce spolehlivý informační systém. Tato stanoviska podporuje také Svoboda, P. (1999). Výsledky výzkumu prokazují, že je nezbytné věnovat větší pozornost procesu strategického řízení, a to prostřednictvím tvorby, implementace a změn podnikatelských strategií. Z výzkumu je rovněž patrné, že změny podnikatelského prostředí pro naše firmy po vstupu ČR do EU mohou lépe využívat podniky, které mají propracovaný systém strategického řízení a mají již své zkušenosti na stávajících trzích EU, ale i na dalších trzích zemí světa. Omezením ochranné politiky EU dochází k rozšíření trhu a dále prostřednictvím EU mají naše firmy větší příležitost pro vstup také na další zahraniční trhy mimo EU. K získávání a udržování konkurenční výhody může přispět dobře fungující podnikový informační systém, umožňující provádět manažerské, marketingové a další analýzy nezbytné pro zachycení změn pro podnik důležitých vstupních a výstupních faktorů. Dalším předpokládaným významným činitelem je také přístup podniků k dokonalejší technologii a poznatkům. Výsledky uvedené v tomto příspěvku lze prakticky využívat jednotlivými funkčními místy podnikového managementu a mohou přispívat ke zkvalitňování řešených rozhodovacích procesů. Umožňují tak prakticky realizovat znalostní management, který má řadu nových požadavků na podnikový management a významně přispívá k efektivnosti řízení a prosperitě podniku.

LITERATURA

- DRUCKER, P.F.:** *Výzvy managementu pro 21. století*. Management Press Praha, 1. dotisk, 2001. ISBN 80-7261-021-X.
- GATES, B.:** *Byznys rychlostí myšlenky*. Management Press Praha, 1999. ISBN 80-85943-47-2.
- GOZORA, V.:** Prispôsobovanie podnikateľskej štruktúry poľnohospodársko potravinárskeho komplexu európskym trhovým štruktúram. In: *Medzinárodné vedecké dni FEM SPU Nitra, 2001*. ISBN 80-7137-715-5.
- HRON, J.:** Změny v projektování modelů podnikatelských subjektů. In: *Medzinárodné vedecké dni FEM SPU Nitra, 2001*. ISBN 80—7137-715-5.
- HRON, J.:** *Řízení rizika*. Výzkumný projekt EP č. 9241. Praha 2001(a)
- HRON, J.:** Zdroje udržitelného ekonomického růstu ve 3. tisíciletí. In: *Změna – příležitost k rozvoji*. Katedra řízení PEF ČZU v Praze. Kostelec nad Černými lesy, 2001. ISBN 80-213-0816-8(b).
- KOTLER, P.:** *Marketing Management*. Grada Publishing. Praha. 1998 (9. přepracované vydání). ISBN 80-7169-600-5
- STÁVKOVÁ, J., DUFEK, J.:** *Marketingový výzkum*. PEF MZLU v Brně. 1998. ISBN 80-7157-330-2.
- SVOBODA, E.:** Podnikatelské strategie ekonomických subjektů řízené zákazníkem. In: *Firma a konkurenční prostředí*. Ústav marketingu a obchodu PEF MZLU v Brně, 1999. ISBN 80-7157-37-2.
- SVOBODA, E. – BITTNER, L. – SVOBODA, P.:** Models of Strategic Decision Making in the Czech Republic. Charleston. www.iaes.org/conferences/charleston
- SVOBODA, E.-BITTNER, L.:** New Approaches to Company Management in the Czech Republic. IAES, Paris, 2002, www.iaes.org/Paris, 2002
- SVOBODA, P.:** *Formování informačního systému podniku (Disertační práce)*. PEF MZLU v Brně, 1999.
- ŠIMO, D.:** Teoretické a metodologické otázky agrárního marketingu. In: *Aktuálne problémy agrárneho trhu*. SPU FEM Nitra, 2000. ISBN 80-8137-750-3.
- WHITELAY, C.:** *Podnik řízený zákazníkem*. Victoria Publishing Praha, 1994. ISBN 80-85605-69-4.

Kontaktní adresa autora:

Prof. Ing. Emil Svoboda, CSc., Ústav managementu PEF MZLU v Brně,
Zemědělská 1, budova Q, tel. 545 132 52, 613 00 Brno
e-mail: esvob@mendelu.cz a svoboda@telecom.cz

problémů při vstupu na nové trhy. Konkurenční výhoda firmy se zlepšila, neboť její vstupní hodnota představovala 4,9 b a hodnota v roce 2004 představuje 5,5 b. Pokud se týká podnikání v odvětví výroby léčiv a biopreparátů lze je hodnotit jako stabilní s hodnotami vstupními 3,5 b a současnými 3,9 b. Rovněž míra atraktivity je pro firmu po celou dobu dobrou příležitostí. Vstupní hodnota činila 3,2 b a současná hodnota představuje 4,2 b. Uvedené hodnoty charakterizují vybrané trhy a jsou hodnotami průměrnými

Nyní uvedeme vybrané údaje hodnocení trhů podle Miles a Snow (1978) a podle zkušeností managementu analyzované firmy. Z charakteristiky jednotlivých trhů z hlediska nabídky Biovety vyplývá, že jak na trzích domácích i zahraničních má tato firma vždy současně zpravidla zastoupení širokého spektra produktů. Chování na jednotlivých trzích je přizpůsobováno konkrétním daným podmínkám. Přístup obranářský (1) může aplikovat firma pouze na trhu ČR, a to u produktů, které získá jako státní zakázku. Přístup prospektorský (2) je využíván pro vstup především na zahraničních trzích. Tento přístup bývá kombinován s přístupem analyzátorským (3). Na trzích ČR i zahraničních dochází také k využívání reaktorského přístupu, zejména u produktů, které mají vysokou konkurenci nebo u produktů, jež jsou vytlačovány modernějšími a účinnějšími přípravky. Zkušenosti TOP managementu firmy ukazují na velmi rozdílné charakteristiky především trhů zahraničních. Trhy veterinárních léčiv a biopreparátů dřívějších zemí EU jsou charakteristické dodržováním všech pravidel s vysokou administrativní náročností, zejména při registraci jednotlivých produktů na těchto trzích. Lze je také charakterizovat dobrou platební kázní a dodržováním obchodních pravidel. Asijské trhy lze stručně charakterizovat snadnějším vstupem na trh oproti EU, širokým portfoliem produktů, vysokou konkurencí, což se projevuje tlakem na nízké ceny. Dalším důležitým znakem je vysoké riziko v platební kázní firem. Požadavky na kvalitu produktů jsou standardní, tj. oproti EU je kvalita nižší. Trhy Jižní Ameriky a dalších států tohoto kontinentu mají svá specifika a pro analyzovanou společnost vysokou konkurenceschopnost amerických a mexických firem. Silná specifika lze vysledovat na trzích Ukrajiny, Běloruska a Ruska. Je zde především málo přesně definovaných obchodních pravidel, jsou využívány nestandardní prostředky, obchod je uskutečňován ve značné míře přes zprostředkovatele. Pozici analyzované firmy na jednotlivých trzích lze hodnotit jako dobrou, neboť významně roste finanční síla podniku a podniku se daří pronikat na nové trhy. Z provedených analýz je zřejmé, že se na tom podílejí dvě skupiny faktorů. K první skupině patří velmi dobré cenové strategie sledujících na jednotlivých trzích a stabilizace cen, případně mírný pokles. Pokud nelze tuto strategii využít využívá firma přemístění produktů na jiné trhy. Druhou skupinu faktorů tvoří aplikace strategie prvotnosti v nákladech, tj. strategie minimálních nákladů, která je dobrým základem pro stanovení přiměřených cen pro jednotlivé produkty vůči konkurenci. Cenové relace jsou pro jednotlivé produkty sledovány analýzou souhrnného hodnotového indexu, který umožňuje zachytit změny v tržbách za prodané výrobky, a to vlivem změn množství produktu a cenovými vlivy. Firma vytváří dobré předpoklady pro dosahování ziskovosti všech produktů firmy. Významným faktorem v celé analyzované řadě je dobrá orientace firmy na požadavky zákazníků a segmentace trhu. Od roku 1990 dochází v ČR k významnému poklesu stavu hospodářských zvířat a s ním souvisejícím snížením poptávky zemědělských podniků po veterinárních produktech, tj. v důsledku k poklesu tržeb. Uvedený problém byl řešen v podstatě dvěma skupinami opatření, a to rozšíření sortimentu produktů a přechod na tzv. „Hobby programy“ pro domácí zvířata, tj. pro psy a kočky, a to jak na trhy tuzemské tak i zahraniční. Druhé opatření sleduje výrazné rozšíření, tj. expanzi na zahraničních trzích všech poptávaných produktů Biovety.

DISKUZE A ZÁVĚR

Zjištěné výsledky korespondují s pracemi řady autorů, a to zejména Hron a kol. (2001), Gozora (2001), Šimo (2000), kteří kladou značný důraz na manažerskou práci a

přístupem obranářským a prospektorským a současně se snaží kombinovat přístupy (1,2). Poslední přístup je označován jako reaktorský(4), který je charakterizován strategickým neúspěchem firmy,tj. selháním na určitém trhu.Uvedené přístupy jsou ve výzkumu analyzovány podle jednotlivých skupin nabízených produktů a dle jednotlivých trhů v České republice a na trzích zahraničních.

Nyní uvedeme výsledky vybraných analýz prováděných podle výše uvedených metod, které umožňuje využívat podnikovému systému managementu informační systém firmy.

Analýzy vybraných trhů metodou BCG i SPACE byly uskutečněny v časovém období od roku 1998, tj. od doby, kdy vznikla transformací z Biovety, s.r.o. akciová společnost, a to do roku 1994.Analýzy charakterizují vždy stav k 31. 12. daného roku. Data byla čerpána a zpracována v informačním systému zkoumané firmy.

Tab. 1 Zastoupení produktů podle analýzy BCG (v %)

Rok	Kvadrant			
	I.	II.	III.	IV.
1998	38,1	24,0	25,7	12,2
1999	43,4	27,5	27,0	2,1
2000	34,5	31,0	30,0	4,5
2001	32,1	34,2	26,0	7,7
2002	27,2	34,5	22,1	16,2
2003	45,1	34,0	18,2	2,7
2004	38,7	35,1	17,9	8,3

Z údajů uvedených v tab. 1 je patrný celkový pozitivní trend v portfoliu produktů v jednotlivých kvadrantech i když jsou zřejmé i dost vysoké meziroční výkyvy, na které musí reagovat svými opatřeními podnikový management u usměrňovat je. Zastoupení produktů v kvadrantu I. v roce 1998 činilo 38,1 % a změnilo se jen neopatrně na 38, 7 % v roce 2004, z čehož vyplývá že podnik má trvale velké zastoupení v tomto kvadrantu. Dále v uvedených letech došlo k následujícím změnám ve kvadrantu II., a to z původního zastoupení 24,0 % došlo k rozšíření na 35,1%, tj. zvýšení o 11,1 %. Naopak v kvadrantu III.došlo k redukci z výchozího zastoupení 25,7 % na 17, 9 % a také k poklesu došlo v kvadrantu IV., kde z výchozího zastoupení 12,2 % došlo k poklesu na 8,3 %. Ze změn procentického zastoupení výrobků v jednotlivých kvadrantech je patrné, že pro společnost Bioveta je poměrně výhodné, neboť většina produktů patří do kvadrantů I. až III. Dále z výsledků analýzy vyplývá, že firma dobře aplikuje strategii inovace svých produktů, kterou v počátku zavedení do praxe zachycuje kvadrant II, jehož hodnoty v čase rostou od 24,0 do 35,1 %. Stěžejní pro objem tržeb a spokojenost zákazníků jsou produkty v kvadrantu I.Jedná se o produkty dobře umístěné na rozvíjejícím se trhu.Dále je zřejmé, že firma uplatňuje strategii diversifikace, kterou lze vysledovat z přírůstků zastoupení na trhu – přírůstky kvadrantu I. až III. Kvadrant IV. informuje podnikový management o zastoupení výrobků, které jsou na trhu neúspěšné a tím i pro podnik ekonomicky nevýhodné. Žádoucí snížení produktů v tomto kvadrantu je důsledkem využívání aplikace managementu zásob, opírající se o systém motivace manažerů na velikosti žádoících zásob hotových výrobků.

SPACE analýza doplňuje předchozí závěry a její souhrnné výsledky ukazují, že odvětví prodeje veterinárních biopreparátů a léčiv je poměrně stabilní, ale s vysokou dynamikou změn v prodeji jednotlivých produktů. Finanční síla firmy významně za sledované období vzrostla z výchozího stavu hodnoceno bodovou stupnicí ze 4,7 b na 5,4 b. Nejvyšší její hodnota byla v roce 2003, a to 6,0. Ke snížení došlo především vlivem počátečních

informační systém by měl uspokojovat všechny podnikové funkce tím, že by je měl zajišťovat potřebným požadovaným množstvím, strukturou a kvalitou informací. Jednotlivé tyto funkce naplňují komplex fungování podniku, přičemž funkce je chápána jako specifická činnost určitého prvku struktury podniku. Žádoucí stav vnitřní prostředí podnikového managementu je potřebné chápat jako dynamickou rovnováhu vztahů a dílčích vazeb mezi prvky podnikových systémů navzájem i k podniku jako celku.

Kvalita manažerského rozhodování závisí na řadě složitých faktorů, vycházejících z prostředí managementu. Všechny tyto faktory procházejí dynamickými změnami a úkolem kvalitních manažerů je na tyto změny úspěšně ovlivňovat ve směru dobře stanovených strategických cílů.

Cílem vědeckého příspěvku je analýza chování podnikatelských subjektů v procesu řízení vybraných podniků se zaměřením na oblast strategického rozhodování, a to v období po vstupu ČR do Evropské unie, kdy dochází ke značným změnám v podnikatelském prostředí. Výsledky výzkumu jsou postupně zaváděny a ověřovány v podnikové praxi.

METODY A VÝSLEDKY

K dosažení stanovených cílů byl stanoven metodický postup sestávající z dílčích kroků, které lze charakterizovat následujícím algoritmem:

- analýza současného stavu strategického rozhodování podnikového TOP managementu v literatuře a v praxi zkoumaných podniků,
- postupné zavádění a ověřování výsledků výzkumu v podnikové praxi,
- praktická doporučení pro zdokonalení strategického rozhodování v praxi.

Analyzované a na výzkumu spolupracující podniky jsou charakteristické rozsáhlejším předmětem činnosti a jsou zpravidla dobře vybaveny moderními technickými prostředky řízení a komunikace. Vybraná konkrétní data s aplikací jednotlivých metod strategické analýzy jsou v tomto příspěvku uváděna z vybraných podniků a to především z akciové společnosti Bioveta Ivanovice na Hané, která zabezpečuje výzkum a vývoj, výrobu a prodej veterinárních a některých humánních léčiv, a to na trzích ČR, zemí Evropské unie a v řadě dalších zemí Asie, Indie, Latinské Ameriky aj. V současné době Bioveta obchoduje asi se 44 zeměmi světa. V tomto roce je připravován její vstup na vybrané trhy Číny. V současné době vyrábí a obchoduje 204 produktů ve 311 provedeních.

Ve výzkumu byly využity metody strategického rozhodování, metoda řízeného rozhovoru s TOP managementem firmy a členy představenstva. Dále byly využity metody z oblasti marketingu a některých dalších souvisejících oborů. Uvedené metody se opírají o závěry zjištěné metodami analýzy prostředí managementu. Následují analýzy BCG a SPACE. Analýza Boston Consulting Group je provedena na vybraných trzích, a to v období od transformace firmy z s.r.o. (1998) do roku 2004. Výsledky jsou uvedeny v tabulce 1.

Analýza SPACE byla uskutečněna podle metodiky autorů Hron – Tichá-Dohnal (1995) s konstrukcí 35 vstupních charakteristik, členěných pro 4 souhrnné oblasti, a to pro analýzu finanční síly podniku, jeho konkurenční výhody, stability prostředí a síly odvětví. Tyto oblasti jsou hodnoceny bodovým systémem (0 až 6 bodů). S těmito metodami souvisí důležitá analýza konkurence dle Porterova modelu, uvedeného v publikaci Hron-Tichá-Dohnal (1995) a autorem výzkumu modifikovaná analýza Miles – Snow, uvedená v práci Svoboda (2002), kteří podle způsobu reakcí na vnější podnikatelské prostředí rozlišují firmy s jejich přístupy, a to obranářské(1), prospektorské(2), analyzátorové(3) a reaktorské(4). První přístup je charakterizován zejména úzkým segmentem trhu, vysokou kvalitou produktů a širokým jejich rozšířením. Druhý přístup je charakterizován snahou o uplatnění v nestabilním a pro firmu novém podnikatelském prostředí. Tato reakce je charakteristická širokým spektrem předmětu činnosti a flexibilními a kreativními reakcemi s rychlými vstupy na trh. Třetí typ reakcí je označován jako analyzátorový(3), který vymezuje prostor mezi

STRATEGICKÉ ROZHODOVÁNÍ EKONOMICKÝCH SUBJEKTŮ V PODNIKATELSKÉM PROSTŘEDÍ ČESKÉ REPUBLIKY PO JEJÍM VSTUPU DO EU

STRATEGICAL DECISION MAKING OF ECONOMIC SUBJECTS IN ENTERPRENEURIAL ENVIROMENT OF CZECH REPUBLIC AFTER ITS EU ACCESION

Emil Svoboda

Anotace:

Ve vědeckém příspěvku jsou uvedeny výsledky výzkumu MSM 6215648904, (Brno, 2005) v oblasti strategického rozhodování podnikového managementu se zaměřením na metody rozhodování, umožňující podniku reagovat na změny v podnikatelském prostředí. Výsledky výzkumu prokazují potřebu zdokonalování procesu strategického řízení s využíváním zásad znalostního managementu a s respektováním ekonomických a finančních souvislostí.

Klíčová slova:

strategické rozhodování, moderní metody řízení, znalostní management, chování podnikatelských subjektů.

Annotation:

In the paper are presented results of research MSM 6215648904, (Brno, 2005) in the area of strategical decision making with emphasize on methods of decision making which make to the company possible to react changes in entrepreneurial environment. The research results argue for the necessity of improvement of strategic management with using of principles of knowledge management and complying with economic and financial relationships.

Key words:

Strategical Decision Making, Modern Methods of Management, Knowledge Management, Economic Subjects Approaches.

ÚVOD A CÍL

Chování podnikatelských subjektů výrazně ovlivňuje rozvoj nových informačních technologií. Gates (1999) konstatuje, že digitální tok informací umožňuje všechny druhy a formy informací převést do jednotné digitální formy a následně je uložit do kteréhokoliv počítače, v něm je zpracovat a odeslat dále. Uvedená okolnost je velmi důležitá zejména ve všech oblastech managementu, neboť všechny řídicí procesy probíhají jako procesy rozhodovací, následně procesy ovlivňovací a kontrolní s tím, že všechny tyto procesy se vlastně uskutečňují prostřednictvím procesů informačních. Oblast podnikového managementu čerpá informace ze svého informačního systému, a to jak pro horizont strategického, taktického i operačního managementu a po řízení v reálném čase. Jak uvádí Hron (2001) základní konstantou v řízení vývoje podnikatelských subjektů je změna, jejíž dobré zvládnutí je základním kritériem pro hodnocení manažerské práce všech podnikových manažerů. Ve strategickém managementu zdůrazňuje nezbytnost v podniku vytvářet tzv. homeostázu, tj. žádoucí přizpůsobování vnitřního prostředí managementu prostředí externímu. Podnikový

Literatura

- [1] KOTLER, P. *Marketing a management*. 3. vyd. Praha: Victoria publishing ve spolupráci s East Publishing, 1997, stran ISBN 80-85605-08-2
- [2] VYSEKALOVÁ, J. , KOMÁRKOVÁ, R. *Psychologie spotřebitele – Jak zákazníci nakupují*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9
- [3] Český statistický úřad. [online], 27. 6. 2005 [cit. 2005-06-20]. Dostupné z: www.czso.cz

Autor:

Bc. Martin Souček

martin.soucek@centrum.cz

Ústav marketingu a obchodu, Mendlova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno

545132331

v ekonomice. Patří mezi ně např. sdružování, jedinečnost, miniaturizace atd. Zmiňované trendy se dají zobecnit na celou společnost. Trendy jako takové se ve společnosti objevovaly snad od počátku lidské existence a vždycky měli zásadní vliv na změny v chování a v podstatě tedy i na spotřební koš.

Jedním z trendů, který je společností nejvíce vnímán je rozvoj informačních a komunikačních technologií. Tyto technologie se rozvíjí neuvěřitelnou rychlostí a způsobují, že struktura spotřebního koše se výrazně změnila a ony zabírají stále větší podíl z celkových spotřebovaných produktů resp. služeb. Kromě toho mají zásadní vliv i na další oblasti. Především zvyšují informovanost, zároveň se stávají mocným nástrojem marketingových pracovníků, kteří mohou optimalizovat svoji práci. V nemálo případech se tyto technologie stávají natolik agresivními, že v konečném důsledku jako nástroj komunikačního mixu, přizpůsobují potřeby společnosti zájmům firem a tím mění strukturu spotřebního koše. Informační technologie se zároveň velkou měrou podílejí na globalizaci, která je sama o sobě velkým trendem, který bude rozveden dále. Spolu s informačními technologiemi velice vzrostla hodnota informací a v současné době lze konstatovat, že se stávají nejdražším a nejpoptávanějším artiklem na trhu.

Hlavním představitelem rozvíjejících se informačních a komunikačních technologií je Internet. Ten je v podstatě již standardem mnoha domácností a umožňuje nové možnosti, především pak tzv. elektronické nákupy. Internet je samozřejmě také obrovským nástrojem pro sdílení informací, jenž umožňuje spotřebitelům lépe vyhodnocovat svá rozhodnutí. Existují stránky, které umožňují spotřebitelům vybírat podle srovnávání cen mezi jednotlivými konkurenty (např. www.akcnicenycz). Tyto informace se mohou zdát jako nepodstatné pro strukturální změnu spotřebního koše, ale právě dostatečný přísun informací vytváří trendy a mění strukturu nákupů.

Jak už bylo zmíněno jedním z dalších trendů, který uzpůsobuje spotřební koš je globalizace. Globalizace jako trend, ať s pozitivním či negativním efektem, je trendem, který způsobuje stírání rozdílů mezi jednotlivými národními spotřebitelskými koši. Právě tím, jak se trhy stále více propojují – globalizují, vytváří se předpoklady k tomu, aby se přizpůsobovaly a měnily potřeby spotřebitelů.

Z obecně známých trendů, ke kterým naše společnost spěje lze především uvést směřování ke zdravému životnímu stylu. Ve spotřebním koši se tedy začíná nahrazovat maso vepřové a hovězí tzv. bílými masy, jejichž spotřeba spolu s masem rybím nabývá na významu. Z potravinového sektoru dále začíná hrát roli zdravá výživa ve významu větší spotřeby ovoce a zeleniny a tzv. „zdravých produktů“. Jak již bylo zmíněno největšího významu však nabral sektor informačních a komunikačních technologií. Především pak v dnešní době nejaktuálnější trend v oblasti komunikací – mobilní telefony, které jsou nyní v podstatě na svém vrcholu. Ve srovnání se zahraničím pak mají obyvatelé České republiky jednu z největších četností vlastnictví mobilních telefonů na občana.

ZÁVĚR

Tento příspěvek měl přiblížit spotřební koš ve vztahu k marketingu a především pak vzájemné ovlivňování. Je jednoznačné, že vzájemná souvislost je velice úzká, což vyplývá z vysoké závislosti marketingu na ekonomických i jiných disciplínách. Marketing a jeho disciplíny jsou tedy možným prostředkem pro získávání informací sloužících optimalizaci spotřebitelského koše, zároveň tyto informace marketingový pracovníci sami potřebují a vyhledávají, aby mohli pružně reagovat na nové podněty trhu.

V následující práci řešitelů se přistoupí k vyšší specifikaci jednotlivých faktorů, které budou následně sledovány pomocí dlouhodobého marketingového výzkumu. Po získání dalších dat budou zpracované informace analyzovány a vzájemně komparovány nejen v ohledu na časový vývoj, ale také v korespondenci na informace dostupné ze zahraničí.

Tab. č. 2: Spotřební koš pro výpočet indexu spotřebitelských cen od ledna 2001 domácnosti celkem - stálé váhy roku 1999

COICOP	NÁZEV	VÁHA
01.	POTRAVINY A NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE	197,569564
02.	ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK	79,243183
03.	ODÍVÁNÍ A OBUV	56,926059
04.	BYDLENÍ, VODA, ENERGIE, PALIVA	236,401711
05.	BYTOVÉ VYBAVENÍ, ZAŘÍZENÍ DOMÁCNOSTI, OPRAVY	67,922158
06.	ZDRAVÍ	14,348677
07.	DOPRAVA	101,407268
08.	POŠTY A TELEKOMUNIKACE	22,543210
09.	REKREACE A KULTURA	95,531747
10.	VZDĚLÁVÁNÍ	4,495471
11.	STRAVOVÁNÍ A UBYTOVÁNÍ	74,153115
12.	OSTATNÍ ZBOŽÍ A SLUŽBY	49,457837

Z tabulky č. 2. se lze dozvědět jakou váhu mají jednotlivé sektory. Z těchto vah logicky vyplývá, že největší význam mají především primární potřeby, které musí dojít uspokojení, a proto je jejich spotřeba také největší. Pozastavit se lze nad stále problematickým významným podílem alkoholických nápojů a tabáku, které sice nejsou špatné pro ekonomiku potažmo pro marketing, ale pro zdravý vývoj společnosti je to velmi krizový sektor.

Vztah marketingu a spotřebního koše

Návaznost marketingu a spotřebního koše lze spatřovat především ve vzájemném toku informací. Informace o spotřebním koši jsou v podstatě zdrojem sekundárních dat v marketingovém výzkumu resp. průzkumu každé firmy. Pracovníci mohou tak poznat obecné trendy ve společnosti (viz dále) a uzpůsobit svoje činnosti. Hlavní problematikou většiny firem totiž je, že přestávají být flexibilními ve vztahu k poptávce na trhu a to způsobuje jejich zásadní existenční problémy. Každý pracovník tedy může poznáním reprezentativního spotřebního koše, jeho časového vývoje a očekávaných trendů flexibilně reagovat na aktuální a stále se vyvíjející potřeby spotřebitelů.

Marketéři tedy mají sledovat strukturu spotřebního koše, který je výstupem marketingového výzkumu nebo statistického výzkumu, z něhož jdou informace odvodit. Samozřejmostí je zaměření především na sektory, které jsou předmětem jejich zájmu, ale i ostatní kategorie produktů mohou poukazovat na možné další trendy ve vývoji.

Nesmí být opomenuta i opačná funkce marketingu a tou je jeho výzkumná činnost prostřednictvím nikdy nekončícího marketingového výzkumu o chování spotřebitelů a vývojových trendech, které mohou sebou přinést stěžejní změny. Tyto změny je nutné následně brát v úvahu při vytváření dlouhodobých firemních strategiích a při vytváření strategických a taktických plánů.

Marketingový výzkum má také za úkol pomocí získaných informací napomáhat přizpůsobování spotřebitelského koše pro účely statistiky i marketingu. Protože správné pochopení potřeb spotřebitelů a jejich nákupního chování je velice složité a marketing může pomocí svých disciplín pomoci k vytvoření reprezentativnějších vzorků a nastavení správných vah pro metodiku spotřebního koše.

Faktory a trendy

Zásadními obecnými faktory, které ovlivňují strukturu spotřebního koše, jsou trendy společnosti. Podle Faith Popcornové citované Kotlerem [1] existuje šestnáct trendů

Spotřební koš

Spotřební koš lze charakterizovat jako soubor vybraných druhů zboží a služeb, u nichž se následně provádí výpočet indexů spotřebitelských cen, které se využívají ke stanovení míry inflace. Pro účely marketingu je zapotřebí vycházet z tohoto spotřebního koše, ale zároveň se částečně abstrahovat od jeho metodiky a rozšířit ho tak, aby minimálně pokrýval reprezentativně celý trh. V nejobecnějším vyjádření můžeme z hlediska marketingu definovat spotřebitelský koš jako soubor spotřebovaných produktů a služeb jedincem. Pro pokrytí celé společnosti pak můžeme vycházet z průměrných reprezentativních výsledků.

DISKUSE

Tato práce se zabývá spotřebním košem ve vztahu k marketingu a naopak, ale je nezbytné si uvědomit, že spotřební koš, tak jak je znám, vychází ze statistiky a ekonomie. Z tohoto důvodu je zapotřebí se alespoň podívat na časovou řadu vývoje indexů spotřebitelských cen (tab. č. 1), v níž lze sledovat změny v horizontální struktuře tzn. zastoupení jednotlivých položek. Tabulka nám však ukazuje jen jak se pohyboval růst nebo pokles cen než pohyby ve spotřebě.

Tab. č. 1: Indexy spotřebitelských cen - životních nákladů (čtvrtletně)

Období	Úhrn	v tom											
		potraviny a nealkoholické nápoje	alkoholické nápoje, tabák	odívání a obuv	bydlení, voda, energie, paliva	bytové vybavení, zařízení domácnosti, opravy	zdraví	doprava	pošty a telekomunikace	rekreace a kultura	vzdělávání	stravování a ubytování	ostatní zboží a služby
1994	66,1	80,1	67,2	72,3	43,9	79,5	54,4	64,9	47,7	72,1	53,1	66,4	75,1
1995	72,2	89,1	71,6	79,8	48,4	83,8	61,3	68,4	55,4	78,5	62,0	74,7	79,2
1996	78,5	96,2	78,7	88,0	54,4	87,3	69,0	76,9	63,6	83,7	70,4	79,4	83,3
1997	85,2	100,4	83,8	95,8	64,7	92,0	82,0	83,1	73,2	89,4	77,4	84,7	88,5
1998	94,2	104,8	91,7	101,9	84,5	97,6	93,5	87,0	81,1	95,4	88,7	94,6	95,5
1999	96,2	99,0	96,0	101,9	92,2	99,5	97,3	90,1	93,5	97,5	95,8	97,4	97,9
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	104,7	105,1	103,2	98,4	109,9	100,2	103,2	100,3	104,9	105,1	102,8	102,9	104,6
2002	106,6	103,0	105,2	95,8	116,5	100,0	108,0	98,4	108,4	107,3	106,4	106,4	108,8
2003	106,7	100,8	106,2	91,1	118,9	98,5	112,4	98,4	106,2	106,9	109,6	108,3	111,9
2004	109,7	104,2	109,3	87,4	123,0	96,6	115,8	100,7	119,9	108,0	112,4	114,6	116,6

Pozn.: Průměr roku 200 = 100.

Zdroj: Český statistický úřad, http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/isc_cr

CÍL A METODIKA

Cílem této práce je poukázat na souvislosti a vzájemná propojení mezi marketingem a spotřebním košem, který je znám z ekonomických a statistických věd a je primárně určen pro výpočet míry inflace. Ozřejmit jakým způsobem může marketing ovlivňovat spotřební koš a jakým způsobem naopak ovlivňuje spotřební koš marketingové pracovníky. Dále bude poukázáno a některé trendy ve vývoji spotřebního koše. Metoda je zvolena čistě deskriptivní a hypotetická, protože se jedná o prvotní počátky výzkumu a není ještě k dispozici dostatečné množství informací, které by mohly být využity. V příspěvku nebude popisována metodika spotřebního koše ani z hlediska ekonomického ani statistického, ale především z hledisek marketingových a charakteristik vztahů marketingu a spotřebního koše.

TEORETICKÁ VÝCHODISKA

Pro sledování spotřebitelského koše je nezbytné znát jaké trendy ve společnosti způsobující změny v chování spotřebitelů a tím i strukturu spotřebitelského koše. Kotler [1] ve své knize rozvádí následující faktory, které jsou dobře známé i z marketingové teorie:

- **DEMOGRAFICKÉ PROSTŘEDÍ:**
 - růst celosvětové populace,
 - populační věkový mix,
 - etnické trhy,
 - vzdělanostní skupiny,
 - typy domácností,
 - geografické přesuny populace,
 - přesun hromadných trhů na mikrotrhy,
- **EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ:**
 - struktura příjmů,
 - úspory, dluhy a dostupnost úvěrů,
- **PŘÍRODNÍ PROSTŘEDÍ:**
 - nedostatek surovin,
 - zvýšené náklady na energii,
 - zvýšený stupeň znečištění,
 - měnící se úloha vlád,
- **TECHNOLOGICKÉ PROSTŘEDÍ:**
 - zrychlující se tempo technologických změn,
 - neomezené příležitosti pro inovace,
 - změny ve výdajích na výzkum a vývoj,
 - rostoucí regulace technologických změn,
- **POLITICKÉ A LEGISLATIVNÍ PROSTŘEDÍ:**
 - vliv legislativních opatření na podnikání,
 - růst speciálních zájmových skupin,
- **SOCIÁLNÍ A KULTURNÍ PROSTŘEDÍ**
 - základní kulturní hodnoty s vysokou stálostí,
 - existence subkultur,
 - posuny druhotných kultur v průběhu času.

Z těchto jednotlivých faktorů bude následující text vycházet a pokusí se zaměřit především na prostředí České republiky s možnou komparací se zahraničními státy.

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ

CONSUMER BASKET

Martin Souček

Abstrakt:

Práce se zabývá spotřebitelským košem a jeho vztahem k marketingu. Snaží se popsat vzájemné souvislosti a význam spotřebitelského koše pro marketing firem a naopak význam marketingového výzkumu pro metodiku spotřebitelského koše. Také poukazuje na některé trendy, které mají na vývoj spotřebitelského koše vliv.

Klíčová slova:

Spotřebitelský koš, spotřebitel, marketingový výzkum, globalizace

Abstract:

The paper deals with the issue of consumer basket and its contiguity for marketing. It tries to describe bilateral contiguity and meaning of consumer basket for marketing activities of enterprises and vice versa meaning of marketing research for methodology of consumer basket. The paper also advert to trends which influence a progression of consumer basket.

Keywords:

Consumer basket, consumer, marketing research, globalization

ÚVOD

Spotřebitelský koš někdy také spotřební koš je termín, se kterým se lze především setkat v ekonomii a statistice. Nejčastěji se využívá v terminologii v souvislosti s inflací a jejím výpočtem (CPI – consumer price index – index spotřebitelských cen). Tato práce se však zabývá tematikou spotřebitelských košů v souvislosti s problematikou marketingu.

Marketing resp. marketingoví pracovníci chtějí poznávat zákazníkovi potřeby tak, aby je mohli co nejlépe uspokojovat a prostřednictvím tohoto uspokojení vytvářet hodnoty důležité pro podnik. A právě tyto potřeby respektive soubor potřeb lze vyvozovat ze spotřebního koše a z jeho vývoje. Informace, které pak může podnik získat ze spotřebního koše získat, umožní i mimojiné odhalit nastávající trendy a pružně na ně reagovat.

Společnost se neustále vyvíjí a přetváří pod vlivem různých faktorů. Různé změny se pak samozřejmě promítnou do strukturního i kvantitativního uspořádání spotřebního koše.³¹ O některých výrazných trendech, které mají vliv na spotřební koš je v příspěvku psáno.

Tento příspěvek je řešen v rámci výzkumného záměru „Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu“ číslo MSM 6215648904/03/01.

³¹ Tyto změny nejsou však ve vztahu k metodice získávání informací pro statistický výpočet inflace. Tato informace je podstatná, protože čtenář se v textu setká s pasážemi, které od metodiky výpočtu inflace abstrahují a dále tato poznámka nebude již uváděna.

uvedené na www stránkách SZIF nedávají předpoklad brzké změny. Komunikace se spotřebiteli distribučních řetězců, i regionálního významu, má svou frekvenci, médium i stimuly k tomu, aby spotřebitel přišel a nakoupil jejich zboží. Na základě vybraných preferencí spotřebitelů lze konstatovat, že jsou vytvořeny z tohoto aspektu pozitivní podmínky pro podporu národní značky kvalitních potravin KlasA. Poslední roky se stabilizoval pozitivní postoj spotřebitelů k domácím potravinám. Spotřebitelé se cítí ohroženi světově šířenými zvířecími nákazami, uvědomují si sníženou kvalitu laciných potravin, pětina až čtvrtina z nich se stravuje podle zásad zdravé výživy a jedna třetina má v oblíbené českou kuchyni. Necelá polovina spotřebitelů je nucena regulovat své výdaje na potraviny. Současné trendy ve vývoji spotřebitelského chování vedoucí k autentičnosti, informovanosti a aktivitě vytvářejí příznivý rámec pro účinné působení a vliv domácí značky potravin. Znalost této značky, však neodpovídá příznivé situaci, která je mezi spotřebiteli. Rychlá a účinná komunikace by tuto situaci mohla výrazně zlepšit ve prospěch podniků, které do této značky již investovaly nemalé prostředky i spotřebitelů, kteří jsou připraveni podpořit domácí potraviny a zachovat šance významné a tradiční součásti národní produkce.

Literatura

Statistika rodinných účtů. ČSÚ, 1995, 1996

Foret, M., Stávková, J. Marketingový výzkum. Grada Publishing a .s. Praha. Praha :2003 ISBN, 80-247-0385-8, 158 s.

Levis, D., Bridger, D. Die neuen Konsumenten. Campus Frankfurt/Main, Frankfurt/Main: 2001, ISBN 3-593-36673-8

Příbová, M., Tesar, G. Strategické řízení značky. Professional Publishing Praha. Praha: 2003. ISBN 80-86419-38-X, 250s.

Skořepa, L. a kol. Zpráva z marketingového výzkumu. Jednota s. d. České Budějovice, České Budějovice: 2002, 94 s.

Skořepa, L. a kol. Zpráva z marketingového výzkumu. Jednota s. d. České Budějovice, České Budějovice: 2003, 106 s.

Skořepa, L. a kol. Zpráva z marketingového výzkumu. Krahulík, a. s. 2001, České Budějovice: 2001, 48 s.

Skořepa, L. Významné faktory spotřebitelského chování na regionálním trhu potravin. Auspicia vědecký časopis VŠERS o.p.s. České Budějovice. České Budějovice: 2004. s.23-26, ISSN 1214-4967.

www.szif.cz

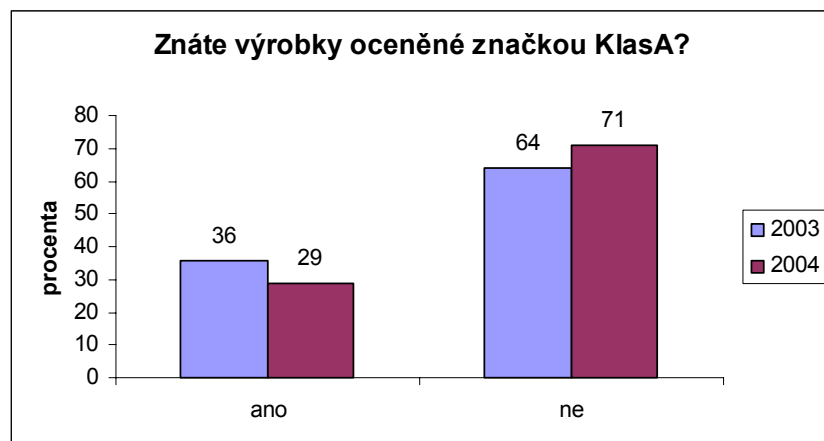
Kontaktní adresa autora:

Ing. Ladislav Skořepa, Ph.D., ČZU Praha, Praha 6 Suchbátka 165 21 tel.: , e-mail : skorepal@atlas.cz

Ing. Aleš Hes, CSc., ČZU Praha, Praha 6 Suchbátka 165 21, tel.: 224382359, e-mail: hes@pef.czu.cz

chování zákazníka a realizované preference značky výrobku, v tomto případě potravin domácí provenience označené značkou KlasA, je nejvýznamnější částí záměru MZe v případě značky KlasA. Z pohledu výrobců bylo na místě přání, aby spotřebitel potravin v ČR byl takto připraven již před vstupem ČR do EU. Podpora preference domácích značek je ve státech Evropské unie naprosto normální a právní stav. Propagace a podpora domácích značek je činnost ministerstev zemědělství našich nejbližších sousedů, kteří na tuto činnost vynakládají nemalé prostředky. Chování spotřebitele na trhu potravin má své zákonitosti a svůj vývoj. Vztah k potravinářským výrobkům domácí provenience zaznamenal od roku 1995 výrazný posun. V tomto roce preferovalo zahraniční potraviny z hlediska všeobecné kvality 44,1 % a potraviny domácí provenience jen 5 % spotřebitelů (Statistika rodinných účtů. ČSÚ, 1995, 1996). Před vstupem do EU preferovalo domácí potraviny již 26 % respondentů. Upřednostnění výhradně zahraničních výrobků je u respondentů nevýrazná (5 %) a spojená s prestiží zahraniční značky. Více než čtvrtina respondentů má v oblibě české výrobky z důvodů velice potěšujících pro české výrobce i distributory. Třetina z tohoto počtu je si vědoma své odpovědnosti k vývoji české ekonomiky, čtvrtina respondentů považuje české výrobky za levnější a pětina respondentů za důvěryhodnější. Důvody této preference jsou zdrojem obrovské šance pro domácí výrobce. Podle posledního dotazníkového šetření nadále klesá preference zahraničních výrobků (jen 1% respondentů), zvýšil se počet respondentů preferujících domácí výrobky (28%). Logickým krokem je nabídka důvěryhodné značky objektivně garantující domácí kvalitu. Tento krok navíc ještě nepřímo podporuje i ohrožení kvality potravin světovými zvířecími nákazami. Nové spotřebitelské trendy, které se objevují i u významné části našich spotřebitelů, ještě zvětšují úspěch domácí značky potravin.

Graf č. 4



Od roku 1990 producenti potravin významně přispívají k ekonomické stabilitě národního hospodářství. Zaslouží si pozornost od státu ve formě podpory kvalitních domácích potravin na spotřebitelském trhu. Žádoucím stavem a naplněním zavádění značky KlasA by byla

znalost, preference a nákup českých potravin. Podle předložených výzkumů však skutečnost tak příznivá není. Zásadní a klíčový cíl, který značka KlasA má, není naplňován. Značku KlasA zná, jak je patrné z Grafu č. 4, jen 29 % respondentů. Značku zná spíše skupina respondentů ve věku 40-49 let. Výrobky označené značkou KlasA jsou vnímány jako kvalitnější a lepší (92 % respondentů z počtu, kteří znají).

DISKUZE A ZÁVĚR

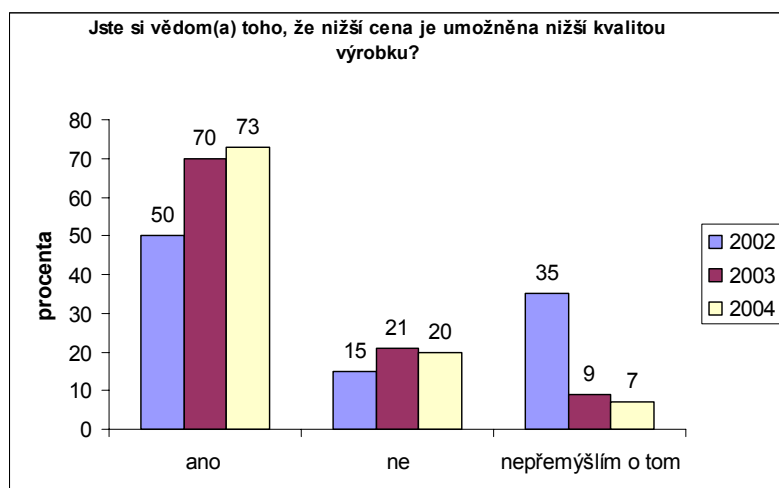
V podmínkách tržního hospodářství nelze spoléhat jen na mechanismy, které jsou založeny na tradičních kulturních hodnotách. Spotřebitel poptává výrobky, které zná, a základem úspěšnosti je profesionální komunikace. Bez efektivního sdělení zaměřeného na cílovou skupinu není možné na současném trhu pracovat. Celý postup zavádění značky a naplnění jejího poslání je proces, který má svá přesná pravidla. Tato nejtěžší a klíčová fáze není v případě značky KlasA plně zvládnuta. Čeští výrobci i produkty si zaslouží masivní investici do komunikace s českými spotřebiteli. Ani plánované akce marketingové agentury

významná okolnost jeho rozhodování. Na grafu č. 1 je dokumentováno, že respondenti věnují této problematice mírně zvyšující se pozornost. Zdravotní aspekt potravin je silícím faktorem při rozhodování o jejich nákupu. Nároky na dostatečnou autentičnost zboží platí o to více u potravin. Spotřebitel žádá důvěryhodné informace o původu a kvalitě potravin. Důkazem je i preference potravin domácího původu (Skořepa 2004).

Preference nákupu kvalitních potravin

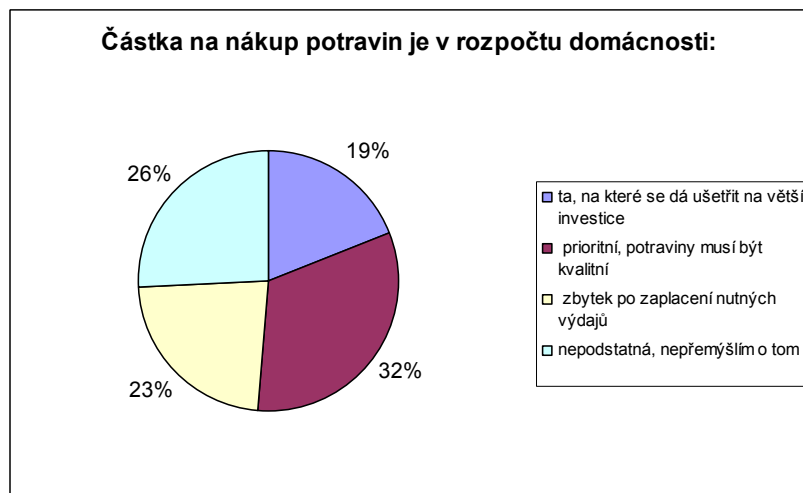
V dotazníkových šetřeních je významný důraz kladen na změnu přístupu respondentů ke

Graf č. 2



vztahu kvalita – cena. Nesplňuje se očekávání, že spotřebitelé začnou odmítat laciné méně kvalitní výrobky. Na výrok „Jste si vědom(a) toho, že nižší cena je umožněna nižší kvalitou výrobku“ odpovídají kladně nejčastěji vysokoškolsky vzdělaní respondenti (81% těchto respondentů), nejméně často na tento výrok kladně odpovídají respondenti se základním vzděláním (42 % těchto respondentů). Obdobné vztahy platí i mezi příjmem domácností, pohlavím, vzděláním. Lze tedy shrnout (Graf č. 2), že více než 70% respondentů si je vědomo toho, že nižší cena výrobku může být způsobena jeho nižší kvalitou, přičemž toto vědomí jde napříč demografickými a sociálními charakteristikami respondentů.

Graf č. 3



potravin za nepodstatnou.

vztahu kvalita – cena. Nesplňuje se očekávání, že spotřebitelé začnou odmítat laciné méně kvalitní výrobky. Na výrok „Jste si vědom(a) toho, že nižší cena je umožněna nižší kvalitou výrobku“ odpovídají kladně nejčastěji vysokoškolsky vzdělaní respondenti (81% těchto respondentů), nejméně často na tento výrok kladně odpovídají respondenti se základním

Významná část (42 %) respondentů považuje částku peněz vynaloženou na potraviny za takovou, která se musí omezovat (Graf č. 3). Tato skupina nevidí jinou možnost než nakupovat laciné potraviny s vědomím jejich nižší kvality. Do této skupiny patří hlavně respondenti nad 60 let. Domácnosti s čistým měsíčním příjmem nad 45 tis. Kč považují částku vynaloženou na nákup

Preference potravin domácí provenience a znalost značky KlasA.

Klasici marketingové komunikace zdůrazňují podoby i nástroje vytváření preferencí konkrétního výrobku ve vztahu k zákazníkovi. Přípravenost zákazníka začíná racionální fází znalosti výrobku, pokračuje emocionální fází tvorby oblíbenosti a preferencí a končí vědomým rozhodnutím o koupi tohoto výrobku. Celý tento proces směřující ke konativní fázi

produkcí výrazně spolupůsobí na snižování důvěryhodnosti potravin. Formuje se nový spotřebitelský postoj. Spotřebitelé chtějí být aktivními partnery s dostatkem korektních informací o produktu, který vyjadřuje jejich životní styl (Skořepa 2004). Proces vývoje a budování nových značek začíná shromažďováním a analýzou informací o trhu, segmentech a cílovém trhu, pro který je značka připravována. Budování značek je komplexní proces vyžadující systematické plánování, přesnou znalost trhu a především marketingové schopnosti. Z marketingového pohledu souvisí vývoj značky s následujícími koncepty: (1) potenciální zákazníci musí vědět o značce, (2) musí se vytvořit loajalita ke značce, (3) spotřebitelé se musí identifikovat se značkou a (4) spotřebitelé musí akceptovat hodnoty, které značka reprezentuje. Na některých nových trzích musí být mezi potenciálními zákazníky povědomí o značce systematicky kultivováno. Na jiných trzích stačí jasná a přímá komunikace. S vytvářením věrnosti značce se musí začít záhy po jejím uvedení na trh. Věrnost nové značce je vytvářena především na základě prožívané budoucí ekonomické, sociální a psychologické hodnoty, která je součástí značky samé, a také produktů a služeb, které pod značku patří (Příbová, Tesar 2003). Autoři si určili za cíl zjistit reakci spotřebitelů na zavádění značky KlasA, dát ji do souvislostí s obecnými tendencemi spotřebitelského chování a výsledky minulých šetření. Formulovat doporučení pro další postup při realizaci mise značky KlasA.

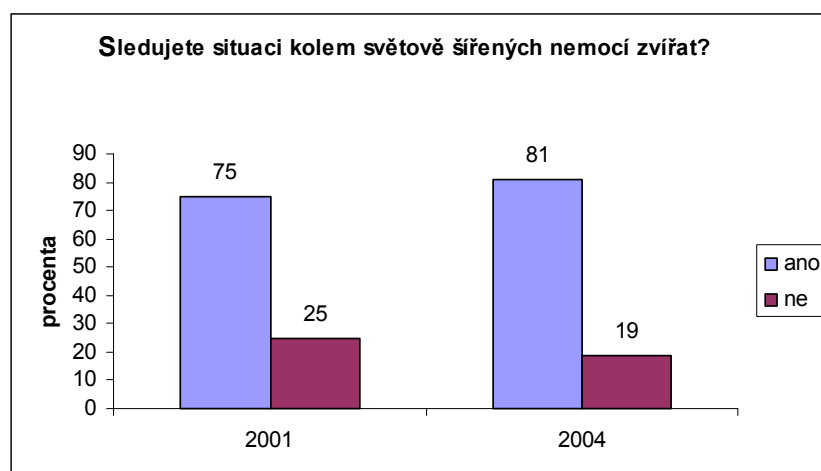
METODIKA A VÝSLEDKY

Dotazníkové šetření uskutečněné v roce 2004 na spotřebitelském trhu potravin bylo zaměřeno na výzkum faktorů ovlivňujících vnímání značky KlasA. Bylo získáno 488 vyhodnotitelných dotazníků z kraje Jihočeského, Středočeského a Plzeňského. Data získaná v těchto dotazníkových šetření byla zpracována a vyhodnocena prostřednictvím programů EXCEL a STATISTIKA. Pro testování hypotéz vzájemné závislosti proměnných je aplikován neparametrický test – χ^2 – test nezávislosti v kombinační tabulce. Výsledky těchto šetření potom umožnily porovnat obdobné tendence i odlišnosti v chování spotřebitelů z obdobných minulých vlastních šetření. V příspěvku jsou porovnány výsledky v letech 2001 – 2004 a jsou analyzovány faktory působící na spotřebitelské chování na trhu potravin:

- **zdravotní aspekty potravin**
- **preferenze nákupu kvalitních potravin**
- **preferenze potravin domácí provenience a znalost značky KlasA.**

Zdravotní aspekty potravin

Graf č. 1



Evropští spotřebitelé postupně ztratili důvěru v řadu potravinářských výrobků a zajímají se o kontaminaci potravin a bezpečnost nových technologií, tzv. geneticky modifikovaných produktů. Výskyt BSE způsobil výraznou změnu při výběru, resp. spotřebě, potravin (snížení spotřeby hovězího masa o zhruba 30 % ve všech zemích

EU). Vnímání nebezpečí přenosu zvířecích nálezů na člověka je trvalé a pro spotřebitele je to

PREFERENCE POTRAVIN DOMÁCÍ PROVENIENCE NA SPOTŘEBITELSKÉM TRHU

PREFERENCE OF DOMESTIC FOOD PRODUCTS ON THE CONSUMER MARKET

Ladislav Skořepa, Aleš Hes

Anotace:

Autoři příspěvku uvádějí výsledky marketingového šetření vztahujícího se k propagaci českých výrobků na trhu potravin a znalosti značky KlasA. Šance domácích potravinářských výrobků u respondentů jsou hodnoceny z hlediska pocitu ohrožení světově šířenými zvířecími nákazami, vztahu kvalita - cena potravin a ochotou kupovat potraviny domácí provenience.

Klíčová slova:

značka KlasA, preference českých potravin

Abstrakt:

Authors of this contribution introduce results of marketing examination, which relate to czech products promotion on the buyer's market and KlasA brand knowledge. The chance of home alimentary products by the respondents are examined from the viewpoint of feeling the risk by world-wide animal illnesses, relation between quality - price of food products and the willingness of buying food products of home provenance.

Key words:

KlasA band, czech food products preference

ÚVOD

Ministerstvo zemědělství v roce 2003 vytvořilo předpoklady pro systematickou podporu domácích producentů potravin. Tuto aktivitu v současné době garantuje Státní zemědělský intervenční fond (SZIF). Na www stránkách SZIF se můžeme dočíst, že hlavním úkolem Odboru pro marketing SZIF je prosazovat dobré jméno kvalitní zemědělské a potravinářské produkce na tuzemském trhu i v zahraničí, zabezpečit co největší podíl výrobků na celkovém prodeji potravin. K 1. 4. 2005 je zaregistrováno celkem 617 produktů od 106 výrobců, které mohou používat ke svému označení národní značku KlasA (www.szif.cz). Tato značka má zaručovat vysokou kvalitu a jednoznačný domácí původ. Celý proces získávání této značky, jako představitelky domácí kvality i jejího používání na obalech výrobků je garantován státní organizací. Podstatnou částí mise značky KlasA je výrazná preference výrobků domácích producentů, kteří si podle přísných pravidel mohou svůj výrobek označit právě touto národní značkou. Nejdůležitějším výsledkem celého procesu by měla být preference a prodej těchto produktů na domácím trhu potravin. Upozornit spotřebitele na kvalitní domácí výrobky, podpořit národní hrdost i domácí producenty je v souladu s politikou i v jiných státech EU. Nedostatek času neumožňuje spotřebitelům získávání dostatečných argumentů k vytváření subjektivního pocitu důvěry v nabízené produkty. Vznik produktů je prostorově i časově vzdálen a neumožňuje osobní kontrolu. Globální pojetí výroby a distribuce přispívají ke snižování ochoty důvěřovat deklarovaným vlastnostem produktů. Neustále se opakující ohrožování bezpečnosti potravin zvířecími nákazami přenosnými na člověka, zhoršující se kvalita životního prostředí, genetické zásahy do biologických procesů při vzniku potravin a další změny základních paradigmat při jejich

- [6] KUČERA, M., a kol. 2002. Informačné systémy v poľnohospodárstve. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2002, s. 129 - 134. ISBN 80-8069-084-7
- [7] LEDNICKÝ, V. 2004. Outsourcing. In: Trendy v systémoch riadenia podnikov. Herľany : Strojnícka fakulta Technickej univerzity v Košiciach, 2004, s. 51. ISBN 80-8073-202-7
- [8] SUDZINA, F. 2004. Teoretické prístupy k hodnoteniu efektívnosti informačných systémov. In: Acta oeconomica cassoviensia 8. Košice : Podnikovohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave, 2004, s. 204 - 212. ISBN 80-225-1844-1
- [9] ZAHORANSKÝ, M. – BECA, M. 2004. Outsourcing a jeho využívanie v podnikovej praxi. In: Ekonomika firiem 2004. Michalovce : Podnikovohospodárska fakulta, Ekonomická univerzita v Bratislave, 2004, s. 317 - 324. ISBN 80-225-1879-4
- [10] <http://www.outsourcing-faq.com>
- [11] <http://www.pcnews.sk>

Kontaktná adresa

Ing. Anton Repovský, Katedra účtovníctva a financií, Fakulta ekonomiky a manažmentu, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Trieda A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, tel.: +421-37-6511 194, e-mail: arepovsky@pobox.sk

v dopyte po outsourcingu od údržby aplikácií smerom k pokročilejším službám, ako je externá prevádzka dátových centier.

Pri výbere externej IT firmy je potrebné hneď na začiatku presne definovať potreby a očakávania, ktorým by mal zodpovedať zvolený model outsourcingu. Outsourcing je vhodný predovšetkým pre jasne definované služby a komodity. Pri voľbe dodávateľa IT služieb, je dôležité zohľadniť skúsenosti partnera v danom odbore. Výhody outsourcingu je nutné vopred vyhodnotiť na základe dôkladnej analýzy nákladov na vlastnú prevádzku IT.

Slovenský trh pri využívaní outsourcingu charakterizuje neznalosť skutočných vlastných nákladov, nedokonalá legislatíva v tejto oblasti, konzervativizmus manažérov a ich obava zo zneužitia informácií a lacná pracovná sila. Podniky na Slovensku zatiaľ outsourcing IS v plnom rozsahu nevyužívajú. Niektoré firmy externými zdrojmi zabezpečujú vývoj aplikácií, prípadne správu časti hardvéru. Zdržanlivosť v presune riadenia časti podnikových procesov na dodávateľa je významnou mierou spôsobená obavami zo straty kontroly nad niektorými strategickými časťami IT infraštruktúry a bezpečnosti citlivých dát. Uprednostňovanie správy IS vo vlastnej réžii pred externým poskytovaním IT služieb je na Slovensku sekundárne spôsobené konzervatívnosťou klientov, neochotou zveriť citlivý článok firmy komerčnému partnerovi, empiricky sa spoliehajú na vyššiu flexibilitu vnútorných zdrojov. Celosvetovo však môžeme sledovať prelom nedôvery voči poskytovateľom špecializovaných ochranných služieb.

Podľa odhadov analytickej spoločnosti Gartner budú outsourcingoví partneri v najbližších rokoch zainteresovaní do procesov bezpečnosti komunikačných technológií približne šesťdesiatich percent spoločností. Za ďalšie príčiny oddelenia slovenského trhu od svetového považujeme: špecifický slovenský jazyk pre relatívne malé územie, trhová nedôvera a platobná neschopnosť. Platné legislatívne predpisy zabraňujú rýchlej aplikácii metód a koncepcií zo zahraničia. V súčasnosti na Slovensku využíva outsourcing približne tretina podnikov. Podniky, v súlade s celosvetovými trendmi vývoja, uprednostňujú aplikáciu čiastkového outsourcingu. Z hľadiska špecifikovaných bariér rozvoja outsourcingu na Slovensku sa očakáva ďalšie približovanie svetovému trhu, úbytok legislatívnych prekážok, zníženie trhovej nedôvery a platobnej neschopnosti a redukcia rozdielov v produktivite a cenách.

ZÁVER

Pojem outsourcing pomerne často rezonuje nielen v odborných médiách, ale aj vo vyjadreniach manažérov. Firmy pomocou outsourcingu už niekoľko rokov čelia stále väčšiemu konkurenčnému tlaku a súvisiacim nárokom na zvyšovanie efektivity a znižovanie nákladov. V predchádzajúcich rokoch sa týmto spôsobom importovali predovšetkým podporné služby - údržba alebo doprava. V súčasnosti je okrem doplnkových služieb stále častejším javom outsourcing významnejších podnikových procesov, vrátane informatiky. Zároveň sa zvyšuje počet firiem, ktoré špecializované služby ponúkajú. Uvedený trend je v súčasnosti považovaný za hlavný motor rastu IT odvetví.

LITERATÚRA

- [1] ČARNICKÝ, Š. – SUDZINA, F. 2004. Outsourcing integrovaných podnikových informačných systémov a informačných technológií na Slovensku. In: Acta oeconomica et informatica, roč. 7, 2004, č. 2, s. 40 - 44. ISSN 1335-2571
- [2] GREAVER, M. 1999. Strategic Outsourcing: A Structured Approach to Outsourcing Decisions and Initiatives. New York : American Management Association, 1999. ISBN 0-8144-0434-0
- [3] KAKABADSE, A. – KAKABADSE, N. 2002. Smart Sourcing: International Best Practice. New York : Palgrave Macmillan, 2002. ISBN 0-333-96348-2
- [4] KOKLES, M. – ROMANOVÁ, A. 2000. Informačný vek. Bratislava : Sprint, 2000. ISBN 80-88848-66-0
- [5] KUČERA, M. – LÁTEČKOVÁ, A. 2004. Podnikové informačné systémy. Nitra : Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, 2004, s. 103 - 108. ISBN 80-8069-452-4

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Úspešne využitý outsourcing môže poskytnúť podniku nasledujúce výhody:

Kontrola investičných nákladov: Redukcia výdavkov je v prevažnej väčšine najdôležitejším dôvodom pre outsourcing. Outsourcing prevedie fixné náklady na variabilné, uvoľní kapitál na investíciu do inej časti firmy. Tým sa firma dokáže vyhnúť veľkým výdavkom na začiatku podnikania. Vďaka outsourcingu sa môže stať atraktívnejšia pre investorov, keďže je schopná presunúť viac kapitálu priamo do aktivít generujúcich zisk.

Zvýšenie efektívnosti: Spoločnosti, ktoré vykonávajú všetky činnosti svojpomocne, majú výrazne vyššie výdavky na výskum, vývoj, marketing a distribúciu. Štruktúra nákladov a úspory z rozsahu činnosti externého poskytovateľa IS môže poskytovať firme dôležitú výhodu oproti konkurencii.

Zníženie pracovných nákladov: Zamestnanie a školenie personálu na krátkodobé alebo menej významné projekty je spravidla nákladné. Kompetentnosť zamestnancov nie vždy zodpovedá požiadavkám systému. Outsourcing umožňuje pohotovo sústrediť ľudské zdroje do oblastí ich prechodného deficitu.

Rýchla realizácia nových projektov: Outsourcingová firma má prostriedky na to, aby realizovala projekt promptne. Realizácia projektu vlastným personálom môže trvať neprímerane dlhú dobu. Vyžaduje si zamestnať a zaškoliť spôsobilých pracovníkov a ich zaškolenie. Samotný projekt vyžaduje nákladné kapitálové investície, pričom počiatočná fáza procesu je spravidla najnáročnejšia.

Sledovanie priorít: Každá spoločnosť má limitované zdroje a každý riadiaci pracovník má limitovaný čas a pozornosť. Outsourcing pomáha presunúť prioritu z okrajových aktivít na oblasti, ktoré slúžia cieľom podniku, sledujúc podnikový plán, a nepriamo pomáhajú v riadení vedúcim pracovníkom.

Konkurenčná vyváženosť: Väčšina malých firiem si nemôže dovoliť vnútro podnikovú podporu služieb v rovnakej miere, ako veľké podniky. Outsourcing môže pomôcť malým firmám kompenzovať túto nevýhodu tým, že im umožní prístup k podobným úsporám z rozsahu činnosti, efektívnosti a výskumu.

Mnoho manažérov zdôrazňuje vysoké požadované investície v oblasti informačných technológií, ktorých prínos pre hospodársky výsledok je často nejasný. Zároveň pri súčasnom progresívnom rozvoji IT nemôže mať firma dokonalý prehľad o možnostiach, ktoré nové technológie ponúkajú. Preto sa stále častejšie využívajú ponuky externých poskytovateľov IT služieb, ponúkajúcich poradenstvo a komplexné zabezpečenie prevádzky IS. Externá firma môže vedúcim pracovníkom pomôcť vidieť IT nie ako technickú záležitosť, ale ako súčasť podniku rovnocennú financiám, ľudským zdrojom alebo marketingu, ktorá môže byť reálnym prínosom.

Zázemie, skúsenosti a systematicky budované know-how v odbore IT umožňuje poskytnúť kvalitné a spoľahlivé riešenie, čo je pre firmu podnikajúcu v akomkoľvek inom odvetví veľmi nákladné. Odborná IT firma takisto dokáže vidieť podnik nezávislo a navrhnúť optimálne riešenie vhodnou kombináciou rôznych dostupných technológií. Outsourcing tak firme pomáha sústrediť sa v maximálnej miere na hlavnú činnosť podnikania. Analýzy naznačujú, že ide o skutočne aktuálny trend. V oblasti IT je možné externú firmu využiť na celú škálu úloh - od strategického poradenstva po kompletné zabezpečenie prevádzky výpočtovej techniky. Podľa toho, čo je predmetom outsourcingu je možné rozlišovať outsourcing rozvoja IT, t. j. implementáciu jednotlivých štandardných aplikácií a technológií, prípadne vývoj špecializovaných aplikácií priamo podľa potrieb podniku a outsourcing prevádzky IT - prevádzka jednotlivých aplikácií, prípadne celého systému na technike a softvère dodávateľa, prípadne zákazníka, avšak s tým, že sa dodávateľ stará i o údržbu a inováciu tejto požičanej techniky. Totálny outsourcing potom znamená, že dodávateľ zabezpečuje zákazníkovi kompletnú prevádzku a rozvoj IT. Prieskumy pritom ukazujú posun

OUTSOURCING PODNIKOVÝCH INFORMAČNÝCH SYSTÉMOV

OUTSOURCING OF ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS

Anton Repovský

Anotácia:

Daný príspevok pojednáva o outsourcingu - progresívnej metóde riadenia podniku. Článok sa zameriava na outsourcing v podnikových informačných systémoch špecifikujúc výhody a možnosti využitia danej metódy presunu kontroly časti podnikových procesov na dodávateľa.

Kľúčové slová:

podnikový informačný systém, informačné technológie, outsourcing

Abstract:

This article deals about the outsourcing - progressive method, which is used in the management of the firms. It focuses on the outsourcing of enterprise information systems and deals with the advantages and possibilities of utilization of the method of transferring the control of some business processes to a supplier.

Key words:

enterprise information system, information technology, outsourcing

ÚVOD

Čoraz viac manažérov si uvedomuje, že správu informačných technológií (IT) je výhodné prenechať špecializovaným spoločnostiam. Svetoznáme spoločnosti zaoberajúce sa poskytovaním služieb v oblasti informačných technológií prosperujú najmä vďaka transakciám s veľkými inštitúciami, v ktorých kompletne prevzmu vývoj a správu informačných systémov. Predpokladá sa, že v blízkej budúcnosti sa tak outsourcing stane významným prvkom v celom IT priemysle, ktorý v opačnom prípade, bude zaznamenávať len veľmi mierny rast.

CIEĽ A METÓDY

Pri spracovaní predmetnej problematiky boli analyzované dostupné materiály pojednávajúce o metóde outsourcingu v oblasti informačných systémov. Skúmanie bolo realizované vo vybraných podnikateľských subjektoch pôsobiacich na Slovensku. Pri skúmaní uvedenej problematiky boli použité metódy pozorovania a metódy riadených rozhovorov s pracovníkmi IT oddelení ako aj riadiacimi pracovníkmi pôsobiacimi na stredných a vyšších manažérskych úrovniach. Techniky, prostriedky a metódy používané pri vývoji a riadení IS prešli v posledných dvadsiatich rokoch značným vývojom a predpokladá sa, že tento vývoj bude aj naďalej pokračovať. Cieľom daného príspevku je definovať výhody implementácie manažérskej metódy outsourcing využívajúcej presun zodpovednosti za vyčlenenú časť činností prebiehajúcich v podniku špecializovanej externej organizácii za účelom zvýšenia efektívnosti práce a konkurencieschopnosti. V príspevku sa ďalej bližšie hodnotí stav a predpokladaný vývoj metódy na Slovensku. Pri spracovaní príspevku boli použité poznatky získané z dostupnej literatúry, ako aj vlastné praktické skúsenosti pri práci s informačným systémom.

Většina obcí na těchto stezkách se více účastní aktivit svých mikroregionů a Moravské vinařské stezky je příliš nezajímají.

ZÁVĚR

Z našich zkušeností tedy jednoznačně vyplývá, že v případě Moravský vinařských stezek je především třeba začít rozvíjet iniciativy zezdola a snažit se přesvědčit místní vinaře pomocí názorných příkladů o tom, že tento typ venkovské turistiky je pro ně perspektivní. Kromě toho je třeba také usilovat o vytváření *podmínek* pro rozvoj cykloturistiky, a to zejména budováním informačních center, občerstvovacích zařízení, servisů, ubytoven, opraven kol, odpočívadel, sociálních zařízení a dalších. Základem úspěchu je nastolení fungujících a efektivních *partnerských vztahů*, a to jak na místní úrovni, tzn. mezi obecními úřady, podnikateli (zvláště vinaři) a místními občany, tak také na úrovni mikroregionů, tj. mezi obcemi a bez ohledu na to, zda se na cyklotrasách Moravských vinařských stezek nacházejí či ne. Velmi důležitá také bude příhraniční spolupráce v rámci Euroregionu Dolní Rakousko – západní Slovensko – jižní Morava, kde například v dolnorakouském Weinviertleru takovéto projekty již existují a fungují.

Příspěvek vznikl v rámci řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně číslo MSM 6215648904 nazvaného *Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu*.

Literatura:

- 1/ Foret, M. –Foretová, V.: Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Grada, Praha 2001, ISBN 80 – 247 – 0207 – X
- 2/ Hanuláková, E. a kol.: Marketing územia – Oblasti, možnosti a perspektivy. 2004
- 3/ Bernátová, M. a kol.: Public relations v miestnej samospráve. 2003

Adresa autorů:

Ing. Petr Procházka – Ústav marketingu a obchodu, Provozně ekonomická fakulta Mendelovy zemědělské a lesnické university v Brně, Zemědělská 1, Brno 613 00, tel.: 54513 2322, e-mail : foret@mendelu.cz

Prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc. – Ústav marketingu a obchodu, Provozně ekonomická fakulta Mendelovy zemědělské a lesnické university v Brně, Zemědělská 1, Brno 613 00, tel.: 54513 2322, e-mail : foret@mendelu.cz

historické hodnoty. Nabídka vína by při současném stavu měla mít jen propagační charakter a návštěvníkům by tento produkt měl být nabízen jen jako suvenýr anebo v dárkovém balení.

Vinaři by proto měli nejen cykloturisty, ale i všechny ostatní návštěvníky seznamovat hlavně s výsledky své práce, měli by jim odhalovat taje výroby a konzumace vína a získávat je jako své trvalé zákazníky. Kromě vína lze také přirozeně nabízet i další zemědělské produkty (např. ovoce, zeleninu či některé místní speciality) a poskytovat jim ty druhy služeb, které jsou pro venkovskou turistiku obecně (a pro agroturistiku obzvlášť) zcela typické, tj. různé formy rychlého občerstvení, ubytování v soukromí, sportování a rekreace.

Na rozdíl od autorů tohoto projektu jsme tedy poněkud skeptičtí k názoru, že by Moravské vinařské stezky mohly představovat „dlouhodobý projekt rozvoje vinařství“. Podle našeho názoru se rozvoj jihomoravského vinařství a vinohradnictví bude muset opírat o jiné projekty než o Moravské vinařské stezky. Ekonomický efekt tohoto programu bude totiž přímo souviset s udržováním a rozvojem místních tradic, slavností a zvyků, s respektem ke krajině, s šetrnou, trvale udržitelnou venkovskou turistikou a s obnovou tradičních, mnohdy již dávno zaniklých nebo zapomenutých řemesel a živností. I přes tato omezení však bude na jižní Moravě venkovský cestovní ruch existovat ve všech jeho podobách, tj. včetně cykloturistiky, a bude zcela určitě úzce vázán i na místní vinařské tradice a zvyky.

Pokud se týká postojů místních obyvatel k tomuto projektu, je třeba konstatovat, že jejich zájem o něj zatím není příliš velký a že zejména drobní pěstitelé a výrobci jej dostatečně nedoceňují. Na rozdíl od sousedního Dolního Rakouska, kde jsou otevřené vinné sklepy, prodej ze dvora, lokální vinařské slavnosti a ochutnávky vína organizovány po většinu roku se na jižní Moravě takovéto akce příliš často nekonají a zahrnují především místní výstavy vín, folklorní festivaly a podobné akce.

Při návštěvách Podluží, Velkopavlovicka a Brněnska jsme konkrétně zjistili, že například v Nových Bránicích neměli vinaři o projekt Moravských vinařských stezek vůbec žádný zájem a proto se obec k tomuto projektu nepřipojila. V sousedních Dolních Kounicích se však městský úřad zapojil aktivně a celý projekt se již začíná rozbíhat. I když cyklomapy Brněnské vinařské stezky již existují, zájem o ně není příliš velký. Také místní vinaři se o tento projekt příliš nezajímají, neboť až dosud s žádnou vlastní iniciativou dosud nepřišli a ve vinných sklepech jsou přítomni pouze tehdy, mají-li tam nějakou práci. Podobně i Židlochovice jsou teprve v počátcích a v létě roku 2004 otevřeli Regionální turistické informační centrum, jehož součástí má mimo jiné být i vinotéka s produkty místních vinařů.

Existují však i velmi dobré příklady. Skutečně aktivní jsou například ve Znovínu Znojmo, Viniu Velké Pavlovice, či v Bořeticích, kde se marketinogovým aktivitám věnují intenzivně a s elánem. Ve Znovínu a ve Viniu organizují různé propagační akce zcela pravidelně a seznamují své návštěvníky jak s vinicemi, tak také s vinnými sklepy a s vlastními produkty. Bořetická republika Kraví hora je také velmi aktivní a získala si pověst nejen regionálně, ale i celostátně.

DISKUSE

Celý projekt Moravských vinařských stezek je až dodnes bohužel poněkud poznamenán tím, že se pro tuto myšlenku nepodařilo nadchnout většinu orgánů regionální samosprávy. Místní představitelé obvykle vědí pouze to, že „nějaká“ cyklostezka přes jejich obec vede a že v ní jsou nainstalovány směrovky a orientační tabulky a že byly vytištěny „jakési“ mapy. O podstatě a cílech tohoto programu však toho mnohdy příliš neví.

Dalším problémem, který s tímto programem úzce souvisí je to, jakým způsobem by měly být Moravské vinařské stezky propojeny s jihomoravskými mikroregiony a s jejich aktivitami, neboť tato sdružení obcí mají pro místní obyvatelstvo podstatně větší význam.

Většina z těchto stezek měří více než 100 km, nejkratší z nich, stezka Bzenecká, však je dlouhá pouze 24 km. Jednotným grafickým symbolem, jimž jsou všechny vinařské stezky označovány na mapách i na směrovkách a orientačních tabulkách (ukazatelích), je vinný sklípek. Každá trasa má svoji typickou barvu a v ní jsou na mapách i směrovkách uvedeny veškeré nápisy a grafické symboly. Po stránce propagační jsou tedy Moravské vinařské stezky vybaveny poměrně dobře.

Poněkud jiná je ale situace u značení jednotlivých turistických tras, neboť k jeho provedení lze mít určité výhrady, a to především proto, že zatím bohužel není jednotné; ve většině případů je použito dvojího druhu značení (jednak žlutými tabulkami s černými nápisy a se symbolem kola a jednak běžnými cykloturistickými značkami). Kromě těchto dvou typů značení ještě existuje v tomto regionu další, již zmíněné značení samotných Moravských vinařských stezek a značení dvou, sice nevinařských, ale zato velmi významných cyklotras – Moravské stezky a Jantarové stezky, které spojují jednak Prahu s Vídní a jednak Krakov s Vídní. Na území, kde se před dvěma stoletími uskutečnila bitva u Slavkova, se přitom navíc vyskytují ještě další žluté směrovky s modrými čtverečky, které cyklisty vedou k postavením armád tří bojujících císařů.

Z uvedených údajů tedy jednoznačně vyplývá, že orientačních tabulek a směrovek je na jednotlivých trasách pro cyklisty i ostatní turisty a návštěvníky skutečně dostatek a že se navíc jednotlivé typy tohoto značení mnohdy zcela zbytečně dublují. Podle našeho názoru by proto bylo velmi vhodné usilovat o lepší koordinaci jednotlivých projektů a o hlubší spolupráci všech participujících subjektů.

Z hlediska informačního vybavení jsou tedy Moravské vinařské stezky vybaveny poměrně dobře, podstatně horší však je situace v oblasti turistické vybavenosti, infrastruktury a poskytování dalších služeb. Při putování po většině z těchto tras turisté zatím marně hledají například odpočívadla s možností posezení, sociálním zařízením, odpadkovými koši, orientačními tabulemi s mapkami, fotografiemi a stručnými informativními texty atd. Dobře vybavena je zatím pouze pouze cyklotrasa Brno – Vídeň, která však je součástí tzv. Jantarové stezky vedoucí z Krakova do Vídně a která se s Moravskými vinařskými stezkami v pouze některých místech protíná. Zcela určitě by ale podobné vybavení měly mít i všechny cyklotrasy vinařské.

Nejzávažnějším problémem Moravských vinařských stezek však je podle našeho názoru to, že zatím prakticky všechny existují bohužel jen „virtuálně“ a jsou pouze vyznačeny graficky na mapách a orientačními tabulkami v terénu; jejich návštěvníci však na nich jen málokdy narazí na fungující odpočinková, stravovací či ubytovací zařízení. Smutnou skutečností je totiž hlavně to, že se až dosud téměř nikomu nepodařilo vybudovat dobré partnerské vztahy mezi místním obyvatelstvem, podnikateli (vinaři) a veřejnou správou. Příčiny tohoto stavu jsou jak legislativní, tak také ekonomické a sociální povahy. Místní lidé se totiž obávají především problémů v oblasti daňové a administrativní a o rozvoj turistických služeb jako zdroj svých vedlejších příjmů příliš velký zájem nemají. Chybný je také předpoklad, že projíždějící cyklisté budou pro vinaře představovat konzumenty vína a burčáku v takovém rozsahu, na jaký jsou zvyklí u autobusových zájezdů s turisty z Čech anebo ze severní Moravy. Právě naopak: vzhledem k tomu, že účastníky silničního provozu jsou i cyklisté, lze počítat spíše s tím, že jejich návštěvnícké zájmy budou orientovány jiným směrem, a to především na občerstvení a na poznávání, historii a kulturu. Význam Moravských vinařských stezek pro cyklisty lze tedy vidět ne v přímé konzumaci vína, ale zejména v možnostech prezentovat a propagovat jihomoravské vinařství a vinohradnictví, vytvářet u návštěvníků pozitivní image bohaté krajiny jižní Moravy a poznávat kulturní a

Vinařské stezky tvoří na jižní Moravě ucelenou síť cyklistických tras o celkové délce 1 090 km, která spojuje celkem 220 měst a obcí. Až dosud bylo na těchto stezkách vybudováno kolem 20 odpočívadel a instalováno cykloturistické značení. Kromě toho má většina obcí situovaných na těchto trasách také své vlastní webové stránky, jež jsou všeobecně dostatečně zajímavé a informativní a na nichž mohou potenciální návštěvníci nalézt podrobné informace o historii, kulturních akcích, turistických zajímavostech, ubytování, možnostech stravování a mnoha dalších skutečnostech. Pro podporu drobného a středního podnikání byl vydán kompaktní disk o drobném podnikání a zorganizováno několik seminářů, na nich byli jejich účastníci seznamováni jak s principy řízení malých firem, tak také se způsoby obnovy a údržby vinných sklípků a dalších památek lidové architektury.

Jejich hlavní trasa, tzv. páteří vinařská stezka, vede napříč jižní Moravou ze Znojma až do Uherského Hradiště. Tato stezka je ze všech nejdelší, měří 280 km a nazývá se Moravská vinná stezka. Na ni se napojuje dalších devět stezek, které vedou jednotlivými vinařskými podoblastmi a které se podle těchto subregionů také jmenují (obr. 1). Na všech těchto stezkách mohou návštěvníci podnikat kratší či delší cykloturistické výlety, přičemž mohou navštívit jak některé zajímavé přírodní celky (např. Pálavské vrchy, Bílé Karpaty, Moravský kras, Národní park Podyjí a další), tak také významné kulturní a historické památky (např. Lednicko-valtický areál, Národní kulturní památník v Mikulčicích, Velehradský klášter, skanzen a zámek ve Strážnici, přemyslovskou rotundu ve Znojmě, rodiště T. G. Masaryka v Hodoníně a celou řadu dalších zajímavých míst).

Obr. 1 Moravské vinařské stezky



Moravská vinná (Uherské Hradiště - Znojmo, červená)	280 km
Brněnská vinařská stezka - připravována (napojení z Brna, středně modrá)	
Znojemská vinařská stezka (tmavě zelená)	163 km
Mikulovská vinařská stezka (žlutozelená)	82 km
Velkopavlovická vinařská stezka (bleděmodrá)	109 km
Vinařská stezka Podlužím (oranžová)	113 km
Mutěnická vinařská stezka (růžová)	60 km
Kyjovská vinařská stezka (světle zelená)	84 km
Bzenecká vinařská stezka (stříbrná)	24 km
Strážnická vinařská stezka (tmavě modrá)	101 km
Uherskohradištská vinařská stezka - 74 km (fialová)	74 km
Celkem 1090 km	1090 km

MORAVSKÉ VINAŘSKÉ STEZKY A REGIONÁLNÍ CESTOVNÍ RUCH

MORAVIAN VINE TRAILS AND THE REGIONAL TOURISM

Petr Procházka, Miroslav Foret

Anotace:

Príspevek pojednáva o nově rozvíjeném projektu vinařských stezek na jižní Moravě. Hodnocení tohoto projektu vychází z údajů získaných při diskusích s představiteli místní veřejné správy a je zaměřeno na marketingový rozvoj místního cestovního ruchu.

Klíčová slova:

marketing, cestovní ruch, nadace Partnerství, Moravské vinařské stezky

Abstract:

This article is oriented to the problems of the Southern Moravia project called Moravian Wine Trails. Empirical own experiences, especially personal interviews with local public administration authorities are compared with theory of local tourism marketing.

Key words:

marketing, local tourism, partnership, Moravian Wine Trails

ÚVOD A CÍL

Program Moravské vinařské stezky je součástí dlouhodobého projektu “Zelené stezky” (Greenways), který je grantovým programem mezinárodní organizace zvané Environmental Partnership, jež byla založena v roce 1991. Hlavním cílem tohoto programu, na jehož vzniku se podílely severoamerické nadace Rockefeller Brothers Fund, Charles Stewart Mott Foundation, German Marshall Fund of the US a Sasakawa Peace Foundation, je řešit environmentální problémy a podporovat rozvoj občanských iniciativ ve střední Evropě.

Greenways (Zelené stezky viz www.stezky.cz) představují trasy, komunikace anebo přírodní koridory, využívané v souladu s jejich ekologickou funkcí a potenciálem pro sport, turistiku a rekreaci. Přinášejí užitek v oblasti ochrany životního prostředí a kulturního dědictví, zlepšují možnosti pro dopravu, rekreaci i turistiku a jsou také výzvou k zdravějšímu životnímu stylu a udržitelnému využívání místních zdrojů. Zelené stezky vedou občany, zastupitele, úřady a podnikatele ke společnému plánování a zlepšování života v jejich obci a komunitě. Snad nejznámějším projektem Greenways na jižní Moravě jsou *Moravské vinařské stezky*, které mají prezentovat jihomoravský venkov jako „kraj památek a vína“ a které také mají „přispět k rozvoji vinařství a udržitelné turistiky na jižní Moravě“.

METODIKA A VÝSLEDKY

V předloženém příspěvku k tomuto projektu přistupujeme z hlediska marketingu místního cestovního ruchu podobným způsobem, jako v jedné z našich dřívějších prací (Foret-Foretová, 2001). Při této analýze vycházíme jak z marketingové teorie, tak také z vlastních dat, získaných jednak při osobních pohovorech s představiteli jednotlivých měst a obcí a jednak na základě terénních pozorování, studia dostupné literatury a navštívení webových stránek zainteresovaných jihomoravských obcí, mikroregionů a institucí.

komunikačního kanálu se jedná o komunikaci mezi různými útvary či divizemi a případně i mezi různými stupni řízení přes celou společnost, proto je forma e-mailu vhodnějším komunikačním prostředkem.

3. ZÁVĚR A DISKUSE

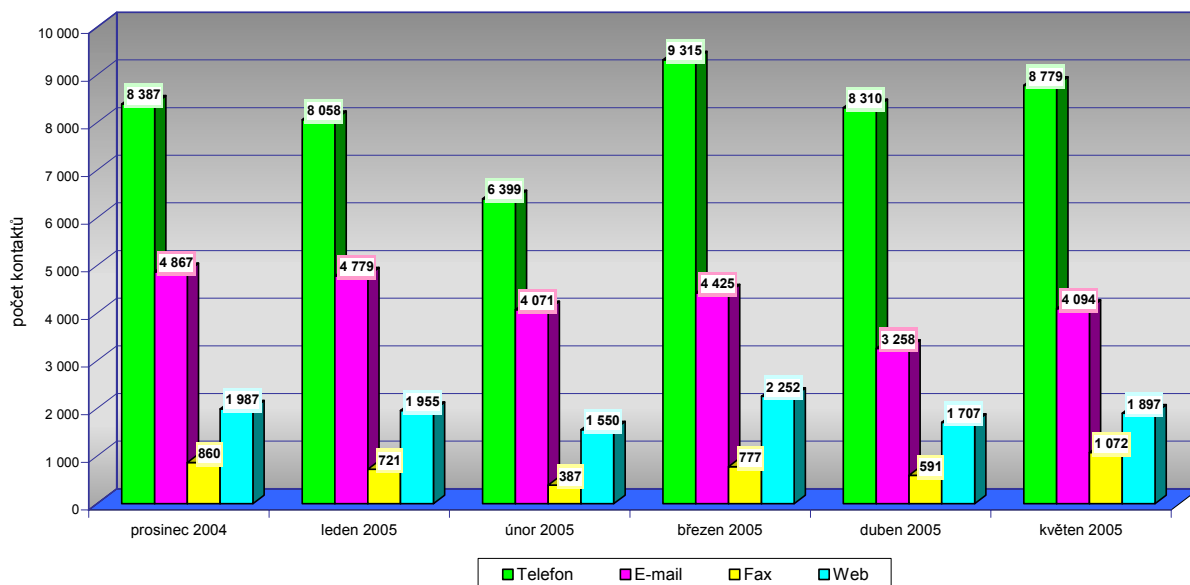
Na základě provedené analýzy na jednotlivých stupních řízení podle preference informačních médií v daných komunikačních kanálech je zřejmé, že ve firmě A není přesně rozlišován druh komunikačního kanálu, ale daný stupeň řízení. Výsledky analýzy ukazují, že forma telefonního kontaktu je preferována na prvním a třetím stupni řízení. Naopak e-mailová komunikace je upřednostňována na druhém a čtvrtém řídicím stupni. Další dvě formy komunikačních médií fax a internet jsou na všech stupních řízení využívány v poměrně malé míře. Důvodem je, že ve společnosti se komunikuje především po firemní síti e-mailem a přenos informací faxem je časově náročnější (možnost pozdějšího doručení adresátovi). Internet využívají zaměstnanci především k vyhledávání informací, ale nikoliv k elektronické komunikaci.

Celkově lze shrnout, že využití informačního managementu při současné činnosti podniku je z hlediska udržení trendu podniku a jeho udržení na trhu nezbytností. Čím efektivnější je využívání, zpracování a zprostředkování informací uvnitř podniku i mimo něj, tím lepší pozici má podnik v porovnání s konkurenty. Proto je důležité, aby se podniky zaměřily na průběžné zpracovávání využívání komunikačních prostředků, aby po jejich vyhodnocení mohla být navržena strategie umožňující rychlejší a flexibilnější vnitřní komunikace.

LITERATURA:

1. MOLNÁR, Z. *Efektivnost informačních systémů*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-410-X.
2. SOKOLOWSKY, P. *Informační požadavky moderního podniku*. Praha: Matematicko-fyzikální fakulta UK, 1997. ISBN 80-7184-453-5.
3. SOKOLOWSKY, P. *Organizace a management podnikového zpracování informací*. Praha: Matematicko-fyzikální fakulta UK, 1997. ISBN 80-7184-454-3.

Graf 1: Kontakty podle komunikačního kanálu



Každý řídicí stupeň upřednostňuje jinou formu informačního média. Rozhodujícím kritériem této volby je charakter předávané informace – důležitost, rychlost, stupeň utajení, apod.

a) Preference komunikačních prostředků na jednotlivých stupních řízení

Na prvním řídicím stupni (generální ředitel – výkonný ředitel) je nejvíce využíván telefon, následuje e-mail, dále internetové spojení, nejméně je využíván fax. Výsledek odpovídá požadavkům tohoto stupně řízení, kde je důležitá rychlost přenosu informací a jejich důležitost zároveň s požadavkem na rychlou zpětnou vazbu. Na druhém stupni řízení (výkonný ředitel – ředitel) je preferována komunikace formou e-mailu; následuje telefonické spojení a v malé míře je využíván fax a internet. Důvodem je větší oficiálnost a průkaznost při předávání informací. Na třetím stupni řízení (ředitel – manažer) je nejvíce používáno telefonní spojení, v menší míře e-mail a ostatní formy komunikace. Důvodem je předání informací co nejrychleji k manažerům a následné rychlé poskytnutí zpětné vazby manažerů řediteli. Preference komunikačních forem na čtvrtém stupni řízení (manažer – podřízený) odpovídá stupni druhému. Důvodem této volby je skutečnost, že manažer potřebuje od přímého podřízeného odpověď podloženou písemně, např. sledovaná data za určité období, která následně slouží jako podklad k jeho dalšímu rozhodování nebo prezentaci nadřízenému.

b) Preference komunikačních prostředků podle formy zvoleného komunikačního kanálu

Preference komunikačních prostředků u vertikálního komunikačního kanálu je nejvyšší u telefonického spojení, následuje e-mail, dále internetové spojení a nejméně kontaktů je uskutečňováno formou faxového spojení.

U horizontálního a diagonálního komunikačního kanálu je nejvíce využíván e-mail, následuje telefonní kontakt. Internetové a faxové spojení je opět využíváno v nižší míře. Důvodem je skutečnost, že při využívání vertikálního komunikačního kanálu se jedná o předávání informací mezi nadřízeným a podřízeným v rámci jednoho útvaru či divize a pracovníci se většinou znají. Naopak při použití horizontálního či diagonálního

jako vyhledávací nástroj, který umožňuje najít požadované informace nejen podle zadaného názvu slova, ale i podle uvedeného čísla firemního dokumentu.

Tento interní podnikový informační systém také umožňuje uživatelům rozvíjet jejich znalosti prostřednictvím Virtuální univerzity. Tato forma komunikačního prostředku je nástrojem pro levné a efektivní vzdělávání zaměstnanců. V prostředí Virtuální univerzity jsou pracovníkům nabízeny kurzy výuky používání souborů programů MS Acces, Power Point, ale také výuka cizích jazyků (anglický, německý, španělský atd.). Zaměstnanci mohou získat i znalosti o tom jaké nové výrobky či služby firma nabízí a také informace jak efektivně komunikovat se zákazníkem včetně audiovizuálního zobrazení vhodného a účinného komunikačního procesu se zákazníkem.

Úkolem informačního managementu není pouze zprostředkování interních informací, ale i informací externích. Jsou využívány také informace uvedené na stránkách Internetu např. odborné publikace, uveřejněné názory specialistů či expertů, komentáře, zprávy apod.

Problémem takto získaných informací je eliminace nerelevantních dat, která nejsou vhodná k dalšímu internímu využití ve firmě. Proto musí informační manažeři vytvořit filtry s uvedením přesně specifikovaných údajů, které mohou být, z „masových“ informací uvedených na internetových stránkách, využity k plnění cílů firmy. Tyto filtry umožňují externě získané poznatky kvalitativně zpracovat, rozčlenit a vytvořit podmínky pro jejich zpracování ve firmě.

2. METODY A VÝSLEDKY

Cílem výzkumné studie je charakteristika informačního managementu, stanovení preference komunikačních prostředků na jednotlivých stupních řízení ve firmě A a využití těchto prostředků v komunikačních kanálech, tj. vertikální, laterální, diagonální .

2.1 Analýza preference komunikačních prostředků

Ke splnění stanoveného cíle – Analýzy preference komunikačních prostředků na jednotlivých stupních řízení, byla využita sekundární data zveřejněná na intranetu firmy A, která představovala počet kontaktů používaných komunikačních prostředků v jednotlivých útvarech. Dalším podkladem pro analýzu byly výsledky dotazníkového šetření mezi pracovníky na různých stupních řízení, při komunikaci vertikální obousměrné, laterální a diagonální. Sledované období bylo od prosince 2004 do května 2005. Třídícím kritériem byla volba komunikačního nástroje – telefon, e-mail, fax a internet prezentovaná absolutní četností použitých nástrojů.

2.2 Výsledky

Z grafu 1 je patrné, že ve společnosti A je při předávání informací nejvíce preferován telefon a v téměř poloviční míře e-mail. Důvodem je především rychlost předávaných informací a dále zpětná vazba. Telefonický kontakt je rychlý a zároveň má ten, kdo předává informace okamžitou zpětnou vazbu. U e-mailu je rychlost předání informace také rychlá, ale zpětná vazba je závislá na tom, zda příjemce informace je zrovna napojen na e-mailu či nikoliv.

útvary analýzy, které pomáhají stanovit, které formy komunikace jsou pro daný řídicí stupeň nejvhodnější. Vychází z preference parametrů komunikačních prostředků jako jsou možnost rychlosti přenosu informace, dostupnost nebo finanční náročnost zvoleného komunikačního prostředku. Cílem tohoto příspěvku je charakteristika informačního managementu včetně stanovení preference komunikačních prostředků v jednotlivých stupních řízení ve firmě A.

1.1 Informační strategie a provoz informační infrastruktury

Informační strategie se vyvíjí na základě strategických cílů, čímž se vytváří předpoklad pro strategické prostředky plánování. Proces definování informační strategie představuje trvalý dialog mezi obecným managementem podniku a odborníky informatiky a rozhodně by neměl být orientován na řešení technických problémů tj. datovou analýzu, výběr hardware či software apod. Měl by být orientován na analýzu interních a externích procesů a jejich možnou podporu informačních systémů.

Základní hodnota informačních systémů a technologií je reprezentována jak zvyšováním účinnosti např. snižováním nákladů náhradou lidské práce, tak zvyšováním výkonnosti např. zrychlováním procesů eliminací časových ztrát. Inovační hodnota podnikových informačních systémů spočívá v podpoře expanze trhu tj. předvídaním nových zákaznických požadavků a také ve vytváření výhody tj. přidáváním hodnoty produktům speciálními službami přes Internet.

Cílem procesu stanovení informační strategie společnosti je především určení oblastí ve kterých jsou očekávány co největší efekty z nasazení informačních systémů a určení cesty jak těchto efektů dosáhnout. Podle toho jaký je poměr sil mezi tradičními manažery a manažery informačních systémů a technologií, jsou do podniku co nejprogresivnější informační systémy prosazovány či nikoliv.

Ve světě byla vyvinuta celá řada metod a technik, které pomáhají určit „optimální“ portfolio potřeb informačních systémů a technologií v závislosti na současné situaci a potřebách dalšího rozvoje podniku.

Podnikatelským cílem provozu informační infrastruktury je poskytnout uživateli hospodárným způsobem servis, který potřebuje k zajištění průběhu všech podnikových činností. Cílem podpory uživatelů je zajištění podnikového zpracování dat, který tvoří základ vlastního informačního systému. Problémy, které se mohou objevit v rámci podpory uživatelů jsou různé např. instalační (špatná funkce hardware, software, sítí), hardwarové (defektní komponenty), softwarové (omezený rozsah funkcí software) apod.

Zkušenosti z praxe ukazují, že kolem 80% problémů, které mají uživatelé při zpracování informací je způsobeno příčinami jako jsou chybně zadané údaje uživatelem nebo nepřipojené terminály.

1.2 Charakteristika informačního managementu

Informační management lze definovat jako transdisciplinární obor, který integruje postupy manažerské práce s prostředky informatiky a systémovými přístupy. Podle specifických potřeb aplikací může využívat i dalších poznatků, např. ekonomie, marketingu, sociologie, psychologie, operační analýzy.

Ve firmě A jsou k informační činnosti používány podnikové informační systémy, které obsluhují manažeri informačních systémů a technologií. Snaží se poskytnout co nejrychleji a nejlépe jiným pracovníkům organizace informace potřebné pro jejich pracovní činnost.

Informační zdroje, které umožňují uspokojit požadavky zaměstnanců jsou umístěny v elektronické formě na vnitřním Intranetu. Zaměstnanci Intranet považují za nástroj, který využívají v každodenní práci a očekávají, že jim bude při jejich práci pomáhat. V souvislosti s častými změnami v řídicí struktuře společnosti je pravidelně aktualizována uváděná řídicí struktura, která obsahuje jména a funkce zaměstnanců. Intranet slouží zároveň

PREFERENCE KOMUNIKAČNÍCH PROSTŘEDKŮ NA RŮZNÝCH STUPNÍCH ŘÍZENÍ V PODNIKU

PREFERENCE FOR COMMUNICATION MEANS AT DIFFERENT LEVELS OF ENTERPRISE'S MANAGEMENT

Šárka Kocmanová, Zdeňka Pechačová

Anotace:

Schopnost podniku flexibilně reagovat na měnící se požadavky trhu a náročnější požadavky zákazníků je mimo jiné podmíněna efektivně fungující komunikací uvnitř společnosti. V souvislosti se snahou o zajištění kvalitního předávání informací dochází na různých stupních řízení k diferenciaci v preferencích používaných komunikačních prostředků. Příspěvek charakterizuje rozdíly v používání komunikačních prostředků na jednotlivých úrovních řízení v podniku.

Klíčová slova:

komunikace, komunikační prostředky a kanály, řízení, informační technologie, elektronická média

Abstract:

If the company wants to be able to respond in flexible way to the changing dynamics of the market and increasingly demanding customer's requests, it should make sure, among other things, the internal communication works efficiently. In connection with the company different preferences for communication media may be observe on each level of the enterprise's management. The contribution shows exactly these differences at the levels of management.

Key words:

communication, means and channels, management, information technology, electronic media

1. ÚVOD

Stále více firem v současné době věnuje pozornost tomu, jak efektivně využívat informačních technologií v managementu různých oblastí své činnosti. Důvodem je snaha o zvýšení nebo udržení konkurenceschopnosti na trhu, který se rozvíjí stále dynamičtěji a kde požadavky zákazníků jsou čím dál náročnější. Schopnost podniku flexibilně reagovat na měnící se požadavky trhu je mimo jiné podmíněna fungující komunikací uvnitř společnosti. V souvislosti se snahou o zajištění kvalitního předávání informací dochází na různých stupních řízení k diferenciaci v preferencích používaných komunikačních prostředků.

Používané komunikační prostředky v podniku lze z hlediska typu komunikace pro kterou jsou určeny členit na ústní, písemné a obrazové. Při ústní komunikaci se jedná o tyto komunikační formy: osobní rozhovor, skupinové porady, prezentace, telefon a video konference. E-maily, faxy, dopisy, rozhodnutí, směrnice či oběžníky jsou prostředky písemné komunikace. Mezi obrazové komunikační prostředky řadíme grafy, schémata, fotografie, kresby, obrázky na fóliích apod.

Vhodná kombinace použitých komunikačních prostředků na daném stupni řízení umožňuje efektivní komunikaci v podniku. Proto jsou ve firmách prováděny příslušnými

sortimentu zboží firma uzavírá dílčí smlouvy s jednotlivými výrobci vytvářejícími síť čítající ca 700 nezávislých dodavatelů, z nichž někteří jsou v částečném vlastnictví firmy.

akční hypotéza: ICT podnikání

Cíl: Využití nových podnikatelských příležitostí na bázi redefinice podnikání uplatňující vhodně poslední poznatky z oblasti informačních a komunikačních technologií.

Akce: Analýza podnikatelských příležitostí v oblasti e-businessu. Nový návrh architektury podnikových procesů s cílem výrazného zvýšení užitné hodnoty nabízených produktů a služeb zákazníkům, spojený se zkrácením doby cyklu, výraznou redukcí nákladů v relaci k marketingové komunikaci a průzkumu trhu.

Diskuse: Revoluční vývoj v oblasti komunikací a informačních technologiích přináší zcela nové příležitosti pro podnikání. Umožňuje vznik zcela nových podnikatelských subjektů (např. prodej knih prostřednictvím internetu), ale i nové možnosti v oblasti marketingové komunikace dobře zavedených firem. Obrovské částky věnované na průzkum trhu a segmentaci zákazníků lze např. výrazně redukovat promyšlenou implementací systémů CRM. Vhodně navržená website společnosti představuje účinnou formu spoluvytváření image společnosti, ale lze ji stejně dobře využít pro e-business. Internet a mobilní komunikace vytváří dnes jedinečné podnikatelské příležitosti jejichž efektivní exploatace je především záležitostí rychlé reakce podnikatelských subjektů. Blíže viz např. E. Jablonská in J. F. Palán, E. Rosochatecká a kol. (2000, s. 55-64).

ZÁVĚR

Předložený koncept šesti organizačních paradigmat představuje jednu z perspektiv pohledu na stále se vyvíjející podnikovou realitu. Autor si nedělá nárok na jeho kompletnost, ale zdůrazňuje jeho koncepční otevřenost. Pro vytvoření otevřeného systému organizačních paradigmat, které lze využít v koncepčních úvahách podnikových strategií a teoretiků je zapotřebí jeho dalšího doplnění z jiných perspektiv. Argumentační báze výše uvedených paradigmat byla omezena vzhledem k doporučenému rozsahu příspěvku.

Literatura

- Brown, S. L., Eisenhardt, K. M.: *Competing on the edge*. Boston: Harvard Business School Press, 1998. ISBN 0-87584-754-4.
- Kim, Ch. W., Mauborgne, R.: *Value innovation: The strategic logic of high growth*. In: HBR, January-February 1996, pp. 75-85. ISSN 0017-8012.
- Palán, J. F., Tomšík, K. a kol.: *Výzkum připravenosti výrobních a nevýrobních organizací Agrokomplexu k organizační změně*. Výzkumná zpráva pro GA ČZU, projekt čis. 21197. Praha: KŘ, KZE PEF, 1997-1999.
- Palán, J. F., Rosochatecká, E. a kol.: *Metodika zpracování projektu transformační změny organizace se strategickým záměrem získání konkurenční výhody, včetně její modelové aplikace na vybraném zpracovatelském podniku*. Výzkumná zpráva pro GA PEF ČZU, projekt čis. 34199. Praha: KŘ, KZE, KS, KIT, KSI PEF, 2000.
- Palán, J. F., Řezbová, H. a kol.: *Pragmatická metodika formulace a implementace podnikatelské strategie pro malé a střední podniky agribusinessu*. Výzkumná zpráva pro GA PEF ČZU, projekt čis. 48401. Praha: KŘ, KZE, PEF, 2002.
- Palán, J. F.: *The paradigms of strategic thinking*. In: Zemědělská ekonomika, Praha: Ústav zemědělských a potravinářských informací 2001, s. 44-54. ISSN 0139-570X.
- Palán, J.F. a kol.: *Moderní řízení podniku*. Praha: Verlag Dashofer 2001. ISBN 80-86229-11-4.
- Veber, J. a kol.: *Management*. Praha: Management Press 2001. ISBN 80-7261-029-5.

Adresa autora:

Doc. Ing. Josef F. Palán, CSc.

Katedra řízení, Provozně ekonomická fakulta, Česká zemědělská univerzita v Praze
Kamýcká 129, 165 21 Praha 6, tel.: +420 603 796 415

E-mail: palan@pef.czu.cz, palan@zf.jcu.cz

- Rychle zformuloval několik možných variant jejího využití. Zajistil evaluaci zvažovaných strategických variant.
- Vyloučil ty varianty, které by vedly k překrývání využití podnikatelských příležitostí jinými podnikatelskými organizačními jednotkami společnosti.
- Rozhodoval se rychle, protože rychlá reakce je důležitější než preciznost.

Pověřený manažer dále věnuje zvýšenou pozornost velikosti navrhovaných podnikatelských-organizačních jednotek. Jestliže se tržní prostředí v daném odvětví mění rychleji, je vhodné vytvářet spíše menší podnikatelské organizační jednotky. Je třeba mít stále na mysli, že velké organizační jednotky se obvykle chovají rigidně a jejich reakce jsou zatíženy velkou setrvačností. Na druhé straně příliš malé podnikatelské organizační jednotky vytváří chaos a účinně snižují podnikovou efektivitu.

Implementaci navržených organizačních změn bude předcházet pečlivé ověřování životaschopnosti nových podnikatelských subjektů experimentem na pozadí stávající organizační struktury.

Diskuse: Výše uvedený přístup podporuje flexibilitu a zlepšuje adaptabilitu podniku, který neustále hledá svoji optimální organizační strukturu vzhledem k semi-chaotickému vývoji vnějšího prostředí. Experimentální charakter organizačních posunů je přiměřenou reakcí na jistou míru nepředvídatelnosti vývoje vnějšího podnikatelského prostředí a je typický pro společnosti, které se snaží udržet na špici odvětvové soutěže. Závěrem lze konstatovat, že patchingový přístup podporuje připravenost podniku ke změnám a příznivě formuje podnikové klima. Detailně včetně případových studií viz. S. L. Brown, K. M. Eisenhardt (1998).

akční hypotéza: Podnikatelské sítě

Cíl: Implementace síťového konceptu jak v rámci vnitřního prostředí podniku, tak i v jeho podnikatelských aktivitách v rámci holistické sítě podniků operujících v daném odvětví.

Akce: Analýza organizační kultury, komunikační audit včetně auditu marketingové komunikace, portfoliová analýza s využitím matice GE s cílem posoudit míru hierarchického přístupu k řízení zkoumané společnosti, její otevřenost versus uzavřenost vůči vlivům vnějšího prostředí. Posilovat schopnost rychlé a adekvátní reakce společnosti vytvářením hospodářsky samostatných organizačních jednotek (podnikatelských jednotek). Vytvářet vhodné ekonomické prostředí pro jejich vzájemnou spolupráci a tržní expanzi. Podporovat delegování pravomoci až na nejnižší úroveň řízení, kde jsou právě potřebné znalosti a zkušenosti. Upřednostňovat organický a týmový přístup v procesu jejich organizování. Vytvářet podnikatelské sítě se svými dodavateli i odběrateli. Aktivně vyhledávat příležitosti k vytváření virtuálních podniků s cílem získání lukrativních zakázek.

Diskuse: Síťový přístup k organizování podniku má minimálně dvě dimenze. Prvá dimenze vychází z požadavku maximální mobilizace talentů v podniku. Tuto část lze aktivovat vhodnou restrukturalizací pojatou i evolučně s cílem zploštit dosavadní hierarchickou strukturu podniku, snížit počet stupňů řízení a delegovat rozsáhlé pravomoci až na úroveň procesních týmů podnikatelských organizačních jednotek. Motivační potenciál uvedených změn je velmi silný. Je jistě nesporné, že motivace ředitele nově zřízené podnikatelské jednotky, byť čítala jenom 60 zaměstnanců je řádově vyšší, než asistenta ředitele společnosti. Druhá dimenze souvisí s potřebou stále větší otevřenosti podniku vůči vlivům vnějšího prostředí. Tato převaha podnikové otevřenosti navenek přináší zdravou míru konfrontace s vývojem vnějšího prostředí a je hlavní hnací silou flexibilní a předvídaté reakce podnikatelských organizačních jednotek na objevující se tržní výzvy včetně sociálních aspektů podnikání. Přesvědčivý příklad flexibility nabízí v této souvislosti italská módní společnost Benetton, která prodává svoje výrobky prostřednictvím sítě prodejen, které jsou ve vlastnictví tisíců individuálních podnikatelů na celém světě. Pro zajištění výroby plánovaného

s maximálními výrobními a prodejními efekty ve střednědobém eventuálně v dlouhodobém časovém horizontu.

Diskuse: Dynamický a vyvážený růst podniku předpokládá důsledné využívání synergického efektu. Prozíravý management a vlastníci rozšiřují prosperující podnik na základech, které dovedly podnik k excelentnímu fungování. Nástroje, které pro rozvoj podniku použijeme se budou lišit v závislosti na charakteru podnikatelské příležitosti. Účinnými nástroji jsou v této souvislosti např. fúze a akvizice. Názorným příkladem rozvoje společnosti založeným na původním předmětu podnikání je historie společnosti Jihočeské mlékárny, a.s., nebo akciové společnosti Jihlavské mlékárny. Blíže viz. H. Řezbová in J. F. Palán, E. Rosochatecká a kol. (2000, s. 72-84).

3. akční hypotéza: Logika hodnotové inovace

Cíl: Implementace logiky hodnotové inovace pro udržování a vytváření konkurenční výhody, finanční výhody včetně eventuálního rozvoje podnikových schopností a dovedností.

Akce: Logika hodnotové inovace vyžaduje uplatnění odlišného způsobu strategického myšlení vrcholového managementu a vlastníků. Východiskem strategických úvah je hodnotová analýza uplatňovaná v souvislosti s kritickými faktory úspěchu v daném odvětví. V rámci workshopů vrcholového managementu jsou definovány hodnotové křivky pro jednotlivé výrobní řady eventuálně služby včetně jejich komparace s našimi největšími konkurenty. Při vlastním rozhodování o plánovaných inovacích zahrnujících i výběr vhodných inovačních platform se snažíme změnit logiku odvětvové soutěže. Naším záměrem je docílit takového hodnotového posunu, který nám umožní úspěšnou tržní expanzi tj. nabídnout zákazníkům zcela výjimečnou užitnou hodnotu.

Diskuse: Logika hodnotové inovace podporuje změnu vektorového prostoru strategického myšlení vymezeného vektorem konkurenční výhody, vektorem finanční výhody a vektorem podnikových schopností a dovedností tím, že opouští požadavek jejich současné maximalizace. Hodnotoví inovátoři uplatňují modifikovanou variantu reengineeringového myšlení. Kladou si otázky, které problematizují stávající faktory úspěchu v odvětví definovanými benchmarkingem. V okamžiku, kdy představitelé vrcholového managementu začínají přemýšlet o podnikání jakoby od začátku (tj. staví podnik na zelené louce) vytváří si šanci identifikovat jedinečný hodnotový posun, který může vynést jejich podnik do čela odvětvové soutěže. Detailně včetně případových studií viz. Ch. W. Kim, R. Mauborgne (1996).

4. akční hypotéza: Patching

Cíl: Implementace patchingového přístupu do procesu organizování podnikatelského subjektu.

Akce: Pro udržitelné zlepšování tržní pozice podnikatelského subjektu je důležitá jeho schopnost reagovat v předstihu na výzvy tržního prostředí včasnou koncentrací podnikových zdrojů. V této souvislosti doporučujeme níže uvedený postup:

1. Generální ředitel ve spolupráci s ředitelem marketingu pověří špičkového manažera úkolem trvale monitorovat vývoj trhu s cílem vyhledávat příležitosti pro rozšiřování, spojování, dělení, rušení a celkovou přibližnou optimalizaci podnikatelských aktivit. Jde tedy o soustavné vyhledávání nových trhů, ale také o vytváření nových konceptů podoby organizační struktury podniku, tj. nové podoby a struktury podnikatelských organizačních jednotek.

2. V okamžiku, kdy se vynoří nová podnikatelská příležitost je nutné, aby pověřený manažer s týmem prvotřídních specialistů:

- pečlivě zhodnotil objevující se podnikatelskou příležitost z hlediska podnikových schopností (znalostní báze a dovedností), produkční kapacity a geografických potřeb.

zaměřena na mapování již existujících modelů strategického myšlení v odborné a vědecké literatuře domácí a zahraniční provenience.

Metodika zpracování vychází z metodologie akčního výzkumu aplikující metodu případových studií, komparativní analýzu a induktivní metodu. Na základě zobecnění výsledků nejlepší podnikatelské praxe byl následně autorem zformulován níže uvedený koncept organizačních vzorů (paradigmat).

VÝSLEDKY - DISKUSE

Na základě analýzy výstupů třech projektů zpracovávaných pro GAČZU a GAPEF v období let 1997 až 2002 včetně souboru projektových studií zahrnujících období 2003 až 2005 zformuloval autor šest níže uvedených akčních hypotéz definujících vybraná organizační paradigmata, která lze identifikovat v procesu řízení a fungování dynamicky se rozvíjejících podnikatelských subjektů.

1. akční hypotéza: Nové kompetenční klastry

Cíl: Implementace vybraných klastrů kompetencí podporujících zvyšování efektivnosti řízení a fungování podnikatelských subjektů.

Akce: Na základě důkladné situační analýzy vymezit problémové oblasti fungování zkoumaného podnikatelského subjektu. Vlastní analýzu doplnit projektem benchmarkingu zahrnujícím komparaci s našimi dvěma největšími konkurenty. V návaznosti na výše uvedené analýzy navrhnout žádoucí posuny v podnikových dovednostech a schopnostech. Ve spolupráci s personálním útvarem připravit vzdělávací program pro implementaci nových kompetenčních klastrů orientovaný na vybrané manažery a pracovní týmy. Provázat systém měření výkonu se systémem odměňování.

Diskuse: V průběhu posledních ca 7 až 10 let došlo k výrazným posunům v oblasti organizačních kompetencí. Jde především o nové kompetence v relaci ke stále rostoucí intenzitě konkurenčního boje zesilované globalizací ekonomiky. Otevřenost české ekonomiky na jedné straně pozitivně stimuluje její rozvoj, nicméně také zvyšuje její zranitelnost. Hlavní hnací silou těchto změn je změna role zákazníka: Vše co se v podniku děje by se mělo odvíjet od přání a potřeb zákazníka. Říká se, že nejlepší podniky se dokáží oženit se svým zákazníkem! Jak to dělají? Pořádají např. několikadenní workshopy se svými klíčovými zákazníky a nejnáročnějšími klienty, kterých se účastní jejich nejtalentovanější lidé. Právě zde vzniká mnoho cenných podmětů k inovacím produktů a služeb. Evidentní je tedy posun v marketingové funkci, která se odlišně strukturuje. Na významu nabývají kompetence spojené se schopností efektivní interní a integrované marketingové komunikace. Jako zcela zásadní se jeví potřeba jakostních a zdravotně nezávadných produktů, která si vynutila vznik nové podnikové funkce zaměřené na péči o jakost. Včasná akceptace konceptu integrovaného systému jakosti na bázi mezinárodních standardů ISO 9000:2000, ISO 14000 / EMAS, HACCP atd. výrazně zlepšuje konkurenční pozici podniků na trhu EU a vytváří institucionální nástroje pro uplatnění principu nepřetržitého zlepšování, který se stává důležitou hnací silou pozitivních posunů ve firemní kultuře. Požadavek trvalého zvyšování podnikatelské efektivnosti inicializoval vznik controllingové funkce vhodně doplňující koncept strategického řízení podniku. Detailně viz. např. závěry z případových studií, které uvádí J. F. Palán, K. Tomšík a kol (1999).

2. akční hypotéza: Generický rozvoj

Cíl: Implementace generického přístupu v procesu využívání podnikatelských příležitostí.

Akce: Na základě systematického monitorování a evaluace vynořujících se podnikatelských příležitostí rozšiřovat rámec předmětu podnikání tak, aby vhodně navazoval a využíval stávající výzkumný, výrobní a obchodní potenciál organizace. Při vlastním strategickém rozhodování důsledně uplatňovat kritérium minimálních investičních nákladů spojené

VYBRANÁ ORGANIZAČNÍ PARADIGMATA

CHOSEN ORGANIZATIONAL PARADIGMS

Josef F. Palán

Anotace:

Východiskem autorových úvah je analýza výsledků třech výzkumných projektů orientovaných na podnikatelské subjekty operující ve sféře agribusinessu. Následná aplikace induktivní metody v rámci akčního výzkumu umožňuje autorovi formulaci souboru akčních hypotéz, který představuje vybraná organizační paradigmatu charakteristická pro dynamicky se rozvíjející podnikatelské subjekty. Výčet organizačních paradigmat zahrnuje: nové kompetenční klastry, generický rozvoj, logiku hodnotové inovace, patching, podnikatelské síťování, ICT podnikání.

Klíčová slova:

Agribusiness, akční výzkum, induktivní metoda, organizační paradigmatu, nové kompetenční klastry, generický rozvoj, logika hodnotové inovace, patching, podnikatelské síť, ICT podnikání.

Abstract:

The starting point of author's considerations is the outputs analysis of the three agribusiness research projects. The set of action hypotheses represents chosen organizational paradigms, which are typical of the dynamically growing entrepreneurial subjects. It was developed by applying an inductive method within the wider action research frame. The list of organizational paradigms includes: new competency clusters, generic development, logic of value innovation, patching, entrepreneurial networking, ICT entrepreneurship.

Key words:

Agribusiness, action research, inductive method, organizational paradigms, new competency clusters, generic development, logic of value innovation, patching entrepreneurial networking, ICT entrepreneurship.

ÚVOD

Předkládaný příspěvek na téma organizačních paradigmat autor zpracoval v návaznosti na zahájení řešení projektu čis. 402/05/2697 GAČR: Modely strategického myšlení pro generování konkurenční výhody (v agribusinessu), jehož je nositelem. Řešitelský tým dále tvoří Ing. Helena Řezbová, Ph. D. a Dr. Ing. Václav Vostrovský. Cílem projektu je vytvoření knihovny modelů strategického myšlení pro generování konkurenční výhody podnikatelských subjektů operujících ve sféře agribusinessu. Vytvořená a průběžně aktualizovaná Web site, www.ModelStrategicThinking.com bude prezentovat z hlediska různých perspektiv náš analyticko-syntetický přístup a návazný výzkum.

CÍL A METODY

Cílem příspěvku je představit koncept šesti organizačních paradigmat, který reprezentuje jednu z perspektiv pohledu na stále se vyvíjející podnikovou realitu. Uvedený pracovní koncept vznikl v rámci první fáze výzkumu výše uvedeného projektu, která je

- účast na studijních programech v zahraničí (Socrates Erasmus, Leonardo, apod.).

Tyto aktivity jsou podmíněny:

- komunikativní znalostí cizích jazyků (u vysokoškolských studentů minimálně dvou);
- počítačovou gramotností;
- schopností práce s informacemi - přes 70 % nově vytvořených pracovních míst v posledních pěti letech vzniklo v odvětvích nových technologií a odvětví náročných na znalosti;
- schopnost samostatné práce i práce v týmu;
- vlastní aktivita a motivace, ochota se celoživotně vzdělávat.

ZÁVĚR

Celoživotní rozvoj a vzdělávání pracovníků nelze tedy nazývat nutností, ale záležitostí samozřejmou, k níž musí dnešní člověk iniciativně přistupovat. Organizace založené na práci s informacemi, znalostech a ty, které dbají o trvalé zlepšování získávají nejen pro svoji přítomnost, ale především budoucnost velkou konkurenční výhodu. Nezbytnou součástí reakce jednotlivých podniků i celé společnosti na neustále měnící se nároky ekonomického okolí je podpora celoživotního vzdělávání pracovníka. Je zaměřena na formování osobnosti pracovníka a získávání takových vlastností, které usnadňují jeho flexibilitu a adaptabilitu jak ve vlastní náplni práce, tak i v mezilidských vztazích.

Na základě dostupných statistik bylo zjištěno, že skupinou s vysokou mírou nezaměstnanosti jsou v ČR i většině dalších členských zemí EU mladiství ve věku od 15 – 29 let, žijící v menších lokalitách a s nižším stupněm ukončeného vzdělání. Cílem evropské společnosti je podporovat vzdělávání a vytvořit systém a podmínky pro rozvoj mladého pracovního potenciálu a jeho uplatnění na trhu práce.

LITERATURA

- [1] AMSTRONG, M. *Řízení lidských zdrojů*. 8. vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. 856 s. ISBN 80-247-0469-2.
- [2] KOPČAJ, A. *Řízení proudu změn aneb všedním způsobem nevšední rozvoj firmy. Zákonitosti a metody řízení proudu změn*. 1. vyd. Ostrava: Silma '90, 1999. 298 s. ISBN 80-9023-518-6.
- [3] KOTTER, J. P. *Vedení procesu změn*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2000. 190 s. ISBN 80-7261-015-5.
- [4] TURECKIOVÁ, M. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2004. 172 s. ISBN 80-247-0405-6.
- [5] www.euroskop.cz
- [6] www.mpsv.cz
- [7] www.msmt.cz
- [8] Zákon č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti

Kontaktní adresa autora

Ing. Marie Odehnalová
 Katedra řízení
 Provozně ekonomická fakulta
 Česká zemědělská univerzita v Praze
 Kamýcká 959
 165 21 Praha 6 – Suchbátka
 tel.: 224 382 263
 e-mail: odehnalova@pef.czu.cz

zabývající se obchodem a poskytováním služeb. Naopak nejméně zastoupenými obory jsou v 0,4% pracovníci armády a 1,7% lesní a zemědělská dělníci.

Nejvyšší míra nezaměstnanosti byla naměřena u skupiny mladistvých od 15 – 24 let, přičemž oproti 4. čtvrtletí 2003 se zvýšila ještě o 2,3%. Další ohroženou skupinou jsou lidé ve věku 25 – 39 let přesto, že se u nich podařilo míru nezaměstnanosti o 0,4% ve 4. čtvrtletí roku 2004 oproti stavu v 3. čtvrtletí roku 2003 snížit

Nejvíce nezaměstnaných vykazovaly ve 4. čtvrtletí roku 2004 Ústecký (15,2%), Moravskoslezský (14,2%) a Olomoucký kraj (12,3%), naopak nejnižší míru nezaměstnanosti vykazují hl. m. Praha (3,9%), Středočeský (5,0%) a Jihočeský kraj (5,1%).

Bohatství národů je ve stále větší míře založeno na produkci a využívání znalostí. Přejít k ekonomice založené na znalostech (knowledge-based economy) se projevuje zejména externalizací určitých činností průmyslových firem a rychlejším růstem služeb. Klíčové prvky konkurenceschopnosti se neomezují na relativní výši nákladů na různé výrobní faktory. Zahrnují kvalitu vzdělání a přípravy na povolání, účinnost organizace průmyslu, schopnost soustavně zdokonalovat výrobní procesy, intenzitu výzkumu a vývoje a využití jeho výsledků v průmyslu, pružnost a přizpůsobivost podmínek, za nichž fungují trhy, dostupnost konkurenceschopné servisní infrastruktury, kvalitu výrobků a schopnost podniků zohledňovat ve své strategii důsledky společenských změn.

Dle výše uvedených statistik, představují absolventi a mladiství jednu z nejvíce nezaměstnaností postižených skupin a to nejen v rámci ČR, ale i v ostatních zemích EU. Snazší vstup na trh práce mají vysokoškolsky vzdělaní absolventi ucházející se o práci ve velkých městech země, kde je jednak kumuluje většina velkých nadnárodních společností, ale existuje i dostatečné množství koupěschopného obyvatelstva v případě, že se mladiství rozhodnou pro vlastní podnikatelskou činnost. Problematickou skupinou jsou mladí lidé bez praxe a se základním či středním odborným vzděláním.

Důležitou roli pro dobré uplatnění na trhu práce hraje dostatečná kvalifikace uchazeče, proto je již po ukončení základního vzdělání nebytně nutné zvážit cestu budoucího rozvoje a přípravy na povolání, která přizpůsobuje pracovní kvalifikaci mladých lidí aktuálním potřebám trhu. Neméně důležitou roli hraje prostředí, ve kterém mladý člověk vyrůstá. Mladí lidé z rozvrácených rodin nemají v krvi potřebné pracovní návyky a jen zřídka kdy se zapojí do zaměstnání.

V ČR je počet uchazečů – absolventů na jedno pracovní místo přes postupně snižující se hodnotu stále vysoký. Nezbytnou roli hraje zapojení firem do problematiky zaměstnanosti mladistvých a to tvorbou nových pracovních míst pro absolventy a mladistvé i nabídkou vzdělávacích programů, do kterých mohou být zapojeni již studenti škol s cílem připravit je na budoucí povolání.

V současné době existuje na trhu práce nedostatek zejména technických profesí, ať již pro vysokoškolsky či středoškolsky vzdělané, které nemohou firmy zajistit běžným náborem pracovníků. Proto jsou vytvářeny speciální programy připravující mladé lidi na budoucí povolání v dané firmě. Cílem je získat dostatečný počet pracovních sil a naopak nabídnou mladistvému ihned po ukončení studia pracovní uplatnění. Programy jsou smluvně ošetřeny a podloženy často motivujícím stipendiem a jejich součástí je nejen teoretické doplnění výuky, ale i účast na odborném výcviku, stáže či vypracování diplomové práce.

VÝSLEDKY

Nástrojem, jak zlepšit výchozí pozici na trhu práce je pro budoucí absolventy³⁰:

- krátkodobé brigády a stáže v podnicích během studia;

³⁰ dle neformálních rozhovorů s vedoucími pracovníky a personální politiky, která je uplatňována ve výrobní společnosti v ČR

CÍL

Cílem této práce je posouzení významnosti závislosti vzdělání na schopnosti uplatnění se na trhu práce a definování možných opatření k snižování nezaměstnanosti mladých lidí (absolventů).

METODIKA

Za účelem získání podkladů a ověření přijatých závěrů byly použity:

- analýza dokumentů (studium odborné literatury, tisku, aktuálních dokumentů vydaných Ministerstvem práce a sociálních věcí České republiky, Českým statistickým úřadem;
- metoda vlastního pozorování;
- metoda rozhovorů (neformálních nestrukturovaných) s vedením a zaměstnanci vybrané společnosti.

Práce byla zpracována na základě využití sekundárních zdrojů dat, pozorování a osobních rozhovorů. Analýza dokumentů zahrnovala studium odborné literatury a aktuálních informací uveřejněných na webových stránkách státních institucí jako je Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky a Českého statistického úřadu. Za účelem ověření přijatých závěrů o oblasti uplatňování vzdělávacích systémů a programů jako nástroje pro uplatnění absolventů na trhu práce bylo provedeno pozorování a využity neformální rozhovory ve výrobním podniku v České republice. Pro rozhovory byli vybráni jednak 3 vedoucí pracovníci společnosti zabývající se rozvojem a vzděláváním pracovníků a 3 ze zaměstnanců do 30 let věku pracujících ve společnosti po dobu kratší než 2 roky. Práce zahrnuje shrnutí dosavadních poznatků o zvolené problematice, ke kterým autorka dospěla v průběhu zpracování navazujících dílčích projektů v rámci doktorského studia.

VZDĚLÁVÁNÍ – AKTIVNÍ PŘÍSTUP KE SNIŽOVÁNÍ NEZAMĚSTNANOSTI MLADÉHO LIDSKÉHO POTENCIÁLU

V České republice žije 8 687,1 tis. obyvatel ve věku 15 – 64 let²⁷, z nichž mladí lidé ve věku od 15 – 29 let tvoří 26,1 %. Největší podíl na obyvatelstvu ČR starším 15 let²⁸ mají lidé se středním vzděláním bez maturity (38,04%), naopak nejméně je zastoupena skupina vysokoškolsky vzdělaných (10,12%) a to nejvíce v Středočeském, hl. m. Praze a Libereckém kraji. Nejvíce vyučených obyvatel je zastoupena v Moravskoslezském kraji, Jihomoravském a Středočeském. Obyvatelé ČR s ukončeným základním vzděláním jsou zastoupeni 20,4%, absolventi středních škol s maturitou 31,4%.

S problémem najít uplatnění na trhu práce se potýkají lidé se základním vzděláním (28,6%)²⁹, přičemž se míra nezaměstnanosti zvýšila oproti 4. čtvrtletí roku 2003 o 3,5%. Nejsnáze najdou uplatnění vysokoškolsky vzdělaní lidé (2,2%) a bez obtíží lidé se středoškolským vzděláním ukončeným maturitou (5,3%).

Celkově nejvíce obyvatel země starších 15 let (83%) má uzavřený řádný zaměstnanecký pracovní poměr, 4% jsou vedeni jako zaměstnavatelé, 11,8% samostatně výdělečně činní a 0,7% pomáhající rodinní příslušníci.

56,4% práceschopného obyvatelstva je pracuje v sektoru služeb, 39,4% v průmyslu a 4,2% v zemědělství. Mezi nejvíce zastoupené obory se řadí technici, zdravotníci a pedagogové (21,1%), řemeslníci, výrobci, zpracovatelé a opraváři (18,7%) a 12,2% lidí

²⁷ MPSV 4. čtvrtletí 2004

²⁸ 15 – 64 let včetně dalších statistických hodnot, pokud není stanoveno jinak

²⁹ míra nezaměstnanosti vykazovaná pro danou skupinu obyvatel za 4. čtvrtletí roku 2004

VZDĚLÁVÁNÍ – AKTIVNÍ PŘÍSTUP KE SNIŽOVÁNÍ NEZAMĚSTNANOSTI MLADÉHO LIDSKÉHO POTENCIÁLU

TRAINING - ACTIVE ACCESS FOR REDUCING OF YOUNG HUMAN RESOURCES UNEMPLOYMENT

Marie Odehnalová

Anotace:

Rozvoj společnosti je významně ovlivněn kvalitou a intenzitou vzdělávání lidského potenciálu, zvyšujícími se nároky na odbornost pracovníků a schopnost týmové práce. Využíváním pozitiv náročného mezinárodního a charakteristik interkulturálního prostředí mohou společnosti získat kvalitní mladý potenciál.

Klíčová slova:

rozvoj lidských zdrojů, vzdělávání, práce v mezinárodním prostředí

Annotation:

The development of a company is significantly influenced by the quality and intensity of human resources training, by the increasing requirements in terms of the specialized know-how and by the ability of team work. By making use of the benefits of the international and characteristics of the intercultural environment can companies receive qualitative young potential.

Key words:

human resources development, training, working in international environment

ÚVOD

Lidská společnost se vyvíjí a mění své potřeby a požadavky. Moderní svět je světem neustálých změn. Úspěšným se stává ten, kdo si zvykne žít v nejistotě a naučí se efektivně využívat každodenních příležitostí, které nejistota přináší a bude je chápat jako zdroj nových možností. Rozhoduje rychlost reakce na změnu v prostředí a uvědomění přijímat změny ne jako „obtíž“, ale jako „výzvu“ k dalšímu rozvoji. Chce-li se podnik stát trvale úspěšným, základní úlohou managementu je dosahování co největšího efektu lidského zdrojového potenciálu.

Pro úspěšnost společnosti nejen na domácím trhu, ale v mezinárodním prostředí je nezbytná soustavná péče a podpora zaměstnanců. Nezbytnou podmínkou se proto stává celoživotní vzdělávání a to od dokonalého zvládnutí základních principů k osvojení si základů logiky, flexibility a to vše podmiňující vlastní iniciativy. Zrychlené tempo inovací se promítá i do zastarávání informací. Znalosti získané během studia, se kterými si v minulosti při svém zaměstnání vystačili padesátiletí, se stávají neplatnými pro ještě ne čtyřicetileté. Proto se nezbytnou podmínkou stává celoživotní vzdělávání a to nejen pro samotný rozvoj člověka, ale i pro prosperitu společnosti, ve které pracuje. Podstatná je samozřejmě iniciativa samotného člověka k doplňování si vzdělání a zvyšování si své ceny na trhu práce.

Nemalou roli v této problematice hraje úloha státu a vlastní přístup zaměstnavatele a to jednak k nastavení vzdělávacích systémů, ale i k zaměstnávání mladých absolventů, většinou bez jakékoli odborné praxe.

s pracovními náklady manažerů. Jednoznačnost komunikace v rámci navržené technologie zároveň snižuje riziko kumulace chyby při spoluúčasti na řízení.

Literatura

1. Cornforth, C. (2001): the governance of social Enterprises: a paradox perspective, Second Social Economy and Co-operatives Research Conference, Gavle, Sweden.
2. Kotler, P. (1991): Marketing Management. Prentice-Hall International Editions, Englewood Cliffs, N.J.
3. Linhart, Z. (2003): Marketing. Česká zemědělská universita Praha (skripta).
4. Merunka, V., Polák, J. (1994): Object-Oriented Analysis and Design - Teaching and Application Issues. Proceedings of 20th ASU International Conference, Prague.
5. Olausson, A. (1999): Best Value Initiatives Database (Internal material).

Adresa autorů:

doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc. ČZU PEF Praha, katedra řízení, 165 21, tel.: +420224382231,
linhart@pef.czu.cz

DISKUSE

Většina globálních firem potřebuje pouze ruce, nikoliv tvůrčího zaměstnance. Lidské zdroje přestávají být zdroji, protože nadbytek nabídky snižuje jejich cenu a alokuje výrobu do teritorií s nejnižší mzdou. Zastupitelské teorie ukazují, že řízení firem přes zastupitele výrazně omezuje individuální schopnosti a výkon v řízení (Cornforth, 2001). Tento fakt potvrzuje i výzkum britské územní správy (Olaussen, 1999). Nepřichází snaha o zapracování absolventů příliš pozdě? Návrhy informačních systémů na zpracování neměnných informačních toků dokáží koncentrovat podněty na přechodech mezi relativně neměnnými postupovými stavy (Merunka, 1994). Rozfázování těchto procesů umožňuje v navrženém informačním systému reagovat na nové podněty a dosahovat výsledků na spotřebním trhu i při řízení zaměstnanců upnutých na vlastní problémy. Zdá se, že doba celoživotní pokory před poznáváním v církevních seminářích a uspokojováním potřeb subjektů kolem nás skutečně může být vystřídána řízením roztěkaných jednotlivců s vystupňovanou citlivostí k situaci.

Zapracování absolventů usnadňuje udělení autonomního prostoru vzniklého rozpracováním dokumentace ISO 9000, na jehož principy koncentruje pozornost a stabilizuje pracovní výkon zavedení internetové a intranetové komunikace. Není to tedy norma samotná, které se všichni mají podřizovat, ale jejich vzájemná komunikace, která z normy vychází.

Prohlubování vzdělání na potřeby vývojové, procesní a výstupní jakosti probíhá a je průběžně zdokonalováno v prostředí e-businessu – viz

http://aad.eb-eu.cz/aad/procesy/quality/document_view

Otestování open software (zdarma dostupného) ukázalo možnost použít výše uvedenou metodiku k integraci sebe sama e-businessem do týmu obdobně orientovaných a progresivních lidí. Produktivitu takto vzniklých a pracujících týmů necht' čtenář porovná se zkušenostmi ze svého zaměstnání.

ZÁVĚR

Experimenty s letními školami a celoživotní praxe vysokoškolského učitele potvrzuje očekávání, že škola nevychovává absolventa pro podnikovou praxi, ale pro jeho uplatnění v životě. A podniková praxe mnohdy snižuje úroveň vzdělání (viz poločas rozpadu inženýra) a někdy pomocí kurzů prohlubuje vzdělanostní potenciál zaměstnance. Adaptace na potřeby zaměstnanecké i podnikatelské kariéry, nikoliv na potřeby zaměstnavatele, se ukázala být relativně krátkodobou, ne však bezproblémovou záležitostí.

Například v experimentu s patnácti praktikanty jeden odjel po druhém týdnu exkurzí, kdy si stěžoval, že praxe neodpovídá jeho vzdělání. Dvě praktikantky se pro neustálé stížnosti ocitly na dva týdny u manuální práce, aby se pak vrátily k odbornější a návrhům na řízení prostředí ve skleníku a dodnes si ještě dopisují s bývalými spolupracovnicemi. Jedna středoškolačka se vrátila na další tři měsíce do laboratoře molekulární genetiky. To byly extrémní příklady. Střed skupiny vypracoval zprávy, navrhl projekty a odešel řešit podobné problémy budoucích zaměstnavatelů.

Otázku „proč jsou absolventi nezaměstnaní a nebo jejich kariérový postup vážne“ lze tedy zodpovědět podle metodiky takto: Zapracování absolventů vážne na nedodání celostních informací podnikem a návyku absolventů přecházet ve škole od jednoho předmětu ke druhému a od jedné zkoušky ke druhé. To blokuje soustředění se na řešení problému. O výsledcích zde zmíněných experimentů se zapracováním na potřeby praxe se pozitivně vyjádřili zaměstnavatelé, pedagogové a vysílající organizace s absolventy za to dokonce platí. S ohledem na uvedené skutečnosti si dovoluujeme tvrdit, že spojením technik e-businessu s normami jakosti, za předpokladu dodržení pedagogických zásad, zejména organizace a zacílení, vznikl universální nástroj k urychlení růstu identity nově vstupujících osob do testovaných oblastí: nové technologie, e-commerce, environment, venkovská turistika, chemie, management. Nízká nákladovost použitých technologií může úspěšně soupeřit

VÝSLEDKY

Experimenty přinesly výsledky ve třech oblastech:

- Metodiku adaptace absolventů do praxe
- Metodiku posílení konzistence postupu absolventů při vyhledávání a řešení potřeb praxe
- Metodiku pořizování a používání software zdarma pro začínající podniky a podnikatelsky orientované absolventy

Společným začátkem všech prověřovaných a zdokonalovaných metodik je zvládnutí e-businessu, pochopení potřeb zaměstnavatele v duchu ISO 9000 a koncem je reálný pohled absolventa na upotřebitelnost jeho kvalifikace.

Adaptace absolventů na systém podniku (učí se chápat podnik a být zaměstnanci)

Řešením je převedení jakosti do komunikace zprostředkované v software:

1. Preventivní proškolení (testování) absolventů o potřebách zaměstnavatele
2. ISO 9000 k otevření prostoru pro zaměstnance. Absolventi jsou integrováni do projektově orientované agentury a jako zaměstnanci se podřizují požadavkům vnitropodnikové normy na vyhledávání a opravy chyb z pohledu vysílající a přijímající organizace, navštívených firem, sebe samotných a cíle projektu.
3. Certifikát s hodnocením rozdílů mezi úmysly (před testem a v prvním období praxe) a výsledky (naplněním potřeb zaměstnavatele)
4. Rekapitulace otázek a odpovědí k odvození cíle, prokázání výsledků, k opravám osobního postupu.

Prohloubení konzistence postupu absolventů (učí se hledat nejlepší společné řešení a být podnikateli)

Řešení neuceleného vzdělání (letní školy a praxe):

1. Úvodní roztřídění a pověření vedením
2. Jasná formulace cíle (certifikát a obhajoba)
3. Zavádění pomocí software, který udržuje konzistenci postupu absolventa.

Používání software zdarma pro začínající podniky a podnikatelsky orientované absolventy

Po mnoha pokusech a komplikacích s nákupy hardware, software a naplňování licenčních požadavků se osvědčily následující nástroje:

- Jednoduchý e-shop kopírují absolventi i s kaskádovými styly a dotváří v PSPadu a objednávky neprogramují, ale vkládají odkazy do standardizovaného objednávkového systému (SOS), který je vytvořen ve zdarma dostupné databázi MySQL.
- Intranet je používán pro vytváření a obhajobu autonomního prostoru, ve kterém se absolventi koncentrují na řešení jimi odvozených cílů. Zejména je používáno osobní webový prostor, fórum, složky s průběžnými zprávami a výsledný dokument s ISO 9000 v Plone a připravuje se Mambo.
- Informační systém se závaznými interními daty jako jsou objednávky v SOS, formuláře v Open Office a zakoupené velmi laciné a jednoduché účetnictví slouží pouze daňovým účelům.

Absolventi, kteří potřebují specializovaný software, například grafici, si jej přináší s sebou a zůstává v jejich vlastnictví.

ADAPTACE VÝUKOVÝCH PROGRAMŮ A ABSOVENTŮ NA POTŘEBY PRAXE

GRADUATES ADAPTATION TO THE NEEDS OF BUSINESS

Zdeněk Linhart, Jana Kettnerová

Anotace:

Tento článek ukazuje na synergický efekt působení studentů a firem. Zkušenosti z dvouletého zavádění e-businessu do malých a středních firem zlepšují organizaci letních škol, praxí i firem samotných. Výsledkem je odvození způsobu použití open software a vyjasnění vnímání potřeb všech zúčastněných. Proces vnímání je dokumentován v ISO 9000 a tato je zpětně převáděna do komunikace v Intranetu. Účastníky motivuje hledání chyb ve vlastním jednání.

Klíčová slova:

Objednávka, intranet, jakost, škola, student, absolvent

Abstract:

This article shows synergy of mutual interactions of companies and students. Two years lasting e-Business implementation into small and medium companies improves the organization of Summer Schools and Practical Placements. Open software utilization and clarification of needs is the outcome. A perception process is recorded into ISO 9000 documentation, and this is converted back to Intranet communication. Participants are motivated by discovered failures of own activity.

Key words:

Order, intranet, quality, school, student, graduate

ÚVOD

Mladí se připravují na zaměstnání v různých typech škol. Zaměstnavatelé však požadují absolventy s praxí a na typu studijního směru jim většinou mnoho nezáleží. V inzerátech shání uchazeče se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním. Podnikatelská praxe, na rozdíl od státní sféry, odměňuje pracovníky podle dosažených výsledků, nevyžaduje zvyšování vzdělání ve školách, ale prohlubuje vzdělání ve specializovaných kurzech a školeních. V tomto článku je uvedena zkušenost z tříleté organizace letních škol a praxí středoškolských i vysokoškolských španělských absolventů s nástroji a postupy, které zkracují dobu zapracování zdůrazněním adaptace a konzistence postupu účastníka.

CÍL A METODY

Cílem je nabídnout podnikatelské sfěře návod jak ve zkrácené době zapracovat absolventy pomocí zdůraznění adaptace a konzistence postupu při používání bezplatného software a ISO 9001/2000. Nepřímo tak lze řešit konflikt rozvoje a provozu firmy.

Metodou dosahování adaptace a konzistence postupu absolventů ve firmě je aproximace výsledků vyhodnocení tříletého experimentu s různými typy software a formulářů hodnocení jakosti k principům teorie řízení, marketingu a ekonomiky nákupu a provozu software.

LITERATURA

1. BLAŽEK, J. *Pěstujeme jabloně*. 1.vyd. Praha: Nakladatelství Brázda ,2001 ,280s. ISBN 80-209-0294-5
2. PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing, 1994, 403 s. ISBN 80 – 85605 –11–2
3. DROBNÝ, J., BARTOŠ, J., NACHLINGER, Z., SOUČKOVÁ, H., LUDVÍK, M. *Konkurenceschopnost českého zahradnictví*.
URL: <<http://www.vuze.cz/CZ/>> <10. 5. 2004>
4. *Situační a výhledová zpráva – Ovoce 2004*, Ministerstvo zemědělství ČR
URL: <<http://www.mze.cz>> <12. 5. 2004>
5. *Situační a výhledová zpráva – Půda 2004*, Ministerstvo zemědělství ČR
URL: <<http://www.mze.cz>> <12. 5. 2004>
6. *Koncepce rozvoje ovocnictví Jihomoravského kraje*
URL: <<http://www.jmk.cz>> <10.12.2004>

Adresa:

Ing. Dagmar Kudová, Ústav managementu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita
v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika

Sazba do 100 000 Kč*ha⁻¹ vysázeného ovocného sadu uznanou sadbou jabloní na výměře min. 1 ha (min. počet stromů 400 ks*ha⁻¹)

V následující tabulce je uvedena výše dotací v letech 1995 – 2004. Tyto dotace byly poskytovány podle dotačních pravidel platných před vstupem České republiky do Evropské unie.

Tab. 3: Výše dotací na 1 ha (v tis. Kč.ha⁻¹)

Rok	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Dotace	53	42	50	80	60	77	55	150	155	150

Zdroj: [4]

Podpora vybudování kapkové závlahy v ovocných sadech – účelem je zvýšení konkurenceschopnosti a kvality ovoce. Maximální výše podpory: do 60 tis. Kč.ha⁻¹. V roce 2003 byla výše podpory 26 540 Kč.ha⁻¹ a v roce 2004 se předpokládá výše podpory 43 340 Kč.ha⁻¹.

Dalším zdrojem, ze kterého jsou vypláceny národní podpory, je PGRL. Možné podpory poskytované tímto fondem pro producenty jablek jsou následující:

Program Zemědělec – v rámci tohoto programu jsou podporovány investice sloužící k zpracování produktů ze zemědělské produkce. Finanční limit pro rok 2004 byl 490 mil. Kč.

Program Mládí – cílem programu je usnadnit zahájení a rozvoj zemědělské výroby na bázi rodinných subjektů pro mladé podnikatele a mladé rodiny do 40 let. Finanční limit není pro tento program specifikován.

Podpora pojištění – účelem podpory je zpřístupnění pojistné ochrany širokému okruhu zemědělců a tím dosažení vyššího zajištění podnikatelských aktivit proti nepředvídatelným škodám a částečná kompenzace pojistného, vynaloženého na pojištění plodin.

Operační program „Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství“ – podpora z tohoto programu je určena na pořízení strojů pro zemědělskou výrobu, na rekonstrukci a modernizaci skladovacích kapacit a k zavádění hygienických standardů při skladování [4].

Celkově lze konstatovat, že nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu je zřejmě významná bariéra vstupu.

ZÁVĚR

Bariéry vstupu do odvětví se neustále mění vlivem vývoje nových technologií, uplatňování nových konkurenčních strategií a konkurenčních firem, změn vyplývajících ze zásahů státu a celkové politické situace. Důležitost bariér vstupu do odvětví produkce jablek je uvedena v následující tabulce.

Tab.4: Shrnutí bariér vstupu

Bariéra	Důležitost
Úspory z rozsahu	vysoká
Diferenciace produktu	nízká
Kapitálová náročnost	vysoká
Přechodové náklady	nízká
Přístup k distribučním kanálům	vysoká
Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu	střední

Z provedené analýzy vyplývá, že v současnosti jsou bariéry vstupu do odvětví produkce jablek poměrně vysoké, což by mělo odradit potenciální nové firmy před vstupem do tohoto odvětví.

- **Přechodové náklady**

Jsou to jednorázové náklady odběratele na přechod od produkce jednoho dodavatele k produkci jiného dodavatele. V odvětví produkce jablek jsou přechodové náklady nízké a tudíž patří k nevýznamným bariérám vstupu.

- **Přístup k distribučním kanálům**

Velkou roli proto při distribuci představuje jejich skladování. Nedostatek skladovacích kapacit chlazených skladů se systémem řízené atmosféry neumožňuje českým výrobcům využít zvýšených výkupních cen v jarních měsících. V marketingovém roce 2003/04 bylo v ČR k dispozici celkem 72 820 t kapacit pro skladování ovoce (včetně větraných a provizorních), které byly využity ze 70 %. Téměř 13 tis. t skladovacích kapacit je jen větraných, které lze využít jen k velmi krátkodobému skladování. Oproti sezóně 2002/2003 se výrazně zvýšila kapacita skladů využívající technologie s řízenou atmosférou, které v roce 2004 tvořily téměř polovinu všech skladů pro ovoce. Toto zvýšení nastalo především díky využití finančních podpor programu SAPARD na rekonstrukce a budování nových technologií skladování. Tento program však byl ukončen vstupem ČR do EU. Nové skladové kapacity jsou budovány jen minimálně [4].

Překážku vstupu pro nově vstupující subjekt do odvětví může tvořit potřeba zajistit distribuci vlastní produkce. V tomto odvětví existuje několik typů distribučních kanálů:

Prodej zpracovatelskému průmyslu – je velmi omezen z důvodu nevelkého počtu konzerváren v ČR

Prodej do řetězců maloobchodních prodejen – přístup do maloobchodních řetězců je v ČR velmi nákladný a domnívám se, že pro subjekty produkující jablka nedostupný

Prodej do menších obchodů s potravinami a ovocem – je nezbytný, ale při vyšším objemu produkce by firmě nezajistil dostatečný odbyt

Prodej prostřednictvím odbytových družstev - čeští výrobci jablek se mohou stát členy odbytových družstev, které svým členům organizují prodej ovoce prostřednictvím sítě vlastních prodejních pracovišť dislokovaných v hlavních pěstitelských oblastech po celém území ČR, v ČR jsou tři družstva zajišťující prodej jablek a jedno družstvo zajišťující odbyt školkařských výpěstků.

Přístup k distribučním kanálům hodnotím jako významnou bariéru vstupu do odvětví produkce jablek.

- **Nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu**

Tato skupina zahrnuje zvláště tyto následující faktory:

Vlastnictví výrobní technologie – tyto náklady souvisí s kapitálovými požadavky (nákup speciální mechanizace do sadu) a s úsporami z rozsahu

Výhodný přístup k surovinám – nákup kvalitního výsadbového materiálu – tento faktor by neměl být významnou bariérou vstupu

Výhodná poloha – tento faktor by neměl být významnou bariérou vstupu

Znalostní nebo zkušenostní křivka – nově vstupující subjekt do odvětví bude patrně v obtížnější situaci než firma již zavedená (nedostatek zkušeností a kontaktů)

Vládní subvence – dotační politika státu a existence vývozních subvencí pro čerstvé ovoce a zeleninu dle Nařízení Rady a Komise ES. V následujícím krátkém přehledu je uvedeno spektrum podpůrných programů, ve kterých je možno žádat o finanční prostředky. Je ale nutno zdůraznit, že mnoho producentů ovoce na tyto finanční prostředky nedosáhne z důvodu vysoké administrativní náročnosti při vyplňování a podávání žádostí na MZe ČR.

Podpora restrukturalizace ovocných sadů – dotace je určena na zlepšení zdravotního stavu ovocných stromů a zlepšení kvality produkovaného ovoce.

Sazba do 250 000 Kč*ha⁻¹ vysázeného ovocného sadu uznanou sadbou jabloní na výměře min. 1 ha (min. počet stromů 500 ks*ha⁻¹)

- **Diferenciace produktu**

V tomto odvětví se nedá mluvit o výrobkové diferenciaci jako takové, ale spíše se jedná o výběr žádaných odrůd, o které je zájem na trhu. Je třeba si ale uvědomit, že sortiment odrůd nelze měnit na základě momentálních požadavků trhu.

Na základě toho lze konstatovat, že diferenciace produktu nepatří mezi vysoké bariéry vstupu.

- **Kapitálová náročnost**

Mezi jednotlivé složky kapitálové náročnosti patří náklady na založení sadu, které určuje cena půdy a cena výsadbového materiálu, dále nákup a instalace technologie na kapkovou závlahu a nutno počítat i s náklady na výstavbu či rekonstrukci skladů jablek se řízenou atmosférou.

Cena půdy - v České republice se uplatňují dva druhy cen zemědělské půdy:

ceny úřední - jsou to ceny určené pro daňové účely, pro prodej a koupi pozemků ve vlastnictví státu a jsou to ceny stanovené cenovými předpisy Ministerstva financí a Ministerstva zemědělství. Průměrná úřední cena za celou ČR je 5,24 Kč za m².

ceny tržní jsou určovány nabídkou a poptávkou, na jejich výši má prvořadý vliv poloha a velikost pozemku a účel využití kupovaného pozemku. Tabulka uvádí rozdílné tržní ceny pozemků rozdělené dle velikosti prodávané výměry. Nejnižší ceny jsou u pozemků nad 5 ha.

Tab. 1: Tržní ceny vybraných druhů pozemků za období let 1993 – 2002 (Kč.m⁻²)

Druh pozemku	Velikost prodávaných pozemků (ha)								průměr
	Do 0,10	0,10-0,25	0,25-0,5	0,5-1,0	1,0-2,0	2,0-5,0	5,0-10,0	nad 10,0	
Ovocný sad	111,89	84,49	58,23	57,46	51,56	11,92	1,89		57,25
Zahrada	118,83	109,44	52,84	37,10	16,61	17,54	16,67	10,83	80,25

Zdroj: [5]

Náklady na založení sadu a jeho ošetřování do doby plodnosti tvoří významnou část kapitálových nákladů – viz následující tabulka.

Tab. 2: Celkové náklady na zakládání intenzivních sadů v roce 2003 (tis. Kč.ha⁻¹)

Tvar	Počet stromů na ha	Náklady celkem
Vřeteno	2 860	653
Pásová výsadba	1 125	409

Zdroj: [6]

Doplňková závlaha – v moderních intenzivních výsadbách je nezbytná. Podle posledních výzkumů zvyšuje výnosy o 15 – 30 % při vyšší kvalitě plodů. Z různých způsobů závlahy se jako nejvýhodnější jeví kapková závlaha, která je technicky spolehlivá a cenově přijatelná, má nízkou spotřebu závlahové vody a lze ji velmi výhodně kombinovat i s hnojivou závlahou. Náklady se pohybují od 70 tis Kč.ha⁻¹ do 90 tis Kč.ha⁻¹ podle použité technologie[3].

Náklady na oplocení sadu – nelze přesně určit

Nákup speciální mechanizace do sadu – souvisí s úsporami z rozsahu

Náklady na výstavbu či rekonstrukci skladu – jablka jsou výrobně sezónní komoditou, poptávka po jablkách však je celoročně – snížila se pouze v letních měsících, kdy je na trhu dostatek čerstvého ovoce. Proto vybudování skladu s technologií řízené atmosféry by mělo zajistit zvýšení konkurenceschopnosti nového subjektu.

Kapitálová náročnost působí jako velmi významná bariéra vstupu do odvětví produkce jablek.

Metodický přístup je založen na Porterově modelu hybných sil v odvětví [2], hlavně na identifikaci bariér vstupu. V odvětví produkce jablek jsem analyzovala šest bariér vstupu:

- úspory z rozsahu - jde o snížení jednotkové ceny produktu (operace) v závislosti na zvyšování celkového objemu produkce za určité období. To je spojeno hlavně se specializací, hromadnou výrobou a vyspělejší technologií. Tuto výhodu mohou využívat velké firmy a firmy, které mohou sdílet činnosti. Úspory z rozsahu lze překonat vyrovnáním rozsahu nebo diverzifikací
- diferenciací produktu – zavedené firmy mají své zavedené značky a nové firmy nutí k vysokým výdajům na překonání existující loajality zákazníků
- kapitálová náročnost – nutnost investovat velké finanční částky jako podmínka konkurenceschopnosti vytváří vysokou překážku vstupu, v tomto případě je to kapitál nutný k nákupu půdy, výsadbového materiálu a zavedení technologie kapkové závlahy
- přechodové náklady – jsou jednorázové náklady, jež musí vynaložit kupující přecházející od produkce jednoho dodavatele k druhému
- přístup k distribučním kanálům – překážku vstupu pro nově vstupující subjekt může tvořit přístup k distribučním kanálům vlastní produkce
- nákladové znevýhodnění nezávislé na rozsahu – zavedené firmy mohou mít znevýhodnění v nákladech, kterého nemůže dosáhnout nový subjekt vstupující do odvětví [2].

VÝSLEDKY A DISKUZE

Bariéry vstupu jsou faktory ztěžující nebo přímo bránící vstupu nových subjektů do odvětví. Čím jsou vstupní bariéry vyšší, tím více jsou chráněny pozice a zisky subjektů na trhu již působících. Nízké vstupní bariéry naopak lákají nové konkurenty, zvyšují tlak na stávající subjekty a tím snižují zisk v celém odvětví. Čím nižší jsou vstupní bariéry do odvětví, tím více se stávající podniky brání vstupu nových subjektů pomocí odvetných opatření.

Analýza bariér vstupu

- **Úspory z rozsahu**

Sdílení činností s dalšími útvary – úspor lze dosáhnout spoluprací s ostatními útvary rostlinné výroby (náklady na mechanizaci, odbornou práci, nákup a aplikace hnojiv a chemických ochranných prostředků, management).

Činnosti se společnými náklady – je možno jmenovat sdílení nákladů na nákup a provoz mechanizace společné s dalšími útvary rostlinné výroby, odbornou práci, nákup a aplikaci hnojiv a chemických ochranných prostředků

Snižování nákladů - při zakládání nového sadu je nutno počítat s intenzivní výrobou, protože zahušťované výsadby obecně snižují pracovní náklady na tunu vyprodukovaného ovoce. Zejména se jedná o náklady na řez stromů, sklizeň ovoce a chemickou ochranu porostu před škůdci. Intenzivní pěstování jablek v současné době charakterizují nižší pěstitelské tvary a větší počet stromů vysazovaných na jednotku plochy (hustota výsadby pro tvary včetně je až 4000 stromků na ha). Z ekonomického hlediska jsou husté výsadby investičně náročnější a mají kratší životnost. Ekonomická efektivnost těchto výsadeb je podmíněna použitím moderních odrůd a hnojivé závlahy (převážně kapkové). U jabloní nastává začátek hospodářsky významné plodnosti za 2 až 4 roky od založení sadu (včetně, volný zákrs), což umožňuje dosáhnout návratnosti investic i při životnosti sadu 10 – 15 let. K poklesu plodnosti a kvality ovoce dochází kolem 12 - 15 roku od výsadby [1].

Lze konstatovat, že úspory z rozsahu patří v odvětví výroby produkce jablek mezi významné bariéry vstupu.

BARIÉRY VSTUPU V ODVĚTVÍ PRODUKCE JABLEK V ČESKÉ REPUBLICCE

BARRIERS TO ENTRY IN THE CZECH APPLES PRODUCTION INDUSTRY

Dagmar Kudová

Anotace:

Příspěvek, který je součástí řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně MSM 6215648904, analyzuje situaci v odvětví produkce jablek v České republice a je zaměřen na analýzu bariér vstupu do tohoto odvětví. Na základě provedené analýzy lze konstatovat, že v současnosti jsou bariéry vstupu do odvětví produkce jablek poměrně vysoké, což by mělo odradit potenciální nové firmy před vstupem do tohoto odvětví.

Klíčová slova:

odvětví, bariéra vstupu, produkce jablek, úspory z rozsahu, kapitálová náročnost

Abstract:

The paper, which is a part of solution of the research plan of FBE MUAF in Brno, No. MSM 6215648904, analyzes the situation in the industry of apple production in the Czech Republic, and it is focused on an analysis of the barriers to entry in this industry. Based on the performed analysis it is possible to conclude that, currently, the barriers to entry in apple production are rather high, which should discourage potential new entrants from entering this industry.

Key words:

Industry, barriers to entry, production of apples, economies of scale, capital demands.

ÚVOD

Tradiční ovocnářství je v ČR založeno na pěstování ovoce v původně selských zahradách a v silničních stromořadích. Tato produkce ale klesá a lze předpokládat, že její význam bude přibližně do roku 2010 z hospodářského hlediska zanedbatelný [1].

Jablka jsou nejdůležitějším druhem ovoce v ČR, jejich podíl na celkové tuzemské produkci v roce 2003 byl 69 %, roční produkce jablek se pohybovala v letech 1997 až 2003 v rozmezí 221 tis. t po 339 tis. t včetně dopočtu domácností [4]. Hlavním úkolem odvětví produkce jablek je vypěstovat, uchovat a dodat ovoce v dostatečném množství a kvalitě tak, aby byly uspokojeny požadavky zákazníků.

CÍL A METODY

Při analýze odvětví podle Porterovy pracovní definice odvětví [2], je vhodné při zkoumání vztahu mezi skupinou stávajících firem působících v odvětví a potencionálně vstupujícími konkurenty do odvětví zvláště hodnotit bariéry, které brání právě novým firmám ve vstupu do odvětví. V tomto příspěvku je odvětví identifikováno jako odvětví pěstitelů jablek a hrozba nových vstupů v tomto odvětví bude spočívat především v možnosti založení nové firmy nebo rozšíření rostlinné výroby již stávající firmy o pěstování jablek

V roce 2004 pokračoval růst spotřeby mléka a mléčných výrobků. Ve vývoji spotřeby mléka v České republice se tak v podstatě udržuje vzestupný trend, který v odvětví trvá od roku 1995.

Ve vývoji zahraničního obchodu lze sledovat v roce 2004 také růst oproti roku předcházejícímu a to jak v celkové hodnotě objemu dovozu a vývozu, tak i ve finančním vyjádření. Negativní je ovšem skutečnost, že zatímco vývoz je zaměřen více na levnější produkty, ze zahraničí do ČR se dováží výrobky s vyšší přidanou hodnotou.

LITERATURA

- [1] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistická ročenka České republiky 2004*. Praha: Scientia, 2004, 783 s. ISBN 80-250-0853-3
- [2] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Statistická ročenka České republiky 2002*. Praha: Scientia, 2002, 795 s. ISBN 80-7223-760-8
- [3] MZe ČR. *Situační a výhledová zpráva – MLÉKO 2003*. Praha: MZe ČR, 2004. ISBN 80-7084-272-5
- [4] www.cmsm.cz
- [5] www.czso.cz
- [6] www.mze.cz
- [7] www.szif.cz
- [8] www.vuze.cz

Kontaktní adresa:

Ing. Renata Kučerová, Ph.D., PEF MZLU v Brně, Ústav managementu, Zemědělská 1, 613 00 Brno. Tel.: +420-545132525, e-mail: cerna@mendelu.cz

Vývoj celkové domácí spotřeby mléka a mléčných výrobků a spotřeby na 1 obyvatele

Ukazatel/rok	Jednotka	2000	2001	2002	2003	2004
Domácí spotřeba celkem	mil.l	2022,1	2031,7	2067	2080,5	2111,1
Spotřeba mléka a mléčných výrobků na obyvatele v hodnotě mléka bez másla	kg/obyv./rok	214,1	215,1	220,6	223,4	226,7

Pramen: Situační a výhledová zpráva – 2003, ČMSM

Mlékárenské výrobky patří mezi významné a citlivé komodity zahraničního agrárního obchodu, představují především významnou exportní položku. V roce 2004 se na celkovém agrárním exportu podílely asi 17,3 %.

Celková finanční hodnota dovozu mlékárenských výrobků se v roce 2004 v porovnání s rokem 2003 zvýšila o 33,1 %, tj. o 1 231 mil. Kč a dosáhla 4 951 mil. Kč.

Zvýšila se i hodnota vývozu o 31,4 % na celkových 7 512 mil. Kč. Celkové pozitivní saldo se zvýšilo z 1 996 mil. Kč v roce 2003 na 2562 mil. Kč v roce 2004 (růst o 28,3 %).

Nepříznivé je však srovnání vývoje hodnot dovozu a vývozu ve finančním vyjádření s objemem dovozu a vývozu. Zatímco objem vývozu vzrostl o 53,6 %, ve finančním vyjádření to bylo pouze o 31,4 %. Naopak objem dovozu vzrostl o 18,5 %, ve finančním vyjádření to bylo však 33,1 %.

Vývoj dovozu a vývozu mléka a mléčných výrobků v letech 2000 až 2004 ve finančním vyjádření zachycuje 0, celkový objem dovozu a vývozu v tis. kg zachycuje 0.

Zahraniční obchod ČR mlékárenskými výrobky ve finančním vyjádření v letech 2000-2004 v tis. Kč

Ukazatel/rok	2000	2001	2002	2003	2004	index 04/03
Vývoz mléka a výrobků (tis. Kč)	6 436 903	7 488 559	5 130 052	5 715 738	7 511 838	131,4
Dovoz mléka a výrobků (tis. Kč)	2 285 223	2 667 725	3 238 916	3 719 486	4 950 672	133,1
Bilance (saldo) (tis. Kč)	4 151 680	4 820 834	1 891 136	1 996 252	2 561 166	128,3

Pramen: ČSÚ

Zahraniční obchod ČR mlékárenskými výrobky v letech 2000 – 2004 v kg

Ukazatel/rok	2000	2001	2002	2003	2004	index 04/03
Vývoz mléka a výrobků (tis. kg)	152 310	160 827	146 261	156 806	240 907	153,6
Dovoz mléka a výrobků (tis. kg)	68 570	85 663	128 191	131 493	155 853	118,5
Bilance (saldo) (tis. kg)	83 739	75 164	18 071	25 313	85 055	336,0

Pramen: ČSÚ

ZÁVĚR

Z provedeného srovnání lze konstatovat, že v roce 2004 mlékárenský průmysl nakoupil ke zpracování méně mléka než v roce 2003. Celkový nákup mléka poklesl o 1,4 % a dostal se téměř na hodnotu roku 2000. Mléčná kvóta omezující produkci mléka a výrobu mléčných výrobků tak neovlivnila situaci v mlékárenském průmyslu – nákup mléka ke zpracování zaostal za stanovenou mléčnou kvótou v roce 2004 o téměř 7 %.

V roce 2004 došlo k výraznějšímu růstu všech cen ve výrobové vertikále mléko a mléčné výrobky. Nejvíce se zvýšily ceny průmyslových výrobců (o 5 % oproti roku 2003). Ceny vstupní suroviny pro výrobu mléka a mléčných výrobků (CZV) se od května do prosince roku 2004 zvýšily o 4,5 % až na hodnotu 8,34 Kč ze litr. Tento výrazný nárůst ceny mléka byl ovlivněn především zvýšeným zájmem zahraničních zpracovatelů o syrové mléko po vstupu ČR do EU.

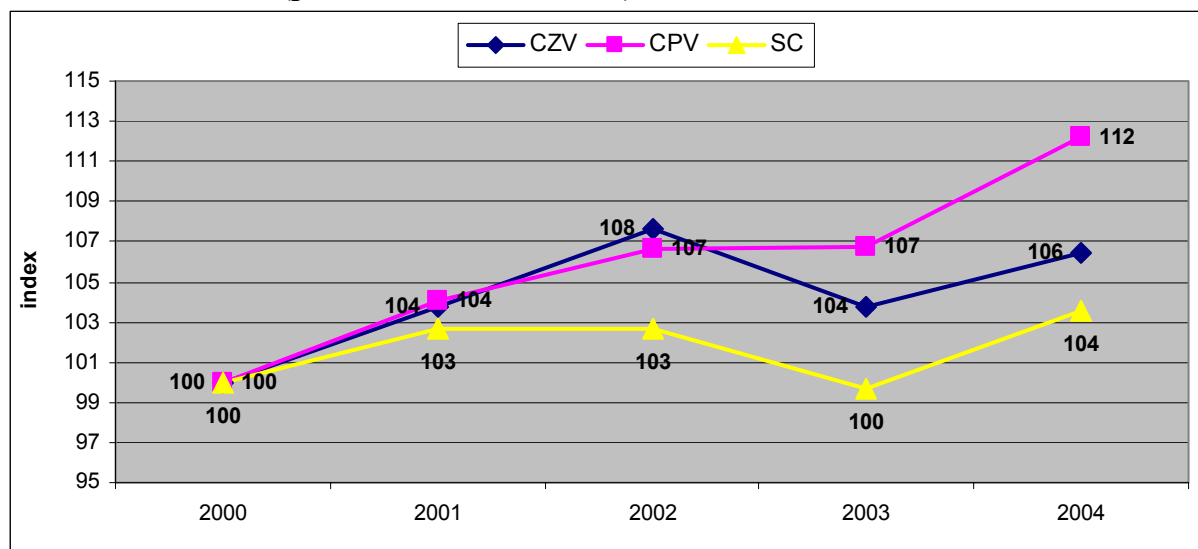
Pro odvětví mlékárenského průmyslu jsou důležité tři druhy cen. *Ceny zemědělských výrobců* (CZV) představují cenu vstupní suroviny, kterou mlékárenské podniky nakupují pro výrobu. *Ceny průmyslových výrobců* (CPV) jsou realizační ceny mléka a mléčných výrobků, za které mlékárny dodávají na trh tzn. svým odběratelům. Spotřebitelské ceny (SC) platí konečný spotřebitel, jejich výše ovlivňuje i úroveň spotřeby.

Vývoj indexů CZV za litr syrového mléka a indexů průměrných CPV a průměrných SC mlékárenských výrobků v letech 2000 až 2004 je uveden na 0.

Z 0 je zřejmý jak nárůst CZV, tak i CPV a SC. Rozdílná je však dynamika vývoje. Ve sledovaném období 2000 až 2004 se nejvíce zvýšily CPV o 12 %, CZV vzrostly o 6 %, nejmenší nárůst byl u SC - pouze o 4 %. Z uvedeného vývoje je také možné sledovat výraznější vzestup v roce 2004 oproti předcházejícímu roku.

Ovšem i když v analyzovaných letech 2000 až 2004 je vývoj CPV a CZV vyšší než růst SC, vývoj cen ve výrobní vertikále mléko a mléčné výrobky od roku 1989 nebyl příliš pozitivní. Zatímco spotřebitelské ceny se od roku 1989 do roku 2004 téměř zpětinasobily, nárůst cen průmyslových výrobců ve stejném období byl pouze 131 %. Ceny zemědělských výrobců zaostávají za růstem spotřebitelských cen ještě více, jejich vzestup od roku 1989 do roku 2004 byl pouze 65 %.

Vývoj průměrných cenových indexů ve výrobní vertikále mléko a mléčné výrobky v letech 2000 – 2004 (průměr roku 2000 = 100)



Pramen: ČSÚ

Celková průměrná spotřeba mléka a mléčných výrobků se v České republice v průběhu 2. poloviny 20. století v návaznosti na zdroje surovin nejdříve snižovala, od roku 1960 začala růst. V roce 1989 dosahovala maximální hodnoty 259,6 kg na obyvatele za rok (v přepočtu na mléko bez másla). Po tomto zlomovém roce spotřeba mléka a mléčných výrobků v České republice výrazně poklesla až na minimum 187,5 kg na obyvatele v roce 1995. Od poloviny 90. let došlo opět k oživení spotřebitelské poptávky, ta začala pomalu růst. V roce 2003 dosahovala 223,4 kg na obyvatele.

V roce 2004 došlo k dalšímu růstu o 1,5 % oproti předcházejícímu roku až na 226,7 kg na obyvatele.

Vývoj průměrné spotřeby mléka a mléčných výrobků v České republice (celkové i na obyvatele) v letech 2000 – 2004 je uveden v 0.

Informace pro provedení analýzy byly čerpány ze situační a výhledové zprávy pro komoditu mléko, z informací Českomoravského svazu mlékárenského (ČMSM), Ministerstva zemědělství ČR, Českého statistického úřadu a Tržního informačního systému Státního zemědělského intervenčního fondu publikovaných na internetových stránkách.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Nákup mléka ke zpracování v mlékárenském průmyslu v ČR se neustále zvyšoval od roku 2000 do roku 2002. V roce 2003 mlékárenský průmysl nakoupil a zpracoval celkem 2 531 mil. l mléka, což představovalo v porovnání s předcházejícím rokem 2002 mírné snížení - o 5 mil. l, tj. 0,2 %.

V roce 2004 však došlo k dalšímu poklesu – o 1,4 % oproti roku 2003 na hodnotu 2497 mil. l mléka.

Celkový nákup mléka tak v roce 2004 o téměř 7 % zaostal za úrovní objemu stanoveného produkční kvótou, dojednanou s Evropskou unií pro Českou republiku 2737 mil. kg mléka, což je v přepočtu na litry mléka 2658 mil. litrů.

Průměrná nákupní cena za 1 litr syrového mléka tříd jakosti I. a Q. se v roce 2004 meziročně zvýšila ze 7,79 Kč za litr na 8,06 Kč za litr (růst o 0,27 Kč za litr). I když tato průměrná nákupní cena, které bylo v roce 2004 dosaženo, je nižší než průměrná nákupní cena v roce 2002 (8,12 Kč za litr), z Obr. 1 je zřejmý výrazný vzestupný trend po 1. 5. 2004. V květnu 2004 byla průměrná nákupní cena mléka 7,99 Kč za litr, v prosinci 2004 již 8,34 Kč za litr, což je nejvyšší hodnota, které bylo v průběhu analyzovaných let dosaženo.

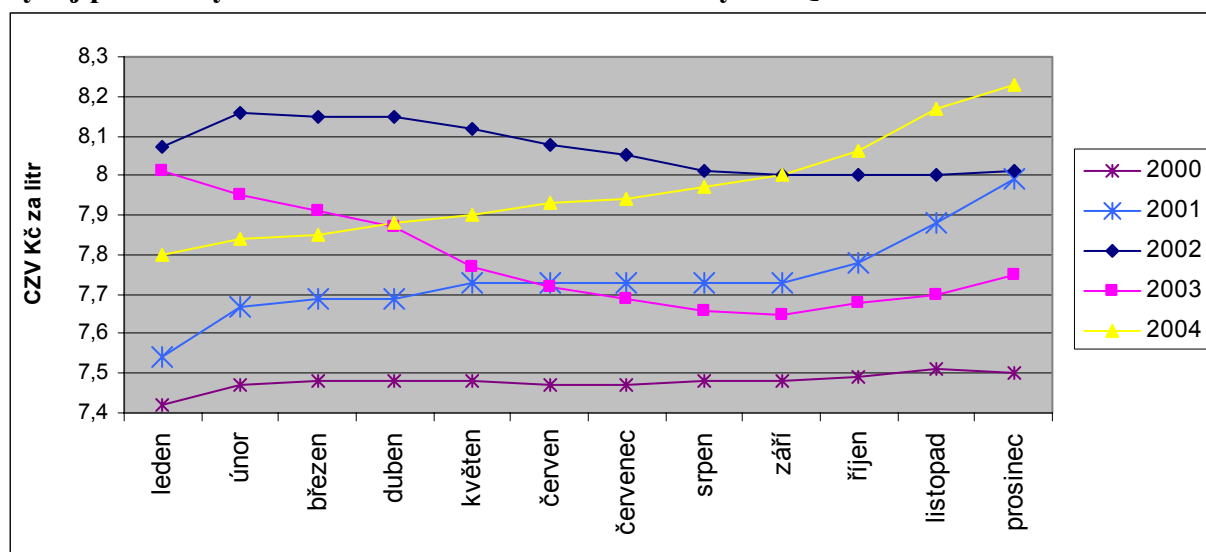
Vývoj nákupu mléka ke zpracování a nákupních cen syrového mléka (ceny zemědělských výrobců – CZV) jakostních tříd I. a Q. uvádí 0. 0 zachycuje měsíční vývoj CZV v letech 2000 až 2004.

Vývoj nákupu mléka ke zpracování a nákupních cen mléka (CZV) v ČR

Ukazatel/rok	Jednotka	2000	2001	2002	2003	2004
Nákup mléka ke zpracování	mil. l	2 493	2 512	2536	2531	2497
CZV za mléko třídy I. a Q.	Kč. l ⁻¹	7,53	7,85	8,12	7,79	8,06

Pramen: Situační a výhledová zpráva – 2003, Zemědělství 2001,2002,2003,TIS SZIF, ČMSM

Vývoj průměrných měsíčních CZV za litr mléka třídy I. a Q. v letech 2000 - 2004



Pramen: TIS SZIF

MLÉKÁRENSKÝ PRŮMYSL V ČR PO VSTUPU DO EU

THE DAIRY INDUSTRY IN THE CZECH REPUBLIC AFTER THE INTEGRATION IN THE EU

Renata Kučerová

Anotace:

Příspěvek se zabývá analýzou odvětvového prostředí mlékárenského průmyslu v České republice. Pozornost je věnována především změnám ve struktuře a vývoji základních charakteristik odvětví, ke kterým došlo v souvislosti se vstupem ČR do Evropské unie.

Objem nákupu mléka ke zpracování se v roce 2004, ve kterém se stala Česká republika členem Evropské Unie, snížil oproti roku 2003 o 1,4 % na 2,497 mld. litrů. Průměrná nákupní cena mléka vlivem vnějších změněných podmínek se naopak výrazně zvýšila ze 7,99 Kč za litr v měsíci květnu na 8,34 Kč za litr v prosinci.

Příspěvek je součástí řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně č. MSM 6215648904.

Klíčová slova:

odvětví, mlékárenský průmysl, Česká republika, Evropská unie, spotřeba, zahraniční obchod

Abstract:

The paper deals with the analysis of the dairy industry in the Czech Republic. The attention is paid to the changes in the structure and development of basic characteristics of the industry, which cohere with the Integration of the Czech Republic into the European Union.

The milk volume, which was bought for processing in the dairy industry in the Czech Republic in 2004, went down by 1.4 % to 2.497 milliard litres in the comparison to the previous year 2003. In the other side the average purchase price went up from 7.99 CZK per litre in the May 2004 to 8.34 CZK per litre in the December 2004.

The paper is a part of solution of the research plan of the FBE MUAF in Brno, no. MSM 6215648904.

Key words:

industry, dairy industry, Czech Republic, European Union, consumption, foreign trade

ÚVOD

Mlékárenský průmysl patří mezi odvětví, které byly vstupem do Evropské unie významně ovlivněny. Nejen, že se otevřel trh jak pro zahraniční podniky v České republice, tak i pro české výrobce v zemích Evropské unie, došlo k odbourání bariér v rámci EU a změně zahraniční politiky vůči třetím zemím. Mlékárenské provozy musely navíc na rozdíl od některých jiných odvětví splnit pro vstup do EU mnoho přísných hygienických potravinářských a veterinárních norem. Také v platnost vstoupila nová mléčná kvóta, která reguluje množství produkce v mlékárenském průmyslu.

CÍL A METODIKA

Cílem příspěvku je analyzovat změny, ke kterým v odvětví mlékárenského průmyslu v ČR došlo v souvislosti se vstupem České republiky do Evropské unie.

Základní použitou metodou je komparace v čase, dále pak metoda analýzy a syntézy. Práce vychází ze srovnání situace v mlékárenském průmyslu ČR v roce 2000, 2001, 2002 a 2003 (situace před vstupem do EU) a se situací v odvětví v roce 2004 (po vstupu do EU).

8. TRUNEČEK, Jan. *Znalostní podnik ve znalostní společnosti*. První vydání. Professional Publishing, Praha 2003, 312 s. ISBN 80-86419-35-5

Kontaktní adresa autora:

Růžena KRNINSKÁ, Doc. Ing., CSc.

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta - katedra řízení

Studentská 13, 370 05 České Budějovice, Česká republika

Tel: 00420 387 772 485 Fax: 00420 387 772 486

e-mail: krninska@zf.jcu.cz

Zatímco *koncepte maskulinity* je ve výrobních podnicích vysoká, v bankách je nevyhraněná – indiferentní, posouváním se ke *konceptu feminity*. V žebříčku společně sdílených asociací bank se na jeho vrcholu objevují pojmy – *matka, ideální žena*, což souvisí jak s umírněným řešením konfliktů, tak se vztahem ke společenství. Např. *lidé a kamarádi* se nacházejí u bank v první polovině sdíleného hodnotového žebříčku asociací, ve výrobních podnicích v druhé polovině, a *ideál muže* je u výrobních podniků na špici.

Vztah k *nejistotě a neurčitosti* je presentován především pojmem *změna* (výrobní podniky 49, banky 41 místo z 51 možností). V této souvislosti ve výrobních podnicích vysoko vystupuje *strach*, v bankách *úzkost*. Ve *znalostní ekonomice* jsou hodnotami tvůrčí kultury vztah ke změně, pokroku s přijímáním rizika, improvizace, fantazie. To jsou hodnoty v současnosti ve vybraných firmách *postrádané*.

Krátkodobá a dlouhodobá orientace je především prezentována pojmem samotné *budoucnosti*. Ve výrobních podnicích je *budoucnost* asociována na 7 místě, *minulost* na 45 místě. V bankách se objevuje *budoucnost* na posledním 51 místě, *minulost* je na 35. Výrobní podniky, které přežily do současnosti už před sebou perspektivu cítí, začínají se orientovat dlouhodoběji, zatím se stavu nevyhraněnosti (*smrt* příliš vysoko na hodnotovém žebříčku). Ale v bankách po přechodu na e-malové a telefonní bankovníctví je preferován stav minulosti před obavami z další budoucnosti. *Vzdělání* je v hodnotovém žebříčku asociací výše v bankovníctví (12 místo) oproti výrobním podnikům (25 místo). Tam je tento termínem navazující na terminologii znalostní ekonomiky méně sdílen.

ZÁVĚR

Koncepce znalostní ekonomiky je spjata s celoživotním učením a podporou rozvoje lidského potenciálu, zvláště jeho tvůrčích schopností. Tyto trendy jsou silně podporované v rámci Evropské unie. Rozhodující roli budou mít v tomto procesu proměny manažeri. Jako součást tohoto dění je třeba vytvořit nezbytnou příslušnou atmosféru v organizaci, podporovanou vytvářenou podnikovou kulturou. Ta by měla mít rysy nízkého mocenského odstupu, kolektivismu s rozvinutou týmovou prací, koncepcí feminity, se vztahem k nejistotě a neurčitosti, bez obav z nejistoty v dlouhodobé orientaci. Výrobní podniky se svými kulturními dimenzemi jsou tomuto ideálu v současnosti vzdálenější než-li banky. Začínají se tedy nepatrně objevovat trendy nového směřování. Musíme připustit, že v oblasti kulturních aspektů se tyto změny objevují daleko pomaleji, než v oblastech jiných. Rozhodujícím momentem bude přijetí takovéto filosofie se sociologickými a psychologickými aspekty do problematiky společnosti, do její politiky a zvláště pak ve výchově budoucího nového managementu na vysokých školách.

Literatura

1. BEDRNOVÁ, E. - NOVÝ, I. a kol. *Psychologie a sociologie řízení*. Vydání 1. Praha: Management Press, 1998. 559 s. ISBN 80-8594333-57-3
2. HOFSTEDE, G.: *Kultury a organizace. Software lidské mysli. (Spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití.)* Universita Karlova Praha, Filosofická fakulta 1999, s.208
3. HORALÍKOVÁ, Marie – ZUZÁK, Roman. *Talenty v podnikové praxi.*(Monografie). První vydání, ČZU, Praha: 2005, s.88 ISBN 80-213-1229-0
4. GIBSON, Rowan: *Nový obraz budoucnosti (Přední osobnosti světového managementu a sociálního myšlení o budoucnosti podnikání, konkurence, řízení a trhu)*. Vydání 2. Managenet Press. Praha 2000, 261 s. ISBN 80-7261-036-8
5. NOVÝ, I. a kol.: *Interkulturální management. (Lidé, kultura a management.)* Vydání první. Grada Publishing, Praha: 1996, 144 s. ISBN 80-7169-260-4
6. PAVLICA, Karel a kol. *Sociální výzkum, podnik a management. (Průvodce manažera v oblasti výzkumu hospodářských organizací.)* Vydání 1. Praha: Ekopress, 2000, 161 s. ISBN 80-86119-25-4
7. ŠČEPICHIN, V.- ŠČEPICHINOVÁ, J.- KOLÁŘOVÁ, H.: *Test barvově sémantického diferenciálu.* Nakladatelství Vadim, České Budějovice 1992, 99 s.

Kolektivismus je typický pro společnost, ve které jsou lidé integrováni do silných, soudržných skupin. *Obava z nejistoty* souvisí s maximalizací jistoty a minimalizací rizika, rozhodujícím prvkem je přijímání změn a stavu neurčitosti. *Maskulinní kultura* je orientovaná na výkon, konkurenci, úspěch a kariéru, *feminní kultura* je zaměřena na solidaritu, pochopení, toleranci a dobré mezilidské vztahy, řešení problémů umírněnou cestou. O *krátkodobém či dlouhodobém zaměření* vypovídá způsob orientace společností. Dlouhodobá orientace je příznačná pro společenství, ve kterém jsou podporovány a prosazovány hodnoty zaměřené na budoucnost. V krátkodobě orientovaném společenství je důraz kladen na hodnoty související s přítomností a minulostí.

Kulturní dimenze	výrobní podniky	bankovníctví
1. mocenský odstup	vysoký	spíše vysoký
2. vztah individuum a společnost (individualismus X kolektivismus)	vysoký individualismus	spíše individualismus
3. koncepce maskulinity a feminity (způsoby řešení konfliktů)	vysoká maskulinita	indiferentnost
4. vztah k nejistotě a neurčitosti (obava z nejistoty)	vysoká obava z nejistoty	spíše obava z nejistoty
5. krátkodobá a dlouhodobá orientace	Indiferentnost	spíše krátkodobá

Tabulka č. 1: Kulturní dimenze managementu v bankovníctví a výrobních podnicích

V kulturní dimenzi *mocenského odstup* a *vztahu k autoritě* mají manažeři ve výrobních podnicích vysoký mocenský odstup, v bankovníctví už není tento rozdíl tak výrazný. Je to způsobeno v těchto výrobních podnicích i zřejmě tím, že zde zůstal původní český management, který stále ještě nepřekonal totalitní práci s informacemi, kdy top-management měl s předstihem určitý typ informací a určitým způsobem s nimi pracoval a nepředával je dále. Díky větší propojenosti a míře práce s informacemi v elektronické podobě je situace v bankách o stupeň lepší. Klíčové slovo *nadřizený*, které vypovídá o vztahu k autoritě se nachází téměř na samém konci hierarchie asociovaných hodnot (výrobní podniky 48, banky 42 místo z 51 možností). Mocenské ambice manažerů v mnoha organizacích jsou stále v současnosti výrazným problémem, vedou k soustředění na technický chod organizace a brzdí komunikaci mezi nejvyššími a nejnižšími úrovněmi v organizacích.

Pro nástup znalostní ekonomiky (prezentované „učícími se organizacemi“) je nezbytný přístup k širokému spektru všech informací a spíše nižší a nízký mocenský odstup. Bohužel jsou stále ještě top managementem odmítány neformální struktury, s přirozenou neformální autoritou v čele, vztahy jsou zatím zatíženy více nebo méně formalismem a technokratismem. „*Učící se organizace*“, jsou charakteristické kooperací, atmosférou tolerance s dobrou úrovní komunikace.

Obdobně je tomu také ve vztahu *individualismus a kolektivismus*. Individualistické mocenské ambice manažerů vedou k centralizaci moci do vlastních rukou, spíše je volen systém zadávání úkolů a jejich kontroly, spojený často s neochotou delegovat kompetence a pravomoci na podřízené a stojící často i proti týmové práci.

Kolektivistická atmosféra spojená s dobrými pracovními podmínkami, určitou škálou jistot, může podporovat proces celoživotního učení a ve znalostní ekonomice, spojené s tvůrčími hodnotami kultury by se měl objevovat prostor pro jednání a volnost jednání s uvědomělou odpovědností.

biosféry, začínají se geometrickou řadou objevovat diskontinuitní změny. Na ně bude muset člověk tvůrčím způsobem reagovat při respektování přírodních obecně platných zákonitostí. Tento trend byl nastoupen v Evropské unii a byl potvrzen Lisaboským summitem. Evropská unie má v úmyslu stanovit pravidla, která by vedla k „trvale udržitelnému rozvoji“, spočívajícím na vyváženém hospodářském růstu a cenové stabilitě, vysoce konkurenční sociální tržní ekonomice, zaměřené na plnou zaměstnanost a sociální pokrok se zachováním regionální kultury s vysokou úrovní ochrany a zlepšování kvality prostředí, spojeného s péčí o krajinu. Plně podporuje proto rozvoj lidských zdrojů, který má zabezpečit nastoupenou cestu.

CÍL A METODY

Současná věda nám nabízí dvě základní alternativy sociálního výzkumu podle PAVLICI (2000), založené na kvalitativních a kvantitativních metodologických přístupech, přičemž rozhodnutí, ke které názorové tradici se přiklonit, nechává výlučně na badateli. Na pomyslném rozhraní mezi kvalitativními a kvantitativními metodami se nachází metoda sémantického diferenciálu, která v praxi sociálního výzkumu přináší širokou škálu využití. Lze ji použít jako relativně rychlý a přitom spolehlivý prostředek zjišťování různých postojů pracovníků organizací i jejich managementu. V našem případě se jako jedinečný jeví Test barvově sémantického diferenciálu (dále jen TBSD - Ščepichin, 1992). TBSD, který byl již téměř před deseti lety zařazen mezi metody používané v České psychologické diagnostice. Je vhodný pro použití i v sociální a kulturologické sféře pro vyhodnocování a nalezení kulturních dimenzí, které societa sdílí. Které pojmy (v TBSD podnětová slova) jsou nejčastěji asociovány mezi asociacemi členů society, tím spíše lze říci, jaké společné hodnoty jsou sdíleny, či jaké kulturologické aspekty různých societ jsou významné. Informace z TBSD, který vyplnili zkoumaní manažeři, byly zpracovány počítačovým programem VADIM, který je součástí dotyčného testu. Byly stanoveny asociace I. řádu u jedenapadesáti podnětových slov, která se pohybují na transkulturní úrovni. Dále bylo pomocí matematicko-statistických metod sestaveno pořadí nejčastěji asociovaných pojmů podle jejich četnosti. Vystupující asociativní řetězce na nevědomé úrovni podnikového managementu vypovídají o stavu hodnot a postojů v podnikové kultuře. Výzkumně byl sledován stav kulturních dimenzí managementu v bankovníctví (3 banky) oproti velkým výrobním podnikům (3 výrobní podniky) na českobudějovicku (celkem 64 manažerů)

VÝSLEDKY A DISKUZE

Výsledkem výzkumu je popis kulturních dimenzí managementu, přičemž vycházíme z předpokladu, že management svým chováním rozhoduje o kulturních dimenzích v organizaci (*Senge in Gibson, 2000*). Manažeři jsou vzorem chování pro ostatní, tudíž i základem podnikové kultury. Kulturní dimenze jsou popsatelné především ve dvou rovinách. První rovinou jsou *základní životní představy, hodnoty a postoje*, které jsou na nevědomé úrovni a z nich plynoucí *pravidla pracovního a sociálního jednání*, která jsou funkční, viditelná a zjistitelná jednoznačně na úrovni vědomé, jak také konstatuje *Bedrnová-Nový, (1998)*. V našem případě jsou kulturní dimenze popisované v první rovině, které jsme získali na základě pořadí nejčastěji asociovaných podnětových slov, ty se pak projevují v postojích a jednání manažerů významně ovlivňují proces podnikové kultury i podnikového řízení. K popisu byly použity kulturní dimenze, jak byly determinovány *Hofstedem (1999)* v pěti úrovních – tabulka č.1.

Vztah k autoritě je prezentovaný jako *mocenský odstup*, či jako malá nebo velká mocenská distance. *Individualismus* (jednotlivec je cílem i prostředkem řízení) a *kolektivismus* (řídící aktivity orientovány na skupinu). Individualismus je protikladem kolektivismu a je příznačný pro společnost, ve které jsou vztahy mezi jednotlivci volné: očekává se, že každý se stará zejména o sebe a svou bezprostředně blízkou rodinu.

PODNIKOVÁ KULTURA VE ZNALOSTNÍ EKONOMICE

CORPORATE CULTURE IN KNOWLEDGE ECONOMY

Růžena Krninská

Anotace:

Globalizace jako celosvětový proces typický diskontinuítním tokem změn vyžaduje rozvíjení a využívání tvůrčích schopností jednotlivce pro budoucí znalostní ekonomiku. Evropská unie podporuje rozvoj lidských zdrojů formou celoživotního učení nezbytného ve znalostní ekonomice. Atmosféra podnikové kultury v organizacích je jedním z prvků, který může zabezpečovat plynulý přechod do znalostní ekonomiky. V článku je prezentován popis současné podnikové kultury bank a některých výrobních podniků.

Klíčová slova:

globalizace, Evropská unie, znalostní ekonomika, podniková kultura, lidské zdroje

Abstract:

Globalization as world process typical discontinuous flow of change uses development and using abilities for future knowledge economy. The European Union supports development of human resources through of the whole-life learning, which is necessary in knowledge economy. The atmosphere of corporate culture in organizations is one of attributes, which can ensure fluent incoming into knowledge economy. The article deals with presentation of temporary corporate culture of banks and some production companies.

Key words:

globalization, the European Union, knowledge economy, corporate culture, human resources

ÚVOD

Současné lidské společenství na planetě se nachází v období převratných globalizačních tendencí, lze je srovnat s úrovní změn spojených s průmyslovou revolucí. Závěr dvacátého století představoval konec paradigmatu, který dospěl z hlediska ekonomického k vrcholům „industriálního“ světa. Začíná paradigma nového světa „postindustriálního“ – kde základem ekonomiky nebudou výrobní prostředky, jako je půda, peníze a suroviny, ale intelektuální kapitál. Svět vstupuje do nové ekonomiky – „ekonomiky znalostní“ a *lidský kapitál* se stává nejdůležitější formou kapitálu, ostatní formy, peníze, půda a technologie se stávají na něm kriticky závislé a budou čím dál více intelektuálnímu kapitálu podřízeny (Truneček, 2003). Ve znalostní ekonomice se firmy stávají „učícími se organizacemi“, což nelze zužovat na systém vzdělávání pracovníků, ale zaznívá tu prvek týmové spolupráce a v něm společné učení založené na výměně informací a podpoře všech k jejich získávání. Souvisí to se zvyšováním inteligence organizace a uvolňování potenciálu jejích pracovníků. Hodnota inteligence vzrůstá na stupnici inteligence od kognitivních znalostí k sebemotivující tvořivosti (Horalíková – Zuzák, 2005). Rozvíjení tvořivosti jako součásti lidského potenciálu se postupně bude stávat stále větší nutností, protože trend globalizačních procesů s diskontinuítním tokem se je bude vynucovat. Globalizace dosáhla rozměrů naší planety a také její biosféry, v okamžiku, kdy převáží zájmy preferující okamžitý a maximální zisk, tj. začnou dlouhodobě fungovat lidské činnosti v rozporu se zákonitostmi

hospodařících rolníků ocenění vlastní vynaložené práce. Tuto práci soukromě hospodařící rolníci buď vůbec neoceňují nebo oceňují velmi nízko. Oceňují ji zpravidla pod úroveň minimální mzdy. V souvislosti s takto nízkým oceněním práce je uváděn názor respondentů, že docílují hranice rentability. Vedle uvedeného názoru existuje skupina respondentů (8 %), především soukromě hospodařících rolníků, kteří nejsou schopni názor na vztah nákladů a ceny uvést vzhledem k tomu, že neprovádí kalkulace nákladů na jednotku produkce. Někteří respondenti dokonce nesledují ani náklady na jednotlivé produkty, ale vedou své účetnictví pouze za podnik jako celek (BLÁHOVÁ, 2005).

ZÁVĚR

Hlavní příčina nižších nákladů u sledovaných obilnin spočívá v absenci užívání chemických ochranných prostředků u ekologických subjektů a také průmyslových hnojiv. Výrazně nižší jsou u ekologicky pěstované pšenice ozimé oproti konvenčnímu způsobu pěstování i přímé mzdové náklady, což ale může být způsobeno jednak tím, že soukromě hospodařící rolníci neoceňují svou vynaloženou práci a jednak tím, že sklizeň zabezpečují dodavatelským způsobem, což se odráží v ostatních přímých nákladech a službách.

Hektarový výnos je v ekologickém zemědělství u všech plodin výrazně nižší než v konvenčním zemědělství. Například u ječmene sladovnického, který v ekologickém zemědělství dosahuje nejvyšší hodnoty hektarového výnosu oproti pšenici ozimé a pšenici špaldě, je hodnota hektarového výnosu oproti konvenčnímu zemědělství o 13 % nižší.

Pšenice špalda vykazuje zisk na jednu tunu zrna 1 476 Kč, zatímco pšenice ozimá z konvenčního způsobu hospodaření pouze 994 Kč. Lze tedy konstatovat, že pšenici špaldu je možné považovat za plodinu ekonomicky zajímavou.

SEZNAM LITERATURY

1. Anonym: Ekologické zemědělství získává silnější pozici. Hospodářské noviny, 26. června 2002
2. Bláhová, Z.: Produkty ekologického zemědělství a jejich konkurenceschopnost. Diplomová práce ČZU PEF, Praha, 2005, s.66
3. Doubravská M.: Křížem krážem českým biosvětlem. Ministerstvo zemědělství ČR. Praha, 2004
4. Mikula, P. - Stříbrná, M: Agroturistika a biopotraviny: základ prosperity farmy: právní, finanční a informační podnikatelské minimum, Ústav zemědělských a potravinářských informací, Praha, 2003, s. 13
5. Moudrý, J.: Kvalita, zpracování a odbyt bioproduktů, Jihočeská univerzita, Zemědělská fakulta, České Budějovice, 2001, s. 87
6. Vavřínová, J.: Certifikace produktů nekonvenčního zemědělství. Diplomová práce ČZU PEF, Praha, 2005, s. 72

Kontaktní adresa:

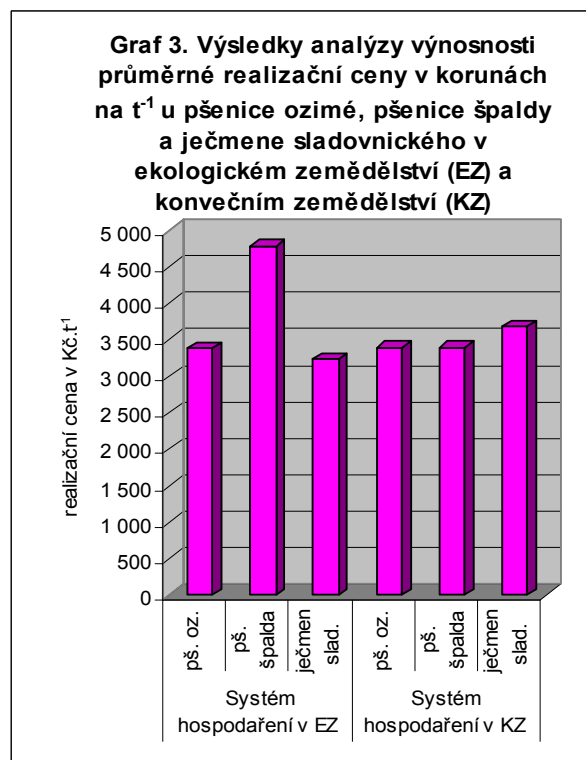
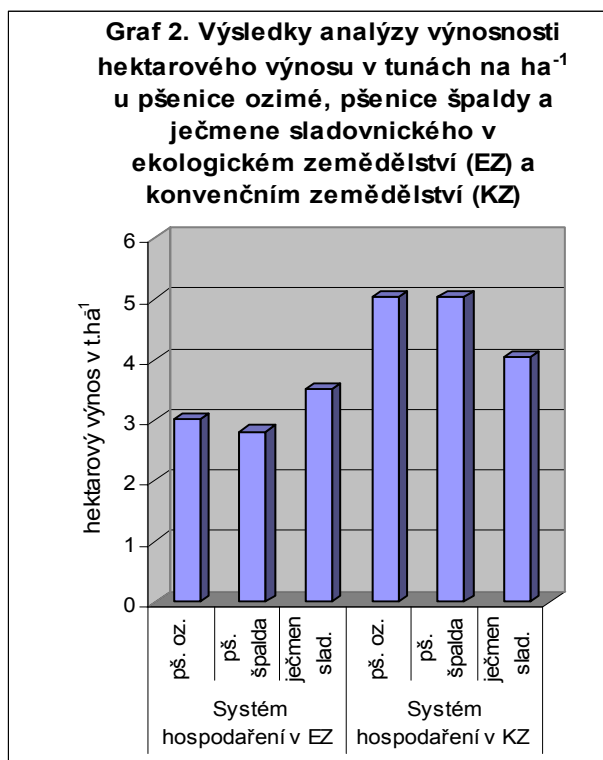
Ing. Kateřina Kovářová, Ph.D*, Doc. Ing. Zdeněk Ledvinka, CSc**, Ing. Miroslav Samek, CSc, *

Česká zemědělská univerzita v Praze,

*Provozně ekonomická fakulta, Katedra obchodu a financí

** Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů, Katedra speciální zootechniky
Kamýcká 129, Praha 6 – Suchbátka, Tel: 224382884, e- mail: kovarovak@pef.czu.cz

osiva pšenice špaldy oproti pšenici ozimé. Vyšší jsou i ostatní přímé náklady a služby, důvod je obdobný jako důvod uváděný u pšenice ozimé (BLÁHOVÁ, 2005).

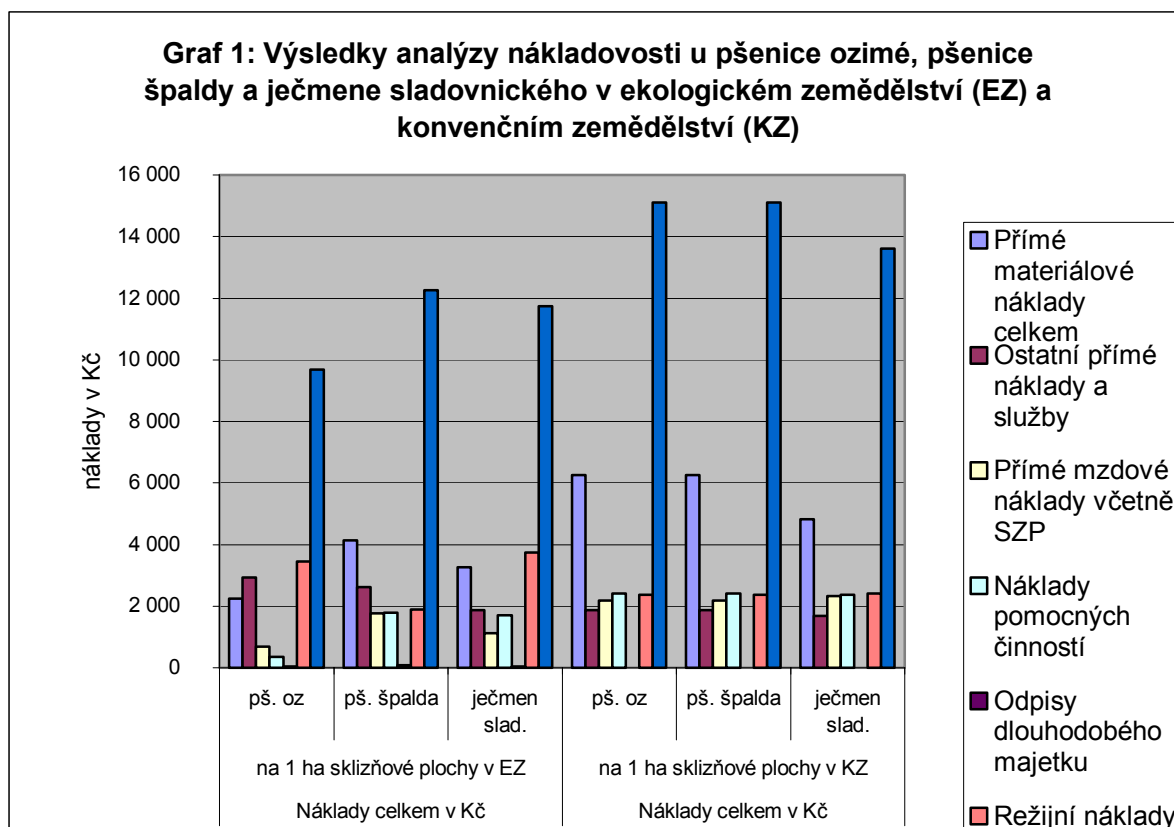


Z grafu 2 je zřejmé, že hektarový výnos je v ekologickém zemědělství u všech plodin výrazně nižší než v konvenčním zemědělství, což se promítá v daleko vyšších nákladech na 1 t zrna. Například u ječmene sladovnického, který v ekologickém zemědělství dosahuje nejvyšší hodnoty hektarového výnosu oproti pšenici ozimé a pšenici špaldě, je hodnota hektarového výnosu oproti konvenčnímu zemědělství o 13 % nižší (VAVŘINOVÁ, 2005).

Nejvyšší rozdíl v hektarových výnosech v ekologicky a konvenčně pěstovaných plodinách je u pšenice špaldy, jejíž hektarový výnos v ekologickém způsobu hospodaření je o 44 % nižší než v konvenčním způsobu hospodaření. Z grafu 3 je zřejmé, že nejvyšší průměrná realizační cena je u pšenice špaldy v ekologickém způsobu hospodaření. Pšenice špalda vykazuje zisk na jednu tunu zrna 1 476 Kč, zatímco pšenice ozimá z konvenčního způsobu hospodaření pouze 994 Kč. Lze tedy konstatovat, že pšenici špaldu je možné považovat za plodinu ekonomicky zajímavou. Významný je i její přínos pro potravinářské účely. U pšenice ozimé je průměrná realizační cena v ekologickém i konvenčním systému hospodaření přibližně stejná, vykazuje výši okolo 3 300 Kč za jednu tunu zrna. Je tedy zřejmé, že ekologicky produkované zrno pšenice je prodáváno v cenách pšenice produkované konvenčně, jak pro potravinářské, tak krmné účely. U obou srovnávaných souborů se pšenice ozimá jeví jako plodina rentabilní, ovšem v souboru konvenčně hospodařících podniků vzhledem k nižším nákladům je tento produkt rentabilnější (MIKULA a STRÍBRNÁ, 2003).

Ječmen sladovnický vykazuje v ekologickém hospodaření nižší realizační cenu, a to o 451 Kč.

Převážná většina (78 %) respondentů ze sledovaných podniků uvádí, že náklady na ekologickou produkci jsou vyšší než ceny, za které tyto produkty realizují. Odhadovaný rozdíl převýšení nákladů oproti ceně se pohybuje od 10 do 30 %. Část respondentů (9 %) své náklady odhaduje naopak pod úroveň cen. I zde je poměrně velké rozpětí uváděného rozdílu, které se pohybuje od 8 do 30 %. Zde jsou však důležité produkty, na které se respondenti zaměřují. Názor, že náklady jsou nižší než cena uvádí především ekologičtí pěstitelé špaldy, pohanky a žita. Problémem s úrovní nákladů velmi úzce souvisejícím je u soukromé



Hlavní příčina nižších nákladů spočívá v absenci užívání chemických ochranných prostředků u ekologických subjektů a také průmyslových hnojiv. Výrazně nižší jsou u ekologicky pěstované pšenice ozimé oproti konvenčnímu způsobu pěstování i přímé mzdové náklady, což ale může být způsobeno jednak tím, že soukromě hospodařící rolníci neoceňují svou vynaloženou práci a jednak tím, že sklizeň zabezpečují dodavatelským způsobem, což se odráží v ostatních přímých nákladech a službách. Celková částka nepřímých nákladů zahrnujících náklady pomocných činností a režijní náklady, činí u ekologické pšenice 3 796 Kč na 1 ha sklizňové plochy, zatímco u konvenční pšenice 4 795 Kč. Rozdíl je z obdobných důvodů jaké byly již uvedeny u přímých mzdových nákladů, sklizňové práce u ekologických soukromě hospodařících rolníků jsou zabezpečovány především dodavatelsky. Druhou plodinou s nejnižšími celkovými náklady je ječmen sladovnický z ekologického způsobu hospodaření, který oproti ekologicky pěstované pšenicí špaldě dosahuje téměř o 5 % nižších celkových nákladů a oproti konvenčnímu ječmenu o 14 % nižších celkových nákladů, tj. o 1 865 Kč. I v tomto odvětví jsou vykazovány u ekologického způsobu pěstování ječmene oproti konvenčnímu ječmenu výrazně nižší hodnoty u hnojiv celkem (o 1 031 Kč), což je opět dáno tím, že v ekologických systémech hospodaření nelze využívat průmyslová hnojiva. Výrazně nižší přímé materiálové náklady celkem (o 1 542 Kč) jsou dány i nepoužíváním chemických ochranných prostředků. Nižší mzdové náklady jsou ovlivněny i tím, že ekologické podniky převádí zpravidla část svých mzdových nákladů do nákladů režijních (MIKULA a STRÍBRNÁ, 2003). Plodinou s nižšími celkovými náklady v ekologickém zemědělství oproti konvenčnímu zemědělství je i pšenice špalda, která dosahuje v ekologickém systému o 19 % nižších celkových nákladů, tj. o 2 830 Kč než u konvenčně pěstované pšenice. Příčiny jsou obdobné jako u pšenice ozimé. I v tomto odvětví jsou výrazně nižší náklady na hnojiva a prostředky ochrany rostlin. Rovněž přímé mzdové náklady jsou nižší u ekologických podniků, avšak ne v takové míře, jako u pšenice ozimé. U pšenice špaldy se naopak projeví vyšší náklady na osivo, což je dáno vyšší cenou

ztrát, které tento způsob hospodaření přináší. Farmáři dostávají 3 520 korun na hektar orné půdy, 1 100 korun na hektar travního porostu, 12 235 korun na hektar trvalých kultur a 11 050 korun na hektar zeleniny a bylin na orné půdě. Agrární politika unie se do budoucna zaměří na podporu ekologického zemědělství ještě více než teď, protože Česká republika má přes polovinu území v méně příznivých oblastech, do nichž se hodí právě ekologické hospodaření (ANONYM, 2002).

CÍL

Konkurenceschopnost produktů ekologického zemědělství byla sledována z hlediska nákladů a výnosů u vybraných plodin, a to u pšenice ozimé, pšenice špaldy a ječmene sladovnického.

METODIKA

K zjištění nákladovosti a výnosnosti produktů v rostlinné výrobě u vybraných plodin – pšenice ozimé, pšenice špaldy a ječmene sladovnického bylo použito informací o nákladovosti a výnosnosti z dotazníku od 47 sledovaných podniků. Nákladovost a výnosnost vybraných ekologických plodin byla srovnávána s nákladovostí a výnosností těchto plodin pěstovaných v systému konvenčního zemědělství. Údaje z konvenčního zemědělství byly získány z Výzkumného ústavu zemědělské ekonomiky v Praze. V případě pšenice špaldy byly srovnávány výsledky s konvenčně pěstovanou pšenicí ozimou získané z Výzkumného ústavu zemědělské ekonomiky v Praze z toho důvodu, že u konvenčně hospodařících podniků nejsou údaje pro pšenici špaldu uváděny. V dotazníku, který byl východiskem pro zjištění základních informací o vybraných ekologických podnicích, byly formulovány i dotazy, které byly směřovány ke zjištění názorů respondentů na různé problémy souvisejících s ekologickým podnikáním. Názory byly shrnuty do následujících okruhů:

1. názory respondentů ze sledovaných podniků na vztah cen a nákladů na ekologické produkty,
2. názory respondentů na problémy související s provozováním ekologického zemědělství,
3. využití dotací respondenty ze sledovaných podniků.

Tabulky a grafy byly zpracovány v programu Microsoft Excel.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Pšenice ozimá je komoditou, které se ve sledovaných ekologicky hospodařících podnicích věnuje poměrně značná část podniků (27,66 %). Pšenici špaldu pěstuje ekologickým způsobem 14,89 % vybraných ekologických podniků. Ječmen je rovněž poměrně rozšířenou plodinou, z vybraných ekologických podniků ho pěstuje 23,40 %.

Z grafu 1 vyplývá, že nejnižších celkových nákladů dosahuje ekologicky pěstovaná pšenice ozimá, jejíž celkové náklady jsou o 21 % nižší než celkové náklady ekologicky pěstované pšenice špaldy a o 18 % nižší než celkové náklady ekologicky pěstovaného ječmene sladovnického. Oproti konvenčnímu způsobu pěstování jsou celkové náklady ekologicky pěstované pšenice nižší o 36 % oproti konvenční pšenici a o 29 % nižší oproti konvenčnímu ječmenu sladovnickému.

KONKURENCESCHOPNOST PRODUKTŮ EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ NA TRHU

COMPETITIVENESS OF THE ECOLOGICAL AGRICULTURE PRODUCTS IN THE MARKET

Kateřina Kovářová – Zdeněk Ledvinka – Miroslav Samek

Anotace:

Zájem o produkty ekologického zemědělství v poslední době roste, stejně jako počet podniků, které se k tomuto systému hospodaření hlásí. V současné době takto hospodaří již 836 subjektů na téměř 264 tisících hektarech. Ekologické zemědělství zatím dosahuje nižších výnosů, ale vyrovnává tyto nízké výnosy i nízkými náklady na hnojiva a celosvětovým trendem, který upřednostňuje ekologické zemědělství a zdravou výživu, tak důležitou pro budoucnost lidstva.

Klíčová slova:

ekologické zemědělství, biopotravina, kvalita, certifikace

Summary:

The interest in products of ecological agriculture has recently been growing, as well as the number of enterprises that acknowledge this system of farming. Currently, 836 entities using almost 264 thousand hectares are farming in this way. Ecological agriculture reaches lower incomes in the meantime but counterbalances this aspect by lower costs for fertilizers and global trend which prefers ecological agriculture and healthy food such important for the humanity future.

Key words:

ecological agriculture, bio-foodstuffs, quality, certification

ÚVOD

Ekologické zemědělství respektuje přirozené schopnosti rostlin, zvířat i krajiny s cílem dosáhnout optimálního stavu zemědělství i z hlediska životního prostředí a omezuje spotřebu chemických syntetických hnojiv, pesticidů a léků. V České republice jsou podmínky pro hospodaření v tomto systému, upraveny zákonem č. 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Produktem ekologického zemědělství jsou biopotraviny. Zárukou kvality produktů ekologického zemědělství je kontrolovaný způsob jejich produkce, pěstování plodin a chovu hospodářských zvířat. Kontrolu a osvědčování ekologického zemědělství v České republice provádí KEZ o. p. s (DOUBRAVSKÁ, 2004).

Ekologické zemědělství představuje vhodnou alternativu k zemědělství konvenčnímu, využívajícímu tradičních technických a technologických postupů. Je charakteristické hospodařením s pozitivním dopadem ke všem složkám životního prostředí, to znamená k půdě, vodě, ovzduší, ekosystémům, a tím také zvířatům a rostlinám. Ekologické zemědělství produkuje vysoce hodnotné kvalitní potraviny, neboť výrazně omezuje využití látek syntetického původu, především hnojiv, chemických ochranných prostředků, veterinárních léčiv a podobně (MOUDRÝ, 2001). K velkému rozvoji ekologického zemědělství v České republice došlo v roce 1998 při zavedení dotace na částečné vyrovnání

v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů. Většina úkolů okresních úřadů byla sice přenesena na obce s rozšířenou působností, zpracování krizových plánů však zajišťuje hasičský záchranný sbor kraje. Stálými orgány pro koordinaci složek IZS jsou operační a informační střediska IZS (OPIS). Krizové řízení není aktuální jen tehdy, jestliže dojde ke vzniku mimořádné události. Aby celý systém krizového plánování dobře fungoval, je potřeba krizové řízení začlenit mezi základní řídicí funkce, které jsou náplní každodenní práce manažera. Všichni pracovníci podílející se na krizovém řízení musí být řádně proškoleni a vycvičeni. Je třeba neustále provádět aktualizaci krizových plánů a analýzu možných rizik, stejně jako je nezbytné realizovat pravidelný nácvik řešení modelových krizových situací. V rámci krizového řízení a plánování by mělo docházet k využití nejmodernějších komunikačních a informačních technologií. Krizové plány zpracované v listinné podobě by měly být doplněny jednoduchými, účelnými a účinnými počítačovými programy na podporu rozhodování v modelových krizových situacích v časové tísní. Veškerá data by měla být řádně zálohována. Je nutné, aby se osoby tvořící krizový štáb a jejich zástupci pravidelně účastnili školení, nácviku a aby neustále aktualizovali informace o svých telefonních číslech a místě pobytu. Krizová komunikace mezi jednotlivými orgány krizového řízení a komunikace s obyvatelstvem by měla být součástí krizových plánů. Výsledky cvičení ukázaly, že lidé nerozumí zvukům sirény a že v těchto situacích nevědí, jak se mají chovat. Z tohoto důvodu by se měla zvýšit informovanost obyvatelstva pomocí naučných programů a pořadů ve sdělovacích prostředcích, které by jednoduchou a srozumitelnou formou vysvětlovaly základní principy chování při vzniku krizové situace. Police ČR jako základní složka IZS by mohla být vybavena některým materiálem a prostředky, které lze použít v případě ohrožení. Sjednocení postupů všech orgánů krizového řízení by výrazně prospělo k zlepšení činnosti v oblasti krizového řízení.

ZÁVĚR

Krizové plánování je nezbytným nástrojem krizového řízení. Postup při přípravě a zpracování krizového plánu je přesně dán zákonem. V současné době dochází k řadě problémům především vinou nepřesné aplikace krizové legislativy. Legislativní úpravy v oblasti krizového řízení a plánování by proto měly nastat až po vyřešení všech klíčových problémů, které tvoří jak problémy způsobené špatným výkladem současných právních předpisů tak problémy, které vyvstaly při řešení krizových situací v terénu.

LITERATURA

1. Metodika zpracování krizových plánů dle § 15 a § 16 nařízení vlády č. 462/2000 Sb., ve znění nařízení vlády č. 36/2003 Sb., MV-generální ředitelství HZS ČR, č.j. PO – 2675/PLA – 2003.
2. Ministerstvo informatiky. *Portál veřejné správy České republiky* [online]. c2003-2005 [cit. 2005-06-28]. Dostupný z WWW: <http://portal.gov.cz/wps/portal/_s.155/699/place>.
3. Nařízení vlády č. 462/2000 Sb., k provedení § 27 odst. 8 a § 28 odst. 5 zákona č. 240/2000 Sb., o krizovém řízení a o změně některých zákonů (krizový zákon), ve znění nařízení vlády č. 36/2003 Sb.
4. Usnesení Bezpečnostní rady státu č. 79/2003 - Harmonogram přípravy a zpracování krizových plánů (novelizovaný), MV-generální ředitelství HZS ČR, č.j. PO-2405/PLA-2003.
5. Zákon č. 239/2000 Sb., o integrovaném záchranném systému a o změně některých zákonů.
6. Zákon č. 240/2000 Sb., o krizovém řízení a o změně některých zákonů (krizový zákon).
7. Zákon č. 241/2000 Sb., o hospodářských opatřeních pro krizové stavy.

Kontaktní adresa:

Ing. Martina Königová, Katedra řízení, PEF ČZU, Kamýcká 129, Praha 6 - Suchdol, 165 21
telefon: 420 22438 2263, konigova@pef.czu.cz

- c) **typové plány**, kterými ústřední správní úřad podle své působnosti stanoví pro jednotlivé druhy krizových situací doporučené typové postupy, zásady a opatření pro jejich řešení;
- d) povodňové a havarijní plány zpracované podle zvláštních právních předpisů a další **operační plány**, které pro konkrétní druh krizové situace na daném území stanoví postupy, zásady, opatření, síly a prostředky pro její řešení, plány jejich nasazení a zabezpečení;
- e) **plán nezbytných dodávek** zpracovaný podle zvláštního právního předpisu (zákon č. 241/2000 Sb., o hospodářských opatřeních pro krizové stavy);
- f) **plán hospodářské mobilizace** zpracovaný podle zvláštního právního předpisu;
- g) **plán akceschopnosti** zpracovatele krizového plánu, který stanoví postupy a termíny zabezpečení připravenosti k plnění úkolů při krizových situacích a opatření k zajištění vlastní ochrany před následky krizových situací;
- h) **plány spojení, materiálně technického a zdravotnického zabezpečení**, topografické mapy s vyznačenými riziky a řešením ohrožení.

Zvláštní pozornost je třeba věnovat opatřením pro zabezpečení funkčnosti kritické infrastruktury. Kritickou infrastrukturu tvoří výrobní i nevýrobní systémy, jejichž nefunkčnost by měla vážné dopady na bezpečnost, ekonomiku a zachování nezbytného rozsahu dalších základních funkcí státu při krizových situacích. Subjektem kritické infrastruktury jsou vybrané subjekty výrobní i nevýrobní sféry provozující zařízení a objekty nebo poskytující služby popř. vytvářející produkty ve stanovených oblastech kritické infrastruktury. V současné době je kritická infrastruktura předmětem dalšího rozpracovávání. Oblasti kritické infrastruktury v České republice tvoří systém dodávky energií, systém dodávky vody, systém odpadového hospodářství, dopravní síť, komunikační a informační systémy, bankovní a finanční sektor, nouzové služby (policie, hasičské záchranné sbory, zdravotnictví), veřejné služby (zásobování potravinami, sociální služby, pohřební služby), státní správa a samospráva.

Vláda zřizuje Ústřední krizový štáb jako svůj pracovní orgán k řešení krizových situací. Ministerstva a jiné ústřední správní úřady, ČNB, hejtman kraje a starosta obce zřizují krizový štáb jako svůj pracovní orgán k řešení krizových situací. Integrovaný záchranný systém (IZS) se používá v přípravě na vznik mimořádné události a při potřebě provádět současně záchranné a likvidační práce dvěma anebo více složkami integrovaného záchranného systému. Základními složkami integrovaného záchranného systému jsou Hasičský záchranný sbor České republiky (HZS), jednotky požární ochrany, zdravotnická záchranná služba a Policie České republiky. Základní složky integrovaného záchranného systému zajišťují nepřetržitou pohotovost pro příjem ohlášení vzniku mimořádné události, její vyhodnocení a neodkladný zásah. Ostatní složky integrovaného záchranného systému poskytují při záchranných a likvidačních pracích plánovanou pomoc na vyžádání. Pro správné vymezení činnosti IZS je důležité zdůraznit, že činnost IZS představuje koordinaci postupu jeho jednotlivých složek, tzn. jedná se o společný zásah těchto složek, které po skončení záchranných a likvidačních prací nadále vykonávají svoji základní činnost, bez zásahu ostatních složek či kohokoliv jiného. Stálými orgány pro koordinaci složek integrovaného záchranného systému jsou operační a informační střediska IZS (OPIS), kterými jsou operační střediska hasičského záchranného sboru kraje a operační a informační středisko generálního ředitelství hasičského záchranného sboru.

Krizová legislativa v České republice je předmětem mnoha četných diskusí. Názory odborníků se při jejím hodnocení rozcházejí. V současné době hlavní prioritou krizového plánování spočívá ve splnění úkolů vyplývajících z Harmonogramu přípravy a zpracování krizových plánů a dodržení vytyčených termínů. Dokončen by měl být převod kompetencí

- Kancelář Poslanecké sněmovny, Kancelář Senátu, Kancelář prezidenta republiky, Úřad vlády, Nejvyšší kontrolní úřad a Bezpečnostní informační služba zpracovávají svůj krizový plán, který schvaluje v případě Kanceláře Poslanecké sněmovny, Kanceláře Senátu a Kanceláře prezidenta republiky jejich vedoucí, v případě Úřadu vlády vedoucí Úřadu vlády, v případě Nejvyššího kontrolního úřadu prezident Nejvyššího kontrolního úřadu a v případě Bezpečnostní informační služby ředitel Bezpečnostní informační služby.

Na výzvu příslušného orgánu krizového řízení jsou právnické osoby a podnikající fyzické osoby povinny při přípravě na krizové situace podílet se na zpracování krizových plánů. V případě, že se jedná o právnické osoby nebo podnikající fyzické osoby, které zajišťují plnění opatření vyplývajících z krizového plánu, jsou tyto osoby dále povinny zpracovávat plány krizové připravenosti. Plánem krizové připravenosti se pro účely zákona č. 240/2000 Sb., rozumí plán, ve kterém je upravena příprava příslušné právnické osoby nebo podnikající fyzické osoby k řešení krizových situací. Výše uvedené členění zpracovatelů krizových plánů nabylo účinnosti od 1. ledna 2003, jelikož vychází ze zákona č. 320/2002 Sb., o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů (Část 62). Reorganizace státní správy a samosprávy vytvořila novou situaci pro krizové řízení. Zákonem č. 320/2002 Sb., byly přeneseny kompetence okresních úřadů na orgány krajů a na obce s rozšířenou působností. Již v této fázi mohou vyvstat první problémy způsobené administrativní náročností celého procesu a komplikovaným přesunem materiálů z okresních úřadů na příslušné orgány krizového řízení.

Krizové plány lze dělit na:

- krizové plány správního úřadu, tj. krizové plány ministerstev a jiných správních úřadů, krizový plán ČNB a úřadů, které jsou uvedeny v § 28, odst. 2 zákona č. 240/2000 Sb.;
- krizové plány území, tj. krizové plány krajů a krizové plány určených obcí.

Dle zákona č. 240/2000 Sb., náležitosti krizového plánu, plánu krizové připravenosti a způsob jejich zpracování stanoví prováděcí právní předpis. Tímto právním předpisem se rozumí nařízení vlády č. 462/2000 Sb., ve znění nařízení vlády č. 36/2003 Sb., podle něhož se krizový plán skládá ze základní a přílohové části.

Základní část krizového plánu obsahuje:

- a) vymezení působnosti, odpovědnosti a úkolů správních úřadů, jiných státních orgánů a orgánů samosprávy, jimž zákon ukládá povinnost zpracovat krizový plán (zpracovatel krizového plánu);
- b) charakteristiku organizace krizového řízení;
- c) výčet a hodnocení možných krizových rizik, jejich dopad na území a činnost orgánů a organizačních složek státu, jejich organizačních celků, právnických nebo podnikajících fyzických osob podílejících se na zajištění krizových opatření v rámci krizového plánování (subjekt krizového plánování);
- d) další podklady a zásady potřebné pro používání přílohové části krizového plánu.

Přílohová část krizového plánu je tvořena dokumenty, které jsou nezbytné ke zvládnutí krizové situace, zejména:

- a) přehled sil a prostředků včetně jejich počtu a využitelnosti;
- b) katalog krizových opatření, obsahující zásady a postup realizace krizových opatření;

kterým se mění ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., a ústavní zákon č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky. Nosnou legislativu krizového řízení tvoří zákon č. 239/2000 Sb., o integrovaném záchranném systému a o změně některých zákonů, zákon č. 240/2000 Sb., o krizovém řízení a o změně některých zákonů (krizový zákon) a zákon č. 241/2000 Sb., o hospodářských opatřeních pro krizové stavy. Znění těchto zákonů bylo upraveno dle znění zákona č. 320/2002 Sb., o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů (Část 61, 62 a 110).

Postup při přípravě a zpracování krizových plánů vychází z výše uvedených platných právních předpisů. Jedná se zejména o:

- zákon č. 240/2000 Sb., o krizovém řízení a o změně některých zákonů (krizový zákon), ve znění zákona č. 320/2002 Sb.;
- zákon č. 241/2000 Sb., o hospodářských opatřeních pro krizové stavy a o změně některých souvisejících zákonů, ve znění zákona č. 320/2002 Sb.;
- nařízení vlády České republiky č. 462/2000 Sb., ve znění nařízení vlády č. 36/2003 Sb., které mimo jiné konkretizuje § 28, odst. 4, písmeno b) o náležitostech krizového plánu, plánu krizové připravenosti a způsob jejich zpracování;
- usnesení BRS č. 295/2002 k Harmonogramu přípravy a zpracování krizových plánů.

Právní úprava krizového řízení zahrnuje velké množství navzájem provázaných právních předpisů. Z tohoto důvodu lze nalézt v uvedených právních normách několik způsobů vymezení krizového plánu. Krizovým plánem se dle zákona č. 240/2000 Sb., rozumí souhrn krizových opatření a postupů k řešení krizových situací, přičemž stejný právní předpis definuje krizovou situaci jako mimořádnou událost při níž je vyhlášen stav nebezpečí, nouzový stav nebo stav ohrožení státu (krizové stavy). Harmonogram přípravy a zpracování krizových plánů č.j. PO-2405/PLA-2003 krizovým plánem rozumí souhrnný plánovací dokument, kterým zákonem stanovené orgány krizového řízení plánují ve své věcné a územní působnosti opatření a postupy pro případ vzniku krizových situací. Metodika zpracování krizových plánů dle § 15 a § 16 nařízení vlády č. 462/2000 Sb., ve znění nařízení vlády č. 36/2003 Sb., č.j. PO - 2675/PLA – 2003 vymezuje krizový plán jako souhrn opatření a postupů k řešení krizových situací, tedy souhrn plánovacích, metodických a informačních dokumentů, používaných při rozhodovací, řídicí a koordinační činnosti v krizové situaci. Veškeré výše uvedené charakteristiky shodně vymezují krizový plán jako souhrn určitých opatření a postupů, které mají přispět k vyřešení vzniklé krizové situace. Krizový plán tedy vzniklou situaci neřeší, pouze přispívá k jejímu vyřešení. Krizový plán se skládá ze základní a přílohové části. Zpracovává se v písemné a elektronické podobě. Obě podoby krizového plánu jsou si rovnocenné.

Krizové plány mají dle zákona č. 240/2000 Sb., o krizovém řízení, povinnost zpracovávat:

- ministerstva a jiné správní úřady, k zajištění připravenosti na řešení krizových situací v oboru své působnosti; krizový plán schvaluje ministr nebo vedoucí správního úřadu;
- Česká národní banka v oblasti měnové politiky a bankovníctví; krizový plán schvaluje guvernér;
- orgány kraje; Hasičský záchranný sbor kraje plní úkoly kraje při přípravě na krizové situace, které nesouvisejí s vnitřní bezpečností a veřejným pořádkem a s jejich řešením. Hasičský záchranný sbor kraje zabezpečuje zpracování krizového plánu kraje, který schvaluje hejtman;
- obecní úřad rozpracovává úkoly krizového plánu kraje, pokud jde o obec určenou podle § 15 odst. 4 písm. a); krizový plán schvaluje starosta určené obce;

PRÁVNÍ RÁMEC KRIZOVÉHO PLÁNOVÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE

LEGAL FRAME OF CRISIS PLANNING IN THE CZECH REPUBLIC

Martina Königová

Anotace:

Právní rámec stanovuje právníkům osobám, podnikajícím fyzickým osobám a fyzickým osobám podmínky a povinnosti v oblasti krizového plánování na odpovídající úrovni, jejichž dodržování kontrolují orgány státní správy. Krizový plán je souhrnný dokument, který obsahuje opatření a postupy k řešení krizových situací. Krizová situace je mimořádná událost, při níž je vyhlášen krizový stav.

Klíčová slova:

krizová situace, krizové řízení, krizové plány, právní úprava

Abstract:

The legal frame determines the specifications and the obligations for corporate bodies, entrepreneurs and natural persons in the sphere of the crisis planning on the relevant level which observance is under control of the government administration authorities. The crisis plan is the cumulative document which contains the arrangements and the processes for the crisis situation solving. The crisis situation is the an exceptional occurrence that leads to the crisis state declaration.

Key words:

crisis situation, crisis management, crisis plans, legal amendment

ÚVOD

Krizové řízení představuje souhrn řídicích činností věcně příslušných orgánů v souvislosti s řešením krizové situace, při níž je vyhlášen některý z krizových stavů. V oblasti prevence hraje významnou roli zpracování krizových plánů, jejichž hlavní funkce spočívá v podpoře rozhodování v krizové situaci v časové tísní. V současné době stále narůstající hrozba možných rizik a ohrožení přispívá ke zvýšenému zájmu o krizové plány a k jejich průběžné aktualizaci. Příspěvek je zaměřen na působnost a pravomoc státních orgánů a orgánů územních samosprávných celků a práva a povinnosti právnických a fyzických osob při přípravě na krizové situace, které nesouvisejí se zajišťováním obrany České republiky před vnějším napadením, a při jejich řešení.

CÍL A METODY

Cílem příspěvku je na základě analýzy identifikovat a zhodnotit nedostatky právní úpravy krizového plánování v České republice a navrhnout jejich řešení. K získání údajů byla využita analýza dokumentů, která byla zaměřena na studium platných právních norem v České republice.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Obecný rámec krizového řízení vymezuje ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ústavní zákon č. 23/1991 Sb., kterým se uvozuje Listina základních práv a svobod, ústavní zákon č. 110/1998 Sb., o bezpečnosti České republiky, ústavní zákon č. 300/2000 Sb.,

Freiberg, F.: *Finanční Controlling. Koncepce finanční stability firmy*, Management Press, Praha 1996
Hnátek, J., Hutýra, M., Jedlička, M., Kunčický, P., Nenadál, J., Petrašová, I., Rosa, Z., Trčka, M.: *Uplatnění požadavků normy ISO 9001:2000 v praxi*, Český normalizační institut, Praha 2001
Holman, R.: *Ekonomie*, C.H. Beck, Praha 2001
Kotler, P.: *Marketing Management*, Grada Publishing, Praha 1998
Kučera, J.: *Moderní teorie firmy*, Grada Publishing, Praha 2000
Mach, J., Havránek, J., Burianová, J., Soukup, A.: *Obecná ekonomie I. Mikroekonomie*, ČZU, Praha 1998
Meffert, H.: *Marketing Management*, Grada Publishing, Praha 1996
Pernal, E.: *Taktně profesionálně elegantně. Pravidla jednání a vystupování v obchodním a společenském styku*, Accenture, Gdaňsk 2000
Petrašová, I., Rosa, Z.: *Řízení jakosti a prvky systému jakosti. Směrnice pro služby*, Federální úřad pro normalizaci a měření, Praha 1992
Schiller, B.R.: *Mikroekonomie*, Computer Press, Brno 2004
Soukupová, J.: *Alternativní cíle firmy v ekonomické teorii*, Acta Oeconomica Pragensia 2, Praha 1992
Soukupová, J.: *Mikroekonomie pro inženýrské studium 1. část*, VŠE, Praha 1993a
Soukupová, J.: *Mikroekonomie pro inženýrské studium 2. část*, VŠE, Praha 1993b
Stýblo, J.: *Cesty ke zvyšování firemní výkonnosti*, Professional Publishing, Praha 2002

Adresa autora:

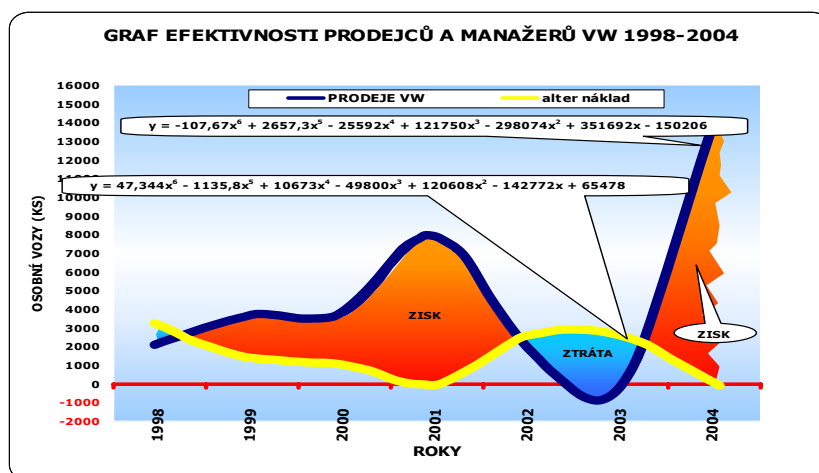
Ing. Štěpán Kala, ČZU v Praze, PEF, KŘ, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6 - Suchbát, tel:224382353,
kalas@pef.czu.cz

VYJÁDRĚNÍ EFEKTIVNOSTI PRODEJČŮ A MANAŽERŮ VOLKSWAGEN

Diference společnosti VW od ostatních účastníků tržního segmentu

PRODEJE VW							
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Ford	-3098	791	3458	4908	2857	1060	3051
Renault	1597	1199	327	679	-1645	-1503	3098
Opel	120	-1415	-1043	1148	1680	1315	4796
Peugeot	3500	2978	1000	1173	-982	-1092	2789
suma	2119	3553	3742	7908	1910	-220	13734
alter náklad	-3098	-1415	-1043	0	-2627	-2595	0
-1	3098	1415	1043	0	2627	2595	0

Tabulka č. 2. Tabulka diferencí VW od ostatních účastníků trhu 1998 –2004 (zpracováno podle Tab. č. 1.)



Graf č. 2:Efektivnost prodejců a manažerů VW 1998-2004 (zpracováno podle tab. č.2)

Komentář: - Z průběhu prodejů a nákladů je jasně viditelné, že společnost VolksWagen je dlouhodobě zisková do ztráty se dostala pouze v období let 2002-2003. S toho lze usuzovat na vysokou kvalitu prodejního personálu a manažerských znalostí a dovedností. Diference společnosti VW jsou kladné od roku 1998 až do roku 2002 v roce 2003 došlo k propadu pod námi definovanou nulovou úroveň a to o 220 ks osobních vozů posléze v dalším roce křivka prodejů prudce stoupá a převyšuje dosavadní hodnoty. Za období od roku 1998 až do roku 2004 mají obě křivky jak nákladů tak prodejů průběh s dvěma cykly s toho lze usuzovat, že management dokáže dostatečně rychle reagovat a dostatečně stimulovat své prodejce k vyšším výkonům. Největších efektů (ziskového rozpětí) bylo dosaženo v letech ZISK2001= 7908Ks a ZISK2004= 13734Ks naopak největší ztráty bylo dosaženo ZTRÁTA2002= 2375Ks.

DISKUSE A ZÁVĚR

Z provedené analýzy vyplývá, že tímto přístupem lze za určitých zjednodušujících předpokladů hodnotit úroveň personálu prodejních sítí. Jedná se však pouze o základní orientační zkoumání složitých vztahů. Možnosti hodnocení a celá metoda by měla být ověřena v praxi při použití více faktorů a doplněna kombinací metod pozorování s následným hodnocením dovedností prodejního personálu s použitím finančních analýz.

LITERATURA

- Backwell, E.: *Podnikatelský plán. Průvodce pro malé a střední podnikatele*. Readers International Prague, Praha 1993
 Brealey, R.A., Myers, S.C.: *Teorie a praxe firemních financí*, Computer Press, Praha 2000

jsou kvantifikovatelné, ale u převážné většiny záleží na osobních pohnutkách a cílech daného jedince (manažera, prodejce). V obecné rovině můžeme hovořit o motivaci. Motivační složku lze vyjádřit v konkrétní hodnotě příjmy a prémiei prodejců a manažerů. To co už jde obtížněji vyjádřit jsou osobní pohnutky k motivaci jedince, kdy každý jedinec má své osobní cíle a touhu kterou se těchto cílů snaží dosáhnou. Toto platí ve všech činnostech, které jsou prováděny pracovníky. Další, obtížně kvantifikovatelné jsou faktory zkušeností a znalostí. Je zřejmé že prodejce, který bude pracovat v oboru např. 10 let bude mít více zkušeností a znalostí potřebných pro prodej než prodejce, který bude v praxi 2 roky. Je však otázkou jak dlouho bude trvat prodejci, který má méně zkušeností než dosáhne kvalit zkušenějšího kolegy.

Pro analýzu vycházíme z předpokladu, že zaměstnanci podávají v delším časovém horizontu průměrný výkon. V našem případě vyjádřen v grafu jako (0) na ose (y). Tedy přijímáme podmínku o schopnosti dosáhnout průměrného výkonu za každé situace. To znamená, že každá s pěti vybraných společností může bez větších problémů dosáhnout průměrného výkonu. Pokud v grafech znázorníme průběh křivky prodeje zjistíme, že se difference prodeje jednotlivých účastníků trhu pohybují i pod námi stanovenou nulou. Tento stav vyjadřuje nízký výkon v daném období. Křivka znázorněná v grafu je vyjádřena sumou jednotlivých diferencí s ohledem na znaménko prodeje vybraných analyzovaných společností vůči hodnocené společnosti. Tyto difference jsou vyjádřeny kombinací rozdílů jedné společnosti vůči ostatním. Po zaznamenání do grafu byla křivka v určitém vztahu k námi definované úrovni (0). Křivka vyjadřuje prodeje (uskutečněnou poptávku, ve finančním vyjádření tržeb), vyvolané dovednostmi a zkušenostmi prodejců a manažerů dané společnosti v daném období. Jak už bylo naznačeno výše předpokládáme schopnost jakékoliv společnosti dosáhnout průměrné hodnoty (v grafu definovaná 0) prodeje v daném období. Je potřeba si uvědomit, že při této hodnotě prodeje jsou již uhrazeny veškeré náklady a to jak variabilní tak fixní a to proto že v každé ceně za každý osobní vůz je zahrnutá dostatečná zisková přírážka, která je schopna uhradit veškeré náklady a tvořit přiměřený zisk v daném období. Proto můžeme konstatovat že námi stanovená (0) tedy průměr je dostačující pro přežití společnosti na trhu.

Potom křivka, která znázorňuje prodeje vyjadřuje hodnotu pouze nad nebo pod námi definovanou (0) úroveň, tedy představuje efekt prodeje vytvořený personální složkou prodejců a manažerů.

Pro vyjádření efektivity prodejců a manažerů (ziskovosti) je potřeba do grafu také zobrazit složku nákladů. Jak vyplývá z předchozího textu, jsou běžné náklady spojené s prodejem produktu uhrazeny již při dosažení úrovně (0). Proto budeme pro vyjádření efektivity uvažovat náklady analogicky podle nákladů alternativních respektive alternativních výnosů. V našem případě budeme uvažovat za alternativní náklad, každou lepší diferencí konkurence než je výsledek právě analyzované společnosti v daném období. Tento alternativní náklad (alternativní výnos) může společnost teoreticky dosáhnout při plném nasazení všech prodejců a manažerů vyjadřuje majoritní pokrytí tržního segmentu v daném období. Po zanesení obou křivek do grafu efektivity jsou vyjádřeny ziskovosti (efektivnosti) prodejců a manažerů vybraných společností, které jsou znázorněny jako ziskové a ztrátové oblasti, dále jsou vyjádřeny rovnice průběhu daných křivek.

Tyto zjednodušující podmínky můžeme zavést zejména proto, že v řešeném přístupu nejde o produkt (osobní automobil), ale o službu prodeje, která je vytvářena osobami prodejců a manažerů prodejních sítí. Proto uvádíme komplexní výčet podmínek definovaných pro náš případ:

- 1) Produkty (osobní automobily) konkurentů mají stejnou cenu v rámci daného časového období (roku).
- 2) Produkty jsou homogenní (100% substituce) a to jak z hlediska kvality, vzhledu, image, tak z hlediska užitné hodnoty pro zákazníka.
- 3) Každý zákazník, který navštíví jakékoli prodejní místo uvažuje o nákupu produktu a je koupěschopný. Hodnota produktu pro zákazníka je vyjádřena jeho užitečností tj. potřebou přepravy z místa A do místa B. Zákazník nemá důvod preferovat konkrétní značku vozu.
- 4) Prodejní sítě jednotlivých společností jsou kapacitně stejné. To znamená že každý importér má stejný počet prodejních míst na celém zkoumaném trhu. Tyto prodejní místa jsou v tržním prostředí ideálně rozmístěny. Žádný zákazník nemá problém navštívit jakékoliv prodejní místo z hlediska dostupnosti, velikosti a koncentrace.

Důležité je si uvědomit, že fyzický produkt v našem případě osobní automobil, je při platnosti výše uvedených podmínek pouze nástrojem k nabízení služby při prodeji tohoto produktu. Objektem studie je hodnocení právě těchto služeb. Nositeli této služby jsou osoby prodejců a manažerů a do úrovně jejich znalostí a dovedností se odvíjejí výše prodeje. Tyto personální složky mají za úkol navozovat ideální podmínky pro uskutečnění nákupu.

Následující analýza pomocí grafů podle definovaných podmínek vyjadřuje efektivnost (úroveň znalostí a dovedností) osob prodejců a manažerů prodejních sítí.

ANALÝZA EFEKTIVNOSTI PRODEJNÍCH SÍTÍ

Analýza efektivnosti prodejců a manažerů při prodeji automobilů je sledována na prodejních sítích společností Volkswagen, Ford, Renault, Opel, Peugeot. Základem jsou objemy prodeje v období od 1998 – 2004.

	1998		1999		2000		2001		2002		2003		2004	
	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %	prodej v ks	tržní podíl v %
Volkswagen	6746	4,78	8 151	5,58	7836	5,27	9517	6,26	7803	5,28	7640	5,11	9098	6,84
Ford	9844	6,97	7 360	5,04	4378	2,94	4609	3,03	4946	3,35	6580	4,4	6047	4,55
Renault	5149	3,65	6 952	4,76	7509	5,05	8838	5,81	9448	6,39	9143	6,11	6000	4,51
Opel	6626	4,69	9 566	6,54	8879	5,97	8369	5,5	6123	4,14	6325	4,23	4302	3,24
Peugeot	3246	2,3	5 173	3,54	6836	4,6	8344	5,48	8785	5,95	8732	5,84	6309	4,74
Celkem	31611	22,39	37202	25,46	35438	23,83	39677	26,08	37105	25,11	38420	25,69	31756	23,88

Tabulka č. 1. Tabulka prodejů 1998 – 2004 (zpracováno podle statistiky www.autosap.cz)

Tabulka udává objemy prodeje vybraných firem včetně vývoje tržního podílu v daných obdobích. Poslední položka tabulky uvádí celkový objem prodeje v množstevních jednotkách (ks) a celkový tržní podíl (%).

Podrobným sledováním tržních podílů v daných létech zjistíme, že celkový tržní podíl všech pěti vybraných společností se pohybuje v intervalu od 22,39% do 26,08%. Velikost tržních podílů vybraných společností je relativně stabilní. Proto můžeme v našem případě izolovat analyzované společnosti a předpokládat, že pět vybraných společností představuje relativně homogenní segmentem trhu. V dalších analýzách budeme brát v potaz pouze tento segment bez dalších tržních vlivů.

V následujících analýzách bude podle definovaných podmínek vyjádřena efektivnost prodejců a manažerů prodejních sítí. Jak už bylo uvedeno efektivnost musí být oddělena od fyzického produktu, protože tyto efekty jsou vyjádřeny znalostmi, dovednostmi a ochotou personální složky prodeje. Úroveň těchto složek závisí na mnoha faktorech z nichž některé

- 1) Metodologie přístupu
- 2) Analýza hodnocení efektivnosti (úrovně znalostí a dovedností) prodejců a manažerů prodejních sítí při prodeji osobních automobilů

METODOLOGIE PŘÍSPĚVKU

Teoretická východiska

Za teoretický základ byly brány klasické a alternativní teorie firmy a problematika zkušenostních efektů.

Sběr sekundárních dat

Pro vyjádření úrovně znalostí a dovedností prodejců a manažerů prodejních sítí byla shromážděna data objemů prodeje kategorie osobních vozů M1 v letech 1998 – 2004. Z těchto dat bylo vybráno 5 nejsilnějších importérů (zahraničních společností) působících na českém trhu.

Analýza dat

Primárně byly definovány podmínky za kterých bude prováděná analýza platná. Podmínky přístupu byly definovány analogicky dle charakteristiky dokonalé konkurence. Při analýze dat byly vypočítány difference jednotlivých importérů v rámci daného roku. Na základě těchto diferencí došlo k vyjádření alternativních výnosů respektive nákladů a alternativního zisku, který vyjadřuje úroveň znalostí a dovedností prodejců a manažerů prodejních sítí v daném roce. Podrobněji uvedeno dále.

VÝSLEDKY VLASTNÍ PRÁCE

Metodologie přístupu

Provedení analýzy úrovně znalostí a dovedností personální složky obchodních jednotek prodejních sítí je analogicky sestaveno na základě teoretických východisek za podmínek dokonalé konkurence.

- 1) Dokonalá konkurence existuje v odvětví při velkém počtu firem s nízkou, zhruba stejnou koncentrací výroby. Každá z firem má velmi malý podíl na celkové tržní nabídce, takže žádná firma změnou nabídky neovlivní tržní rovnováhu odvětví. [Mach a kol. 1998]
 - V našem případě předpokládáme, že námi vybraný soubor obchodních společností je maximálním možným počtem subjektů působících v tržním segmentu. Dále uvažujeme stejnou velikost prodejních sítí každé společnosti. Žádná prodejní jednotka (prodejna) nemůže ovlivnit rozsah tržní nabídky.
- 2) Firmy produkují homogenní naprosto shodný produkt. Žádný z kupujících nemá důvod preferovat produkt vyráběný některou z nich. [Mach a kol. 1998]
 - V našem případě uvažujeme homogenitu prodávávaného produktu, jelikož při hodnocení efektivnosti prodejců a manažerů nejde o vlastnosti produktů (osobní automobil), ale o služby které jsou nabízeny. Z toho vyplývá, že kupující nemá důvod kupovat fyzický produkt na základě jeho vlastností, ale službu o kterou projevuje zájem díky dovednostem, znalostem a schopnostem prodejního personálu a jejich manažerů.
- 3) Poptávka po produktu jedné firmy je tedy dokonale pružná a na trhu se vytváří jednotná cena produktu. [Mach a kol. 1998]
 - I v našem případě uvažujeme dokonale pružnou poptávku a jednotnou cenu produktů a služeb.

PŘÍSTUPY K HODNOCENÍ EFEKTIVNOSTI PRODEJců A MANAŽERŮ PRODEJNÍCH SÍTÍ

APPROACHES TO EVALUATION EFFICIENCY DEALER AND MANAGERS SELLING NETWORKS

Štěpán Kala

Anotace:

Příspěvek řeší přístup k hodnocení znalostí a dovedností prodejců a manažerů prodejních sítí při prodeji osobních automobilů. Tyto přístupy jsou formulovány na základě teoretických východisek v podobě alternativních ekonomických modelů. Alternativní ekonomické modely jsou charakteristické hodnocením manažerské užitečnosti. Přístup je ověřen na praktickém příkladu.

Klíčová slova:

manažerské teorie firmy, Behavioristické teorie firmy, hodnocení výkonnosti firmy, zkušenosti, dovednosti,

Annotation:

Report solving access to evaluation knowledge and skill dealer and managers selling networks on sale personal cars. These avenues of approach are formalized and defined pursuant to theoretical solution in form alternative economical models. Alternative economical models are characteristic classification managerial usefulness in company. Formalized access is tested to practical example.

Key words:

Manager firm theory, Behavioural firm theory, evaluation efficiency firm, experience, skill, knowledge

ÚVOD

Pojem firemní výkonnost je většinou vymezen jako schopnost firmy (podnikatelského subjektu) co nejlépe zhodnotit investice vložené do jeho podnikatelských aktivit. Tato definice vede k názoru, že podnikatelsky výkonná je pouze ta firma, která vykazuje dobré hospodářské výsledky. Toto pojetí se ukazuje být vzhledem k uvedené definici neúplné. Navíc podnikatelskou resp. tržní výkonnost hodnotí různí aktéři vystupující na trhu z odlišných hledisek. Odlišně hodnotí podnikatelskou výkonnost firmy její vlastníci, jinak manažeři a jinak zákazníci firmy a konkurence. Je zřejmé že klasické ekonomické přístupy sice jsou určitým východiskem, ale problém je v tom z jakých cílů vychází hodnotitel. V současné době se do popředí všech firemních činností dostávají znalosti a dovednosti manažerů a zaměstnanců. Tyto faktory hrají klíčovou roly v konkurenčním boji.

CÍL PŘÍSPĚVKU

Cílem tohoto příspěvku je na základě teoretických východisek v podobě klasických a alternativních modelů formulovat možný přístupy k hodnocení úrovně znalostí a dovedností manažerů a zaměstnanců – v případové studii osob prodejců a manažerů prodejních sítí při prodeji osobních automobilů.

Dílčí cíle:

- tradice
- příprava razantního rozšíření výroby pro plné uspokojení rozšiřujícího se trhu
- dosahování zisku

Vybrané slabé stránky:

- Delta Mlýny byly vyčleněny ze skupiny DELTA
- problémy spojené s kauzou kartelové a hrozící pokuta
- odchod dvou klíčových manažerů
- pouze dva směnné provozy

Ke stanovení faktorů úspěchu skupiny DELTA byla vybrána společnost Penam a.s. Pro hodnocení byla použita sedmibodová stupnici od -3 do +3.

Síla značky	+2
Kvalita výrobku	+1
Vysoká disponibilita	+3
Stupeň distribuce v obchodě	+1
Šíře sortimentu	+3
Přítomnost na mezinárodních trzích	+3
Výroby výhodné z hlediska nákladů	0
Organizace prodeje	+2
Finanční síla	+1
Inovační síla	+1

ZÁVĚR

Analýza vnitřního prostředí potvrdila, že Delta pekárny jsou nejvýznamnější firmou v oboru. Dosahují příznivých ekonomických výsledů a jdou neustále kupředu po organizační i technické stránce. Zaměřují se na inovace a kvalitu výrobků a reagují na změny ve spotřebitelské poptávce.

Literatura

1. POŠVÁŘ, Z., ERBES, J. *Management I*. Brno: ES MZLU, 2002. 156s. ISBN 80-7157-633-6.
2. ŽIVĚLOVÁ, I. *Finanční řízení podniku I*. 1. vyd. Brno: ediční středisko MZLU, 1999. 88 s. ISBN 80-7157-339-6
3. <http://www.deltapekarny.cz>

Adresa:

Ing. Helena Chládková, Ústav managementu, PEF MZLU v Brně, Zemědělská 1, 61300 Brno, tel.: 545 13 25 30, e-mail: chlad@mendelu.cz

Tab. 1 Vývoj celkových tržeb u jednotlivých společností Skupiny DELTA v tis. Kč

UKAZATEL	2000	2001	2002	2003
DELTA Pekárny a.s.				
Tržby celkem	2 287 257	2 327 428	2 216 931	2 253 967
EBITDA	173 438	226 856	305 244	268 067
LE PATIO CZ s.r.o.				
Tržby celkem	0	101 559	55 382	42 737
EBITDA	735	- 38 777	- 12 301	- 5 812
EURECA SHOPS s.r.o.				
Tržby celkem	61 266	99 517	125 142	166 789
EBITDA	- 5 053	- 2 037	- 6 512	- 8 616
Pekáreň a cestovináreň Petržalka, a.s.				
Tržby celkem	355 995	376 629	407 196	338 182
EBITDA	6 529	13 194	30 481	- 1 570
Komárňanské pekárne a cukrárne, a.s.				
Tržby celkem	95 175	84 863	81 410	80 724
EBITDA	1 851	1 317	3 180	2 973
Pekáreň a cukráren, a.s.				
Tržby celkem	95 267	95 809	100 561	106 869
EBITDA	7 816	6 451	5 455	- 450
Spojené cestovinárne SK, s.r.o.				
Tržby celkem	-	26	156 113	267 619
EBITDA	-	0	467	5 693
DELTA MEDEA CAPITAL s.r.o.				
Tržby celkem	3 593	34 371	75 514	149 890
EBITDA	- 214	- 278	- 126	1 492
LOTUS-DELTA, a.s.				
Tržby celkem	62 714	90 911	105 842	110 600
EBITDA	5 863	10 349	14 820	20 740
Harry´s Delta s.r.o.				
Tržby celkem	131 329	126 760	131 631	126 274
EBITDA	- 6 996	414	12 495	11 448
DELTA FROZEN PRODUCTS, a.s.				
Tržby celkem	210 605	263 754	376 131	440 396
EBITDA	40 462	36 401	45 812	78 774

Vybrané silné stránky skupiny DELTA :

- jasné vize a cíle
- je spojencem v základní společenské odbytové organizaci DELTA
- velký podíl na českém a slovenském trhu
- jednička na českém trhu pekárenského odvětví
- široký sortiment (600 položek)
- výroba i regionálních (pro jednotlivé kraje) typických druhů pečiva
- nově zavedená výroba mraženého předpečeného
- 11 odštěpených výrobních závodů (čerstvého pečiva) zásobuje okolo 7 tisíc obch. míst
- člen Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů
- snaha společnosti o uspokojování cílů osobního růstu
- využívání interní počítačové sítě WAN a NAVISION
- vlastní prezentace společnosti na webových stránkách
- aktivity na Slovensku, v Polsku a Maďarsku
- export výrobků dceřinné společnosti Delta Pekáren a. s. Vegilife do Švédska
- partnerská firma redistribuuje výrobky i do Finska, Norska, Dánska
- velmi dobrý ohlas produktů Delta Pekárny nejen v ČR, ale i v zahraničí

Mateřskou společností skupiny DELTA tvoří **DELTA Pekárny a.s.**. Priority této společnosti jsou výroba a distribuce čerstvého pečiva v jedenácti vlastních výrobních závodech po celém území České republiky.

Podle typu produktů se v rámci Společnosti DELTA rozlišují 3 divize, a to divize čerstvých produktů, divize mražených produktů a divize trvanlivého pečiva.

Divize čerstvé výroby je prioritou obchodní činnosti podniku. Výroba probíhá v jedenácti odštěpných závodech po celém území České republiky. Denně tyto závody zásobují kolem 7000 prodejních míst. Divize čerstvých výrobků nabízí možnost výběru z bohatého sortimentu čerstvých výrobků pro každou příležitost.

Divize mražené výroby vznikla na základě požadavků trhu, které vyvolaly nutnost zavedení systému "BAKE-OFF" tj. dopékání mražených pekařských výrobků přímo na prodejnách. Divize trvanlivé pečivo vznikla díky tlaku nadnárodních řetězců které chtějí prodávat ucelenou sortimentní řadu od jednoho dodavatele.

Delta Pekárny a. s. v roce 2003 prodaly 109,5 tisíce tun čerstvého pečiva, o 267 tun více než v předchozím roce. Tržby za prodej se podařilo divizi čerstvého pečiva zvýšit meziročně o 39,5 milionu korun na 2,256 miliardy Kč. Úspěšný rok mají za sebou i další divize Dely. Nekonsolidované tržby skupiny Delta, v nichž nejsou zahrnuty tržby nových akvizicí v Polsku, Maďarsku a Košicích, činily v loňském roce 3,887 miliardy korun. Fakticky tržby skupiny v loňském roce vzrostly, optické snížení oproti výsledku 4,258 miliardy v roce 2002 bylo ovlivněno odsunem tržeb společnosti Delta Mlýny ve výši 0,6 mld. Kč. Tyto mlýny byly v loňském roce vyčleněny ze skupiny Delta a staly se součástí firmy Unimills.

Vzhledem k tomu, že po vstupu do EU musí pekárenský obor akceptovat nové zákony a pravidla, týkající se např. hygieny a balení výrobků, rozhodlo se vedení Delta pekáren, a.s. vstoupit do Podnikatelského svazu pekařů a cukrářů. V tomto svazu chce firma jednak pomoci drobným pekařům předáváním svých zkušeností a jednak chce prostřednictvím svazu lobovat ve prospěch oboru.

Ve společnosti Delta Pekárny a.s. pracuje celkem cca 3 tis. zaměstnanců.

V odštěpném závodě Brno bylo ke konci února 2004 zaměstnáno 347 zaměstnanců. Z toho 317 dělníků a 30 technicko hospodářských pracovníků.

Vedoucí pozice jsou obsazovány na základě výběrového řízení. Na nižší řídicí úrovni se podávají inzeráty a dělníci přicházejí z úřadů práce. Všichni pracovníci musí mít náležitou kvalifikační úroveň a požadovanou praxi. Mezi zaměstnance pekáren patří i pracovníci, doplňující zboží v supermarketech a hypermarketech. K negativní stránce patří odchod dvou klíčových manažerů do firmy Odkolek.

V roce 2004 došlo k nárůstu mezd v porovnání s rokem 2003 o zhruba 10%. Tento nárůst mezd byl podmíněn splněním plánovaných ekonomických ukazatelů, které jsou ovlivnitelné zaměstnanci závodů (např. energie, spotřeba materiálu apod.), dodržováním technologické kázně a také dodržení kvality výrobků.

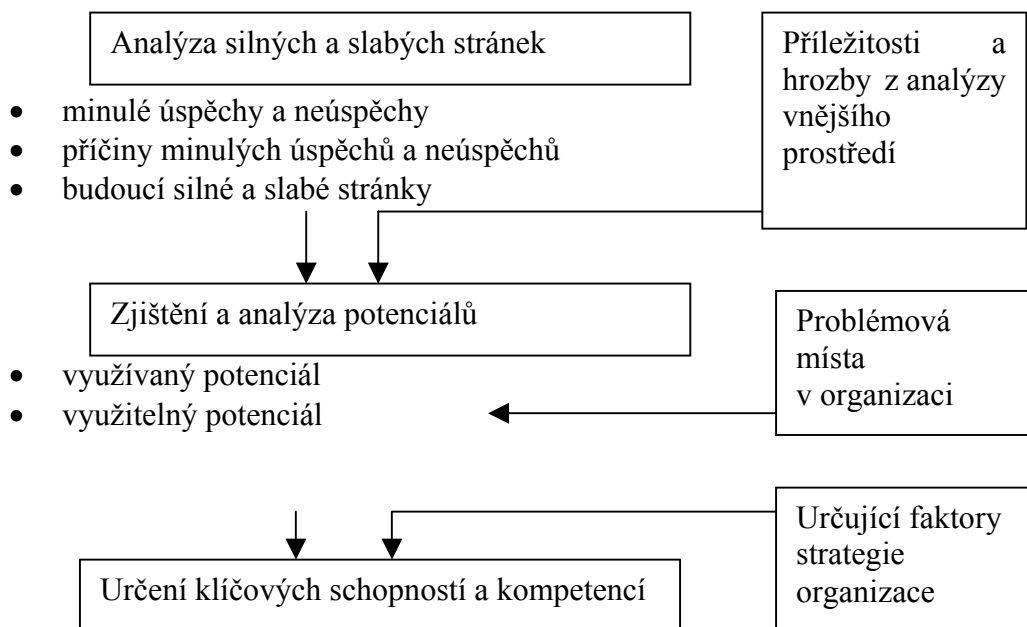
Společnost využívá interní počítačovou síť WAN (wide area network), která je k dispozici řídicím pracovníkům. Dále využívá systém NAVISION. Na internetu provozují Delta pekárny svoje vlastní webové stránky.

Tabulka 1 dokumentuje vývoj tržeb jednotlivých společností skupiny DELTA v letech 2000 až 2003

CÍL PRÁCE A METODIKA

Cílem příspěvku je na základě posouzení vnitřního prostředí Delta pekáren provést situační analýzu této významné pekárenské firmy se zaměřením na určení silných a slabých stránek a na analýzu faktorů úspěchu na trhu pekárenských výrobků v ČR.

Metodické postupy používané při situační analýze vnitřního prostředí mohou být rozdílné podle toho z jakých principů klasifikace a definování faktorů vnitřního prostředí se vychází. Jsou-li východiskem potenciály (faktory) úspěchu, doporučuje se následující metodický postup:



Obr. 1 Dílčí kroky analýzy potenciálů podle Eschenbacha

VLASTNÍ PRÁCE

SKUPINA DELTA

Společnost Delta Pekárny a.s., se sídlem v Brně, vznikla privatizací státního podniku Jihomoravské pekárny státní podnik Brno. 31. srpna 1997 byla společnost pod jménem Delta pekárny a.s. zapsána do obchodního rejstříku vedeného u rejstříkového soudu v Brně jako akciová společnost.

K uskutečnění podnikatelského záměru musel být otevřen podnikatelský úvěr na úhradu pořizovací hodnoty privatizovaného majetku. Fondu národního majetku bylo nutno uhradit částku 12 milionů Kč za privatizovaný majetek a 2 miliony Kč jako náhradu za převzaté zásoby surovin státního podniku. Splatnost úvěru byla k 30.11.1997.

Předmět podnikání společnosti:

- pekařství, cukrářství
- velkoobchod
- specializovaný maloobchod
- hostinská činnost
- ubytovací služby
- činnost podnikatelských, organizačních a ekonomických poradců
- výroba strojů a zařízení pro určitá hospodářská odvětví

Základní kapitál společnosti v roce 2003 činil 1 043 092 tis. Kč. Dividendy nebyly v roce 2003 vyplacena stejně jako v předchozích letech. Zisk byl plně reinvestován do dalšího rozvoje společnosti.

SITUAČNÍ ANALÝZA VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ SPOLEČNOSTI DELTA PEKÁRNY

SITUATION ANALYSIS OF THE INTERNAL ENVIRONMENT OF THE DELTA PEKÁRNY

Helena Chládková

Abstrakt:

Delta Pekárny, a.s., jsou zastřešující organizací Skupiny Delta a patří mezi nejvýznamnější potravinářské subjekty v České republice. Přesto je i pro tuto firmu důležité stanovit faktory úspěchu a určit její klíčové schopnosti, tak aby firma i budoucnu obstála v konkurenci EU. Tento příspěvek je součástí Výzkumného záměru MSM 6215648904, řešeného na PEF MZLU v Brně.

Klíčová slova:

vnitřní prostředí, silné stránky, slabé stránky, faktory úspěchu, klíčové schopnosti

Abstract:

The Delta Group, with its leader company Delta Pekárny a.s., ranks among the most significant entities in the Czech food processing industry. But it is very important for this company to analyse its success factors and to determinate its key skills to be successful in competitive environment of the European Union. This paper is the part of the Research proposal MSM 6215648904 being solved at the FBE MUAF in Brno.

Key words:

internal environment, strength, weaknesses, success factors, key skills

ÚVOD

Skupina Delta, jejíž mateřskou organizací je společnost Delta Pekárny a. s., patří mezi nejvýznamnější potravinářské subjekty v České republice a je jedničkou na českém trhu pekárenského odvětví čerstvého, trvanlivého i mraženého pečiva. Ve výrobních závodech České a Slovenské republiky pracuje celkem 3 000 zaměstnanců, jejichž cílem je stoprocentní naplnění potřeb zákazníků, mezi něž patří i nadnárodní řetězce Ahold (divize Albert a Hypernova), Billa, Carrefour, Delvita, Eurest, Interspar, Lidl, Makro, Norma, Plus Discount, Sodexo a Tesco. Kompletní nabídkový list výrobků obsahuje 600 položek. Skupina Delta sdružuje vedle dvanácti velkopekáren v České republice (Plzeň, Kladno, Strakonice, Nymburk, Havlíčkův Brod, Znojmo, Brno, Hodonín, Uherský Brod, Vsetín, Uničov) a čtyř velkopekáren ve Slovenské republice (Bratislava, Komárno, Hliník nad Hronom, Košice), také těstárny, výrobu mraženého pečiva Delta Frozen Products a sladkého trvanlivého pečiva Lotus Delta a Harrys Delta, společnost Vegilife, která produkuje zdravou výživu, Eureka Shops s prodejny rychlého občerstvení Paneria a restaurace LePatio. Delta je společnost orientovaná na zákazníka a jejím cílem je nabídka nejkvalitnějších výrobků v oboru a zabezpečení prvotřídního servisu. Zásobuje okolo sedmi tisíc obchodních míst, neustále sleduje nové trendy a reaguje na ně. Jde stále kupředu s cílem posílit svoji pozici silného a úspěšného středoevropského podniku, který je schopen kvalitně naplnit požadavky zákazníků.

cíle firmy ve vztahu k jejich aktivitám a výsledkům. Má-li být komunikace cílů efektivní, je nezbytné, aby manažeři zajistili sdělování cílů minimálně ze 75% osobně na poradách a písemně byly cíle předávány standardní formou definovanou jednotně ve firemních standardech.

Výzkum potvrdil, že pokud jsou cíle a strategie podniku komunikovány jasně a srozumitelně, je pro zaměstnance snazší se jimi řídit a také je znát. Jasnost a srozumitelnost souvisí se způsobem komunikace a efektivitou práce managementu. Míra informovanosti a znalosti podnikových cílů, strategií a úkolů však není přímo určující pro míru úspěšnosti resp. efektivitu komunikace, významně ji však ovlivňuje.

Pravidla, která v podniku do určité míry existují, nejsou podle odpovědí jasně a srozumitelně definována a popsána. Jejich používání a znalost souvisí s jednoduchostí a s jejich způsobem komunikace i kontroly plnění.

Standarty v podniku nesloužily jako návod ke standardním postupům, s nimiž je třeba srovnávat skutečnost, neboť se s příručkami při dalším používání nenakládalo tak, jak by bylo žádoucí pro zachování jednotného firemního přístupu.

Čím lépe a důkladněji jsou definovány podnikové standarty, tím efektivněji mohou zaměstnanci komunikovat a spolupracovat. Zároveň by se měli zaměstnanci podílet na vytváření a změnách, tak aby bylo zaručeno používání firemních standardů, které zaměstnanci berou za své a považují je za samozřejmé. To současně předpokládá, že standarty jsou komunikovány písemně i ústně.

Doporučuji, aby podnik zvýšil zájem o zaměstnanců o podnikové cíle a strategie. Tento zájem může například dosáhnout pomocí zapojení zaměstnanců do vytváření cílů a strategií. Tržní, marketingové a strategické plány by firma měla mít zpracovány písemně.

Součástí komunikace strategií je též jejich kontrola a analýza toho, jak je na jednotlivých pozicích ve firmě strategie chápána a implementována. Předpokladem úspěchu je též provázanost strategií s rozvojem strategických kompetencí jednotlivých pozic a tvorbou uceleného systému rozvoje kompetencí. V neposlední řadě je třeba, aby podnik definoval jasné nástroje a prostředky pro komunikaci strategie a komunikaci zpětné vazby plnění výsledků v rámci celé firmy, týmů a na individuální úrovni.

SEZNAM LITERATURY

- [1] DEDOUCHOVÁ, M.: *Strategie podniku*. Praha: VŠE, 1995, ISBN 80-79-713-4
- [2] DISMAN, M.: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 1993, ISBN
- [3] DE VITO, J.A.: *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2001, ISBN 80-7169-988-8
- [4] FIEDLER, J.: *Komunikace v řízení*. Praha: ČZU ve vydavatelství CREDIT, 2000, ISBN 80-213-0698-X
- [5] JOHNSON, G., SCHOLES, KEvan: *Cesty k úspěšnému podniku*. Praha, Computer Press, 2000, ISBN 80-7226-220-3
- [6] KOONTZ, H. a WEIHRICH, H.: *Management*. Praha: Victoria Publishing, a.s., 1993, ISBN 80-85605-45-7
- [7] NOVÝ, I.: *Psychologie a sociologie v personálním managementu*. Praha: VŠE, 1992, ISBN 80-707-9470-4
- [8] SYNEK, M.: *Nauka o podniku*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1995. 383 s. ISBN 80-7079-892-0
- [9] TURECKIOVÁ, M.: *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 168 s. ISBN 80-247-0405-6

Kontaktní adresa autora:

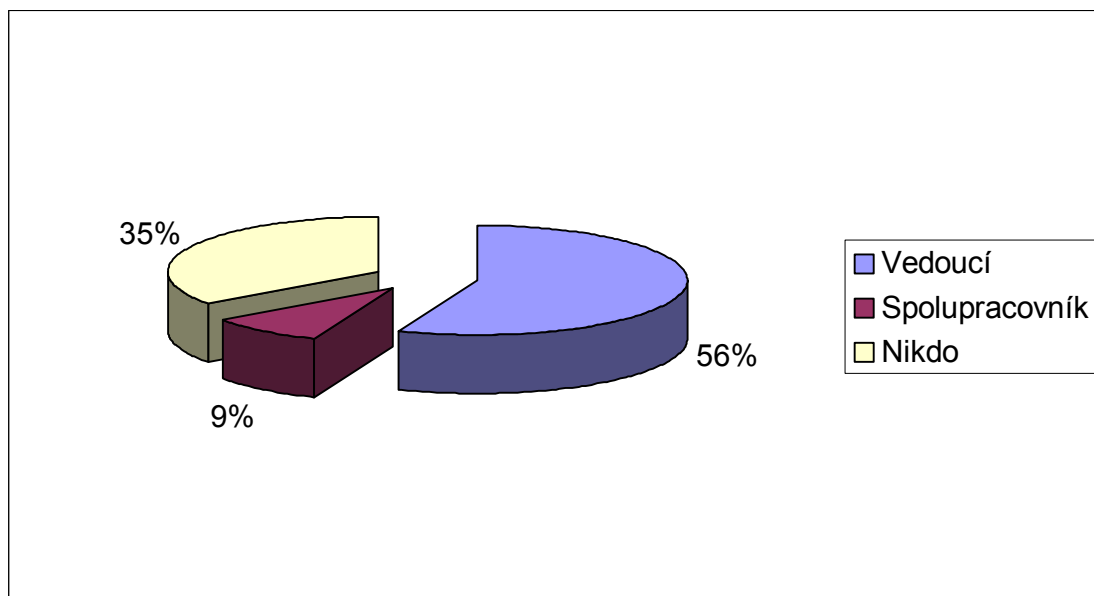
Ing.Dagmar Charvátová

Katedra řízení, PEF, Česká zemědělská univerzita v Praze

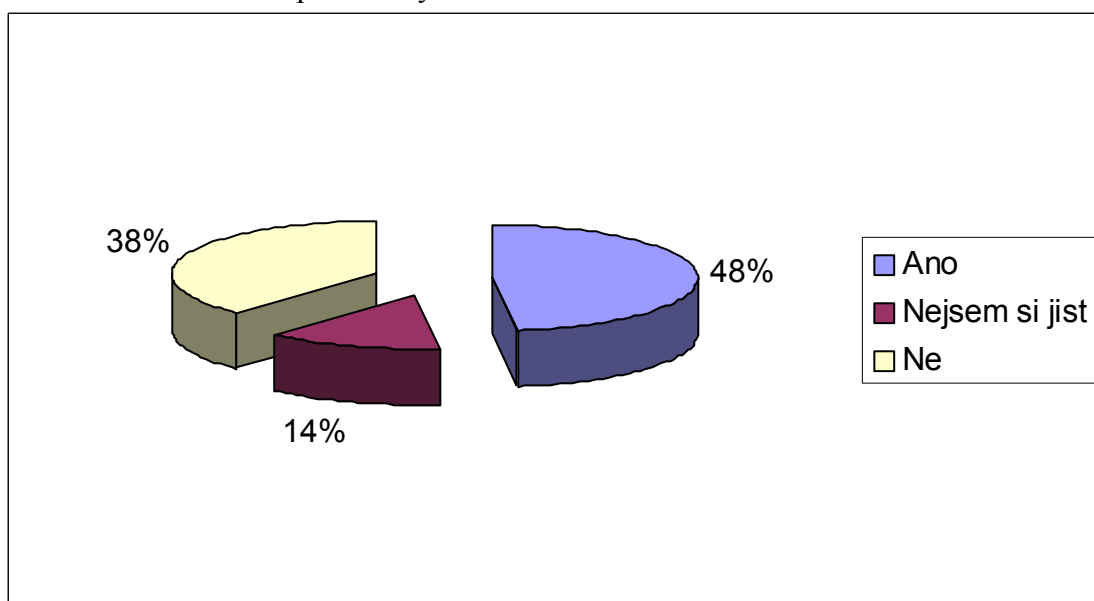
Kamýcká 129, 165 21 Praha6 - Suchdol

Telefon: 00420224382264, E-mail: charvatova@pef.czu.cz

Graf č.2: Komunikátor



Graf č. 3 Míra znalosti podnikových standardů



ZÁVĚR A DOPORUČENÍ

Z výzkumu vyplynulo, že odpovědnost za znalost strategií a cílů není v rukou pracovníků na nižších stupních řízení, kteří by měli cíle znát a naplňovat, ale prioritní odpovědnost je v rukou nadřízených, kteří by měli cíle svým podřízeným zaměstnancům vhodnou formou sdělit a odpovídajícím způsobem též jejich plnění kontrolovat. Cíle musí být nutně definovány a sdělovány srozumitelně a jednoduše všem zaměstnancům, kteří se na uskutečňování strategie a cílů podílejí. Neznalost cílů a úkolů je v praxi posilována formou sdělení, které je především v ústní a elektronické formě. Teprve, když jsou jasné odpovědnosti za komunikační toky, může být zajištěna fungující komunikační strategie firmy. Tím, že pracovníci na nižších úrovních neznají jasné cíle a nemohou se zapojovat do realizace strategií a cílů, přichází firma a management o důležitý motivační nástroj. Všichni členové jednotlivých týmů (prodejní, zákaznický servis, technický servis, asistence, management, atd.) by proto měli mít k dispozici písemný dokument popisující firemní a prodejní strategie a

Od nich se však řízení pracovního procesu liší svojí komplexností a základními principy:

- návaznost na podnikovou strategii, na podnikové hodnoty a na klíčové faktory úspěchu
- spjatost s personálními systémy a procesy, zejména s procesy zaměstnanců (rozvoj motivace i schopností zaměstnanců)
- zaměřenost na uspokojování potřeb a očekávání všech zainteresovaných skupin (vlastníci, manažeři, zaměstnanci, dodavatelé a zákazníci)
- důraz na efektivní komunikaci a angažovanost manažerů, týmů i jednotlivých zaměstnanců. [9]

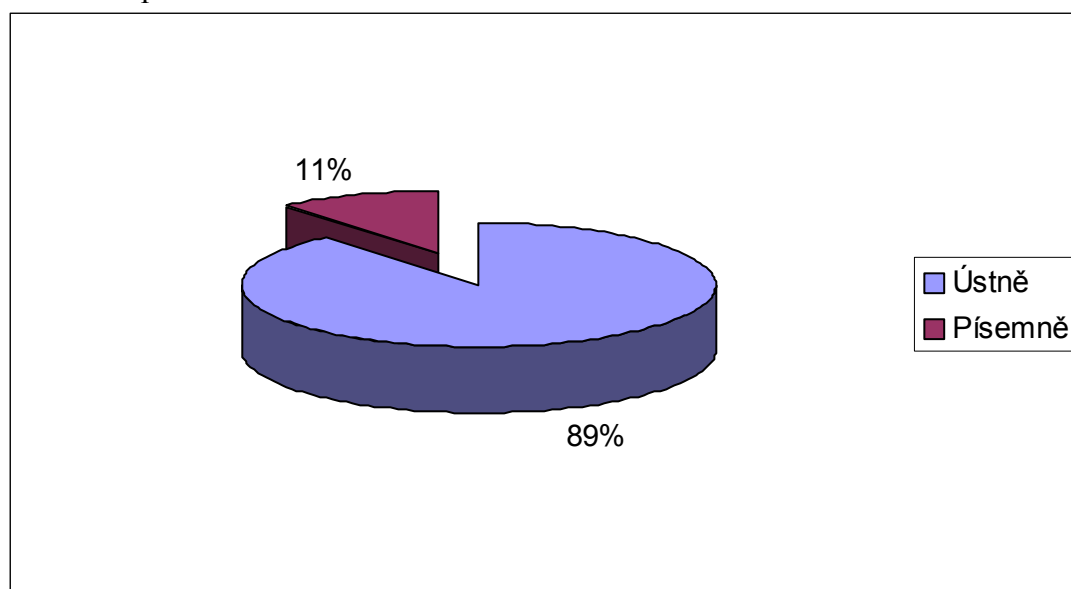
VÝSLEDKY

Celkový rámec fungování společnosti velmi úzce souvisí s podnikovými cíli. Znalost a jednotná informovanost o cílech byla jedním ze zásadních problémů ve zkoumaném podniku. Tím byla způsobena nefunkčnost komunikačního systému. Největší nedostatek informovanosti o cílech byl zjištěn u zaměstnanců tvořících podporu vedení, pracujících v centrále firmy, což posiluje myšlenku nefunkčnosti podniku, kde efektivně nefunguje jeden z důležitých článků podnikové struktury.

Podnik, v němž byl výzkum realizován, měl definován podnikové strategie převážně ústně a jejich znalost bylo možné hodnotit celkově jako nízkou. Skutečná znalost cílů odpovídala obecně známým cílům. Konkrétní strategie u zkoumaného podniku často nebyla jasně zveřejňována. Strategie v tomto podniku nebyly prezentovány jednotně, a tak byla podporována roztržité strategie, kde členové jednotlivých týmů vidí různé priority nebo neznají všechny body strategického plánu. Jedním z důvodů neefektivnosti sdělení cílů byla shledána skutečnost, že příčinou problému ve sdělování cílů byla jejich přílišná obecnost. Dalším důvodem je zřejmě skutečnost, že cíle jsou z 89% sdělovány ústně (graf č.1). Výzkum potvrzuje, že zaměstnanci jsou přesvědčeni o částečné znalosti cílů. Z výzkumu jasně vyplynulo, že cíle uváděné zaměstnanci jsou spíše domnělé. Z toho je možné odvodit, že management selhává při jasné komunikaci strategií a cílů firmy, což podporuje i zjištěná situace, že 35% zaměstnancům nikdo cíle nesděljuje (graf č.2)

Z výzkumu podnikové praxe vyplývá, že zaměstnanci nejsou dostatečně seznámeni s podnikovými standardy. Nízkou znalost standardů dokazuje graf č.3.

Graf č.1: Způsob sdělování cílů



METODIKA PRÁCE

Výzkum je hlavním nástrojem, který má pomoci při poznání sociální reality dané společnosti.

Uskutečněný výzkum se řídil pravidly, která jsou definována a popsána v odborné literatuře např. Disman, M. [2] a splňoval základní metodologické principy a požadavky kladené na tento typ výzkumu. Odborná literatura poskytla významná doporučení a mantinely, čímž bylo možno zamezit zkreslením a nepřesnostem. Výzkum je založen na dotazníkovém šetření, které je pro tuto oblast sociální reality běžnější a také je schopno poskytnout možnosti identifikovat jednu z příčin neefektivní komunikace. Výzkum je nastaven tak, aby bylo možno získané výsledky alespoň částečně kvantifikovat a statisticky jednoznačně vyjádřit.

Dotazníkový formulář obsahoval celkem 17 otázek a byl sestaven dle pravidel pro tvorbu dotazníků. Formulování otázek bylo tvořeno tak, aby bylo srozumitelné všem respondentům.

KOMUNIKACE

Komunikace je přenos informací od odesílatele k příjemci za předpokladu, že příjemce informaci porozuměl. [6]

Přestože komunikace doprovází všechny oblasti řízení, největší význam má pro manažerskou funkci vedení.

Komunikační bariéry jsou fyzické nebo psychologické faktory, které brání působivé komunikaci. [3]

Efektivní komunikace je komunikací záměrnou. Jejími charakteristickými rysy jsou otevřenost, přímost, respekt, odpovědnost a cílovost. [4]

Identifikace pracovníka se významnou měrou podílí na efektivnosti organizace.

CÍLE PODNIKU

Posláním podnikatele je uspokojovat cizí potřeby a jeho základním cílem je dosáhnout při tom co největšího zisku. Ke stanovení cílu je třeba vzít v úvahu všechny okolnosti, které dávají určitá omezení i příležitosti. Jde o souhrn vlivů podstatného okolí.

Proces stanovení cílů podnikání je vázán na řadu okolností, např. záleží na oboru podnikání, na situaci na trhu, umístění podniku, potřebném kapitálu, volbě formy a právní úpravě podnikání. Při tomto rozhodovacím procesu je evidentní důležitost informací a kvalita zpětné vazby. Ty jsou zapotřebí nejen při tvorbě cílů, ale i při jejich realizaci. Je třeba volit adekvátní formy a nástroje, které povedou k naplnění našich cílů. Proto je účelné stanovit dílčí cíle, které směřují k výše uvedenému základnímu cíli. [8]

PODNIKATELSKÉ STRATEGIE A STANDARDY

Stejně tak, jako podnikání vyžaduje podnikatelské řízení, to znamená principy a praktiky v hranicích podniku, vyžaduje také principy a praktiky orientované mimo podnik, na trh. Vyžaduje podnikatelské strategie. [5]

Podniková strategie musí pokus možno uspokojit zájmy všech zájmových skupin.

Absence norem byla pro organizace impulsem k vývoji různých přístupů a k srovnání mezi různými organizacemi. Více než o pokus o ustanovení „norem“ jde o vyhledávání nejlepší praxe a stanovení standardů výkonu, které se k dané praxi vztahují. [5]

SYSTÉM ŘÍZENÍ PRACOVNÍHO PROCESU

Za východiska pro systémově pojaté řízení pracovního výkonu na úrovni celého podniku jsou považovány řízení podle cílů, nejrůznější motivační teorie a systémy formálního hodnocení.

VYHODNOCENÍ VÝSLEDKŮ PŘEDVÝZKUMU ZAMĚŘENÉHO NA VZTAH ZNALOSTI PODNIKOVÝCH CÍLŮ A EFEKTIVNOSTI KOMUNIKACE

PRE-RESEARCH OUTPUTS EVALUTION FOCUSED ON RELATION OF BUSINESS OBJECTIVES AND EFICIENCY COMMUNICATION

Dagmar Charvátová

Abstrakt:

Míra informovanosti a znalosti firemních cílů, strategií a úkolů určuje míru úspěšnosti resp. efektivitu komunikace. Čím lépe a důkladněji jsou definovány firemní standardy, tím efektivněji mohou zaměstnanci komunikovat a spolupracovat. V příspěvku jsou prezentovány výsledky předvýzkumu. Předvýzkum byl zaměřen na zjištění vlivu míry informovanosti, znalosti podnikových cílů, strategií a úkolů na efektivní komunikaci.

Klíčová slova:

Podnikové cíle, strategie, efektivní komunikace, předvýzkum, dotazníkové šetření

Abstract:

The level of being informed about and acquaintance with the business objectives, strategies and tasks determines the success or effectiveness of communication. The better and more precise the definition of the company standards, the more effectively the employees can communicate and cooperate. The pre-research was focused on investigation of the influence of informedness about and acquaintance with the business objectives, strategies and tasks, which determine the success of the communication.

Key words:

Business objectives, strategies, efficiency communication, pre-research, questionnaire investigation.

ÚVOD A CÍL

Má-li být firma dlouhodobě úspěšná, je třeba, aby všichni zaměstnanci byli dostatečně informováni o podnikových cílech a strategiích, podle kterých pak mohou řídit své aktivity.

Pokud jsou cíle a strategie firmy komunikovány jasně a srozumitelně, je pro zaměstnance snazší je znát a také se jimi řídit.

Všechny hlavní cíle a strategie by měly být zaznamenány v písemné formě. Například ve formě zaměstnanecké příručky, kterou by měl mít každý zaměstnanec k dispozici. V návaznosti by měly cíle být vedením sdělovány a kontrolovány.

Cílem práce je popsat vybranou část současné reality společnosti z pohledu znalosti podnikových cílů. Zjistit do jaké míry znají zaměstnanci firemní cíle, standardy. Jakým způsobem jsou jim sdělovány a kdo jim je sděluje. Dalším cílem je zjistit, zda znalost podnikových cílů a standardů ovlivňuje efektivnost komunikace.

Za účelem srovnání a posouzení teorie a praxe bylo pro oblast podnikových cílů, provedeno dotazníkové šetření, které pomůže poodhalit hospodářskou realitu současného prostředí v konkrétním podniku.

Modul věnující se marketingovým činnostem tvoří srdce CRM. Hraje klíčovou roli při tvorbě strategií a taktik dlouhodobě úspěšné péče o zákazníky. Tvůrci i uživatelé CRM systémů si význam tohoto modulu stále více uvědomují, a proto zřejmě brzy převezme dominantní roli, kterou dosud zastává Automatizace prodejních činností. Hlavní funkcí modulu je Správa marketingových kampaní a Správy životního cyklu výrobku.

Automatizace servisních činností a zákaznické podpory:

Úkolem modulu je zefektivnění komunikace se zákazníky a správa servisních činností po prodeji.

Elektronické a mobilní obchodování:

Jde o nejmladší modul zažívající silný rozmach. Ve většině případů jde o samostatnou aplikaci (často od jiného dodavatele) na přístupové bázi Internetového prohlížeče. Umožňuje automatizované uskutečnění obchodu v elektronické formě. Mobilní přístup umožňuje uživateli pracovat s informačním systémem bez ohledu na jeho geografickou polohu a bez nutnosti přístupu k pevné komunikační infrastruktuře. Je důležité zajistit maximální propojenost s ostatními moduly CRM systému.

ZÁVĚR

Vztahový marketing a využívání systémů pro řízení vztahů se zákazníky má výrazné ekonomické, technické a sociální účinky pro všechny zúčastněné strany. Snižuje náklady transakce a šetří čas. V nejlepších případech se transakce stávají rutinou a neprojednávají se jednotlivě.

Konečným výsledkem vztahového marketingu je vybudování jedinečného majetku podniku, který se nazývá marketingová síť. Zahrnuje podnik a všechny účastníky, kteří ovlivňují efektivitu jejího fungování: zákazníky, zaměstnance, dodavatele, distributory, maloobchodníky, reklamní agentury a další, se kterými vytváří vzájemně výhodné obchodní vztahy. V rostoucí míře pak dochází k tomu, že vzniká konkurenční boj mezi celými sítěmi, v němž vyhrávají ti, kteří dokáží budovat efektivnější vzájemné vztahy. Princip je tedy jednoduchý, pokud bude podnik budovat dobrou síť vzájemných vztahů s klíčovými účastníky, zisky ho budou následovat.

Oblast vztahového marketingu a CRM je výjimečná především z hlediska komplexnosti zúčastněných složek řešení. Prakticky se v konečném řešení odráží prvky technologické, procesní a zákaznické. Svým způsobem jde o řešení historicky ojedinělá, protože zákaznická obec má bezprostřední vliv na existenci těchto nástrojů. Lze předpokládat, že během několika dalších let dojde k rozšíření řešení tohoto typu. Zákazníci si pak budou vybírat dodavatele nejen podle typu produktu, ale i podle jednoduchosti obchodního procesu a na základě kvality osobního jednání.

Literatura

- [1] KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Victoria Publishing, 1997. Počet s. 798. ISBN 80-85605-08-2
- [2] CHLEBOVSKÝ, V. *CRM: Od šanonu, pastelek a diáře k sofistikovanému e-systému*. http://system.ccb.cz/site/prehledy_systemu/crm/crm3.htm [cit.2005-3-2]
- [3] MCCARTHY, E. J., PERRAULT W. D.: *Základy marketingu*. Praha: Victoria Publishing 1995. Počet s.511. ISBN 80-85605-29-5
- [4] KOTLER, P. *Marketing podle Kotlera*. Praha: Management Press, 2004. Počet s. 260. ISBN 80-72610-10-4
- [5] STORBACKA, K., LEHTINEN, J. R. *Řízení vztahů se zákazníky. Customer Relationship Management*. Grada Publishing, 2001. Počet s. 168. ISBN 80-71698-13-X
- [6] GRÖNROOS, CH. *From Marketing Mix to Rrelationship Marketing*. Management Decision, MCB University Press Limited, 1994, Vol. 32 No. 2, pp. 4-20

Kontaktní adresa autora:

Ing. Jan Huml, Katedra řízení PEF ČZU v Praze, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6 – Suchdol, telefon: +420224382241, e-mail: huml@pef.czu.cz

uživateli nenabízí správu dokumentů, analytické a statistické procesy, či zautomatizování tvorby zpráv pro kolegy a nadřízené. Je na každém uživateli, aby si vytvořil systém v ukládání dokumentů, či aby pomocí tabulkového procesoru prováděl statistické výpočty a analýzy. Nejběžněji používanými jsou produkty Microsoftu - Outlook, Excel, Word, příp. Access, nebo Lotus Smart Suite.

- **Programy pro správu kontaktů a management času**

Tyto aplikace byly průkopníky mezi skutečně elektronickými CRM systémy. I pro uživatele, který není stoprocentním pánem svého počítače vytvářejí komfort při obhospodařování kontaktů, souvisejících dokumentů a časových plánů. Dokáží dokonale automatizovat nejen procesy typu vyplňování dokumentů, ale i jejich následné ukládání do historie (do elektronické zákaznické karty). Databáze bývá postavena tak, že se do ní ukládají nejen kontaktní údaje, ale i důležité obchodní informace - velikost firmy, poptávané produkty, objem nákupu apod. V databázi lze provádět rychlé a efektivní vyhledávání dle potřebných kritérií. Systém nebývá postaven jako samostatně pracující aplikace, ale využívá širokých vazeb na další programy, většinou především výše zmíněnou skupinu kancelářských nástrojů. V textovém editoru pak v konečném důsledku vznikají korespondenční dokumenty jejichž hlavičku, příp. základní osnovu pomůže uživateli vyplnit právě CRM systém. Stejně tak je využíván tabulkový procesor pro nezbytné výpočty a e-mailový program pro správu elektronické pošty. Systémy pro správu kontaktů a management času jsou především dobře propracovanou databází s vazbou na okolní softwarový svět a tedy tím sjednocujícím prvkem, který propojí jednotlivé "Office" aplikace do funkčního celku.

I když tyto systémy nejsou technologickým vrcholem v oblasti CRM, vyznačují se jednoduchostí obsluhy i údržby. Pro malé a střední organizace jsou v současnosti optimálním řešením zajišťujícím obhospodařování aktivit péče o zákazníky. Umožňují bezproblémový sdílený přístup více uživatelů k systému. Každý uživatel může mít definována přístupová práva dle požadované úrovně. Systémy dokáží fungovat jak v konfiguraci centrální databáze uložené na serveru se sdíleným přístupem uživatelů, tak v konfiguraci lokálně umístěných databází, které se pravidelně vzájemně synchronizují po interní síti.

- **Komplexní CRM systémy**

Technologický vrchol současnosti v oblasti CRM tvoří rozsáhlé elektronické systémy. Umožňují analyzovat náklonnost zákazníka k nákupu (propensity to buy) - využívají tzv. data miningové procesy hledání neznámých závislostí v databázích obsahujících obrovské množství dat. Z hlediska CRM jde především o hledání vzorů a trendů v chování zákazníků. Dalším ceněným analytickým nástrojem je sledování hodnoty zákazníka a její řízení - jde o to získat z dostupných informací míru ziskovosti jednotlivých zákazníků a odhadnout jejich budoucí potenciál.

Obvyklá stavba komplexního CRM systému

CRM lze rozdělit na čtyři základní moduly:

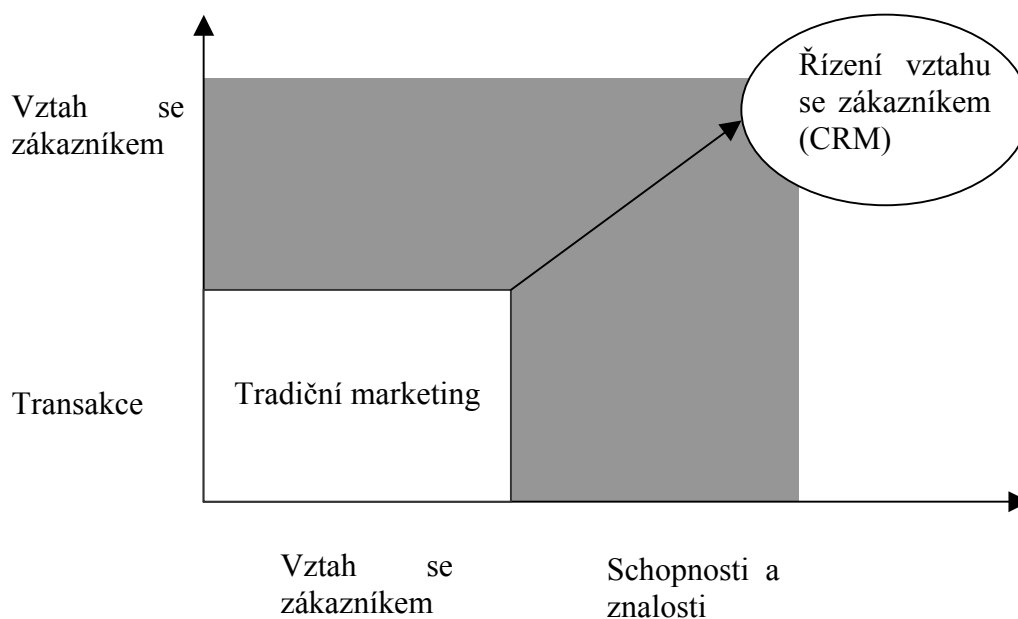
- Automatizace prodejních činností.
- Automatizace marketingových činností.
- Automatizace servisních činností a zákaznické podpory.
- Automatizace telefonického centra.
- Elektronické obchodování.

Automatizace prodejních činností:

Je vnímána jako základní kámen CRM. Modul by měl umožňovat všem obchodníkům, případně externím obchodním partnerům, rychlý a efektivní přístup k důležitým informacím o zákaznících, plánování pracovního programu a využití znalostních bází a dalších prodejních nástrojů zahrnutých v systému.

Automatizace marketingových činností:

Obrázek 1: Posun od tradičního marketingu k CRM



Zdroj: STORBACKA, 2001

Nejdůležitější není prodej produktů prostřednictvím jednotlivých obchodních transakcí, důležitý je rozvoj schopností, znalostí a prodejů po celou dobu trvání vztahu se zákazníkem.[5]

Vztahový marketing je pro zainteresované pracovníky náročný z hlediska obrovského množství informací o zákaznících, které je potřeba efektivně zpracovat. Efektivní zpracování se neobejde bez dobře propracovaného informačního systému. Právě informační systémy zajišťující správu dat související s péčí o zákazníky se souhrnně nazývají systémy řízení vztahů se zákazníky (CRM - Customer Relationship Marketing). Jednotlivými prvky CRM jsou lidé, obchodní procesy, technologie a data (obsah). Aby CRM správně fungoval je třeba se zabývat kvalifikací personálu, technologickým vybavením, zaměřením obchodních procesů a správou dat.

Vývojové etapy CRM

V nedávné historii a současnosti lze vysledovat čtyři základní typy CRM systémů lišící se mírou využití výpočetní techniky, mírou automatizace činností, vhodností použití pro různé typy a velikosti organizací, či rozsahem a komplexností.[2]

- **Systém papírové databáze**

Jde o nejstarší způsob umožňující udržovat přehled o všech aktivitách spojených s jednotlivými zákazníky. Má dvě velké výhody - není závislý na využití výpočetní techniky a umožňuje jednoduché ukládání dokumentů, které existují pouze v papírové neelektronické podobě. Jde o systém v ryzí podobě jednotlivých procesů. Tvůrci všech dále popisovaných systémů využívali papírovou metodu jako předlohu. Největším nedostatkem je nulová míra automatizace činností - nekonečné opisování údajů, ruční vyhledávání v databázi, ruční tvorba statistik, ruční tvorba zpráv pro kolegy a nadřízené, atd.

- **Řešení postavené na balíku programů typu Office**

Takto pojatý systém umožňuje částečnou automatizaci některých procesů a činností. Po vytvoření elektronické databáze kontaktů lze jednoduše zautomatizovat vyplňování šablon, formulářů a tabulek, či nastavit automatické upozorňování na důležité termíny. Systém už ale

VÝSLEDKY A DISKUSE

Existuje mnoho definic marketingu. Americká marketingová asociace (AMA 1985) uvádí, že marketing je proces plánování a provádění koncepce, tvorby cen, propagace a rozšiřování myšlenek, zboží a služeb za účelem vyvolání směny, která uspokojí požadavky jednotlivců i organizací. Podle Kotlera je marketing společenský a řízený proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotových produktů s ostatními.[1]

Tyto i další dostupné definice vystihují určitým způsobem podstatu marketingových procesů, se kterými se denně setkáváme. Podniky mohou mít vytyčeny různé marketingové cíle, nicméně tím základním bývá schopnost reagovat na změny v prostředí a tím získat a dlouhodobě udržet konkurenční výhodu na trhu.

Na změny ve vnějším prostředí se podniky vždy snažily a snaží reagovat změnami svých strategií. Díky tomu vykristalizovalo během 20. století několik časoprostorově se prolínajících podnikatelských koncepcí (výrobní, výrobová, prodejní, marketingová a sociálně etický marketing), ve kterých se postupně posilovala pozice zákazníka, jeho potřeb a přání.

Nyní se nacházíme na počátku 21. století, kde tři současné vývojové trendy – globalizace, technologický pokrok a deregulace ekonomického systému - tvoří nekonečné příležitosti, ale také mnohonásobně zvyšují konkurenční boj. Odborníci hovoří o tzv. "novém typu ekonomiky" založené na informacích a znalostech, která má dopad na všechny oblasti podnikání a tedy i na marketing. Do popředí se dostává konkrétní zákazník se svými potřebami, přáními a hodnotami, je s ním budován vztah a jsou mu nabízeny produkty "šité na míru". Hlavním nástrojem těchto vztahů se stává zákaznická databáze, která představuje organizovaný soubor důležitých dat o stávajících nebo potencionálních zákaznících. Kritériem úspěchu již není vyhledat co nejvíce zákazníků, ale udržet si spokojené a věrné zákazníky.

S ohledem na výše uvedené principy se liší náhled na marketingový mix, tak jak ho chápal třeba McCarthy[3]. Dnes je kritizován za to, že se na trh dívá z hlediska prodávajícího a ne z hlediska zákazníka a tak se marketingový mix ze "4P" mění na "4C" a posouvá se tak blíže zákazníkovi.

- | | |
|-------------------------|-----------------------------------------------|
| • Product (Produkt) | Customer Value (Hodnota z hlediska zákazníka) |
| • Price (Cena) | Cost to the Customer (Náklady pro zákazníka) |
| • Place (Místo) | Convenience (Pohodlí) |
| • Promotion (Propagace) | Comunication (Komunikace) |

[4]

Zákazníci kupují určitou hodnotu nebo řešení problému a více než cena je zajímají celkové náklady, které musí vynaložit na získání, používání a zbavení se daného produktu. Chtějí, aby jim výrobky a služby byly co nejpohodlněji k dispozici. A konečně zákazníci upřednostňují dvousměrnou komunikaci před propagací.

Souhrnem těchto principů marketingu v novém tisíciletí je "vztahový marketing". Je to specifická podnikatelská filosofie, která obchod chápe jako řízený vztah a produkt jako proces. Základem je důkladné pochopení a porozumění hodnototvornému procesu zákazníka, tj. procesu, v němž si zákazník vytváří pro sebe svou vlastní hodnotu.

Ve vztazích se zákazníky podnik využívá vlastní schopnosti a integrované znalosti, aby podpořil hodnototvorný proces zákazníka. Je třeba respektovat čtyři úrovně znalostí. Za prvé faktické znalosti, které odrážejí úroveň vědomostí v dané oblasti podnikání. Za druhé dovednosti, které vycházejí z každodenního využívání faktických znalostí. Za třetí poznání systémových souvislostí jednání a řetězce jeho příčin a následků. Za čtvrté samostatně iniciované kreativní jednání. Důležitější než samotný produkt je tedy identifikace těch schopností a znalostí, které jsou třeba k zajištění konkurenční výhody.

ZNALOSTI – ZÁKLAD VZTAHOVÉHO MARKETINGU

KNOWLEDGE – THE GROUND OF RELATIONSHIP MARKETING

Jan Huml

Anotace:

V příspěvku je zachycen posun v chápání klasického marketingového mixu směrem ke vztahovému marketingu, kde znalosti hrají jednu z klíčových rolí. Dále je zde popsána evoluce systémů pro řízení vztahů se zákazníky (CRM).

Klíčová slova:

Znalosti, vztahový marketing, marketingový mix, řízení vztahů se zákazníky.

Abstract:

The paper deals with problems of classic marketing mix and relationship marketing, where knowledge plays a big part. There is also described evolution of the customer relationship marketing in this article.

Keywords:

Knowledge, relationship marketing, marketing mix, customer relationship management.

ÚVOD

Chování každého podnikatelského subjektu je závislé na hloubce a rychlosti změn faktorů vnějšího a vnitřního prostředí. Globalizace, technologický pokrok, růst konkurence a výrazná konvergence nabízených produktů i cen nutí podniky, které chtějí v tomto prostředí uspět, orientovat svůj způsob podnikání novými směry. Objevují své zákazníky, zjišťují cenu svých zaměstnanců, nalézají hodnotu informací a znalostí. Důvody k této orientaci jsou více než jasné - je to zákazník, kdo živí podnikání. Jeho hodnota však není omezena jednorázovým jednáním, nýbrž jedinečným dlouhodobým vztahem, který s ním firma vytváří. Je však zřejmé, že pokud má podnik zákazníků stovky, tisíce nebo milióny, není za normálních podmínek možné znát přání, potřeby a preference každého z nich. Právě proto byly vyvinuty systémy pro podporu řízení vztahů se zákazníky (CRM - Customer Relationship Management), které při správné aplikaci, na základě využívání informací a znalostí, umožňují porozumět velkému množství individuálních zákazníků, přizpůsobit nabídku jejich potřebám a přáním, poznat a řídit jejich hodnotu pro podnik. Tyto systémy napomáhají vytvářet a regulovat vztahy se zákazníky tak, aby byly optimalizována jejich hodnota a zvýšila se vzájemná spolupráce, což je základem vztahového marketingu.

CÍL A METODY

Cílem příspěvku je zachytit a charakterizovat posun v chápání klasického marketingového mixu směrem k vztahovému marketingu, kde informace a znalosti hrají jednu z klíčových rolí, objasnit evoluci systémů pro řízení vztahů se zákazníky (CRM). Výsledky a závěry jsou formulovány na základě metod analýzy dokumentů, systémových analogií a logické dedukce. Potřebné informace k dané problematice byly získány z publikovaných literárních pramenů.

- pochopenie vývoja ním kontrolovaných dejov, procesov a činností a vyvodzovanie z nich adekvátnych záverov,
- koncepčne riadenie preventívnych opatrení a minimalizovanie predpokladov vzniku možných kríz,
- efektívne pôsobenie ako jednotlivec, ako člen a ako vedúci tímu,
- účinná aplikácia záverov a koncepcií vyšších správnych orgánov do vlastnej práce,
- udržiavanie kontaktu s vývojom problematiky krízového riadenia a presadzovanie zmien do praxe.

Vedecká práca katedry sa orientuje na rozvoj teórie a praxe rizikového a krízového manažmentu. Dôraz sa kladie na všeobecnú teóriu rizík a rizikové riadenie v podnikateľskom prostredí, ale aj v podmienkach verejnej správy. V rámci výskumnej činnosti sa pracovníci katedry zaoberajú osobnosťou krízového manažéra, komunikáciou v krízových situáciách, sociologickým a sociálno-psychologickým rozmerom riešenia krízových situácií a zvyšovania efektívnosti prípravy krízových manažérov.

Literatúra

1. **Kolektív autorov.** 2005. *Ako na vysokú školu*. Bratislava: Ústav informácií a prognóz školstva, 2005. 364 s. ISBN 80-7098-395-7
2. **Kolektív autorov.** 2004. *Hodnotenie bezpečnostného prostredia*. Bratislava: Inštitút obrany a bezpečnosti MO SR, 2004. 179 s.
3. **Kolektív autorov.** 2005. *Kurzy civilnej ochrany - príručka*. Slovenská Ľupča: Vzdelávaci a technický ústav civilnej ochrany, 2005. 48 s.
4. **Kolektív autorov.** 2004. *Panoráma globálneho bezpečnostného prostredia 2003-2004*. Bratislava: Inštitút bezpečnostných a obranných štúdií MO SR, 2004. 354 s. ISBN 80-88842-71-9
5. **Kolektív autorov.** 2005. *Projekt vzdelávania zamestnancov útvarov krízového riadenia ústredných orgánov štátnej správy - príručka*. Bratislava: Centrum vzdelávania MPSVR SR, 2005. 28. s
6. **Kolektív autorov.** 2005. *Zbrane hromadného ničenia - aktuálna bezpečnostná hrozba*. Bratislava: Inštitút bezpečnostných a obranných štúdií MO SR, 2005. 262 s. ISBN 80-88842-76-X
7. web stránky: <http://www.uniag.sk/>
<http://www.fesrr.uniag.sk/>
<http://www.utc.sk/>
<http://fsi.utc.sk/>
<http://fsi.utc.sk/kkm/>
<http://apz.minv.sk/>
<http://www.statpedu.sk/>
<http://www.uips.sk/>
<http://www.mosr.sk/>
<http://www.uco.sk/>

Kontaktná adresa autora:

Ing. Monika **Hudáková**, PhD., Katedra európskych štúdií, Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Mariánska 10, 949 76 Nitra, tel.: 00421 37 6524 004, e-mail: Monika.Hudakova@uniag.sk

(ochrana pred povodňami, protipožiarna ochrana, výstavba provizórnych bytov, zásobovanie potravinami a organizácia zdravotníckej služby v krízovom období) si osvojí rizikové faktory nebezpečenstva, prevenciu a riešenie stavu.

Absolvent bakalárskeho štúdia sa uplatňuje ako poradca a konzultant v súkromných firmách a finančných inštitúciách, v štátnej správe, ako hovorca a analytik pre prevenciu, riešenie krízových situácií, alternatívne využívanie existujúcich a náhradných zdrojov. Ako úradník v inštitúciách, kde sa hodnotia škody spôsobené antropogénnymi vplyvmi a prírodnými katastrofami. Absolvent inžinierskeho štúdia sa uplatňuje v súkromných podnikoch, v poradenstve, v domácich a medzinárodných poradenských inštitúciách, vo vládných agentúrach, vo všeobecnej a špeciálnej štátnej správe, v projekčných organizáciách, výskumných a vývojových pracoviskách. Ako konzultant v otázkach riešenia krízových situácií, krízového manažmentu prírodných a umelých zdrojov, agentúrach ŽP, vo výskume a vysokom školstve.

Na *Žilinskej univerzite v Žiline* sa problematike vzdelávania v oblasti krízového manažmentu venuje *Fakulta špeciálneho inžinierstva* konkrétne *Katedra krízového manažmentu*, ktorá je pracoviskom s odbornou i organizačnou garanciou prípravy odborníkov krízového riadenia v študijnom odbore *Občianska bezpečnosť*.

Katedra pripravuje vysokoškolsky vzdelaných odborníkov, krízových manažérov, ktorí sú schopní plniť úlohy procesov rizikového a krízového riadenia v štátnej správe a v samospráve, v podnikateľskej sfére a v inštitúciách zaoberajúcich sa ochranou životného prostredia. Katedra pripravila novú akreditáciu študijného odboru *Občianska bezpečnosť* (Civil Security) - trojstupňový študijný program pre študentov denného i externého štúdia.

Absolventi sú pripravovaní na profesiu krízový manažér. Ovládajú metódy riešenia krízových javov, sú schopní analyzovať riziká v rôznom prostredí a riadiť činnosti vo verejnej správe, vo výrobných i nevýrobných organizáciách, ktoré sú spojené s riešením a elimináciou negatívnych dôsledkov krízových javov. V rámci celoživotného vzdelávania organizuje a uskutočňuje výučbu v účelových a špecializovaných kurzoch orientovaných na postgraduálnu prípravu pracovníkov krízového manažmentu v rezortoch Ministerstva hospodárstva SR, Ministerstva obrany SR a Ministerstva dopravy, pôšt a telekomunikácií SR, ako aj v ďalších rezortoch a rôznych organizáciách podieľajúcich sa na krízovom riadení.

Absolventi získavajú nasledovné vedomosti, schopnosti a zručnosti:

- tvorivé aplikovanie získaných vedomostí v špecifickom prostredí krízového riadenia,
- uplatňovanie vlastných postupov a tvorivých invencií pri odhaľovaní rizík a ohrození v danom prostredí,
- uplatňovanie osobitých nástrojov, síl a prostriedkov na riešenie vzniknutých krízových javov,
- hľadanie nových riešení a ich tvorivé uplatňovanie v praxi, účelne prispôsobovanie zahraničných skúseností na vlastné podmienky,
- uplatňovanie vedeckých metód riadenia v podmienkach krízového manažmentu,
- využívanie techniky a zaužívaných postupov na získavanie zodpovedajúcich informácií o vývoji krízových javov,
- riadenie podriadených s dôrazom na zložité podmienky riešenia krízových javov,

Manažment rozvoja vidieckej krajiny a vidieckeho turizmu, ale i v akreditovaných študijných programoch bakalárskeho štúdia zahŕňajúceho problematiku krízového manažmentu, t.j. *Manažment prírodných zdrojov*, *Manažment životného prostredia* a *Ochrana pred prírodnými a hospodárskymi katastrofami*. V študijnom programe *Ochrana pred prírodnými a hospodárskymi katastrofami* je možnosť štúdia nielen v bakalárskom štúdiu, ale i v štúdiu inžinierskom a v ostatných dvoch študijných programoch sa pripravuje inžinierske štúdium.

Pri študijnom programe ***Manažment prírodných zdrojov*** je študijný plán zostavený z predmetov teoretického základu, akými sú chémia, biológia, ekológia, klimatológia, hydrológia. V ďalšom štúdiu získava študent odborné poznatky v predmetoch ako sú prírodné zdroje ich využitie a ochrana, oceňovanie prírodných zdrojov, mimoprodukčné funkcie prírodných zdrojov, manažment chovu rýb a voľne žijúcich zvierat, ochrana voči prírodným katastrofám. Tieto predmety sú doplnené predmetmi práva, informatiky a štatistickej analýzy. Študent sa oboznámi aj s metodikou prípravy projektov, získavaním podkladov na ich prípravu, ich spracovaním a využívaním.

Absolvent bakalárskeho štúdia sa uplatňuje ako poradca a konzultant v súkromných firmách a finančných inštitúciách, v štátnej správe, ako hovorca a analytik pre využívanie a manažment prírodných zdrojov. Ako úradník v inštitúciách, kde sa hodnotia škody spôsobené antropogénnymi vplyvmi a prírodnými katastrofami. Absolvent je schopný pripravovať podklady pre vydávanie odborných rozhodnutí v príslušnom odbore štátnej služby, čo mu umožní jeho zaradenie do stálej štátnej služby. Absolvent pripravovaného inžinierskeho štúdia sa uplatní v poradenstve v domácich a medzinárodných inštitúciách, vo vládných agentúrach, vo všeobecnej a špeciálnej štátnej správe, v projekčných organizáciách, výskumných a vývojových pracoviskách. Ako konzultant v otázkach manažmentu prírodných zdrojov, v nadáciách, agentúrach ŽP, ako poradca pri príprave integračných materiálov do EÚ a rokovaniach vyplývajúcich z členstva v EÚ, vo výskume a vysokom školstve.

Pri študijnom programe ***Manažment životného prostredia*** študijný plán pozostáva z predmetov prírodovedného základu (geografia, pedológia, chémia, biológia, ekológia, matematika), je doplnený predmetmi legislatívy a predmetmi spoločenskými (sociológia, ekofilozofia), ekonómie a manažmentu. Z odborných predmetov zameraných na analýzu zložiek životného prostredia absolvuje študent tvorbu a ochranu životného prostredia, technológie na ochranu životného prostredia, pôdohospodárske technológie a ich vplyv na životné prostredie, meteorológiu a ochrana ovzdušia. Štúdiom predmetov informatiky (počítačové spracovanie informácií, programová evidencia hospodárskych operácií, integrovaný operačný systém podniku) nadobúda schopnosť pracovať s informačnými zdrojmi.

Absolvent bakalárskeho štúdia sa uplatní ako odborný pracovník v útvaroch verejnej správy pre tvorbu a ochranu životného prostredia, v priemyselných, poľnohospodárskych a iných podnikoch a organizáciách, zaoberajúcich sa monitorovaním a vyhodnocovaním stavu ŽP. Absolvent pripravovaného inžinierskeho štúdia sa uplatní ako systémový environmentálny manažér v podnikovej a firemnej sfére. Bude riadiť odbory verejnej správy na všetkých úrovniach, obzvlášť úsek životného prostredia. Je spôsobilý pracovať v poradenstve, projektových organizáciách, vo výskume pri koncipovaní výrobných procesov na environmentálnych princípoch. Získa dostatok poznatkov k nadobudnutiu oprávnenia vykonávať environmentálny audit v rámci EÚ.

V študijnom programe ***Ochrana pred prírodnými a hospodárskymi katastrofami*** sú na začiatku štúdia do študijného plánu zaradené predmety poskytujúce prírodovedný základ (fyzika, hydrológia, chémia, geológia, ekológia, deskriptívna geometria), právny základ, informatika a logistika, geografický informačný systém a diaľkový prieskum zeme. V ďalšom štúdiu získava študent informácie o prírodných katastrofách (stabilita zemského povrchu a jeho narušenie, radiácia, biologické a chemické ohrozenie). V odborných predmetoch

človeka a prírody. Jedným z cieľov tejto činnosti je i odpútanie detí a mládeže od negatívnych javov v spoločnosti, v prevažnej miere je to boj proti drogám a kriminalite mládeže.

Doterajšie skúsenosti potvrdili, že deti a mládež majú záujem o túto formu využívania voľného času. Taktiež sa potvrdilo, že práve prostredníctvom detí a mládeže sa osveta v oblasti prípravy obyvateľstva na sebaochranu a vzájomnú pomoc dostáva až k rodičom.

I napriek všetkým pozitívam, ktorými uvedené činnosti a aktivity propagovali opodstatnenosť a dôležitosť civilnej ochrany, nevyhla sa ani tejto oblasti problematika finančného zabezpečovania spomínaných aktivít. Vďaka vôli zainteresovaných pracovníkov pôsobiacich v oblasti civilnej ochrany sa našlo riešenie i tejto situácie a rozhodlo sa, že činnosti orientované na deti a mládež budú zabezpečovať odbory krízového riadenia krajských a obvodných úradov v úzkej súčinnosti členov zväzu civilnej ochrany, ktorí bohatými skúsenosťami z práce s mládežou budú naďalej prispievať k výchove mladej generácie v oblasti civilnej ochrany.

Na posilňovaní podpory pri práci s mládežou v oblasti civilnej ochrany sa Útvar krízového riadenia Ministerstva školstva SR, spolu s krajskými školskými úradmi, chce aktívne podieľať a zapájať sa do spolupráce nie iba s vrcholnými orgánmi civilnej ochrany a odbormi krízového riadenia krajských a obvodných úradov, ale i do spolupráce s vyššími územnými celkami a obcami, ktorí sú zriaďovateľmi prevažnej väčšiny základných a stredných škôl.

Nemenej významnú úlohu zohráva i spolupráca rezortu školstva s Úradom civilnej ochrany Ministerstva vnútra SR pri vydávaní príručiek civilnej ochrany, napr. príručka „*Informácia civilnej ochrany pre riaditeľov škôl*“ a príručka „*Čo má každý vedieť v prípade ohrozenia*“, ďalej propagácia zo strany Útvaru krízového riadenia Ministerstva školstva SR pri časopise „*Civilná ochrana*“, kde sú pravidelne uverejňované metodické pomôcky k spracovaniu dokumentácie civilnej ochrany pre školy. Rovnako významná je i spolupráca rezortu so Vzdelávacím a technickým ústavom civilnej ochrany – strediskami prípravy, hlavne pri propagácii kurzov civilnej ochrany pre riaditeľov a učiteľov škôl, do ktorých sa zapája stále viac riaditeľov a učiteľov základných a stredných škôl.

II. KRÍZOVÝ MANAŽMENT NA VYSOKÝCH ŠKOLÁCH

Z hľadiska vzťahu vysokých škôl a krízového manažmentu zohrávajú vysoké školy nezastupiteľnú úlohu pri príprave odborníkov v danej predmetnej oblasti. Problematika krízového manažmentu je dnes vyučovaná, tak na štátnych ako i na verejných vysokých školách.

Za štátne vysoké školy možno spomenúť *Akadémiu policajného zboru v Bratislave*, kde je možnosť štúdia v akreditovaných študijných programoch *Bezpečnostnoprávna ochrana osôb a majetku* a *Bezpečnostnoprávne služby vo verejnej správe*. Absolventi študijného programu *Bezpečnostnoprávna ochrana osôb a majetku* majú možnosť uplatnenia sa napr. ako bezpečnostní pracovníci – špecialisti v štátnych a neštátnych bezpečnostných službách a organizáciách a pod. a absolventi v študijnom programe *Bezpečnostnoprávne služby vo verejnej správe* majú možnosť uplatnenia sa ako špecialisti alebo manažéri bezpečnostných verejno-právnych služieb na nižších stupňoch riadenia miestnej štátnej správy a územnej samosprávy na úseku všeobecnej vnútornej správy, ochrany pred požiarmi, civilnej ochrany, obrany a krízového manažmentu.

U verejných vysokých škôl zohrávajú významnú úlohu pri vzdelávaní v krízovom manažmente dve vysoké školy – *Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre* a *Žilinská univerzita v Žiline*.

Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre na *Fakulte európskych štúdií a regionálneho rozvoja* ponúka možnosť bakalárskeho i inžinierskeho štúdia nielen v akreditovaných študijných programoch *Európske rozvojové programy*, *Regionálny rozvoj*,

Vo vzdelávacom systéme na úrovni základných a stredných škôl je v súčasnej dobe rozpracovaný systém vzdelávania v predmetnej oblasti civilnej ochrany a to v rámci učebných osnov cyklu „*Ochrana človeka a prírody*“, ktoré schválilo Ministerstvo školstva SR s platnosťou od 1. septembra 2002.

Učivo „*Ochrana človeka a prírody*“ svojim špecifickým obsahom a zameraním cieľavedome pôsobí na mravné, intelektuálne, fyzické a psychické vlastnosti žiakov. Rozvíjaním týchto vlastností sa utvárajú požadované schopnosti potrebné na prípravu k riešeniu mimoriadnych udalostí. Žiaci zároveň získavajú nevyhnutné vedomosti, zručnosti, poznatky a návyky potrebné na prežitie pri vzniku mimoriadnych udalostí.

Obsahovú zložku učiva napĺňajú tematické celky s nasledovným obsahom:

- riešenie mimoriadnych udalostí – civilná ochrana,
- zdravotná príprava,
- pobyt a pohyb v prírode a jej ochrana,
- dopravná výchova,
- výchova k bezpečnému správaniu.

Ako organizačné formy na realizáciu učiva „*Ochrana človeka a prírody*“ sa využívajú *didaktické hry* „DH“ (1. – 4. roč. základnej školy, koná sa 1 krát v školskom roku v trvaní 4 hodín, pred DH sa realizuje deň prípravy najmä na teoretickú časť v rozsahu 2 – 4 hodín), *účelové cvičenia* „ÚC“ (5. – 9. roč. základnej školy a na strednej škole, koná sa 2 krát v školskom roku po 5 hodín spravidla na jeseň a jar, na strednej škole sa uskutočňuje v 1. a 2. ročníku 2 krát v školskom roku v rozsahu 6 hodín, pred ÚC sa realizuje deň prípravy najmä na teoretickú časť učiva v rozsahu 3 – 5 hodín) a *kurz na ochranu človeka a prírody* (v 3. ročníku na stredných školách v rozsahu 3 dní po 7 hodín výcviku, v dvojročných učebných odboroch SOU sa kurz koná v 2. ročníku).

S výučbou civilnej ochrany na školách úzko súvisí i krúžková činnosť, výtvarné súťaže napr. „*Civilná ochrana očami detí*“ a zapájanie sa žiakov do branno-športových súťaží mladých záchranárov civilnej ochrany. Súťažiam mladých záchranárov civilnej ochrany sa venuje neustála pozornosť i metodická pomoc zo strany učiteľov, Zväzu civilnej ochrany SR, Úradu civilnej ochrany Ministerstva vnútra SR, Vzdelávacieho a technického ústavu civilnej ochrany, stredísk prípravy VTÚ CO, Ministerstva školstva SR a odborov krízového riadenia krajských a obvodných úradov.

Súťaže mladých záchranárov civilnej ochrany nie sú výlučne iba preskúšaním získaných teoretických a praktických poznatkov, vedomostí a zručností ale i návodom pre základné a stredné školy ako organizovať mimoškolskú činnosť.

Pri otázke výchovy a vzdelávania v oblasti civilnej ochrany treba zvlášť vyzdvihnúť spoluprácu rezortu so Zväzom civilnej ochrany SR, ktorý je dobrovoľnou, vlasteneckou, humánnou, politicky nezávislou, branno-spoločenskou občianskou organizáciou, ktorej hlavným poslaním je plnenie celospoločenských úloh civilnej ochrany v súlade so zákonom č. 42/1994 Z. z. o civilnej ochrane obyvateľstva v znení neskorších predpisov a v zmysle Dodatkových protokolov I a II k Ženevským dohovorom z augusta 1949.

Zväz orientuje svoju činnosť predovšetkým na realizáciu osvetových a výcvikových programov zameraných na humánnu výchovu mládeže, na prípravu obyvateľstva na sebaochranu a vzájomnú pomoc v prípade vzniku mimoriadnej udalosti, ako aj na propagáciu a popularizáciu civilnej ochrany. Prioritou činnosti zväzu na úrovni republikového orgánu i všetkých organizačných článkov je práca s mládežou. Ide najmä o realizáciu osvetových a výcvikových programov civilnej ochrany. Takou je hlavne príprava mladých záchranárov civilnej ochrany, v rámci ktorej sa žiaci základných škôl pripravujú na prácu v oblasti záchranárskej činnosti. Pripravujú sa v krúžkoch a kluboch mladých záchranárov civilnej ochrany a ochrancov prírody a pripravujú sa v súlade s už spomínaným učivom *Ochrana*

kolektívnej obrany vnútri NATO. Aliancia ostáva prioritou pri ochrane bezpečnostno-politických záujmov štátu z hľadiska tzv. tvrdej bezpečnosti. Tento uhol pohľadu na bezpečnosť ponecháva referenčný rámec NATO ako prioritu pri teritoriálnej obrane a prisudzuje článku č. 5 Zmluvy o NATO nezmenený význam. Samozrejme nová agenda – obrana bezpečnosti novým spôsobom, t.j. projekciou stability ovplyvňuje, že teritoriálna obrana zostáva kľúčovou funkciou, ale už nie je možné chrániť bezpečnosť bez čelenia potenciálnym rizikám a hrozbám vychádzajúcim spoza hraníc.

Z druhého piliera Európskej únie, konkrétne z Európskej bezpečnostnej stratégie z decembra 2003 naopak vyplývajú priority nového pohľadu na širší kontext bezpečnostno-politických záujmov SR. Prioritizácia záujmov Európskej bezpečnostnej stratégie vyplýva zo vzájomne previazanej hierarchizácie dvoch rovín bezpečnostno-politických hrozieb: vecnej a regionálnej. Vo vecnej rovine Európskej bezpečnostnej stratégie nájdeme priority terorizmu, zbraní hromadného ničenia a tzv. neúspešných štátov (vrátane organizovaného zločinu). Regionálna rovina záujmu EÚ o problematiku regiónov vyčleňuje Západný Balkán, Stredozemie/Stredný východ a Rusko.

Všeobecné stanovenie priorít, od ktorých sa odvíja špecifikácia, sa tak stáva samostatnou prioritou. Hierarchizácia vlastných bezpečnostno-politických záujmov a cieľov vytvára transparentnosť smerov do vnútra – k vlastným rozhodovacím inštitúciám a orgánom – aj smerom k partnerom v NATO a v EÚ. Definícia hierarchizovaných bezpečnostno-politických záujmov SR je súčasne prioritou aj smerom k partnerom v oboch selektívnych integračných zoskupeniach, pretože vytvára predpoklady pre multinacionálny prístup k riešeniu bezpečnostných problémov v hraniciach oboch inštitúcií aj mimo nich.

I. PRÍPRAVA NA OBRANU, CIVILNÁ OCHRANA A PRÍPRAVA OBYVATELSTVA NA RIEŠENIE KRÍZOVÝCH SITUÁCIÍ NA ZÁKLADNÝCH A STREDNÝCH ŠKOLÁCH

Vzdelávanie a výchova mladej generácie ako faktor ovplyvňujúci predchádzanie vzniku potencionálnych hrozieb a rizík, zohráva nezastupiteľnú úlohu.

V zmysle teoretickej analýzy problematiky bezpečnosti sa javí neustála potreba adekvátnym spôsobom reagovať na možné hrozby a potencionálne riziká nielen zo strany tzv. „silových“ rezortov ale zo strany všetkých rezortov. Nie je tomu inak ani zo strany rezortu školstva.

Povinnosti vyplývajúce jednotlivým rezortom pri „príprave na obranu a civilnú ochranu“ ustanovujú i konkrétne všeobecne záväzné právne predpisy. Pre rezort školstva možno za všetky spomenúť napr. zákon č. 319/2002 Z. z. o obrane Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov, kde sa v § 3 ods. 4 hovorí:

„príprava občanov na obranu štátu je súhrn opatrení vo výchovno-vzdelávacom procese na základných školách a stredných školách zameraných najmä na brannú výchovu a brannú prípravu, zdravotnú prípravu, záujmovú činnosť, technickú činnosť a športovú činnosť“,

a zákon č. 42/1994 Z. z. o civilnej ochrane obyvateľstva v znení neskorších predpisov, kde sa v § 9 ods. 2 hovorí:

„ministerstvá, do ktorých pôsobnosti patrí riadenie výkonu štátnej správy na úseku školstva, zabezpečujú, aby obsah výchovy a vzdelávania na všetkých druhoch a typoch škôl v primeranom rozsahu zahŕňal aj otázky civilnej ochrany“.

Plnenie vyššie citovaných právnych predpisov, ale i riešenie problematiky predchádzania vzniku krízových javov, ktoré môžu viesť k narušeniu stability a bezpečnosti systému ako celku je v rezorte školstva rozpracované v širokej rade predmetov, a to nielen v predmetoch prírodovedného zamerania, ale i v predmetoch humanitného zamerania.

ÚVOD

Bezpečnosť SR vychádza z jej národného záujmu, ktorého poslaním je zaručiť zvrchovanosť, suverenitu, územnú integritu, nedotknuteľnosť hraníc, bezpečnosť občanov, hospodársku prosperitu, spoločenskú stabilitu a medzinárodne uznanie SR. Tvorí ju súhrn politických, diplomatických, ekonomických, kultúrnych, historických, vojenskostrategických, vnútorných bezpečnostných a ekologických prvkov a ich vzájomných väzieb. Je syntetickou kategóriou, zahŕňajúcou všetky podstatné (životne dôležité) politické, ale i národné záujmy a prostriedky realizáciou ktorých sa zaručia maximálne výhodné vonkajšie a vnútorné podmienky pre bezpečnosť SR a jej občanov.

Bezpečnosť SR je garantovaná prostredníctvom orientácie na zabezpečenie vnútornej bezpečnosti občanov a štátu vlastným bezpečnostným systémom, vlastnými silami a prostriedkami (nielen vojenskými) a zabezpečenie vonkajšej bezpečnosti v rámci transatlantických, európskych, regionálnych a celosvetových bezpečnostných systémov a štruktúr.

V zmysle uvedených myšlienok vystupuje na povrch teória, ktorej hlavnou ideou je vedenie, výchova a vzdelávanie spoločnosti, ktoré nebudú výhradne orientované iba na riešenie už vzniknutých ohrození, rizík a krízových situácií či už vojenského alebo nevojenského charakteru, ale na prechádzanie vzniku, resp. eliminovanie fenoménov, ktoré môžu skutočné hrozby spôsobovať. Vzhľadom k osobitosti tejto oblasti zohráva nezastupiteľnú úlohu výchova a vzdelávanie, ktoré sú v gescii rezortu Ministerstva školstva SR.

CIEĽ A METODIKA PRÁCE

Cieľom príspevku je analýza súčasného stavu v oblasti obrany, civilnej ochrany a krízového manažmentu vo vzdelávacej sústave SR z hľadiska ich nezastupiteľnej úlohy na zachovaní bezpečnosti štátu a zároveň poukázať na skutočnosť, že pre zachovanie bezpečnosti je rovnako potrebné i predchádzanie vzniku ohrození, rizík a krízových situácií a eliminácia rizikových fenoménov akými sú terorizmus, tolerancia ku xenofóbii a rasizmu, narastajúca drogová závislosť a pod.

Podkladové údaje sme získali z web stránok a dostupnej literatúry. Z obsahového hľadiska sme sa zamerali na:

- prípravu na obranu, civilná ochrana a prípravu obyvateľstva na riešenie krízových situácií na základných a stredných školách,
- krízový manažment na vysokých školách.

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Bezpečnostná politika, ktorá má k dispozícii stratégiu, resp. ucelenú bezpečnostno-politickú stratégiu, vychádza zo záujmov krajiny a jej obyvateľstva. Zmyslom štátu je chrániť obyvateľstvo krajiny a samotný štát pred vonkajšími aj vnútornými bezpečnostnými rizikami. Trvať na vlastných bezpečnostno-politických záujmoch a zvýrazňovať ich pred záujmami iných krajín, poprípade záujmami medzinárodných integračných zoskupení, ktorých je SR členom (v prvom rade NATO a EÚ), nie je v rozpore so záväzkami voči týmto organizáciám.

Bezpečnostno-politické záujmy SR je potrebné nielen definovať, ale aj hierarchizovať. Len vďaka kategóriám priorít bezpečnostno-politických záujmov budú orgány zodpovedné za rozhodovací proces schopné reagovať pružne a pohotovo na bezpečnostné potreby štátu.

Všeobecnými prioritami, z ktorých vychádza kategorizácia bezpečnostno-politických záujmov podľa dôležitosti, sú *hodnoty* v hierarchickom poradí sloboda, mier a bezpečnostná stabilita.

Kľúčovým bezpečnostno-politickým záujmom – bezpečnostno-politickou prioritou SR už nie je dosiahnutie členstva v Severoatlantickej aliancii, ale aktívna účasť na tvorbe

OBRANA, CIVILNÁ OCHRANA A KRÍZOVÝ MANAŽMENT VO VZDELÁVACEJ SÚSTAVE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

DEFENSE, CIVIL PROTECTION AND CRISIS MANAGEMENT IN EDUCATIONAL SYSTEM OF SLOVAK REPUBLIC

Monika Hudáková

Súhrn:

Príspevok analyzuje súčasný stav v oblasti obrany, civilnej ochrany a krízového manažmentu vo vzdelávacej sústave SR z hľadiska ich nezastupiteľnej úlohy na zachovaní bezpečnosti štátu. Hlavný dôraz kladie na skutočnosť, že pre zachovanie bezpečnosti je rovnako potrebné i predchádzanie vzniku ohrození, rizík a krízových situácií a eliminácia rizikových fenoménov akými sú terorizmus, tolerancia ku xenofóbii a rasizmu, narastajúca drogová závislosť a pod. Na dosiahnutie tohto stavu je potrebné v oblasti výchovy a vzdelávania zameriavať pozornosť nie iba na predmety povahy civilnej ochrany, prípadne zabezpečenia a príprav na obranu, ale v rámci medzipredmetových vzťahov v predmetoch prírodovedného i humanitného charakteru zamerať pozornosť na skutočnosť, že k zachovaniu bezpečnosti štátu patrí i osвета, výchova a vzdelávanie, ktoré budú eliminovať možnosť vzniku konfliktov. Možno preto konštatovať, že rezort školstva si v rámci vzdelávacej sústavy SR túto úlohu plní a priebežnou aktualizáciou učebných osnov s ohľadom na vývoj svetovej i celospoločenskej situácie bude túto úlohu v dlhodobom horizonte i naďalej kvalifikovane plniť.

Kľúčové slová:

obrana, civilná ochrana, krízový manažment, vzdelávacia sústava, krízová situácia

Abstract:

The paper analysis current situation in the field of defense, civil protection and crisis management in educational system of SR and points the irreplaceable role of the Slovak educational system by the state security protection. Main premium is putted on the reality that the security preservation is necessary as well as the prevention of risks, crisis situations endanger, elimination of risks phenomena as terrorism, xenophobia and racism toleration, growing drug addiction. To reach this it is necessary to aim the attention in the education field not only on the subjects of civil defense or securing and defense preparation but also on subject of biological and humanity character. Therefore it is necessary to aim the attention on the reality that to the state security preservation belongs also education and training which will eliminate the future conflicts. We can state that the Ministry of education is fulfilling this task in the educational system of SR. This task is being fulfilled through updating the teaching curriculums with regard on the world's development. The ministry will continue in qualifiedly fulfilling of this task in long-term horizon.

Key words:

Defense, civil protection, crisis management, educational system, crisis situation

šetření. Národní cena České republiky za jakost (obdobný program jakosti), je výhercům každoročně předávána z rukou předsedy vlády České republiky, v loňském roce dokonce na Pražském Hradě. To je jistě pro oceněné významná událost a pocta a zároveň velká motivace k dalšímu zlepšování kvality. Něco podobného by jistě prospělo i Programu Česká kvalita, lepší propagace a větší motivace současně.

Jak ukázal provedený průzkum, spotřebitelé mají o jakostní, kvalitní a nezávislou stranou garantované produkty zájem. Dokonce jsou ochotni za ně platit více peněz než za srovnatelné produkty bez této garance. Bohužel však často ale nevědí, že takovou možnost mají a jimi hledaný výrobek či služba na trhu v zaručené podobě již existuje.

Jsou ovšem i tací, kteří výrobky se značkami Programu Česká kvalita kupují pravidelně, sami si aktivně o těchto produktech shánějí informace a to vše za jediným cílem – zaručenou kvalitou. Ta je alfou a omegou tohoto úsilí a je škoda, že mu správci jednotlivých značek, jakožto i jejich držitelé, nevycházejí lepší informovaností a osvětou vstříc.

Jedním z možných přístupů řešení lepší informovanosti spotřebitelů o významu jednotlivých značek, by bylo uzavření dohody o mediální podpoře a propagaci Programu, včetně vysvětlení jednotlivých značek s vybranou PR agenturou, která by je dokázala dostat do podvědomí lidí i jiným způsobem, než jen placenou reklamou v nejrůznějších médiích, na kterou již některé skupiny obyvatel reagují méně významně.

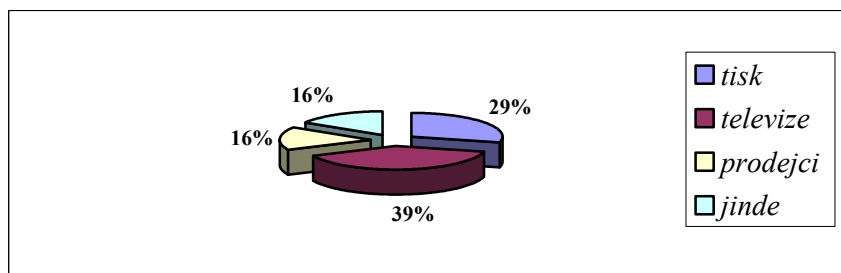
Seznam literatury

3. BÁRTOVÁ, H. a kol. *Chování spotřebitele a výzkum trhu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002. 209 s. ISBN 80-245-0410-3.
4. HESKOVÁ, Marie. *Značka - fenomén spotřebitelské orientace*. 1. vyd. Jindřichův Hradec: Jihočeská univerzita, Fakulta managementu, 1997. 57 s. ISBN 80-7040-233-4.
5. *CZECH MADE* [online]. c1996, <<http://www.czechmade.cz/p.php?p=o-czech-made,kvalita>>
6. *Národní politika jakosti* [online]. c2000, <http://www.npj.cz/menu_nppj_1/zakladni_info.asp>
7. *Svět spotřebitelů – Sdružení obrany spotřebitelů ČR* [online]. c2000 <<http://www.znacky.spotrebitele.info/detail.php?id=24>>.

Kontaktní adresa:

Ing. Daniela Hrubá
PEF-KOF
Tel.: +420/224 382 385
e-mail: hruba@pef.czu.cz

Graf č. 1 Zdroj informací o značkách



Zdroj: Dotazníkové šetření

Více než třetina respondentů zná uváděné značky z televizního vysílání a každý šestý čerpá informace z přímého kontaktu s prodejci. Stejný počet se potom setkává s informacemi o značkách i na jiných místech a v jiných formách než jsou televize, tisk a prodejci. Nejvíce uváděnými dalšími místy jsou internet, odborné přednášky a etiketa samotných produktů. To, že někteří uvedli jako zdroj informací i internet či odborné přednášky, svědčí o projeveném zájmu a vyvíjené aktivitě vedoucí k dosažení informací a lepšímu poznání značek.

Jak vyplývá z odpovědí respondentů, hlavní **důvod nákupu** výrobků s uvedenými značkami je především v jejich zaručené kvalitě a jakosti. Ze zdravotního hlediska si výrobky s danými značkami kupuje každý sedmý dotázaný a z ekologického hlediska každý jedenáctý. Z důvodu společenské prestiže je to každý dvacátý respondent. Každý sedmáctý má k nákupu jiný důvod, např. doporučení známého nebo i žádný důvod, jelikož až dodatečně zjistil, že zakoupený produkt obsahuje příslušnou značku.

Při detailnější analýze je možné sledovat pestřejší strukturu odpovědí v závislosti na jednotlivých sociodemografických charakteristikách:

- ✓ *Kvalitu*, jakožto nejdůležitější ukazatel, vyžadují v nadprůměrných hodnotách ženy – ze 70 %, vysokoškolsky vzdělaní – ze 70 % a lidé z měst do 50 000 obyvatel – taktéž ze 70 %.
- ✓ Na *zdraví* dávají, více než průměr ze souboru dotazovaných – 14 %, akcent lidé starší 60 let – 17 % a lidé z nejmenších obcí do 1 000 obyvatel – 18 %.
- ✓ *Ekologie* je důležitým hlediskem při volbě výrobku s garantovanými vlastnostmi v průměru pro 9 % dotazovaných, a toto překračují lidé 45 až 59 letí – 13 % a opět lidé z obcí do 1 000 obyvatel – 12 %.
- ✓ 5 % je celkový průměr odpovědí souboru dotazovaných, kteří označili *prestiž* jako hlavní důvod nákupu výrobků těchto značek. Významně to překračují skupiny mladých do 19 let – 10 % a lidé základního vzdělání – 10 %.

Více než 80 % dotazovaných je ochotno platit **za garantovanou jakost vyšší cenu** než za výrobky bez této jistoty. Necelá pětina více platit odmítá. Celkový průměr kladných odpovědí - tedy *souhlasu s placením vyšších cen* za garantovanou jakost (celek 82%) - výrazně převýšily skupiny respondentů ve věku 45 - 59 let – 86 %, dotázaní s vyšším vzděláním (s maturitou 86 %, vysokoškolským diplomem 85 %) a dotázaní z obcí do 10 000 obyvatel – 87 %. *Záporné odpovědi* (celek dotázaných 18%) ve vyšší míře uváděli oslovení ve věku 60 a více let 23 %, respondenti se základním vzděláním 23 % a lidé z malých obcí do 1 000 obyvatel – 21 %.

ZÁVĚRY

Program podpory prodeje kvalitních výrobků a poskytování kvalitních služeb jakožto program, který je přímou součástí vládní strategie podpory jakosti, by si jistě zasloužil mnohem větší pozornost ze strany svých zřizovatelů a potvrzují to i výsledky provedeného

zemích ke zvyšování kvality nabízené produkce a tím i ke zvýšení konkurenceschopnosti domácích podniků a k lepší informovanosti spotřebitelů na trhu.

CÍL A METODIKA

Otázka spotřebitelských značek je velice aktuální téma. Jde o současné dění, a proto je obtížné ho hodnotit tak, aby zjištěná a uvedená fakta již nebyla pouhou minulostí.

Jelikož je téma spotřebitelských značek velmi široké, práce se zaměřuje pouze na vybrané symboly na obalech výrobků s cílem ověřit, nakolik jsou spotřebitelé informováni o významu jednotlivých značek a na základě jakých skutečností jsou jejich názory utvářeny a jakým oblastem přikládají v největší důležitosti.

Zjišťování uvedených hledisek bylo provedeno prostřednictvím dotazníkového šetření. Celkem bylo v průběhu šetření, které proběhlo v listopadu roku 2004, získáno 227 vyplněných dotazníků.

VÝSLEDKY A DISKUSE

První otázka zjišťovala, *které značky zařazené do Programu Česká kvalita respondenti znají* (byl uveden výčet zahrnutých značek s otázkou, zda je tato značka respondentům známá). Respondenti celkově zaznamenali ve svých odpovědích 1 328 značek, což činí v průměru na jednoho dotazovaného cca 6 rozpoznávaných značek z celkového počtu 14 značek v programu.

Nejvíce je dotazovaným známa značka CZECH MADE, se kterou se nikdy nesetkalo pouhých 16 respondentů, což znamená, že ji zná 93% respondentů. Následuje TESCO – 75%, Ekologicky šetrný výrobek – 68%, Program kvality Carrefour 63% a ČSN – TEST – 61%, které významně přesahují známost vycházející v průměru na jednu značku – 42%. Značka CZECH MADE je součástí Programu Česká kvalita od jeho počátku v roce 2002 a samostatně je udělována již od roku 1993. Proto není překvapující, že se výrazně vryla do podvědomí respondentů.

U značek TESCO a Program kvality Carrefour je tato známost jistě překvapující, ovšem z dalších odpovědích vyplynulo, že většina respondentů neví, co přesně má zaručeno danou značkou. Zákazníci znají supermarkety a hypermarkety názvů shodných s těmito značkami, proto reagovali na známý symbol. Je možné předpokládat, že kdyby byla značka Metro Quality pojmenována podle názvu české dceřinné společnosti této firmy, tj. MAKRO Cash and Carry, zaznamenalo by ji obdobné množství respondentů jako u výše jmenovaných označení.

Více než pětina dotazovaných neví, i přesto, že jim daný symbol není neznámý, co přesně znamená (jeho *význam*) a co jim garantuje. 58 % chápe výhody plynoucí z těchto značek, ale ne u všech jimi rozpoznávanými. Nejvíce si jsou jisti lidé 45 – 59 letí a vysokoškolsky vzdělaní – 23%, jistota významu daných značek a respondenti z měst do 10 000 obyvatel – 21 % oproti 18% celkovému průměru. Neznalost významu značek je vyšší než průměr 24 % u 15 – 19 letých – 30 %, u žen – 28 % a u respondentů z malých obcí – 28 %.

Výsledky v této oblasti ukazují na špatný marketing značek, neboť pokud již respondenti značku zaregistrují, tak většinou nedokáží vysvětlit, co jim zaručuje a jaké výhody jim plynou z pořízení takového produktu.

U informací, které spotřebitelé dostávají o značkách České kvality, nelze vyhodnotit, zda jsou dostačující pro uskutečnění správných nákupních rozhodnutí, lze však zjistit *zastoupení jednotlivých zdrojů* , ze kterých tyto informace získávají. Z nich je možné usuzovat na důvěryhodnost, objektivnost a nezájatost daných informací.

ZNAČKA JAKO PROSTŘEDEK ORIENTACE SPOTŘEBITELE

LABEL AS AN INSTRUMENT OF CUSTOMER ORIENTATION

Daniela Hrubá

Anotace:

S ohledem na stále rostoucí množství zboží na trhu a jeho značnou rozmanitost týkající se různých výrobců, typů výrobků, jeho užitných a kvalitativních vlastností, jsou značky uváděné na obalech pro snazší orientaci spotřebitele velice aktuální téma. Tato práce se proto zabývá především otázkami nakolik jsou spotřebitelé informovaní o problematice spotřebitelských značek a na jakých skutečnostech jsou jejich názory založeny.

Klíčová slova:

Značka, spotřebitel, informace, zboží

Summary:

Increasing amount of good presented on current market together with its great diversity (diversity of producers, types of goods, quality and other characteristics) causes for customers importance of different labels printed on packaging. This article is engaged in question, whether are customers informed about those labels and what they come from in their opinion.

Key words:

Label, customer, information, good

ÚVOD

Problematika ochrany spotřebitele se dostává postupně i v podmínkách České republiky do popředí zájmu. Stále ještě ale platí, že spotřebitel je nejslabším článkem v řetězci výroba - obchod - spotřebitel. Proto je jeho ochrana důležitým nástrojem pro vytváření rovnováhy na trhu. Ochrana spotřebitele se dlouhodobě věnuje i Evropská unie, v rámci které byl pro tuto oblast vytvořen samostatný direktoriát a lze říci, že péče o růst kvality výrobků a služeb je motivována především snahami o lepší uspokojování práv spotřebitelů.

Mezi základní práva spotřebitele patří ochrana jeho ekonomických zájmů a umožnění přístupu k náležitým informacím, které dovolí zasvěcený výběr podle individuálních potřeb.

Šíře nabídky zboží na českém trhu je v současnosti plně srovnatelná s možnostmi výběru ze sortimentu v okolních státech Evropy. Z pohledu spotřebitele je toto hledisko jistě výhodné, na druhou stranu ale spotřebitel při rozhodování o koupi konkrétního výrobku často tápe a hledá informace, které by mu orientaci měly usnadnit.

Podpora programu ověřování kvality výrobků a služeb nabízených na území České republiky a jejich označování značkami kvality zvyšuje informovanost spotřebitelů o nabídce kvalitních produktů na trhu a umožňuje laickému zákazníkovi lépe se orientovat při nákupu. Dává také možnost upozornit na tuzemské firmy, které dbají na kvalitu své produkce s cílem lepšího uplatnění jak na domácím, tak i na zahraničních trzích.

Znalosti a zkušenosti při rozvoji jednotlivých programů ověřování kvality produktů (výrobků, služeb) jsou přebírány také ze zahraničí, kde ověřování kvality produkce má již dlouholetou tradici (Francie, SRN, Rakousko a další). Tyto programy vedly v uvedených

na vymyšlení pozitivních změn nemají dostatek času ani finančních zdrojů. Na druhou stranu, nejlepší nápady se neočekávaně často objevují v situaci špatného hospodářského výsledku, který přerostl ve firemní krizi. Pracovníci zde pracují pod stresem a často ze sebe vydají to nejlepší. Při rozboru, co je překážkou vytvoření a implementace organizační inovace do podnikatelských aktivit vyplývá, že odpor proti přepokládané kladné změně vzniká jak u úspěšných podniků, tak i u firem v situaci neúspěchu. U podniku, který **má výhodný trend výsledků** svého podnikatelského snažení je **brzdou inovace její implementace**, kdežto ve firmě, která má výsledný podnikatelský **trend složený z prohlubujících neúspěchů** je největší **překážka ve vytvoření inovace**. Shrnutí - úspěšnému podniku chybí inovační iniciace a neúspěšnému inovační schopnost.

Literatura

1. MINTZBERG, H.: The Strategy Process, Concepts, Contexts, Case. Third Edition, New Jersey, Prentice Hall International, Inc., 1996. ISBN 013853813.
2. KAPLAN, S., Robert: Balanced Scorecard. Translation Strategy Into Action. Harvard Business Press, Boston, 1999. ISBN 80-7261063-5.
3. HALA, R. – WHITLAM, P. 1997. Towards the virtual organization. Boston: McGraw- Hill, 1997.
4. HRON J.: Učíci se organizace. Zemědělská ekonomika. Roč.50, č.12. 2004

Kontaktní adresa:

Prof. Ing. Jan Hron, DrSc. dr.h.c.

Ing. Tomáš Macák

ČZU v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení

Kamýcká 129

165 21 Praha 6 – Suchbátka

tel. 224384081

fax: 234381855

e-mail hron@pef.czu.cz

Nyní je potřebné charakterizovat hodnotu nesouladu kongruence projektového parametru se situačním faktorem. K tomu složí absolutní odchylka AO , která vyjadřuje absolutní rozdíl těchto dvou faktorů organizace. Geometrická podoba nesouladu kongruence představuje nejkratší vzdálenost polohy bodu organizační struktury OS od vedlejší diagonály (viz. obrázek 2). Geometrická forma nesouladu se nazývá kongruentní odchylka a získá se vydělením absolutní odchylky druhou odmocninou ze dvou.

$$AO = SF - PP = 0,4 - 0,925 = -0,525 \quad (5)$$

$$o: \quad SF - PP = AO = \sqrt{2}o \Rightarrow o = \frac{BS - UZ}{\sqrt{2}} = \frac{AO}{\sqrt{2}} = -0,3712 \quad (6)$$

Nyní je potřeba určit nové nastavení dílčích hodnot složek projektového parametru, tak aby jeho kompoziční hodnota byla v souladu s agregovanou hodnotou technického systému. Existují dva možné způsoby postupu k nalezení řešení:

1. Vytvoření soustavy rovnic a při substitučním dosazení za dvě neznámé se převede soustava na rovnici o jedné neznámé.
2. Analytické vyjádření jednotlivých komponentů projektového parametru v závislosti na technickém systému a intenzitách významnosti jednotlivých komponent PP:

$$PP = f(SF, v_1, v_2, v_3) \quad (7)$$

Při druhém způsobu napíšeme soustavu tří rovnic a z nich pak explicitně vyjádříme výrazy pro hodnoty jednotlivých faktorů PP v souladu s organizační balance:

$$1) \quad PP_1 : PP_2 : PP_3 = v_1 : v_2 : v_3 \quad (8)$$

$$2) \quad PP = SF \quad (9)$$

$$3) \quad SF = v_1 \cdot PP_1 + v_2 \cdot PP_2 + v_3 \cdot PP_3 \quad (10)$$

Vyřešením soustavy rovnic nalezneme hledané hodnoty projektových parametrů:

$$PP_1 = \frac{SF}{v_1 + \frac{v_2^2}{v_1} + \frac{v_3^2}{v_1}} \quad PP_2 = \frac{SF}{v_2 + \frac{v_1^2}{v_2} + \frac{v_3^2}{v_2}} \quad PP_3 = \frac{SF}{v_3 + \frac{v_1^2}{v_3} + \frac{v_2^2}{v_3}} \quad (11)$$

Po dosazení hodnot do vzorců (11), dostaneme nové hodnoty komponent projektového parametru:

$$PP_1 = 0,4706 \quad ; \quad PP_2 = 0,3529 \quad ; \quad PP_3 = 0,3529$$

Kontrola:

$$PP = 0,4 \cdot 0,4706 + 2 \cdot (0,3 \cdot 0,3529) = 0,4 = SF$$

DISKUZE - ZÁVĚR

Naléhavost změny organizačního nastavení parametrů reaguje nepřímo úměrně s pozitivním trendem rostoucí výkonnosti organizace. Proto si je možné všimnout, že nepříznivější okolnosti pro „odzkoušení“ nově vzniklého organizačního opatření v podnikovém dění jsou v situaci, kdy má organizace viditelné slabiny ve svých strategických oblastech koordinační politiky. Paradoxně je procesu zavádění nebo nastavování nové úrovně organizačních faktorů nejvíce fanděno ve firmě, která zjistila svůj nepříznivý vývoj ve svém snažení eliminovat systémové poruchy kongruence. Bohužel tento subjekt má mnohem menší potenciál pro tvorbu úspěšných organizačních inovací, díky existenci nevhodných předpokladů. Tato absence vhodných podmínek pro vytvoření konceptu pozitivní organizační změny není daná neochotou pracovníků inovovat, jako situací, v které se ocitly díky nepříznivému vývoji organizační situace. Pracovníci firmy, která se dostala do špatné hospodářské situací musí většinu pracovní energie vynaložit na udržení organizace na trhu a

$$PP_{diag} = SF$$

(2)

Podle stupňů volnosti – minimum nezbytných informací (tj. $n-1$), můžeme ze Studentova rozdělení pravděpodobnosti určit hodnotu kompenzačního koeficientu $t_{0,025}$ a ten dosadit do vztahu pro určení šířky pásma kongruentní spolehlivosti. V případě překročení pásma spolehlivosti, tj. stav projektového parametru $(PP) > PP_{diag} + t_{0,025} \frac{s}{\sqrt{n}}$, potom se subjekt

nachází v situaci organizačního naddimenzování struktury. Tato přehnaná opatrnost při averzi k riziku vede k plýtvání finančních a lidských zdrojů, bez možnosti ospravedlnění těchto marginálních výdajů potřebou větší jistoty při zajišťování koordinační funkce. Koordinace se tak stává cílem organizace a ne její existenční potřebou. V případě nedosažení pásma spolehlivosti, tj. stav projektového parametru $(PP) < PP_{diag} - t_{0,025} \frac{s}{\sqrt{n}}$, potom se subjekt

nachází v situaci organizačního poddimenzování. Toto podcenění koordinační a adaptační schopnosti struktury vede ve dlouhodobém horizontu k organizační nefunkčnosti a v nejhorším případě k likvidaci její funkčnosti.

V následujícím ilustrativní metodě je ukázána aplikace organizační rovnováhy. Úroveň technického systému i odpovídajícího projektového parametru je desagregována na své složky. Abychom mohli srovnávat jednotlivá kritéria různých veličin, musíme jejich at' absolutně, tak nominálně změřené hodnoty převést na společnou bázi. Zde je tato báze tvořena intervalem hodnot od 0 do 1. Vyšší hodnoty ukazují na závažnější vliv atributu, resp. na potřebu vyšší zdrojové investice do dané kategorie projektového parametru. Po přiřazení hodnot jednotlivým veličinám je potřeba ještě stanovit hodnoty relativních intenzit faktorů. Tyto intenzity představují jakési „váhy“ významnosti jednotlivých faktorů. Jejich hodnotové určení je u situačních faktorů provedeno v poměrech relativních hodnot spotřebovaných zdrojů, resp. v poměrech nákladovosti jednotlivých složek organizačního výkonu, viz. tabulka 1.

Tabulka 1 Hodnoty organizačních veličin a jejich intenzity

oblast	Agregovaný projektový parametr (PP)			Situační faktor (SF) – Technický systém		
	formaliza- ce procesů PP ₁	odbornost podpůrných zaměst- nanců PP ₂	organič- nost struktury PP ₃	míra regulace sytému SF _a	složitost technickéh o systému SF _b	automatiza- ce procesů SF _c
hodnot a	1	0,75	1	0,75	0,25	0,75
intenzi- ta	0,4 = v ₁	0,3 = v ₂	0,3 = v ₃	0,3 = v _a	0,4 = v _b	0,3 = v _c

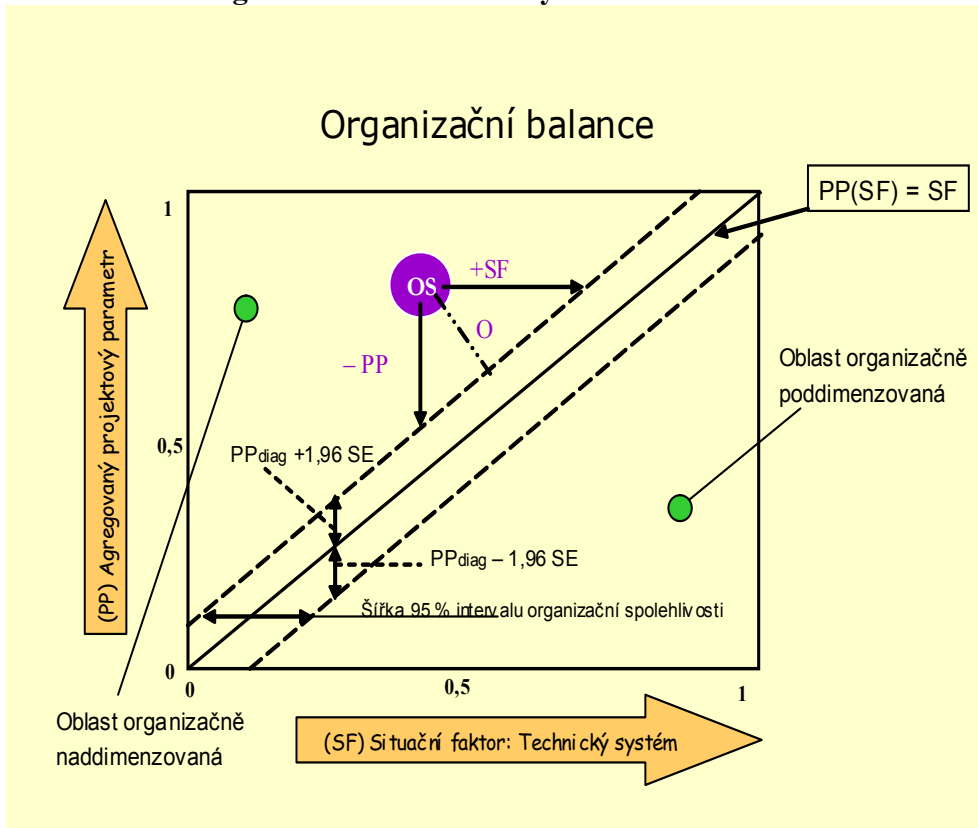
Agregovaný projektový parametr PP a úroveň situačního faktoru SF se určí váženým součtem jejich dílčích hodnot s příslušnými intenzitami:

$$PP = \sum_{i=1}^3 PP_i \cdot v_i; \quad SF = \sum_{j=a}^c SF_j \cdot v_j \quad (3), (4)$$

Po dosazení hodnot z tabulky 1 do vzorců (3) a (4) dostaneme:

$$PP = 1 \cdot 0,4 + 0,75 \cdot 0,3 + 1 \cdot 0,3 = 0,925; \quad SF = 0,75 \cdot 0,3 + 0,25 \cdot 0,4 + 0,25 \cdot 0,3 = 0,4$$

Obrázek 2 Organizační rovnováha vybraného situačního faktoru



Obrázek 2 představuje situaci, ve které došlo k předdimenzování projektového parametru, který zabezpečuje obsluhu technického systému organizace (poloha agregovaného projektového parametru v reakci na stav situačního faktoru je reprezentována bodem OS – organizační struktura).

Ideální je situace, kdy se poloha podnikové situace nachází na vedlejší diagonále grafu, tzn., kdy je úroveň technického systému organizace v souladu (v rovnováze) s její odborností, formalizací a organičností. Určitá míra nesouladu mezi těmito dvěma veličinami je tolerována. Představa tolerance je na obrázku zachycena v podobě šířky bezpečnostního intervalu spolehlivosti. To znamená, že v případě polohy organizace reprezentované bodem OS v pásmu 95 % intervalu kongruentní spolehlivosti můžeme předpokládat, že ve dvaceti případech měření hodnoty technického systému bude pouze při jednom výskytu poruchy neadekvátní odezva ze strany parametrového zabezpečení struktury. Pro Studentovo t – rozdělení pravděpodobnosti s kompenzačním $t_{0,025}$ určuje směrodatná odchylka poloviční velikost šířky pásma kongruentní spolehlivosti od vedlejší diagonály grafu. Tuto směrodatnou odchylku SE určíme podle vztahu:

$$SE = t_{0,025} \frac{s}{\sqrt{n}} \quad (1)$$

Kde: s ... je výběrová směrodatná odchylka;

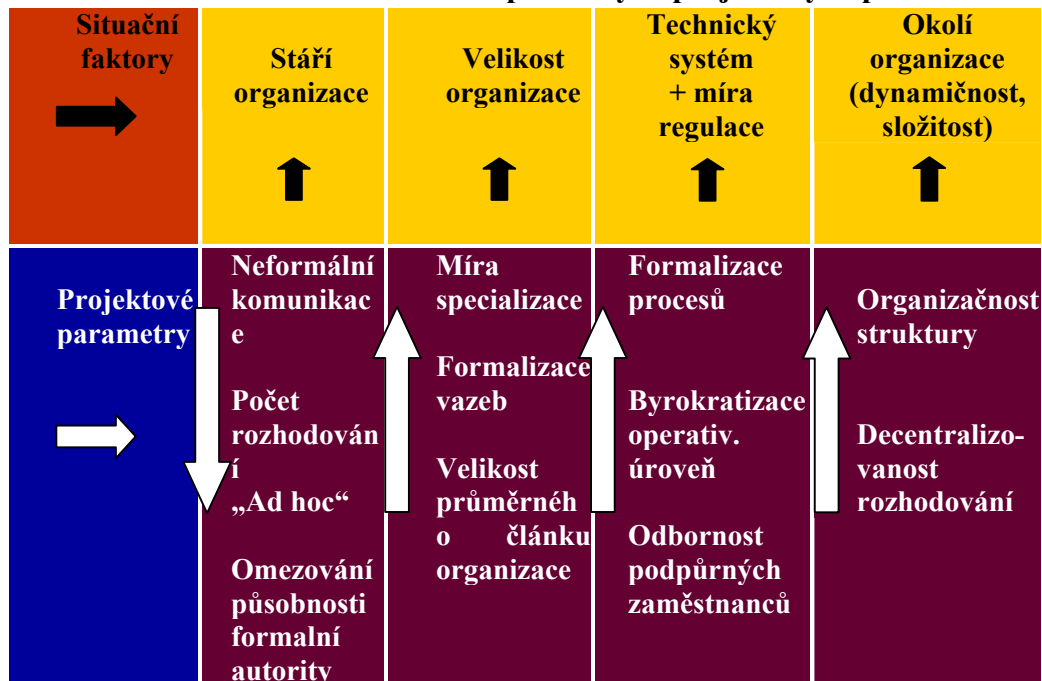
n ... je rozsah zaznamenaných kongruentních poruch za minulé období.

PP_{diag} ... diagonální hodnota projektového parametru, pro kterou platí:

Situační faktory organizace

Situační faktory na rozdíl od projektových parametrů nelze žádným nařízením přímo regulovat (vznikají více méně samovolně v průběhu „života“ organizace). Souvislost situačních faktorů s příslušnými parametry organizace ukazuje obrázek 1.

Obrázek 1 Souvislost situačních faktorů a příslušných projektových parametrů



Cílem předložené prezentace je ukázat princip tvorby kongruentního modelu s konzistentním prověřením bezesporosti dílčích projektových parametrů. Výstupem modelu pak je návrh organizačních změn, které vychází z nového nastavení úrovně projektových parametrů.

Metody a výsledky prezentace

Ve většině situací podnikového chování existuje rozpor mezi situací, v které se organizace nachází a mezi jejím strukturálním uspořádáním. Tento rozpor je projevem kongruentní teorie, která podmiňuje účinné strukturování existujícím souladem mezi hodnotou agregovaného parametru organizace ke své odpovídající situaci. K posouzení míry závažnosti vzniklého nesouladu je třeba kvantifikovat hodnotu vzniklé odchylky mezi požadovanou úrovní daného projektového parametru a jeho úrovní skutečnou. Ke kvantifikaci odchylky je nutné nejprve hodnotově vyjádřit porovnávané veličiny, tedy konkrétní situační faktor a komplexní projektový parametr.

ORGANIZAČNÍ ROVNOVÁHA*

THE ORGANIZATIONAL EQUILIBRIUM

Jan Hron, Tomáš Macák

Anotace:

Parametry struktury by měly korespondovat s faktory, které vyjadřují organizační situaci, např. stáří organizace, velikost a typ produkčního systému. Tato prezentace ukazuje způsob, jakým je možné dosáhnout rovnováhy mezi situačními faktory s příslušnými projektovými parametry organizace. Přičemž tato rovnováha je založena na kongruentním principu.

Klíčová slova:

Struktura, hypotéza kongruence, konfigurace, rovnováha situačních faktorů s projektovými parametry.

Abstract:

The parameters of structure should reflect the organization's situation – for example, its age, size, type of production system. This paper shows us how we can the organization get in an equilibrium with its situation. It might be called the "get right it all together" or congruence approach.

Key words:

Structure, congruent hypothesis, configuration, equilibrium between situation factor and its project parameters.

ÚVOD – TEORETICKÁ VÝCHODISKA A CÍL PREZENTACE

Plánovací aktivita poskytuje představu o tom co, kdy a případně i jak je nutné udělat činnosti, které jsou nezbytné pro dosažení vytýčených cílů organizace. Nezabývá se však otázkou, **kdo a s jakými zdroji** výkon plánovaných činností zabezpečí. Nalézt odpověď na tuto otázku je právě úkolem organizování – manažerské činnosti, která bezprostředně navazuje na činnosti související se zpracováním plánu.²⁶

Vnitřními podněty pro organizační změnu se opírají o empiricky ověřenou hypotézu tzv. kongruentní shody¹.

Kongruence (soulad), vyjadřuje základní podmínku efektivního fungování organizační struktury. Tím je dosažení těsné shody mezi situačními faktory a projektovými parametry (congruence hypothesis)¹

Projektové parametry organizační struktury

Projektovými parametry organizace se v souladu s teorií kongruence, rozumí, všechny říditelné veličiny, kterými se v organizaci uplatňuje princip koordinace, specializace a přidělování práce. Důležitou vlastností projektových parametrů je jejich možnost ovlivňovat, resp. nastavit jejich úroveň využívání ze strany manažerů.

* Příspěvek je dílčím výstupem výzkumného projektu QF 3261 podporovaného NAZV

LITERATURA

1. Boháčková, I. – Hrabánková, M.: „Development potential in regions and its monitoring.“ ZE-Agric. Econ.-Czech, 50, 2004 (6), s. 261-265.
2. Hrabánková, M.: „The monitoring as an instrument for the evaluation of the projects realization and for the prediction of the country development.“ In: Sborník prací z mezinárodní vědecké konference „Agrární perspektivy XIII.“ Praha, 22.-23. září 2004, s. 118-120.
3. Hrabánková, M.: „Přizpůsobení českého zemědělství trendům Evropské unie.“ EUROMAGAZINm roč. 5, č. 3, březen 2004, s. 8-9, ISSN 1213-7774.
4. Hrabánková, M.: "Monitoring". 1. vyd., Praha 2000, ISBN 80-7105-210-8.

Kontaktní adresa autora:

Prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.

Zemědělská fakulta - Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Studentská 13

370 05 České Budějovice

telefon: 387 772 428

e-mail: hrabanko@zf.jcu.cz

význam. Cílem podpor priorit a opatření orientovaných na stabilizaci a zlepšení životního prostředí, a to až do výše 80% a více nákladů je nejen úhrada ušlého příjmu zemědělců a zvýšených nákladů, ale zejména stimulace k užívání šetrných zemědělských praktik.

Ohodnocení agroenvironmentálních opatření a služeb zemědělců týkajících se ochrany životního prostředí představují ocenění těchto služeb zemědělců pro společnost, které byly dosud vnímány veřejností jako určitá samozřejmost. Ve světle podpor EU a spolufinancování z národních zdrojů by se měly stát součástí trhu opatření, resp. služeb a jejich hodnota by se měla řídit společenskou poptávkou.

* **procesy sociální a demografické**, kopírující systém sociálních vztahů v regionu, vyjadřující sídelní funkci regionu, možnost minimalizovat procesy vylidňování a vysídlování (imigrační saldo). S uskutečňováním těchto procesů souvisejí opatření týkající se rozvoje lidských zdrojů. Do této skupiny patří například podpora mladých farmářů zahajujících činnost v zemědělském podniku-farmě, podpora předčasného odchodu do důchodu pro ty farmáře, kteří tak řeší generační problém udržení hospodářství. Sem lze zařadit i procesy spojené se zajištěním příjmové a koupěschopné úrovně obyvatel, podíl obyvatel v jednotlivých odvětvích, s důrazem na podíl zaměstnaných v zemědělství z ekonomicky aktivních.

DISKUSE

Je zřejmé, že ovlivnitelnost jednotlivých procesů bude rozdílná a u některých bude minimální prostor pro změny a doporučení (například u surovin - nových zdrojů). V této souvislosti je nezbytné stanovit priority nejen podle významnosti procesů, ale i podle jejich ovlivnitelnosti, resp. přístupnosti ke změnám.

Lze předpokládat, že vysokou prioritu budou mít procesy významné a ovlivnitelné. Ovlivnitelnost lze posuzovat z hlediska možných řídicích procesů, z využití marketingových informačních zdrojů a tržních podmínek. U sledovaného procesu by měl být stanoven:

- * jeho věcný charakter,
- * váha, která představuje význam procesu pro další rozvoj,
- * míra jeho ovlivnitelnosti, resp. připravenosti ke změnám.

Cílem takto pojaté procesní analýzy je přispět k poznání:

- * jaké procesy ovlivní další rozvoj regionu,
- * s jakými prioritami, resp. v jakém pořadí bude možné přistoupit k řízení změn vybraných procesů v souladu se strategií regionu,
- * s jakými riziky bude spojena implementace přijatých opatření.

Uvedený přístup by měl umožnit vedení regionu, zdali a s jakými prostředky bude iniciovat realizaci opatření, která z procesní analýzy vyplynou.

ZÁVĚR

Závěrem je důležité zdůraznit, že k rozhodování o dalším vývoji regionu je však nezbytné mít k dispozici dostatečný odborný fundament z oboru informačních systémů, managementu, marketingu a veřejných financí, který je předpokladem správnosti řízení sledovaných procesů.

Uvedený přístup k poznání a řízení regionálního rozvoje je jako metoda procesní analýzy rozvíjen v rámci úkolu NAZV č. QF 4121 a v podmínkách horských a podhorských regionů je ověřován v souladu s cíli výzkumného záměru MSM6007665806, který řeší Zemědělská fakulta Jihočeské univerzity.

CÍL

V souvislosti s multifunkčním charakterem zemědělství je nezbytné podpořit strukturální procesy spojené se zajištěním trvale udržitelného rozvoje venkova a zemědělství v oblastech LFA (Less Favoured Areas), tj. v oblastech méně příznivých pro zemědělství a v oblastech s ekologickými omezeními. V zásadě půjde o hodnocení regionů s cílem vymezit procesy, které nejvýrazněji podpoří další rozvoj těchto regionů.

METODY

Procesní analýzu ve vazbě na uvedené problémy je možné chápat jako identifikování, monitorování a hodnocení procesů, které svojí vahou ovlivňují rozvoj regionu. Účelem takovéto analýzy je stanovit strategii rozvoje regionu podporující vizi, která odpovídá přírodním a sociálně ekonomickým podmínkám sledovaného regionu. Použití procesní analýzy je cestou k exaktnímu přístupu a k objektivnímu hodnocení regionálního rozvoje. Analyzovat a formalizovat strukturální procesy bude znamenat přesnější určení priorit nezbytných v rozvoji regionu a umožní pokrýt a kvantifikovat opatření pro očekávaný rozvoj. Identifikování procesů pro rozvoj regionů znamená poznat, utřídit a vybrat procesy, které je možné měřit, u kterých je možné zajistit a alokovat potřebné zdroje a které je možné ovlivňovat a realizovat. Z tohoto důvodu by výsledkem poznání těchto procesů mělo být zajištění potřebných zdrojů a možnost jejich ovlivňování vzhledem k době, po kterou proces působí.

VÝSLEDKY

Součástí hodnocení významu a přínosů strukturálních procesů je monitorovací proces, zejména výběr monitorovacích indikátorů, jejichž prostřednictvím bude možné sledovat plnění cílů jednotlivých opatření přijatých v rámci strategie rozvoje regionu.

Zatímco monitoring bude zaměřen na průběh činností a bude se týkat postupné spotřeby vstupů, rezerv a dosažených výstupů, hodnocení (evaluace) bude provedeno po skončení podporovaných opatření a bude se týkat vyhodnocení dosažených výsledků a účinků, resp. dopadů. Při hodnocení půjde o posouzení vazeb výsledků na cíle, zda dosažené výsledky odpovídají potřebám, zda náklady byly efektivně čerpány a jsou v přijatelné výši k dosaženým účinkům, jaká bude doba trvání účinků, dlouhodobost dopadů apod.

Z množiny procesů, které v rámci regionu působí, je důležité se zaměřit zejména na:

* **procesy výrobní (produkční)**, které závisejí na přírodních a výrobních zdrojích. V této souvislosti půjde o to určit strategicky nejvýznamnější procesy pro region, i když jejich výkonnost je vzhledem k očekávanému vývoji nedostatečná, jejich technologické a kvalitativní zlepšení může ovlivnit další rozvoj regionu. Půjde mj. o určení jaká může být úroveň těchto procesů i s ohledem na spolupráci v rámci EU. V zemědělství to v současné době není jen výroba potravinářských komodit, ale i produkce pro nepotravinářské účely, například biomasy jako zdroje energie aj.;

* **procesy nevýrobní (mimoprodukční)**, které nemají takový vliv na výkonnost regionu, ale mohou přesto zajišťovat pro regiony významné přínosy. Zcela jednoznačné jsou přínosy spojené s mimoprodukční funkcí zemědělství, především procesy krajinytvorné a agroenvironmentální, procesy spojené s realizací venkovské turistiky. Především jde o cestovní ruch jako významný zdroj prostředků, jehož prostřednictvím se zhodnotí dědičný a kulturní odkaz regionů;

* **procesy ekologické**, založené na ochraně životního prostředí. V regionech se uskutečňují zvláštním režimem platným pro NP, CHOPAV apod., a to v závislosti na jejich celkové výměře a míře "vzácnosti" fauny a flory daného území. Patří sem i procesy spojené se zachováním genových rezerv apod. Strukturální procesy spojené s ochranou životního prostředí a v zemědělství s uskutečňováním agroenvironmentálních opatření mají mimořádný

VYUŽITÍ PROCESNÍ ANALÝZY PRO HODNOCENÍ PŘEDPOKLADŮ ROZVOJE REGIONU

THE EXPLOITATION OF THE PROCESS ANALYSIS FOR THE EVALUATION OF CONDITIONS FOR REGIONAL DEVELOPMENT

Magdalena Hrabánková

Anotace:

V rámci souboru diagnostických metod použitelných pro hodnocení úrovně regionů se může významně uplatnit procesní analýza. Probíhající ekonomické, sociální a environmentální procesy mohou výrazně působit na rozvoj nebo útlum sledovaného regionu. Každý z těchto procesů má svoji váhu, která zároveň motivuje opatření, jejichž prostřednictvím lze ovlivnit intenzitu těchto procesů, podpořit jejich rozvojový účinek nebo potlačit negativní vlivy.

Klíčová slova:

procesní analýza * exaktní přístup * objektivní hodnocení regionů * regionální rozvoj

Abstract:

It is possible to apply the process analysis within the set of the diagnostic methods applicable to the evaluation of the level of regions. The running economic, social and environmental processes are able to affect the development or inhibition of the observed region markedly. Each of these processes has its own stress that motivates measures together. It is to affect the intensity of these processes through those measures, to support their development effect or suppress negative impacts.

Key words:

process analysis * exact access * objective evaluation of regions * regional development

ÚVOD

V rozvoji venkovských regionů hraje uskutečňování strukturálních procesů zvláště významnou roli. Strukturální procesy, které provázejí realizaci strukturální a regionální politiky, jsou orientovány na snižování nerovnoměrnosti mezi regiony a posilování jejich hospodářské a sociální soudržnosti a na snižování sociálního napětí. Jejich prostřednictvím by měl být zformován rámec pro trvalý rozvoj venkovských oblastí a zajištěna integrace zemědělství se širším ekonomickým a sociálním prostředím venkovských oblastí. Vize, jež tyto procesy provází, je spojena s uskutečňováním modelu evropského zemědělství, který je postaven na integrovaném rozvoji venkova prostřednictvím multifunkčního a konkurenceschopného zemědělství. Strukturální procesy, které probíhají ve venkovském prostoru a jsou spojeny se zemědělstvím, jsou ovlivňovány přírodními podmínkami, od kterých se odvíjí uplatnění rozdílných podílů mimoprodukčních a produkčních funkcí ve vazbě na míru intenzity výroby v různých výrobních oblastech. Z hlediska zajištění rovnoměrného rozvoje regionů a vytvoření příznivých sociálních podmínek jejich obyvatel jsou přijatelné především strukturální procesy, které nesníží životní úroveň na venkově.

6. Spolupráca univerzít a globalizácia výučbového procesu

Implementácia prvkov Bolonskej deklarácie podmienila rozsiahlu spoluprácu medzi univerzitami. V rámci uvedenej spolupráce sa rozšírili hlavne tieto formy spolupráce:

- a) **klasické formy spolupráce** – založené na uplatňovaní univerzitných študijných pobytov,
- b) **virtuálne formy štúdia** – založené na využívaní e-learningu vo výučbe a virtuálnych programov v počítačových sieťach,
- c) **spoločné študijné programy** – založené na akreditovaných spoločných programoch na výučbu (napr. Hotelový manažment, Manažment cestovného ruchu),
- d) **mobilitné programy** – založené na využívaní dostupných študijných programov,
- e) **mobility študentov** – zásada založená na mobilite študentov za študijnými programami. Voľnosť v štúdiu a potreba seberealizovať sú základom mobility študentov.

Rozširovaním spolupráce sa rozširuje univerzitné portfólio, zväčšujú sa podmienky pre multinacionalizáciu. To je dôvod k tomu, ak sa mohla rozširovať aj globalizácia prijatých prvkov konkurencieschopného vzdelávacieho systému.

Globalizačné tendencie výrazne badať pri uplatňovaní unifikovaných študijných odborov a programov, informačných a komunikačných technológií. Ku globalizácii výučby nesporne prispievajú aj prijaté zásady Boloňskej deklarácie.

Kontrola, ktorú vykonala na Slovenskej poľnohospodárskej univerzite kontrolná skupina Európskej komisie v júli a auguste 2004 konštatovala výrazný pokrok v uplatňovaní Bolonskej deklarácie. Poukázala na tieto nedostatky:

- zásadne dodržiavať 30 kreditový systém na jeden semester,
- upraviť obsah ECTS listov,
- zabezpečiť, aby garantami predmetov boli minimálne nositelia vedeckých hodností.

Uvedené pripomienky sa na fakulte okamžite realizovali a od 1. 9. 2004 sa uplatňuje inovovaný systém výchovno-vzdelávacej činnosti.

Kontaktná adresa:

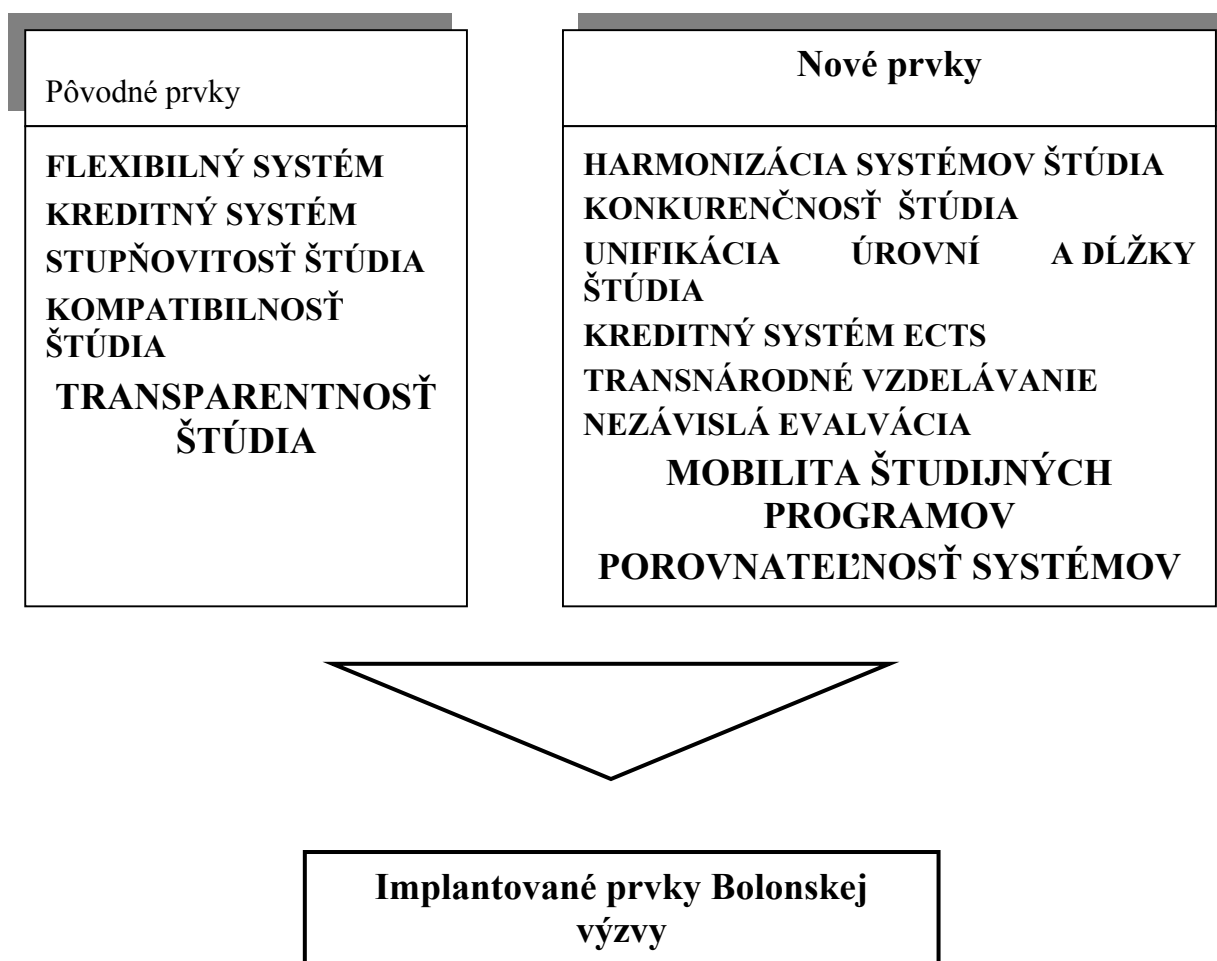
prof. mpx. h.c. prof. Ing. Vladimír Gozora, PhD., Dr.h.c., Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja, SPU
Tr. A. Hlinku 2, 949 01 Nitra, SR, t.č: 037/6508 730, 729, e-mail: Vladimir.Gozora@uniag.sk

- e) *transnárodné vzdelávanie* – založená na prestupovosti študentov na rôznych univerzitách,
- f) *nezávislá evalvácia* – založená na evalvovaní výsledkov nezávislými inštitúciami,
- g) *mobilita študijných programov* – založená na výbere študijných programov podľa potreby študentov a školiaceho pracoviska,
- h) *porovnatel'nosť systémov* – dodržiavanie zásad a pravidiel študijných odborov a programov umožňuje porovnať jednotlivé systémy výchovno-vzdelávacieho procesu,
- i) *atraktivnosť* – maximálnym priblížením s a výchovno-vzdelávacích systémov sa dosiahne konkurenčnosť štúdia a atraktivnosť. Študenti dajú prednosť pred lepšími učiteľmi, lepšou technickou vybavenosťou, možnosťami štúdia, ako aj lepším sociálnym a ekonomickým podmienkam.

Štruktúru implantovaných zásad Bolonskej deklarácie ilustrujeme na obrázku 4.

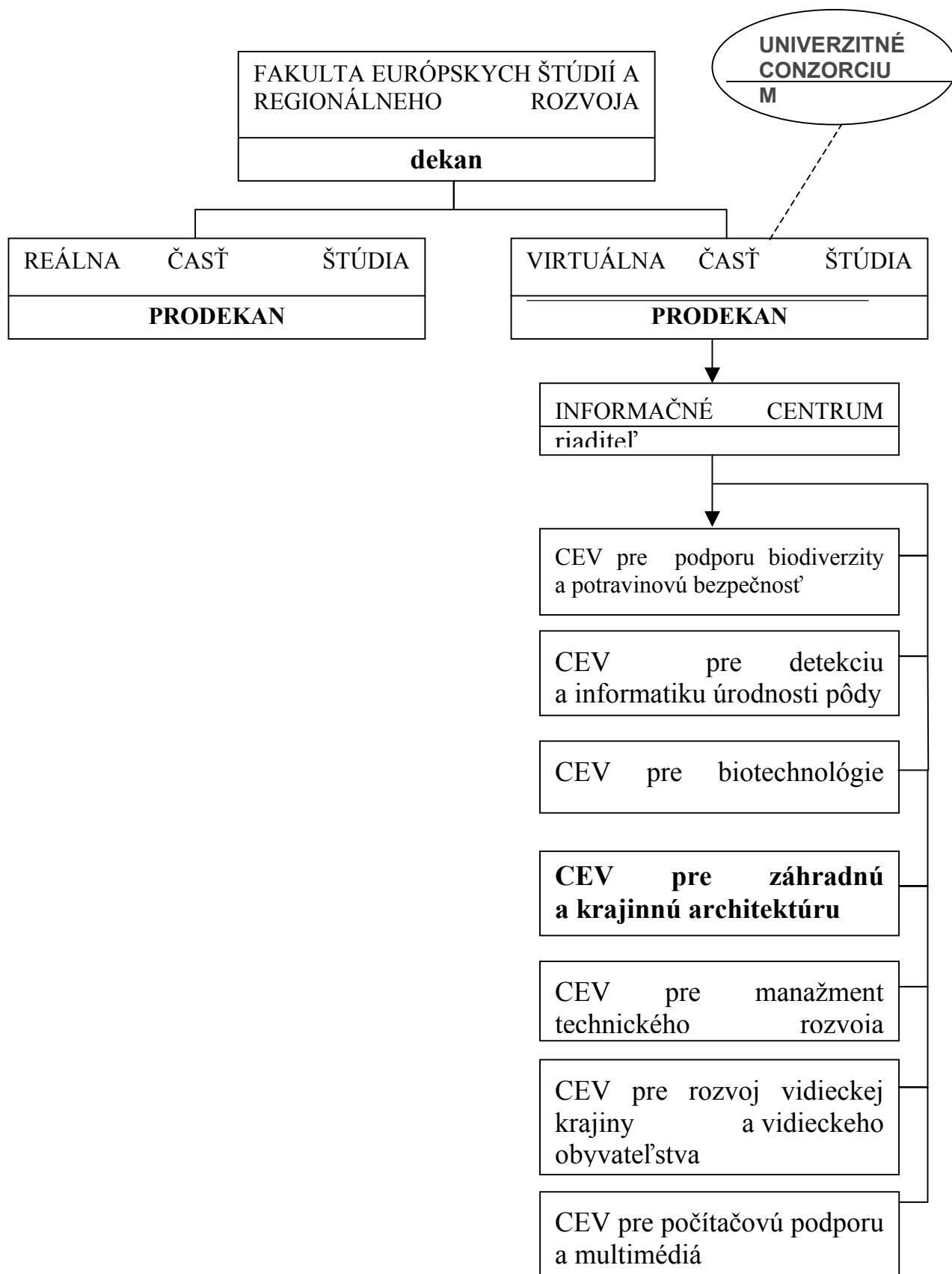
IMPLANTÁCIA ZÁSAD BOLONSKEJ DEKLARÁCIE DO VÝUČBOVÉHO PROCESU

OBRÁZOK 4



**ŠTRUKTÚRA PROGRAMOV VIRTUÁLNEJ ČASTI ŠTÚDIA
A FUNKCIA UNIVERZITNÉHO CONZORCIA**

OBRÁZOK 3



Hodnotiaca stupnica vedomostnej úrovne

Tabuľka 1

Študijné výsledky (slovné a percentuálne vyjadrené zvládnutia problematiky)		Klasifikačný stupeň	Známka	
Vynikajúce	93 – 100	A	Výborne / excelent	1
Nadpriemerné	86 - 92	B	Veľmi dobré / very good	1,5
Priemerné	79 - 85	C	Dobre / good	2
Prijateľné	72 – 78	D	Uspokojivo / satisfactory	2,5
Splňa iba minimálne kritériá	64 - 71	E	Dostatočné / sufficient	3
Nesplňajú ani minimálne kritériá	≤ 63	FX	Nedostatočne / fail	4

4. Virtuálna forma štúdia a funkcie univerzitného konzorcia

Popri reálnej časti Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja buduje virtuálnu časť štúdia. Virtuálne štúdium je založené na existencii centier excelentného vzdelávania a výskumu na fakultách kreovaného univerzitného konzorcia a na recipročnej výmene študentov na jednotlivé študijné programy.

Univerzitné konzorcium bude na základe multilaterálnych dohôd tvorené univerzitami krajín V-4, BOKU Viedeň, GBATU Minsk, NPU v Kijeve, TA v Moskve a ďalšími.

V pôsobnosti Fakulty európskych štúdií a regionálneho rozvoja je sedem centier excelentného vzdelávania a výskumu, ktoré vystupujú ako Združené pracoviská fakúlt, vedecko-výskumnej základne a účelových inštitúcií. Ich činnosť koordinuje Informačné centrum, ktoré je spoločným exekutívnym orgánom FEŠRR a Univerzitného konzorcia.

Univerzitné konzorcium je najvyšším orgánom garantovanej medziuniverzitnej spolupráce. Svojou činnosťou garantuje recipročné študijné pobyty študentov a zamestnancov, študentské odborné praxe, spoločné študijné programy, mobility programov a mobility študentov, habilitačné a inauguračné konania a podobne. Štruktúru programov virtuálnej časti štúdia demonštruje obrázok 3.

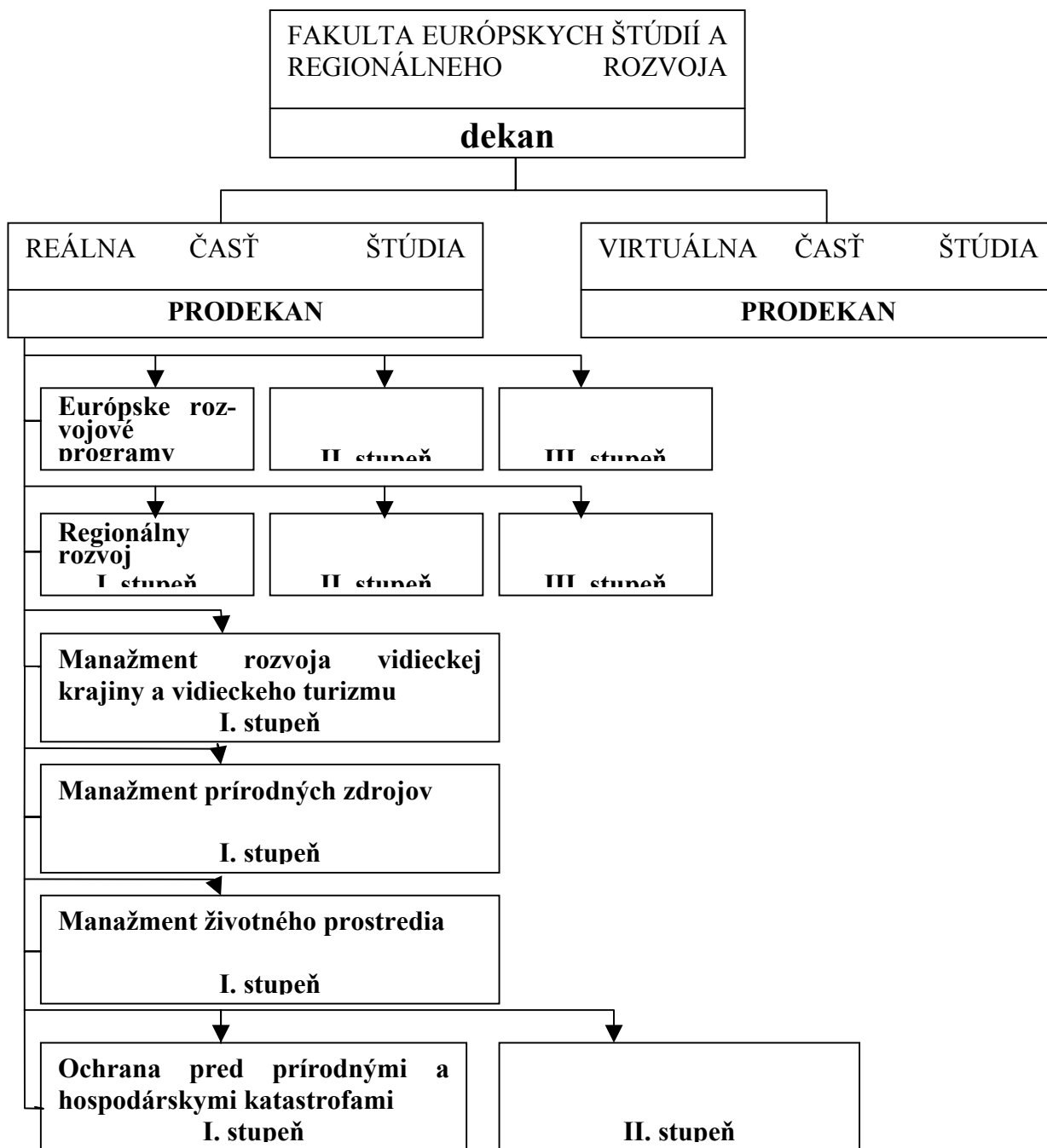
5. Implementácia zásad Bolonskej deklarácie do výučbového procesu

Popri pôvodných prvkoch z uplatňovaných progresívnych systémov výchovno-vzdelávacieho procesu sa do novokreovaného výchovno-vzdelávacieho systému na fakulte implantovali aj nové prvky Bolonskej deklarácie. Štruktúru implantovaných nových prvkov tvoria:

- a) **harmonizácia systémov štúdia** – zásada založená na unifikácii a harmonizácii študijných programov a požiadaviek na vzdelanostnú úroveň študentov,
- b) **konkurenčnosť štúdia** – založená na efektívnom zhodnocovaní vkladov do vzdelávania a konkurencieschopnosti vzdelávacieho systému,
- c) **unifikácia úrovní a dĺžky štúdia** – založená na uplatnení pomerových čísiel 3 + 2 + 3 (3 roky BAC, 2 roky ING, 3 doktorandského štúdia)
- d) **kreditný systém ECTS** – založený na logicko-deduktívnom zdôvodnení množstva kreditov za prípravu predmetu,

ŠTRUKTÚRA PROGRAMOV REÁLNEJ ČASTI ŠTÚDIA

OBRÁZOK 2



Vzhľadom na unifikovanosť študijných programov, flexibilný a kreditný systém vo výučbe fakulty možno na druhý stupeň – inžiniersky a tretí stupeň doktorandský prijímať študentov z príbuzných študijných programov. V prípade väčšej obsahovej diferenciacie sa využíva prestupový ročník (špecializovaný kurz) so špecializovanými predmetmi budúceho študijného programu. Hodnotenie poznatkov sa realizuje prostredníctvom nasledovných stupňov, uvedených v tabuľke 1.

2. Využitie skúseností pri kreovaní študijných programov

V zmysle nariadenia Vlády SR č. 104 z roku 2003 novokreovaná fakulta pripravila na akreditáciu nové študijné programy, ktorých obsah na 60 % zahŕňa témy zvolených študijných odborov. Takto navrhnuté študijné programy tvorili základ uplatňovaného systému výchovno-vzdelávacieho procesu. K týmto prvkom výchovno-vzdelávacieho systému zakladatelia fakulty využili prvky, ktoré sa na Slovenskej poľnohospodárskej univerzite začali využívať od roku 1993. Boli nasledovné prvky:

- a) **flexibilita** – prispôsobovanie študijného programu prostredníctvom medzinárodnej voľby predmetov a voľby študijných špecializácií. Základom tohto systému bolo 60 % predmetov pevného skeletu a 40 % povinne voliteľných a ľubovoľne voliteľných predmetov.
- b) **kreditný systém** – založený na kreditovom ohodnotení výučbových predmetov a na ľubovoľnom výbere predmetov k dosiahnutiu požadovaného zisku kreditov.
- c) **stupňovitosť štúdiá** – založená na existencii päťročného súvislého inžinierskeho štúdia, paralelného trojročného súvislého bakalárskeho štúdia a trojročného doktorandského štúdia.
- d) **transparentnosť štúdiá** – založená na prehľadnosti študijných programov a špecializácii ako aj nadväznosti teoretickej a praktickej časti výučby.
- e) **kompatibilitnosť štúdiá** – založená na podobnosti a unifikovanosti študijných programov, ako aj na možnosti štúdiá v rovnakých študijných programoch v rozdielnych univerzitách a výučbových možnostiach.

3. Štruktúra programov reálnej časti štúdiá FEŠRR

Systém výchovno-vzdelávacieho procesu na Fakulte európskych štúdií a regionálneho rozvoja sa člení na dva relatívne samostatné časti (podsystemy). Sú to:

- a) reálna časť štúdiá založená na programoch
- b) virtuálna časť štúdiá založená na virtuálnej forme štúdiá a funkciách univerzitného konzorcia.

Reálna časť štúdiá je založená na reálnych programoch trojstupňovitého štúdiá. Ich štruktúru a stupňovitosť udáva obrázok 2. Na základe takéhoto zamerania študijných programov možno povedať, že štúdium na 3 ročnom bakalárskom štúdiu sa končí štátnou bakalárskou skúškou, pokračuje na II. stupni trojročného inžinierskeho stupňa a končí 3 ročným doktorandským štúdiom (u diaľky 5-ročným).

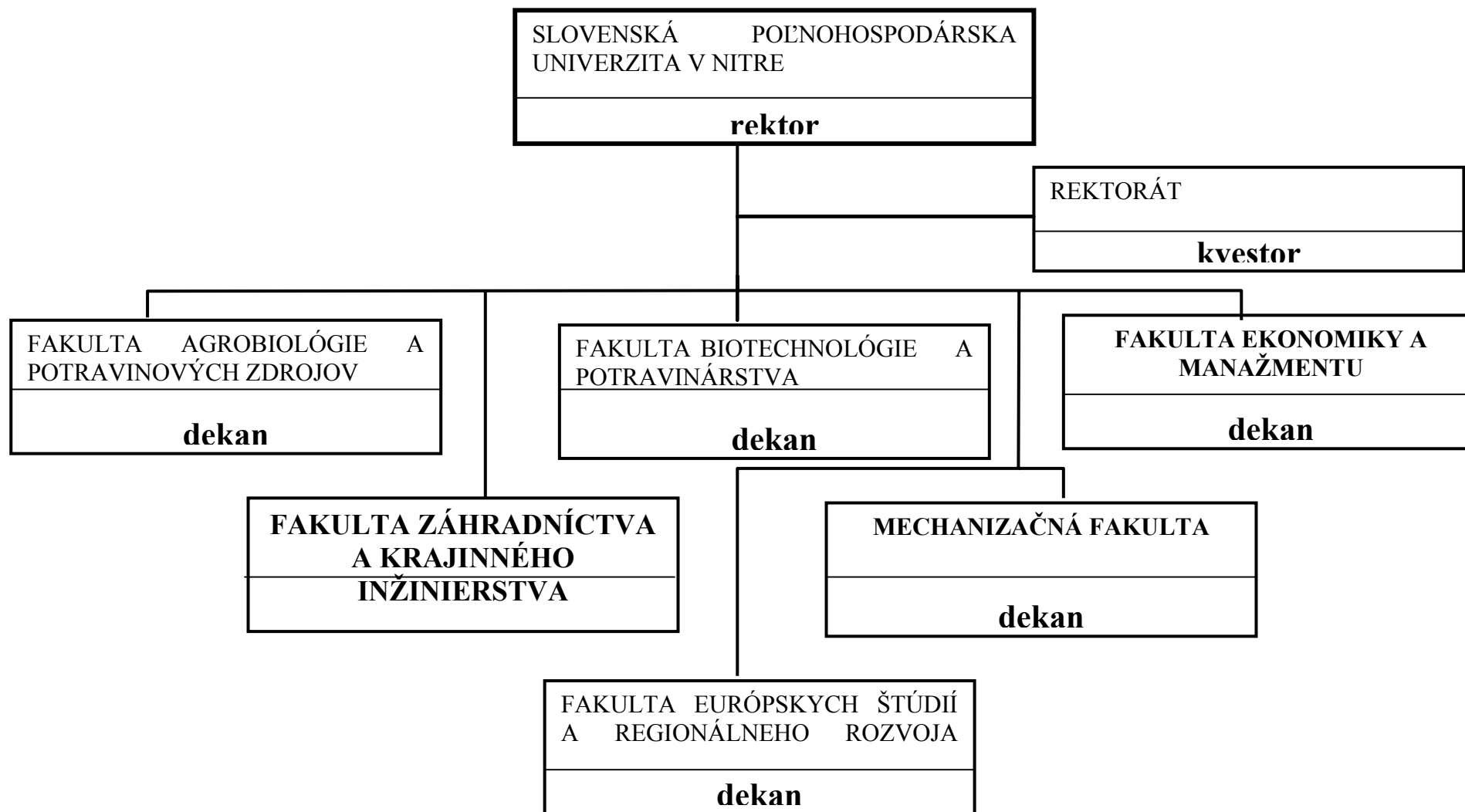
Súčasťou trojstupňovitého štúdiá je povinná jazyková príprava v ľubovoľne zvolenom svetovom jazyku, ktorá je na všetkých študijných programoch bakalárskeho štúdiá ukončovaná základnou štátnou jazykovou skúškou najneskôr do 8 semestra štúdiá. Na druhom stupni študijného programu Európske rozvojové programy jazyková príprava končí štátnou odbornou jazykovou skúškou.

Rozvrh hodín si študent pripravuje z predmetov pevného základu, výberom predmetov zo skupiny povinne voliteľných predmetov a výberom predmetov zo skupiny ľubovoľne voliteľných a to prostredníctvom študijného programu „študent“. Maximálny počet kreditov za semester môže dosiahnuť 30 kreditov, 60 kreditov za rok a 180 kreditov počas bakalárskeho štúdiá.

Na všetky predmety sú vypracované ECTS listy v slovenskom a anglickom jazyku s možnosťou výberu predmetov do vytvorených študijných modulov.

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA SLOVENSKEJ POĽNOHOSPODÁRSKEJ UNIVERZITY V NITRE

OBRÁZOK 1



Cieľom príspevku je zhodnotiť uplatňovanie Bolonskej deklarácie vo výchove euromanažérov na Fakulte európskych štúdií a regionálneho rozvoja na Slovenskej poľnohospodárskej univerzity v Nitre.

MATERIÁL A METÓDA PRÁCE

Realizácia predznačeného cieľa si vyžiadala uskutočniť prieskum realizácie zásad a pravidiel výchovno-vzdelávacieho procesu na SPU v Nitre, dokumentovať implantované prvky Bolonskej deklarácie a charakterizovať formy medziuniverzitnej spolupráce a globalizáciu výučbového procesu. Podkladové údaje sme získavali z časového diapazónu rokov 1993-2004.

DOSIAHNUTÉ VÝSLEDKY A DISKUSIA

1. Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja

Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja je v poradí šiestou, najmladšou fakultou Slovenskej poľnohospodárskej univerzity. Vznikla dňom 1. apríla 2004 po predchádzajúcej akreditácii Akreditačnou komisiou Vlády SR. Poslaním fakulty je pripraviť kreatívneho euromanažéra s veľmi dobrými jazykovými a komunikačnými schopnosťami, s veľmi dobrým základom ekonomických, manažérskych, verejno-správnych a právnych disciplín a primeranými skúsenosťami zo spoločenskej praxe. S týmto zámerom fakulta kreovala aj upravené a Akreditačnou komisiou akreditované nové študijné programy a centrá excelentnej výchovy.

Na fakulte študuje 728 študentov a doktorandov denného a externého štúdia, čo činí 7,14 % z celkového počtu študentov na SPU v Nitre. Výučbový proces zabezpečuje 60 zamestnancov, z čoho je 35 učiteľských pracovníkov. Na učiteľa zatiaľ pripadá 14 študentov. Očakávame však, že tento podiel sa zvýši v akademickom roku 2005/2006.

Fakulta plní špecifické poslanie a svojim obsahovým zameraním sa zaoberá prieskumom, ekonomikou a manažmentom vidieka. Obrázok 1

UPLATŇOVANIE BOLONSKEJ DEKLARÁCIE VO VÝCHOVE EUROMANAŽÉROV

THE IMPLEMENTATION OF BOLOGNA DECLARATION IN EDUCATION OF EU-MANAGERS

Vladimír Gozora

Anotácia:

Príspevok analyzuje uplatňovanie prvkov pokrokových výchovno-vzdelávacích systémov na Slovensku. Na detaile novokreovanej Fakulty európskych štúdií a regionálneho rozvoja dokumentuje implementáciu prvkov Bolonskej deklarácie a transformáciu pôvodného výchovno-vzdelávacieho systému na vysokokonkurenčný a výkonný systém vysokoškolského vzdelávania. V neposlednom rade podčiarkuje význam Bolonskej deklarácie pri rozvoji medziuniverzitnej spolupráce a globalizácii výučbového procesu.

Kľúčové slová:

Bolonská deklarácia, flexibilita, kreditný systém, transparentnosť, kompatibilitnosť, konkurenčnosť štúdia, virtuálne štúdium

Summary:

The article analyses the implementation of progressive principles of educational-training systems in Slovakia. On the example of new created Faculty of European studies and regional development the article documents the implementation of Bologna declaration principles and transformation of original educational-training system to highly competitive and efficient system of university education. It is necessary to emphasize the signification of Bologna declaration by the development of interuniversity cooperation and globalization of educational process.

Key words:

Bologna declaration, flexibility, credit system, transparency, compatibility, competitiveness of study, virtual study

ÚVOD

Výchovno-vzdelávacia činnosť je cieľavedomým systematicky sa opakujúcim procesom, ktorého účinnosť rastie usporiadanosťou zásad, zámerov a cieľov na jednej strane a foriem, metód a prostriedkov výučby na strane druhej. Najvyššou mierou usporiadania uvedených prvkov sú systémy výchovno-vzdelávacej činnosti, ktoré sa v rôznych modifikáciách využívajú na americkom kontinente, v krajinách Európskeho spoločenstva, ako aj v krajinách blízkeho a ďalekého východu.

Zvyšovanie konkurencieschopnosti ekonomík Európskych krajín je úzko spojené so systémom výchovno-vzdelávacej činnosti. Čím je úroveň výchovno-vzdelávacieho procesu vyššia, tým silnejšia je národná ekonomika tej-ktorej krajiny. Preto už úlohou Lisabonskej agendy a následnej Bolonskej deklarácie bolo zjednotiť výchovno-vzdelávacie systémy v Európe do unifikovaného systému Zásad k dosiahnutiu amerického výchovno-vzdelávacieho systému.

Velkou roli při rozhodování o koupi léčebného prostředku hraje pro dotazované doporučení lékaře či lékárníka. Vliv lékárníka na konečné rozhodnutí o koupi volně prodejného přípravku je velký, v situaci, kdy pacient přichází do lékárny bez preskripce konkrétního léku, obrací se v 62,2 % právě na lékárnický personál. Naopak podle tvrzení respondentů reklama nákup a rozhodování o koupi léčebného přípravku příliš neovlivňuje.

Reklamou se nechává při koupi léčebného přípravku spíše ovlivňovat příslušníci nejmladší generace. Pro nejstarší věkovou kategorii je rozhodujícím faktorem nákupu dostupnost a cena přípravku (4,2 %). Střední generace se nechá často při nákupu ovlivnit radou nebo doporučením svých známých nebo přátel.

ZÁVĚR

Současná komunikace farmaceutických společností se spíše koncentruje na komunikaci prostřednictvím televizních kanálů. Bylo by vhodné přehodnotit tuto formu komunikace, která je finančně velmi náročná a jak ukazují výsledky, tak není zdaleka tak účinná jako jiné formy sdělení.

Literatura:

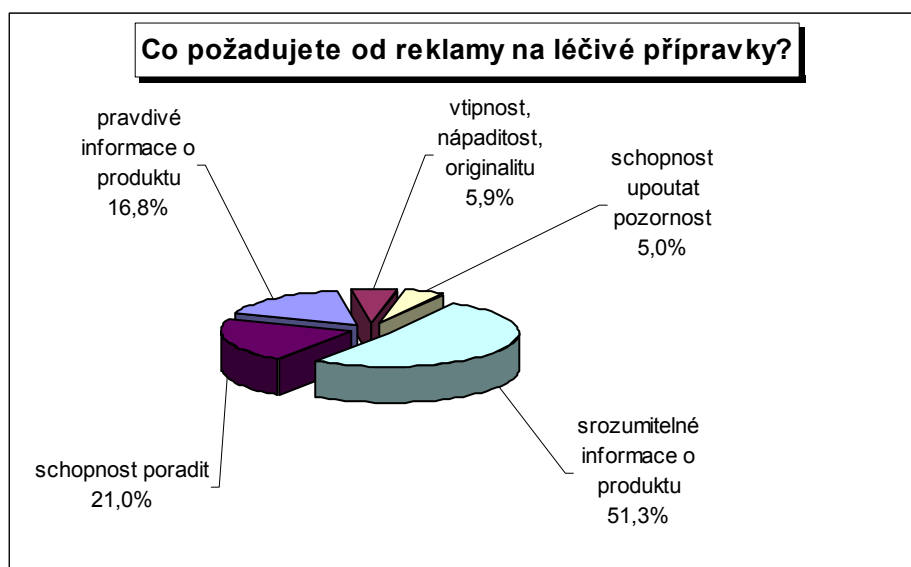
1. Zákon č. 79/1997 Sb. v platném znění – O léčivech
2. Zákon č. 306/2000 Sb. v platném znění – O potravinách a tabákových výrobcích
3. Vyhláška č.23/2001 Sb. v platném znění – Stanovující potraviny pro zvláštní výživu
4. AUTORSKÁ ZNAČKA: Trh léků je spotřebitelsky komplikovaný. Marketing & Média, 2003, č.8, s.16
5. DAŇHELOVÁ, Š.: Pravidelní uživatelé potravinových doplňků výživy jsou především z řad "padesátníků". Marketingové noviny, 7.8.2003. ISSN 1213-9211. 2003.
1. DAŇHELOVÁ, Š.: Trendy v reklamě potravinových doplňků výživy. In: Ekonomické a adaptační procesy 2002 – Marketing a obchod na přelomu tisíciletí, Ostrava, Repronis 2002, s.7 – 13
6. DAŇHELOVÁ, Š.: The pharmaceuticals wholesale in the Czech Republic. In: Transition countries joining European Union, Karviná 2002
7. KOLEKTIV AUTORŮ : Deset let farmaceutického trhu v České republice 1991 –2000. Praha, Mona, 2001
8. PŘIBOVÁ, M.: Farmaceutický marketing a vývojové trendy. In: Správná marketingová praxe ve farmacii, Praha 2000

Kontaktní adresa autora:

Ing. Šárka Dvořáková, Ph.D., Fakulta sportovních studií Masarykovy univerzity v Brně, Sladkého 13, 617 00 Brno. Tel.: +420 549 498 666, fax: +420 549 492 020, e-mail: dvorakova@fsps.muni.cz

Vytvořit účinnou reklamu není jednoduché a je potřeba znát, co lidé od reklamy očekávají a to jak v obecné poloze, tak od každé konkrétní reklamní kampaně.

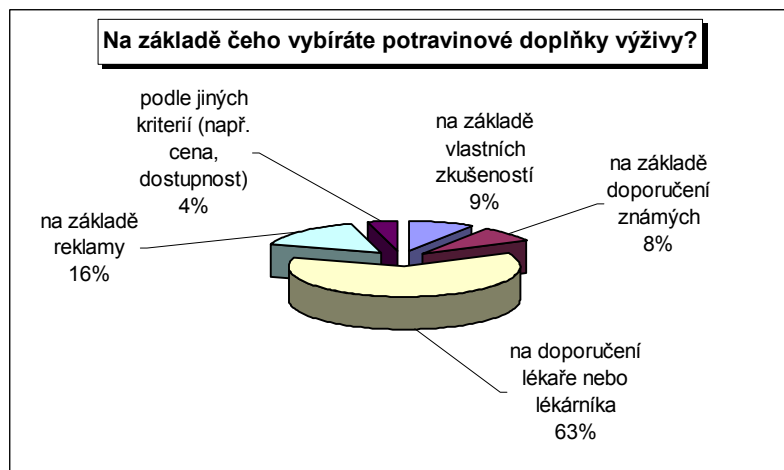
Graf. č.3 – Co požadujete od reklamy na léčivé přípravky?



Ze získaných dat vyplývá, že respondentům u reklam na léčivé přípravky chybí srozumitelnost (51,3 %). Nespokojenost s porozuměním s reklamou na léčivé přípravky vyjádřili zvláště respondenti s nižším vzděláním. V této oblasti má prodej farmaceutických přípravků značné nedostatky a jejich postupné odstranění by mělo vést k větší edukaci obyvatelstva v oblasti starosti o vlastní zdraví a v propagaci samoléčby pacientů. Reklama v tomto případě by měla být vhodným zdrojem informací a do jisté míry se dá hovořit o faktoru podporujícím svobodu jedince.

Vtipnost, nápaditost, originalitu a schopnost upoutat pozornost, které jsou velmi důležité u ostatních produktů, však dotazovaní v reklamách na léčivé přípravky požadují jen minimálně (5,9 a 5 %). Zajímavý je i fakt, že 16,8 % respondentů požaduje od reklam na léčivé přípravky pravdivost. Toto zjištění koresponduje s faktem, že nejčastěji udělované pokuty v oblasti reklam na léčivé přípravky jsou právě z důvodu nepravdivých informací v nich uváděných.

Graf. č.4– Na základě čeho vybíráte potravinové doplňky výživy?



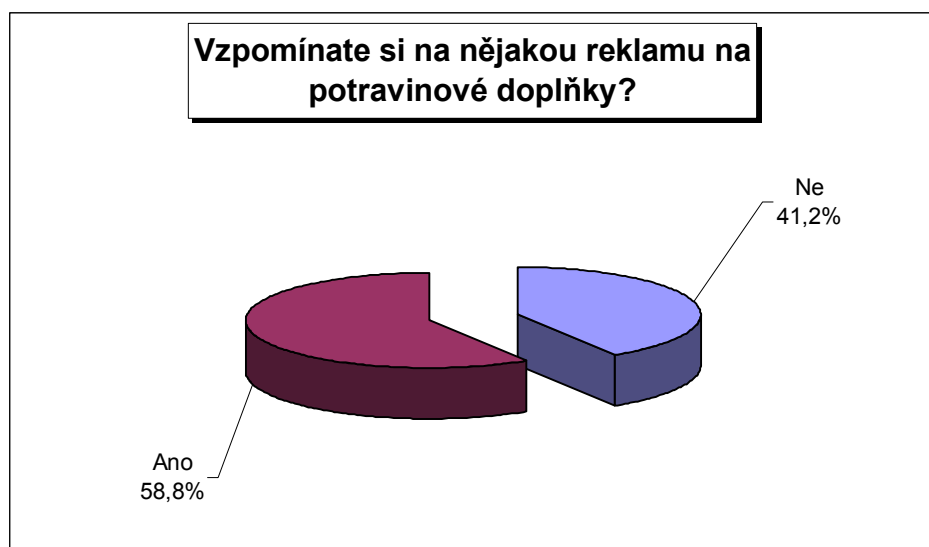
Na základě položené otázky není však možné říct, zda lidé skutečně na základě reklamy nakupují, ale jen to nakolik jsou ochotni takový nákup přiznat. Lze předpokládat, že ve skutečnosti je procento lidí ovlivněných při nákupu reklamou mnohem vyšší, protože musíme počítat s neuvědomovaným ovlivněním i neochotou vliv reklamy přiznat.

Pouze výčtem uvádím přípravky, které respondenti uvedli, že se při jejich nákupu nechali ovlivnit reklamou. Jedná se např. o přípravek Celulit, Diaval, kloubní výživu Gelmodel, přípravky na hubnutí Jablečný ocet, Chitosan a Metabolik. Většina respondentů však již nebyla schopna zpětně určit, pod vlivem jakého typu reklamy (televizní, sdělení v časopise atp.) přípravek koupila.

Při podrobnější analýze vyjmenovaných produktů, které byly dotazovanými koupeny na základě reklamního sdělení, jsem zjistila, že respondenty ani jednou ke koupi neovlivnila televizní reklama. Odpověď na tento fakt, je pravděpodobně skryta v odpovědích na jinou otázku dotazníku (Jakého typu reklamy jste naprosto „přesyceni“?), kde více než 70 % dotazovaných je „přesyceno“ právě reklamou televizní.

U léčivých přípravků je pro koupi také rozhodující (daleko více než u jiných komodit) vědět podrobnější informace o přípravku (složení, účinky, kontraindikace²⁵ atp.). Televizní reklama velmi zkratkovitě informuje o léčivých přípravcích, výše zmiňované informace sice obsahuje, ale na krátkém časovém úseku je potenciální zákazník není schopen všechny přijmout. To je hlavní důvod, proč dotazované respondenty ke koupi oslovila reklamní sdělení uveřejněná např. formou reklam v časopisech, kdy čtenář periodika má dostatek času na prostudování informací inzerovaných v reklamním sdělení.

Graf. č.2 – Vzpomínáte si na nějakou reklamu na potravinové doplňky výživy z poslední doby?



58,8 % respondentů si vzpomnělo na nějakou reklamu na potravinové doplňky výživy, ale jejich odpovědi o jakou reklamu a jaký přípravek se jednalo byly značně nepřesné (např. to na hubnutí s Halinou, jak tam byl Chudík jako doktor atp.).

Nepřesnost v odpovědích je pravděpodobně způsobená faktem, že v případě nezájmu o koupi přípravku zákazník vytěsňuje z paměti název přípravku a v paměti mu zůstanou pouze nejvýraznější momenty reklamy.

²⁵ Kontraindikace = okolnost nebo stav pacienta vylučující některé léčebné postupy, výkony nebo užívání některých léků

CÍLE A METODY

Problematika marketingové komunikace v oblasti volně prodejných léčivých přípravků (někdy také nazývané OTC produkty – z angl. Over the Counter) je dosud poněkud opomíjena a ne plně doceněna. Tento fakt ovlivnil formulování základních cílů mého výzkumu. Za cíl si především kladl využití současných teoretických poznatků a vlastního experimentálního ověřování k následujícím krokům :

1. provést analýzu současného stavu informací týkající se komunikačních nástrojů na farmaceutickém trhu
2. stanovit, jaký typ komunikace je v oblasti potravinových doplňků výživy nejučinnější.²⁴
3. zjistit, jaký typ komunikace v dané oblasti preferuje zákazník.

Při zpracování výzkumu jsem pro zjišťování informací od respondentů zvolila kvantitativní metodu dotazování prostřednictvím dotazníků, dále pak jako doplňující metodu kvalitativní získání dat prostřednictvím polořízeného rozhovoru. Výsledky jsem získala z několika zdrojů. Pro zjišťování informací od respondentů jsem si zvolila formu dotazování prostřednictvím dotazníku. Jako základní soubor byla stanovena dospělá populace v městě Brně. Sestavení konečné verze dotazníku předcházela předvýzkum, jehož hlavním cílem bylo odstranění případných nejasností dotazníku. Ze základního souboru jsem vybírala náhodným výběrem. Celkem jsem oslovila 150 respondentů, pouze 119 bylo ochotno na dotazníkové otázky odpovídat.

Pro zjišťování informací od praktických lékařů a lékárníků jsem použila formu polořízeného rozhovoru jako doplňkový ukazatel k zjišťování dat prostřednictvím dotazníků od respondentů. Základní soubor je tvořen všemi lékárníky v městě Brně. Dále jsem použila prostý náhodný výběr. Odpovědi na položené otázky jsem získala od 16 lékárníků z 11 brněnských lékáren. Základní soubor pro druhý rozhovor byl stanoven jako všichni praktičtí lékaři v městě Brně. Pro získání výběrového souboru jsem použila náhodný výběr.

VÝSLEDKY

Jak bylo zjištěno v rámci výzkumu, který byl prováděn v rámci zpracování autorčiny disertační práce (v článku uvádím pouze dílčí výsledky), 21% dotazovaných koupilo někdy potravinový doplněk výživy pod vlivem reklamního sdělení.

Graf. č.1 – Koupil jste si potravinový doplněk výživy pod vlivem reklamy?



²⁴ Nejučinnější ve smyslu, že pod jejím vlivem je koupeno nejvíce komodit

VLIV LÉKÁRNÍKA NA KONEČNÉ ROZHODNUTÍ O KOUPI JE VELKÝ

INFLUENCE OF PHARMACIST ON DECISION TO PURCHASE IS SIGNIFICANT

Šárka Dvořáková

Anotace:

Problematika marketingové komunikace v oblasti volně prodejných léčivých přípravků (tzv. OTC produkty – z angl. Over the Counter) je dosud poněkud opomíjena a ne plně doceněna. Výzkum prováděný v rámci autorčiny disertační práce stanovil, jaký typ komunikace je v této oblasti nejúčinnější, zjistil jaký typ komunikace v dané oblasti preferuje zákazník a provedl analýzu současného stavu týkající se komunikačních nástrojů na farmaceutickém trhu.

Klíčová slova:

Volně prodejné léčivé přípravky – marketingová komunikace – komunikační nástroje – farmaceutický trh.

Abstract:

Problems of marketing communication in branch of so-called “OTC products” (products what you can buy in pharmacies without prescription) is not so appreciated. Research that was done according to thesis of author determined: what kind of marketing communication is the most effective, found what kind of marketing communication is preferred by customers and done analysis of present status concerning to communication tools at pharmaceutical market.

Key words:

Over the counter products – marketing communication – communication tools – pharmaceuticals market.

ÚVOD

Po roce 1990 se Česká republika ocitla v dynamicky se měnícím prostředí. Změna politického systému ovlivnila zásadním způsobem společenské klima, ale také národní hospodářství. Procesem velkým změn prošel i resort českého zdravotnictví a s ním i nabídka sortimentu léčiv. Pacientům a zákazníkům v lékárnách jsou dostupné moderní přípravky běžné ve vyspělých zemích, systém zdravotního pojištění byl také nově vybudován.

Oblast, kde za posledních deset let došlo k významným změnám je oblast komunikace se zákazníkem. Jestliže chceme zákazníky získat a udržet si je, musíme s nimi komunikovat. Zákazník by měl být klíčovou postavou veškerého podnikatelského snažení, jeho smyslem i cílem. Ke změně v komunikaci dochází také o velmi výjimečném zboží, kterým léčiva bezesporu jsou a to především proto, že jejich prodej by se měl vždy řídit přísnými etickými pravidly, neboť produkty farmaceutického průmyslu budou vždy patřit mezi citlivé zboží a to především proto, že jejich spotřebu by měla určovat jejich skutečná potřeba, která je dána zdravotním stavem pacientů.

Reálná situace na trhu je však poněkud odlišná. Největší podíl na prodejnosti volně prodejných léčivých přípravků má pravděpodobně vliv reklamy než jejich skutečná potřeba. Zásluhou reklam vitamínové tablety každodenně konzumuje velký počet lidí.

Seznam použité literatury

ARMSTRONG, M. *Personální management*. Praha: Grada Publishing 1999, 1. vydání, 968 stran. ISBN 80-7169-614-5.

BUCKLEY, R., CAPLE, J. *Trénink a školení*. Brno: Computer Press 2004, 1. vyd., 288 s. ISBN 80-251-0358-7.

DVOŘÁKOVÁ, Z. *Slovník pojmů k řízení lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2004. 157s. ISBN 80-7179-468-6.

KOUBEK, J. *ABC praktické personalistiky*. Praha: LINDE 2000, 1. vydání, 396 stran. ISBN 80-86131-25-4.

Kontaktní adresa:

Ing. Jiří Duda, Ph.D., Ústav managementu PEF MZLU v Brně, Zemědělská 1. tel.545132531, duda@mendelu.cz.

Ing. Tomáš Kotrba, Ústav managementu PEF MZLU v Brně, Zemědělská 1. tel.545132534, xkotrba@node.mendelu.cz.

Eva Slezáková, PEF MZLU v Brně, Zemědělská 1.

různé vzdělávací metody a to jak na pracovišti, tak i mimo něj. Mezi nejčastější používané metody vzdělávání patří:

1. Přednáška: forma přednášky je pro vzdělávání ve firmě vhodná proto, že může být poskytnuta velkému množství posluchačů. Témata přednášek bývají různorodá, např. prezentace firmy, marketingové nástroje, self management, umění prezentace, rétorika, projev, přednes atd. Přednášející lektori jsou podle tématu buď samotní manažeři firmy, nebo si firma pozve lektora z cizí vzdělávací agentury (TSM Vyškov, České vzdělávací centrum). Firma LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna nevzdělává své zaměstnance jen v rámci pracovního procesu, ale nabízí jim i vzdělávání, které se týká jejich zdraví či kondice. Pro své zaměstnance firma pořádá přednášky odborného lektora například o rehabilitaci, relaxaci a životním stylu.

2. Seminář: patří k nejpoužívanějším technikám vzdělávání, protože je školení vedeno na individuální bázi mezi instruktorem a posluchačem. Je zajištěna zpětná vazba posluchače a vzdělávání je velice efektivní. Seminář se nejvíce používá na inovační úrovni, kdy se pracovníci seznamují s novinkami a učí se novým technologiím. Nejméně 1x za dva měsíce probíhá v LIKO-Su inovační školení, zejména pro montéry a další technické pracovníky. Seminář nejčastěji vede technický ředitel, nebo project manažer.

3. Demonstrace: konkrétní ilustrace úkolu se používá zejména při inovačním školení pro technické pracovníky, ale někdy se tato metoda používá i pro pracovníky v administrativě. Jedná se o vysvětlení konkrétních postupů, metod, či informačních technologií.

4. Diskuse: tuto skupinovou aktivitu používají zejména obchodní manažeři firmy. Ti se setkávají nad plány, diskutují o nich, sdělují a předávají si vědomosti a zkušenosti. Každý jednotlivec může vyjádřit svůj názor, poslechnout si připomínky druhých a tak se obohatit o nové poznatky.

5. Samostudium: zaměstnanci firmy mají možnost (a povinnost) vzdělávat se i mimo rámec pracovní doby. Slouží jim k tomu zejména velice obsáhlá firemní knihovna, která nabízí nejen odborné knihy, ale také audioknihy či videoprogramy.

6. Hraní role: je jednou z nejpoužívanějších metod vzdělávání v LIKO-Su. Při této metodě se vyžaduje, aby posluchači používali zařízení, řešili problémy, sledovali postupy a procvičovali je, jako by prováděli zaměstnání ve skutečnosti. Pracovníci si tak celý proces vyzkouší „na vlastní kůži“ a do reality vstupují s cennými zkušenostmi. Hraní rolí se ve firmě využívá například k tréninku vyjednávání, vytvoření prezentace či pro práci v tandemu, kde se školí pracovníci druhé linie.

7. Sdružená cvičení: pracovníkům je samozřejmě dána příležitost, aby pracovali v malých skupinkách, což jim dává možnost procvičovat to, co se díky výše jmenovaným metodám naučili. Sdružená cvičení přináší aktivitu a povzbuzují kreativitu zaměstnance, což mu zlepšuje dosavadní znalosti a dovednosti.

Firma LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna zajišťuje pro své zaměstnance na technicko hospodářské úrovni výuku anglického a německého jazyka. Výuka probíhá v zasedací místnosti firmy a je založena na individuálním přístupu.

Firma LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna investuje do svých zaměstnanců nemálo finančních prostředků. Rok od roku se investice na vzdělávání zvyšují, v roce 1997 byly náklady 760 000 Kč a v dnešní době se náklady na vzdělávání přiblížily hranici 2 milionů Kč.

ZÁVĚR

Vzdělání pracovníci jsou důležitou součástí podniku a každý podnik, pokud by nechtěl ztratit své zákazníky a pozici na trhu, by se měl věnovat dalšímu vzdělávání pracovníků. V příspěvku jsou uvedeny konkrétní metody vzdělávání ve firmě LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna. Tato firma klade velký důraz na vzdělávání svých zaměstnanců a náklady na toto vzdělávání dosahují téměř 2 milionů korun.

Nevýhody: Příprava a vedení cvičení jsou časově náročné. Mohou být velice drahá v závislosti na tom, který zdroj je požadován a na úrovni věrnosti, jež je potřebná. Vysoká hladina znalostí vyžadovaná instruktory pro řízení zvládnutí a kontrolu cvičení.

5. Semináře (koučování)

Strukturované školení je vedeno na individuální bázi mezi instruktorem a posluchačem. Školení se může konat při zaměstnání, nebo mimo zaměstnání. V situacích vzniklých při zaměstnání může být instruktor zaměstnancem, který předvádí, vysvětluje a vede posluchače pomocí aktivit postupů, jež jsou součástí zaměstnání nebo úkolu. Seminář může být použit pro pomocné školení a pro vývojové školení. Vývojové školení může zahrnovat program pro potenciální manažery, nebo může být zabudován do následného plánu.

Výhody: Mohou být uspokojeny individuální potřeby v podmínkách tempa a obsahu. Stálá interakce mezi instruktorem a posluchačem. Stálá zpětná vazba pro posluchače.

Nevýhody: Čas pro přípravu a školení jedné osoby je stejný jako pro školení skupiny. Sekvence školících aktivit může být snadno ovlivněna prací, která je vykonávána a nemusí být dodána v nejlepší sekvenci pro učení. Instruktor a posluchač se musí k sobě hodit jako pracovní pár.

6. Diskuse

Skupinová aktivita, obvykle vedená instruktorem, ve které účastníci zkouší návrhy, postoje, nápady k řešení problémů atd. Nejlépe používaná při podpoře ostatních taktik a pro posílení hlavních bodů zahájených na jiném školení.

Výhody: Příležitost pro jednotlivce vyjádřit názory a naslouchat názorům ostatních. Vysoká úroveň participace posluchačů. Možnost čerpat z vědomostí a zkušeností posluchačů.

Nevýhody: Může být časově náročná, pokud není dobře strukturovaná. Může být fiaskem, jestliže účastníci nejsou připraveni, nebo nemají dostatek vědomostí a zkušeností. Vyžaduje od instruktora značnou kvalifikaci, aby udával směr diskuse, řídil účastníky a řídil čas tak, aby bylo dosaženo cíle.

7. Sdružená cvičení

Tato taktika může být použita k tomu, aby byla dána posluchačům příležitost pracovat v malých skupinách, aby mohli procvičovat nebo používat to, co se naučili, nebo si vybrali podle existujících vědomostí a vypracovali seznamy nápadů a myšlenek ke konkrétnímu tématu. To by mohlo obsahovat použití cvičení, která řeší problém, rozbor určitého problému a takové úkoly, jako je sepsání nápadů a navržení směrnice. Cvičení je ukončeno plenárním zasedáním k prodiskutování závěrů.

Výhody: Poskytuje příležitost k výměně myšlenek a nápadů. Může povzbudit kreativitu. Povzbuzuje týmovou práci. Pokrývá větší území nastavením různých úkolů každé skupině.

Nevýhody: Instruktor může ztratit určitou kontrolu. Může být časově náročné zvláště v plánu. Cvičení musí být pečlivě strukturováno. Vyžaduje po instruktorovi, aby monitoroval aktivitu skupin.

Metody vzdělávání ve firmě LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna

Firma vytváří administrativní, skladové a výrobní objekty. Za více než deset let působnosti má firma za sebou přes 5 000 projektů, téměř 1,5 milionu m² stropních podhledů, 100 000 m² montovaných přestavitelných přiček, bezmála 200 halových objektů a mnoho dalších realizací. Firma LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna zaměstnává kolem 200 lidí a zástupce této firmy můžeme vyhledat i na Slovensku, v Polsku, Maďarsku, Rakousku a Chorvatsku. Náročnost práce a intenzifikační a inovační stupeň s sebou nesou zdokonalování se v dovednostech a znalostech a učení se novým trendům. Na těchto úrovních firma využívá

2. Metody používané ke vzdělávání mimo pracoviště –přednáška, případová studie, workshop, assessment centre.

První skupina metod bývá považována za metody vhodnější pro vzdělávání dělníků, druhá skupina za vhodnější pro vzdělávání vedoucích pracovníků a specialistů. V praxi se však používá obou skupin metod pro vzdělávání všech kategorií pracovníků, dochází však k určitým modifikacím s ohledem na náplň práce konkrétní skupiny školených.

Mezi nejpoužívanější metody-taktiky vzdělávání podle Bucleyho (2004) patří:

1. Přednáška

Je to konverzace nebo prezentace obvykle podporovaná vizuálními pomůckami, ve kterých jsou posluchačům popsány a vysvětleny praktiky, postupy atd.

Výhody: Instruktor má úplnou kontrolu nad obsahem a sekvencí, ve které je materiál prezentován. Přednáška může být poskytnuta velkému množství studentů. Při přednášce může být prezentováno více materiálu v dostupném čase než při mnohých jiných metodách.

Nevýhody: Není to metoda, která by mohla být použita pro výuku zručnosti. Nedostatek interakce mezi instruktorem a posluchači. Vysoký požadavek na kvalifikaci přednášejícího.

2. Demonstrace

Ilustrace úkolu provedením v reálném čase, postup doprovázený vysvětlením instruktora nebo jeho pomocníka. Obvykle je to část přednášky, nebo následování přednášky nebo školení pro zajištění modelu pro posluchače předtím, než jsou vyzváni, aby procvičovali úkol sami.

Výhody: Snazší pro upoutání a udržení pozornosti posluchačů. Posílení správných postupů poskytnutím modelu. Ukazují vztah mezi různými činnostmi v rámci úkolu. Rychlost demonstrace může být uzpůsobena vhodnému tempu, nebo úrovni skupiny.

Nevýhody: Může být časově náročné získat materiály, sestavit je a rozebrat, jestliže není k dispozici určený dostatečný prostor. Může být vyžadováno několikeré opakování, jestliže je počet studentů velký, nebo když jsou úkoly komplikované a mohou být spatřeny naráz pouze malým počtem posluchačů.

3. Vyučovací hodina

Nejpoužívanější a nejevšestrannější taktika, kterou instruktor má. Může být použita jak pro výuku faktů, tak zručnosti. Struktura vyučovací hodiny dovoluje pro svou vysokou interakci mezi instruktorem a posluchačem pomocí otázky a odpovědi procvičovat a poskytovat zpětnou vazbu.

Výhody: Flexibilní a adekvátní tak, že může zahrnout ostatní taktiky. Lekce může být přijata v podmínkách obsahu, tempa a úrovně přístupu v závislosti na zkušenosti a schopnosti posluchačů. Ideální způsob pro výuku zručnosti. Vysoká úroveň účasti posluchače. Vysoká úroveň interakce mezi instruktorem a posluchačem. Příležitost pro instruktora ohodnotit výkon posluchačů.

Nevýhody: Velikost skupiny musí být omezena, aby se zajistila participace.

4. Simulace, hraní role

Prezentace zaměstnání a činností spojených s úkolem, který je nejschůdnější, kopíruje základní rysy skutečné situace. Požaduje se, aby posluchači používali zařízení, řešili problémy, sledovali postupy a procvičovali je, jako by prováděli zaměstnání ve skutečnosti.

Výhody: Zavádí realistický prvek. Zahrnuje vysokou hladinu aktivity, která podněcuje zájem a motivaci posluchače. Může čerpat ze zkušenosti posluchače. Může se použít jako měřítko hladiny kompetence posluchačů. Zahrnuje vysokou hladinu aktivity posluchačů.

VZDĚLÁVÁNÍ A ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ

EDUCATION AND HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT

Jiří Duda, Tomáš Kotrba, Eva Slezáková

Anotace:

Příspěvek popisuje teoretické možnosti použitelnosti metod vzdělávání v podnikatelských subjektech. Je zde analyzován způsob využití metod vzdělávání ve firmě LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna. Tato firma využívá mnoho metod vzdělávání a považuje vzdělávání za nepřetržitý proces vedoucí k prosperitě firmy.

Klíčová slova:

vzdělávání, metoda, LIKO-S, a.s. Slavkov u Brna

Abstract:

The paper describes theoretical possibilities of usage of educational and training methods in business subjects. It analyzes the way of use of educational methods in the LIKO-S company in Slavkov u Brna. This company uses many educational methods and considers education to be a continuous process leading to the firm's prosperity.

Key words:

education, method, LIKO-S a.s. Slavkov u Brna

ÚVOD

Intenzivní rozvoj techniky přinášející nové objevy, rychle se měnící technologie a požadavky trhu na kvalitu a technickou úroveň výrobků a služeb vyžadují, aby si zaměstnanci osvojovali nové znalosti a dovednosti. K tomu by mělo napomoci podnikové vzdělávání.

CÍL PRÁCE A METODIKA

Cílem práce je popsat jaké jsou možnosti podniku při vzdělávání, jaké může využít metody. Pro zpracování příspěvku bylo využito členění metod vzdělávání podle Buckleyho (2004). Praktická ukázka využití metod vzdělávání je z firmy LIKO-S, a.s., Slavkov u Brna. Při zpracování příspěvku byly využity literární zdroje uvedené v seznamu použité literatury a řízené rozhovory s personalistkou analyzované firmy.

Příspěvek je součástí výstupu řešení výzkumného záměru MSM 6215648904 "Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu".

VLASTNÍ PRÁCE A DISKUSE

Vzdělávání zaměstnanců v organizaci patří k nejdůležitějším personálním činnostem neboť zvyšuje kvalifikaci zaměstnanců a formuluje flexibilitu pracovní síly organizace a její připravenost na změny (Dvořáková, 2004).

Vytvořila se široká škála metod vzdělávání, které lze podle Koubka (2000) zařadit do dvou velkých skupin:

1. Metody používané ke vzdělávání na pracovišti – např. instruktáž při výkonu práce, coaching, counselling, rotace práce, asistování atd.

Seznam oponentů příspěvků v sekci:

Doc. Ing. Marie Horalíková, CSc.
Prof. Ing. Jan Hron, DrSc, dr.h.c.

MANAGEMENT A MARKETING

Tabulka č.3 Způsob prodeje a odbytu ekologické živočišné produkce

		Kravné mléko	Jatečný skot
Vyrobené produkty jsou prodávány prostřednictvím:			
a)	přímý prodej ze dvora	x	x
b)	přímý prodej na tržišti		
c)	prodejny zdravé výživy		
d)	Supermarkety		
e)	Zpracovatelům	x	x
f)	jiná forma, uveďte jaká:		
2. Odbyt vyrobených produktů je zajišťován převážně:			
a)	na základě smluv nad 1 rok		x
b)	na základě smluv do 1 roku	x	x
c)	podle nahodilé poptávky	x	x
d)	jiná forma, uveďte jaká:		
3. Jsou ekologicky vyrobené produkty prodávány jako ekologické nebo konvenční?			
a)	jako ekologické	x	x
b)	jako konvenční	x	x

související s odbytem ekologických produktů, na něž byl zjišťován názor ekologicky podnikajících subjektů, byl problém, zda ekologicky vyrobené produkty jsou prodávány jako konvenční či ekologické. Tyto produkty jsou pouze výjimečně vykupovány jako produkty ekologické, naprostá většina z nich nachází své uplatnění jako produkty konvenční. Hlavním důvodem tohoto stavu jsou omezená množství či dokonce neexistence zpracovatelských kapacit pro ekologické mléko a maso.

ZÁVĚR

Akční plán České republiky pro rozvoj ekologického zemědělství do roku 2010 zdůrazňuje vzrůstající zájem spotřebitelů o bioprodukty. Vychází ze stavu, kdy v České republice se podařilo vybudovat národní trh a menší množství bioproduktů vyvážet. Pro naplnění stanovených cílů v Akčním plánu je mimo jiné také potřebné, obdobně jako ve vybraných evropských zemích, provést analýzy výroby a odbytu bioproduktů. Provedené analýzy je nutno využít k dalšímu rozšiřování trhu s biopotravinami, jakož i k zefektivňování výroby bioproduktů a posilování pozitivního vnímání kvality bioproduktů spotřebiteli.

LITERATURA

JÁNSKÝ, J., ŽIVĚLOVÁ, I.: Komparace ekonomických aspektů vybraných chovů zvířat v ekologických a konvenčních podmínkách. *Sborník zemědělské fakulty v Českých Budějovicích*. Zemědělská fakulta JU, České Budějovice, 2004, s. 89-92, ISSN 1212-5598

ŽIVĚLOVÁ, I., JÁNSKÝ, J.: Analýza současného stavu odbytu vybraných bio produktů v České republice a v zahraničí. *Sborník z mezinárodní vědecké konference Firma a konkurenční prostředí*, PEF MZLU v Brně, Brno 2004, s.353-359, ISBN 80-7302-078-5

Kontaktní adresa:

Doc. Ing. Jaroslav Jánský, CSc., Prof. Ing. Iva Živělová, CSc., Ústav podnikové ekonomiky, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, tel. +420545132633, podeko@mendelu.cz

Tabulka č. 2 - Vývoj a struktura nákladů a výnosů u výkrmu skotu

Ukazatel	Náklady celkem na kus a rok (Kč)					
	ekologické			konvenční		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Krmiva (steliva)	5 747	5 432	6 825	6 921	7 152	6 897
- nakupovaná	766	1 063	917	1 271	1 182	1 146
- vlastní	4 981	4 369	5 908	5 649	5 970	5 751
Léčiva a desinfekční prostředky	138	8	20	11	9	10
Ostatní přímý materiál	155	863	129	432	460	514
Přímé materiálové náklady celkem	6 040	6 302	6 974	7 364	7 621	7 421
Ostatní přímé náklady a služby	532	467	678	599	467	532
Pracovní náklady celkem	2 044	2 873	2 529	2 246	2 295	2 369
Náklady pomocných činností	1 267	811	695	650	713	688
Odpisy DHM	634	394	166	326	341	340
Odpisy zvířat	0	0	0	0	0	0
Režijní náklady	1 699	1 127	1 057	1 420	1 350	1 089
Náklady celkem	12 217	11 974	12 100	12 606	12 790	12 435
Náklady na přírůstek (Kč/kg)	39,44	36,04	39,22	38,37	37,77	36,38
Užitkovost (kg/KD)	0,80	0,84	0,78	0,85	0,86	0,86
Průměrná realizační cena (Kč/kg)	36,70	49,97	43,49	33,90	36,28	35,18

Pramen: Vyběrové šetření o nákladovosti zemědělských výrobků v síti FADN CZ a výběrové šetření ekologicky hospodařících podniků za období 2001–2003

Nabídka a poptávka po vybraných produktech živočišného původu

Nabídka bioproduktů a zejména její struktura však dynamickému rozvoji výměry ekologicky obhospodařovaných ploch a počtu ekologicky podnikajících subjektů neodpovídá. Je to dáno především výrobní strukturou ekologických farem, které se zaměřují v převážné míře na trvalé travní porosty, zejména pastviny a s nimi spojený chov skotu. Současně se zvyšuje i poptávka spotřebitelů po bioproduktech. Podíl bioproduktů na celkové spotřebě potravin v České republice je 0,06% a u vybraných bioproduktů je následující: 3,5% u mléka a 0,2% u masa. Pro srovnání v Dánsku (5,4%) a Rakousku (3,1%) činní tento podíl u mléka 10,6% a 6,4% a u masa 0,9% a 0,3%. Poptávka po bioproduktech sice v České republice roste, nabídka je však nedostatečná zejména z pohledu své struktury. Některé produkty na trhu zcela chybí. Poptávka není uspokojena především u mléka a mléčných výrobků, vepřového a drůbežního masa, ovoce a zeleniny, přebytek se občas objevuje u hovězího masa.

Za jednu z hlavních překážek pro rozvoj trhu s biopotravinami v České republice je možno považovat málo rozvinuté distribuční kanály a malou transparentnost trhu. Za účelem bližšího poznání způsobů prodeje a zajišťování odbytu vyrobených produktů byly položeny respondentům výběrového souboru ekologicky podnikajících subjektů otázky, směřující do oblasti zajištění odbytu. Výsledky tohoto šetření u mléka a hovězího masa uvádíme v tabulce č.3.

Mléko je v převážné míře prodáváno zpracovatelům, pouze velmi malá část formou přímého prodeje. U jatečného skotu je situace rozdílná. 56% respondentů prodává maso zpracovatelům, 31% realizuje prodej přímo ze dvora a 12% využívá kombinace přímého prodeje a prodeje zpracovatelům. Jeden z respondentů svou produkci prodává ke konvenčnímu zpracování na jatka. Dále u jatečného skotu 50% respondentů uzavírá se svými odběrateli smlouvy krátkodobějšího charakteru, pouze 1 respondent označil uzavřené smlouvy za dlouhodobé, 50% respondentů využívá pro odbyt svých produktů uspokojení nahodilé poptávky. U mléka pouze velmi malé množství produkce je realizováno nahodile, u naprosto převážné části je odbyt zajištěn krátkodobými smlouvami. Poslední z problémů

Tabulka 1: Vývoj a struktura nákladů a výnosů u dojnic

Ukazatel	Náklady celkem na kus a rok (Kč)					
	ekologické			konvenční		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
Krmiva (steliva)	11 412	10 625	11 893	16 486	17 124	17 122
- nakupovaná	3 143	2 019	3 317	6 826	6 793	6 573
- vlastní	8 269	8 607	8 576	9 661	10 331	10 549
Léčiva a desinfekční prostředky	53	87	323	499	527	575
Ostatní přímý materiál	585	934	1 224	1 061	1 167	1 120
Přímé materiálové náklady celkem	12 051	11 646	13 441	18 046	18 819	18 817
Ostatní přímé náklady a služby	4 852	4 424	4 050	4 285	4 552	4 761
Pracovní náklady celkem	6 798	8 711	8 287	9 570	9 574	9 782
Náklady pomocných činností	828	1 377	743	1 448	1 861	2 010
Odpisy DHM	554	382	447	1 901	1 545	1 581
Odpisy zvířat	3 758	3 532	4 197	4 720	4 736	4 808
Režijní náklady	6 535	6 721	5 382	6 377	6 429	6 140
Náklady celkem	35 376	36 794	36 547	46 348	47 515	47 898
Náklady na litr mléka (Kč/l)	8,52	7,53	7,70	7,76	7,76	7,59
Užitkovost (l/rok)	3 681	4 354	4 226	5 459	5 517	5 692
Průměrná realizační cena (Kč/)	7,91	7,86	7,76	7,58	8,16	7,83

Pramen: Výběrové šetření o nákladovosti zemědělských výrobků v síti FADN CZ a výběrové šetření ekologicky hospodařících podniků za období 2001–2003

Nákladovost a výnosnost výkrmu skotu

Výkrm skotu je orientován na zabezpečení produkce jatečných zvířat v rozsahu, který by naplnil požadavky domácího trhu a vývozu na tradiční zahraniční trhy. Vzhledem k požadavkům na kvalitní maso roste v ČR význam ekologického výkrmu skotu. Na výkrm skotu se v roce 2003 zaměřuje 63,9 % z celkového počtu 97 respondentů ekologicky hospodařících subjektů. Údaje o nákladovosti a výnosnosti tohoto odvětví živočišné výroby jsou za oba srovnávané soubory podniků uvedeny v tabulce č. 2.

U skotu ve výkrmu v ekologickém systému hospodaření lze konstatovat, že náklady celkem na kus a rok jsou přibližně stejné jako u konvenčních podniků, u ekologických podniků se pohybují kolem 95 % nákladů konvenčních podniků. Rovněž struktura nákladů je obdobná. Přesto, že jsou náklady na krmiva srovnatelné, je u ekologicky hospodařících podniků dosahována nižší užitkovost a to vzhledem k jejich nižší nutriční hodnotě. Fortifikace krmné dávky nakupovanými ekologickými krmnými směsmi s vyšší nutriční hodnotou je příliš nákladná. Z výše uvedeného důvodu užitkovost u ekologicky hospodařících subjektů se od roku 2002 snižuje. Nižší užitkovost v ekologických chovech (o 9,9 % v roce 2003) má přímý vliv na výši nákladů na přírůstek. V přepočtu nákladů na jednotku produkce, tj. na 1 kilogram přírůstku, náklady u ekologických subjektů dosahují v roce 2003 v průměru 39,22 Kč, což je o 7,8 % více oproti souboru podniků provádějících výkrm skotu konvenčním způsobem.

Vzhledem k výraznému zvýšení cen zemědělských výrobců po vstupu do EU, kde je previs poptávky nad nabídkou po ekologických produktech, lze očekávat další zvýšení realizační cen jatečných zvířat lepší než u masa pocházejícího z konvenčních chovů.

prováděno pomocí váženého aritmetického průměru, kde vahami jsou krmné dny příslušné kategorie zvířat. Pro hodnocení výnosnosti jednotlivých komodit v živočišné výrobě je užito užitečnosti a průměrných realizačních cen za jednotku hlavního produktu příslušné kategorie. Analýza odbytu a spotřeby bioproduktů je provedena dle struktury vybraných živočišných výrobků s využitím kvantitativních a kvalitativních hodnotících parametrů, jako např. množství produkce a jejich ceny, podmínky odbytu a využití distribuční cesty.

Příspěvek vznikl 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 evropského integrovaného trhu“.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Nákladovost a výnosnost v chovu dojnic

Celospolečenským cílem chovu dojených krav by vedle produkce kvalitního mléka mělo být i plnění mimoprodukčních funkcí, což mimo jiné představuje využívání trvalých travních porostů a vytváření pracovních míst. Z podnikového hlediska je cílem chovu dojnic, stejně jako každého jiného podnikání, dosahování zisku. Znamená to, že celospolečenské (využití TTP) a podnikové cíle (dosahovat zisku) chovu dojnic (zvláště u dojnic v ekologickém systému hospodaření) nebudou vždy shodné.

Chov dojnic je odvětvím, na něž se ve výběrovém souboru ekologicky hospodařících podniků v roce 2003 zaměřuje 14,4 % respondentů. Údaje o nákladovosti a výnosnosti tohoto odvětví živočišné výroby jsou za oba srovnávané soubory podniků uvedeny v tabulce č. 1. Náklady na jeden kus a rok jsou u ekologických chovů výrazně nižší než u chovů konvenčních, v roce 2003 to bylo o 23,7 %, stejně jako v roce 2001. Rozdíl je způsoben především nízkými náklady na krmiva nakupovaná (krmí se vlastní jádro) a krmiva vlastní jsou podhodnocena (nízká vnitropodniková cena pastevního porostu a objemných krmiv). Další významnou položkou jsou pracovní náklady celkem, které jsou v roce 2003 o 15,3 % nižší vzhledem k špatnému ocenění a nepřesné evidenci živé práce u podnikatelů fyzických osob v ekologickém režimu hospodaření. Výrazně nižší odpisy zvířat (o 12,3 % v roce 2003) jsou ovlivněny menší brakací stáda. Během tříletého šetření došlo ke snížení brakace, což svědčí o stabilizaci stád. Vzhledem k nižší koncentraci dojených krav v ekologickém režimu hospodaření je zde také nižší náročnost na stavební a strojní investice. Nižší režijní náklady v ekologickém systému (o 12,3 %) mohou být způsobeny ne zcela přesnou evidencí podniků fyzických osob.

Nízká užitečnost je u krav chovaných v ekologickém režimu do velké míry ovlivněna vyšší cenou ekologických koncentrovaných krmiv (cena komplexní krmné směsi z ekologických komponentů je výrazně vyšší), proto je pastva doplňována jadernými a objemnými krmivy z vlastních zdrojů, které mají nižší nutriční hodnotu a tím i menší produkční účinnost než kompletní krmné směsi. Ve sledovaném období byla užitečnost v ekologickém systému hospodaření o více než 20 % nižší. Náklad na jeden litr mléka byl u ekologických podnikatelů v roce 2001 o téměř 10 % vyšší než u konvenčních podniků. V roce 2002 a 2003 došlo vlivem vyšší užitečnosti ke snížení těchto nákladů (přibližně o 10 %) a to na úroveň srovnatelnou s konvenčními podniky. Realizační cena od roku 2001 mírně poklesla a dostala se pod úroveň realizační ceny konvenčních podniků. Nízká realizační cena u mléka pocházejícího z ekologických chovů odráží fakt, že ekologičtí chovatelé chovají zvířata v menších koncentracích, nemají takové technologické zázemí a tudíž jsou výši své produkce méně „zajímaví“ pro zpracovatele.

V roce 2002 se v průměru míra rentability oproti roku 2001 u souboru ekologicky hospodařících podniků zlepšila, tzn. že ze záporné hodnoty -7,2 % přešla na hodnotu 4,4 %. rentabilita meziročně snížila o 3,6 %, ale zůstala kladná.

VÝROBA A SPOTŘEBA VYBRANÝCH ŽIVOČIŠNÝCH BIOPRODUKTŮ

PRODUCTION AND CONSUMPTION OF SELECTED ANIMAL BIOPRODUCTS

Jaroslav Jánský, Iva Živělová

Anotace:

Příspěvek se zabývá nákladovostí a výnosností ekologicky získávaného mléka a hovězího masa, srovnává tyto výsledky s produkty získávanými konvenčními způsoby výroby a zaměřuje se i na spotřebu uvedených bioproduktů v České republice.

Klíčová slova:

ekologické zemědělství, nákladovost a výnosnost bioproduktů, spotřeba bioproduktů

Abstract:

The paper deals with cost and profitability of organically produced milk and beef, this data is compared with data of conventionally produced goods, the paper is also focused on consumption of mentioned bioproducts in the Czech Republic.

Key words:

Organic agriculture, cost and profitability of bioproducts, consumption of bioproducts

ÚVOD

Ekologické zemědělství podporuje přirozené způsoby pěstování rostlin a chovu hospodářských zvířat. Umožňuje produkovat vysoce hodnotné a kvalitní potraviny, ale ekonomická efektivnost výroby je podmínkou konkurenceschopnosti každé výroby, nevylučuje ekologické. V podmínkách ekologického zemědělství je nákladovost ovlivňována jednak povinnostmi a omezeními vyplývajícími z dodržování zákonných norem, jednak nižší užitkovostí a cenami, které ve většině případů neodpovídají kvalitě produkce. Rozdíly v ekonomické efektivnosti ekologicky a konvenčně získávaných produktů je třeba objektivizovat s cílem přípravy podkladů pro rozhodování o možných opatřeních na zvýšení konkurenceschopnosti ekologických produktů.

Ve většině států Evropské unie došlo v posledních letech k rychlému růstu jak výměry ekologicky obhospodařované půdy a počtu ekologicky hospodařících farem, tak podílu bioproduktů na trhu s potravinami. Zvyšuje se i spotřeba biopotraviny, neboť stále více spotřebitelů začíná oceňovat, že biopotraviny jsou potravinami zdravými, kvalitními a šetrnými k životnímu prostředí.

CÍL A METODIKA

Cílem příspěvku je porovnat ekonomické výsledky chovu krav a výkrmu skotu v ekologickém a konvenčním systému hospodaření. Nákladovost ekologických produktů v živočišné výrobě je posuzována ve vazbě na náklady přímé a nepřímé v obdobné struktuře, v jaké jsou zjišťovány náklady na živočišné produkty v síti testovacích podniků zařazených do výběrového šetření VÚZE v Praze. Srovnání hodnot ukazatelů mezi oběma soubory je

Literatura:

Doporučení Rady ze dne 22. července 2003 o hlavních směrech politik zaměstnanosti členských států, 2003/578/ES, www.mpsv.cz, -zaměstnanost, -Evropská strategie zaměstnanosti, -Hlavní směry politiky zaměstnanosti EK

Strategie regionálního rozvoje ČR, materiál schválený usnesením vlády č. 682 z 12.7.2000, www.mmr.cz,

Strategie regionálního rozvoje ČR pro léta 2007-2013, březen 2005, www.mmr.cz

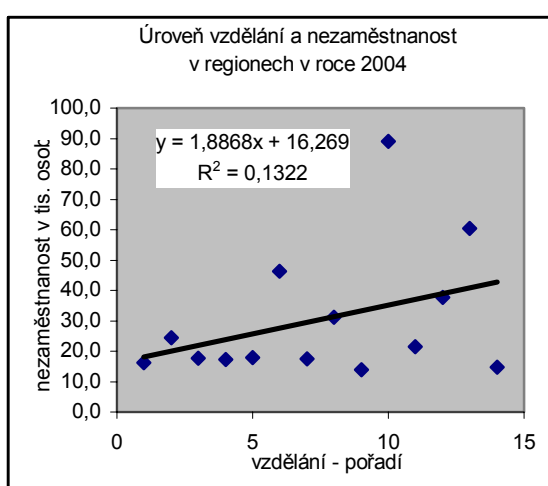
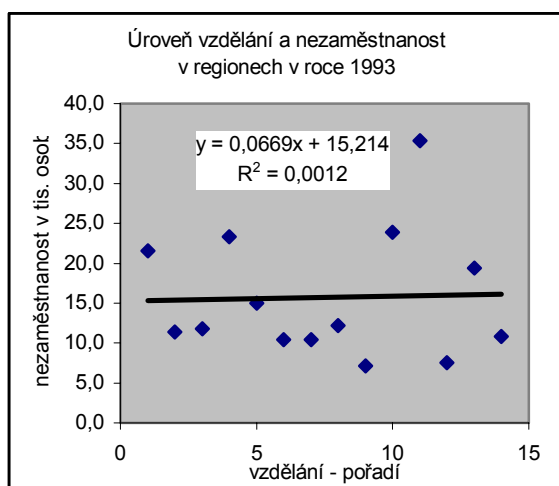
Ukazatele hospodářského a sociálního vývoje ČR od roku 1990 do roku 2004, www.czso.cz, -14/ Souborné informace

Kontaktní adresa autora:

Ing. Dana Židková, CSc., katedra zemědělské ekonomiky, provozně ekonomická fakulta, Česká zemědělská univerzita Praha, Kamýčká 129, 165 21 Praha 6 – Suchbátka, tel. 224382281, zidkova@pef.czu.cz

d) úroveň vzdělání v regionech a nezaměstnanost

Úroveň vzdělání vyjádřená pomocí pořadí byla porovnána s nezaměstnaností, a to zvláště na začátku sledovaného období a zvláště na jeho konci. Koeficient *a* ve zjištěných rovnicích lze vysvětlit následovně: snížili-li se úroveň vzdělání o jednotku (tzn. zvýšili-li se pořadí o 1), zvyšuje se v roce 1993 nezaměstnanost o 0,0669 tis. osob a v roce 2004 o 1,886 tis. osob. Současně také platí, zvýšili-li se pořadí vzdělání o jednotku, snížila se nezaměstnanost o uvedené počty osob. Koeficient *b* rovněž dokládá vyšší nezaměstnanost v roce 2004. Těsnost závislosti je v obou letech velmi nízká, ale v roce 2004 přece jen mírně zvýšená, což by mohlo poukazovat na mírný růst významu vzdělání pro nezaměstnanost. Přesto je třeba konstatovat, že na základě zvoleného postupu hodnocení nebyl prokázán významný vztah mezi vzděláním a nezaměstnaností v regionech.



ZÁVĚR

Nezaměstnanost je ovlivňována větším počtem faktorů. Za velmi významný faktor, zvláště v souvislosti s potřebou snižovat nezaměstnanost je označována kvalifikovanost zaměstnanců daná jejich vzděláním a praktickými zkušenostmi. Vzdělání zaměstnanců v regionech bylo předmětem tohoto šetření. Vysoká kvalifikovanost je obecným předpokladem pro růst kvality práce a její produktivity, pro zvyšování konkurenceschopnosti jednotlivce, regionu a státu. Úroveň vzdělání v ČR i v jeho jednotlivých regionech se v hodnoceném období zvyšovala a společně s dalšími opatřeními hospodářské regionální politiky státu se podílela na zmírnění růstu nezaměstnanosti. Provedené šetření poukazuje na přetrvávající výrazné rozdíly v úrovni vzdělání obyvatel v jednotlivých regionech. Jejich překonávání bude předmětem regionální politiky státu v dalším období. V oblasti lidského potenciálu stanovuje Strategie regionálního rozvoje ČR (2000) mimo jiné jako prostředek pro zvyšování kvalifikovanosti zaměstnanců modernizaci vzdělávací soustavy a její těsnější propojení na nezaměstnanost v regionech a na potřeby rozvoje regionů. Zvyšování úrovně vzdělání v regionech může vyvolat multiplikační efekty a tím přispívat k odstraňování disparit v hospodářské úrovni regionů.

Výsledky hodnocení úrovně vzdělání v regionech v období 1993-2004 metodou prostého pořadí

tab. č. 2

Pořadí krajů:	1993					2004				
	ZV	SV-M	SV+M	VŠ	Celkem	ZV	SV-M	SV+M	VŠ	Celkem
SČ	10	11	6	10	37	8	9	4	9	30
JČ	7	12	3	7	29	7	10	3	4	24
Plz	2	1	10	6	19	3	8	2	3	16
KV	12	9	7	12	40	14	12	11	12	49
Ú	11	4	13	14	42	13	6	14	14	47
Li	8	10	2	13	33	9	5	6	13	33
K-H	4	6	5	5	20	2	4	5	7	18
Pard	5	2	9	8	24	4	1	7	10	22
Vys	14	8	11	11	44	6	2	9	11	28
JM	3	13	4	2	22	5	13	8	1	18
O	6	5	8	3	22	12	7	13	6	38
Zl	9	7	12	4	32	11	11	10	5	37
MS	13	3	14	9	39	10	3	12	8	33
Praha	1	14	1	1	17	1	14	1	1	17

Na základě celkového součtu pořadí bylo zpracováno pořadí krajů ve výchozím a konečném období. Nejlepší úroveň vzdělání prokazuje kraj s nejnižším celkovým součtem pořadí což byla v roce 1993 Praha, ale na konci období ji předstihl kraj Plz.

c) vývoj nezaměstnanosti v regionech

Výsledky šetření vývoje nezaměstnanosti uvádí tab. č. 3. Koeficient **a** v první rovnici informuje o průměrném ročním zvyšování nezaměstnanosti v procentech. Pod průměrnou hodnotou se nachází 9 ze 14 hodnocených krajů. Nadprůměrný růst vykazovaly strukturálně postižené kraje Ústí a MS, ale také ve výchozím období méně průmyslové a více zemědělsky orientované kraje JM, Ol a Zl. Druhá rovnice charakterizuje průměrný roční růst počtu nezaměstnaných. Počet nezaměstnaných v ČR se zvyšoval průměrně ročně o 23,951 tis. osob. Poměrem koeficientu příslušného kraje ke koeficientu celé ČR lze určit průměrný podíl kraje na celkové nezaměstnanosti. Nejvyšší nezaměstnanost ve výchozím období a také nejvyšší absolutní přírůstek zaznamenal kraj MS. Nízkým absolutním růstem se vyznačovaly kraje Vys, Li, Plz, KV. Nejnižší růst vykázala Praha a nejvyšší Ústí, následované MS krajem.

Analýza vývoje nezaměstnanosti v krajích ČR v letech 1993-2004

tab.č.3

Region (NUTS3)	Počet nezaměstnaných 1993/2004	regrese z % (1993=1)	R ²	regrese z počtu nezam.osob (v tis.)	R ²
ČR	220,0/425,9	0,1089x + 0,7926	0,7032	23,951x + 174,39	0,7032
Praha	21,5/24,3	0,0422x + 0,7115	0,4573	0,9083x + 15,33	0,457
SČ	23,9/31,2	0,0571x + 0,853	0,3021	1,3612x + 20,35	0,302
JČ	10,4/18	0,0894x + 0,7743	0,6264	0,9303x + 8,0585	0,626
Plz	11,4/16,3	0,0547x + 0,8506	0,4179	0,6215x + 9,6643	0,418
KV	7,5/14,8	0,0873x + 0,7786	0,5911	0,6551x + 5,8404	0,591
Ú	19,4/60,5	0,1847x + 1,1841	0,7137	3,5827x + 22,967	0,714
Li	7,1/14	0,0855x + 1,0506	0,4156	0,6077x + 7,4703	0,416
KH	11,8/17,7	0,0625x + 0,7418	0,4775	0,7342x + 8,7166	0,478
Pard	10,5/17,3	0,0969x + 0,7829	0,6489	1,0131x + 8,1866	0,649
Vys	10,8/17,5	0,0605x + 0,8688	0,3446	0,6524x + 9,3707	0,345
JM	23,3/46,3	0,1296x + 0,6008	0,7259	3,0227x + 14,014	0,726
O	15,0/37,6	0,1528x + 0,7123	0,7109	2,291x + 10,68	0,711
Zl	12,2/21,4	0,1104x + 0,7655	0,6655	1,346x + 9,3319	0,666
MS	35,3/89	0,1761x + 0,6906	0,8536	6,2245x + 24,408	0,854

b) změny ve struktuře vzdělání v regionech ČR (NUTS 3) v letech 1993-2004

Nastalé změny jsou zaznamenány v tabulce č. 1. Podíl osob se základním vzděláním (dále ZV) se v ČR celkem snížil z 27,6% na 20,9%. Snížení nastalo ve všech krajích. V roce 1993 nejvyšší podíl – tzn. s nejhorší hodnotou - na počtech zaměstnaných osob dosáhl kraj Vysočina (31,66%), následoval kraj Moravskoslezský (30,74%) a Karlovarský (30,58%). Nejnižší a tudíž nejlepší hodnotu dosahoval kraj Praha (17,89%). Největší úbytek - největší zlepšení - podílu osob se ZV nastal u kraje Vysočina, následovaly kraje Moravskoslezský a Pardubický. V Karlovarském kraji bylo zlepšení nejmenší, proto zůstal na posledním místě. Rozdíly regionů oproti průměru byly velké a ještě se prohloubily.

Podíl osob se středoškolským vzděláním bez maturity (dále SV-M) se v ČR mírně snížil a rozdíly mezi kraji se zvětšily – svědčí o tom jak absolutní rozdíl maximálního a minimálního podílu, tak relace maximální a minimální hodnoty k průměru ČR. První místo zaujímal v roce 1993 kraj Plzeňský, v roce 2004 kraj Pardubický. Změny v jednotlivých krajích nebyly tak velké jako u podílu osob se ZV, ale byly zaznamenány přírůstky - tzn. zlepšení – u krajů SČ, Li, K-H, Pard, Vys, Ol a M-S, tedy celkem u sedmi krajů, a naproti tomu úbytky u krajů JČ, Plz, KV, Ú, JM, Zl a Praha.

Výsledky šetření změn úrovně vzdělání v regionech ČR v letech 1993-2004 tab. č. 1

Vzdělání:	Rok	ČR průměr	maximum	minimum	Relace max. k průměru	Relace min. k průměru
Základní	1993	27,61	31,7 Vys	17,9 Praha	114,5	64,8
	2004	20,87	26,6 KV	13,1 Praha	107,4	62,7
SV bez maturity	1993	38,67	42,7 Plz	29,8 Praha	110,4	77,1
	2004	38,27	42,6 Pard	24,7 Praha	111,2	64,5
SV s maturitou	1993	25,8	34,1 Praha	23,0 M-S	132,0	89,1
	2004	30,9	40,1 Praha	28,1 Ústí	129,8	90,9
Vysokoškolské	1993	7,81	18,2 Praha	4,4 Ústí	232,6	56,6
	2004	9,94	22,1 Praha	5,1 Ústí	222,6	51,5

Podíl osob se středoškolským vzděláním s maturitou (dále SV+M) v ČR se zvýšil a rozdíly mezi kraji se změnil jen nepatrně. Kraje se mírně sblížily. Ve všech krajích se podíl zvýšil. V roce 1993 na prvním místě stála Praha, následoval kraj Li a JČ, z nich Li svoji pozici ztratil a zbývající dva kraje se udržely na stejných místech. Na posledním místě byl kraj MS, své postavení do roku 2004 mírně zlepšil. Jako předposlední se v roce 1993 umístilo Ústí, které pak v roce 2004 skončilo na místě posledním. Výrazné zlepšení zaznamenal kraj Plz – z 10. místa se dostal na místo 2. Nejhorší změnu umístění měl kraj O.

Podíl osob s vysokoškolským vzděláním (dále VŠ) se zvýšil v ČR celkem i ve všech krajích. Nejlepší situace je v Praze, následuje JM. Na třetím místě se vystřídaly O a Plz. Kraje s velmi nízkou úrovní na začátku období - KV, Ú, Li - svou nevýhodu nezlepšily, zůstaly na stejných místech, i když samozřejmě i v nich byl zaznamenán kladný přírůstek počtu a podílu vysokoškolsky vzdělaných osob. Kraje s podprůměrným přírůstkem počtu vysokoškoláků od počátku období si své postavení dále zhoršily. Byly to kraje K-H, Pard, O, Zl, MS.

rozvoje a rozhodnuto překonat toto zaostávání. To v souvislosti s lidským faktorem rozvoje hospodářství a jeho potenciálem znamená stále více kvalifikovat pracovní síly, zvyšovat podíl středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaných osob celkem v ČR, a v regionech, ale také snižovat rozdíly mezi regiony. Zvyšování úrovně vzdělanosti v regionech je chápáno jako cesta ke snižování nezaměstnanosti.

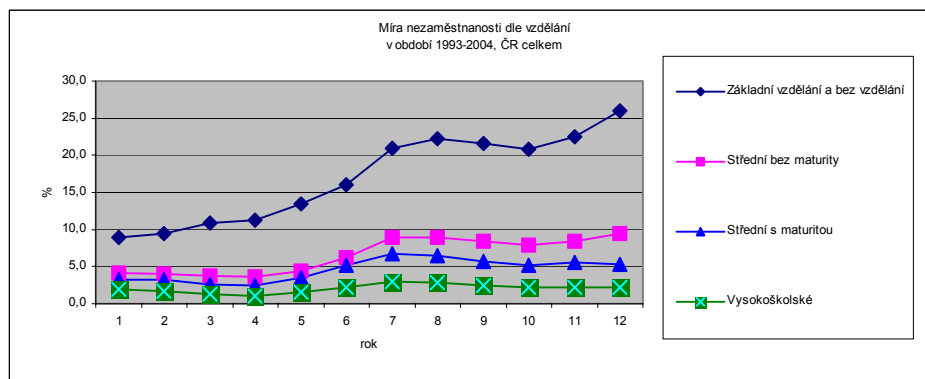
CÍL A METODY

Cílem příspěvku je doložit úroveň vzdělání obyvatelstva v regionech ČR a jejich změny v období 1993-2004, a charakterizovat jejich význam pro výši a vývoj nezaměstnanosti. K hodnocení jsou využity údaje ČSÚ. Za nezaměstnané se považují osoby 15-ti leté a starší, které nebyly zaměstnány, hledaly aktivně práci a byly připraveny k nástupu do práce. Pro zhodnocení úrovně vzdělání v jednotlivých regionech byl nejdříve zjištěn počet a podíl osob starších 15-ti let a dále vypočteny procentní podíly osob se základním, středoškolským a vysokoškolským vzděláním na tomto počtu. Úroveň vzdělání regionů (NUTS3) byla vyhodnocena pomocí základních statistických ukazatelů a dále metodou prostého pořadí. Přitom podíl osob se základním vzděláním byl ukazatelem minimalizačním (region s nejnižší hodnotou podílu získal nejlepší pořadí, tzn. 1.) a podíly ostatních druhů vzdělání byly ukazatelem maximalizačním (region s nejvyšší hodnotou získal nejlepší pořadí). Vývoj nezaměstnanosti v jednotlivých regionech byl zhodnocen pomocí lineární regrese. Byla zjištěna lineární závislost počtu nezaměstnaných na čase a lineární závislost tempa růstu nezaměstnanosti na čase. Význam vzdělání pro nezaměstnanost, nebo-li vztah mezi vzděláním a nezaměstnaností byl rovněž posouzen s pomocí lineární regrese.

VÝSLEDKY

a) stav a vývoj vzdělání obyvatel a nezaměstnanosti v ČR celkem

V ČR se v období 1993-2004 snížil střední stav obyvatelstva z 10 330 607 obyvatel na 10 206 923, tj. 1,2%. V roce 2004 bylo poprvé zaznamenáno zvýšení počtu obyvatel, přičemž hlavní příčinou snižování byl klesající počet živě narozených. Od roku 2000 se počet živě narozených mírně zvyšuje a také roste počet přistěhovalých. V důsledku změn v hospodářské politice státu související s přechodem k tržní ekonomice se snížila zaměstnanost v národním hospodářství celkem ze 3550 tis. zaměstnanců v roce 1993 (vyjádřeno ukazatelem průměrné počty zaměstnanců) na 3199 tis. zaměstnanců v roce 2004, tj. o 9,88%. Současně se zvýšil počet neumístěných uchazečů o zaměstnání o 356459 osob, tj. o 192,5% a míra registrované nezaměstnanosti se zvýšila ze 3,52% na 9,47%. Míra nezaměstnanosti se v období 1993-2004 zvýšila u osob se základním vzděláním z 8,9% na 26,1% (o 193%), u skupiny se středním vzděláním bez maturity ze 4,1% na 9,4% (o 129%), u skupiny se středním vzděláním s maturitou to bylo jen ze 3,3% na 5,3% (o 160%). Pouze ze 2,0 na 2,3% (o 15%) se zvýšila nezaměstnanost u vysokoškolsky vzdělaných osob.



VZTAH VZDĚLÁNÍ A NEZAMĚŠTNANOSTI V REGIONECH ČR

THE RELATION BETWEEN EDUCATION AND UNEMPLOYMENT IN THE VARIOUS REGIONS OF THE CZECH REPUBLIC

Dana Žídková

Anotace:

V příspěvku se analyzovaly změny ve vzdělání obyvatelstva v regionech a jejich souvislost s nezaměstnaností. Úroveň vzdělání se ve všech regionech zvýšila, ale rozdíly mezi regiony dále přetrvávají. Snížení rozdílů je patrné jen u vzdělání středoškolského s maturitou. Závislost nezaměstnanosti v regionech na vzdělání byla slabá, ale mírně se zvýšila.

Klíčová slova:

vzdělání, region, nezaměstnanost, metoda pořadí, lineární regrese

Abstract:

This paper analyzed regional changes in education in the Czech Republic and their connection to unemployment. Advances in education have occurred in all regions, however differences still remain. The only significant decreases in the disparities between regions were observed in secondary schools that require leaving examinations. The dependence relation between unemployment and education in each region was low, but has increased slightly.

Key words:

education, region, unemployment, sequencing method, linear regression

ÚVOD

V hospodářství ČR se v devadesátých letech uskutečnily významné strukturální změny, které ovlivnily vývoj zaměstnanosti v celém státě a zvláště významně v některých jeho regionech. Ve druhé polovině devadesátých let již byla programově přijímána řada opatření směřujících ke zmírnění negativních dopadů restrukturalizace v oblasti zaměstnanosti. Protože se ČR intenzivně připravovala na vstup do Evropské unie, je ve všech analytických a koncepčních materiálech zabývajících se regionální politikou v ČR zřejmý určitý vliv politiky EU – projevuje se zvláště při stanovování cílů a strategií jejich dosažení. Z klíčových materiálů, které významně ovlivnily vývoj politiky po roce 2000 lze uvést zasedání Evropské rady v Lisabonu ve dnech 23. a 24.3.2000, které vymezilo pro Unii strategický cíl – stát se nejkonkurenceschopnější a nejdynamičtější světovou ekonomikou založenou na znalostech, schopnou trvale udržitelného růstu s více a lepšími pracovními místy a větší sociální soudržností. Výsledky tohoto jednání jsou označovány jako „lisabonský program“. Zasedání Evropské rady v Nice ve dnech 7.-9.12.2000, na němž byl schválen Evropský sociální program zdůrazňuje, že návrat k plné zaměstnanosti vyžaduje provádění ambiciózních politik – zvyšování měř zaměstnanosti, snižování regionálních rozdílů, snižování nerovnosti a zvyšování kvality pracovních míst. Byl stanoven cíl dosáhnout v EU v roce 2005 celkovou míru zaměstnanosti 67% a 70% v roce 2010. ČR byla zařazena orgány EU mezi zaostávající regiony v rámci EU. Proto byl v Národním rozvojovém plánu (2001) a také ve Strategii regionálního rozvoje ČR (2000) a následně i ve Strategii regionálního rozvoje ČR pro léta 2007-2013 lidský potenciál označen za klíčový faktor regionálního

Je zřejmé, že problematika měření vyvolaných nákladů zdanění je daleko nad rámec možností daných limitovaným rozsahem tohoto příspěvku, proto jde v tomto textu pouze o krátkou exkurzi do daňovou teorií sledovaného problému. Vyvolané náklady vznikají kromě právnických osob rovněž u osob fyzických a snižují potenciální soukromou spotřebu daňových subjektů, v rámci nich vznikají i náklady vzniklé v souvislostmi s distorzemi, které jsou vyvolány změnami chování daňových subjektů. Zahrnují náklady, kterým se nelze v podniku vyhnout, ale i náklady vyplývající z vlastního rozhodnutí poplatníka a mající externí povahu (náklady na daňové plánování, na služby daňového poradenství apod.).

LITERATURA

- (1) KUBÁTOVÁ,K. Daňová teorie a politika. Praha : ASPI Publishing, 2003. 264 s. ISBN 80-86395-84-7.
- (2) NAM,T.-EVANS,CH.-WALPOLE,M. Tax compliance costs : Research Methodology and Empirical Evidence from Australia. National Tax Journal. Washington, June, 2000.
- (3) POPE,J. The Compliance Costs of Major Taxes in Australia. Bath : Fiscal Publications in Association with the Institute for Fiscal Studies, 1995. 212 s.
- (4) PUDIL,P.-VYBÍHAL,V.-VÍTEK,L.-PAVEL,J. Zdanění a efektivnost. Praha : Eurolex Bohemia, 2004. 158 s. ISBN 80-86861-07-4.
- (5) SANDFORD,C. Tax Compliance Costs –Measurement and Policy. Bath : Fiscal Publications in Association with the Institute for Fiscal Studies, 1995. 194 s.
- (6) VAILLANCOURT,F. The Compliance Costs of Taxes on Business and Individuals : A Review of the Evidence. Public Finance, 42. No. 3, 1987
- (7) VÍTEK,L. Daňová politika České republiky. Praha : Studie národohospodářského ústavu Josefa Hlávky, č. 6, 2001, 87 s.
- (8) VÍTKOVÁ,J.-VÍTEK,L. Společenské vyvolané náklady zdanění . Acta Oeconomica Pragensia, č. 1, roč. 10, 2002, s. 15-21. ISSN 0572-3043.
- (9) VYBÍHAL,V. K problematice měření vyvolaných nákladů zdanění. In : Sborník příspěvků z mezinárodní konference „Firma a konkurenční prostředí 2004“. Sekce 5. Brno : MZLU, 10.3.-11.3.2004, s. 206-213. ISBN 80-7302-077-7.
- (10) VYBÍHAL,V. –NERUDOVÁ,D. Aspects of Measurement of Compliance Costs of Taxation. In : Proceedings from „Bangkok International Conference on Applied Business Research . Bangkok (Thailand), 1.12. – 3.12.2004. s. 93. ISBN 974-537-621-3.

Adresa autora :

Prof. Ing. Václav Vybíhal,CSc.

Ústav účetnictví a daní, Provozně ekonomická fakulta MZLU v Brně

613 00 Brno, Zemědělská 1

Tel. 420-545132305

E-mail : vybihal@mendelu.cz

Je zřejmé, že diference mezi úrovní ukazatele vyvolaných nákladů zdanění v jednotlivých zemědělských podnicích je ovlivněna řadou faktorů, zejména velikostí podniku, mzdovou náročností daňových, účetních a mzdových agend, strukturou výroby a daňových odvodů, aj. V odborné literatuře, zejména zahraniční, je zpravidla sledován podíl vyvolaných nákladů zdanění na výnosech z vybraných daní a poplatků, v Evropské unii rovněž podíl vyvolaných nákladů zdanění na celkových nákladech podniku na rozdíl od mimoevropského prostředí (USA, Austrálie, Tchajwan), kde se sledují vyvolané náklady zdanění na 1 Kč tržeb. Proto jsou v tab. 2 kodifikovány výše uvedené ukazatele.

Tab. 2 Podíl vyvolaných nákladů zdanění na výnosech z vybraných daní a poplatků
($N_{vz} : V_{dp}$) v %, na celkových nákladech ($N_{vz} : N$) a na celkových tržbách ($N_{vz} : T$) v Kč na 100 Kč.

Podnik/ukazatel	A	B	C	D
$N_{vz} : V_{dp}$	5,45	3,59	2,84	7,98
$N_{vz} : N$	0,96	0,28	0,50	0,79
$N_{vz} : T$	1,33	0,43	0,37	0,71

Pramen : vlastní propočty na základě provedeného šetření.

Tab. 2 - pokračování

Podnik/ukazatel	E	F	G	Σ
$N_{vz} : V_{dp}$	1,50	6,81	2,64	4,01
$N_{vz} : N$	0,15	0,86	0,34	0,49
$N_{vz} : T$	0,22	0,88	0,46	0,58

V tab. 2 je uveden podíl vyvolaných nákladů zdanění na výnosech z vybraných daní a poplatků v %, přičemž úroveň tohoto ukazatele se pohybovala v intervalu 1,50 až 7,98 %. Průměrná hodnota 4,01 (označená ve sloupci Σ) je váženým aritmetickým průměrem daného ukazatele zjištěným na základě kvantifikace tohoto ukazatele v jednotlivých podnicích.

DISKUSE A ZÁVĚR

Vyvolané náklady zdanění vznikají daňovým subjektům z důvodu existence daňového systému a odpovídají takové výši nákladů, která by daňovým subjektům nevznikla, pokud by neexistoval daňový systém. Zahrnují takové náklady, které musí vynaložit z důvodu naplnění zákonných daňových povinností. Propracování metodiky měření vyvolaných nákladů zdanění, její zdokonalování a upřesňování přímo v zemědělských podnicích včetně verifikace této metodiky na konkrétních případech v praxi ukázalo, že lze, při akceptování specifických podmínek, ve kterých operují zemědělské podniky, měřit vyvolané náklady zdanění i v podnicích se zemědělskou výrobou. Složitou záležitostí se však jeví skutečnost, že databáze pro účely kvantifikace vyvolaných nákladů zdanění není v plné míře běžně kodifikována ve statistických a jiných databázích a zjišťování potřebných údajů je třeba provádět přímo v zemědělském podniku s fundovanou explikací zkoumaného okruhu problémů.

Z teoretického hlediska a z ekonomického pohledu lze vyvolané náklady zdanění sledovat ve všech odvětvích podnikatelského prostředí, neboť informace tohoto typu umožňují ucelenější pohled na problematiku efektivnosti ve zdanění, přičemž je třeba ctít požadavek, aby daně byly co nejméně distorzní a nepůsobily zbytečně negativně na ekonomické chování daňových subjektů.

s ohledem na platné znění zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, pro rok 2004. Ve zkoumaném souboru podniků je pro účely daňové, účetní a mzdové využíváno softwaru formou placení ročního nájemného ve prospěch dodavatelské firmy na rozdíl od většiny průmyslových podniků, u nichž je software pořízen do vlastnictví a odpisován jako nehmotný majetek s pravidelným ročním upgradem, resp. updatem. Rozhodujícími náklady na zpracování daňových přiznání byly náklady vztahující se k interním pracovníkům, které zahrnují mzdové náklady, spotřebu energie a materiálu, náklady na výkony spojů, náklady na školení a kurzy, podíl na odpisech budovy nebo nájemného a podíl odpisů ze vstupní ceny souboru počítač. Bylo zjištěno, že skutečnost, zda práce spojené se stanovením základů daně a vypracováním daňových přiznání, jsou realizovány v administrativní budově ve vlastnictví podniku či v budově ve vlastnictví pronajímatele, ovlivňuje výši vyvolaných nákladů zdanění. Tyto náklady jsou nepatrně nižší u podnikatelských subjektů s vlastnictvím administrativní budovy ve srovnání s podniky, které platí pronajímateli nájemné.

V rámci sledování nákladů na vedení účetnictví byly v obecné rovině sledovány externí náklady na vedení účetnictví ve stejné struktuře jako u nákladů na zpracování daňových přiznání. I v tomto případě byly u všech podniků náklady na účetní software formovány cenou služby (nájemného softwarového produktu) softwarové dodavatelské firmy. Lze konstatovat,

že všechny podniky v rámci sledovaného souboru vedly účetnictví prostřednictvím svých interních pracovníků, bez externích služeb. Výši vyvolaných nákladů zdanění pak rozhodující mírou ovlivnila mzdová náročnost (obdobně jako u nákladů na zpracování daňových přiznání).

V případě nákladů na vedení mzdové agendy bylo zjištěno, že všechny firmy zabezpečují výpočet mezd a odvod záloh na daň včetně sociálního a zdravotního pojištění vlastními pracovníky bez využití externích služeb. Rozhodující úroveň ve struktuře těchto nákladů hraje obdobně jako u vedení účetnictví mzdová náročnost profese zabezpečující veškeré činnosti související se mzdovou agendou. Rovněž mzdový software je financován formou pronájmu od softwarové společnosti.

Pokud jde o konkrétní úroveň vyvolaných nákladů zdanění, bylo v jednotlivých podnicích dosaženo této výše vyvolaných nákladů zdanění :

Tab. 1 Vyvolané náklady zdanění v souboru podniků okresu Břeclav za rok 2004 (Kč)

Podnik, ukazatel	A	B	C	D
$_{100}N_d$	36 870	47 163	41 333	67 912
$_{60}N_u$	729 214	197 836	60 239	139 065
$_{20}N_{ma}$	70 229	21 759	12 379	32 183
N_{vz} (celkem)	836 313	266 758	113 951	239 160

Pramen : vlastní propočty na základě provedeného šetření.

Tab. 1 – pokračování.

Podnik, ukazatel	E	F	G	Σ
$_{100}N_d$	128 823	71 036	140 179	533 316
$_{60}N_u$	106 190	319 255	378 562	1 930 361
$_{20}N_{ma}$	46 072	48 512	93 421	324 555
N_{vz} (celkem)	281 085	438 803	612 162	2 788 232

MATERIÁL A METODIKA

Předmětem zkoumání jsou tzv. klasické vyvolané náklady zdanění, které lze v praxi měřit. K vymezení vyvolaných nákladů zdanění přispěli již dříve A. Smith (čtvrtý kánon obsahuje požadavek na co nejnižší náklady výběru daně), a dále P. Ricardo, S. Mill a A.C. Pigou. Tito autoři považovali za vyvolané náklady zdanění náklady sektoru soukromého. Vybíhal (2004), ex Kubátová (2003) uvádějí, že vyvolané náklady zdanění vznikají daňovým subjektům z důvodu existence daňového systému a rovnají se takové výši nákladů, která by daňovým subjektům nevznikla, pokud by neexistoval daňový systém.

Otázkami měření vyvolaných nákladů zdanění se zabývala i řada zahraničních autorů. Teoreticko-metodologickou základnou i praktickým návodem, jak měřit vyvolané náklady zdanění jsou především práce, které publikovali Vaillancourt (1987), Sandford (1995), Pope (1995), Nam, Evans a Walpole (2000). Podle Sandforda (1995) lze zahrnovat do vyvolaných nákladů zdanění veškeré náklady z titulu stanovení základu daně a zpracování daňových přiznání, dále 60 % nákladů na vedení účetnictví a 20 % nákladů na vedení mzdové agendy. V této struktuře byly pak i sledovány vyvolané náklady zdanění v souboru zemědělských podniků.

V podmínkách České republiky patří k teoreticko-metodologické základně práce, které publikovali zejména Kubátová a Vítek (1997), Vítek (2001), Vítková a Vítek (2002), Kubátová (2003), Pudil, Vybíhal, Vítek a Pavel (2004). Pro sběr dat bylo využito dotazníku použitého pro měření vyvolaných nákladů zdanění, který vypracovali Vítek a Vítková (2002) a který upravil pro předmětné šetření a pro možnost jeho využití při sledování vyvolaných nákladů zdanění Vybíhal (2004). Praktické aspekty měření vyvolaných nákladů zdanění jsou obsaženy v pracích, které publikovali Vybíhal (2004), Vybíhal a Nerudová (2004).

Metodické otázky spojené s měřením vyvolaných nákladů zdanění a jeho specifickými v odvětví zemědělství byly ověřovány v souboru 7 zemědělských podniků okresu Břeclav.

VÝSLEDKY

Pro možnost kvantifikovat vyvolané náklady zdanění byly tyto náklady zjišťovány (z hlediska struktury) za zdaňovací období 2004 v rámci 3 okruhů, a to jako :

1. náklady na zpracování daňových přiznání (pro účely kvantifikace byly tyto náklady akceptovány ve výši 100 %), označené symbolem $_{100}N_d$,
2. náklady z titulu vedení účetnictví, u nichž se na základě expertních odhadů vychází z úvahy, že 60 % z celkových nákladů na účetnictví je vynaloženo z důvodu stanovení základu daně z příjmů, označené symbolem $_{60}N_u$,
3. náklady na vedení mzdové agendy, u nichž byl respektován požadavek, aby 20 % nákladů na vedení mzdové agendy odráželo výpočet a odvod záloh na daň z příjmů ze závislé činnosti a sociálního a zdravotního pojistného, označené symbolem $_{20}N_{ma}$.

Vztah pro kvantifikaci vyvolaných nákladů zdanění (N_{vz}) lze vymežit takto :

$$N_{vz} = {}_{100}N_d + {}_{60}N_u + {}_{20}N_{ma} \quad .$$

Při zjišťování nákladů na stanovení základů daně a zpracování daňových přiznání ($_{100}N_d$) byly zjišťovány jednak externí náklady (např. náklady související s úhradou služeb daňového poradenství), dále náklady na pořízení a update, resp. upgrade daňového softwaru nebo na nájemné daňového softwaru a dále náklady na zpracování daňových přiznání interními pracovníky, přičemž vstupní cena daňového softwaru se časově rozlišuje na 48 měsíců

K METODICKÝM OTÁZKÁM MĚŘENÍ VYVOLANÝCH NÁKLADŮ ZDANĚNÍ V ZEMĚDĚLSKÝCH PODNICÍCH

ON THE METHODOLOGICAL PROBLEMS OF COMPLIANCE COSTS OF TAXATION MEASUREMENT

Václav Vybíhal

Anotace:

Príspevek se zabývá metodickými otázkami měření vyvolaných nákladů zdanění v zemědělských podnicích a shrnuje praktické poznatky dosažené při zjišťování vyvolaných nákladů zdanění ve vybraném souboru zemědělských podniků provedeném metodou dotazníku.

Klíčová slova:

Metodika, měření, vyvolané náklady zdanění, zemědělské podniky.

Abstract:

The article deals with the methodical problems of compliance costs measurement of taxation and presents practical results achieved during monitoring and measurement of compliance cost of taxation within selected group of undertakings active in agricultural production. The reserch has been undertaken by way of questionnaire and investigation.

Key words:

Methodics, measurement, compliance costs of taxation, agricultural companies

ÚVOD A CÍL

V soukromém sektoru vznikají náklady, které musí podnikatelský subjekt vynaložit na identifikaci základu daně včetně výpočtu daňové povinnosti, podání přiznání k dani a dalším úkonům souvisejícím s daňovým řízením a jeho etapami. Kromě jiných důvodů musí poplatníci částečně i z titulu stanovení základu daně vést účetnictví a zpracovávat mzdovou agendu. V rámci řízení daňové politiky je třeba tyto tzv. vyvolané náklady zdanění a jejich strukturu sledovat v podnikatelských subjektech všech odvětví národního hospodářství včetně zemědělství. Takovéto zjišťování umožňuje provést komparaci v celosvětovém měřítku. Vyvolané náklady zdanění zatěžují nákladovost hospodářské činnosti každého zemědělského podniku, přičemž v oblasti provozování zemědělské výroby vznikají při posuzování vyvolaných nákladů zdanění určité specifické metodické a v návaznosti na ně i praktické zvláštnosti, ke kterým je zapotřebí přihlížet.

Proto cílem tohoto příspěvku je zejména řešení metodických otázek a zvláštností formování vyvolaných nákladů zdanění v odvětví zemědělské výroby.

Príspevek byl zpracován v rámci výzkumného záměru MSM6215648904 s názvem „Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného trhu“ řešeného na Provozně ekonomické fakultě MZLU v Brně.

ZÁVĚR

Probíhající všeobecná globalizace společenských, ekonomických a jiných procesů výrazně zasáhla i do agrárního sektoru. Celý komplex výroby potravin a jejich distribuce doznal výrazných změn, což se velmi projevilo mimo jiné i v restrukturalizaci obchodní sítě. Díky globalizaci se stírají hranice mezi státy, nejvýznamnější světové obchodní řetězce hledají stále nová teritoria a investiční příležitosti pro další expanzi. V současnosti nejatraktivnějšími lokalitami se stávají země střední Asie a východní Evropy, které se vyznačují dosud nízkou úrovní konkurence. Rovněž maloobchodní síť v České republice se díky příchodu mezinárodních řetězců během posledních 10 let výrazně změnila, vykazuje obdobné rysy patrné nejen v rámci transformujících se zemí střední a východní Evropy, ale je v mnohém srovnatelná (hlavně ve velkých městech) s úrovní sousedních západoevropských států. V tomto ohledu zaujímá čelní místo mezi členskými státy Evropské Unie Velká Británie, která co do velikosti trhu potravin (5. největší na světě a 1. v Evropě) tak do výměry prodejních ploch na jednoho obyvatele zaujímá jednoznačné prvenství.

Z hlediska dalšího vývoje maloobchodního trhu v České republice lze předpokládat pokračující koncentraci až do doby, kdy podíl TOP 10 maloobchodních firem v krátkodobém horizontu 3–5 let vzroste ze současných 53 % na v západní Evropě obvyklých 70 %. Prodejní formát hypermarketu by měl i nadále získávat na oblíbenosti. Z pohledu obchodních firem je možné očekávat další zpomalování expanze obchodních ploch a větší zaměření na zefektivnění již stávajících obchodních jednotek především snahou o zvýšení loajality zákazníků. Segment s nejvyšším předpokládaným růstem budou diskontní prodejny.

LITERATURA

- AHN, S. *Competition, innovation and productivity growth: A Review of Theory and Evidence*. OECD ED Working Papers, No. 317, 2002.
- BEČVÁŘOVÁ, V. *The changes of the agribusiness impact on the competitive environment of agricultural enterprises*. *Agricultural Economics* 10, Vol. 48. ÚZPI Praha, 2002, s. 449–455, ISSN 0139-570X.
- DOBSON CONSULTING. *Buyer Power and its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of the European Union*. Nottingham, 1999.
- TVRDOŇ, J. *Nová ekonomika a podniková úspěšnost*. Faktory podnikové úspěšnosti, Nitra, Liptovský Ján, FEM SPU, 2002.
- VESELSKÁ, E. *Vývoj tržní struktury a její interakce v komoditní vertikále piva*. Doktorská disertační práce. PEF MZLU Brno, 2004.
- Shrnutí výsledků INCOMA Research „Ročenka Českého obchodu a marketingu 1999-2004“.

Internetové zdroje:

- Statistický úřad ČR – dostupné z: <http://www.czso.cz>
- EUROPEAN GROCERY RETAILING 2001-2004 – dostupné z: www.igd.com

Kontaktní adresa:

Ing. Edita Veselská, Ph.D., Provozně ekonomická fakulta MZLU v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno. Česká republika. tel.: +420 545 132 622, e-mail: veselska@mendelu.cz.

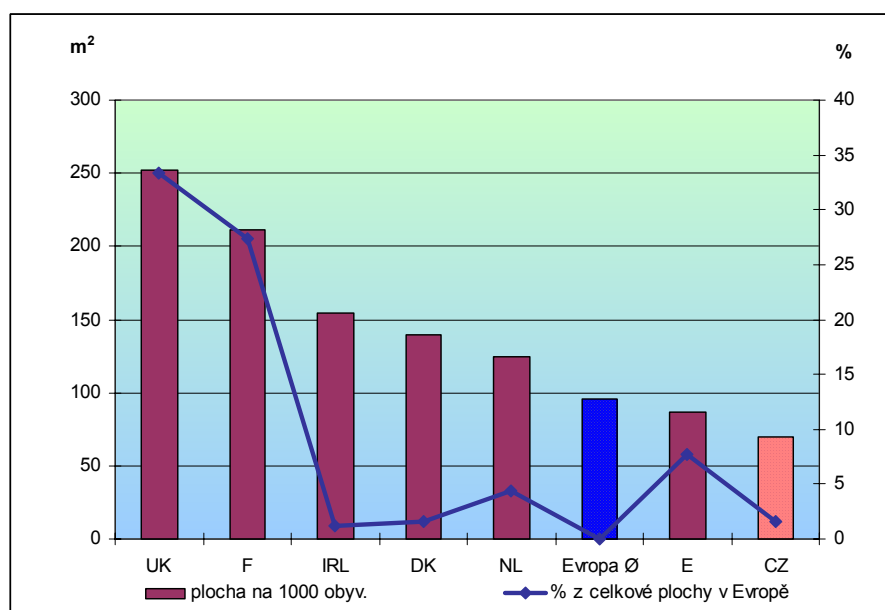
Tento příspěvek vznikl v rámci řešení grantového projektu MSM 6215648904, tématického směru 04 pod názvem „Vývojové tendence agrobyznysu, formování segmentovaných trhů v rámci komoditních řetězců a potravinových sítí v procesech integrace a globalizace a změny agrární politiky.“

Tab. 3 - Znázornění 10 největších potravinových trhů na světě v roce 2004

1	USA	759bn \$
2	Japonsko	451bn \$
3	Čína	277bn \$
4	Indie	194bn \$
5	Velká Británie	156bn \$
6	Francie	152bn \$
7	Německo	136bn \$
8	Itálie	133bn \$
9	Rusko	129bn \$
10	Španělsko	64bn \$

Tabulka 3 znázorňuje největší světové trhy s potravinami. Jediným zástupcem Evropské Unie je v první pěti Velká Británie, s 156 biliony \$ v roce 2004, řadící se za USA, Japonsko, Čínu a Indii. Tento objem činí Velkou Británii jedním ze strategicky nejvýznamnějších evropských trhů, těsně následovaným Francií a s mírným odstupem Německem.

Obr. 1 - Plochy hypermarketů v Evropě v roce 2003



Obrázek 1 informuje o ploše hypermarketů ve vybraných zemích Evropské unie. Na vedoucím místě v počtu metrů čtverečních na tisíc obyvatel se nachází Velká Británie, s hodnotou 252 m², která je téměř čtyřikrát vyšší než v ČR (69,5 m²) a představuje cca 33 % z celkové plochy hypermarketů v Evropě. Nutno však

poznamenat, že prodej potravin není tažnou silou vedoucí k nákupu v tamějších hypermarketech. Nejvíce se na prodeji podílí ostatní obchody v obchodním centru. V ČR je běžný formát 40:60 tedy prodej potravin zabírá přibližně 40% plochy, ale na tržbách se podílí 60 %. I ve Francii dochází k dalšímu rozšiřování prodejních ploch. Společnosti jako Carrefour nebo Promodes jsou podporovány místními úřady v rozvoji dalších komerčních center se záměrem, že by se tato centra mohla v budoucnu stát srdcem nových městských čtvrtí konstruovaných na předměstí současných aglomerací.

Například ve Spolkové republice Německo probíhal rozvoj nákupních center ve dvou fázích. V 60. letech se stavěly hlavně velkoplošné obchody – hypermarkety. Další vývoj počátkem 80. let byl zasvěcen naopak obchodům s menší prodejní plochou, zejména diskontům. Naopak v Itálii jsou nejrozšířenější centra střední velikosti, ke značné koncentraci dochází pouze v některých geografických oblastech na „bohatém severu“. Tento vývoj je logický, protože Itálie je zemí, kde je v obyvatelstvu zakořeněno nakupovat v malých obchodech.

Situace na světovém potravinářském trhu se za posledních 12 let výrazně změnila, klíčovými trhy, kam zaměřují své aktivity právě největší obchodní řetězce jsou střední Evropa, Asie a Jižní Amerika. Je zřejmé, že nejatraktivnější lokality se rychle „zaplnují“, a proto je nutné proniknout na tyto trhy rychle a okamžitě expandovat. Každý obchodník chce totiž najít nejlepší investiční příležitost, kterou však mohou jednotlivé společnosti na základě svých strategických záměrů a existujícího portfolia vnímat rozdílně. Obecně nejžádanějšími kritérii jsou pro většinu investorů: *politická a ekonomická stabilita, kvalitní infrastruktura, vysoká úroveň HDP, nízká úroveň konkurence ve sféře obchodu, rozvinutý trh potravin a vysoké výdaje za potraviny na osobu, růstový potenciál jak v HDP, tak na trhu potravin atd.*

Tab. 1- Znárodnění nejžádanějších teritorií z pohledu možné expanze obchodních řetězců

země	pořadí	% scóre	status
Čína	1	65.2%	Priorita 1
Rusko	2	63.9%	
Indie	3	60.0%	
USA	4	55.7%	Priorita 2
Irsko	5	52.2%	
Turecko	6	51.3%	
Ukrajina	7	50.9%	
Jižní Korea	8	50.4%	

Zatímco řada trhů splňuje většinu těchto kritérií, žádný z nich obvykle nesplňuje všechna a tudíž neexistuje něco jako dokonalá tržní příležitost, např. USA se vyznačují vysokou politickou a ekonomickou stabilitou, dobrou infrastrukturou a značně rozvinutým trhem potravin, jedná se však o vysoce konkurenční trh. Zájem investorů o

proniknutí na tento trh může vyvolat investice značného rozsahu. Zatímco např. Bulharsko se vyznačuje nízkou konkurencí v obchodě a vysokým růstovým potenciálem, avšak nadále zůstává relativně malým trhem v globálním měřítku, což limituje atraktivitu této lokality. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že největší trhy nemusí mít nutně největší potenciál do budoucna, i když se v současné době mohou jevit jako vysoce lukrativní, vyznačují se vysokou úrovní konkurence a vstup na takové trhy vyžaduje značné investice. Pro potenciální investory se tedy jako atraktivní mohou jevit trhy ve východní Evropě a střední Asii, např. Indie či Ukrajina, které jsou typické nízkou úrovní konkurence.

Velikost trhu v globálním kontextu

O tom, jaké pozice zaujímají největší obchodní řetězce ve vybraných zemích EU včetně ČR informuje tabulka 2. Z výše uvedené pětice největších obchodních řetězců je v EU jednoznačně nejúspěšnější Carrefour, Metro a Ahold.

Tab.2 - Znárodnění 3 největších obchodních řetězců ve vybraných zemích EU

Německo	Francie	Velká Británie	Itálie	Španělsko	Nizozemí	Belgie	Polsko	ČR	Maďarsko
Metro	Carrefour	Tesco	Coop	Carrefour	Ahold	Carrefour	Metro	Metro	Coop
Rewe	Intermarché	Sainsbury	Carrefour	Eroski	Laurus	Delhaize	Jeronimo	Ahold	CBA
Edeka	Leclerc	Asda	Auchan	Auchan	Aldi	Colruyt	Carrefour	Tesco	Metro

Zdroj: IGD Research

svůj potenciál k uplatnění tržní síly vůči zemědělcům a spotřebitelům a v závislosti na tržní struktuře dochází k obdobným vztahům i mezi zpracovatelským a obchodním stupněm potravinového řetězce.

Cílem tohoto příspěvku je identifikovat současné trendy na evropském trhu s potravinami, charakterizovat situaci ve sféře obchodu, zejména nejvýznamnější obchodní řetězce a jejich pozici v rámci samostatných ekonomik vybraných členských států EU a získané poznatky pak komparovat s vývojem v českém agrárním sektoru.

Výchozím krokem řešení bude vymezení teoreticko-koncepčního rámce výzkumného úkolu, vymezení základních pojmů a okruhu subjektů zahrnovaných do komplexu obchodu. Navazující systémová analýza bude zaměřená na problematiku struktury a vývoje obchodních sítí, projevující se ve změně podmínek formování segmentovaných trhů v rámci komoditních vertikál. Analýza bude uzavřena syntézou získaných poznatků a zobecněním rozhodujících prvků a vazeb charakterizujících současný trh potravinářských výrobků a jeho typické charakteristiky v podmínkách České republiky. Toto zobecnění probíhajících procesů charakteristických pro formování trhů v rámci agrobyznisu, zejména změn vyplývajících z přechodu od nabídkově orientovaného systému na systém výrazně poptávkově orientovaný, bude východiskem pro formulaci předpokladů úspěšnosti zemědělské prvovýroby v podmínkách rozvoje globálních potravinových sítí na agrárním trhu, které by měly být rovněž předmětem diskusí k dalšímu vývoji moderní agrární politiky.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Maloobchod

Metodicky je možné maloobchodní sféru rozdělit na 3 skupiny:

- obchodní řetězce (hypermarkety²¹, supermarkety, diskonty²²),
- obchodní aliance (nákupní družstva, dobrovolné řetězce),
- nezávislé prodejny.

Trvalým jevem vývoje ve všech skupinách je prosazování internacionalizace v podnikatelských strukturách s tím, že i tento proces se modifikuje ani ne tak přístupem dalších firem pod zahraniční kontrolou na trh, ale i tím, že prostředí podnikání je více ovlivněno globalizačními prvky, a také tím, že silné společnosti se sídlem v ČR působí současně na trzích nejen původních (mateřských) členských zemí EU, ale i v nových členských zemích. Zásadním a prohlubujícím se rysem vývoje nadále zůstává, že menší a střední české podnikatelské subjekty pod tlakem konkurenčního prostředí a ve snaze zajistit si pozici na trhu dále rozvíjí různé formy kooperačního podnikání, v podobě aliancí nákupního a maloobchodního charakteru s možnostmi potřebného uplatnění marketingu v konkurenčním prostředí, zejména maloobchodu nebo i v ubytování a stravování. Kooperační spojení jsou nadále založena na podnikání družstevní formou, využívání franchisingu a dalších forem smluvní, popř. jinak konstruované spolupráce „nezávislých obchodníků“, ochotných vzdát se části své nezávislosti pro zajištění své pozice na trhu.

Pět celosvětově největších obchodních řetězců²³ (Carrefour, Wal-Mart, Tesco, Ahold a Metro) operuje v současné době v celkem 21 různých zemích světa, přičemž jediný Carrefour z celé skupiny pronikl i na trhy Asie, díky činnosti v Taiwanu.

²¹ Hypermarkety jsou definovány jako maloobchodní zařízení, jejichž prodejní plocha přesahuje 2 500 m², často však dosahuje 10 000 m² a více. Hlavní sortiment obvykle představují potraviny, velký prostor je ovšem věnován i drogistickému zboží, ale také elektrospotřebičům, oděvům apod.

²² Diskontní prodejny nabízejí zboží ve velmi omezené šíři (stovky položek ve srovnání s desetitisíci v plnosortimentních prodejnách) většinou přímo z krabic či palet, čímž snižují náklady a udržují nízkou cenu.

²³ Na základě klasifikace prováděné IGD pomocí tzv. Global Retail Indexu (GRI)

SOUČASNÉ TRENDY NA EVROPSKÉM POTRAVINÁŘSKÉM TRHU

PRESENT TRENDS ON THE EUROPEAN FOOD MARKET

Edita Veselská

Anotace:

Evropa představuje pro globální ekonomiku klíčový region, tvořící jednu třetinu světového HDP, avšak také celek tvořený ve všech ohledech rozmanitými oblastmi charakteristickými významnými kulturními a sociálními odlišnostmi. Cílem tohoto příspěvku je identifikovat současné trendy na evropském trhu s potravinami, zejména nejvýznamnější obchodní řetězce a jejich pozici v rámci samostatných ekonomik vybraných členských států EU.

Klíčová slova:

globalizace, trh potravin, obchodní řetězce

Abstract:

Europe is a key region in the global economy as it accounts for one third of the world's total Gross Domestic Product (GDP). It is also a fragmented region characterized by its cultural diversity. This paper deals with the determination of present trends on the European food market and especially with identification of major European retailers and their position in chosen EU countries.

Key words:

globalisation, food market, retailers.

ÚVOD A CÍL

Potravinářský sektor v Evropské unii je v současném období hodnocen dokonce jako jeden z těch, ve kterých dochází k mimořádně rychlé koncentraci a ke strukturálním změnám jak ve fázích zpracování, tak v potravinářském obchodě. Tento dravý typ obchodních aktivit ostře kontrastuje s tradičním chováním zemědělských výrobců a jejich snahou o zachování chráněného a relativně statického trhu (*Dobson, 1999; Ahn, 2002*). Zvyšuje se podíl potravinářského průmyslu na přidané hodnotě v konečném výrobku. V porovnání se zemědělskou výrobou v nejvyspělejších členských zemích (SRN a Velká Británie) je trojnásobný, zhruba dvojnásobku je dosahováno ve Francii, Dánsku a v Holandsku. Na druhé straně hospodářsky méně rozvinuté země, jako Řecko, Portugalsko, Itálie, se podílejí na přidané hodnotě nízkým procentem, převážně pouze jako dodavatelé výchozí suroviny. Efektivnost výroby a kvalita vstupů stejně jako stupeň finalizace zemědělských produktů v navazujících fázích zpracování, jejich adjustace, distribuce a obchodu přispívají k pozitivní, ale i k negativní odezvě v uplatnění zemědělských produktů na domácím i zahraničním trhu. O tom v jakém rozsahu (a zda vůbec) budou půda a další výrobní faktory využívány právě pro výrobní činnost v konkrétních lokalitách, již zdaleka nerozhoduje sám zemědělský producent, a to zpravidla ani v případech, kdy má z hlediska zemědělské výroby vhodné agroekologické a další podmínky pro dosažení vysoké produktivity faktorů (*Bečvářová, 2003; Tvrdoň, 2002*).

Zmíněné procesy jsou rovněž spojeny se zásadní restrukturalizací obchodní sítě, se změnami v počtu a velikosti článků distribučního řetězce, které úzce souvisí s koncentrací nejen samotného obchodu, ale i poskytovatelů dalších komerčních služeb. Koncentrované podniky v odvětvích vstupů, zpracování a v posledním období i v obchodu začínají využívat

rozvoj a adekvátne motivovanie. Výsledkom bude zvýšenie celkovej vzdelanosti, produktivity a zamestnanosti.

ZÁVER

Naplnenie cieľov Lisabonskej stratégie v prvej etape bolo skôr neúspešné, kvôli základným problémom a to sú: veľa vytýčených cieľov, nejednotnosť pri presadzovaní týchto cieľov, pretože sú často protichodné, vyzdvihovanie parciálnych cieľov niektorými vládami členských štátov a neochota ich plniť, lebo si vyžadujú v niektorých prípadoch nepopulárne opatrenia. Takisto nie všetky stanovené ciele vyhovujú všetkým krajinám. Podľa Svetového hospodárskeho fóra (WEF) sú dve najväčšie ekonomiky EÚ, a to Nemecko a Francúzsko na posledných miestach pri implementácii cieľov stratégie. Jednoduchšiu úlohu pri naplňaní majú nové členské štáty, ktoré majú naštartované hospodárske reformy kvôli prijatým predvstupovým opatreniam.

Vysoká nezamestnanosť, vysoká úroveň nezamestnanosti žien, mládeže a nízka úroveň kvalifikovanej pracovnej sily spolu s obrovskými regionálnymi rozdielmi, nízka podpora vedy a vzdelania a ich nedostatočná prepojenosť na hospodársku realitu jasne definujú problémy a výzvy Slovenska. Pozitívne je odbúravanie administratívnych prekážok pri vytváraní pracovných miest a liberalizácia telekomunikačného sektora, čím sa napreduje k informačnej gramotnosti a k rastu vzdelanosti spoločnosti.

Napriek negatívam je na ďalšie obdobie stanovisko EÚ, prioritácia a naplnenie stanovených cieľov Lisabonskej stratégie.

LITERATÚRA

1. **EURACTIV, 2005.** *Lisabonská stratégia* [online]. [cit. 2005-06-11]. Dostupné na internete: <http://www.euractiv.sk/?a=list_sek&sid=223&pid=223>.
2. **EURACTIV, 2005.** *Slovensko a Lisabonská stratégia* [online]. [cit. 2005-06-11]. Dostupné na internete: <http://www.euractiv.sk/?a=list_sek&sid=223&pid=223>.
3. **MF SR, 2005.** *Stratégia konkurencieschopnosti Slovenska do roku 2010* [online]. [cit. 2005-06-11]. Dostupné na internete: <<http://www.finance.gov.sk/mfsr/mfsr.nsf/0/E2D320D88D34B4B0C1256FAF0037527D?OpenDocument>>.
4. **EUROINFO, 2005.** *Lisabonská stratégia EÚ* [online]. [cit. 2005-06-11]. Dostupné na internete: <<http://www.euroinfo.gov.sk/index/go.php?id=957>>.
5. **SLOVENSKÁ ASOCIÁCIA KNIŽNÍC, 2005.** *Lisabonská stratégia pre Slovensko* [online]. [cit. 2005-06-11]. Dostupné na internete: <http://www.sakba.sk/bulletin/2005/bull1/s25_28.pdf>.
6. **TAPSCOTT, D. 2005.** *Digitálna ekonomika*. Praha: Computer Press, 1999. 350 s. ISBN 80-77-226-176-2
7. **TVRDOŇ, J. 2005.** Nová ekonomika a podniková úspešnosť. In: *Zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie „Faktory podnikovej úspešnosti - 2002“*. Nitra: SPU, 2002, s. 369-373. ISBN 80-8069-138-X.

Kontaktná adresa:

Ing. Alfréd Veselovský, SPU Nitra Tr. A. Hlinku 2, +421 37 6508 585, alfred.veselovski@fem.uniag.sk

Ing. Lucia Vaňová, SPU Nitra Tr. A. Hlinku 2, +421 37 6508 585, lucia.vanova@fem.uniag.sk

2010 by sa mali začať čo najskôr. Priepastný rozdiel medzi digitálnymi technológiami a zručnosťami pracovných síl je možné preklenúť prostredníctvom výchovy a vzdelávania. Spolu s ostatnými kľúčovými politikami, aj táto je základom pre rozvoj európskej konkurencieschopnosti.

Plnenie cieľov Lisabonskej stratégie v členských krajinách EÚ

Spomedzi členských štátov EÚ je najlepším „žiakom“ pri plnení cieľov Lisabonskej stratégie Švédsko, ktoré splnilo 12 zo 17 merateľných lisabonských cieľov stanovených pred piatimi rokmi. Na druhom mieste je Dánsko s 9 a na treťom Británia so 7 splnenými cieľmi. Dve najväčšie ekonomiky v EÚ Francúzsko a Nemecko splnili zatiaľ len tri ciele. Najhoršie je Taliansko s dvoma splnenými cieľmi. Z nových členských štátov má najlepšie hodnotenie Estónsko. Celkové hodnotenie plnenia Lisabonskej stratégie zo strany EÚ je stupňom C. Slovensko je medzi najlepšími pri odbúravaní administratívnych a regulačných prekážok podnikania, medzi najhoršími v oblasti vedy a výskumu a tiež v liberalizácii telekomunikácií. Potrebu jasnej stratégie pri vytváraní konkurencieschopnej ekonomiky založenej na znalostiach dokumentujú hodnoty, ktoré posúvajú Slovensko do dolnej polovice členských krajín EÚ. Indexom rastu konkurencieschopnosti (GCI) na rok 2004, ktorý stanovilo Svetové hospodárske fórum (WEF), sa Slovensko dostalo na 43. priečku (žiadna zmena oproti roku 2003) zo 104 analyzovaných krajín. V porovnaní s členskými a kandidátskymi krajinami (vrátane Turecka) je na 22. priečke. Za Slovenskom je už len Lotyšsko, Taliansko a Poľsko. Index podnikateľskej konkurencieschopnosti 2004 (taktiež vypracovaný WEF) určuje Slovensku iba trochu lepšie hodnotenie - celkovo 39. miesto alebo 18. miesto z členských a kandidátskych krajín EÚ.

Plnenie cieľov Lisabonskej stratégie v Slovenskej republike

Slovenská republika sa začína aktívne zapájať do procesov poznatkovo-orientovanej ekonomiky, keď vydala na vedu v roku 2003 0,59% HDP a do roku 2010 má dosiahnuť úroveň 1,8 %, tzn. že do roku 2010 nedosiahne ani dnešnú úroveň EÚ (1,9%), ktorú Európa považuje za absolútne nedostatočnú a barcelonským cieľom je zvýšiť tento podiel na 3% HDP do roku 2010.

Hlavný cieľ stratégie je zabezpečiť, aby Slovensko čo najrýchlejšie dobehlo životnú úroveň najvyspelejších krajín EÚ. Tento cieľ sa dá dosiahnuť iba prostredníctvom rýchleho a dlhodobého hospodárskeho rastu. V trhovej ekonomike ho štát môže podporiť len tak, že bude vytvárať vhodné podmienky pre rast ekonomickej konkurencieschopnosti krajiny.

Konkurencieschopnosť Slovenska sa dá zabezpečiť len uskutočnením nevyhnutných štrukturálnych reforiem a vytváraním podmienok pre rozvoj tzv. znalostnej ekonomiky. Táto stratégia je preto postavená na dvoch hlavných pilieroch:

- úspešné dokončenie štrukturálnych reforiem a udržanie ich výsledkov;
- systematické naplnenie rozvojovej časti Lisabonskej stratégie.

Platí to aj o takej citlivej oblasti ako je poľnohospodárstvo. Stratégia Slovenska je zamerať sa na štyri hlavné oblasti:

- informačná spoločnosť;
- veda, výskum a inovácie;
- podnikateľské prostredie;
- vzdelávanie a zamestnanosť.

V priebehu niekoľkých rokov je potrebné zabezpečiť informatizáciu spoločnosti, informačnú gramotnosť ľudí, efektívnu elektronizáciu verejnej správy a širokú dostupnosť internetu. Ďalšou prioritou je efektívne podporovanie prepojenia vedy, výskumu a inovácii a ich prenos do reálnych výstupov v hospodárstve, výchova vedcov medzinárodnej kvality ich dlhodobý

- na permanentnú a rýchlu zmenu nielen v technológiách, ale aj na trhoch, v trendoch a v obchodných modeloch;
- na chronickú hospodársku a politickú nestabilitu, ktorá ovplyvňuje dodávky energie, trendy v migrácii obyvateľstva, širšie ekonomické prostredie a geopolitickú úlohu Európskej únie vrátane súťaže medzi odlišnými ekonomickými a sociálnymi modelmi.

Voľbou Európy vyjadrenej v Lisabonskej deklarácii je opierať jej stratégiu konkurencieschopnosti o výnimočnosť, o infraštruktúru vysokej kvality, o verejnú správu, o životné prostredie, o systém sociálneho zabezpečenia, pracovnú silu, trhy práce, a o mnoho ďalších veličín. Táto voľba je odrazom prezieravého pochopenia toho, že v oblasti globálneho hospodárstva nemá Európa žiadnu budúcnosť, ak sa bude pokúšať konkurovať ako lacný výrobca, preto nemôžeme napodobňovať našich konkurentov tým, že budeme hľadať najnižšie pracovné náklady, najnižšie dane, najnižšie štandardy v oblasti životného prostredia, v sociálnej oblasti, zdravotnej starostlivosti a bezpečnosti.

Viac ako 80 % výmeny európskych výrobkov a služieb prebieha v rámci Európskej únie. Veľký a narastajúci európsky trh predstavuje nepostrádateľný základ dôvery v ekonomiku, ktorá vytvára investície, rast a pracovné príležitosti. V rokoch 2005 až 2007 by miera rastu v Európe mohla stúpnuť o takmer 1 % ročne a v rokoch 2007 až 2010 okolo 0.5 % ročne tým, že sa vyčerpá celý rozpočet Európskej únie, znížia sa úrokové sadzby, dôjde k prijatiu politiky EIB, čím zvýšime súkromné investície a presmerujeme národné a európske verejné výdavky do plnenia Lisabonských cieľov. Do roku 2010 by sa tým získalo ďalších 3.4 milióna pracovných príležitostí. Ich počet sa postupne môže zvýšiť až na 4.7 milióna. Najlepšia možnosť Európy globálne konkurovať je založená na zlepšení jej výkonnosti v najvyspelejších odvetviach. To znamená, že Lisabonská stratégia podstatne závisí na „Dokonalejšej Európe“ v znalostnej ekonomike, ktorá obsahuje dva základné komponenty:

- vytvorenie kvalitne vyškolenej a vzdelanej pracovnej sily;
- nárast výskumu a inovácie.

Vzdelanie je základnou kategóriou udržateľného rastu. Zvýšenie priemernej vzdelanosti o jeden rok predstavuje 5 % nárast produktivity v krátkodobom horizonte a v rámci dlhodobého rastu ďalších 2.5 %. Vyššia úroveň výchovy a vzdelávania zvyšuje životné príležitosti, sociálne začlenenie, lepšiu prácu a aktívne občianstvo. Čo sa týka zabezpečenia týchto cieľov, zaostávame. V roku 2000 celkové výdavky na vzdelanie v Európskej únii predstavovali 4.9 % HDP. Výdavky na študenta získavajúceho vyššie vzdelanie sú v USA o 2- 5% vyššie ako v členských štátoch EÚ.

Ak chce Európa skutočne vytvoriť spoločnosť založenú na vedomostiach, je nevyhnutné zvýšiť vzdelanostnú úroveň všetkých obyvateľov. Európa investuje do systému vzdelávania príliš málo, jeden z piatich Európanov odchádza zo školy predčasne. V USA a v Japonsku je podiel študentov, ktorí ukončili vyššie vzdelanie proporčne o 50 % vyšší než v Európskej únii.

Európa nevyhnutne potrebuje viac výskumných pracovníkov, pričom súčasní výskumní pracovníci potrebujú náležitý stimul, aby ostali pracovať v Európe. Do roku 2010 potrebujeme získať aspoň 700,000 nových výskumníkov. Vedecká kariéra v Európe musí byť pre mladých Európanov ako aj pre vedcov tretieho sveta atraktívnejšia, aby si namiesto Spojených štátov zvolili Európu. Percento vedeckých pracovníkov Európskej únie predstavuje 5.4 %, kým v USA je to 8,7% a v Japonsku 9,7%.

Telekomunikačný sektor zohráva v spoločnosti poznatkov osobitnú úlohu. Aby sme v súčasnosti mohli byť konkurencieschopní, je nevyhnutné mať tú najvyspelejšiu digitálnu technológiu. Je nutné dokončiť a implementovať e-plán z roku 2005. Prípravy e-plánu na rok

IMPLEMENTÁCIA LISABONSKEJ STRATÉGIE V PODMIENKACH SR

IMPLEMENTATION OF LISBOAN STRATEGY IN SLOVAKIA

Alfréd Veselovský, Lucia Vaňová

Anotácia:

Európska únia si na summite Európskej rady v roku 2000 v portugalskom Lisabone stanovila plán, stať sa do roku 2010 najdynamickejšou a najviac konkurencieschopnou, poznatkovo orientovanou ekonomikou sveta. Príspevok analyzuje stav, implementáciu, nedostatky a naplnenie cieľov Lisabonskej stratégie členskými krajinami EÚ, zvlášť Slovenskou republikou, v polovici vytýčeného obdobia.

Kľúčové slová:

EÚ, Lisabonská stratégia, znalostná ekonomika, informačná spoločnosť, konkurencieschopnosť

Abstract:

The European Union worked out a plan on summit of European Council in 2000 in Portugal Lisbon to grow into the most dynamic and competitive, knowledge oriented economy of the world until 2010. This article analyses the status, implementation, negatives and fulfilment of Lisbon strategy aims by EU member countries, especially by Slovak Republic, in the half of defined period.

Key words:

EU, Lisbon strategy, knowledge economy, information society, competitiveness

ÚVOD

V marci roku 2000 Európska rada v Lisabone stanovila nový strategický cieľ pre nasledujúce desaťročie: „*stať sa najkonkurencieschopnejšou a najdynamickejšou znalostnou ekonomikou sveta, schopnou udržateľného ekonomického rastu s väčším množstvom kvalitných pracovných príležitostí a vyššou sociálnou súdržnosťou.*“

CIEĽ A METÓDY

Cieľom príspevku je analyzovať naplnenie a implementáciu Lisabonskej stratégie schválenej v roku 2000 členskými krajinami EÚ, ako aj stav v nových členských krajinách po ich vstupe v roku 2004. Pri stanovovaní výsledkov boli použité metódy analýzy, porovnávania a dedukcie, pričom boli využité materiály a údaje jednotlivých členských štátov a dokumenty EÚ.

DISKUSIA

Európa a Lisabonská stratégia

Konkurencieschopnosť Európy v 21. storočí a samotná podstata európskej spoločnosti závisí od toho, ako budeme reagovať na tri ústredné výzvy moderného globálneho hospodárstva:

- na samotnú globalizáciu, s tlakom na nárast konkurencie zo strany vyspelých, ale aj niektorých rozvojových krajín;

Výsledek h_k rovný 1 představuje technickou výkonnost. Protože každá jednotka poskytovatele je hodnocena s ohledem na endogenně vybrané výstupy, formy výkonnosti nejsou vymezeny. Ve skutečnosti mohou být poskytovatelé identifikováni jako výkonní, za daných výsledků, které si pro sebe stanovili. Tento přístup může být zvláště užitečný, když není dobře definována technologie nebo když je zde vícenásobný výstup, kterého by školy docílily jako části svých misí. (pro diskusi viz Johnes a Johnes, 1995 ab). Například univerzity se liší podle své výuky versus výzkumný mix. Školy se mohou rozlišovat podle místních nařízení a výsledků zkoušek. Školní krajské výbory nebo vzdělávací instance budou mít k optimalizaci mnoho typů svých nařízení. Tyto mise budou řídit volbu vstupů a složení výstupů. Analýza obalových dat vymezení technickou efektivnost institucí.

3. SOUHRN

Školy, fakulty a univerzity jsou ve své podstatě vzdělávacími podniky, které využívají zdroje k dosažení výukových výsledků, analogicky jako firmy vyrábějí výstupy. Uvedené vymezení umožnilo lepší pochopení výkonnosti a efektivnosti nákladů v zajišťování vzdělání. Provedená analýza by měla být považována za velmi důležitou pro ekonomii vzdělávání, při značném objemu času a zdrojů věnovaných zajišťování školení a vzdělávání.

Zlepšení nákladové efektivnosti vzdělávacích organizací je pak výsledkem. Nezbytným prvním krokem je však modelování funkce produkce vzdělání, což je těžištěm tohoto příspěvku.

Seznam použité literatury

Figlio, D.N.: Functional form and the estimated effects of school resources (Funkční forma a očekávané vlivy školních zdrojů), *Economics of Education Review*, 1999, 18, str. 241-252

Hanushek, E.A.: Conclusions and controversies about the effectiveness of schools (Závěry a kontroverze o efektivnosti škol), *Federal Reserve Bank of New York Economic Policy Review*, 1998, 4, str. 1 – 22

Hanushek, E.A. a kol: The identification of school resource effects (Identifikace vlivů zdrojů škol), *Education Economics*, 1996, 4, str. 105-125

Hoernack, S.A.: Economics, organizations, and learning: research directions for the economics of education (Ekonomika, organizace a učení: výzkumné směry pro ekonomiku vzdělávání), *Economics of Education Review*, 1994, 13, str. 147-162

Johnes, J., Johnes, G.: Research funding and performance in UK university departments of economics: a frontier analysis (Průběh a výsledky výzkumu na britských ekonomických katedrách univerzit: hraniční analýzy), *Economics of Education Review*, 1995, 14, str. 301-314.

Johnes, J., Johnes, G.: Neither poison nor panacea (Ani jed ani panacea), *Economics of Education Review*, 1995, 14, 317-318

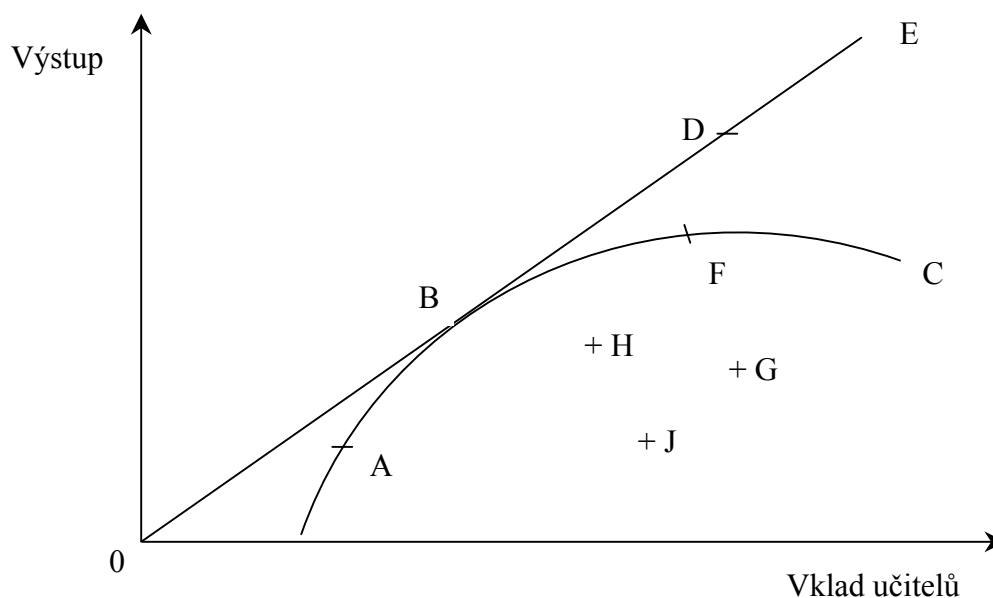
Varian, H.R.: *Intermediate Microeconomics* (Střední mikroekonomika), New York: W.W. Norton, 1999

Kontaktní adresa autora:

Prof. Ing. Jiří Tvrdoň, CSc., Katedra zemědělské ekonomiky, Provozně ekonomická fakulta, Česká zemědělská univerzita Praha, tvrdon@pef.czu.cz

škola je produkovat jak vysoce kvalitní studenty, ale také jejich vysoký absolutní počet, takže zde pravděpodobně dojde ke kompromisu mezi těmito dvěma výstupy (jež nejsou plně zachyceny ve výše zmíněné optimalizaci).

Graf 2. Výstupní funkce pro vzdělávací podniky



Jinou metodou měření výkonnosti z hlediska podniku je využití přístupů, které spojují produkci s pomyslnou hranicí a nevnučují standardní formu technologie všem institucím. Graf 2 ukazuje jednoduché měření výkonnosti při vztahu jednoho vstupu (učitelé) k výstupu zatímco všechny ostatní vstupy jsou fixní. Zmapováním výkonu sedmi poskytovatelů (A, B, F, C, H, G, J) produkční funkce spojují výsledky se změnami v tomto společném vstupu s připuštěním rozdílů mezi technickou výkonností a výkonností z rozsahu. Tvar křivky ABFC označuje technicky výkonné poskytovatele a B je také výkonný z hlediska rozsahu (tečný k OBE), zatímco A se jeví příliš malým; poskytovatel F je výkonný v jedné doméně, ale jeví se jako příliš velký. Zajímavý je zde tvar ABFC a podíl škol na této křivce. Nevýkonní poskytovatelé jsou označeni jako G, H a J, všichni vykazují významně nižší výstupy než podniky na výkonné křivce.

Podobným přístupem měření výkonnosti s využitím lineárního programování je analýza obalových dat. V této analýze se na školy a fakulty pohlíží jako na rozhodovací jednotky vyrábějící s výstupů s využitím m vstupů. Jednotka k -tá vyrábí A_{rk} výstupy $r = 1, \dots, s$ s G_{ik} vstupy $i = 1, \dots, m$. Tato k -tá jednotka má za cíl maximalizovat svou váženou sadu výstupů, kde musí být vybrány váhy pro vstupy v_{ik} a váhy pro výstupy u_{rk} . Tyto váhy se musí volit tak, aby poměr váženého výstupu k váženému vstupu byl roven 1 nebo nižší než 1. Vážený součet vstupů by měl dosahovat jednoty a váha vázaná na každý výstup musí být nezáporná (Johnes, 1999). Pro každou rozhodovací jednotku by měl být proto lineární program řešen tak, aby maximalizoval vážený součet výstupů. Pro k -tou jednotku je problém maximalizace dán jako:

$$\text{maximalizuj } h_k = \sum_{r=1}^s u_{rk} A_{rk} \quad (5)$$

Pro vzdělávací podniky je účelová funkce je méně zřejmá. Může to být buď součet hodnot A jednotlivých studentů, průměrná hodnota A napříč n studenty nebo prahová hodnota A na studenta. Obecněji tedy poskytovatelé vzdělání mohou být považováni za víceproduktové podniky. Univerzity produkují jak studenty, tak i výzkumné výsledky, školy mohou produkovat studenty socializované a s rozšířeným lidským kapitálem. (Tyto víceproduktové efekty jsou uvažovány níže.) Konvenčně pro jednoduchost, jednotný maximand je považován za agregaci studentských výkonů. Poskytovatelé vzdělání proto musí studenty a zdroje rozdělit mezi školy (a studijní skupiny ve školách), aby dosáhli tohoto maximandu, podmíněně ke schopnosti a možnosti rozdělit studenty:

$$\text{vzhledem } \int_0^{B'} \sum_{j=1}^J n_j A_j(B) dB \quad (2)$$

$$\text{podmíněně k } TC = \sum_{j=1}^J R_j n_j$$

Proto bude škola maximalizovat výkon A_j n_j studentů, podmíněně schopností B do prahové úrovně B' , napříč skupinami $j = 1 \dots J$ (Arnott a Rowse, 1987). Uvedený maximand rovnice (2) je podmíněným rozpočtovým omezením, které je zde zjednodušeně označeno jako celkové náklady TC rovné množství zdroje R (dané cestou exogenního vzorce financování) násobeného počtem studentů. Za dané optimální úrovně výkonu lze pak předpokládat, že takový výkon jednoznačně nebo monotónně se převádí do dalších výsledků přímého užítku, jako jsou vyšší výdělků nebo lepší zdraví.

Takováto produkční funkce je modelovaná s využitím Cobb-Douglasovy funkce nebo funkce s konstantní pružností substituce (Hanushek a kol., 1996; Figlio, 1999, využil translog funční tvar). Některé z těchto vstupů, jako například výkony rodiny a studentů, však nemají tržní ceny, které by k nim mohly být přiřazeny alespoň z perspektivy školy (i když sociální projektanti by mohli být schopni ceny vymezit). Dále výše zmíněná diskuse a Figliovy modely (1999) tvrdí, že je nepravděpodobné, aby tyto vstupy byly buď aditivní, t.zn. že zde není žádná diferenciální efektivita, nebo aby funkce byla homotetická, tj. že mezní míra substituce mezi vstupy závisí na podílech vstupů, ne na rozsahu produkce. Využitím rovnice produkční funkce jednotlivce aditivita ukazuje, že všechny interakční výrazy mají nulové koeficienty:

$$A_t = m_1(S_{t-1}) + m_2(F_{t-1}) + m_3(P_{t-1}) + m_4(A_{t-1}) + m_5(Z_{t-1}) \quad (3)$$

Homotetická produkční funkce by vyžadovala, aby pro rovnici (4) bylo $m(\cdot)$ monotónní a $h(\cdot)$ homogenní 1. stupně:

$$A_t = m(h(S_{t-1}, F_{t-1}, P_{t-1}, A_{t-1}, Z_{t-1})) \quad (4)$$

Veřejné a soukromé činnosti ve vzdělávání bude pravděpodobně tyto předpoklady zeslabovat. Školní zdroje budou asi částečně závislé na rodinných vkladech, ale jen díky místním daním a středním voličským preferencím; vstupy vrstevníků budou pravděpodobně spojeny do množství zdrojů a výkony rodičů a studentů budou asi endogenní k výkonům učitelů. Obecně by tedy měly být předpoklady o pedagogích, formy přednášek a skladby škol, tj. technologie vzdělání, v modelech rovněž zohledněny. S větší kritikou lze říci že, cílem

studenti dostanou stejné další vzdělání. Nejpřínosnější průzkum vzhledem k důkazu, že „na penězích nezáleží“, by však byl, kdybychom se podívali na to, jak a proč je výkonná fakulta s nízkým objemem zdrojů. K tomu lze využít produkční funkce vzdělávání.

2.2. Vymezení produkční funkce vzdělávání

Produkční funkce výrobních podniků

Znalostní společnost zásadním způsobem ovlivňuje ekonomický rozvoj, který reálně znamená růst potenciálu produktu. Jeho růst je ovlivněn zejména faktory na straně nabídky. Lze psát:

$y = f(C, L, A)$	(1) Klasická produkční funkce Adama Smithe
$y = f(C, L)$	(2) Neoklasická produkční funkce
$y = F(IC)$	(3) Současná definice produkční funkce
$y \dots$ HDP nebo HNP	
$C \dots$ kapitál	
$L \dots$ pracovní síla	

$IC \dots$ intelektuální kapitál

Intelektuální kapitál lze členit na:

- (i) tržní kapitál ... znalost trhu a schopnost trh ovlivnit
- (ii) lidský kapitál ... znalosti a vzdělání pracovní síly
- (iii) strukturální kapitál ...vnitropodniková kultura a provoz firmy

Jednotlivé části intelektuálního kapitálu se vzájemně ovlivňují, působí v synergii a spoluvytváří znalostní společnost.

Produkční funkce vzdělávání

Z individuální perspektivy je vzdělání požadováno jako jeden z prvků obecné funkce užitku a tak bude zpracováno v závislosti na tom, jak rychle může zvýšit úroveň užitku ve srovnání s jinými faktory. Použijeme-li analýzu průmyslové organizace, výchozí produkci vzdělávání můžeme zapsat více formálně ve smyslu:

$$A_t = h(R_{t-1}, F_{t-1}, P_{t-1}, A_{t-1}, Z_{t-1}) \quad (1)$$

A_t jsou zde výkony studenta v čase t ; R_{t-1} jsou školní zdroje vstupů; F_{t-1} jsou vstupy rodiny a domácnosti během předešlého období; P_{t-1} jsou vstupy vrstevníků. Předchozí výkony studenta A_{t-1} by se měly také zahrnout jako vyjádření předešlé schopnosti nebo výchozího kontextu pro učení, takže výkon v čase t závisí na zdrojích věnovaných těmto výkonům. Nakonec úsilí studenta Z_{t-1} by se mělo také do funkce zahrnout. Tato proměnná, která může být určena endogenně jinými prvky produkční funkce, je klíčová pro výkonnost poskytovatele vzdělání. Tato funkce pak může být modelována za implicitního předpokladu, že jednotlivci maximalizují A jako svůj výsledek. Tato maximalizace může být považovaná za podřízenou řadě omezení: R lze považovat za nezávisle fixní díky vládním vkladům. Pro rodinné vstupy cena času F nemůže převýšit výdaje na jiné zboží plus žádný příjem z půjček a pravděpodobně je jednotně určována spolu s R . P_{t-1} a A_{t-1} mohou být možná považovány za exogenní, Z jsou pravděpodobně funkcí předchozího výkonu a kognitivní schopnosti a mohou být měřeny s využitím spotřebovaného času. Očekává se, že parciální derivace výsledku oproti každému vstupu bude kladná. Méně jasné je, v jaké relaci jsou parciální derivace (měřené nominálně) (např. zda $\partial A / \partial F > \partial A / \partial P$ nebo naopak).

Jeden klíčový rozdíl mezi školami je proto mezi výkonností výukového procesu a množstvím zdrojů. Dobře zdrojově vybavená výkonná fakulta by měla produkovat lepší výsledky než zdrojově omezená a nevýkonná fakulta. Neexistuje zde však žádný zřejmý způsob hodnocení absolutních výsledků zdrojově omezeně vybavených výkonných fakult oproti zdrojově dobře vybaveným nevýkonným fakultám. V modelování produkční funkce jako vztahu mezi vstupy a výstupy se proto na rozdíly v úrovni výkonnosti musí pohlížet s ohledem na kontext celkové úrovně zdrojů.

Tabulka 1. Matice výkonnosti pro fakulty čtyř typů

	Vysoký vstup zdrojů na studenta	Nízký vstup zdrojů na studenta
Výkonný výstup (vysoká přidaná hodnota)	A	C
Nevýkonný výstup (nízká přidaná hodnota)	B	D

K tomuto se vztahují dvě dimenze výkonnosti. První, efektivnost volby vstupů, se týká na selekce všech vstupů tak, aby se sociální mezní náklady rovnaly sociálním mezním ziskům. Druhá, efektivnost volby výstupů, je spojována s výběrem správného množství produkce z každého vzdělávacího programu, opět aby se sociální marginální náklady rovnaly sociálnímu marginálnímu ziskům prospěchu (z výsledků). V této fázi není nutné předepisovat, jaké tyto výstupy mají být (výsledky zkoušek, výděly, blahobyt atd.).

Zde by mohlo pomoci jednoduché vysvětlení efektivnost volby výstupu, za předpokladu existence čtyř typů fakult, jak je znázorněno v tabulce 1. Fakulta typu A je výkonná a dobře zdrojově vybavená. Měla by produkovat tedy nejvyšší absolutní výsledky. Fakulta typu D je nevýkonná a má málo zdrojů. Proto bude pravděpodobně vytvářet nejnižší absolutní výsledky. Fakulta typu B je nevýkonná, ale dobře vybavená zdroji, zatímco fakulta C je výkonná, ale zdrojů má nedostatek. A priori, absolutní výsledky fakulty B a C nemůžeme hodnotit. Podle přidané hodnoty by však typy A a C měly dosahovat stejného nebo lepšího skóre než typ B a D. Skupina AB je tedy porovnávána se skupinou CD, bez předpokladu rozdílů v efektivnosti. Otázkou je, zda dosahuje či nedosahuje AB vyšších výsledků než CD a, za dané srovnatelné výkonnosti, zda to lze očekávat. Jestliže však toto očekávání nebude splněno, pak rozdíl mezi vysokou a nízkou jednotkou zdrojů je irelevantní a „na penězích (zdrojích vstupů) nezáleží“. Ještě to také naznačuje, že ne všechny typy fakult jsou výkonné. Ve skutečnosti výsledek, že „na penězích nezáleží“ nutně ukazuje, že typ CD je výkonnější než typ AB.

Následovat může řada závěrů. Činnost fakulty AB může být považována za prosté „plýtvání“ dalších vložených zdrojů, které dostává, a typ CD ve skutečnosti není „výkonný“, ale to nemusí být pravda a je nezbytné dále analyzovat (možná by mohly být citovány průběžné a historické důkazy, jak uvádí Hanushek, 1998). Zdroje dané A a B mohou být zpětně měřeny, ačkoli do nich zde mohou být zahrnuty politické náklady a náklady na přechodné úpravy. Zdroje lze převádět, přednostně na fakulty typu C – za předpokladu, že mohou být takové fakulty identifikovány – nebo alespoň na fakulty typu CD. Ale to by vyžadovalo zjistit, zda by byly schopné zopakovat svou výkonnost s více zdroji (to znamená, že zde není žádná neekonomie z rozsahu). Jeden možný vliv se však projevuje, jestliže fakultní systémy způsobují rovnost přidané hodnoty, pak alokace jednotky zdrojů není ve skutečnosti daleko od optima. Převody z A do D, které rozvrhují své vstupy lépe, zajišťuje, že všichni

Evropská investiční banka v této souvislosti poukazuje na to, že investice do společnosti znalostí dosahují v USA téměř sedm procent HDP, zatímco v Evropě asi jen čtyři procenta. Nižší jsou v Evropě i investice do výzkumu a vývoje, do softwaru a do vyššího vzdělávání. Proto, a také se zřetelem k vysoké návratnosti investic do vzdělávání, má EIB mezi pěti prioritami své politiky právě podporu tvorby lidského kapitálu.

Nelichotivé postavení má Evropa i v hodnocení univerzit. V čínské srovnávací studii věnované vysokým školám bylo zařazeno mezi 50 nejlepších univerzit na světě 35 amerických. Mezi 500 nejlepších se dostalo 169 amerických, 42 britských, 43 německých, 35 japonských a 22 kanadských. Z českých byla na 318. místě jediná Univerzita Karlova, maďarské byly v žebříčku tři.

1. CÍL A METODICKÝ POSTUP

V návaznosti na výše uvedené je cílem příspěvku s využitím teorie efektivnosti vzdělávací činnosti přispět k analýze vybraných determinant rozvoje znalostní společnosti, která by měla podpořit optimalizaci alokace zdrojů do vzdělávací soustavy. Metodický postup vyplývá z následující pracovní hypotézy:

- (i) Základní prvky vzdělávací soustavy školy, fakulty i univerzity lze analogicky podnikové sféře charakterizovat jako organizační útvary transformující vstupy na výsledky vzdělávací činnosti.
- (ii) Ke zhodnocení jejich výkonnosti mohou být využity ekonomické zásady. Hoenack (1994) začlenil ekonomiku vzdělání přímo do studia organizačního chování a zdůraznil výhody decentralizace při úhradě informačních nákladů a uvedl stimuly ke zlepšení technologií a motivaci pracovníků.
- (iii) Analýza efektivnosti nákladů vzdělávacích institucí a její zvyšování je významným nástrojem znalostní společnosti.
- (iv) Východiskem zkoumané nákladové funkce vzdělávání je její inverzní produkční funkce umožňující uplatnění teorie vzdělávacích podniků a využití základních ekonomických principů teorie firmy (Varian, 1999) v účelné modifikaci

Použité metody byly predeterminovány problematikou, která byla dle shora uvedené struktury zkoumána, avšak ve všech částech se jednalo, byť v různé míře, o analýzu kvalitativní, analýzu kvantitativní, syntézu, komparaci, metodu analogických úsudků, metodu normativní, dotazování, zpracování dokumentů a další.

2. VÝSLEDKY ANALÝZY

2.1. Specifika vzdělávacího procesu vzdělávacích institucí

Modely produkční funkce vzdělávání analogicky klasickým produkčním funkcím musí vyjadřovat, jak vzdělávací instituce vytvářejí vektor výsledků z daného toku vstupů. Tato „vzdělávací produkční funkce“ je samozřejmě modelovou stylizací, která předpokládá, aby technologie, které vzdělávají studenty, byly analogické s technologiemi využívanými při výrobě zboží. Následující tvrzení nemusí vždy plně odpovídat: ačkoli to, co „poskytuje“ škola, bude vycházet z toho, co je do ní „vlozeno“, i když v případě vzdělávací produkční funkce nemusí být přímo vyjádřen vztah mezi těmito dvěma aspekty vzdělávacího procesu, zejména působí-li reálný endogenní faktor domov a vstup výkonu studenta. Z tohoto důvodu jsou zvažovány mnohem více zástupné „výsledky“ než „výstupy“: výsledkem může být akademické vzdělání nebo mzdy, avšak při opuštění školy také nemusí být žádné, nebo mnoho jednotlivých efektů, či souhrn zisků ze vzdělání. Prvním úkolem je proto vymodelovat takovéto objektivní podnikové funkce a postupy.

Původní studie produkčních funkcí vzdělávání srovnávají různě velké objemy zdrojů s homogenními jednotkami výsledků, s menším zaměřením na to, jak jsou tyto výstupy vytvářeny: aspekty jako výukové technologie nebo formy řízení školy nejsou vzaty v úvahu.

LIDSKÝ KAPITÁL A MODELOVÁNÍ JEHO ROZVOJE

HUMAN CAPITAL AND MODELLING OF ITS DEVELOPMENT

Jiří Tvrdoň

Abstrakt:

Článek se zabývá vztahem mezi vzděláním jako stěžejní charakteristiky kapitálu a výkonností školských pracovišť s využitím produkčního modelování. Výchozím analytickým nástrojem je vymezení výkonnosti školských zařízení dle matice efektivnosti, z níž vyplývá, že i školy s nižším objemem zdrojů na studenta mohou významně přispívat k rozvoji lidského kapitálu. Transformace těchto zdrojů ve znalosti je vyjádřena produkční funkcí vzdělání, v níž jsou endogenní proměnnou výsledky studentů v závislosti na školských zdrojích, kvalifikační úrovni rodin studentů, úrovni spolužáků, předchozích výsledků studentů a jejich úsilí. Průběh produkční funkce a její tvar závisí na řadě faktorů a ekonomii z rozsahu vymezených v článku.

Klíčová slova:

ekonomie vzdělání, lidský kapitál, modelování, produkční funkce ve vzdělání

Abstract:

The paper deals with a relation between education, as pivotal characteristics of capital, and efficiency of school work-places with use of production modelling. A starting analytic tool is a determination of school facilities efficiency according to an efficiency matrix from which it results that also schools with a lower volume of resources per a student can significantly contribute to human capital development. Transformation of these sources into knowledge is expressed by a production function of education in which results of students are an endogenous variable in dependence on school resources, qualification level of students' families, school-mates' level, previous results of students and their effort. A course of the production function and its shape depends on many factors and economy from an extent determined in the paper.

Key words:

education economy, human capital, modelling, production function in education

INTRODUCTION

Kategorie lidský kapitál a lidské zdroje se v návaznosti na jejich význam stávají jedním z nejčastěji používaných pojmů ekonomů a manažerů usilujících o zvýšení ekonomické výkonnosti jak na mikroekonomické, tak i makroekonomické úrovni. Vyplývá to z jejich stěžejní a nezastupitelné role v zajištění a rozvoji konkurenceschopnosti podniků, států i integrovaných celků.

Podle lisabonského summitu se Evropská unie má stát územním celkem s nejvyšší ekonomickou výkonností. Rozdíly mezi USA a Evropou v HDP na jednoho obyvatele však (o 40 procent) i v produktivitě nejen přetrvávají, ale spíše se zvětšují. V produktivitě se za posledních necelých deset let zvýšily z 20 na 30 procent. Největší rozdíly jsou však v dynamice investování do budoucího růstu, to je do vzdělávání, výzkumu a šíření nových technologií, zejména informačních, a biotechnologie. Jen tři evropské země – Švédsko, Finsko a Dánsko – se mohou v těchto ukazatelích s USA srovnávat.

Objektivní identifikace důvodů této situace, která je východiskem jejího zlepšení je komplexním úkolem, avšak stále zřetelněji se ukazuje nedostatečná podpora vzdělání.

European market and vice versa. Because of the distortions of European market have started to influence the world market in last years, the very intensive political discussion about the future form of European sugar market have been proceeding. This discussion has been proceeding especially through the bilateral and multilateral negotiations and their fundamental part has been proceeding in frame of WTO negotiations. The main goal of these negotiations is to find the solution of described situation and to open the discussion about the liberalization of world sugar trade.

Resources of information

- [1] Krugman / Obstfeld International Economics: Theory and Policy 7th Edition, 0-321-29383-5
- [2] fao statistics, www.fao.org, 10th June, 2005
- [3] eurostat statistics, europa.eu.int/comm/eurostat/ 10th June, 2005
- [4] Czech statistic office statistics, www.czso.cz, 10th June, 2005
- [5] The common Organisation of the Market in Suger,
http://europa.eu.int/comm/agriculture/markets/sugar/reports/descr_en.pdf, 5th June, 2005
- [6] Canadian sugar institute, sugar fact, www.sugar.ca/, 5th June, 2005

Contact adress

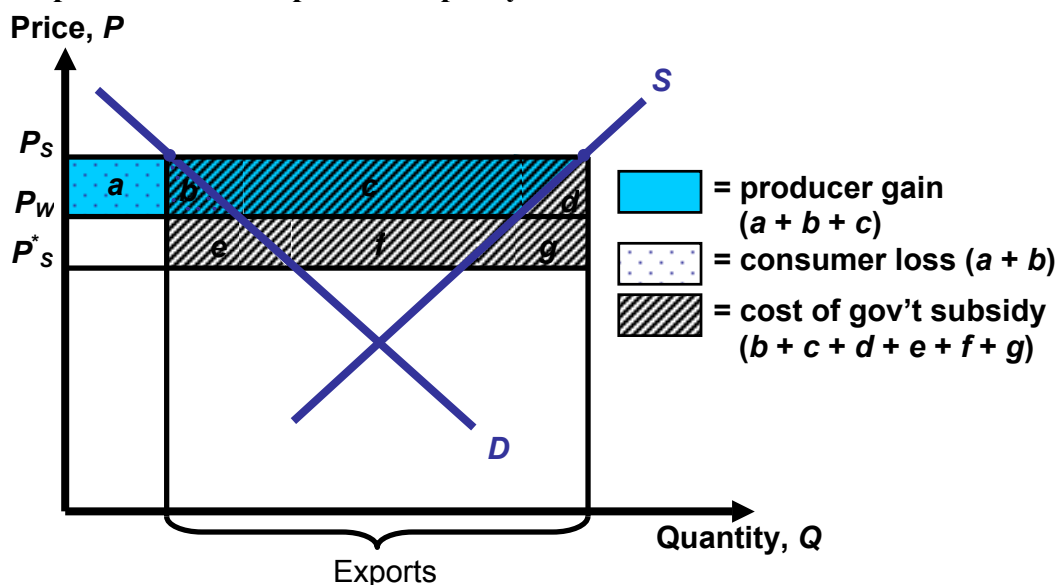
Ing. Matouš Trajhan, Ing. Luboš Smutka
Department of Agriculture Economy and Policy, Faculty of Economy
Czech University of Agriculture in Prague
KZE PEF ČZU Praha, Kamýcká 129, Praha 6 – Suchdol, 162 00, Czech Republic
www.trajhan@pef.czu.cz, www.smutka@pef.czu.cz

through the quotation system, which at least partially reduces the above described negative effect. The quotation system was instituted under the pressure of WTO.

CONCLUSION

The situation on European market and its influence on world market describes above-mentioned graph number 1. and the following graph number 2 shows us the effect of protection of European market. From the graphs is possible to see the effect of higher prices in EU on world price and on economy of EU. From the graph follows that the costs connected with protectionist policy of EU are higher then the gains following from protectionist policy. Although the profits of producers are due to protectionist policy higher, its level is not able to cover the losses of consumers (loss of their welfare and purchasing power) and taxpayers (government subsidies paid from state budgets). The result of EU policy is in addition the high level of subsidized export, which has negative influence on development of world prices and market. The main argument that gives reason for the EU protectionist policy is protection of domestic economy, industry, working stations and so on. But the main reasons are stabilization of foodstuff sector and effort of EU to be independent in production of key foodstuff products.

Graph 2: Effects of a protection policy of EU



Source: International Economic, Obstfeld and Krugman

In the end it is necessary to say that from stand point of view of EU in case of sugar the gains are not the main reason of EU policy. EU wants through its policy to stabilize its internal market with the sugar, because sugar is key commodity in alimentation of people. It is the EU conception of multifunctional agriculture which has the main influence on the approach of EU to protection of its agrarian and food markets. It is possible to write many acceptable reasons why the EU protects its sugar market, but it is not aim of this paper, therefore we write only the four main reasons: stability of branch, stability of market, food security and sustainable development (which is the base of European conception of future agricultural and economical development).

From above described situation is more than clear, that European and world markets are mutually linked, which means that the changes on world market has the influence on

3) sugar which is produced for the purposes of export especially in exporting oriented countries.

Due to high level of production and reserves, which exceed the consumption, the situation on the world market is characterized by high level of supply, which is higher than level of demand. This situation pushes the prices of sugar down, which means that from standpoint of producers it is very heavy to keep (hold out) the position on the world sugar market. World sugar market is influenced by following paradoxical situation:

- the rich countries (which are the biggest consumers of sugar and which have presumptions to be the biggest potential customers of the world sugar market, because they have high purchase power) have no interest to buy the sugar on the world market, because their policy is based on self-supply with their own production of more expensive sugar and their markets are guarded against the import of sugar from the world market.

It is paradoxical situation, that in case of the trade with sugar, which is the product with relatively low level of added value, the most developed countries headed by European Union have the strong influence on the situation on the world market with mentioned commodity. They have strong influence on quantity of supply and thereby they have influence on final prices on the sugar markets. This situation is described in aforesaid graph number 1 b). These countries sell through the world market their surpluses. Because the prices on their markets (especially on the European Union's market) are higher in comparison with the world market, they must subsidize their sugar, if they want to sell their stocks. These subsidized surpluses have the negative effect on balance of the world sugar market, because they deteriorate the position of others selling countries on world market. The very low world price of the sugar is kept down through the supply of great quantity of redundant subsidized sugar from the protected local markets.

Due to the specific conditions on the European market the prices of sugar are 2-3 times higher in comparison with the world market. This situation is caused especially by production costs of sugar in European Union. The European Union has been facing to import of cheaper sugar from the world market through the protection of European market. The protection of European market is based on difficult systems of customs, quotas, subsidies and bilateral and multilateral agreements. The different situation is in the case of export of surpluses of European sugar. The European sugar in the world is sold at the price of world market, which is 2 or 3 times lower than the price in Europe. It is the reason why the export of sugar from the Europe is possible only on base of high export subsidies, which support its competitive advantage on the world market. European export of sugar represents about 12 % world sugar trade, which means that European export has significant influence on creating of world price of sugar. The world price is going down and it is the reason of increasing differences between the world price and European price.

The result of aforesaid mechanism is following: world price is constantly decreasing and European Union has spent more and more money, which are necessary for the purpose of equalization of differences between the price of sugar in Europe and on world market. This situation has influence on continuous increasing of subsidies, which indirectly push the world price of sugar low and low. Above mentioned situation have had negative influence on the world market, therefore it is necessary to find the solution of described situation. The partial solution for mentioned situation was limitation of export of European subsidized sugar

1980 to US \$ 10.4 billion in 2003. But the real values are under the level from the year 1980 especially due to lower prices in the world market and due to volumes of production which have the influence on prices. The world market is under the big influence of the local supports which are connected with the protectionist policies of many countries (especially the OECD countries). The level of protection shows us the following table, which illustrates the share of producer's supports in the value of world trade in sugar. From the table is possible to see that the value of supports achieved more than 54 % of value of world trade in sugar in the years 1999-2001

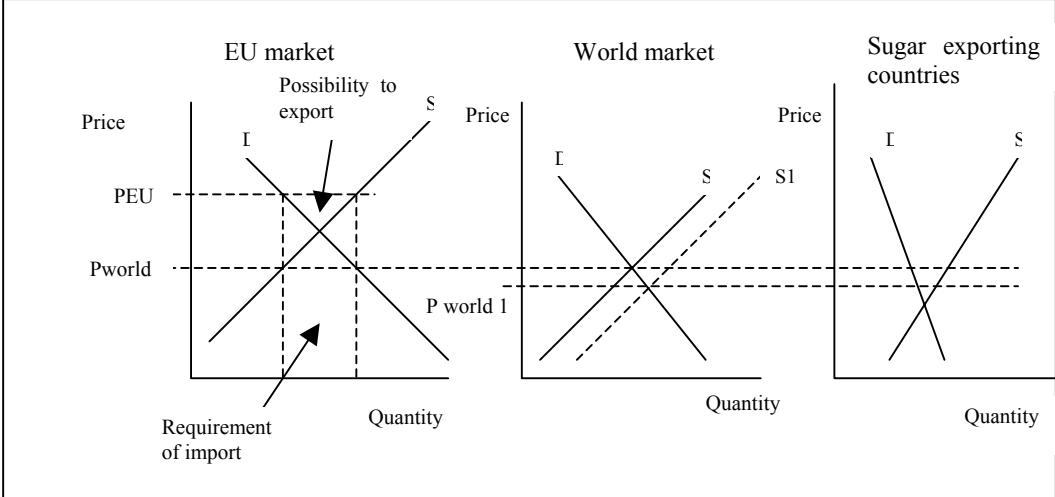
GOAL AND METHODOLOGY

The goal of this paper is analysis of sugar market. This will be proceeded in two straights, the first one will be characterized the general patterns that are applied in this market's segments. The second one will be focused on the influence of common agricultural policy of Europe Union on world price of sugar. For this exploration was taken secondary date from roots that are named in list of Resources of information and also basic economical knowledge of authors. The output of this study should be groundwork for understanding of problems of sugar market regulations by European Union. This will be used for proceeding of IGA grand, which is related to commodity structure of agrarian external trade.

RESULTS

The following graphs show us the European price and world price and simultaneously they show us how European price and export (export of surpluses) influences the conditions on world market through affection of world price.

Graph 1: The influence of European Union's sugar market on the world sugar market and on the markets of important sugar exporting countries



Source: own analyses

If we make the more detailed analysis of sugar markets, we find out, that world sugar market presents mostly oligopoly market environment. The supply and demand curves are intersecting in the point of equilibrium, but supply is regulated by governments of some countries and also some countries have influence on the market price. Nevertheless the market mechanism effects here and world price is formed on base of supply and demand. Supply is represented especially by:

- 1) stock reserves from the previous years,
- 2) surpluses of sugar from contemporary years,

VLIV PROTEKCIONISMU NA TRH S CUKREM V EU A VE SVĚTĚ

INFLUENCE OF PROTECTIONISM ON SUGAR MARKET IN EU AND IN WORLD

Matouš Trajhan, Luboš Smutka

Anotace:

Článek analyzuje situaci na trhu s cukrem v Evropské unii, a to jak faktory určující nabídku a poptávku po cukru, tak faktory vyplývající ze společné zemědělské politiky. Výstupem této analýzy by měl být ucelený pohled na tvorbu „tržní“ ceny na vnitřním trhu Evropské unie a porovnání tohoto mechanismu s mechanismem tvorby ceny na světovém trhu s cukrem.

Klíčová slova:

Trh s cukrem, společná organizace trhu, trh evropský, trh světový, protekce, liberalizace

Abstract:

The paper analyses the situation on the sugar market in the European Union, mainly the factors of sugar supply, factors of sugar demand and also the factors implicit from Common Agriculture Policy. The output of the topic should be the compact view on the price making mechanism in the interior European Union market and to compare this with price making mechanism in the worldwide sugar market.

Key words:

Sugar market, common market organization, Europe market, world market, protection, liberalization

PREFACE

More than 120 countries around the world produce sugar and global production now exceed 140 million tons a year, approximately 70% of which is produced from sugar cane grown primarily in the tropical and sub-tropical zones of the southern hemisphere. The remaining 30% is produced from sugar beet grown mostly in the temperate zones of the north. About 40% of sugar was made from beet until 1990, but this has decreased to current levels as cane sugar producers have made considerable gains in expanding their sugar markets due to the lower costs of cane sugar production. About 71% of production is consumed in the country of origin whilst the balance is traded on world markets.

The EU-25 is the world's largest consumer of sugar and the second largest producer of sugar. The EU consumes about 17.6 million tons (raw value) equaling about 13% of world consumption. Production is around 20 million tons (it is about 14 % of world production). The share of EU sugar exports and imports in the world sugar market is in case of import about 5 % and export about 12 %. In comparison with the countries of Southern Hemisphere its share in world production, consumption, export and import has declined, but its share is steadily important.

International trade in sugar and sugar products has contracted because domestic supports in countries, where it is heavily subsidized have increased production, eroding markets for exporters, including those under preferential trade agreements. The proportion of production exported has declined. Sugar exports are fundamentally important to many developing countries. The world nominal export values increased from US \$ 9.8 billion in

skotu, kteří by jednorázovým přechodem na jednotnou platbu přišli nárazově o značnou část příjmů.

Kombinovaný model tedy přináší v rámci reformy Společné zemědělské politiky německým zemědělcům řadu předností. Předně zamezuje nárazové změně při zavádění nových pravidel Společné zemědělské politiky a umožňuje tak podnikům adaptovat se postupně na nové podmínky jednotných plateb. Systém kombinovaného modelu je poměrně transparentní a neodporuje ani ujednáním v rámci WTO. Očekává se rovněž, že podpoří větší orientaci zemědělců a trh a neměl by být administrativně příliš náročný.

Literatura:

Pascher, P. a kol.: Situationsbericht 2005, Andreas Hermes Akademie, Bonn 2004

Pascher, P. a kol.: Agrimente 2005, I.M.A., Bonn 2005

BMVEL: Agrarpolitischer Bericht der Bundesregierung 2005, BMVEL Berlin, 2005

Kontaktní adresa:

Ing. Karel Tomšík, Ph.D.

Katedra zemědělské ekonomiky

Provozně ekonomická fakulta

Česká zemědělská univerzita

Tel: 224 382 297

e-mail: tomsik@pef.czu.cz

Předpoklady pro uplatnění kombinovaného modelu

V kombinovaném modelu se nejprve vypočítají průměrné regionalizované sazby požadované pro rok 2005 na ornou půdu a TTP. K těmto regionalizovaným komponentám se připočtou podnikově individuální platby. Tyto platby se však nebudou rozdělovat na půdu uloženou do klidu.

Přístup k systému podnikových prémie mají v Německu všichni zemědělci, kteří obhospodařují minimálně 0,3 ha. Aby vznikl nárok na platbu musí být prokázáno hospodaření k 15.5.2005, k aktivaci plateb musí být plochy obhospodařovány po dobu 10 měsíců. V Německu si toto období stanoví sami zemědělci. První možné období je tedy mezi 1.9.2004 – 30.6.2005, poslední mezi 30.4.2005 a 28.2.2006.

DISKUSE

Příklad kombinovaného modelu.

Výpočet platby na podnik v systému kombinovaného modelu může být znázorněn na následujícím příkladu. Zemědělský podnik (na úrovni průměrné celoněmecké regionalizované platby) s 50 ha orné půdy, 10 ha TTP, mléčnou kvótou 280.000 kg (prémie 3,55 ct/kg²⁰) a 10 kusy hovězího žíru (prémie 210 EUR/ks) bude pobírat platbu, která se vypočítá následujícím způsobem:

Regionalizované komponenty:

Regionalizovaná platba na ornou půdu:	$301 \text{ EUR/ha} \times 50 \text{ ha} = 15.050 \text{ EUR}$
Regionalizovaná platba na TTP	$79 \text{ EUR/ha} \times 10 \text{ ha} = 790 \text{ EUR}$

Podnikově individuální část:

Prémie na býky:	$10 \text{ ks} \times 210 \text{ EUR/ks} = 2.100 \text{ EUR}$
Mléčná prémie:	$280.000 \text{ kg} \times 0,0355 \text{ EUR/kg} = 9.940 \text{ EUR}$

Platba na podnik tedy bude součtem jednotlivých komponent, tj.: 27.880 EUR

Platba na hektar se poté dopočítá následujícím způsobem:

Zůstaneme-li u celoněmeckého průměru, je minimální úroveň pro uložení půdy do klidu 8,39% (z výměry orné půdy). To tedy znamená, že uvedený podnik by musel uvést do klidu 4,2 ha ($50 \times 8,39\%$). Na ty se však podnikově individuální prémie nevztahuje. Podnikově individuální prémie (2.100 + 9.940) se tedy rozdělí na zbylých 55,8 ha (celková výměra podniku bez uložené půdy do klidu) a činí přibližně 215,8 eur/ha. Spolu se započítáním regionalizované prémie potom bude situace vypadat následovně:

4,2 ha (uložení do klidu)	à 301 EUR/ha
45,8 ha orné půdy	à 516,8 EUR/ha (301 + 215,8)
10 ha TTP	à 294,8 EUR/ha (79 + 215,8)

ZÁVĚR

Z uvedeného příkladu je patrné, jak jednotlivé komponenty kombinovaného modelu mohou diferencovat platbu na podnik, zejména srovnáme – li stav během fungování kombinovaného modelu se situací po zavedení jednotné platby, která v celoněmeckém průměru bude přibližně 328 EUR/ ha. Podíl regionalizovaných a podnikově individuálních komponent ukazuje, že kombinovaný model umožní poměrně vysoké platby chovatelům

²⁰ Prémie 3,55 ct/kg bude platit od roku 2006, pro rok 2005 je ve výši 2,365 ct/kg.

Tab. 1: Regionalizované komponenty v kombinovaném modelu podle regionů (v eur/ha)

	Regionalizované platby v kombinovaném modelu		Předpokládané regionalizované platby po r. 2013
	Ø platba na o.p.	Ø platba na TTP	
Bádensko Württembersko	317	56	302
Bavorsko	299	89	340
Brandenbursko/Berlín	274	70	293
Hesensko	327	47	302
Meklenbursko - Přední Pomořansko	316	61	322
Dolní Sasko/Brémy	259	102	326
Severní Porýní - Vestfálsko	283	111	347
Porýní - Falc	288	50	280
Sársko	296	57	265
Sasko	321	67	349
Sasko- Anhaltsko	337	53	341
Šlesvicko - Holštýnsko/Hamburk	324	85	360
Durynsko	338	61	345
Německo (průměr)	301	79	328

Zdroj: BMVEL

Podnikově individuální složky

Ostatní přímé platby budou do roku 2010 poskytovány podle individuálního podnikového měřítko. Budou vypláceny jako příplatek k položkám pro ornou půdu a trvalé travní porosty, ale nebudou se vztahovat na půdu uloženou do klidu. Regionalizované součásti prémie a podnikově individuální části se sjednotí do jednoho požadavku na platbu. V kombinovaném modelu se ve výchozí situaci tudíž projeví rozdílné nároky podniků na platbu na hektar. Teprve na konci plánovaného přechodného období bude dosaženo jednotného příspěvku na plochu.

Individuální podniková platba je vypočítávána z následujících referenčních dat:

- individuální podniková část založená na premiích pro zvířata, škrobové brambory, sušené krmivo a tabák vychází z referenční období let 2000 – 2002,
- individuální podniková prémie na mléko je vztažena ke stavu ke dni 31.3.2005.

Od roku 2010 začne docházet k postupnému vyrovnávání podnikových plateb daných kombinovaným modelem směrem k předpokládaným regionálně stanoveným platbám (viz. tab. 1). Toto vyrovnávání započne rokem 2010, kdy dojde k redukci původních plateb o 10% a v následujících letech redukce postoupí na úroveň 30%, 60%, k plnému vyrovnání pak dojde v roce 2013, kdy veškerá prémieová práva budou mít jednotnou regionalizovanou hodnotu na jednotku plochy (hektar). Zejména zapracování premií na zvířata a mléko do tohoto přerozdělovacího mechanismu bylo předmětem diskusí, protože především intenzivní chovatelé skotu by byli předčasným přechodem na jednotnou platbu ekonomicky znevýhodněni. Z tohoto důvodu bylo rozhodnuto o možnosti uplatnění posunutí a zpomalení takového vyrovnávání.

METODY - VÝSLEDKY

Podstata kombinovaného modelu

Realizace oddělení plateb od produkce byla německým Bundestagem uzákoněna teprve v červenci roku 2004. Jako sporný bod se ukázal právě kombinovaný model, k němuž Německo přistoupilo, především podmínky, za nichž bude transformován do čistě regionálního modelu.

Podstata kombinovaného modelu spočívá v tom, že část přímých plateb bude podnikům přidělována podle regionálních složek na jednotku plochy a část na podnikově individuální bázi. Tento model tedy umožní, aby jednotná platba na podnik byla ovlivněna jak regionalizovanými, tak podnikově individuálními komponentami.

Předpokladem pro zavedení kombinovaného modelu je oddělení plateb od produkce. K tomu v Německu dochází s malými výjimkami rokem 2005. Do systému decouplingu jsou zařazeny rovněž mléčné premie. U škrabových brambor zůstane 60% přímých plateb vázáno na produkci a budou poskytovány přímo výrobcům. U chmele zůstane vázáno 25% úrovně premii, která bude vyplácena výrobním družstvům. U tabáku nastane decoupling teprve v roce 2006, odděleno bude v první fázi 40% plateb.

Regionalizované složky

Regionalizovaná část platby obsažená v kombinovaném modelu se skládá z komponenty pro ornou půdu a komponenty pro trvalé travní porosty. V celoněmeckém průměru bude tato platba činit přibližně 301 eur/ha orné půdy a 79 eur/ha TTP. Přehled průměrných regionalizovaných plateb pro jednotlivé regiony je uveden v tabulce č. 1. Tyto platby budou rozděleny zemědělcům podle žádostí, které se budou vztahovat k roku 2005 a pro každý region bude vypočítán poměr mezi premii na ornou půdu a premii pro trvalé travní porosty. Spolkové země mohou tento poměr přizpůsobit v rozmezí $\pm 0,15$.

Každá spolková země tvoří jeden region pro přidělování plateb (s výjimkou městských států Hamburk, Brémy a Berlín, které se přiřazují k sousedící spolkové zemi). Před zavedením jednotné platby na podnik proběhne částečné přerozdělení přímých plateb mezi regiony. Regiony dostanou 35% původních přímých plateb podle obecného klíče vycházejícího z plošné výměry, 65% pak na bázi skutečných přímých plateb realizovaných v období let 2000 – 2002. Tímto přerozdělením ztratí relativně nejvíce Šlesvicko Holštýnsko, a to 17,6 mil. eur (-4,6%), Bavorsko 24,6 mil. eur, v jeho případě je to ale jen -1,9%. Naopak nejvíce si polepší Brandenbursko zvýšením plateb o 24,6 mil. eur (+6,7%), relativně malé Sársko však nárůstem o 2,5 mil. eur zaznamená zvýšení plateb o 14,3%. Podnikově individuální komponenty (jako např. mléčné premie) nebudou tímto přerozdělením dotčeny.

Kombinovaný model tedy část přímých plateb rozděluje podle průměrné regionalizované sazby na ornou půdu a na trvalé travní porosty. Regionalizovaná platba na ornou půdu bude stanovena z úrovně plateb na plodiny na orné půdě, osiva, 75% oddělených plateb na škrabové brambory a oddělené části plateb pro chmel. Regionalizovaná platba na trvalé travní porosty bude determinována porážkovou premii, národními vyrovnávacími příspěvky na skot a 50% extenzifikačních příplatků.

NĚMECKÝ KOMBINOVANÝ MODEL V RÁMCI REFORMY SPOLEČNÉ ZEMĚDĚLSKÉ POLITIKY

GERMAN COMBINED MODEL UNDER THE TERMS OF CAP REFORM

Karel Tomšík

Anotace:

Německo přijalo tzv. kombinovaný model reformované společné zemědělské politiky. Tento model umožňuje rozdělení přímých plateb na podnikově individuální část a část tzv. regionalizované platby vycházející z regionálních průměrů. Německé zemědělství bude podle tohoto systému přecházet k systému jednotné platby do roku 2013.

Klíčová slova:

Společná zemědělská politika, kombinovaný model, platby, decoupling

Summary:

Germany has adopted a combined model within the reform of the Common Agricultural Policy. This model enables to divide direct payments into farm individual part, and regionalized payments reflecting regional average. German agriculture will use this kind of support as a transition period to single area payments system which comes into force in 2013.

Key words:

Common agricultural policy, combined model, payments, decoupling

ÚVOD - CÍL

V červnu 2003 se ministři členských zemí EU za účasti ministrů tehdejších kandidátských zemí dohodli na reformě Společné zemědělské politiky, která vyplynula z rozšíření agendy střednědobé zprávy a přerostla v zásadní reformu. Výrazným rysem této reformy je vedle dalších opatření i odstranění vazby podpor na zemědělskou produkci, tzv. decoupling, zavedením jednotné platby na podnik. V praxi to bude znamenat, že zemědělský výrobce bude v budoucnosti dostávat pouze jednu platbu, která bude vycházet z plateb poskytnutých v referenčním období let 2000-2002. Jednotná platba může být diferencovaná na regionálním základě. To umožní, že se zemědělci budou sami rozhodovat o zaměření své činnosti. Mělo by tak dojít k jejich pružnější reakci na poptávku na trhu a tím k výrobě v množství a kvalitě, jež požaduje trh. Komise ve svém návrhu reformy z ledna 2003 usilovala o maximální přesunutí přímých plateb do jednotné platby. Členské státy však projevíly obavy, že by při přechodu na jednotnou platbu mohlo dojít k nežádoucím a nepředvídatelným změnám v dosavadní struktuře výroby, nebo dokonce k opouštění půdy v některých citlivých oblastech. Spolková republika Německo v tomto směru zavádí tzv. kombinovaný model, který má zmírnit jednorázové výkyvy při zavádění jednotné platby a umožnit tak podnikům plynulejší přechod do nových podmínek.

Schéma 1: Organizační struktura společnosti Rabbit CZ, a.s.

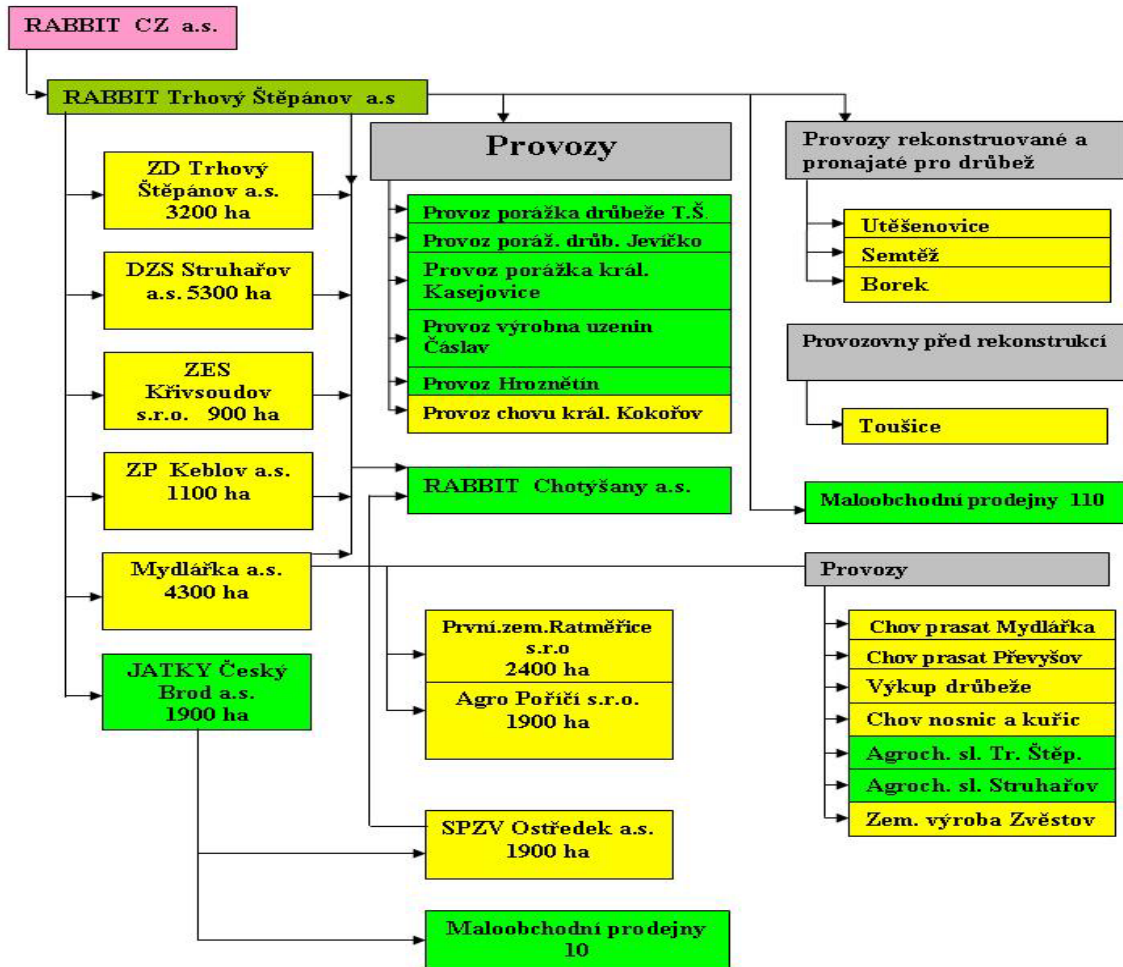
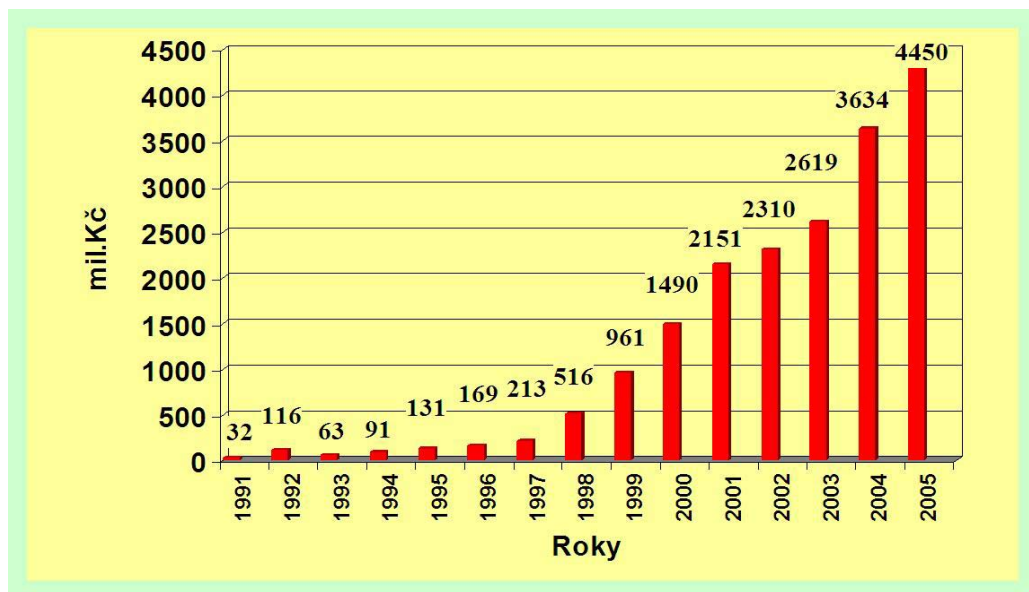


Schéma 2: Graf výnosů celé skupiny podniků Rabbit CZ, a.s.



DISKUSE

S tímto způsobem podnikání se můžeme setkat nejen v literatuře, kde je označováno jako podnikání ve výrobní vertikále, ale jde také o běžný způsob podnikání na celém americkém kontinentě. V ČR však stále přetrvává názor z dob před rokem 1989, že podnikání ve skupině podniků je zkosnatělé a neefektivní. Navíc celá politika EU je založena na principu zcela opačném – na existenci malých a středních podniků, jejichž činnost je podporována systémem dotací.

Položme si tedy otázku: Jaký způsob podnikání je více efektivní, jaké typy podniků mají větší šanci na přežití v dnešní době, která je plná náhlých změn a zvrátů?

ZÁVĚR

Podnikání ve výrobní vertikále v uvedené společnosti není založeno na velkých ziscích, ale na vytváření zdrojů, které zajistí trvalý rozvoj firmy.

Nezbytnými podmínkami pro tento způsob podnikání je koncentrace výroby, schopný a kvalifikovaný management a finanční stabilita podniku. Pokud nebudou tyto tři podmínky naplněny, není tato koncepce možná.

Literatura

1. Synek, M.: Podniková Ekonomika, Praha: C.H. Beck, 2002. ISBN80-7179-736-7
2. Brealey, R.A., Myers, S.C.: Teorie a praxe firemních financí, Praha: East Publishing, s.r.o., 1999. ISBN 80-85605-24-4
3. Grahah, John, R.: Management marketing: The ultimate strategy for attracting and holding customers, New York: John Wiley&Sons, 1991. ISBN 0471526487
4. Schwarz, O.: Efektivní marketing: Taktika podnikání, Praha: Grada, 1992. ISBN 8085424843
5. Finanční výkazy

Kontaktní adresa autora:

Ing. Petra Jandějsková, Česká Zemědělská Univerzita v Praze, Provozně Ekonomická Fakulta, 224 382 201, jandejskova@pef.czu.cz

Ing. Dana Šlapalová, Česká Zemědělská Univerzita v Praze, Provozně Ekonomická Fakulta, 224 382 201, slapalova@pef.czu.cz

management, který je ochoten věnovat podnikání mnohem více času, než jen povinných 8,0 hodin denně.

Třetím požadavkem je finanční stabilita podniku.

Všechny tyto tři základní podmínky musí být splněny, aby bylo vůbec možné uvažovat o této koncepci podnikání v zemědělské prvovýrobě.

Nelze říci, že takovýto způsob podnikání je jednoduchý. Vyskytuje se zde řada problémů a překážek. Tento způsob podnikání mohou realizovat pouze opravdu silné a stabilní společnosti se špičkovými výsledky. Ostatním podnikům nezbude nic jiného, než přijmout ceny zpracovatelů a ceny vstupů podniků služeb pro zemědělství.

Jednou z organizací, která uplatňuje tento způsob podnikání ve skupině podniků je společnost Rabbit Trhový Štěpánov a.s. (viz. schéma č.1)

Vstupy nezemědělského charakteru, tedy prostředky chemické ochrany rostlin, stroje a chemická hnojiva jsou nakupovány vždy pro celou skupinu podniků, tj. pro celou rostlinnou výrobu realizovanou na 16 000 ha zemědělské půdy.

Ke konci roku 2004 začala společnost s vlastní výrobou krmných směsí, které produkuje pro všechny podniky zemědělské prvovýroby ve skupině (viz. Organizační struktura společnosti), což je objem cca 70 000 tun za rok, přičemž celková kapacita je 100 000 tun ročně, tzn. že je zde prostor i pro prodej krmných směsí dalším zemědělským podnikům mimo skupinu podniků v holdingu.

V současné době se také připravuje výroba vlastních osiv, tedy jejich sušení, čištění a moření, a to jak obilovin, tak i drobných semen jako, je řepka a mák.

Výstupy ze zemědělské prvovýroby jsou též realizovány ve skupině podniků Rabbit CZ a.s. Vepřové a hovězí maso zpracovává asi z 50 % dceřinná společnost jatky Český Brod. Celkový současný obrat této komodity (za rok 2004) je 630 mil. Kč, celkový kapacitní obrat je však mnohem vyšší, pohybuje se přes 1 mld. Kč. Dalším výstupem je drůbeží a králičí maso. Vlastní zpracování se podílí na obratu 1,1 mld. Kč, z toho je asi 60 % surovina holdingu. Celkové kapacitní možnosti holdingu se pohybují na 1,6 mld. Kč.

Část zpracovaných výrobků je realizována ve vlastní maloobchodní síti, která v současné době čítá přes 100 maloobchodních jednotek. Prodává se zde asi 60 % výrobků. Obrat uskutečněný prostřednictvím této maloobchodní sítě dosahuje 540 mil. Kč.

Do dalších prodejních sítí, kterými jsou supermarkety a hypermarkety, je dodáváno cca 10 - 15% produkce, dalších 20 % představují dodávky zákazníkům na další zpracování a zbylých 20 až 25 % je exportováno do zahraničí.

Cílem společnosti je vytvořit touto koncepcí podnikání takové zdroje, které by mohly zajistit trvalý rozvoj firmy, tzn. kontinuálně provádět rekonstrukce a obměňovat technologie na co nejvyšší úrovni a tím zvyšovat produktivitu práce při minimalizaci nákladů, dále průběžně investovat do růstu výrobních kapacit.

Tento způsob podnikání umožňuje růst výkonů (viz. schéma č.2), od kterých se pak odvíjí tvorba zdrojů, zvyšuje se tím i stabilita podniku a vytváří se prostor pro bankovní sektor, který je pak ochotnější umístit do podniku finanční prostředky. V neposlední řadě se zvyšuje konkurenceschopnost jak ve vztahu k domácímu, tak i k zahraničnímu kapitálu.

Toto podnikání není v žádném případě o vysokých rentabilitách, ale o relativně vysokých zdrojích k dalšímu možnému rozvoji všech společností ve skupině.

Filozofií této skupiny podniků je propojení výrobního cyklu od půdy (pěstování vlastních plodin) přes vlastní výrobu krmných směsí, vlastní výkrm porážkových zvířat, vlastní zpracování až po realizaci finálního produktu ve vlastní maloobchodní síti. Lze říci, že tato koncepce je v současné době již naplněna, ale je nutné stále ji propracovávat a zdokonalovat.

VÝSLEDKY

Hlavním motorem jakéhokoliv podnikání je maximalizace zisku. O dosažení zisku se snaží podniky prvovýroby, podniky zpracovatelské, ale i podniky služeb. My se nyní soustředíme na podniky zemědělské prvovýroby. Položme si nyní otázku, jak zisku můžeme dosáhnout?

Výši zisku ovlivňuje podnikatel volbou vstupů již na samém počátku zemědělské prvovýroby. Mezi základní vstupy rostlinné výroby, které mohou být podnikatelem na počátku činnosti ovlivněny, řadíme výběr agrotechnického vybavení, lidské zdroje, především organizaci práce a zajištění podmínek pro optimální sklizeň. V živočišné výrobě se snažíme ovlivnit genetický potenciál zvířat, kvalitu nakupovaných, popřípadě vlastních krmiv a stejně jako v rostlinné výrobě i lidské zdroje. Co ale podnikatel ovlivnit nemůže, jsou ceny strojů, hnojiv, osiv, chemické ochrany rostlin apod. Management podniku by si tedy měl uvědomit, že v ceně nakupovaných výrobků, popřípadě služeb se odrazí dodatečný náklad v podobě zisku, který plyne dodávající organizaci.

Uvedme si příklad: Jestliže si podnik zemědělské prvovýroby nevyrábí osivo, ale nakupuje od podniků zemědělských služeb, měl by si podnikatel uvědomit cenu osiva, které si nakoupí od obchodních organizací a cenu osiva, které prodávají zemědělské podniky těmto obchodním organizacím a kdo tedy realizuje zisk. Stejně je tomu i u výroben krmných směsí, které na jedné straně nakupují krmné i potravinářské obilí a zemědělským podnikům účtují čištění a sušení, z čehož profitují, a na druhé straně zemědělským podnikům prodávají krmné směsi, na nichž opět profitují.

Z uvedeného vyplývá, že veškeré vstupy, které jdou do podniku, jsou zdrojem zajímavějších zisků, než jsou zisky v samotné prvovýrobě. Zájmem každého zemědělského podniku by mělo být „ukrojit si“ část uvedených profitů do svého vlastního podnikání. Pokusit se realizovat i část výrob, které realizují podniky služeb pro zemědělství.

Podobné možnosti jako na straně vstupů má podnik i na straně výstupů. Výstupy v podnicích zemědělské prvovýroby rozumíme surovou produkci rostlinné a živočišné výroby.

V rostlinné výrobě o ceně vyprodukovaných komodit opět rozhodují obchodní organizace na základě kvality produktu. Nemalou úlohu hraje i momentální stav poptávky a nabídky a cena za skladování. Zde by si měl management zemědělského podniku položit otázku, zda by nebylo pro podnik výhodnější realizovat prodej svých výrobků přímo a ne přes výkupní organizace. Dalším častým problémem českých zemědělců je, že neumí svou produkci správně sklídit, usušit a vyčistit. Proto si na tuto činnost najímají externí organizace, které z těchto činností opět realizují své zisky.

Podobná situace je i v produktech živočišné výroby, z produkce masa i ze zpracování mléka je profit na straně zpracovatelských podniků a ne na straně prvovýrobce.

Společné pro výstupy z rostlinné i živočišné výroby je, že zemědělský prvovýrobce se stává významnějším partnerem, který je schopen ovlivnit výkupní cenu pouze tehdy, pokud realizuje velký objem produkce, samozřejmě při dodržení výborné kvality produkce. Teprve pak může „diskutovat“ a ovlivňovat výkupní cenu a tím zisk, který přenechává odbytové, zpracovatelské organizaci.

Z uvedeného vyplývá, že je na každém prvovýrobci, aby zvážil, zda je schopný získat alespoň část z profitů ze vstupů či výstupů, tzn. připojit k podnikání v zemědělské prvovýrobě i část podnikání, které realizují podniky služeb pro zemědělství či zpracovatelské podniky a tím získat část z jejich zisků.

Nezbytným předpokladem je koncentrace výroby. Jen velice těžko lze tuto koncepci uplatňovat, pokud prvovýrobce hospodaří na 1000 ha zemědělské půdy. Také vysoce kvalifikovaný a schopný management je důležitý. Je nutné aby se dokázal orientovat v mnoha oblastech podnikání. V současné době je velice obtížné získat kvalifikovaný a loajální

NEZEMĚDĚLSKÁ ČINNOST V HOLDINGOVÉ SPOLEČNOSTI

NON - AGRICULTURAL ACTIVITY IN THE HOLDING COMPANY

Petra Jandajsková, Dana Šlapalová

Anotace:

Situace v zemědělské výrobě je složitá. Zemědělské společnosti často podnikají na hranici rentability. Při tom jak dodavatelské podniky, tak podniky zpracovávající zemědělskou produkci vykazují zisk, který je často mnohem zajímavější, než zisk v samotné zemědělské prvovýrobě. Zájmem každého zemědělského podniku by tedy mělo být, získat si část uvedených zisků do vlastního podniku. Jak ale toho může podnik dosáhnout?

Klíčová slova:

zemědělství, zisk, řízení, zdroje, produkce, prodej, cena

Abstract:

The situation in agriculture production is complicated. Agriculture companies often undertake on the border of the profitability. Both the supplying firm and the processing firm are reporting profit. This profit is more interesting than the profit in agricultural primary production. So, every producer has to make a decision, if makes profit on the input or the output. But how we can reach this profit?

Key words:

agriculture, profit, management, resources, production, sale, price

ÚVOD

Hlavním cílem podnikání všech firem je maximalizace zisku. Tento cíl podnikání platí i pro podniky zemědělské prvovýroby, které často zisku nedosahují. Zisku většinou dosahují podniky dodávající vstupy do zemědělství, tj. podniky zabývající se prodejem strojů pro zemědělskou prvovýrobu, podniky poskytující chemické prostředky ochrany rostlin, chemická hnojiva, osiva, podniky zabývající se výrobou krmných směsí pro živočišnou výrobu. Zisku většinou také dosahují podniky, které zpracovávají výstupy ze zemědělství, což jsou například mlékárny, jatky, mlýny, sklady obilovin a další.

CÍL

Cílem příspěvku je objasnit a na praktickém příkladu uvést, jakým způsobem lze podnikat v zemědělské prvovýrobě, tak aby bylo dosaženo zisku a jaké podmínky je pro to nutné splnit.

METODY

Jako zdroj informací byla využita česká a zahraniční literatura, zabývající se problematikou skupinového podnikání. Učiněné závěry byly poté ověřovány na fungujících podnicích v České republice. Zde jako zdroj dat sloužily především účetní výkazy, výroční zprávy a řízené diskuse s managery firem zemědělské prvovýroby, zpracovatelských závodů a obchodních firem.

Vývoz	index ¹⁾	133,4	
Společenství nezávislých států			
2003	Dovoz	86 722	6,02
	Vývoz	28 280	2,06
	Bilance	-58 442	
2004	Dovoz	99 159	5,77
	Vývoz	41 667	2,46
	Bilance	-57 493	
Dovoz	index ¹⁾	114,3	
Vývoz	index ¹⁾	147,3	
Ostatní²⁾			
2003	Dovoz	76 951	5,34
	Vývoz	7 750	0,57
	Bilance	-69 201	
2004	Dovoz	90 244	5,25
	Vývoz	7 892	0,47
	Bilance	-82 352	
Dovoz	index ¹⁾	117,3	
Vývoz	index ¹⁾	101,8	

1) Stejně období předchozího roku = 100.

2) Čína, KLDR, Kuba, Laos, Mongolsko, Vietnam.

Pramen: vlastní výpočty dle www.czso.cz (14.3.2005)

Vývoz přispěl v roce 2004 též k tvorbě HDP, kde spolu s výrobními investicemi patřil k významným prorůstovým faktorům, což nebylo v minulých obdobích až tak obvyklé. K tomuto stavu došlo též díky tomu, že přímými zahraničními investicemi vznikly a vznikají zpracovatelské závody, které podporují výrobu a jejichž produkce směřuje na export.

ZÁVĚR

Na základě analýzy zahraničního obchodu České republiky v období před a bezprostředně po vstupu do Evropské unie vyplynulo, že integrace naší republiky byla z tohoto hlediska velmi úspěšná a výhodná. Velký trh českým exportérům velmi svědčí, avšak je nutné oprostít se od poněkud jednostranného zaměření a tudíž závislosti na odbytištích v Evropě. V globalizujícím se světě je nutné, aby se české firmy zaměřily i na jiné odběratele, kteří ocení výrobky s českou kvalitou a českým know-how.

POUŽITÁ LITERATURA

HOLMAN, R.: *Ekonomie*. C. H. Beck. Praha 1999. 726 s. ISBN 80-7179-255-1

SIRUČEK, P.: *Nové aspekty globalizace aneb megatrendy 2000 – 2010*.

www.sds.cz/docs/prectete/epubl/psi_naga.htm (12.6.2005)

Statistická ročenka ČR 2004. ČSÚ 2004. Praha, 783 s. ISBN 80-250-0853-3

Struktura dovozu a vývozu podle skupin zemí. ČSÚ www.czso.cz (14.3.2005)

SVOBODA, P.: *Liberalizace obchodu zbožím v právu EU*. C.H. Beck. Praha 2003. 264 s. ISBN 80-7179-815-0

Zahraniční obchod podle zemí. MF ČR <http://web.cs.mfcr.cz> (6.3.2005)

Zpráva zpravodajů agentury CzechTrade. Exportér č. 4. Magazín Hospodářských novin. *Economia*. Praha 2005. s. 15 – 16. ISSN 0862-9587

Kontaktní adresa:

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, Katedra řízení, Studentská 13, 370 05 České Budějovice, tel.: 387 772 489, e-mail: parmova@zf.jcu.cz

nadprůměrný vývoz probíhal v roce 2004 se zeměmi zařazenými mezi rozvojové ekonomiky, evropské tranzitivní ekonomiky a Společenství nezávislých států. Bližší údaje o jednotlivých teritoriích obsahuje následující tabulka.

Tabulka č. 2

**Struktura zahraničního obchodu podle teritoriálních skupin za leden až prosinec 2004
v mil. Kč CIF/FOB (běžné ceny)**

Zahraníční obchod ČR		Celkem v Kč	Podíl
Vyspělé tržní ekonomiky			
2003	Dovoz	1 160 847	80,57
	Vývoz	1 262 620	92,10
	Bilance	101 773	
2004	Dovoz	1 408 409	82,01
	Vývoz	1 554 471	91,62
	Bilance	146 062	
Dovoz	index ¹⁾	121,3	
Vývoz	index ¹⁾	123,1	
EU25			
2003	Dovoz	1 028 641	71,40
	Vývoz	1 183 098	86,30
	Bilance	154 457	
2004	Dovoz	1 239 618	72,18
	Vývoz	1 458 936	85,99
	Bilance	219 318	
Dovoz	index ¹⁾	120,5	
Vývoz	index ¹⁾	123,3	
ESVO			
2003	Dovoz	35 853	2,49
	Vývoz	24 967	1,82
	Bilance	-10 886	
2004	Dovoz	37 518	2,18
	Vývoz	27 465	1,62
	Bilance	-10 053	
Dovoz	index ¹⁾	104,6	
Vývoz	index ¹⁾	110,0	
Rozvojové ekonomiky			
2003	Dovoz	106 432	7,39
	Vývoz	39 942	2,91
	Bilance	-66 490	
2004	Dovoz	106 080	6,18
	Vývoz	53 446	3,15
	Bilance	-52 634	
Dovoz	index ¹⁾	99,7	
Vývoz	index ¹⁾	133,8	
Evropské tranzitivní ekonomiky			
2003	Dovoz	8 112	0,56
	Vývoz	28 566	2,08
	Bilance	20 454	
2004	Dovoz	11 047	0,64
	Vývoz	38 095	2,25
	Bilance	27 048	
Dovoz	index ¹⁾	136,2	

Tabulka č. 1

Struktura zahraničního obchodu podle tříd SITC, rev. 3 za leden až prosinec 2004
v mil. Kč CIF/FOB (běžné ceny)

		SITC: 0-9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Celkem												
2003	Dovoz	1 440 723	57 087	7 530	40 956	107 789	3 764	164 435	289 838	616 258	152 708	359
	Vývoz	1 370 930	36 399	8 194	38 422	39 434	1 005	80 579	316 410	687 201	161 509	1 778
	Bilance	-69 793	-20 688	664	-2 534	-68 354	-2 759	-83 856	26 572	70 943	8 801	1 419
	Podíl na dovozu v %	100,0	4,0	0,5	2,8	7,5	0,3	11,4	20,1	42,8	10,6	0,0
	Podíl na vývozu v %	100,0	2,7	0,6	2,8	2,9	0,1	5,9	23,1	50,1	11,8	0,1
2004	Dovoz	1 717 314	70 669	10 641	52 961	120 510	4 072	191 512	361 431	716 105	188 672	741
	Vývoz	1 696 709	47 143	8 686	47 247	48 644	2 199	105 112	387 737	856 435	192 629	876
	Bilance	-20 606	-23 526	-1 955	-5 714	-71 866	-1 872	-86 400	26 306	140 330	3 957	134
	Podíl na dovozu v %	100,0	4,1	0,6	3,1	7,0	0,2	11,2	21,0	41,7	11,0	0,0
	Podíl na vývozu v %	100,0	2,8	0,5	2,8	2,9	0,1	6,2	22,9	50,5	11,4	0,1
	Dovoz - index ¹⁾	119,2	123,8	141,3	129,3	111,8	108,2	116,5	124,7	116,2	123,6	206,7
	Vývoz - index ¹⁾	123,8	129,5	106,0	123,0	123,4	218,9	130,4	122,5	124,6	119,3	49,3

¹⁾ Stejně období předchozího roku = 100.

Pramen: www.czso.cz (14.3.2005)

V oblasti vývozu z výše uvedené tabulky vyplývá, že jak v roce 2003, tak v roce 2004 dominovaly českému vývozu komodity ve třídách 7, 6 a 8, tedy Stroje a dopravní prostředky, Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu a Průmyslové spotřební zboží. Podíl Strojů a dopravních prostředků činil v roce 2003 polovinu celkových vývozu, tj. 50,1 %, a tento podíl se ještě mírně zvýšil v roce 2004 na 50,5 %. Podíl tržních výrobků, který dosáhl v roce 2003 23,1 %, vykázal v roce následujícím pokles o 2 promile, podobně jako třetí nejvýznamnější třída Průmyslové spotřební zboží, které zaznamenalo pokles z 11,8 na 11,4 %. V rámci sledování dynamiky růstu obratu vývozu lze u těchto tří skupin konstatovat, že meziroční obratu se zvýšil o 24,6 % u třídy Stroje a dopravní prostředky, o 22,5 % u Tržních výrobků tříděných hlavně podle materiálu a u třídy Průmyslové spotřební zboží o 19,3 %. Nejdynamičtější nárůst vývozu zaznamenala třída 4 Živočišné a rostlinné oleje, tuky a vosky, kde meziroční index vystoupal až na 218,9 %. Kromě třídy 1 a 9 zaznamenal vývoz v roce 2004 ve všech třídách meziroční nárůst o více než 20 procent. Tato dynamika je podnícena právě integrací České republiky do Evropské unie.

Teritoriální rozmístění největších zahraničních partnerů České republiky je nasnadě, největší podíl zahraničního obchodu zaujímají vyspělé tržní ekonomiky. V roce 2003 dosáhl podíl dovozu z těchto zemí 80,6 % celkového obratu dovozu a v roce 2004 tento podíl ještě vzrostl na 82,0 %. V této skupině států se podíl dovozu z Evropské unie po rozšíření na 25 států vyvíjel analogicky, kdy v roce 2003 činil dovoz právě z těchto zemí 71,4 % celkového importu a v roce 2004 tento ukazatel vzrostl na 72,2 %. U vývozu představoval podíl vyspělých tržních ekonomik 92,1 % celkového exportu v roce 2003 a poklesl na 91,6 % v roce 2004. Stejně tak vývoz do pětadvaceti zemí Evropské unie zaujímal v roce 2003 podíl 86,3 % a poklesl v roce následujícím na 86,0 %. Opačně se vyvíjel obchod s ostatními teritorii, kdy se snížil jejich podíl na dovozu a vzrostl vývoz do těchto zemí. Celková dynamika dovozu měřená meziročním indexem dosáhla v roce 2004 119,2 % a vývoz vzrostl ještě více – index vzrostl na 123,8 %. Nadprůměrný růst dovozu zaznamenaly vyspělé tržní ekonomiky včetně rozšířené Evropské unie, dále pak evropské tranzitivní ekonomiky, naopak

jednotného trhu této formace. Jaké důsledky to přineslo pro celou ekonomiku bude možné zhodnotit až později, avšak již nyní se můžeme zabývat takovými indikátory, jako je velikost a struktura zahraničního obchodu. Podívejme se tedy, jakým způsobem se integrace ČR do EU projevila v mezinárodních obchodních transakcích.

CÍL A METODIKA

Na základě zhodnocení statistických údajů o velikosti a struktuře zahraničního obchodu bude zhodnocen výsledný efekt vstupu ČR do EU. Bude sledována teritoriální struktura i komoditní složení zahraničního obchodu těsně před vstupem a v měsících po vstupu, u nichž jsou již známy výsledky zahraničního obchodu. Použitou metodou je komparace v čase a prostoru, analýza a syntéza.

VÝSLEDKY

V průběhu roku 2004 zaznamenal zahraniční obchod České republiky nárůst oproti minulým obdobím, když bylo za rok 2003 dosaženo obratu v celkové výši 2 811 653 mil. Kč CIF/FOB v běžných cenách, pak v roce 2004 se tento obrat zvýšil na 3 414 023 mil. Kč, což lze vyjádřit indexem obratu 2004/2003 121,4 %. Největší podíl na této dynamice růstu obratu zahraničního obchodu představoval obchod s vyspělými tržními ekonomikami (Evropskou unií dvaceti pěti států) s indexem 122,3, vyšší index zaznamenal obrat zahraničního obchodu s evropskými tranzitivními ekonomikami (134,0), ale obrat zahraničního obchodu s těmito zeměmi se podílí na celkovém obratu pouhými 1,4 procenty. Jak je patrné z následující tabulky, žádné ukazatele nezaznamenaly pokles zahraničního obchodu – s jednou výjimkou, kterou představuje dovoz z rozvojových ekonomik (index 99,7). Obchodní bilance dosáhla v roce 2004 schodku pouhých 20 606 mil. Kč, když v roce 2003 byl tento ukazatel několikanásobně vyšší (69 793 mil. Kč). Obchodování s vyspělými tržními ekonomikami skončilo jak v roce 2003, tak v roce 2004 s přebytkem (101 773 resp. 146 062 mil. Kč), významný nárůst pozitivního salda zaznamenal obchod s pětadvacítkou zemí Evropské unie, kdy v roce 2003 dosáhlo saldo 154 457 mil. Kč, avšak rok 2004 byl úspěšnější – saldo 219 318 mil. Kč.

Agregované ukazatele zahraničního obchodu sledované za jednotlivé měsíce roku 2004 naznačují, jaký vliv měl vstup do Evropské unie pro české mezinárodní obchodní vztahy. Nárůst zájmu o obchodování s Českou republikou je opravdu patrný od počátku sledovaného období, přerušení tohoto trendu je patrné pouze logicky v letních měsících, kdy mnoho podniků snižuje objem své výroby z důvodu dovolených.

Pro zhodnocení významu vstupu do Evropské unie je nutné analyzovat též strukturu dovozů a vývozu. Z následující tabulky je zřejmé, že největší podíl na dovozech zaujímaly komodity řazené do tříd SITC 7 (Stroje a dopravní prostředky), 6 (Tržní výrobky tříděné hlavně podle materiálu) a 5 (Chemikálie a příbuzné výrobky, jinde neuvedené), které se podílely na dovozu v roce 2003 42,8 %, 20,1 %, resp. 11,4 %. V roce 2004 se jako nejvýznamnější dovozové komodity umístily ve stejném pořadí produkty stejných tříd, avšak poklesl podíl Strojů a dopravních prostředků na 41,7 % a podíl Chemikálií a příbuzných výrobků, jinde neuvedených mírně poklesl na 11,2 %, avšak podíl Tržních výrobků tříděných hlavně podle materiálu vzrostl na 22,9 %. Naopak meziroční index změn objemu dovozu v těchto třídách indikuje velkou dynamiku rozvoje dovozu v těchto třech třídách. Ve třídě 7 vzrostl dovoz o 16,2 %, ve třídě 6 bylo dovezeno téměř o čtvrtinu více, o 24,7 %, a ve třídě 5 zaznamenal dovoz meziroční růst obratu o 16,5 %. Nejvyšší dynamiku však vykázala kromě třídy 9 (Komodity a předměty obchodu jinde nezatříděné) s 206,7 % nárůstem třída 1, tedy dovoz nápojů a tabáku. Významný růst dovozu přesahující 20 % zaznamenaly ještě komodity třídy 0 (Potraviny a živá zvířata), 2 (Surové materiály, nepoživatelné, s výjimkou paliv) a třída 8 (Průmyslové zboží).

ZAHRANIČNÍ OBCHOD ČESKÉ REPUBLIKY POD VLIVEM VSTUPU DO EVROPSKÉ UNIE

FOREIGN TRADE OF THE CZECH REPUBLIC UNDER THE INFLUENCE OF THE EU ACCESSION

Dagmar Škodová Parmová

Anotace:

Stabilita české ekonomiky, jakožto malé a velmi otevřené ekonomiky, je silně závislá na vývoji zahraničního obchodu, resp. celého běžného účtu, a zdrojů jeho financování. Vstup České republiky do Evropské unie byl provázen obavami, avšak přinesl oživení provázené významným růstem exportu. Je důležité nalézt zhodnotit tento pozitivní vývoj.

Klíčová slova:

zahraniční obchod, Česká republika, EU, rozšíření EU

Abstract:

The stability of the Czech economy depends very much on the development of the foreign trade, the development of the current account of the balance of payments and the sources of its financing. After the accession the foreign trade grew and mainly the export side. It is important to summarize this positive development.

Key words:

foreign trade, Czech Republic, EU, EU enlargement

ÚVOD A LITERÁRNÍ PŘEHLED

Ekonomický růst může být významně urychlen zvětšením trhu, neboť akumulace kapitálu není jeho jediným zdrojem. Jak uvádí HOLMAN (1999), velký trh vytváří lepší podmínky pro specializaci výrobců a otevírá tak větší prostor pro směnu na základě komparativních výhod¹⁸. Mezinárodní obchod je vedle akumulace kapitálu další mocnou silou, která pohání ekonomický růst. Ekonomové i politikové většiny zemí si to uvědomují. Při prosazování politiky svobodného obchodu však stále musejí bojovat se zájmovými skupinami domácích výrobců, kteří chtějí využívat státu ke své ochraně před zahraniční konkurencí. Přesto však mezinárodní ekonomická integrace postupuje kupředu a rozšiřuje se do více zemí. Lze to chápat jako vědomě řízené napomáhání větší propojenosti a tudíž globalizaci světové ekonomiky. Pod pojmem mezinárodní ekonomické integrace chápe SVOBODA (2003)¹⁹ v kapitole Ekonomické základy volného pohybu zboží „proces vyplývající z mezinárodních dohod, jehož cílem je vytvořit soubor právních úprav, institucí, případně ekonomických mechanismů, definovaných na společném základě.“ V rámci této definice lze integraci nazvat vše od pouhé společné obchodní politiky až po úplné sjednocení všech ekonomických pravidel. Celní unie, kterou je Evropská unie – odhlédneme-li od ještě většího stupně propojení dvanácti zemí eurozóny, je jednou z vyšších forem hospodářské integrace. Česká republika se tedy svým vstupem v květnu 2004 zapojila do společného

¹⁸ HOLMAN, R.: *Ekonomie*. C. H. Beck. Praha 1999. s. 525 a následující. ISBN 80-7179-255-1

¹⁹ SVOBODA, P.: *Liberalizace obchodu zbožím v právu EU*. C.H. Beck. Praha 2003. 264 s. ISBN 80-7179-815-0

Z tabulek jednoznačně vyplývá, že rozhodující podíl na struktuře přechodných rozdílů zaujímá rozdíl mezi účetní daňovou základnou zůstatkových cen dlouhodobého majetku. Podíl této složky představuje v průměru 70% v obou sledovaných účetních obdobích.

Poměrně významné tituly představují opravné položky k majetku a rezervy. Opravné položky tvoří 8,32 resp. 9,80% a účetní rezervy 9,22 resp. 14,78 % na celkové struktuře. Další tituly, již tvoří velmi nízký podíl ve struktuře u sledovaných účetních jednotek.

Tab. č. 2a Efektivní sazby daně z příjmů v roce 2002

Ukazatel/účetní jednotka	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Poměr celkové daně k zisku před zdaněním	15,61	28,96	16,41	9,28	34,86	29,85	31,96	32,35	31,54
Poměr daně bez odložené daně k zisku před zdaněním	14,00	23,13	3,80	0,00	19,94	31,38	32,71	33,09	31,91

Zdroj: vlastní propočty

Tab. č. 2b Efektivní sazby daně z příjmů v roce 2003

Ukazatel/účetní jednotka	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Poměr celkové daně k zisku před zdaněním	25,97	33,09	25,06	31,42	23,60	26,07	32,22	31,27	28,49
Poměr daně bez odložené daně k zisku před zdaněním	23,84	30,91	21,60	0,00	22,87	26,26	27,27	33,25	27,53

Zdroj: vlastní propočty

Z tabulek č.2a a 2b vyplývá, že při nezaúčtování odložené daně, se pohybuje efektivní sazby daně z příjmů v rozmezí od 14 do 33 % , průměrná hodnota je 21,1% v roce 2002, v roce 2003 činila 23,73%. Při zaúčtování odložené daně se změnila efektivní sazba na hodnoty v rozmezí 15 až 33% , tedy na průměrnou sazbu 25,65% resp. 28,58%. Sazba daně z příjmů činila v letech 2002 i 2003 31%. Z tabulek č. 2a a 2b tedy vyplývá, že zaúčtováním odložené daně z příjmů dochází u všech účetních jednotek ve sledovaném souboru k přiblížení efektivní sazby daně z příjmů sazbě reálné.

Príspevek byl zpracován v rámci Výzkumného záměru PEF MZLU MSM 6215648904 Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách integrovaného evropského trhu jako součást řešení tematického směru 02

LITERATURA

Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů.

vyhláška č. 500/2002 Sb., kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, které jsou podnikateli účtujícími v soustavě podvojného účetnictví.

České účetní standardy pro účetní jednotky, které účtují podle vyhlášky č. 500/2002 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

Výroční zprávy účetních jednotek.

Kontaktní adresy autorů:

Ing. Patrik Svoboda, Ph.D., Ústav účetnictví a daní, Provozně ekonomická fakulta, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika. E-mail: ucpatrik@mendelu.cz

Ing. Hana Bohušová, Ph.D., Ústav účetnictví a daní, Provozně ekonomická fakulta, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika. E-mail: uchana@mendelu.cz

dojde k vyrovnání příslušného rozdílu, přesně určit, je použita sazby platná v období následujícím.

Tabulky č.1a a 1b popisují strukturu odložené daně u sledovaných účetních jednotek v obdobích 2002 a 2003.

Tab. č.1a Struktura přechodných rozdílů v roce 2002

Položka / účetní jednotka	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Průměr
Tituly vedoucí k odloženému daňovému závazku										
rozdíl účetní a daňové ZC DM	55,01	75,64	71,09	86,74	89,17	67,50	0,00	88,25	95,66	69,89
úhrada penalizačních závazků	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
úhrada zdrav. a soc a zákonné pojištění	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Neuhrazené penalizační pohledávky	0,00	0,59	1,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24
Přecenění majetku (podílů a dluhopisů)	0,00	11,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,31
ostatní dočasné rozdíly	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,03
Tituly vedoucí k odložené daňové pohledávce										
rozdíl účetní a daňové ZC DM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	65,62	0,00	0,00	7,29
účetní oprav. položky celkem	20,18	4,42	2,21	13,26	10,83	10,83	8,59	4,59	0,01	8,32
účetní rezervy	0,78	0,80	25,15	0,00	0,00	21,67	25,78	4,44	4,34	9,22
Neuhrazené závazky ke státu	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Neuhrazené penalizační závazky	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Nevyužitá ztráta z předchozích let	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ostatní dočasné rozdíly (a časové roz.)	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,11
Přecenění majetku (podílů a dluhopisů)	22,77	6,78	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2,71	0,00	3,59
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Zdroj: vlastní propočty

Tab. č. 1b Struktura přechodných rozdílů v roce 2003

Položka / účetní jednotka	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Průměr
Tituly vedoucí k odloženému daňovému závazku										
rozdíl účetní a daňové ZC DM	30,09	81,37	72,45	97,84	88,03	63,22	38,75	86,87	75,62	70,47
úhrada penalizačních závazků	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
úhrada zdrav. a soc a zákonné pojištění	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Neuhrazené penalizační pohledávky	0,00	1,35	0,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,19
Přecenění majetku (podílů a dluhopisů)	0,00	0,00	1,11	0,00	0,00	10,78	0,00	0,00	0,00	1,32
ostatní dočasné rozdíly	0,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01
Tituly vedoucí k odložené daňové pohledávce										
rozdíl účetní a daňové ZC DM	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
účetní oprav. položky celkem	4,96	0,21	1,07	2,16	8,31	8,67	48,75	6,05	8,01	9,80
účetní rezervy	51,71	0,90	25,01	0,00	3,66	17,33	12,50	5,54	16,37	14,78
Neuhrazené závazky ke státu	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Neuhrazené penalizační závazky	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Nevyužitá ztráta z předchozích let	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ostatní dočasné rozdíly (a časové roz.)	0,58	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,06
Přecenění majetku (podílů a dluhopisů)	12,57	16,14	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,54	0,00	3,36
	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Zdroj: vlastní propočty

- účetní hodnota je vyšší než daňová základna (nulová) – vzniká odčitatelný rozdíl
3. nezaplacené pojistné na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění sraženého zaměstnavatelem zaměstnancům
 - účetní hodnota je vyšší než daňová základna (nulová) – vzniká odčitatelný rozdíl
 4. nezaplacená daň z nemovitostí, daň z převodu nemovitostí, ostatní daně a poplatky
 - účetní hodnota je vyšší než daňová základna (nulová) – vzniká odčitatelný rozdíl
 5. nezaplacené závazky z titulu smluvních úroků z prodlení a smluvních sankcí
 - účetní hodnota je vyšší než daňová základna – vzniká odčitatelný rozdíl.

Průměrná struktura titulů vedoucích ke vzniku přechodných rozdílů u sledovaných účetních jednotek je znázorněna v tab. č. 1a tab. č.2.

V oblasti aktiv se přechodné rozdílů vyjádří jako rozdíl mezi čistou účetní hodnotou a jejich daňovou základnou. V oblasti pasiv se přechodné rozdílů vyjádří jako rozdíl mezi daňovou základnou pasiv a jejich účetní hodnotou. Celková hodnota přechodných rozdílů je potom vyjádřena součtem přechodných rozdílů v oblasti aktiv a pasiv.

V případě, že částka dočasných rozdílů je menší než nula, jedná se o budoucí odloženou daňovou pohledávku. Pokud je výsledná částka větší než nula, jedná se o budoucí odložený daňový závazek. Pro vyčíslení konkrétní výše odloženého daňového závazku (případně pohledávky) jsou příslušné přechodné rozdílů vynásobeny sazbou daně z příjmů, o níž se předpokládá, že bude platná v období, kdy dojde k uplatnění rozdílů. V případě, že nelze jednoznačně určit, ve kterém období budou rozdílů uplatněny, použije se sazba platná pro následující období.

Odložená daň (pohledávka nebo závazek) je podle své povahy zachycena na účtu účtové skupiny 48 a meziročně se účtuje o změnách stavu odložené daně. Účetní jednotky, kterých se týká účtování o odložené dani, jsou povinny v rámci přílohy k účetní závěrce uvést postup pro zjišťování přechodných rozdílů, a to i v případě, že vzniká odložená daňová pohledávka a účetní jednotka o ní v souladu se zásadou opatrnosti neúčtuje.

Jelikož je v České republice systém účetnictví relativně nezávislý na systému daně z příjmů, musí být výsledek hospodaření transformován na základ daně z příjmů řadou mimoúčetních operací. Sazba daně z příjmu vztahená k vykázanému výsledku hospodaření před zdaněním je nazývána efektivní sazbou daně z příjmů, která je porovnatelná i v mezinárodním měřítku, neboť v sobě zahrnuje veškeré další operace užívané k transformaci výsledku hospodaření na základ daně z příjmů.

V souladu s IAS 12 – Daně ze zisku má odložená daň mj. za cíl částečně odstranit nesoulad mezi efektivní sazbou daně ze zisku a skutečnou sazbou daně ze zisku, který vzniká ve své podstatě vlivem rozdílů mezi účetními a daňovými hodnotami. Za efektivní sazbu pro tento účel je považována sazba, která se vypočítá, jako podíl daně ze zisku a výši výsledku hospodaření před zdaněním.

Pro analýzu byly využity údaje souboru devíti účetních jednotek za období 2002 a 2003. V době zpracování příspěvku nebyly k dispozici údaje za rok 2004 od všech sledovaných jednotek, neboť se jedná o účetní jednotky, jejichž účetní závěrka podléhá auditu.

Struktura titulů, které mají za následek vznik přechodných rozdílů mezi čistou účetní hodnotou aktiv či pasiv a jejich daňovou základnou, je posuzovány v absolutních hodnotách jednotlivých položek, tedy bez ohledu na to, zda daný titul způsobuje vznik odložené daňové pohledávky nebo závazku.

Při analýze struktury byl vzniklý přechodný rozdíl přepočítán sazbou, která bude platná v období, kdy dojde k vyrovnání příslušného rozdílů. Pokud nelze období, ve kterém

VÝSLEDKY A DISKUSE

Existence odložené daně je způsobena vznikem dočasných rozdílů mezi účetním výsledkem hospodaření a základem daně z příjmů. Tyto vznikají jednak z důvodu, že některé náklady a výnosy zachycené v účetnictví v příslušném období jsou podle daňových předpisů uznány v jiném období, jednak i z dalších rozdílů, které vycházejí z rozdílu mezi daňovou základnou aktiv či pasiv i jejich účetní hodnotou.

Dočasné rozdíly mohou mít charakter zdanitelných či odečitatelných rozdílů. Zdanitelné rozdíly vznikají v případě, že účetní hodnota aktiv v rozvaze (netto hodnota) je vyšší než zůstatková hodnota tohoto majetku uplatnitelná pro daňové účely, v případě pasiv je tomu naopak. Existence zdanitelných rozdílů má za následek vznik odloženého daňového závazku, který bude splatný v budoucích obdobích.

Odečitatelné rozdíly naopak vznikají v případech, kdy příjmy jsou zahrnuty do základu daně v dřívějším období než jsou příslušné výnosy zachyceny v účetnictví nebo výdaje vstupují do základu daně v pozdějším období, než jsou zachyceny v účetnictví, případně pokud zvýšení hodnoty daňové základny aktiv nebo snížení daňové základny pasiv není zohledněno v účetnictví. Existence odečitatelných rozdílů předpokládá vznik odložené daňové pohledávky, tedy částky daně z příjmů, které by mohly být nárokovány v příštích obdobích, ale pouze za předpokladu, že účetní jednotka dosáhne takových základů daně z příjmů, vůči kterým bude možné tuto pohledávku uplatnit.

Oblast aktiv:

1. odlišný způsob odpisování dlouhodobého majetku (účetní a daňové odpisy)
 - daňová základna je nižší než účetní hodnota – vzniká zdanitelný rozdíl
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
2. opravné položky k dlouhodobému majetku
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
3. rozdílná účetní a daňová základna u dlouhodobého majetku neodpisovaného – pozemků nabytých vkladem (účetnictví – reprodukční pořizovací cena, daně – pořizovací cena evidovaná před jeho vložením, a to do výše příjmů z prodeje)
 - daňová základna je nižší než účetní hodnota – vzniká zdanitelný rozdíl
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
4. dlouhodobý finanční majetek, který byl předmětem nepeněžních vkladů do společnosti – rozdíl vzniká v důsledku odlišné daňové a účetní zůstatkové hodnoty
 - daňová základna je nižší než účetní hodnota – vzniká zdanitelný rozdíl
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
5. opravné položky k zásobám
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
6. opravné položky k pohledávkám
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl
7. pohledávky z titulu nároku na úhradu smluvních úroků z prodlení a smluvních sankcí
 - daňová základna je nižší než účetní hodnota – vzniká zdanitelný rozdíl
8. možnost odečíst daňovou ztrátu předchozích let
 - daňová základna je vyšší než účetní hodnota – vzniká odečitatelný rozdíl

Oblast pasiv:

1. účetní rezervy, tvořené na daňově uznatelné náklady
 - účetní hodnota je vyšší než daňová základna (nulová) – vzniká odečitatelný rozdíl
2. nezaplacené pojistné na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění hrazené zaměstnavatelem

VLIV ZACHYCENÍ ODLOŽENÉ DANĚ Z PŘÍJMŮ NA EFEKTIVNÍ SAZBU DANĚ Z PŘÍJMŮ

INFLUENCE OF DEFERRED TAX RECORDING ON THE EFFECTIVE INCOME TAX RATE

Patrik Svoboda, Hana Bohušová

Anotace:

Zaúčtování odložené daně z příjmů slouží také k přiblížení efektivní sazby daně z příjmů k sazbě reálné. Cílem příspěvku je na souboru empirických dat analyzovat vliv jednotlivých titulů, které vedou ke vzniku odložené daně, na její výši a zhodnotit význam jejího zachycení v účetnictví ve vztahu k výsledku hospodaření.

Klíčová slova:

Účetní výsledek hospodaření, základ daně z příjmů, odložená daň.

Abstract:

Deferred tax recording is concerned with the approximation of an effective income tax rate to the real income tax rate too. The goal of this paper is to analyze the influence of each item on the size and structure of deferred income tax in the file of nine business entities and to evaluate the importance of its recording in a relation to the profit or loss.

Key words:

Accounting profit or loss, taxable basis, income tax.

ÚVOD

Odložená daň z příjmů je účetní kategorií, která představuje komplexní problematiku prolínající celým systémem účetnictví i problematikou daní z příjmů. Je jedním z nástrojů uplatnění zásady opatrnosti, aktuálního principu i dalších účetních zásad. Postup jejího vyčíslení představuje náročný proces vyžadující propracovaný systém analytické evidence i systém oceňování.

Povinnost zachycení odložené daně z příjmů v účetnictví mají všechny účetní jednotky, které mají ze zákona povinnost mít účetní závěrku ověřenou auditorem, ostatní účetní jednotky se mohou dobrovolně rozhodnout, zda budou o odložené dani účtovat. Jejím zachycením by mělo rovněž dojít k přiblížení efektivní sazby daně z příjmů sazbě reálné.

CÍL

Cílem příspěvku je analyzovat strukturu titulů vedoucích ke vzniku přechodných rozdílů mezi čistou účetní hodnotou aktiv či pasiv a jejich daňovou základnou a jejich vliv na celkovou výši zaúčtované odložené daně (pohledávky nebo závazku), zhodnocení významu zaúčtování odložené daně z příjmů na výši efektivní sazby daně z příjmů.

METODIKA

V příspěvku jsou prezentovány výsledky analýzy odložené daně, která byla provedena na souboru empirických dat získaných z výročních zpráv devíti účetních jednotek, kterým ze zákona vyplývá povinnost zabývat se odloženou daní. V průběhu analýzy byla zkoumána struktura odložené daně a vliv jejího zaúčtování na výši efektivní sazby daně z příjmů.

Zaměstnání z hlediska pohlaví

I když se podíl žen na pracovním trhu v Mexiku dramaticky zvýšil (participace žen v Mexiku vzrostla nejrychleji ze všech zemí Latinské Ameriky, a to o 256 procent v letech 1970 až 1990) stále je na úrovni USA před 30ti lety. Jedním z důvodů, proč ženy zůstávají doma, je jejich primární role: péče o děti, při nedostatku institucí, které by tuto činnost vykonávali za ně. Mnoho žen ale vstupuje na pracovní trh z důvodů ekonomické nouze a bez toho, že by péči o jejich děti dostatečně zabezpečila jiná instituce. To má pak negativní následky pro celou rodinu, například starší děti ve školním věku musí přebírat tuto péči o mladší sourozence a zanedbávají své vlastní vzdělávání, mnoho dětí je také ponecháváno doma bez dostatečného dohledu.

Na jedné straně finanční tíseň a odpovědnost za rodinu postrčili ženy na pracovní trh za cenu jejich času, který dříve trávily péčí o domácnost a výchovou dětí. Na druhé straně jim tato změna nabídla vyšší autonomii, lepší vyjednávací pozici v rodině, větší pracovní příležitosti a finanční samostatnost.

V současné době ženy dělnice dostávají cca 92,4 % mzdy, kterou dostane muž na stejné pozici. To je do jisté míry způsobené tím, že pracují v odvětvích průmyslu s nižšími mzdami. Zatímco muži pracují především ve výrobě dopravních prostředků nebo elektrotechniky, ženy jsou zaměstnány především v potravinářském a textilním sektoru. Dalším důvodem může být například to, že ženy (a děti) představují především nekvalifikovanou pracovní sílu a „dodatečnou“ pracovní sílu, zatímco muži jsou vnímáni jako kvalifikovaná pracovní síla a živitelé rodiny.

ZÁVĚR

Článek popisuje některá specifika mexického pracovního trhu a upozorňuje na hlavní nedostatky, nespravedlnosti a nerovnosti z hlediska pohlaví. Charakterizuje a analyzuje současný špatný stav a snaží se hledat některá vysvětlení, proč k němu došlo. Zásadní však je, aby se mexický stát jakožto tvůrce zákonů a sociální politiky více zaměřil na odstraňování těchto nerovností. Především by měl více dohlížet na dodržování zákonů zakazujících dětskou práci a diskriminaci žen, dále by měl pokračovat v podpoře vzdělávání žen (jak již činí v rámci programu PROGRESA), vytvářet instituce pro péči o děti v předškolním věku a zlepšit sociální situaci pracujících matek (především samoživitelek). Nezanedbatelnou roli v tomto snažení hraje i nestátní neziskový sektor.

ZDROJE

World Bank: The Economics of Gender in Mexico: work, family, state and market, Washington. 2001

P.Chalupa, O.Vilímková, V.Vilímek: Minulost a přítomnost Mexika a Peru, Masarykova univerzita v Brně, 2001

www.inegi.gob.mx

www.bolsamexicanadeltrabajo.com

www.stps.gob.mx

Kontakt:

Ing. Lucie Stupková, ČZU, PEF, KZE, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6,
tel.: 224 382303, stupkova@pef.czu.cz

práce, která za prvé nutí dívky odejít ze školy dříve než chlapce a za druhé neumožňuje, na rozdíl od práce vykonávané chlapci, kombinovat školu a práci.

Vstup dítěte na pracovní trh je ukazatelem kritického finančního stavu domácnosti a má za následek reorganizaci rodiny. V posledních letech mnozí sociologové upozorňují na změny, které nastávají v tradiční mexické rodině. Dřívější model – otec živitel, matka v domácnosti pečující o děti, bere pomalu za své. Vlivem pracovních příležitostí a nabízených mezd se model často mění tak, že matka a děti pracují, zatímco otec je nezaměstnaný. Je to především proto, že ženám a dětem (jako nekvalifikované pracovní síle) je možno vyplácet nižší mzdu než mužům.

Pokud se podíváme na věk vstupu na pracovní trh zjistíme, že 30% mužů a 15,6 % žen začalo pracovat již ve věku 11ti let. Přibližně 24% z žen, které kdy pracovaly vstoupilo na pracovní trh až po dosažení 20ti let, v porovnání s 11% mužů. Dále bylo zjištěno, že 31% žen nikdy nepracovalo v rámci pracovního trhu, v porovnání s 3,6% mužů. Tyto trendy jsou velmi závislé podle populační kohorty. Převládající ekonomickou aktivitou, do které vstupuje jedinec poprvé po škole je zemědělství – 21% žen a 51% mužů pracovalo v tomto sektoru. Ženy dále našly své první placené zaměstnání v textilních manufakturách (6%), v obchodě (10%), a jako výpomoc v domácnosti (33%). Zatímco muži uvádějí jako své první zaměstnání strojírenství nebo zpracování dřeva (6%), stavebnictví (7%) a obchod (5%). Mobilita zaměstnání se jeví jako nejvíce limitovaná v zemědělství v porovnání s ostatními odvětvími. 55% z mužů, kteří začnou pracovat v zemědělství, také v tomto sektoru zůstanou po celý život (pro průmysl je to 39% a pro obchod 27%). U žen je trend takový, že 39% zůstane v zemědělství, 14% v průmyslu a 17% zůstává pracovat v domácnosti. Na druhou stranu pro ženy pracující v mládí je nejběžnější další aktivitou z hlediska pracovního trhu žádná, tedy opouští placené zaměstnání a odchází z pracovního trhu. Více než 50% žen, které začaly pracovat jako děti v dospělém věku nevykonává žádné placené zaměstnání. Pro srovnání: pouze 37% žen, které začaly pracovat po dosažení věku 15ti let, odejde v dospělosti z pracovního trhu.

Následující tabulka nám ukazuje, že školní docházka začíná upadat ve věku 11 let, což odpovídá přibližně věku ukončení povinné školní docházky. V tomto věku opouští školu 27% dětí, ve věku 14 let je to již 58%. Přitom dívky opouštějí školu o trochu dříve než chlapci. I když není jednoznačné, že opuštění školy vždy znamená vstup na pracovní trh, jednoznačně platí, že jakékoliv pracovní zkušenosti, které může dítě získat ve svém první zaměstnání nevyváží možné vědomosti, kterých by nabylo, kdyby zůstalo ve škole. Přitom další možné vzdělání (po dosažení povinného základního vzdělání) je cennější pro dívky než pro chlapce. Je to způsobeno především tím, že možná zaměstnání pro dívku se základním vzděláním se velmi liší od možných zaměstnání pro chlapce bez kvalifikace. Dále z výzkumu plyne, že časný odchod ze školy má u dívek za následek dřívější založení rodiny a snížení možnosti vstupu na pracovní trh v budoucnosti (nekvalifikovaná žena s dětmi).

Věk odchodu ze školy podle pohlaví (dospělí 18 až 59 let) (v %)

Věk při odchodu ze školy	Muži	Ženy	Obojí	Kumulace
Méně než 4 roky	0,3	0,4	0,4	0,4
5 až 8 let	5,8	6,2	6,0	6,4
9 až 11 let	19,4	22,0	20,7	27,1
12 až 14 let	30,5	31,0	30,6	57,7
15 až 17 let	21,7	20,6	21,2	78,9
18 až 19 let	7,4	8,8	8,1	87,0
20 až 24 let	10,2	8,0	9,1	96,1
později	4,7	3,0	3,9	100,0

Zdroj: ENECE, 1995

V Mexiku funguje od roku 1997 program PROGRESA (Programa de Educación, Salud y Alimentación). Ten má za cíl snížit rozdíl mezi vzděláváním dívek a chlapců, především v chudých rurálních oblastech Mexika. PROGRESA poskytuje finanční podporu nejchudším rodinám oplátkou za to, že se zaručí, že budou posílat svoje děti do školy, tato podpora je mírně vyšší pro dívky. Program je tedy zaměřen především na dívky z chudých izolovaných regionů. V současnosti je do programu zapojeno přibližně 2,6 milionů rodin.

Dětská práce

Vstup na pracovní trh v dětském věku má negativní krátkodobé i dlouhodobé důsledky pro jedince, rodinu i stát. Může brzdit školní docházku, je škodlivý pro zdravotní a psychický stav dětí. Z dlouhodobého hlediska, práce v dětském věku ovlivňuje stupeň dosaženého vzdělání, psychický a mentální rozvoj jedince a má tak následky na celý život. V Mexiku je minimální věk, od kdy může dítě pracovat 14 let, ve věku 14-16 let potřebuje však různá potvrzení (lékařská, od rodičů, od budoucího zaměstnavatele apod.) k získání povolení k práci.

Nižší vzdělání má za následek nižší produktivitu a příjmy v dospělém věku. Ačkoliv může mít jedinec prospěch z dříve nabytých pracovních zkušeností, dlouhodobé výzkumy ukazují, že vyšší dosažené vzdělání jasně převažuje tento možný užitek. Otázka dětské práce má také velký rozměr z hlediska pohlaví. Zisk dosažený vzděláním není totiž pro obě pohlaví stejný, zrovna tak jako užitek, kterého lze dosáhnout prací v dětském věku. Práce, kterou vykonávají dívky a chlapci se totiž liší z hlediska její „tržnosti“ a slučitelnosti se školou.

Časný odchod ze školy v dětském věku se dá nazvat jako „penále“, které jedinec posléze zaplatí v dospělém věku svými nižšími příjmy. Z hlediska pohlaví dochází k velké nerovnosti, kdy dívky platí za odchod ze školy mnohem vyšší penále. Je to především kvůli povaze práce, kterou vykonávají dívky a chlapci v raném věku (viz tabulka níže). Povolání, která zaujímají chlapci (v průmyslu, službách apod.) jim dávají zkušenosti, které jsou jim užitečné v dalším pracovním procesu a lze je nazvat jako „tržní“. Oproti tomu dívky jsou zaměřeny především na aktivity, kde nekumulují žádné nebo velmi malé pracovní zkušenosti užitečné při výkonu dalšího povolání a navíc jsou velmi těžko slučitelné se školní docházkou (jako domácí práce, péče o mladší sourozence a práce v zemědělství). Pozdější nižší příjmy žen se tak dají vysvětlit i jako důsledek jejich nižšího vzdělání a menších pracovních zkušeností – což je začarovaný kruh, protože často rodiče neposílají do školy dívky právě kvůli tomu, že jejich očekávaný budoucí příjem je nižší než u chlapců.

Kombinace činností vykonávaných mladými podle věku, pohlaví a prostředí (v %)

Kombinace činností vykonávaných dívkami/chlapci	Město				Venkov			
	12 - 14 let		15-17 let		12 - 14 let		15-17 let	
	ženy	muži	ženy	muži	ženy	muži	ženy	muži
žádné	0,4	0,9	1,2	3,1	0,5	1,6	1,4	5,2
pouze práce v domácnosti	5,0	2,6	18,1	9,2	12,3	1,5	32,8	3,1
pouze práce na prac. trhu	0,4	2,8	1,4	13,1	1,2	10,7	4,3	36,2
práce na prac. trhu i v domácnosti	1,2	1,6	12,8	9,7	4,9	2,1	13,4	7,5
škola a práce na prac. trhu	0,3	2,6	1,3	3,8	2,1	16,3	1,5	11,1
škola a práce v domácnosti	77,4	60,4	52,9	39,4	47,8	22,9	29,4	10,0
škola, práce na prac. trhu i v domácnosti	2,6	4,1	4,6	5,1	6,4	7,4	4,3	6,2
pouze škola	12,7	25,1	8,7	16,7	24,9	37,5	12,9	20,8

Zdroj: NES, 1995

Práci během školní docházky nelze od určitého věku hodnotit zcela negativně, důležité ale je, aby práce nebyla překážkou ve vzdělávání dítěte. V případě děvčat je však práce limitujícím faktorem, protože redukuje jejich volný čas, čas potřebný na přípravu do školy, má vliv na studijní výkony a ve výsledku i na dosažené vzdělání. Je to opět dáno charakterem

žen mnohem vyšší než u mužů. Na základě dlouhodobých výzkumů bylo dokázáno, že vyšší vzdělání žen má výrazné externí pozitivní efekty (na další členy rodiny - na zdraví dětí, jejich nižší mortalitu, zrovna tak jako zdraví a plodnost samotné ženy). Dosažené vyšší vzdělání mužů má pozitivní efekt především pro ně samé.

Mexický vzdělávací systém je několikastupňový. Sestává ze základního cyklu – ten trvá 6 let, je povinný a bezplatný. Dále může dítě studovat střední stupeň, ten je rozdělen na tři směry (technická škola, příprava na univerzitu nebo příprava na budoucí povolání). Následuje vysoká škola, ty jsou rozděleny na univerzitní, technické a pedagogické. Vysokoškolského vzdělání dosahuje pouze malá část populace (pouze 18% mužů a 12% žen ve věku 25 až 40 let dokončilo alespoň jeden ročník vysoké školy).

Výzkum se zabýval oblastí nerovnosti ve vzdělávání mezi ženami a muži a také rozdíly mezi venkovskou a městskou populací. Proč rodiče investují více do vzdělávání synů než dcer? Může to být očekávanou návratností investice do vzdělání. Dívky mohou být viděny jako méně schopné v budoucnosti vydělat do nich vložené finance. Pokud jsou vyšší stupně školy umístěny dále od místa bydliště, stoupá neochota rodičů pouštět svoje dcery, aby cestovaly na delší vzdálenost. Dále ženy dosahují nižších celkových příjmů na trhu práce, ať je to již způsobeno diskriminací, právě nižším dosaženým vzděláním nebo také kratším celkovým časem stráveným v zaměstnání z důvodů péče o děti. Dalším motivem může být očekávání rodičů, kdo je zabezpečí v případě stáří. Pokud očekávají, že to bude spíše jejich syn, budou investovat více do vzdělání synů.

V rurálních oblastech, kde žije vyšší procento populace v bídě, je horší přístup ke zdravotnickým a vzdělávacím službám a horší infrastruktura, je také nižší školní docházka. Prokázala se jasná závislost mezi příjmy domácnosti a školní docházkou, venkovské děti mají nižší ekonomický status než městské a počet dětí v rodině je výrazně vyšší než ve městě. Dále je na venkově častým fenoménem pozdní zápis do školy – většinou mezi 6 a 9 lety věku. To potom zapříčiňuje u dítěte pocit zaostávání oproti ostatním žákům a zvyšuje pravděpodobnost jeho předčasného odchodu ze školy.

Nejdůležitějšími vlivy na vzdělání jsou podle výsledků tyto:

- **vzdělání rodičů.** Vyšší vzdělání rodičů má jasný pozitivní efekt na vzdělání jejich potomků, přičemž větší vliv na vzdělání dětí má matka, to platí především pro vzdělání dcer. Pro děti z venkova je vzdělání rodičů jednou tak významným faktorem než pro děti z města.
- **přítomnost nebo nepřítomnost rodiče/rodičů v domácnosti.** Absence rodiče/ů v domácnosti má veliký psychologický i motivační efekt na školní docházku dítěte. Pokud chybí jeden z rodičů je na dítě kladeno většinou více nároků z hlediska domácích prací nebo přispívání k rodinnému rozpočtu. To je problém především venkova, kde otec rodiny často emigruje za prací do zahraničí a tím pádem jsou kladeny vyšší nároky na potomky, kteří ho musí zastupovat v některých mužských rolích. V Mexiku je 15% rodin bez otce (z důvodů emigrace, rozvodu, smrti apod.).
- **přítomnost malých dětí v rodině.** Tento faktor ovlivňuje především školní docházku dívek, i když je signifikantní pro obě pohlaví. Starší dcera má odpovědnost za mladší sourozence, což jí neumožňuje navštěvovat školu.
- **příjmy domácnosti.** Chudé rodiny mají méně finančních prostředků na dopravu nebo školní pomůcky, které jsou nutné pro školní docházku dětí. Často, pokud musí volit, kterému ze svých potomků zabezpečí vzdělání, zvolí mužského potomka. Důležitým faktorem je i náklad ztracené příležitosti, v tomto případě jde o ztrátu příjmu z pracovní síly, kterou představuje dítě, pokud studuje a nepracuje.
- **charakteristika komunity** (různá specifika např. u původních indiánských obyvatel).

ROZDÍLY PODLE POHLAVÍ VE VZDĚLÁVÁNÍ, DĚTSKÉ PRÁCI A ZAMĚSTNÁVÁNÍ V MEXIKU

GENDER DIFFERENCES IN EDUCATION, CHILD LABOR AND EMPLOYMENT IN MEXICO

Lucie Stupková

Anotace:

Mexiko prošlo od šedesátých let minulého století velkými demografickými, sociálními a ekonomickými změnami. Vlivem toho se také změnily základní role mužů a žen. Příspěvek obsahuje analýzu dat získaných při dlouhodobém výzkumu ENE a ENECE zveřejněném v roce 1995. Zaměřuje se především na rozdíly mezi pohlavími ve vzdělávání, dětské práci a zaměstnávání v Mexiku.

Klíčová slova:

pohlaví, vzdělávání, dětská práce, zaměstnávání, Mexiko, trh práce, mzdy

Abstract:

Mexico has witnessed major demographic, social and economic changes since the 1960s. In this context, the distinct roles of men and women have also changed. The paper contains the analysis of the data from National Employment Survey and National Survey of Education, Training and Employment, collected in 1995. It looks at the gender differences especially in education, child labor and employment in Mexico.

Key words:

gender, education, child labor, employment, Mexico, labor market, wages

ÚVOD A CÍL

Mexická rodina je stále ještě tradičnější než evropská, hlavní rolí ženy je péče o rodinu a domácnost. Jak se však mění ekonomické a sociální prostředí, dochází i ke změnám v mexické rodině. Dnešní žena má dilema mezi prací a péčí o domácnost, které se nedaří uspokojivě vyřešit. Důvody musíme hledat již ve vzdělávání dívek a práci, kterou vykonávají v dětském věku. Cílem článku je postihnout hlavní kritické okamžiky v životě ženy, které nakonec vedou k její diskriminaci na pracovním trhu.

METODY

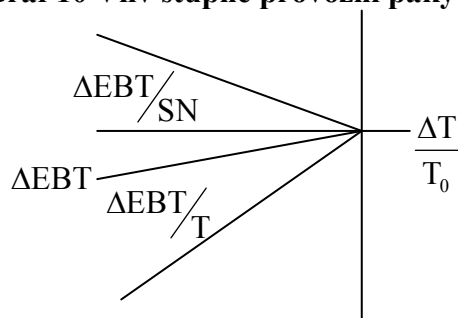
Analýza se opírá o dlouhodobý výzkum ENE (Encuesta Nacional de Empleo) a ENECE (Encuesta Nacional de Educación, Capacitación y Empleo), kterou provedl Národní institut statistiky, geografie a informatiky (INEGI) a Ministerstvo práce a sociálních věcí v roce 1995. Tento výzkum zahrnoval městskou i venkovskou oblast, bylo sledováno okolo 110 000 občanů, u kterých bylo zjišťováno dosažené vzdělání, demografické charakteristiky, struktura rodiny a domácnosti. Výzkum byl zaměřen retrospektivně a u respondentů se sledovaly mzdy a další pracovní charakteristiky v dospělém věku, což bylo srovnáváno s informací o pohlaví respondenta, v jakém věku vstoupil respondent na pracovní trh, v kolika letech ukončil školní docházku apod.

VÝSLEDKY

Rozdíly ve vzdělávání podle pohlaví

Podle statistik v Mexiku neexistuje rozdíl mezi pohlavími při zápisu do základní školy, v dosaženém vzdělání je však nadále výrazný. Přitom sociální kapitál získaný ze vzdělání je u

Graf 10 Vliv stupně provozní páky (varianta IV)



Změna hospodářského výsledku před zdaněním závisí na poměru mezi stálým nákladem a ztrátou v základním období. Pokud je $SN = EBT_0$ v absolutní hodnotě, pak je přírůstek zisku nulový. Je-li v absolutní hodnotě $SN > EBT_0$, pak dochází k přírůstku zisku. V opačném případě objem zisku se snižuje (graf 10).

ZÁVĚR

Stupeň provozní páky lze použít pro mechanické předpovědi vycházející z ekonomických parametrů základního období (EBT_0 , SN_0 , T_0) a z určitého předpokladu růstu tržeb. Předpokládáme-li proporcionální vývoj variabilních nákladů, pak lze provést odhad změny hospodářského výsledku před zdaněním pro prognózované období. Tento odhad je tvořen dvěma faktory, a to změnou zisku z rozsahu výroby a relativní úsporou stálých nákladů.

Odhad skutečné změny hospodářského výsledku před zdaněním bude totožný s jeho prognózou s použitím stupně provozní páky, budou-li splněny výše uvedené předpoklady. Pokud toto nenastane, pak se skutečnost od prognózy bude lišit. Z tohoto hlediska využití stupně provozní páky je vhodným nástrojem pro odhady změny hospodářského výsledku před zdaněním a faktorů jej ovlivňujících.

POUŽITÁ LITERATURA

- STŘELEČEK, F.: Analýza podnikatelské činnosti. VŠZ, Praha, 1991. ISBN 80-213-0098-1.
STŘELEČEK, F.: Analýza podnikatelské činnosti II. JU, České Budějovice, 1992. ISBN 80-85645-02-5.
STŘELEČEK, F.: Stupně efektivnosti nákladů. Monografie. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, České Budějovice, 2004. ISBN 80-7040-722-0.
SYNEK, M.: Manažerská ekonomika. Grada Publishing, Praha, 2003. ISBN 80-247-0515-X.
VALACH, J.: Finanční řízení podniku. EKOPRESS, Praha, 1999. ISBN 80-86119-21-1.

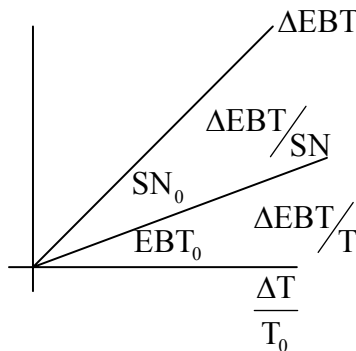
Kontaktní adresa:

Prof. Ing. František Střeleček, CSc., Ing. Radek Zdeněk
Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zemědělská fakulta, Katedra účetnictví a financí, Studentská 13, 370 05 České Budějovice
Tel: 387772471, e-mail: strec@zf.jcu.cz, zdenek@zf.jcu.cz

Varianta I

Dochází k přírůstku tržeb ($\Delta T > 0$) a podnik dosahuje zisku před zdaněním.

Graf 7 Vliv stupně provozní páky (varianta I)

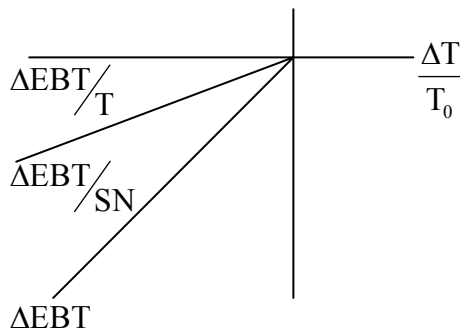


Efekt z rozsahu výroby je akcelerován relativní úsporou stálého nákladu (graf 7).

Varianta II

Pokles tržeb je spjat se ziskem v základním období.

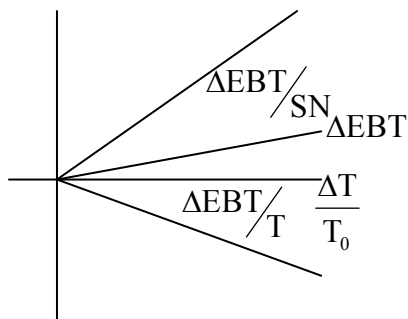
Graf 8 Vliv stupně provozní páky (varianta II)



Relativní pokles tržeb snižuje hospodářský výsledek před zdaněním v základním období.

Varianta III

Přírůstek výkonů je spojen se ztrátou v základním období



Graf 9 Vliv stupně provozní páky (varianta III)

Celková změna hospodářského výsledku před zdaněním závisí na poměru mezi stálým nákladem a ztrátou v základním období. Je-li v absolutní hodnotě $SN > EBT_0$, pak dochází k přírůstku zisku (graf 9). V opačném případě objem zisku se snižuje. Nulový přírůstek zisku je když $SN = EBT_0$ v absolutní hodnotě.

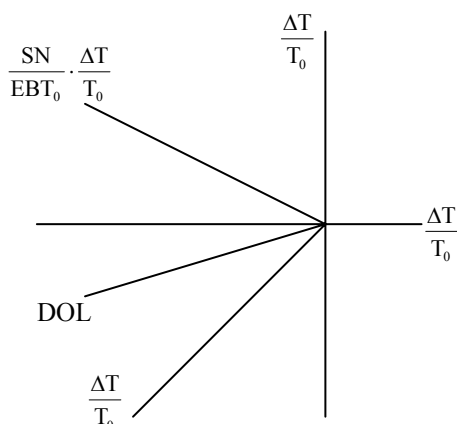
Varianta IV

Úbytek výkonů je spojen se ztrátou v základním období.

Varianta IV

Snižování tržeb je spojeno se ztrátou v základním období ($\Delta T < 0$, $Z_0 < 0$).

Graf 6 Provozní páka (varianta IV)



Stupeň provozní páky určuje záporný relativní přírůstek tržeb akcelerovaný kladným produkčním využitím stálého nákladu. Pokud je $\frac{SN}{EBT_0} = -1$, pak je stupeň provozní páky nulový. V případě, že $\frac{SN}{EBT_0} < -1$, je stupeň provozní páky kladný, v opačném případě záporný (viz graf 6).

5. VLIV STUPNĚ PROVOZNÍ PÁKY NA PŘÍRŮSTEK ZISKU

Z definice stupně provozní páky vyplývá, že relativní změna zisku je rovna relativní změně tržeb krát stupeň provozní páky. Tedy

$$\frac{\Delta EBT}{EBT_0} = DOL \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$$

Úpravou dostaneme

$$\begin{aligned} \Delta EBT &= DOL \cdot \frac{\Delta T}{T_0} \cdot EBT_0 \\ &= \left(\frac{SN_0}{EBT_0} \cdot \frac{\Delta T}{T_0} + \frac{\Delta T}{T_0} \right) \cdot EBT_0 \\ \Delta EBT &= (SN_0 + EBT_0) \cdot \frac{\Delta T}{T_0} \end{aligned}$$

Změna hospodářského výsledku před zdaněním je tedy dána dvěma složkami, a to efektem z rozsahu výroby $\frac{\Delta EBT}{\Delta T} = EBT_0 \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$ a relativní úsporou stálých nákladů

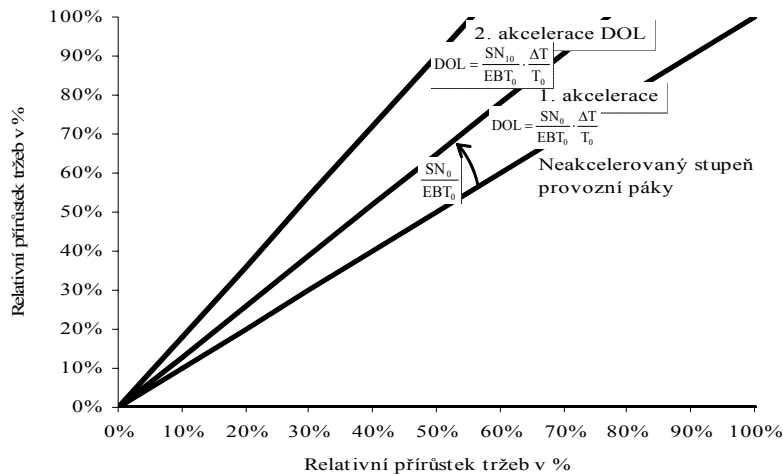
$$\frac{\Delta EBT}{SN} = SN_0 \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$$

Obdobně jako stupeň provozní páky můžeme definovat změny hospodářského výsledku před zdaněním.

1. Změna hospodářského výsledku před zdaněním není definována v případě, kdy tržby v základním období jsou nulové. Nelze tedy odhad změny hospodářského výsledku před zdaněním použít u začínajících podniků.
2. Změna hospodářského výsledku je rovna nule ($\Delta EBT = 0$). V případě, že se nemění tržby nebo stálý náklad a hospodářský výsledek před zdaněním jsou nulové. Platí samozřejmě i alternativa, kdy všichni tři výše uvedení ukazatelé jsou nulové.

V dalším výkladu nepředpokládejme výše uvedená omezení. Pak podobně jako u stupně provozní páky lze definovat tyto tři varianty.

Graf 3 Provozní páka (varianta I)

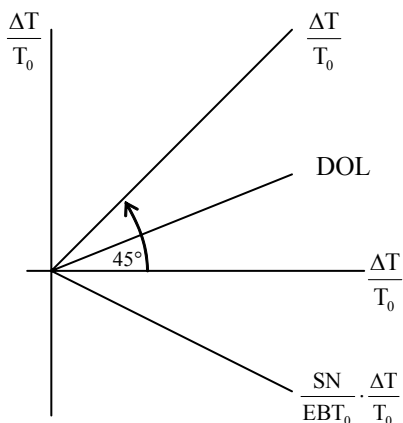


Stupeň provozní páky je větší než 0. Akcelerace provozní páky je dána směrnicí $\frac{SN_0}{EBT_0}$.

Varianta II

Přírůstek tržeb je spojen se ztrátou v základním období.

Graf 4 Provozní páka (varianta II)



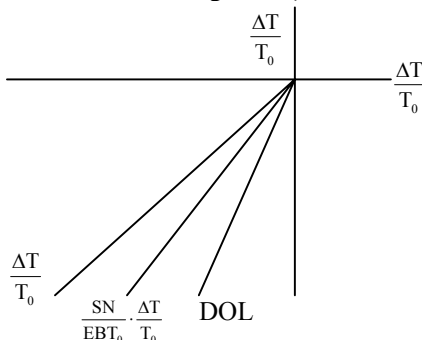
Provozní páka je dána kladnou hodnotou relativního přírůstku tržeb, který je záporně akcelerován produkčním využitím stálého nákladu (graf 4). Stupeň provozní páky se pohybuje mezi přímkou $\frac{\Delta T}{T_0}$ a přímkou

$\frac{SN}{EBT_0} \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$. V případě, kdy $\frac{SN}{EBT_0} = -1$, pak stupeň provozní páky splývá s abscisou. Je-li $\frac{SN}{EBT_0} < -1$, pak stupeň provozní páky je záporný, v opačném případě kladný.

Varianta III

Snížování tržeb je spojeno s kladným hospodářským výsledkem před zdaněním v základním období ($\Delta T < 0, EBT_0 > 0$).

Graf 5 Provozní páka (varianta III)



Stupeň provozní páky je dán zápornou hodnotou relativního přírůstku tržeb, který je akcelerován záporným produkčním využitím stálého nákladu. Snížování tržeb bude znamenat snížení provozní páky (graf 5).

$$DOL = \frac{\Delta EBT}{EBT_0} \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$$

Po úpravě můžeme vyjádřit stupeň provozní páky jako

$$DOL = \frac{T_0 - VN(V)_0}{T_0 - VN(V)_0 - SN_0}$$

$$DOL = \frac{EBT_0 + SN_0}{EBT_0} \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$$

kde $VN(V)_0 =$ variabilní náklady v období 0

$SN_0 =$ stálý náklad v období 0

$EBT_0 =$ hrubý zisk v období 0

a po úpravě

$$DOL = \left(\frac{SN_0}{EBT_0} + 1 \right) \cdot \frac{\Delta T}{T_0}$$

$$DOL = \frac{SN_0}{EBT_0} \cdot \frac{\Delta T}{T_0} + \frac{\Delta T}{T_0}$$

Uvedený vztah lze velmi účinně využít pro mechanické předpovědi relativní změny hospodářského výsledku za předpokladu konstantních jednotkových nákladů variabilních (resp. konstantní nákladovosti variabilních nákladů) a neměnného stálého nákladu v období predikce.

Z uvedených vztahů vyplývá, že provozní páka je rovna součtu relativního přírůstku tržeb a relativního přírůstku tržeb, který je akcelerován poměrem stálého nákladu a hospodářského výsledku před zdaněním v období 0.

Z výše uvedených vztahů lze odvodit pro stupeň provozní páky následující vztahy:

1. Stupeň provozní páky není definován. To je v případě, kdy tržby v základním období jsou nulové ($T_0 = 0$) nebo hospodářský výsledek před zdaněním v základním období je nulový ($EBT_0 = 0$) nebo oba ukazatelé jsou nulové.
2. Stupeň provozní páky je nulový v případě, kdy přírůstek tržeb je nulový ($\Delta T = 0$).
3. Stupeň provozní páky je roven relativnímu přírůstku tržeb. To je v případě, kdy výše stálého nákladu je nulová a jedná se tedy o proporcionální náklady.

Pro ostatní stupně provozní páky budeme předpokládat, že nenastane žádná z výše uvedených variant. V takovém případě můžeme nedefinovat tyto čtyři varianty stupně provozní páky v závislosti na změně tržeb a hodnotě hospodářského výsledku před zdaněním v období 0.

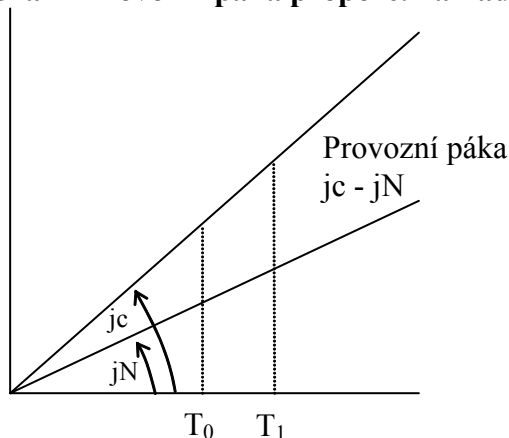
Varianta I

Přírůstek tržeb je doprovázen kladnou hodnotou hospodářského výsledku před zdaněním v období 0. Tyto vztahy uvádí graf 3.

2. PROVOZNÍ PÁKA V PŘÍPADĚ LINEÁRNÍCH TRŽEB A PROPORCIONÁLNÍCH NÁKLADŮ

Provozní páka v závislosti na různé dynamice tržeb a nákladů má různý tvar. Nejjednodušší varianta provozní páky nastává, když tržby mají lineární průběh a náklady na produkci jsou proporcionální. Tuto situaci zobrazuje graf 1.

Graf 1 Provozní páka proporc. nákladů



$$\frac{\Delta EBT}{\Delta T} = (j_{c_0} - j_{N_0}) \cdot (Q_1 - Q_0)$$

Provozní páka v dané případě závisí na rozdílu jednotkové ceny a jednotkového nákladu. Čím je rozdíl jednotkové ceny a jednotkového nákladu větší, tím také je provozní páka silnější.

3. PROVOZNÍ PÁKA V PŘÍPADĚ LINEÁRNÍCH TRŽEB A NADPROPORCIONÁLNÍCH NÁKLADŮ

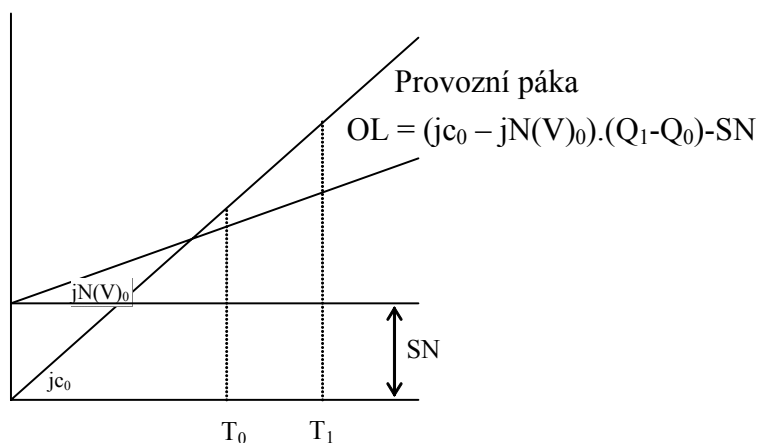
Jiný tvar (jak jej uvádí graf 2) bude mít provozní páka v případě proporcionálních tržeb a nadproporcionálních nákladů. Přímka proporcionálních tržeb:

$$T = j_c \cdot Q$$

Nadproporcionální náklady se sestávají ze stálého nákladu a nákladů proporcionálních:

$$VN = SN + j_{N(V)_0} \cdot Q$$

Graf 2 Provozní páka nadproporc. nákladů



Také v případě nadproporcionálních nákladů výše provozní páky závisí na rozdílu jednotkové ceny a jednotkových nákladů variabilních. Čím je tento rozdíl větší, tím je provozní páka silnější. Výše stálého nákladu vymezuje bod, od kterého je provozní páka pozitivní.

4. STUPEŇ PROVOZNÍ PÁKY

Stupeň provozní páky (DOL – Degree of Operating Leverage) vyjadřuje relativní změnu hospodářského výsledku před zdaněním $\left(\frac{\Delta EBT}{EBT_0} \right)$ odpovídající relativní změně tržeb $\left(\frac{\Delta T}{T_0} \right)$.

VYUŽITÍ FORMÁLNÍ ADEKVACE PROVOZNÍ PÁKY V ŘÍZENÍ PODNIKU

USING OF FORMAL ADEQUACY OF OPERATING LEVERAGE IN MANAGEMENT

František Střeleček, Radek Zdeněk

Abstrakt:

Příspěvek se zabývá využitím provozní páky pro odhadování vývoje hospodářského výsledku podniku a faktory tento vývoj ovlivňujícími. Jsou stanoveny jednotlivé varianty faktorů ovlivňujících provozní páku a jejich vliv na hospodářský výsledek podniku.

Klíčová slova:

provozní páka, stupeň provozní páky, náklady, zisk před zdaněním

Abstract:

The article deals with using of operating leverage for estimation of progress of enterprise profit and factors influencing this progress. There are determined the separated variants of factors influencing the operating leverage and their influence upon the profit.

Key words:

operating leverage, degree of operating leverage, costs, earnings before tax

Příspěvek byl vypracován v rámci řešení výzkumného záměru MSM 600 766 58 06.

ÚVOD A CÍL

Provozní páka je úspěšně nebo méně úspěšně popsána v různých publikacích. Pro její využití v prognózování hospodářského výsledku před zdaněním a faktorů jej ovlivňujících dosud chybělo definování vztahů mezi stupněm provozní páky a faktory, které ji ovlivňují. Snahou autorů je upozornit na tyto vztahy, a tím i přispět k racionalizaci využití tohoto nástroje v praxi.

1. PROVOZNÍ PÁKA

Provozní páka vyjadřuje reakci provozního zisku před zdaněním (EBT) na změnu celkových tržeb.

$$OL = \frac{EBT_1 - EBT_0}{T_1 - T_0}$$

Příklad provozní páky

Předpokládejme, že výrobní podnik dosáhl těchto parametrů hospodaření:

Zisk ve srovnávaném období $EBT_1 = 1\,500$

Zisk v základním období $EBT_0 = 1\,000$

Objem tržeb ve srovnávaném období $T_1 = 12\,000$

Objem tržeb v základním období $T_0 = 8\,000$

$$\text{Výše provozní páky} = \frac{EBT_1 - EBT_0}{T_1 - T_0} = \frac{1500 - 1000}{12000 - 8000} = 0,125$$

Zvýšení tržeb o 1 000 Kč přináší zvýšení zisku o 125 Kč.

výhradně na výsledovku; v závislosti na povaze transakce mohou být zaznamenány a vykázány přímo ve vlastním kapitálu, aniž projdou výsledovkou (viz. předchozí kapitola). Mezinárodní výkaznictví pracuje běžně s výrazem *Retained earnings*. Představují celkovou výši zisků/ztrát, jež podnik dosáhl za celou dobu své existence – ovšem po odečtení té výše zisku, která byla rozdělena mimo podnik (formou přiznaných dividend, podílů na zisku, atd.). Tato problematika je poměrně rozsáhlá a tak pro účely tohoto příspěvku jen zjednodušeně. V rozvaze ČR by charakteristice *Retained earnings* odpovídaly Fondy ze zisku a Výsledek hospodaření minulých let, ovšem s určitými významnými výhradami. (Kovanicová, 2004)

DISKUSE A ZÁVĚR

Výklad obsahu a překlad účetních termínů není v praxi jednoznačný. Některé termíny nejsou ještě ustálené a ne vždy se používají jednotné názvy pro stejné skutečnosti. Je důležité, aby byl překladatel obeznámen i s širšími okolnostmi překladu. Předně komu bude překlad sloužit. Zdali se jedná o uživatele předkládající účetní závěrku podle mezinárodních účetních standardů či například o americké investory. Často bude možná potřebné si se zadavatelem ujasnit podrobně obsah vykazovaných položek a na jeho základě dospět ke kompromisu v terminologii. Není pochyb o tom, že proces harmonizace výkaznictví bude pokračovat a tak se možná za několik let či desetiletí dočkáme souladu v používané účetní terminologii.

LITERATURA

1. Kovanicová, D. a Kovanic, P. *Poklady skryté v účetnictví*, Díl I *Jak porozumět účetním výkazům*, Bova Polygon, Praha, 2001, ISBN 80-7273-047-9
2. Kovanicová, D.: *Jak porozumět světovým, evropským, českým účetním výkazům*, Bova Polygon, Praha, 2004, ISBN 80-7273-095-9,1
3. Mládek, R. *Světové účetnictví*, Linde Praha, 2002, ISBN 80-7201-307-6
4. Žárová, M. *Terminologie finančního účetnictví a výkaznictví v angličtině*, studijní materiál k odbornému semináři, Praha, červen 2005

Kontakt:

Ing. Marta Stárová
Ing. Enikő Lörinczová
Česká zemědělská univerzita
Provozně ekonomická fakulta
katedra obchodu a financí
Kamýcká 129, 165 21 Praha 6 – Suchbátka
tel. +420 224382371, +420 224382373

výhradně s prodejem externích výkonů na trhu za tržní cenu. V angličtině mluvíme o *Revenues* někdy o *Sales*. Naopak interní výnosy – protiklad nákladů ve smyslu *Costs* – jsou formou vnitřního uznání jejich racionality, tedy hodnotově vyjádřeného prospěchu, který se v budoucnu očekává jako výsledek vynaložení nákladů. Ve finančním účetnictví se zdůrazňuje především jejich vliv na současné zvýšení ekonomického prospěchu a vlastního kapitálu. Nejprůhodnějším pro překlad se jeví termín *Gains*. Výnosy jsou charakterizovány jako zvýšení ekonomického prospěchu, k němuž došlo v účetním období, které se projevilo buď zvýšením aktiv nebo snížením závazků, a které vedlo ke zvýšení vlastního kapitálu jiným způsobem, než jsou vklady do vlastního kapitálu vlastníků.

Ne všechny transakce povahy výnosů a nákladů nutně procházejí výsledovkou. Některé transakce představující zejména okrajové události nevstupují do výsledovky, ale zobrazují se přímo ve vlastním kapitálu. To znamená, že některé operace povahy nákladů a výnosů se účtují rozvahově: zvýšení aktiv či snížení závazků se zobrazí souvztačně s odpovídající položkou vlastního kapitálu. Příkladem může být přecenění dlouhodobých hmotných aktiv, snížení hodnoty realizovatelných cenných papírů či přijetí daru. (Kovanicová, 2001)

Shrnutí:

Výsledovka zahrnuje:

- výnosy (*revenues*) a náklady (*expenses*) pocházející ze základních (hlavních, ústředních) pokračujících výdělečných činností podniku,
- přínosy (*gains*) a újmy (*losses*) pocházející z okrajových, periferních operací podniku a ze všech ostatních transakcí, událostí a okolností postihujících podnik během účetního období (vyjma těch, které ovlivňují vlastní kapitál přímo)

Vlastní kapitál zahrnuje:

- vklady a výběry vlastníků
- přínosy (*gains*) a újmy (*losses*) pocházející z okrajových transakcí podniku a ostatních událostí a operací, pokud ovlivňují vlastní kapitál přímo, vyjma vkladů vlastníků (rozdělení vlastníků)
- výnosy (*revenues*) a náklady (*expenses*), přínosy (*gains*) a újmy (*losses*) vstupující do vlastního kapitálu nepřímo prostřednictvím výsledovky

V zásadě lze také uvést, že platí následující rovnice:

$Expenses + Losses = Expenses$

$Revenues(Sales) + Gains = Income$ někdy také *Profit*

Výsledek hospodaření

Zajímavými pojmy z hlediska výkladu účetní terminologie se jeví *Income* a *Profit*. V předchozí kapitole je naznačeno, že se může jednat o výnosy v širším slova smyslu. Tedy o tržby a jiné přínosy či zisky. Oba výrazy však také vyjadřují zcela odlišnou kategorii finančního výkaznictví. Jsou nositeli kladného výsledku hospodaření, tedy zisku. Obzvláště *Profit* se běžně používá v této souvislosti a společně se svým „protikladem“ *Loss* (ztráta) vystupuje v označení výsledku hospodaření – *Profit or loss*.

Zejména americké výkaznictví pracuje s pojmem *Comprehensive income* – je to vlastně úplný výsledek hospodaření, který porovnává výnosy (*revenues*) a přínosy (*gains*) s náklady (*expenses*) a újmami (*losses*). Přitom všechny tyto položky nejsou vždy součástí výkazu zisku a ztráty, jak je to zvykem v českém účetnictví. Přínosy (*gains*) a újmy (*losses*) nejsou vázány

Rozvaha

V pasivech rozvahy se vyskytuje překladačská zajímavost. Týká se rezervního fondu jako fondu tvořeného ze zisku, jež je součástí vlastního kapitálu a rezerv, které se tvoří na vrub nákladů běžného roku a jsou tudíž součástí cizího kapitálu. Jediný překlad pro rezervní fond je *Reserves*. Termín *Reserves* však také označuje všechny fondy tvořené ze zisku. Jediný překlad pro rezervy je *Provisions*. Přičemž termín *provision* by mohl být používán i pro opravné položky, aby však bylo zabráněno nedorozuměním, většinou se opravné položky k ... překládají jako *Adjustments to...*

Výkaz zisku a ztráty (Výsledovka)

Jak již bylo předestřeno Výkaz zisku a ztráty se překládá jako *Profit and loss account* nebo *Income statement*. Zjednodušeně lze říci, že se ve výsledovce vykazují náklady a výnosy běžného období a jejich odečtením se zjistí účetní výsledek hospodaření daného roku. Avšak pro pochopení náplně jednotlivých vykazovaných položek (*items*) je nutné jednak si připomenout, že náklady a výnosy vstupují do výsledovky na základě dodržování aktuálního principu a jednak osvětlit si jeden z nejzajímavějších jevů tohoto tématu, a to je překlad pojmu náklad.

Český pojem „náklady“ totiž nedovoluje rozlišit, zda se jedná o náklady, které vstupují do výsledovky a ovlivňují výsledek hospodaření či zda se jedná o náklady, které vstupují do ocenění pořizovaných aktiv a které se tedy aktivují. A dále česká terminologie nerozlišuje výnosy a náklady z hlavní a vedlejší činnosti, tak jako výkazy sestavené podle nadnárodních standardů.

V tomto směru je tedy anglická terminologie košatější a do značné míry i přesnější a jednoznačnější. Obsahová odlišnost mezi náklady zobrazovanými ve finančním a nákladovém účetnictví je natolik závažná, že v anglické terminologii jsou rozlišovány i pojmově. *Costs* se používá pro náklady ve smyslu účelného a účelového vynaložení ekonomických zdrojů používá pojem, zatímco o nákladech vyjádřených z hlediska cílů finančního účetnictví se používá pojem *Expenses*. Všechny *Expenses* jsou součástí výkazu zisku a ztráty, ale ne všechny *Costs* budou snižovat výsledek hospodaření běžného roku.

Náklady spojené s hlavní činností, které vstupují do výsledovky jsou *Expenses* a „ostatní“ náklady se označují jako *Costs*. Náklady (újm, „ztráty“) spojené s vedlejšími činnostmi jsou *Losses*. Výnosy z hlavních činností vstupující do výsledovky jsou *Revenues*, výnosy (přínosy, „zisky“) z vedlejších činností se označují jako *Gains*. *Losses* a *Gains* jsou pod podnikovou kontrolou (podnik je ovládá, řídí) a mohou být klasifikovány podle původu (podle jejich příčinného zdroje) nebo jako provozní a neprovozní.

Expenses jsou snížením ekonomického prospěchu během účetního období, a to jednak ve formě snížení (úbytku, spotřeby) aktiv, jednak ve formě zvýšení dluhů; obojí ústí v konečném důsledku (snížením zisku běžného období) do snížení vlastního kapitálu. Pod pojmem *costs* si můžeme představit náklady spojené s pořízením majetku, například dopravné, instalaci, montáž, které vstupují do pořizovací ceny daného majetku, ale i cenu, za kterou byl daný majetek pořízen. Můžeme tedy v tomto případě mluvit o „nákladech na pořízení“. Tyto *costs* ovlivní výsledek hospodaření až při vyskladnění majetku, kdy se „změní“ v *revenues*. *Costs* lze také charakterizovat jako ekonomickou hodnotu, která byla obětována za určitým účelem. *Cost* je ekonomická hodnota (vyjádřená v peněžních jednotkách) předmětu (nebo služby), kterého se účetní jednotka vzdala (kterou vykonala), nebo kterého se slíbila vzdát (slíbila vykonat), aby v rámci transakce získala jiný předmět (nebo službu) od jiné účetní jednotky nebo osoby (Mládek, 2002).

V zásadě obdobný vztah jako mezi dvojím pojetím nákladů, je také mezi pojetím výnosů. Pojem externí výnosy, které jsou protikladem nákladů ve smyslu *Expenses*, se spojují

VÝSLEDKY

Výkaznictví a harmonizace

Harmonizací se rozumí přibližování účetních pravidel a účetních výkazů různých zemí do té míry, aby předkládané výkazy byly srovnatelné a obecně srozumitelné. (Kovanicová, 2001) Tyto snahy probíhají ve světě v několika proudech a projevují se jako:

1. Harmonizace v rámci určitého společenství zemí; pro ČR je to sblížení účetnictví uvnitř Evropské unie.
2. Úsilí o celosvětovou harmonizaci účetního výkaznictví. Zde zaujímají významnou roli dva ucelené soubory účetních standardů: **Mezinárodní účetní standardy** – IAS (International accounting standards), nově IFRS (International Financial Reporting Standards) a **americké účetní standardy** (US GAAP – US Generally Accepted Accounting Principles) (Kovanicová, 2001).

Příprava volného pohybu zboží, osob a kapitálu v zemích Evropské unie vyžaduje vytvořit jednotné podnikatelské prostředí včetně harmonizace účetního výkaznictví a včetně právních norem o kapitálových společnostech. Nástroji této harmonizace jsou **direktivy ES** závazné pro všechny členské státy v tom smyslu, že každá země musí zpracovat direktivy do svého národního zákonodárství. Z dosud vypracovaných direktiv se účetnictví týká čtvrtá, sedmá a osmá. Česká republika vypracovala na základě direktiv Evropské unie **České účetní standardy**.

Potřebě celosvětově platných účetních norem, které by nevycházely z národní úpravy jediné země, pramenící z růstu mezinárodního kapitálového trhu, nejlépe vyhovují Mezinárodní účetní standardy (IAS, IFRS).

Nejstarší a nejpropracovanější soubor požadavků týkající se sestavování a zveřejňování účetních výkazů mají Spojené státy americké. US GAAP – všeobecně uznávané účetní zásady představují ucelený národní systém regulace účetnictví. Kvalita tohoto systému je natolik vysoká, že vyhovuje náročným požadavkům všech světových burz. Mnohé ze zásad přejímá do svého systému i řada dalších zemí světa a mnohé z nich lze nalézt i v Mezinárodních účetních standardech.

S harmonizací účetnictví také souvisí ujednacení používané terminologie. Většinou se objevují odlišnosti v terminologii dle Mezinárodních účetních standardů a US GAAP. Evropské direktivy přebírají termíny z obou systémů. Je nutno konstatovat, že často se pro jednu skutečnost používají různé termíny a naopak pro různé skutečnosti termíny stejné.

Účetní výkaz neboli výkaz finančního výkaznictví se přeloží jednoduše jako *Financial statement* neboli *Statement of financial accounting*. Financial statement není však pouze výkaz, ale také „Účetní závěrka“, tedy sestavení účetních výkazů. Doslovný překlad by mohl být „účetní výkaz, který odpovídá obsahové náplni účetní závěrky“. Při sestavování účetních výkazů se můžeme setkat i s pojmem *Reporting*. Účetní uzávěrka je uzavírání účtů pomocí uzávěrkových účtů (Konečný účet rozvahový a Účet zisků a ztrát). V překladu se používá výraz *Book-closing*.

Mezi základní účetní výkazy patří Rozvaha a Výkaz zisku a ztráty (Výsledovka). Rozvaha je svorně označována jako *Balance-sheet*, ale pro Výsledovku má anglické a americké pojetí jiný termín. V mezinárodních standardech je sestavován *Profit and Loss Account* zatímco ve standardech amerických *Income Statement*. Zajímavé je, že Angličané používají pojem *account*, který samostatně představuje v češtině účet. Člověk neznalý by mohl předpokládat, že se v tomto případě jedná o „Účet zisku a ztráty“ a ne o výkaz. Termín *statement* je také široce používaný. Obecně představuje výkaz, ale také přehled, výpis (např. bankovní), výrok (matematický) a dokonce i účet.

PROBLEMATIKA PŘEKladU ÚČETNÍ TERMINOLOGIE

TRANSLATION OF ACCOUNTING TERMINOLOGY

Marta Stárová, Enikő Lőrinczová

Anotace:

Příspěvek poukazuje na obtížnosti překlada zahraniční literatury a upozorňuje na úskalí doslovného překlada. Najít odpovídající termín se neobejde bez hlubších znalostí principů a postupů v českém a mezinárodním účetnictví a rozdílů mezi nimi. Článek objasňuje obsahovou náplň vybraných položek účetních výkazů sestavených podle mezinárodních požadavků a paralely s náplní českých účetních výkazů.

Klíčová slova:

harmonizace, náklady, výnosy, výsledek hospodaření, rozvaha, výsledovka

Summary:

The contribution point out the difficulty of translating the foreign literature word-to-word. To find the appropriate term requires the knowledge of Czech and international accounting principles and procedures and differences between them. The article explains the content of financial statements items created according to the international requirements and the parallels with the content of the Czech accounting statements.

Key words:

harmonization, expenses, costs, revenues, profit/loss, balance-sheet, income statement

ÚVOD

V souvislosti s harmonizací účetnictví vyvstává potřeba ujednoceného pohledu na základní kameny finančního výkaznictví, na výkazy. Vzhledem k dlouhé době odděleného vývoje jednotlivých nadnárodních standardů a krátké době od vzniku Českých účetních standardů, (které od nich byly nepřímo odvozeny přes direktivy Evropské unie), nelze konstatovat, že by obsah výkazů a používaná terminologie byly sladěny. Je potřeba na existující nesoulady ukazovat, vysvětlovat je a tím předcházet možným nedorozuměním v mezinárodní komunikaci; a také tak možná pomoci k jejich postupnému odstranění.

CÍL A METODIKA

Cílem příspěvku je objasnit obsahovou náplň vybraných položek účetních výkazů sestavených podle mezinárodních požadavků a na základě české legislativy. Upozornit na nejednoznačnost a nejednoduchost překlada účetní terminologie bez hlubších znalostí účetní problematiky. Vysvětlit některé problematické pojmy.

Na základě studia uvedené literatury a shrnutím poznatků z odborných seminářů, příspěvek po uvedení do problematiky „Výkaznictví a harmonizace“ vysvětluje nejproblematictější termíny „Rozvahy“ a analyzuje „Výsledovku“ z hlediska vybraných položek důležitých pro pochopení celého principu vykazování a překládání účetní terminologie. Zvláště podrobně se zabývá náklady a výnosy. Navazuje rozbor struktury „Výsledku hospodaření“ s překlady termínů spojených se ziskem či ztrátou.

Signální rovnováha má určité specifické rysy ve srovnání s běžným konceptem rovnováhy. Některé rovnovážné stavy jsou lepší nebo horší než jiné z hlediska Paterovy efektivity, ale i z hlediska rychlejšího nebo pomalejšího návratu do rovnováhy a z hlediska většího nebo menšího rozdílu mezi soukromými a společenskými výnosy vzdělání. Efekt působení těchto signálů zde často vede k tomu, že soukromý výnos vzdělání je vyšší než společenský.

5. ZÁVĚR

Teorie filtru chápe výši dosaženého vzdělání jako relativní ukazatel, který je daleko více ovlivněn tím, jaké úrovně vzdělání dosahují jiní jednotlivci, než absolutní úrovní vzdělání. Je to především nástroj selekce, jehož jiné úlohy jsou druhotné. Je-li vyšší vzdělání ve společnosti více rozptýleno, nezaručuje již jeho nositeli tak výhodné uplatnění jako v případě, když je podíl vzdělaných lidí menší. F.Hirsch a ostatní teoretici tohoto směru se tedy nezajímají tolik o samotnou efektivnost vzdělání jako takového, ale o jeho širší dopady.

Pojetí vzdělání v teorii signálů spíše doplňuje neoklasické pojetí teorie lidského kapitálu, než aby bylo jejím popřením. Rozhodování v podmínkách rizika a nejistoty je v současné době také předmětem zkoumání neoklasické teorie, která také rozvíjí analýzu situací při nedokonalé informovanosti, což je právě tento případ.

Teorie M.Spenceho a jiných teoretiků klade důraz na význam signálů na trhu práce. Tyto signály ovlivňují a korigují chování a očekávání subjektů na trhu práce. Vzdělání je jedním z takových signálů. Rovnováhou na trhu práce pak Spence rozumí takový stav, kdy očekávání účastníků trhu (zejména zaměstnavatelů) jsou potvrzena reakcemi na trhu a není třeba je dále korigovat. Spence tedy chápe rovnováhu jako stav, kdy jsou v souladu očekávání s realitou (korektní očekávání). Tento stav lze nazvat signální rovnováhou. Dochází k ní v procesu postupného přizpůsobování. V důsledku projevení signálů někteří účastníci trhu práce získávají, jiní ztrácejí. Vzdělání jako signál vede zaměstnavatele i zaměstnance k rozhodnutím, která činí na základě principu minimaxu (maximalizace výnosů a minimalizace nákladů) v souladu s principy neoklasické teorie. Avšak signální rovnováha má i svá specifika. Jsou „lepší“ a „horší“ rovnovážné stavy jak z hlediska paretovskými pojetí efektivity, tak z hlediska rychlého nebo pomalejšího návratu do rovnováhy a z hlediska diskrepance mezi soukromými a společenskými výnosy vzdělání.

Teorie signálů však také poukazuje na možnost nedokonalé informovanosti, tedy omezenou vypovídací schopnost signálů, včetně signálu – vzdělání. Signály o rozdílech mezi zaměstnanci, které zaměstnavatel využívá pro svá tržní rozhodnutí, nemusí obsahovat důležité informace, mohou je zkreslovat nebo překrývat. Možnost chybného rozhodnutí ve smyslu suboptimální alokace, která nepřináší maximální čistou výhodu, je podle této teorie právě tak možná jako dosažení optimální alokace zdrojů. Teorie signálů představuje důležité prohloubení znalostí o fungování vzdělání v soudobé ekonomické teorii.

Literatura

7. Hirsch, F., *Social Limits To Growth*, Twentieth Century Fund, 1976
8. Jervis, J., *The Logic of Images in International relations*. Princeton, Princeton University Press, 1970
9. Lewis, D., *Convention: A Philosophical Study*. Cambridge – Massachusetts, Harvard University Press, 1969
10. Spence, M., *Market Signalling*. Cambridge – Massachusetts, 1974
11. Šreédl, K., *Vzdělání v ekonomické teorii*, Sborník z konference PEF ČZU, Agrární perspektivy XIV., Praha 2005
12. Thurow, L., *Generating Inequality*. New York, 1975
13. Varian, H., *Mikroekonomie*. Praha, Victoria Publishing, 1995

Kontaktní adresa:

Ing. Alexandr Soukup, CSc., KET, PEF, ČZU, Kamýcká 129, Praha 6, Suchdol, 165 21
s_ket@pef.czu.cz, Tel.: 224382334

případech jsou tržní reakce odlišné od dřívějších. Teorie signálů (screening theory) je doplněna hypotézou neustálých korekcí odhadů ekonomických subjektů.

Typická transakce na pracovním trhu je dvojstranná, zaměstnanec prodává na sjednanou dobu své pracovní schopnosti a zaměstnavatel je kupuje. Pracovník je stranou nabízející a zaměstnavatel stranou poptávající. Kvalita pracovních služeb je však pro zaměstnavatele nejistá, kupuje tedy statek v podmínkách rizika a nejistoty. Stejně tak potenciální pracovník kupuje statek, jehož některé vlastnosti nejsou známy. Patří sem také pracovní prostředí a další náležitosti, zatímco mzda je čistým transferem, který z této transakce vyplývá. Ani jedna z obou stran (zaměstnanec i zaměstnavatel) si nemohou být v okamžiku uzavírání této transakce jisti tím, jaké charakteristické rysy statek předkládaný druhou stranou přesně má. To znamená, že zaměstnanec neví, jak bude vypadat potenciální pracovní prostředí, a zaměstnavatel neví, jak kvalitně bude zaměstnanec práci vykonávat, jak produktivní služby jeho práce budou. Oba se v této situaci řídí určitým odhadem (očekáváním) budoucího stavu.

Rovnováha na trhu práce nastává tehdy, jestliže očekávání zaměstnavatelů o vztahu mezi produktivitou pracovníka, která není v okamžiku najímání známa, a jeho vlastnostmi (vzdělání, pracovní zkušenosti, případně další vlastnosti) jsou potvrzena skutečnými výsledky jeho práce. Zaměstnavatel tedy již svá očekávání dále nekoriguje. Totéž by mělo platit na straně zaměstnance z hlediska shody jeho očekávání a skutečného stavu věcí. Spence používá pro tento stav název signální rovnováha.

Zaměstnavatel může svou míru nejistoty snížit na základě svých minulých zkušeností a také na základě signálů, tedy potenciálně užitečných informací ve formě explicitních charakteristických rysů, jako je úroveň a typ vzdělání, osobní charakteristiky, ale také se orientuje podle dojmů a dalších signálů, které nemusí být „racionální“ v běžném smyslu.

Získávání těchto informací může vyžadovat určité náklady, zaměstnavatel porovnává výnos z jejich získávání a náklady na jejich pořízení. Jervis (1970) klasifikuje signály takto:

Potenciální signál – představuje pozorovatelnou změnitelnou charakteristiku jednotlivce

Potenciální index – představuje pozorovatelnou nezměnitelnou charakteristiku jednotlivce

Aktuální signál (index) je potenciálním signálem (indexem), který ovlivňuje pravděpodobnostní odhad produktivity zaměstnance ze strany zaměstnavatele. Potenciální signály a indexy se tedy mohou změnit v aktuální, jestliže začnou ovlivňovat očekávání zaměstnavatele. Jedním z nich je vzdělání.

Zaměstnavatel by zdánlivě mohl určit produktivitu jednotlivce a usměrňovat ho podle ní, ale ve skutečnosti trvá určitou dobu, než se latentní schopnosti zaměstnance stanou zjevnými. Vychází proto z určitých signálů, kterými jsou délka a typ školního vzdělání, nebo například prestiž absolvované univerzity apod. Pro potenciálního zaměstnance je vzdělání věcí volby, počet let a druh vzdělání pro něho představuje peněžní a psychické náklady (včetně alternativních). Jeho problémem je tedy odhad optimální úrovně vzdělání.

Pro zaměstnavatele je alespoň do určité míry výhodné opatřit si informace obsažené v signálech, protože nevyužití dostupných informací o talentovaných lidech znamená pro něho znevýhodnění v konkurenci s jinými zaměstnavateli. Pokud ostatní zaměstnavatelé tyto informace využívají, začal by za nimi zaostávat a jeho konkurenceschopnost by se snižovala.

Tržní signály mají spojitost s teorií rovnováhy. Procesy udržování takto pojeté rovnováhy (signální rovnováhy) jsou dvojího druhu. Spočívají v neustálé korekci očekávání subjektů a ve fungování mechanismu zpětné vazby, který vytváří nové podklady pro revizi těchto očekávání. Rovnovážný stav v sobě obsahuje sadu očekávání, která nevyžadují revizi v rámci daného období, což je často nerealistickým předpokladem. Subjekty posléze získávají informace, které nemohou získat před provedením transakce. Očekávání lze chápat jako rozdělení podmíněných pravděpodobností nepozorovaných jevů při znalosti pozorovaných. Navíc skladba jedinců na trhu práce se neustále mění.

náklady, tedy jestli je míra návratnosti výdajů určených k získání vyšší kvality srovnatelná s mírou návratnosti při alternativním užití prostředků.“ (Šrédl, 2005)

2. CÍL A METODIKA

Cílem předkládaného příspěvku je analýza chápání vzdělání jako filtru a jako signálu.

Použitá metoda zpracování příspěvku vychází nejprve ze studia základních teoretických proudů ekonomické teorie zabývajících se úlohou a významem vzdělání. Podrobné pojednání se pak zabývá rozbořem významu vzdělání jako tržního signálu.

3. VZDĚLÁNÍ JAKO FILTR

Teorie filtru chápe vzdělání především jako nástroj, který umožňuje výběr mezi vzdělanými jednotlivci podle jejich využitelných kvalit. Za prvořadou považuje selektivní funkci vzdělání. Nepřijímá neoklasický předpoklad dokonalé informovanosti. Úroveň znalostí, kterou potenciální zaměstnavatel disponuje, totiž vychází ze signálů, které obsahují jenom omezené množství informace. Jedním z těchto signálů je vzdělání. Zaměstnavatel ovšem vybírá i podle jiných signálů, jako je třeba rasa, pohlaví, věk atd.

Z hlediska teorie filtru není ani tak důležitá úloha vzdělání při zvyšování produktivity, ale vzdělání spíše informuje o výši a kvalitě lidského kapitálu. Důležitá je tedy úroveň schopností a jiných žádaných vlastností, které se vyskytují u jednotlivců ještě před profesionální přípravou nebo mimo ni. Úlohou vzdělání je jejich zviditelnění a zvyšování míry informovanosti subjektů na trhu práce o těchto schopnostech. Klíčová úloha vzdělání je tedy to, že slouží jako signál na pracovních trzích.

Efektivnost vzdělání závisí na schopnosti trhu alokovat potřebné jednotlivce na odpovídající pracovní místa, tedy na tom, s jakou úspěšností plní vzdělání svou selektivní funkci. Jeho ostatní úlohy se v teorii filtru chápou jako sekundární. Pro efektivnost vzdělání má potom větší význam to, jak s ním disponují různé produktivní jednotlivci, než absolutní úroveň vzdělání. Rozšíření vzdělání ve společnosti spíše obsah odpovídajících signálů zmenšuje.

Jak uvádí F. Hirsch: „Vzdělání je ve své ekonomické funkci filtrem a továrnou. Rozšíření počtu diplomů znamená samo o sobě pokles počtu signálů z jednotlivých diplomů,“ (Hirsch, 1976, p. 48). Rozšíření vzdělání ve společnosti v důsledku široké podpory ze strany vlády i jiných institucí, jak k němu došlo v šedesátých a sedmdesátých letech ve vyspělých zemích, může vést ke snížení jeho významu z hlediska dosažení lepšího pracovního místa.

4. VZDĚLÁNÍ JAKO SIGNÁL

Hlavní význam zde má pojem tržního signálu a jeho úloha na trzích, v tomto případě na trhu práce. M. Spence definuje tržní signály jako aktivity nebo vlastnosti jednotlivců na trhu, které mění představy a očekávání jiných jednotlivců – účastníků trhu. Toto velmi široké pojetí signálu zahrnuje takové odlišné jevy jako ceny, inzeráty, reklamní nápisy atd.

Na pracovních trzích se setkáváme se specifickými signály. Stejně jako na všech trzích také zde dochází k procesům komunikace a výměny informací. Potenciální zaměstnavatel si většinou není jist kvalitami zájemce o práci, kterého se chystá najmout. Jedná se o investici v podmínkách rizika a nejistoty. V podobné situaci je však každý kupující na trhu statku s tím, že míra rizikovosti je někdy nižší, někdy vyšší. Odpovídající mechanismy eliminace (nebo snížení) rizikovosti jsou specifické pro různé trhy. Na trhu práce se poptávající může řídit určitými zjistitelnými nebo projevenými vlastnostmi potenciálního zaměstnance, jako jsou vzdělání, image, minulá zaměstnání, ale také etnická příslušnost, případně rasa a pohlaví. To jsou příklady signálů na trhu práce.

Důležitou součástí uvedeného pojetí je také velká úloha očekávání. Předpokladem je, že jednotlivci se učí na základě zkušenosti a revidují své předchozí odhady. V takových

VZDĚLÁNÍ A INFORMAČNÍ SPOLEČNOST

DUICATION AND LEARNING SOCIETY

Alexandr Soukup

Anotace:

Příspěvek se zabývá alternativními teoriemi vzdělání v ekonomické teorii. Nejdůležitějším druhem lidského kapitálu je vzdělání. Vedle známé teorie lidského kapitálu (G. Becker a jiní) může být vzdělání také analyzováno v rámci teorie filtru (signálů), což je jeden ze základních směrů, které analyzují ekonomickou úlohu vzdělání.

Klíčová slova:

Vzdělání, teorie signálů, teorie filtru, tržní rovnováha, lidský kapitál, poziční statky, signál

Summary:

The article is interested in alternative theories of education in economic theory. Beside known theory of human capital (Becker and others) education could be also analyze in framework of the screening theory which is also one of basic streams analyzing economic role of the education.

Key words:

Education, screening theory, philter theory, market equilibrium, human capital, positional goods, signal

1. ÚVOD

Úlohou a významem vzdělání se teoretická ekonomie zabývá již několik desetiletí. Za tu dobu se vymezipily dva základní teoretické proudy, které pojímají tuto problematiku v rámci ekonomické teorie. Teorie lidského kapitálu vznikla v šedesátých letech na bázi prací ekonomů Chicagské školy, k nimž patřili především G. Becker, B.Weisbrod, T.Schultz, J.Mincer a další. Nejvýznamnější byl přínos G.Beckera.

Její vývoj je spjat s důslednou aplikací neoklasické ekonomie jako metodologického základu pro pochopení lidského jednání. Její principy jsou aplikovány na efektivnost vkladů do lidského kapitálu, zejména do vzdělání. Ekonomické subjekty alokují své prostředky s cílem maximalizace čisté výhody, přičemž berou v úvahu také alternativní náklady, riziko, princip časové preference a další principy, které neoklasická teorie používá.

Teorie lidského kapitálu tak chápe vzdělání jako specifický výrobní faktor a také jako specifický druh kapitálu. Vedle ní se rozvíjely také alternativní pohledy na vzdělání, mezi jinými například teorie filtru. Ta zdůrazňuje především selektivní funkci vzdělání a zároveň představuje poněkud odlišný pohled na jevy zkoumané v rámci ekonomické analýzy vzdělání. S ní je souběžná teorie signálů (screening theory), která se zaměřuje na informovanost účastníků trhu práce a jejich rozhodování. Zde je hlavním představitelem M.Spence. Pohledy ekonomické teorie na vzdělání jsou rozličné, lze je shrnout asi takto: „Ekonomická teorie zastává názor, že instituce nebo vzdělávací programy mají vysokou kvalitu tehdy, jestliže mají velmi kladné účinky na studenty, kteří se jich zúčastňují nebo na jiné příjemce výnosů vzdělávání, např. na společnost jako celek. Avšak tato definice je tautologií, jestliže ji někdo použije, může považovat za jisté, že školy nebo programy s vyšší kvalitou vytvářejí větší výnosy než ostatní. Je otázka, kolik tato vyšší kvalita stojí a jakou hodnotu mají dodatečné

- Evropská unie se stane dominantním obchodním partnerem ČR s podílem na obratu českého AZO více než 90 %, v případě exportu se bude jednat o podíl kolem 80 – 90 %, v případě importu pak kolem 80 %.
- Co se týče komoditní struktury, dá se očekávat postupný odklon od exportu produktů zemědělské prvovýroby s nízkou úrovní přidané hodnoty k produktům zpracovaným s vysokou mírou přidané hodnoty v porovnání s nezpracovanými produkty.
- Oblast agrárního importu dozná také v příštích letech velmi rapidních změn, a to zejména proto, že vlivem členství ČR v EU došlo k většímu otevření českého trhu produktům nejen ze zemí tzv. „EU 15“, ale i z bývalých členských zemích CEFTA, které vstoupily do EU společně s ČR a které mají, až na malé výjimky, podobnou strukturu výroby. Proto se dá očekávat, že zejména saldo AZO s bývalými členskými zeměmi CEFTA po vstupu do EU bude mít zhoršující se charakter.
- Co se týče vývoje obratu AZO, dá se očekávat jeho nárůst jak v nominální, tak reálné hodnotě, ale jeho podíl na celkovém zahraničním obchodě ČR a na hrubém domácím produktu bude trvale klesající.
- Saldo AZO ČR pak bude trvale záporné a bude mít prohlubující se charakter. Z výše uvedených předpokladů, informací a analýz se však dá očekávat, že se v průběhu následující dekády postupně stabilizuje na určité úrovni kolem 30-35 mld. Kč ročně (v současné reálné hodnotě české koruny).

ZÁVĚR

Celkově se tedy dá očekávat, že členství ČR v EU nijak nezhorší současnou pozici českého AZO a spíše povede k jeho stabilizaci na určitou úroveň, které se pak bude dlouhodobě držet. Zhoršení pak lze spatřovat pouze v nárůstu záporného salda agrárního zahraničního obchodu, jehož tempo však není nijak alarmující, ačkoliv jeho podíl na záporném saldu celkového zahraničního obchodu ČR se pohybuje v posledních pěti letech na úrovni kolem 30 – 50 %. Pokud se však opřeme o průběh a definici 1. Tornquistovy funkce, která se často používá při modelování vývoje agrárních trhů a obchodu s jednotlivými agrárními a potravinářskými komoditami, lze konstatovat, že stejně jako v případě Rakouska se saldo AZO dlouhodobě ustálí na určité úrovni v momentě, kdy poptávka na trhu bude plně nasycena.

Literatura:

- Tuček, P.,** *Ročenka agrárního zahraničního obchodu ČR za rok 2003*, Praha, VÚZE Praha 2004, ISBN 80-86671-11-9
- Lukas, Z., Poschl, J.,** *Možnosti a bariery rozvoje zemědělství v zemích střední a východní Evropy v rámci EU-25*, MZE Praha 2004, ISBN 80-7084343-8
- Smutka, L.,** *Sborník z konference Firma a konkurenční prostředí 2004*, Brno, ISBN 80-7302-073-4
- Smutka, L.,** *Sborník z konference Agrární perspektivy XIII*, Praha, ISBN 80-213-1190-8

Kontaktní adresy autorů:

Ing. Luboš Smutka, KZE, PEF, ČZU Praha, Kamýcká 129, smutka@pef.czu.cz
 Ing. Martin Kolář, KZE, PEF, ČZU Praha, Kamýcká 129, kolar@pef.czu.cz

analyzovaných zemí, jak podrobně dokládají tabulky č. 4 a č. 5. Z údajů uvedených v tabulkách vyplývá, že stejně jako v předcházející dekádě (před vstupem do EU) hodnota importu i exportu se zvýšila téměř dvojnásobně. Ovšem co se týče tempa růstu jak exportu, tak importu, situace po vstupu do EU se trochu změnila oproti situaci před vstupem do EU. Tempo růstu importu se začalo snižovat (zřejmě z důvodu nasycení vnitřního trhu) a naopak růst exportu začal, zejména v případě Rakouska, eliminovat výši negativního salda AZO. Závěrem lze konstatovat, že zapojení se Švédska, Finska a Rakouska do společného trhu EU mělo pozitivní efekt z hlediska zvýšení objemů realizovaných obchodů a že nárůst importů, způsobený otevřením hranic produktům z ostatních zemí EU, byl kompenzován nárůstem exportu z výše uvedených zemí do zemí EU a zemí, se kterými má EU podepsány různé bilaterální dohody umožňující vzájemnou směnu zboží (např. ACP, EBA,.....).

SROVNÁNÍ AZO ČR A JEHO TRENDU PŘED VSTUPEM DO EU S CHARAKTERISTIKAMI AZO RAKOUSKA, ŠVÉDSKA A FINSKA

Pokud budeme srovnávat vývojové trendy AZO České republiky, Švédska, Finska a Rakouska před vstupem do Evropské unie, můžeme konstatovat, že výchozí podmínky (alespoň z pohledu základních vývojových trendů) byly podobné. Ve všech zemích před vstupem do EU docházelo k zhruba stejnému tempu poklesu podílu zemědělství na tvorbě HDP a docházelo rovněž i k poklesu reálné hodnoty hrubé zemědělské produkce. Země Evropské unie byly klíčovými obchodními partnery všech analyzovaných zemí již v období před vstupem do EU. Stejně tak jako ČR byla až do svého vstupu do EU členem CEFTA, Švédsko, Finsko a Rakousko byly členy EFTA, v rámci které probíhaly velmi čilé obchodní kontakty stejně tak jako, v případě obchodů mezi zeměmi CEFTA. Co se týče samotného zahraničního obchodu a utváření jeho podmínek, země které vstoupily do EU v roce 1995 uzavřely stejně jako ČR řadu obchodních smluv s EU, které prohlubovaly vzájemnou obchodní výměnu a přispěly tak k zintenzivnění obchodních vztahů již v období před samotným vstupem do EU.

Samotný trend agrárního zahraničního obchodu byl v případě všech zemí velmi podobný, až na výjimky v jednotlivých letech převládal trend růstu obratu AZO v období před vstupem do EU. Růst obratu AZO byl vyvolán růstem jak exportu, tak importu, přičemž v období bezprostředně před vstupem do EU a následně pak i po vstupu samém převládalo vyšší procentické tempo růstu exportu nad tempem růstu importu, které bylo sice nižší, ale vzhledem k jeho vyšší nominální i reálné hodnotě (v porovnání s hodnotami exportu) to stejně znamenalo, že se rozdíly mezi hodnotou exportu a hodnotou importu neustále zvyšovaly ve prospěch importu. Důsledkem toho pak byl zcela logicky nárůst záporného salda AZO. Tento vývojový trend je rovněž společný pro vývoj agrárního zahraničního obchodu všech zemí tedy ČR, Švédska, Finska a Rakouska.

ANALÝZA BUDOUCÍHO MOŽNÉHO VÝVOJE AZO ČR

Na základě obecně známých skutečností o minulém a současném vývoji AZO ČR a jeho vývojových tendencích a v tomto článku analyzovaném vývoji AZO Švédska, Finska a Rakouska, bude následující část věnována budoucímu vývoji AZO ČR v rámci EU. Na základě získaných poznatků již dříve zpracované analýzy agrárního zahraničního obchodu ČR¹⁷ a na základě analýzy vývoje AZO Finska, Rakouska a Švédska po vstupu do EU se dá v příštích letech (které budou nepochybně vzrůstající měrou ovlivněny členstvím ČR v Evropské unii) očekávat následující vývoj českého AZO:

¹⁷ **Lukas, Z., Poschl, J.,** *Možnosti a bariery rozvoje zemědělství v zemích střední a východní Evropy v rámci EU-25*, MZE Praha 2004, ISBN 80-7084343-8

Tabulka č. 3 – Vývoj agrárního exportu Švédska, Finska a Rakouska v letech 1986 – 1995 v mld. USD

<i>Exports - Val (mld \$)</i>	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Total	Average
Austria	0,9	1,0	1,1	1,2	1,4	1,4	1,5	1,4	1,7	2,4	14,3	1,4
Finland	0,7	0,9	0,6	0,7	0,8	0,7	0,7	0,8	1,2	1,3	8,4	0,8
Sweden	0,9	0,9	1,0	1,1	1,3	1,2	1,1	1,0	1,3	1,5	11,4	1,1

Zdroj: FAO

Z údajů výše uvedených tabulek vyplývají následující zjištění: Obrat agrárního zahraničního obchodu Švédska, Finska a Rakouska v období před vstupem do EU měl trvale rostoucí trend. V období 1986 až 1995 zvýšil svou nominální hodnotu téměř dvojnásobně. Na růst obratu AZO měl v rámci sledované dekády vliv růst nominální hodnoty jak importu, tak exportu. Růst importu i exportu byl setrvalý v rámci celého monitorovaného období, přičemž převažovalo tempo růstu importu nad tempem růstu exportu. Jako důsledek rychlejšího tempa růstu importu v porovnání s exportem byl pak nárůst hodnoty záporného salda AZO analyzovaných zemí v průběhu sledované dekády před vstupem do EU. Výše stručně uvedená analýza vývojových trendů AZO Švédska, Finska a Rakouska je velmi podobná vývojovému trendu AZO ČR před vstupem do Evropské Unie (viz. dříve publikované články: Vývoj agrárního zahraničního obchodu České republiky podle kilogramových cen, směnných relací a hmotnosti zobchodovaného zboží¹⁵ a Agrární zahraniční obchod České republiky po vstupu do Evropské Unie¹⁶). Proto následující část analýzy bude podrobně věnována vlivu vstupu a členství v EU/ES na výsledky a vývoj AZO výše analyzovaných zemí, neboť poznatky získané z této analýzy mohou napomoci odhadům budoucího vývoje AZO ČR jakožto členské země Evropské Unie.

Základní charakteristika AZO Rakouska, Finska a Švédska po vstupu do EU

Následující tabulky č. 4 - 5 dokumentují vývoj AZO Švédska, Finska a Rakouska v období od jejich vstupu do EU až po současnost.

Tabulka č. 4 – Vývoj importu Rakouska, Švédska a Finska v letech 1992 – 2003 v mld. USD

<i>Imports – Val (mld \$)</i>	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Total	Average
Austria	4,30	4,32	4,46	4,36	4,69	4,27	4,69	4,97	6,37	51,71	4,31
Finland	1,81	2,15	2,21	2,20	2,06	1,84	1,83	2,03	2,55	22,90	1,91
Sweden	3,88	4,31	4,18	4,28	4,28	3,86	4,06	4,61	5,79	50,09	4,17

Zdroj: FAO

Tabulka č. 5 – Vývoj exportu Švédska, Finska a Rakouska v letech 1992 – 2003 v mld. USD

<i>Exports - Val (mld \$)</i>	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Total	Average
Austria	2,42	2,63	2,78	2,84	3,43	3,39	3,76	4,17	5,63	35,75	2,98
Finland	1,25	1,55	1,47	1,29	0,96	1,03	1,08	1,16	1,31	13,85	1,15
Sweden	1,54	1,82	1,95	1,88	1,81	1,81	1,97	2,24	2,81	21,29	1,77

Zdroj: FAO

Na základě provedeného monitoringu vývoje importu, exportu, salda a obratu agrárního zahraničního obchodu analyzovaných zemí vyplývají následující zjištění: Ačkoliv se všeobecně očekávalo, že vstup do EU bude mít pro agrární zahraniční obchod výše uvedených zemí spíše negativní důsledky, dlouhodobé výsledky monitoringu agrárního zahraničního obchodu ukázaly, že situace vůbec není až tak dramatická, jak se očekávalo.

Agrární zahraniční obchod si zachoval svůj vývojový trend z období před vstupem do EU. To znamená, že obrat AZO byl i po vstupu Rakouska, Švédska a Finska trvale rostoucí. Růst obratu agrárního zahraničního obchodu je způsoben růstem exportu a importu

¹⁵ Smutka, L., *Sborník z konference Firma a konkurenční prostředí 2004*, Brno, ISBN 80-7302-073-4

¹⁶ Smutka, L., *Sborník z konference Agrární perspektivy XIII*, Praha, ISBN 80-213-1190-8

data pocházejí převážně z internetu, statistických ročenek, výročních zpráv o vývoji zahraničního obchodu jednotlivých zemí a z vlastní analýzy. Hodnocení získaných informací o vývoji AZO jednotlivých zemí se soustředí na analýzu základní struktury AZO těchto zemí před vstupem do EU a dále pak na hodnocení výsledků AZO po vstupu do EU. Cílem bude zjistit, jaký vliv měl vstup do EU na charakter AZO těchto zemí a následně pak odvodit pravděpodobný vývoj agrárního zahraničního obchodu ČR jakožto nového členského státu Evropské Unie.

Význam zmíněné analýzy spočívá zejména v tom, že zde existuje možnost odhadnout budoucí možný vývojový trend AZO ČR na základě zkušeností z vývoje AZO ve Švédsku, Finsku a Rakousku. Jde zejména o to, že v případě ČR je zatím zcela nemožné, nebo téměř zcela nemožné (protože je to zatím na hranici hypotéz), odhadnout, jaký vliv měl a nadále bude mít vstup ČR do EU na AZO ČR, na jeho strukturu a hodnotu. Proto se alespoň orientačně lze podívat, jak se vstup do EU odrazil na výsledcích AZO jiných – svou velikostí a strukturou podobných – členských zemí EU. Velkou výhodou analýzy Rakouska, Švédska a Finska je zejména to, že v případě těchto tří zemí existují údaje o AZO před vstupem do EU a v okamžiku vstupu do EU. Dále je možné sledovat, jak se jejich AZO vyvíjel během prvních deseti let jejich členství v EU, což je relativně dostatečná doba, aby se v rámci analýzy podařilo přejít z počáteční fáze plné „zmatků a výkyvů“ spojených s restrukturalizací sektoru po vstupu do EU do fáze stabilizace, kdy zejména hodnota a struktura AZO nabyly již jasných hranic a trendů a tudíž lze definitivně hodnotit vliv vstupu těchto zemí do EU na výsledky jejich AZO.

CHARAKTERISTIKA AGRÁRNÍHO ZAHRANIČNÍHO OBCHODU ŠVÉDSKA, FINSKA A RAKOUSKA V SOUVISLOSTI SE VSTUPEM DO EU

V období před vstupem do EU se obecně očekávalo, že importy, zejména ze zemí EU, začnou vytlačovat domácí produkci a že dojde k růstu hodnoty importu a tím i k růstu záporného salda AZO. Rovněž se očekával pokles exportu, a to zejména z důvodu vypovězení řady bilaterálních obchodních smluv, které měly Švédsko, Finsko, Rakousko (stejně jako ČR) uzavřeny s tak zvanými třetími zeměmi a jejich nahrazení smlouvami uzavřenými již dříve EU/ES. Rovněž se v případě výše uvedených států očekával pokles spotřeby domácích produktů, které by byly nahrazeny importovanými produkty. Obecně tedy můžeme konstatovat, že se očekával (v dlouhodobém horizontu) pokles rozsahu zemědělské produkce a zvláště pak exportu agrárních a potravinářských produktů, což bylo spojeno s očekávaným výrazným nárůstem importu jak kompetitivních, tak nekompetitivních agrárních a potravinářských produktů. Tento stav by pak zákonitě vedl k razantnímu nárůstu jak nominální, tak reálné hodnoty záporného salda AZO těchto zemí.

Základní charakteristika AZO Rakouska, Finska a Švédska před vstupem do EU

Základní vývojové trendy AZO Švédska, Finska a Rakouska před vstupem do EU v roce 1995 jsou přehledně shrnuty v následujících tabulkách č. 2 – 3. Tabulky obsahují údaje o vývoji exportu a importu v období před vstupem do EU.

Tabulka č. 2 – Vývoj agrárního importu Rakouska, Švédska a Finska v letech 1986 – 1995 v mld. USD

<i>Imports – Val (mld \$)</i>	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	Total	Average
Austria	2,0	2,2	2,4	2,4	2,9	2,9	3,1	2,9	3,3	4,3	28,4	2,8
Finland	1,0	1,3	1,3	1,3	1,4	1,3	1,4	1,2	1,6	1,8	13,6	1,4
Sweden	2,4	2,7	3,0	2,9	3,3	3,4	3,7	3,2	3,9	3,9	32,4	3,2

Zdroj: FAO

BUDOUCÍ VÝVOJ AGRÁRNÍHO ZAHRANIČNÍHO OBCHODU ČR NA ZÁKLADĚ ANALÝZY VÝVOJE AGRÁRNÍHO ZAHRANIČNÍHO OBCHODU ŠVÉDSKA, FINSKA A RAKOUSKA

THE FUTURE DEVELOPMENT OF AGRARIAN EXTERNAL TRADE OF THE CZECH REPUBLIC ON THE BASIS OF ANALYSIS OF SWEDISH, FINNISH AND AUSTRIAN AGRARIAN EXTERNAL TRADE

Luboš Smutka, Martin Kolář

Anotace:

Odhad budoucího možného vývoje agrárního zahraničního obchodu České republiky založený na základě vývoje agrárního zahraničního obchodu Švédska, Finska a Rakouska a jejich zkušeností s vlivem EU, Celní unie, Společné zemědělské politiky a dalších faktorů spojených se členstvím v EU/ES může napomoci k odhalení budoucího vývoje českého agrárního zahraničního obchodu, jeho struktury (teritoriální i komoditní) a množství.

Klíčová slova:

Švédsko, Finsko, Rakousko, Česká republika, komparace, agrární zahraniční obchod, Evropská Unie

Abstract:

The estimation of Czech agrarian external trade's future development (which is based on the development of Swedish, Finnish and Austrian agrarian external trade and which includes their experience in EU, European customs union, Common agriculture policy and others factor which are linked to membership in EU) could be useful to research of future development of Czech export and import, commodity and territorial structure and quantity of traded goods.

Key words:

Sweden, Finland, Austria, Czech Republic, comparison, agrarian external trade, European Union

ÚVOD

Odhad budoucího vývoje agrárního zahraničního obchodu České Republiky (dále jen AZO ČR) je velmi důležitý z hlediska určení postavení zemědělství v rámci národního hospodářství. Odhad budoucího vývoje českého AZO totiž přispěje nejen k odhadu budoucího vývoje zemědělství jakožto jedné ze složek národní ekonomiky, ale přispěje rovněž i k odhadu dalšího vývoje v navazujících sektorech národního hospodářství. Pokud se budeme zabývat otázkou budoucího vývoje AZO ČR, můžeme jako jistého, zcela však pouze orientačního bodu, využít analýzu AZO států, které do EU vstoupily v rámci předposlední vlny rozšíření v roce 1995. Z uvedeného tedy vyplývá, že analyzovány budou následující tři státy: Rakousko, Finsko a Švédsko.

CÍL A METODIKA

Článek se soustřeďuje na sběr informací o agrárním zahraničním obchodě Švédska, Finska a Rakouska v období před jejich vstupem do EU a po jejich vstupu do EU. Získaná

na hrubém domácím produktu vypočteného z přidané hodnoty, kde je zahrnuta zemědělská prvovýroba, poskytované zemědělské služby a neoddělitelné nezemědělské činnosti představuje pouze 1,58 %.

ZÁVĚR

Vstup ČR do EU zajistil zemědělcům určité jistoty formou poskytovaných dotací. I když u forem poskytovaných dotací dochází ke změnám. Od roku 2007 bude v zemích EU podporováno podnikání na venkově prostřednictvím nového Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (EAFRD) a podmínky nejsou v dostatečné míře známy. Na druhé straně došlo vstupem do EU ke zvýšení rizika podnikání. Řada zemědělských podniků stojí před rozhodnutím, kam a jak efektivně zaměřit vlastní výrobu s ohledem na agrární obchod mezi východními a západními členy společenství. Problém umocňuje neustálý nedostatek finančních prostředků, vzhledem k nestabilitě cen za zemědělské výrobky. Možným řešením pro zemědělskou výrobu by bylo, kdyby dokázala kontrolovat tok peněžních prostředků od zemědělské prvovýroby přes zpracování až po prodej. To ovšem předpokládá vytvoření takových celků, které se nejen udrží , ale mohou konkurovat i s minimálními dotacemi.

Literatura

Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2003,2004, MZe 2003 ,2004, www.MZe
Smlouva o Ústavě pro Evropu, Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, Lucemburk, 2005, ISBN 92-824-3108-8

Kontaktní adresa:

Doc. Ing. Eva Rosochatecká, CSc., ČZU v Praze, PEF, Praha 6 – Suchbátka
Tel:224382284, e-mail: rosoch@pef.czu.cz

Pozitivní výsledky hospodaření všech sledovaných kategorií podniků byly výrazně ovlivněny úrovní provozních dotací. Výše dotací představovala v průměru 4 510 Kč na hektar zemědělské půdy. Bez těchto dotací by všechny kategorie podniků vykázaly ztrátu.

Příznivý výsledek hospodaření roku 2004 nestačí eliminovat ztráty z minulých let a vyřešit nakumulované problémy.

I když řada zemědělců považuje vyjednané vstupní podmínky do EU za spíše diskriminační ve vztahu k podmínkám, které mají původní členské státy (u většiny komodit na počáteční úrovni 25 % podpor zemí EU 15), došlo meziročně ke zvýšení podpory agrokomplexu o více než 26 % a to zejména v důsledku uplatnění Společné zemědělské politiky. Základem finančních podpor jsou přímé platby, kdy ČR uplatnila pro čerpání finančních prostředků z EU zjednodušený systém přímých plateb (SAPS), celková částka podpory dosáhla 6 302 mil. Kč. Vstupem české republiky do EU vstoupil v platnost nový systém a nová struktura národních podpor zemědělství a venkova. V roce 2004 tvořily největší část doplňkové přímé platby, tzv. Top Up. Národní doplňkové přímé platby byly vypláceny ze zdrojů ČR a velkým pozitivem bylo, že výplata byla provedena do doby vstupu do EU, tj. do konce dubna 2004. Tím se část finančních prostředků dostala včas do zemědělských podniků a došlo k částečnému upevnění jejich finanční stability. Z celkové částky určené pro národní doplňkové přímé platby byly vyčleněny finanční prostředky na podporu vybraných komodit rostlinné a živočišné výroby. Zbylé prostředky byly přiděleny na ornou půdu.

Tato skutečnost se již nemůže opakovat. Řada zemědělských podniků v současném období je bez finančních prostředků. Dotace z EU pro 2005 budou vypláceny v prvním pololetí roku 2006.

Finanční prostředky přidělované z EU jsou v podstatě se značným zpožděním. Např. v prosinci 2005 bylo podnikům zasláno rozhodnutí o přidělení dotačních prostředků za rok 2004, tím vznikla povinnost jejich zahrnutí do výnosů a zdanění. Z důvodů kontrol se většina peněz dostala k uživatelům až v dubnu roku 2005.

Pozitivní dopad pro zemědělské podniky mají podpory v rámci strukturální politiky EU zaměřené na rozvoj venkova. Jedná se o investiční podpory na základě Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství, kde jsou od roku 2004 přijímány projekty, které budou financovány v následujících letech. V polovině roku 2005 je již vyhlášeno šesté kolo příjmu žádostí o podporu projektů. Jak předvstupní program SAPARD, tak i Operační program napomáhají modernizaci a restrukturalizaci zemědělských podniků. Zemědělské podniky, tak mohou lépe realizovat investiční záměry právě pro potřebnou restrukturalizaci. Neinvestiční podpory v rámci Horizontálního plánu rozvoje venkova formou plateb LFA (podpora méně příznivých oblastí a oblastí s ekologickými omezeními) a agroenvironmentálních opatření v celkové výši 4,03 mld. Kč kladně ovlivnily finanční stabilitu podniků v méně příznivých výrobních podmínkách.

Mezi další významné podpory v rámci národních podpor lze zařadit dotace úroků z úvěrů, poskytované prostřednictvím Podpůrného garančního rolnického a lesnického fondu, opatření na řešení dopadů zvýšení spotřební daně u nafty, daňová zvýhodnění u bionafty.

Jedním z přetrvávajících problémů zemědělství je značná disparita mezd v zemědělství vůči mzdám v národním hospodářství. Průměrná měsíční nominální mzda v zemědělství v roce 2004 dosáhla 12 930 Kč , průměrná nominální mzda v národním hospodářství byla 18 035 Kč. Reálná mzda v zemědělství dosáhla pouze 89 % úrovně reálných mezd roku 1989.

V řadě zemědělských podniků není dosažena ani uváděná průměrná mzda. Nedostatek finančních prostředků v zemědělských podnicích neumožňuje nárůst mezd. Za těchto podmínek je obtížné získávat kvalifikované pracovní síly, především na úrovni managementu. Počet pracovníků v zemědělství se stále snižuje, v roce 2004 se uvádí průměrný evidenční počet pracovníků 141 tisíc. V roce 1989 se jednalo o 533 tisíc pracovníků v zemědělství. Lze říci, že ekonomický rozměr zemědělství se v dlouhodobém trendu snižuje. Podíl zemědělství

METODY

Na základě analýzy současného stavu dosažených ekonomických výsledků zemědělských podniků a uplatňované agrární politiky jsou vymezeny problémové okruhy, které budou ovlivňovat další vývoj zemědělské prvovýroby. Podkladové údaje byly čerpány ze zpráv o stavu zemědělství České republiky „Zelená zpráva“ a řízené diskuse s manažery podniků zemědělské prvovýroby a zpracovatelských podniků.

VÝSLEDKY

Podnikatelské prostředí pro zemědělské podniky výrazně ovlivnil vstup ČR do EU. Vedle vlivů, které působí průběžně, jako jsou ceny vstupů a výstupů, úroveň úvěrových služeb, daňová politika, vývoj inflace, má výrazný dopad evropská dotační politika a na ni navazující národní dotační politika. Dosažené výsledky za odvětví zemědělství byly v roce 2004 výrazně lepší než v předcházejících letech. V důsledku i příznivých klimatických podmínek došlo k nárůstu hrubé zemědělské produkce o 14,9 % oproti předchozímu roku. Dosažená výše ve stálých cenách roku 1989 v částce 77,26 mld. Kč představuje zlom v plynulém poklesu hrubé zemědělské produkce od roku 1989. Výrazný byl meziroční nárůst rostlinné produkce, o 38,2 %, kdežto u živočišné produkce pokračoval pokles o 1,8 %. Příznivé počasí se odrazilo v rekordních sklizních téměř u všech plodin, hektarový výnos obilovin byl 5,46 t a např. u pšenice ozimé byl dosažen hektarový výnos 5,96 t. Vzhledem k tomu, že pokračuje, i když v malé míře, pokles stavu hospodářských zvířat, nadúroda v rostlinné výrobě způsobuje zemědělcům problémy i v následujícím roce. Došlo k propadu cen u obilí, před novou sklizní jsou neprodané zásoby obilí, nejsou skladovací kapacity a současné ceny u obilí se pohybují 20 % pod výrobními náklady.

Výsledky v živočišné výrobě ovlivnil pokles produkce hovězího masa, vepřového masa, vajec a mléka. Na celkovém poklesu stavu hospodářských zvířat se nejvíce podílí chov prasat, především prasnic (11,3 %), drůbež (5,1 %), skot (3,1 %).

Pozitivně lze hodnotit určité meziroční oživení cen zemědělských výrobců o 8,1 %, zde byl vliv nižší produkce komodit rostlinné výroby ze sklizně roku 2003. U průměrných cen vstupů do zemědělství byl meziroční nárůst o 6,8 %. Jednalo se o vzestup cen energie maziv o 14,7 % a největší podíl na zvýšení měla motorová nafta (o 24,7 %).

Rozšíření Evropské unie o další státy, včetně zapojení České republiky, významně ovlivnilo agrární zahraniční obchod. V důsledku odstranění cel v rámci EU 25 se zjednodušily podmínky vzájemného obchodu. I když i se hodnota agrárního vývozu do EU 25 zvýšila v roce 2004 o 31 %, dovoz byl výrazně vyšší a záporné saldo agrárního zahraničního představuje částku 30,9 mld. Kč. Za negativní jev ve vývozu agrární produkce lze považovat vývoz výrobků s nízkou přidanou hodnotou. Například převažuje export živých prasat nebo skotu nad jejich dovozem a zároveň se dováží značné množství již zpracovaného masa.

Faktem zůstává, že potravinářský trh EU 15 je v podstatě naplněn a v nových členských zemích jej velmi rychle zaplňují nadnárodní potravinářské firmy z původní patnáctky EU.

Narůstající konkurence, dovoz levných výrobků především z nových členských států, spolu s tlakem obchodních řetězců, ovlivňuje negativně zemědělskou prvovýrobu.

Přesto vstup ČR do EU přinesl zemědělství v roce 2004 zvýšení příjmů a zlepšení výsledků hospodaření. Za zemědělství jako celek byl dosažený zisk ve výši 8,9 mld. Kč, výnosnost celkového kapitálu činila 5,32 % oproti 2 % ztrátě v roce 2003. Došlo také k mírnému snížení zadluženosti, podíl cizích zdrojů na aktivech představuje částku 43,46 %.

Všechny podnikatelské formy zemědělských podniků vykázaly za rok 2004 v přepočtu na 1 hektar zisk. Právnícké osoby celkem dosáhly zisk ve výši 2 795 Kč na hektar z.p., lepší výsledek měla zemědělská družstva a to 2 921 Kč na hektar z.p. U fyzických osob celkem byla výše zisku 2 991 Kč na hektar z.p. a podniky s výměrou do 50 hektarů z.p. vykázaly zisk 5 557 Kč na hektar z.p.

EFEKTIVNOST ZEMĚDĚLSKÝCH PODNIKŮ PO VSTUPU ČR DO EU

EFFECTIVENESS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AFTER CR ACCESSION IN EU

Eva Rosochatecká

Anotace:

Podnikatelské prostředí pro zemědělské podniky výrazně ovlivnil vstup ČR do EU. Vedle stávajících vlivů jako jsou ceny vstupů a výstupů, úvěrové služby, daňová politika, má výrazný dopad evropská dotační politika. Narůstající konkurence, dovoz levných výrobků z členských států negativně ovlivňuje celou zemědělskou prvovýrobu. Dochází ke změně výrobního zaměření, včetně restrukturalizace podniků. Výsledek je podmíněn ekonomickou silou jednotlivých podniků. Pozitivní výsledek hospodaření v roce 2004 nestačí eliminovat ztráty z minulých let.

Klíčová slova:

zemědělský podnik, dotační politika, výsledek hospodaření, restrukturalizace konkurenceschopnost

Abstract:

An entrepreneurial environment for agricultural enterprises was influenced significantly by the CR accession in the EU. Beside the present influences as prices of inputs and outputs, credit service, tax policy, an important impact has also the European dotation policy. A growing competition, export of cheap products from member states together with a pressure of trade chains influence negatively the entire agricultural basic industry. A change of production programs happens including restructuring of enterprises. A result is conditioned to a present economic power of particular enterprises. A positive result in 2004 does not eliminate sufficiently the losses from lasts years.

Key words:

Agricultural enterprise, dotation policy, trading income, restructuring, competitiveness

ÚVOD

Smlouva o Ústavě pro Evropu v oddílu zemědělství a rybolov uvádí jako cíl společné zemědělské politiky zvýšit produktivitu zemědělství podporou technického pokroku a zajišťováním racionálního rozvoje zemědělské výroby a optimálního využití produkčních činitelů, zejména pracovní síly. Zajistit tak odpovídající životní úroveň zemědělského obyvatelstva, a to zejména zvýšením individuálních příjmů osob pracujících v zemědělství. K dalším vymezeným cílům patří stabilizace trhů, zajištění plynulého zásobování a zajištění spotřebitelům dodávky za rozumné ceny. Je otázkou jak se bude dařit tyto vymezené cíle naplňovat v podmínkách českého zemědělství.

CÍL

Cílem příspěvku je posoudit ekonomickou efektivnost podnikání zemědělských podniků po vstupu ČR do Evropské unie a zhodnotit podmínky stabilizace a dalšího možného rozvoje zemědělských podniků v rámci společného agrárního trhu.

- [4] TVRDOŇ, O. *Studijní materiál k závěrečné bakalářské zkoušce pro 3. ročník Management obchodní činnosti*. Brno, 2004. 21 s. Dostupný z http://old.mendelu.cz/~market/edu/statni_zk/velvys.doc.
- [5] *Encyklopedie Diderot*, Diderot Praha, 1999, ISBN 80-902555-2-3
Internetové zdroje
- [6] BOROVSÁ, M. *Spotřeba řezaných květin a hrnkových rostlin stále roste* [online], 2004, [cit. 3. 9. 2004] Dostupné z <http://zahradaweb.cz/projekt/clanek.asp?pid=2&cid=2688>
- [7] BOROVSÁ, M. *Jaký bude květinářský obchod v roce 2004?* [online], 2004, [cit. 11. 8. 2004] Dostupné z <http://www.zahradaweb.cz/projekt/clanek.asp?pid=2&cid=2609>
- [8] *Český statistický úřad*, Praha, dostupný z <http://dw.czsu.cz>

Adresa:

Ing. Radmila Presová, Bc. Lenka Milostná, Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, Tel.: 0042 0545 132 328-9.

Následuje Kolumbie s 8,11 %, dále Thajsko, Slovensko, Německo, Ekvádor a Izrael. Květiny jsme dovezli i z Japonska, z Pobřeží Slonoviny, USA, Mauricia, Malediv, Malavi, Keně, Srí Lanky, Tanzánie a dalších pro nás vzdálených zemí. Výsledky obchodu z nejdůležitějšími zeměmi uvádí tabulka číslo 5.

Tab. č. 5: Výsledky obchodu s řezanými květinami s nejdůležitějšími zeměmi za 2002 - 2004

Země	OBRAT		IMPORT		EXPORT
	tis. Kč	%	tis. Kč	%	tis. Kč
Nizozemsko	2076132	77,96	-2076132	78,82	
Kolumbie	203535	7,64	-203535	7,73	
Thajsko	64766	2,43	-64766	2,46	
Ekvádor	68424	2,57	-68424	2,60	
Slovensko	54666	2,05	-36602	1,39	18064
Německo	34657	1,30	-24367	0,93	10290
Izrael	41556	1,56	-41556	1,58	
Keňa	30104	1,13	-30104	1,14	
Španělsko	6097	0,23	-6097	0,23	
Indie	3371	0,13	-3371	0,13	
Itálie	6794	0,26	-6794	0,26	
Jihoafrická rep.	5643	0,21	-5643	0,21	
Zimbabwe	6114	0,23	-6114	0,23	
USA	2706	0,10	-2706	0,10	
Turecko	6449	0,24	-6449	0,24	
Polsko	4395	0,17	-4321	0,16	74
Čína	2347	0,09	-2347	0,09	
Etiopie	1532	0,06	-1532	0,06	
Součet	2619288	98,36	-2590860	98,36	28428
Celkem	2663023	100,00	-2634013	100	29010
Rozdíl	43735	1,64	-43153	1,64	582

Pramen: ČSÚ a vlastní výpočty

ZÁVĚR

Obchod s květinami tvoří z hlediska hodnoty našeho celkového dovozu zanedbatelnou část. Pro svoje vlastnosti jsou květiny nezastupitelné ve vytváření estetického životního prostředí. Z tohoto hlediska je obchod s květinami významný a stále se bude rozšiřovat. Možnosti rozšiřování jsou především v nově přijatých zemích Evropské unie. Souběžně s tím, se očekává zvyšování importu ve státech původní 15, zejména ve změně sortimentu ve prospěch květin vyšších cenových skupin.

LITERATURA

- [1] BUCHTOVÁ, I, DRAŠNAROVÁ, Z. *Situační a výhledová zpráva : Okrasné rostliny*. Praha : MZe ČR, 2003. ISBN 80-7084-253-9.
- [2] KOPEC, K. *Péče o jakost řezaných květů*. 1. vyd. Brno : Skripta MZLU, 1998. 82 s. ISBN 80-7157-308-6.
- [3] KUBÍŠTA, V. a kol. *Mezinárodní ekonomické vztahy*. 1. vyd. Praha : HZ Editio spol. s r. o., 1999. 378 s. ISBN 8086009-29-7.

DISKUZE

Obchodní bilance a obrat zahraničního obchodu s řezanými květinami

Celková obchodní bilance všech druhů řezaných květin v letech 2002 – 2004 je pasivní částkou 2 605 003 tis. Kč. Index úrovně záporného salda se z původních 843 017 tis. Kč zvýšil o 6,72 %. Je příznivé, že export vykázal vzrůstající dynamiku (13,20 %), což však nemělo podstatný vliv na snížení schodku obchodní bilance. Export se na obratu podílí pouze 1,08 % z mezními hodnotami 1,05 % v roce 2002 a 1,12 % v roce 2004. Export směřoval hlavně na Slovensko, do Německa a Polska. Dosažené výsledky uvádí tabulka č. 3.

Tab. č. 3: Obchodní bilance a obrat v letech 2002 – 2004

Rok	tis. Kč				Podíl exportu na obratu v %
	Export	Import	Saldo	Obrat	
2002	9 066	852 083	-843 017	861 149	1,05
2003	9 681	871 927	-862 246	881 608	1,10
2004	10 263	910 003	-899 740	920 266	1,12
Celkem	29 010	2 634 013	-2 605 003	2 663 023	1,09
Nárůst 2004 - 2002	1 197	57 920	-56 723	59 117	×
Index 2004/2002 (%)	113,20	106,79	106,73	106,86	×

Pramen: ČSÚ a vlastní výpočty

Na vysokém záporném saldu se podílí všechny druhy květin. Nevyšší výpadek zaznamenaly ostatní květiny, podle celní statistiky nedefinované druhy. Za nimi jsou růže, s podílem 28,68 %, zatímco ostatní květiny 42,87 %. Pokud provedeme přepočtení salda růží na saldo ostatních květin, potom by se mohlo zvýšit na 751 594 tis. Kč. To znamená, že by u růží vznikla větší ztráta o 2 157 tis. Kč. Obchodní bilancí jednotlivých druhů květin obsahuje tabulka číslo 4.

Tab. č. 4: Obchodní bilance a obrat jednotlivých druhů řezaných květin v letech 2002 - 2004

Květiny	Export		Import		Saldo	Obrat	Podíl exportu na importu v %
	tis. Kč	%	tis. Kč	%			
Růže	6 245	21,53	755 682	28,69	-749 437	761 927	0,83
Karafiáty	2 300	7,93	308 776	11,72	-306 476	311 076	0,74
Orchideje	490	1,69	133 668	5,07	-133 178	134 158	0,37
Gladioly	30	0,10	7 994	0,30	-7 964	8 024	0,38
Chryzantémy	2 363	8,15	267 053	10,14	-264 690	269 416	0,88
Ost. květiny	6 154	21,21	1 129 392	42,88	-1 123 238	1 135 546	0,54
Poupata	11 428	39,39	31 448	1,19	-20 020	42 876	36,34
Celkem	29 010	100,00	2 634 013	100,00	-2 605 003	2 663 023	1,10

Pramen: ČSÚ a vlastní výpočty

Výsledky obchodu podle zemí

Květiny se dovážely celkem z 52 zemí v roce 2002, 61 zemí v roce 2003 a 56 zemí v roce 2004. V první čtvrtletí roku 2005 byly květiny dovezeny z 34 zemí. Nejvýznamnějším obchodním partnerem je Nizozemsko s 75,03 %, v roce 2002 a 80,58 % v roce 2004.

Tab. č. 1: Prodej řezaných květin ve vybraných státech

Země	Rok 2002	Rok 2007	Odhad růstu 2002 - 2007	Prodej na jednoho obyvatele v EUR		Pořadí zemí podle prodeje na jednoho obyvatele	
	mil. EUR			2002	2007	2002	2007
Velká Británie	2 400	3 070	27,9	40,15	51,36	1	1
Německo	3 090	3 090	0	37,49	37,49	2	4
Itálie	1 905	2 105	10,5	32,81	36,19	3	5
Francie	1 959	2 272	16	32,42	37,6	4	3
Irsko	119	160	34,1	29,98	40,31	5	2
USA	7 396	9 001	21,7	25,24	30,72	6	6
Španělsko	776	1 041	34,1	19,26	25,84	7	7
Maďarsko	126	186	48	12,56	18,54	8	8
Česká republika	97	144	48,9	9,47	14,05	9	9
Rusko	417	1 105	165	2,9	7,69	10	10
Celkem	18 285	22 174	x	x	x	x	x

Pramen: *Zahradaweb – Borovská Milada*

Tab. č. 2: Komparace průměrných cen řezaných květin v Kč/kus v zimním a letním období

Rok	měsíce	karafiát	růže	chryzantéma	gerbera
2002	1 – 5	17,19	43,92	.	.
	6 – 9	16,77	39,23	29,40	24,85
2003	1 – 5	17,28	44,32	37,20	34,25
	6 – 9	17,01	38,70	31,49	27,82
I₂₀₀₂ (6-9)/(1-5)	×	97,55	89,32	×	×
I₂₀₀₃ (6-9)/(1-5)	×	98,43	87,31	84,66	81,22

Pramen: ČSÚ a vlastní výpočty

Z údajů tab. č. 2 můžeme zobecnit:

- 1) až na růže byla cena v letních měsících roku 2003 vyšší než v roce 2002,
- 2) nejmenší pokles průměrných cen v letních měsících zaznamenává karafiát. V roce 2002 snížení činilo 2,45 %, v roce 2003 jenom 1,57 %. Zjištěné ceny dokládají vyrovnanou poptávku trhu a stálou oblibu po této květině.

Cena růže poklesla v letních měsících roku 2002 o 10,68 %, v roce 2003 se pokles zvýšil na 12,69 %. Největší pokles průměrné ceny v letních měsících byl zaznamenán u gerbery (18,78 %) a u chryzantém (15,34 %). Variabilitu průměrné ceny chryzantémy si vysvětlujeme přetrvávající tradicí omezeného použití této květiny, u chryzantém pak tím, že doposud ještě nenastala adekvátní poptávka po této květině.

Ceny dovážených řezaných květin se ve většině případů odvíjí od cen na obchodních burzách. Mezi nejvýznamnější květinové burzy se v Nizozemsku řadí VBA Aalsmeer, FLORA Holland v Německu Naaldwijk a VBA/VBN v Porýní. Ceny se zvyšují i na dvojnásobek původní ceny, zvláště v období koncentrované poptávky, což jsou různé svátky (Valentýn, Den matek, Velikonoce) a další významné společenské události.

květinářství mohlo konkurovat Evropským pěstitelům vyžaduje celkovou modernizaci a snížit provozní náklady a operativně reagovat na potřeby obchodu.

CÍL A METODY

Cílem příspěvku, jako z výstupu výzkumného záměru identifikačního kódu VZ 6215648904 nazvaného „Vývoj vztahů obchodní sféry v souvislosti se změnami životního stylu, kupního chování obyvatelstva a změnami podnikového prostředí v procesu integrace a globalizace,“ řešeného na Ústavu marketingu a obchodu provozně ekonomické fakulty MZLU v Brně, je analýza obchodní bilance a obratu zahraničního obchodu ČR s řezanými květinami za roky 2002 – 2004, v členění podle zemí a druhů. Pro účely statistiky se řezané květiny v osmimístné kombinované nomenklatury člení do sedmi položek: (6031010) růže, (6031020) karafiáty, (6031030) orchideje, (6031040) gladioly, (6031050) chryzantémy, (6031080) ostatní květiny a (6039000) poupata řezaná ostatní a různé druhy jejich úprav.

V analýze je použita metoda komparace, indexní a kvantitativní statistiky. Údaje jsou zpracovány podle osmi místné kombinované nomenklatury. Byly získány z veřejně dostupné databáze Českého statistického úřadu, publikované na internetových stránkách.

VÝSLEDKY

Spotřeba řezaných květin ve vybraných státech

V minulém roce vydali Češi za květiny zhruba 8,47 miliard Kč, z toho za řezané květiny 4,235 miliard Kč (50 %). Částka se každým rokem zvyšuje v průměru o 10 %. Pro srovnání výdajů za květiny ve vybraných státech byl proveden přepočet na jednoho obyvatele. Analýza ukázala, že největší částku vydávají obyvatelé Velké Británie. V porovnání s nimi Češi jenom 24 %. Ani odhad trendu spotřeby v roce 2007 nevyznívá pro nás příliš optimisticky. Očekává se, že výdaje se v České republice sice zvýší o 48,36 %, avšak v porovnání s obyvateli Velké Británie bude podíl činit jen 27,35 %. Přehled o prodeji řezaných květin ve vybraných státech uvádí tab. č. 1.

Ceny řezaných květin

Ceny řezaných květin se mění v průběhu roku v závislosti na ročním období a zemích odkud jsou dováženy. Jednotkové ceny mají vrcholy na začátku a na konci roku, i když její výše podle druhů je rozdílná. Největší výkyvy cen jsou u gerber, chryzantém a růží. Způsobuje to obliba a tím vysoká poptávka, neklesající ani v průběhu letních měsíců, kdy je všeobecně nižší poptávka po řezaných květinách v důsledku zájmového pěstování květin. Z obchodního hlediska je významná komparace průměrných cen jednotlivých druhů květin podle ročních období. Údaje obsahuje tab. č. 2.

OBCHODNÍ BILANCE ZAHRANIČNÍHO OBCHODU ČESKÉ REPUBLIKY S KVĚTINAMI

BALANCE OF PAYMENTS OF INTERNATIONAL TRADE OF THE CZECH REPUBLIC WITH FLOWERS

R. Presová, L. Milostná

Anotace:

Květiny se staly součástí každodenního života. Do České republiky se dováží z 98 %. Za roky 2002 – 2004 obchod s květinami vykazuje záporné saldo 2 605 003 tis. Kč, z toho růže 749 437 tis. Kč. Záporné saldo se z 843 017 tis. Kč v roce 2002 zvýšilo na 899 740 tis Kč v roce 2004. Nejvýznamnějším obchodním partnerem je Nizozemsko (80 % na obratu). Čeští producenti nejsou dostatečně vybaveni, proto nemohou konkurovat a květiny se musí dovážet.

Klíčová slova:

zboží, květiny, cena, export, import, obrat, bilance

Abstract:

Flowers became a part of our daily lives. The imports of flowers to the Czech Republic comprise 98 %. In 2002 – 2004 the trade shows negative balance of 2 605 003 000 CZK, including roses in value of 749 437 000 CZK. The negative balance of 843 017 000 CZK in 2002 increased to 899 740 000 CZK in 2004. The most important business partner is the Netherlands (80 % of turnover). Czech producers are not sufficiently equipped, therefore, they cannot compete and flowers have to be imported.

Key words:

goods, flowers, price, exports, imports, turnover, balance of payments

ÚVOD

Květiny jsou specifickým druhem zboží, náročné na ošetřování během růstu, dobu sklizně, přepravu a dekorativní použití. Česká republika převážnou část květin dováží, ve všech ročních obdobích. To umožňuje uspokojit spotřebitelskou poptávku v požadovaném množství a druhu. Květiny v moderní společnosti jsou vyhledávaným artiklem pro slavnostní příležitosti. Staly se neodmyslitelnou součástí denního života každého člověka. Záleží pouze na oblibě kupujících, kterým druhům květin, barevnosti a úpravě dají přednost.

V literatuře se všeobecně používá označení „květiny“. Např. encyklopedie Diderot (1999) vymezuje květiny jako „druhy a kultivary rostlin pěstované pro dekorativní účely“. Kopec (1998) začal používat označení „řezaný květ“. Rozumí jim „jakýmkoli způsobem oddělený květ od rostliny spolu se stonkem a případně s ostatními listy nebo s postranními osami. Vlastní květ pak může být tvořen jedním květem (např. karafiát, růže, tulipán), nebo květenstvím (gerbera, chryzantéma) či soukvětím (hyacint)“. V našem příspěvku budeme používat termín květiny. Je to v souladu s kombinovanou nomenklaturou.

Pro tržní účely se květiny pěstují intenzivním způsobem v zahradnictví. Hlavní pěstební plochy jsou ve sklenících či krytých plochách (fóliovníky a pařeniště). Dnešní vybavení květinářských podniků v České republice je podprůměrné, je to důsledek nedostatečných investic vynakládaných na modernizaci výrobní základny. Ve srovnání se zeměmi Evropské unie potřebuje český podnik minimálně 2krát více pracovníků. Aby české

stabilita, právní prostředí, kvalita práce, infrastruktura, mzdové náklady, přístup k hi-tech, míra protekcionismu, přístup k finančním zdrojům a surovinám

Dalším problematickým bodem je propočítání efektivity investice pomocí upravené čisté současné hodnoty.

$$ANPV = -KE_0 - AF_0E_0 + \sum_{t=1}^T (CF_t - AS_t) \cdot (1-t) \cdot (1+r)^t + \sum_{t=1}^T DA \cdot \tau (1+r)^t + \sum_{t=1}^T TS (1+r)^t + \sum_{t=1}^T CFS (1+r)^t$$

ANPV – upravená čistá současná hodnota

T – doba používání investice

*K*₀ – pořizovací náklady investice v zahraničí

AF – blokované pohledávky

CF – Cash Flow vyjádřené v zahraniční měně

LS – ztracené příjmy

τ – daňová sazba

TS – daňové úspory

CFS – úspory CFS

*E*₀ – měnový kurz výchozího období

*E*_{*t*} – očekávaná hodnota kurzu v *t*-tém období

*t*_{*r*} – domácí úroková míra

Při výpočtu upravené čisté současné hodnoty je nutné pracovat s predikcí měnových kurzů a daňovými zátěžemi. Dalším faktorem mohou být nedobytné pohledávky v zemi zamýšlené investice. Ty mohou vzniknout jako následek např. restriktivních opatření tamější vlády a to např. při omezování převodů zisků.

ZÁVĚR

Znalost průběhu finančního cyklu investice potvrzuje, že v určité fázi vývoje PZI podstatná část zisků opouští hostitelskou zemi, což může vytvářet problémy na straně bilance výnosů běžného účtu platební bilance. Tuto situaci je možno registrovat i v České republice.

Efekty přímých zahraničních investic zvyšují v hostitelských zemích konkurenceschopnost domácích podniků a vytvářejí podmínky pro to, aby mohli operovat na zahraničních trzích a to nejen jako exportéři, ale také jako investoři. Zvýšení doposud nízkých objemů českých zahraničních investic předpokládá nejen růst jejich kapitálové vybavenosti, ale také zvyšování znalostí a dovedností.

LITERATURA

1. Natura, R – Dunning, J. H.: Industrial Development, Globalization and Multinational Enterprises, Oxford Development Studies, č. 2 - 2000
2. Newton Holding, a.s.: Efekty PZI na platební bilanci, Ekonomická analýza Praha, Srpen 2003
3. Novotný Filip: Výnosy z PZI a jejich rozdělení v ČR, Politická ekonomie, č. 6 - 2003
4. Brada, J. C., Tomšík, V.: Zahraniční investice a náchylnost k měnovým krizím, zkušenosti tranzitivních ekonomik
5. Bohatá, M., Zemplínová, A.: Investice českých firem v zahraničí, Politická ekonomie, č. 1 – 2004
6. ČNB, odbor platební bilance, Vývoj platební bilance, 6.5.2005

Kontaktní adresa:

Doc. Ing. **Irena Petráková**, CSc., Katedra ekonomických teorií, Provozně ekonomická fakulta, ČZU, Kamýcká 129, Praha 6 – Suchbátka, tel: 224382334, email: petrakova@pef.czu.cz

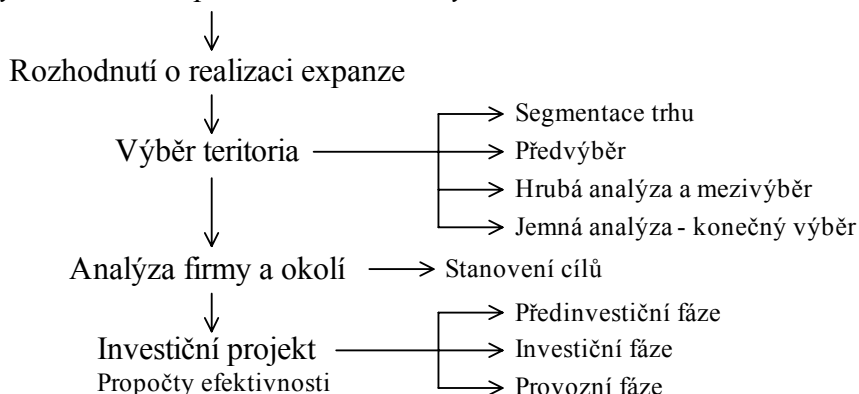
DISKUSE A VÝSLEDKY

Na začátku 90. let se objevily první ambiciózní pokusy několika velkých českých, zejména strojírenských firem, o přímé investice do zahraničí (PIZ). Tyto pokusy byly většinou neúspěšné. Jako příčiny jsou uváděny zejména nedostatek kapitálu a nedostatečná znalost podnikatelského prostředí [5]. V současné době je možno charakterizovat toky českého kapitálu do zahraničí jako nízké a nerovnoměrné. V letech 1998 – 2000 celkové ztráty firem operujících v zahraničí převyšovaly dosahované zisky. Od roku 2002 dochází k postupnému zvyšování českých PIZ v zahraničí. Do konce roku 2003 představoval objem těchto investic 1,3 mld. USD.

Investování v zahraničí patří mezi nejsložitější a nejrizikovější podnikatelské aktivity. Je náročné nejen na kapitálové zdroje, ale i na schopnosti a znalosti investorů orientovat se v cizím teritoriu. Toto tvrzení je možno dokumentovat na uzlových fázích přípravy procesu investování na zahraničních trzích. Potencionální investoři by měli respektovat specifické charakteristiky studie proveditelnosti pro zahraniční trhy. Uzlovými problémy jsou zejména rozhodovací procesy spojené s výběrem teritoria a nutné modifikace při propočtu efektivnosti investice. Toto je možno dokumentovat na složitosti fází přípravy procesu investování na zahraničních trzích a na propočtu upravené čisté současné hodnoty.

Fáze přípravy procesu investování na zahraničních trzích

Analýza motivů vstupu na zahraniční trhy



Proces výběru teritoria probíhá v několika krocích. V první fázi je třeba vytvořit seznam dostupných trhů a pomocí několika málo kritérií (např. geografického, sociodemografického, politického, právního) se určí tržní segmenty – relativně homogenní skupiny zemí s podobnými vlastnosti z hlediska subjektivně zvolených segmentačních kritérií.

Dalším krokem je selekce trhů, kdy investorská firma postupným výběrem dospěje ke skupině pro ni atraktivních trhů:

V předvýběru se vyloučí teritoria, která nejsou pro danou investici vhodná

Hrubá analýza a mezivýběr: v této fázi se vybraná kritéria důkladně zkoumají na základě výběrových kritérií dle odvětví či druhu firmy. Nejdůležitějšími charakteristikami jsou: geografická poloha, charakter tržního prostředí, bariery vstupu na trh, geopolitická stabilita regionu.

Mezivýběr obsahuje analýzu a průzkum teritorií podle subjektivně zvolených kritérií (např. geografická dostupnost, znalost území, tempo růstu HDP, kontakty, možnost prosazení se na trhu, rizika spojená s realizací investice

Jemná analýza a konečný výběr: v této, rozhodující fázi, se zbývající země důkladně analyzují což vede ke rozhodnutí o sestavení konečného pořadí trhů. Za nejdůležitější kritéria jsou považována: růst trhu, velikost trhu, perspektiva zisku, přístup k trhům, politická a sociální

míry přičíst efektům z PZI, kdy významná část zahraničních investorů modernizuje a rozšiřuje své kapacity se zaměřením na vývoz. Podniky se zahraničním kapitálem mají více než padesátiprocentní podíl na českém exportu. Lze konstatovat, že postupně dochází k uplatňování sekundárních vlivů PZI na ekonomiku, kdy pozitivní efekty jejich působení se přelévají do podniků s domácími vlastníky, kteří navazují a upevňují kooperační vazby.

Zatímco v roce 2001 byla obchodní bilance nejvýznamnější zátěží pro běžný účet, v dalších letech to byla bilance výnosů. Hlavní položkou růstu výdajů bilance výnosů jsou reinvestice a repatriace zisků. Potvrzují se zkušenosti ostatních hostitelských ekonomik, že pozitivní vlivy PZI jsou doprovázeny s určitým časovým zpožděním a negativním dopadem na bilanci výnosů. Reinvestice zisku dosáhly v letech 2002 a 2003 62mld. Kč a představovaly cca 1/3 plateb bilance výnosů. I když reinvestovaný zisk představuje v platební bilanci podvojně zapsanou položku, která se na finančním účtu zapisuje na kreditní straně a na běžném účtu bilance výnosu na straně debetní, zvyšuje deficit běžného účtu. Vzhledem k tomu, že tato položka nepředstavuje reálný finanční tok, nepředstavuje riziko pro vnější stabilitu ekonomiky. Závažným problémem však je repatriace zisku (dividendy), která představuje reálný finanční tok. Objem této položky se zvyšuje. Mezinárodní zkušenosti ukazují, že v příštích letech bude hodnota repatriovaných zisků vyšší než hodnota přílivu PZI. Tento předpokládaný vývoj bude zřejmě souviset s procesem „dozrávání“ PZI v ČR. Odliv zisků bude zatěžovat běžný účet platební bilance. To bude klást značné nároky na výkonovou bilanci, tedy na nutnost zvýšení exportu zboží a služeb.

Postupné přenášení pozitivních efektů PZI do ekonomiky hostitelské země by mělo vytvářet podmínky pro vznik konkurenceschopných podniků, které by vyvážely zboží a služby na náročné, ale i na rizikové trhy, a postupně umísťovaly investice mimo území státu. V moderním světě je podnik hodnocen nejen podle dosažené rentability, ale jeho prestiž stoupá s realizovaným exportem a celkovým působením na zahraničních trzích.

Na základě zkušeností řady zemí s využíváním PZI je možno charakterizovat základní etapy vztahů mezi fungováním přímých zahraničních investic v hostitelské zemi a následujícím umístěním investic hostitelských zemí v zahraničí.

V první etapě je příliv PZI do hostitelské země v počátcích, místní podniky nejsou schopny realizovat své konkurenční výhody, v zahraničí příliš neinvestují, jen postupně rozvíjejí export zboží a služeb.

Druhá etapa je charakteristická tím že, v hostitelské zemi dochází k vytváření vhodných investičních podmínek: roste objem výroby, tím i trhu, zvyšuje se kvalita výrobních sil, příliv PZI se zvyšuje. V tomto období PZI v hostitelské zemi dosud nejsou dostatečně provázané v rámci ekonomiky s navazujícími obory. Dosud existují značné rozdíly v ekonomické úrovni podniků se zahraničním kapitálem a podniků domácích. V této situaci místní podniky v zahraničí investují jen sporadicky, neboť dosud nedisponují potřebnými specifickými výhodami, jako jsou mezinárodně uznávané značky, kvalita, mezinárodní distribuční síť apod.

Ve třetí etapě dochází k prohlubování ekonomických kontaktů mezi podniky se zahraničním kapitálem a domácími podniky. V ekonomice dochází k růstu produktivity práce v důsledku aplikace moderních technologií i k dalšímu růstu kvalifikace. Následný růst mezd však představuje pro zahraniční investory pokles výhody původně relativně levné pracovní síly. Přestože zahraniční investoři jsou motivováni i jinými výhodami, než je levná pracovní síla – vysokou poptávkou, moderní infrastrukturou apod., přesto příliv PZI v této fázi klesá. Vzhledem ke kvalitativnímu růstu domácích firem dochází v této etapě k jejich zvýšenému investování v zahraničí.

Příliv PZI podstatným způsobem ovlivňuje platební bilanci. Z krátkodobého hlediska jednoznačně pozitivní vliv přináší růst zásoby PZI. Tento pozitivní vliv může být snížen, je-li PZI financována částečně úvěrem poskytovaným subjekty hostitelské země, nebo zařízení a technologie jsou nakupovány v zahraničí. Z dlouhodobého hlediska primární pozitivní účinek PZI na platební bilanci hostitelské země je možná substituce importu přímou zahraniční investicí, druhotně pak růst exportu ze země. Naopak negativní dopad na platební bilanci má repatriace zisku z PZI.

CÍL A METODIKA

Cílem příspěvku je vymezení základních vztahů a vývojových tendencí mezi přílivem PZI a efekty, které přináší, včetně možného rozvoje přímého investování domácích firem v zahraničí. Metodický postup při zpracování příspěvku vychází z jeho teoretického zaměření. Použitou metodou je analytický a syntetický postup při hledání obecných rysů a zvláštností při řešení konkrétních problémů.

Základní teoretické aspekty přímých zahraničních investic

Fungování PZI v hostitelské zemi má své obecné zákonitosti, jejichž respektování je užitečné. Časové rozložení finančních toků, které plynou z umístění PZI je v ekonomické teorii nazýváno *finančním životním cyklem investice**. Základem této teorie je časové zpoždění mezi realizací PZI, tvorbou zisku a rozdělením zisku na reinvestice a repatriace. Vývoj finančního životního cyklu investice je možno rozdělit do tří fází:

V první fázi dochází k umístění investice v hostitelské zemi. toto období je pro investici zpravidla ztrátové, délka tohoto období závisí na charakteru investice.

Druhá fáze představuje přechod k tvorbě zisku. V tomto období roste výkonnost, podnik se stává konkurenceschopným. Úspěšní investoři se snaží získat větší podíl na trhu a proto značné části zisků reinvestují. Výše reinvestovaného zisku závisí na velikosti trhu hostitelské země, na investičním klimatu i na možnostech exportu.

Ve třetí fázi životního cyklu PZI, období zralosti, dochází ke značné repatriaci zisků a minimálním reinvesticím.

Tyto obecné prokázané vztahy v rozdělení zisku z PZI nabývají různé formy projevu v reálné situaci jednotlivých hostitelských zemí. Na základě zkušeností řady zemí je možno konstatovat, že např. PZI realizované formou akvizic, zejména v privatizačním procesu tranzitivních zemí, mají zpravidla kratší finanční životní cyklus než investice budované na zelené louce. Značný vliv má i důvěra zahraničních investorů v dlouhodobou perspektivu ekonomiky hostitelské země. Tak např. zisky z přímých investic, které USA v minulých letech umístily do Japonska, Německa a Francie byly velice brzy repatriovány. Jako důvody byly uváděny: nízké tempo ekonomického růstu, rigidní trhy práce a pomalé tempo hospodářských reforem v těchto zemích.

Příliv PZI do ČR dosáhl v roce 2003 1,2 bil.Kč, což představuje 51% HDP[6]. Počínaje rokem 1998 do konce roku 2003 tak rostla zásoba PZI v ročním průměru o 150 mld. Kč. Tento masivní růst byl způsoben jak zkvalitňováním makroekonomického prostředí realizací privatizačních programů, tak zavedeným souborem investičních pobídek (daňové prázdny, bezcelní dovoz technologií, vytváření bezcelních zón a dotace pro školení). V roce 2003 však nastal pokles přílivu PZI na 66 mld. Kč. Tento pokles lze přičíst jak ukončování privatizačních programů, tak i tendenci zahraničních investorů k posunu do zemí s levnější pracovní silou.

Růst produktu, přesouvání těžiště poptávky k poptávce investiční, další snižování obchodního deficitu díky nadprůměrnému růstu vývozu zejména do původní EU15 je možno do značné

ANALÝZA VTAHŮ MEZI PŘÍLIVEM PŘÍMÝCH ZAHRANIČNÍCH INVESTIC A ČESKÝMI INVESTICEMI V ZAHRANIČÍ

ANALYSIS OF RELATIONS BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND OUTWARD DIRECT INVESTMENT IN THE CZECH REPUBLIC

Irena Petráková

Anotace:

Od roku 1998 v České republice významně stoupl deficit bilance výnosů platební bilance způsobený zejména odlivem výnosů z PZI. Důležitým faktorem který ovlivňuje výnosy z PZI je zejména finanční cyklus zahraniční investice. Odliv výnosů by měl být vyrovnáván v budoucnu přílivem výnosů z českých investic umístěných v zahraničí. Podmínkou pro růst investic v zahraničí je nejen ekonomická síla podniků ale široké znalosti o investování v zahraničí.

Klíčová slova:

Přímé zahraniční investice, finanční život investice, reinvestované výnosy, repatriace zisku, modifikovaná současná hodnota

Summary:

The Czech economy has been characterized by a rapidly increasing external income balance deficit since 1998, which was caused by an increasing outflow FDI earnings. Important factors which determines the total amount is FDI financial life cycle. The outflow of FDI earnings should be balanced by inflow outward FDI. The way how to reach the increase OFDI is economical power of the firms and our knowledge of complicated phases of investment in foreign country.

Key words:

Foreign, direct investment, financial life of investment, reinvested, earnings, repatriate, profits, adapted present value

ÚVOD

Pro transformující se země střední a východní Evropy se přímé zahraniční investice staly symbolem restrukturalizace jejich ekonomik. Přímé zahraniční investice (PZI) ovlivňují ekonomický růst a zaměstnanost, a to primárně – zvýšením produkce zboží a služeb. Pro hostitelskou zemi je podstatné, kolik z nově vytvořené hodnoty v zemi zůstane v podobě daní a plateb za využívání výrobních faktorů. Podstatnou formou udržení si hodnoty v zemi je reinvestice zisku. Její výše je závislá nejen na zkušenostech firmy a investičním prostředí hostitelské země, ale i na fázi, ve které se PZI nachází.

Sekundární vlivy vznikají navazováním obchodních a výrobních vazeb s podniky v hostitelské zemi. Pokud domácí podniky začínají používat moderní technologie, zvyšují produktivitu práce i kvalitu výrobků a služeb, dochází k žádoucímu kladnému efektu PZI. Zvýšená poptávka podniku se zahraničním kapitálem však může na trhu výrobních faktorů hostitelské země způsobovat inflační tlaky.

Efektivní koordinace je právě závislá na schopnostech řídicí sféry rozpoznat rychle užitečnost nových poznatků, definovat srozumitelně cíl svého snažení i jeho budoucí výsledky, stimulovat k jejich uskutečnění své podřízené a převzít plnou odpovědnost za jejich naplnění. Celý proces musí být podporován i transparentními institucionálními vazbami, které by měly garantovat přiměřeně rovné příležitosti pro všechny.

POUŽITÁ LITERATURA

Schiller B.R., Makroekonomie, 2004, Computer Press Brno
Statistická ročenka krajů, 2003, Krajské representace ČSÚ

Kontaktní adresa:

Ing. Jarmila Peterová, CSc.
Česká zemědělská universita – PEF – KZE,
Kamýcká 129,
165 21 Praha 6 – Suchbátka,
e-mail: peterova@pef.czu.cz
tel.: +420 224 382 281

Nejnižší průměrnou měsíční mzdu vykazuje kraj Olomoucký s hodnotou 13,373 tis. Kč. V celém souboru lze s těsností závislosti $R^2 = 0,87$ kvantifikovat vztah, který nám říká, že zvýšení průměrné měsíční mzdy o 1000,- Kč přinese přírůstek 42 tis. Kč v úrovni HDP na obyvatele. Pro soubor krajů bez Prahy je zvýšení o řád nižší, ale parametry funkce nejsou již průkazné.

Jak jsou na tom s úrovní mezd jednotlivé profesní skupiny, které by se měly stát nositeli nových vědeckotechnických poznatků a jejich uživateli, přesněji šířiteli v podnikových praxích ukazuje následující tabulka.

Tab.č.1

Kategorie pracovníků		Praha	ost.kraje	Rozpětí ostatních. krajů
vedoucí pracovníci	absolutně v tis. Kč	55,4	32,8	27 VYS - 35,2 ZLÍN
	relace k Ø	2,8	2,3	2,0 VYS - 2,5 LIB
vědečtí pracovníci	absolutně v tis. Kč	29,4	21,7	19,7 ÚSTÍ - 24,3 VYS
	relace k Ø	1,48	1,54	1,38 ÚSTÍ - 1,81 VYS
technici, zdravotní a pedagogičtí pracovníci	absolutně v tis. Kč	24,3	18,0	16,9 PARD - 19,3 StřČ
	relace k Ø	1,22	1,28	1,17 MSL - 1,44 KV
úředníci	absolutně v tis. Kč	18,1	13,5	12,7 ZLÍN - 14,7 StřČ
	relace k Ø	0,91	0,96	0,85 MSL - 1,05 KV

Mzda nemusí být samozřejmě jediným faktorem, který rozhoduje o tom, kam absolvent vysokoškolského studia zamíří za prací a svým uplatněním, ale podrobnější analýzou lze třeba zdůvodnit, proč Olomoucký kraj s nejnižší průměrnou mzdou má počet vysokoškolsky vzdělaných pracovníků nadprůměrný a naopak např. Ústecký kraj, s nadprůměrnou mzdou celkem je v podílu vysokoškolsky vzdělaných obyvatel hluboko pod průměrem. Jedním z faktorů se zcela zřetelně jeví různé relace mzdy těchto kategorií pracovníků k celkové průměrné mzdě. Zatímco Olomoucký kraj má všechny uvedené poměry nadprůměrné, pak v Ústeckém kraji ani jedna z těchto kategorií pracovníků nedosahuje průměrného poměru. Kraj nadprůměrně preferuje pracovníky služeb a obchodu a kvalifikované dělníky.

4. ZÁVĚR

Výše uvedená analýza vcelku přesvědčivě dokazuje, že kvalifikovaná pracovní síla je jedním z faktorů, které jsou předpokladem vyšší výkonnosti jednotlivých podniků, regionů a v součtu ekonomiky jako celku. Produkce řady statků přestává být spojována s masivním rozmnožováním fixního kapitálu či růstem počtu pracovních sil (obojí může vést naopak k ekonomické stagnaci či ke ztrátám), v řadě ekonomik není problémem ani získání volných finančních prostředků na zahájení nového podnikání.

Rychlý technický a technologický pokrok a globální soutěž kladou ale zvýšené požadavky nejen na úroveň vzdělání jako takového, ale především na schopnost lidí, jak vzdělaných, ale prakticky všech pracovníků, převést tyto nové poznatky co nejrychleji do podoby užitečných aktivit tj. zboží, služeb a veřejných statků požadovaných společností a tedy konkurenceschopných na světových trzích, včetně domácího. Nové poznatky proto vedou k rozvoji ne té ekonomiky, která je jejich autorem (patenty se nerodí každý den a jejich prodejem získá prospěch, byť i třeba značný, pouze úzký segment ekonomiky) ale především té, která je plně využije ve svých podnikatelských aktivitách v co nejširším měřítku, prokáže účelnost a efektivnost jejich dalšího rozvoje a zapojí do tohoto procesu široký okruh svých dodavatelů i finálních uživatelů.

z krajů, které mají nadprůměrnou hustotu osídlení má nadprůměrnou úroveň HDP na obyvatele pouze kraj Jihomoravský a průměrnou Moravskoslezský. Naopak Plzeňský kraj s nejvyšším HDP na obyvatele má z 13 krajů, mimo Prahu, třetí nejnižší hustotu osídlení a to 72 obyvatel na km², při průměru krajů bez Prahy 121 obyvatel.

Taktéž se neprokázal vztah mezi velikostí HDP na obyvatele a podílem obyvatel žijících v obcích do 500 do 20 tisíc a nad 20 tisíc obyvatel. V souboru včetně Prahy způsobuje metropole vysokou variabilitu a tím nízkou těsnost závislosti. I po jejím vyloučení ale parametry zůstávají neprůkazné. Lze z toho usoudit, že mobilita obyvatel, potažmo i pracovní síly, je v rámci kraje dostatečná a úroveň velikosti HDP významně neovlivňuje.

Vzdělání, jakožto schopnost absorbovat poznatky a aplikovat je v pozdější podnikové praxi, je důležitým ukazatelem, informujícím o potenciální kvalitě pracovní síly. Populace ČR má 23 % obyvatel se základním vzděláním 38 % se středním, 24,9 % s úplným středním odborným, 3,5 % s vyšším odborným a 8,9 % s vysokoškolským vzděláním. Variabilita mezi kraji je kromě VŠ vzdělání, v souboru včetně Prahy do 15 % a v souboru bez Prahy do 6 %. VŠ vzdělání pak má variační koeficient 38 % v souboru s Prahou, bez ní klesá na 16 %. Počet vysokoškoláků je nejvyšší v Praze a to 18,8 % z populace, nad průměrem ČR je pak z dalších krajů pouze Jihomoravský. Vyloučíme-li ze souboru Prahu, pak nadprůměrný počet vysokoškoláků v populaci mají všechny kraje s nadprůměrným HDP na obyvatele. Ale vyšší než průměrné vzdělání mezi kraji mimo Prahu má i populace v krajích Olomoucký, Zlínský a Moravskoslezský. Mimo Olomouckého se zbývající dva kraje průměru HDP na obyvatele blíží.

Uvedené vztahy mezi vzděláním a tvorbou HDP na obyvatele lze poměrně solidně kvantifikovat i lineární regresní funkcí. V rámci celé ČR platí, že při poklesu podílu populace se základním vzděláním o 1 % vzroste HDP na obyvatele o 22 tis. Kč a při poklesu podílu populace se středním vzděláním dokonce o 24 tisíc. Těsnost závislosti obou funkcí překračuje $R^2 = 0,75$ a parametry jsou průkazné.

V souboru krajů bez Prahy je při 1 % poklesu podílu populace se základním vzděláním s těsností závislosti $R^2 = 0,31$ přírůstek HDP na obyvatele 3,7 tis. Kč. Parametr funkce pro střední vzdělání je už neprůkazný.

Růst podílu populace s úplným středním odborným vzděláním, odborným vzděláním, vyšším odborným a vysokoškolským vzděláním působí na tvorbu HDP na obyvatele pozitivně. Funkce vypočtené za soubor krajů ČR celkem včetně Prahy mají těsnost závislosti nad 85 %, bez Prahy zůstávají parametry průkazné, ale těsnost závislosti je v intervalu 30 až 40 %.

Zvýšení podílu populace s vyšším odborným vzděláním o 1 % přinese v celém souboru přírůstek HDP 127 tis. Kč, v krajích bez Prahy pak pouze 19,2 tis. Kč na obyvatele.

Zvýšení podílu vysokoškolského vzdělání v populaci o 1 % se projeví na růstu HDP na obyvatele v celém souboru o 22,3 tis. Kč, v krajích bez započtení Prahy pak činí přírůstek 5,11 tis. Kč na obyvatele.

Kvalifikační stupeň vyšší odborné vzdělání je vcelku nový a vlastní ho tedy populace patrně pouze v aktivním produkčním věku. Je to jedna ze skutečností, kterou lze patrně zdůvodnit jeho vyšší vliv na tvorbu HDP ve srovnání s vysokoškolsky vzdělanou populací. Dalším důvodem může být patrně i skutečnost, že absolventi s tímto vzděláním nastupují do oborů v současné době vysoce atraktivních, možná i s vyšší úrovní mezd, zisků, dividend a všech ostatních složek, které agregaci HDP tvoří.

Složkou HDP jsou i mzdy a platy zaměstnanců. Jejich průměrná měsíční úroveň činila 15,85 tis. Kč v celém souboru, bez započtení Prahy pak 14,094 tis. Kč. Variační koeficient při nezapočtení Prahy klesl z 11 na 4,4 %. Nad celostátním průměrem není mimo vlastní metropole žádný další kraj. Z krajů s nadprůměrnou úrovní HDP na obyvatele má nadprůměrné mzdy pouze kraj Plzeňský a průměrné úrovni se blíží i kraj Jihomoravský.

prostředí, jako základního atributu fungujícího trhu zboží a služeb, stejně jako podmínek pro produkci veřejných statků, jejichž rozvoj trh zpravidla ne zcela dostatečně reflektuje.

Ani jeden z nich nelze podceňovat nebo přeceňovat. Přesto se však zdá, že v posledních obdobích politické změny ve světě, vůle k větší liberalizaci trhu a stále rychlejší vlny inovací informačních technologií podněcují vznik a rozvoj informační a znalostní společnosti a vyžadují si její průmět i do oblasti ekonomie. Správné odhadnutí budoucího směru vývoje, zaměření výzkumu na tyto směry, rychlá orientace v tom, co už v daném oboru je jasné a především aplikace nových trendů do výrobní praxe podniků by měla posunout hospodářství k jeho vyšší výkonnosti a udržet tak nebo lépe rozšiřovat jeho podíl na globálním trhu.

2. MATERIÁL A METODIKA

Následující příspěvek se zabývá analýzou výkonnosti ekonomiky jednotlivých krajů ČR a snaží se postihnout významné vybrané faktory, které tyto rozdíly mohou vyvolat. Analýza používá běžné statistické charakteristiky typu průměr, variační rozpětí, variační koeficient a regresní analýzu.

Zdrojem dat jsou statistické ročenky jednotlivých krajů, s aktuálními údaji z roku 2002, vydané krajskými representacemi ČSÚ. Výsledky jsou kvantifikovány jednak za všech 14 existujících krajů včetně Prahy a dále za soubor krajů bez hodnot za Prahu, které jsou značně odlišné.

3. VLASTNÍ ANALÝZA

Hrubý domácí produkt ČR v běžných cenách dosáhl v roce 2002 hodnoty 2 157,8 mld. Kč a trvale roste. Jeho růst podněcuje jak rostoucí objem fixního kapitálu, tak i počet zaměstnanců. Ve sledovaném souboru se tyto vztahy projevují velmi zřetelně (R^2 lineární funkce se pohybuje v rozmezí 0,7 až 0,97). Každá dodatečná koruna hrubého fixního kapitálu přináší 3,67 Kč HDP za ČR celkem, v souboru krajů mimo Prahy pak 2,8 Kč. Taktéž každý zaměstnanec navíc vytvoří přírůstek HDP v rozsahu 691,9 tis. Kč v souboru včetně Prahy a 411,8 tis. v průměru ostatních krajů, bez Prahy.

V přepočtu na 1 obyvatele představuje HDP hodnotu 211 483 Kč. I když jde o průměr ČR, jediný region, který tuto úroveň překračuje je Praha, s hodnotou více jak dvojnásobnou. Ostatní kraje tuto úroveň nedosahují. Hranici 90 % průměru překračují pouze kraj Jihomoravský (90,9 %) a nejbližší průměru je kraj Plzeňský (téměř 97 %). Obrovské kolísání odráží variační koeficient s hodnotou 37 %.

Vyloučíme-li z hodnocení Prahu, klesne průměr zbývajících 13 krajů na 178 671 Kč a variační koeficient se sníží na 6 %. Na spodní hranici rozpětí s hodnotou 163 tis. najdeme kraj Olomoucký a ke dvěma již dříve jmenovaným krajům se nad průměr dostávají s přibližně stejnou hodnotou kraj Jihočeský (185 tis. Kč) a Královéhradecký (184 tis. Kč). Po vyloučení Prahy produkuje tedy Olomoucký kraj důchod na obyvatele o 20 % nižší, než nejlepší kraj Plzeňský.

Jednou z příčin těchto rozdílů je patrně výrobní zaměření a z něho plynoucí různá struktura a výkonnost kapitálu. Pro podrobnou analýzu podle OKEČ však regionální statistiky neposkytují potřebnou datovou základnu. Daleko rozsáhlejší je základna údajů zachycující demografické údaje a informace o pracovní síle. Proto se analýza na tyto vztahy dále zaměří.

Protože mezikrajská migrace za prací v ČR nemá významný rozsah, lze předpokládat, že obyvatelstvo tvoří hodnoty v rámci kraje. Uvedená myšlenka se potvrzuje pouze v souboru zahrnujícím Prahu. V něm platí, že s těsností závislosti lineární funkce $R^2 = 0,97$ vzroste-li hustota osídlení o 10 lidí na km^2 vzroste HDP na obyvatele o 1,2 tis. Kč. Tyto vztahy se ale vůbec nepotvrzují v souboru zbývajících 13 krajů bez Prahy. Regresní koeficient lineární funkce naopak nabývá záporných hodnot a při srovnání jednotlivých údajů

VYBRANÉ DETERMINANTY REGIONÁLNÍHO ROZVOJE

SELECTED DETERMINANTS OF REGIONAL DEVELOPMENT

Jarmila Peterová

Anotace:

Příspěvek se zabývá úrovní tvorby hrubého domácího produktu v jednotlivých krajích České republiky a vybranými faktory, které mohou jeho výši ovlivňovat. Pozornost je zaměřena především na pracovní sílu, vzdělání pracovníků a úroveň odměňování vybraných profesních skupin, tak, jak je umožňuje rozlišovat regionální statistika.

Klíčová slova:

hrubý domácí produkt, vzdělání, mzdy, region

Summary:

Following contribution describes the level of formation of the GDP in particular Czech regions and selected factors, that have influence on it. The attention is focused mainly on labour-force, the qualification of workers and the level of reward of selected professional groups.

Key words:

GDP, qualification, wages, region

1. ÚVOD

Vyspělost země obecně je posuzována podle blahobytu jejich obyvatel ve srovnání s ostatními ekonomikami. Hospodářské politiky většiny států si kladou za cíl takový rozvoj, který v době globalizace udrží zemi v pozici schopné konkurovat ostatním ekonomikám na domácím i globálním trhu.

Jednou z agregátních ekonomických veličin, která uvedený stav kvantifikuje je velikost hrubého domácího produktu (dále jen HDP). Je to hodnota finálního zboží a služeb vyprodukovaná výrobními faktory v dané zemi (bez ohledu na to, kdo je vlastní), zpravidla za jeden rok. Lze ji vyjádřit i jako souhrn všech přidaných hodnot na všech stupních výrobního procesu zboží a služeb. Vyjádřená v cenách běžného období má přívlastek nominální. Při hodnocení dlouhodobých trendů je vhodné očistit agregát o vliv změn cenové hladiny (inflaci) a pracovat s pojmem reálný hrubý domácí produkt. Pro souměřitelnost mezi nesterjně velkými ekonomikami se zpravidla přepočítává na jednoho obyvatele.

Faktorů, které ovlivňují uvedený agregát je mnoho. K základním z nich patří:

- rozsah, dostupnost a kvalita hlavních výrobních faktorů:
 - primárních, což je půda, ostatní nerostné bohatství a práce
 - sekundárních, což je ostatní kapitál, který je sám již produktem výroby
- technický a technologický rozvoj, který působí na změny v účinnosti a efektivnosti vzájemné interakce mezi výrobními faktory, s cílem tvořit stále nové kombinace, přispívající ke kvalitnějšímu uspokojení potřeb společnosti
- institucionální vazby působící jak uvnitř ekonomiky tak navenek ve vztahu k ostatním, obecně shrnovaných pod pojem hospodářská politika státu. Jejím úkolem v nejobecnější rovině by měla být péče o zdokonalování a dodržování podmínek konkurenčního

Na simuláciu predmetného číselníka v zmysle našich návrhov atribútov v základnej rastlinnej výrobe použijeme atribút – ochrana rastlín mechanická nasledovne:

- výrobný proces: 1 – základná rastlinná sejba,
- atribút : 6 – ochrana rastlín,
- špecifikácia atribútu: 2 – mechanická

Číselník manažérskych nákladov má za úlohu vyjadriť vplyv nákladov podľa druhového členenia sledovaných v účtovníctve na zmenách v objeme výroby. Variabilné náklady, ktoré sú závislé na zmenách objemu výroby nie je problémom identifikovať a priamo priradiť na jednotku výroby. Zložitosť identifikácie fixných nákladov spôsobuje skutočnosť, že ich v zásade môžeme rozdeliť do dvoch skupín:

1. Fixné náklady u ktorých je možné presne určiť miesto a príčinu ich vzniku.

2. Fixné náklady, ktoré podľa miesta a príčiny ich vzniku nie je možné priradiť k výkonu. Zároveň treba uviesť, že fixné náklady, ktoré je možné priradiť k výkonu za určitých konkrétnych podmienok v podniku môžu mať variabilný charakter. Predstavujú teda zmiešaný (kombinovaný) typ nákladov. Simulácia číselníkov manažérskych nákladov môže mať nasledovný tvar:

1. variabilné náklady
2. fixné náklady, ktoré možno priradiť k výkonu
3. fixné náklady v kombinovanej podobe s variabilnou zložkou
4. fixné náklady, ktoré nemožno priradiť k výkonu
5. ostatné náklady, ktoré nepredstavujú vstupy do výroby

Posledná skupina nákladov evidovaná v účtovníctve neovplyvňuje výrobný proces. Predstavuje náklady napr. na predaj majetku, odpis pohľadávok a iné, ktoré sú kompenzované v účtovníctve výnosmi.

ZÁVER

Významnou zložkou informačnej podpory nákladového controllingu sú informácie poznávacieho charakteru. Sú produktom účtovného informačného systému. Zabezpečenie základnej analyticko-evidenčnej, kontrolno-koordinačnej a poradensko-inovačnej funkcie nákladového controllingu vyžaduje užšiu väzbu účtovníctva v oblasti nákladov na výrobné procesy.

Vytvorenie evidenčnej štruktúry pre tieto účely vyžaduje v praxi inovovať plány obehu dokladov tak, aby základným článkom ich projektovania sa stali hmotné toky podniku. Pre hodnotenie nákladov z rôznych manažérskych pohľadov vytvoriť na nosičoch vstupných údajov predpoklady k uplatneniu nových prístupov k ekonomickému riadenia nákladov. Evidenčná architektúra nákladov v účtovníctve a kvalitatívne zmeny v oblasti prípravy a zberu údajov k ich spracovaniu sú základom budovania controllingu nákladov v poľnohospodárskych podnikoch.

Literatúra

- CHUDÝ, J. – ČIŽMÁRIK, L. : Normatívne technologické náklady. II. Časť. Nitra: AGROINŠTITÚT, 2001, s. 82. ISBN 80-8059-233-5
- KRÁL, B. a kol. : Manažérske účtovníctví. Praha: MANAGEMENT PRESS, 2002, s. 347. ISBN 80-7261-062-7
- PATAKY, J.: Methodological aspects of an improvement of calculation information system in agricultural companies. In: Agricultural economics. Prague: volume 48, 3, 2002, ISSN 0139 - 570 x.

Kontaktná adresa autora:

Jozef Pataky, doc. Ing. PhD.

SPU, FEM, KUF, Tr. A. Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovenská republika, č.t. 6508 116, e-mail: jozef.pataky@uniag.sk

- odvoz skrojkov cukrovej repy ku skfmeniu,
- odvoz sóje, slnečnice, repky olejnej od kombajnu na pozberovú úpravu,
- odvoz sóje, slnečnice, repky olejnej z pozberovej úpravy odberateľom.

Pri zbere ostatných plodín rozlišujeme:

- zber zelených objemových krmovín pestovaných na ornej pôde,
- zber zelených objemových krmovín na silážovanie (senážovanie),
- produkcia a spotreba zelenej hmoty pastvou.

Pre pohyb zásob na úseku rastlinnej výroby možno rámcovo vymedziť hmotné toky nasledovne:

- nákup materiálnych zásob pre potreby rastlinnej výroby na sklad,
- spotreba materiálnych zásob zo skladu pre potreby rastlinnej výroby,
- predaj nákupných zásob pre odberateľov resp. zamestnancov,
- prevod nákupných zásob medzi skladmi.

Obdobne môžeme vyšpecifikovať hmotné toky pre zásoby získané vlastnou výrobou.

Prácu a mzdy členíme podľa jednotlivých druhov prác na:

- práce traktorové,
- práce kombajnové,
- práce samohybných strojov,
- prípadné práce ručné a poťahové,
- evidencia a dochádzka do práce,
- evidencia čerpania dovoleníek.

Vyšpecifikované hmotné toky charakteristické pre konkrétny podnik považujeme za hlavný článok projektovania plánu obehu dokladov, ktorý zohľadňuje výrobný proces v základnej rastlinnej výrobe a jeho atribúty v závislosti od strojovej vybavenosti a používanej technológii výroby.

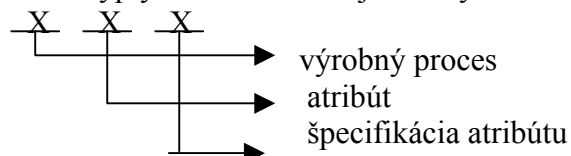
Pri mnohých aktivitách podnikov v podmienkach trhového hospodárstva manažérske rozhodnutia sa opierajú o informačnú podporu umožňujúcu posúdenie závislosti nákladov na zmenách v objeme výroby. Z krátkodobého hľadiska okrem informácií o dosiahnutom výsledku hospodárenia a jeho zložiek, sú to najmä informácie o bode zvratu, cenotvorbe a zohľadňovaní požiadaviek odberateľov na stanovenie ceny výrobkov, hodnotení vysokých kapacít s cieľom maximalizácie zisku a iné. Z tohto pohľadu evidencia nákladov v účtovníctve musí zabezpečiť identifikáciu jednotlivých nákladových druhov na náklady v manažérskom poňatí. V praxi účtovného informačného systému to znamená:

- vecne vyšpecifikovať náklady členené z druhového hľadiska s ich vplyvom na zmeny v objeme výroby v konkrétnych podmienkach podniku a
- zabezpečiť analytickú evidenciu nákladov v členení na variabilné a fixné k ich sledovaniu v účtovníctve.

V nadväznosti na úvahy o riešených vecných problémoch za dôležité považujeme úpravu nosičov vstupných údajov – dokladov používaných v podniku. Pre potreby nákladového controllingu do sústavy číselníkov pre kľučovanie vstupov odporúčame zoradiť:

- číselník atribútov výrobného procesu, ktorý priamo nadviaže na číselník druhu prác a
- číselník manažérskych nákladov.

Identifikácia atribútov v uskutočňovaných výrobných procesoch je základným organizačným predpokladom uplatňovania controllingu nákladov. Konštrukcia číselníka atribútu výrobného procesu vyplýva z nasledovnej schémy.



- vedľajších výrobkov
 - pozberová úprava.
- V kontexte s rámcovým modelom aktivít výrobného procesu v základnej rastlinnej výrobe treba vymedziť ostatné aktivity, ktoré v zásade súvisia so:
- zásobovaním výroby (zabezpečením surovín),
 - odbytom (predajom) výrobkov a aktivity spojené so
 - spravovaním (réžiou) poľnohospodárskeho podniku a jeho útvarov.

Predpokladom pravdivých, porovnateľných a najmä spoľahlivých informácií z účtovníctva sú vstupné údaje na vystavených dokladoch a ich vecná a formálna správnosť. Pre každý doklad je charakteristický určitý proces pohybu dokladu od jeho vzniku v podniku (interný) resp. od príchodu do podniku (externý doklad), ktorý nazývame plán obehu dokladov.

Obeh dokladov plní dve základné funkcie:

- poznávaciu funkciu, ktorá zabezpečuje poznanie o hospodárskych javoch a je nositeľom ich vstupu do počítačového spracovania,
- kontrolnú funkciu, ktorá zabezpečuje vecnú a formálnu správnosť dokladov podniku.

Kontrolná funkcia zabezpečujúca pravdivosť vstupu údajov do počítačového spracovania účtovníctva je možná vtedy, ak obeh dokladov má vysoký stupeň adresnosti a umožňuje poznať príčinnú súvislosť vzniku nákladov vo vzťahu k atribútom výrobného procesu. Pravdivosť vstupných údajov na dokladoch podniku predpokladá ich overovanie podľa jednotlivých hmotných tokov, ktoré sú charakteristické pre výrobné procesy. Hmotným tokom treba rozumieť pohyb materiálovo-energetických hodnôt, ktoré si vo výrobnom procese navzájom odovzdávajú fyzické osoby v rozličných vzájomných väzbách vo vnútri podniku a v styku s okolím.

V podmienkach nákladového controllingu za významné miesto v pláne obehu dokladov považujeme špecifikáciu hmotných tokov odpovedajúcu konkrétnym podmienkam podniku. Funkčnosť obehu dokladov sa tak stane priamo závislá od uskutočňovaných aktivít vo výrobných procesoch. V súvislosti s cieľom práce na úseku základnej rastlinnej výroby hrubý model hmotných tokov môžeme rozdeliť do štyroch oblastí:

1. Rastlinná produkcia.
2. Pohyb zásob na úseku rastlinnej výroby.
3. Práca a mzdy.
4. Pôda.

V oblasti produkcie rastlinnej výroby do úvahy prichádzajú hmotné toky pri zbere obilnín, okopaním, technických plodín a ostatných plodín.

Pri zbere obilnín od kombajnov prichádza do úvahy:

- odvoz obilia od kombajnu na pozberovú úpravu,
- odvoz obilia z pozberovej úpravy do obilného sila,
- odvoz obilia z pozberovej úpravy do skladu v podniku,
- odvoz obilia od kombajnu priamo do obilného sila,
- odvoz obilia zo skladu v podniku rôznym odberateľom.

Pri zbere okopanín sú charakteristické tieto hmotné toky:

- odvoz okopanín z poľa na pozberovú úpravu,
- odvoz okopanín z poľa priamo na kŕmenie (spárovanie)
- odvoz okopanín z pozberovej úpravy do skladu v podniku,
- odvoz okopanín zo skladu v podniku odberateľom.

Hmotné toky pri zbere technických plodín možno vymedziť na:

- odvoz cukrovej repy od kombajnu na poľnú skládku,
- odvoz cukrovej repy z poľnej skládky k priemyselnému spracovaniu,
- odvoz cukrovej repy z poľa k priemyselnému spracovaniu,

VÝSLEDKY A DISKUSIA

Už sme uviedli, že medzi základné informačné piliere controllingu patrí účtovný informačný systém. Je to preto, že účtovníctvo predstavuje relatívne uzatvorený a vnútorne usporiadaný systém informácií, ktorý poskytuje informácie o hospodárskej činnosti podniku a dosiahnutom výsledku tejto činnosti. Každá dispozičná informácia z účtovníctva zobrazuje určitú konkrétnu realitu. Je modelovým zobrazením reálnej ekonomickej či technicko-biologickej skutočnosti, javu, vzťahu a pod. Ako nástroj riadenia poskytuje orientáciu pri riešení takých otázok, ktoré sú adekvátne potrebám rozhodovania a umožňuje racionálne zasahovať do procesu hospodárskej činnosti.

Pragmatické využitie výstupov z účtovníctva závisí od:

- kvality a vhodnej štruktúry vstupných údajov a jej nosičov, ktoré predstavujú základný informačný materiál k spracovaniu;
- algoritmov spracovania vstupných údajov na užitočné informácie v rozhodovacom procese;
- schopnosti manažérov aplikovať získané výstupy z účtovníctva v záujme zvyšovania účinnosti riadenia výrobných činností.

Každá informácia je svojim spôsobom účelovo orientovaná a jej vnútorný obsah je určený výberom podľa potrieb riadenia. V kontexte s uplatňovaním nákladového controllingu, ako ekonomickej metódy riadenia nákladov sa javí potreba informačné zobrazenie orientovať na aktivity výrobného procesu. Výrobné procesy v každej, teda aj poľnohospodárskej výrobe sú zoskupením atribútov – vykonávaných pracovných operácií, ktoré obyčajne v rámci výrobného procesu nasledujú za sebou, resp. u niektorých výrobkov majú rovnaký charakter. Výrobné aktivity sú teda vykonávané na podporu a zabezpečenie výroby a predaja jednotlivých druhov výrobkov v závislosti od používanej technológie výroby.

Ekonomické riadenie nákladov treba smerovať k objektivizácii vstupov a tým hospodárnosti vkladov do výroby. Môžeme to dokázať hodnotením nákladov vo väzbe na výrobné procesy a ich technologické zložky. Riadenie nákladov podniku na výrobky (výkony) z hľadiska druhového nemôžeme považovať za účinné. Vyrábané produkty sú podmienené vykonávaním príslušných aktivít spätých s potrebou materiálových a ľudských zdrojov, ktoré z ekonomického hľadiska sa premietajú do nákladov podniku. Z uvedeného vyplýva, že nie výkon (výrobok, služba), ale aktivity vo výrobnom procese vyvolávajú príčinu vzniku nákladov.

Hodnotenie opodstatnenosti vzniku nákladov a hľadanie rezerv v ich znižovaní na výkony (výrobky) musí byť primárne vo väzbe na aktivity výrobného procesu, pretože tie spôsobujú príčinnú súvislosť vzniku nákladov. Evidenčnú štruktúru nákladov je preto treba orientovať na základné zložky – atribúty výrobného procesu a nie priamo na výkon v určitom stredisku. Za základný organizačný predpoklad uplatňovania controllingu nákladov treba považovať identifikáciu atribútov v uskutočňovaných výrobných procesoch. Rámcový model štruktúry atribútov pre evidenciu nákladov a plánovacie procesy v základnej rastlinnej výrobe možno štrukturovať nasledovne:

- orba (hlboká, stredná),
- príprava pôdy pred sejbou (sadením),
- sejba (sadenie),
- prihnojovanie,
- ochrana rastlín
 - chemická,
 - mechanická
- zavlažovanie,
- zberové práce
 - hlavných výrobkov,

DOKLADY PODNIKU A ICH POSLANIE V PODMIENKACH NÁKLADOVÉHO CONTROLLINGU

COMPANY RECORDS AND THEIR ROLE IN COST CONTROLLING

Jozef Pataky

Anotácia:

Využívanie nákladového controllingu vyžaduje zabezpečiť pravdivé vstupy do účtovníctva. Vstupy do účtovníctva vyžadujú, aby nosiče údajov - doklady boli v užšom prepojení na výrobný proces. Zároveň, aby vstupy umožňovali identifikáciu nákladov z hľadiska druhového na manažérske náklady.

Kľúčové slová:

náklady, nákladový controlling, ekonomické riadenie nákladov, doklady, hmotné toky, plán obehu dokladov

Abstract:

Use of cost controlling requires to ensure implementation of correct inputs into accounting. Inputs into accounting requires for data medium - records to be closer connected to production process. Inputs at the same time should allow to identify managerial costs.

Key words:

costs, cost controlling, economic cost management, records, material flows, record turnover plan

ÚVOD

Efektívnosť poľnohospodárskej činnosti v podnikoch poľnohospodárskej prvovýroby podmieniajú náklady. Nákladovosť poľnohospodárskych výrobkov ovplyvňuje mnoho faktorov. Medzi hlavné vplyvy patria: – výrobné podmienky (pôdno-klimatické a ekonomické), využitie a účinnosť výrobných prostriedkov a výrobných kapacít, účinnosť materiálových vstupov a mzdových nákladov a účinnosť riadenia výrobných činností.

Úspešnosť riadenia výrobných činností je v úzkom prepojení na materiálové a mzdové vstupy do výroby. Významnú pozornosť je preto potrebné venovať ekonomickému riadeniu nákladov. V súčasnom období základnú metódu predstavuje nákladový controlling.

CIEĽ A METÓDY

Medzi základné informačné zdroje controllingu nákladov patrí sústava rozpočtov, účtovníctvo a kalkulácie vlastných nákladov. Naša pozornosť je orientovaná na účinnosť vstupu údajov do účtovníctva ako základného predpokladu ich využitia v kontrolnej činnosti.

Cieľom príspevku je zhodnotenie súčasných prístupov k využívaniu dokladov v procese obehu v podniku a posúdenie funkcií dokladov so zámerom vytvorenia informačnej podpory pre manažérske rozhodnutia v podmienkach uplatňovania controllingu nákladov.

Riešená problematika je súčasťou výskumného projektu VEGA – Informačná podpora controllingu nákladov v poľnohospodárskych podnikoch pri exploatacii netradičných metód. Východiskom v riešení sú práce CHUDEHO, J. – ČIŽMÁRIKA, L. (2001), KRÁĽA, B. a kol. (2002) a PATAKYHO, J. (2002).

LEADER+) Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství, investičního záměru a) 1. skupina – realizace Strategie - MAS. Výběr Místních akčních skupin se uskutečňuje pro celé programovací období 2004 – 2006. V této době bylo přijato celkem 30 žádostí, ze kterých bylo později vybráno 10 Strategií Místních akčních skupin pro financování z Operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství. Každá z deseti MAS obdrží pro programovací období 2004-2006 dle vlastního požadavku 150–200 tis.EUR plus bonus počítaný dle počtu obyvatel jejich uchazečského území.

První kolo přijímání žádostí v roce 2005

Zatím poslední vyhlášené kolo přijímání žádostí se uskutečnilo již v roce 2005. Žadatelé předkládali své žádosti od 31. ledna 2005 do 25. února 2005 na všech regionálních odborech Státního zemědělského intervenčního fondu. V tomto kole byly přijímány žádosti o finanční pomoc již podruhé pro podopatření 1.1.1. Investice do zemědělského majetku a podpora mladým začínajícím zemědělcům, konkrétně na investiční záměr e) stroje pro zemědělskou výrobu. Ke dni 25.2.2005 bylo zaregistrováno celkem 455 žádostí, což je o 134 žádostí méně než v kole prvním v roce 2004. Nejvíce žádostí bylo podáno RO Brno a České Budějovice. V současné době probíhá proces schvalování a bodového hodnocení jednotlivých žádostí.

ZÁVĚR

Všechny podniky v České Republice se po našem vstupu do jednoho z největších integračních seskupení EU ocitly ve zcela nových podmínkách tržního hospodářství. S rozšířením jejich možností působení na evropském trhu se zároveň zvýšil i konkurenční tlak na jednotlivé podniky. Samozřejmě součástí celého hospodářství je i agrární sektor. K tomu, aby se zemědělci mohli úspěšně podílet na růstu ekonomické úrovně v ČR bude záležet především na tom, do jaké míry budou schopni zareagovat na nově vzniklé podmínky a možnosti.

Jednou z výhod přistoupení obou států je i možnost finančních podpor ze Strukturálních fondů EU. I přesto, že čeští zemědělci se již před vstupem do EU mohli seznámit s podporami z EU v rámci předstupních fondů (např. SAPARD), vznikly a stále vznikají problémy, především ze strany žadatelů.

Všechny uvedené údaje se týkají programovacího období do roku 2006. V následujícím období od roku 2007 dojde k velkým změnám v rámci celé zemědělské politiky EU. Vzhledem ke stále většímu významu rozvoje venkova dojde ke změně i jejího financování. Fondy EAGGE a FIG budou nahrazeny jedním společným fondem určeným pro rozvoj venkova. Rozvoj venkova už tedy nebude pouze součástí rozvoje zemědělství, ale naopak zemědělství se stává součástí právě rozvoje venkova.

Literatura

MZe ČR: Operační program „Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství“, MZe, Praha 2003

MMR ČR: Průvodce fondy Evropské Unie, MMR, Praha 2004

www.szif.cz

www.mze.cz

www.mmr.cz

www.strukturalni-fondy.cz

Kontakt:

Ing. Michal OTMAR

KZE, PEF ČZU Praha

Kamýcká 129

165 21 Praha 6 – Suchbátka

email: otmar@pef.czu.cz

	Zaregistrované žádosti	Schválené žádosti
Počet žádostí	589	186
Požadované finanční prostředky celkem	768 204 824 Kč	272 299 761 Kč
Průměrná požadovaná finanční částka na projekt	1 310 930 Kč	1 463 977 Kč
Průměrné procento požadované finanční podpory	42,13%	41,31%

Tab.č.3: Finanční prostředky a procento požadované finanční podpory (Zdroj: SZIF)

Celkem bude uvolněno přes 272 mil. korun na schválené žádosti. Průměrná finanční částka na jeden projekt činí téměř 1 464 tis. korun. Průměrná výše procenta, ve kterém požadovaly podniky finanční podporu ze strany SF se pohybovala okolo 41,3 procent celkových nákladů.

Největší podíl finančních prostředků ve výši 35% putuje do RO Brno. Naopak nejmenší částka (6%) je přidělena pro RO v Hradci Králové a Opavě. Finanční alokace souvisela především s počtem zaregistrovaných a schválených projektů pro jednotlivé regionální odbory SZIF. V rámci krajů největší finanční částka bude poskytnuta kraji Vysočina ve výši přibližně 72 mil.korun. Nejmenší objem finančních prostředků (zhruba 2 800 tis. korun) připadne na Liberecký kraj. Regionální struktura je obdobná jako jsme ji mohli zaregistrovat již v rámci předvstupní pomoci, především v rámci programu SAPARD. Co se týká struktury výdajů, bude nejvíce prostředků použito na nákup traktorů, strojů pro sklizeň píce a secích strojů. Nejméně z přidělených financí přijde na nákup strojů pro sklizeň chmele, úpravu ovoce a zeleniny, překopávačů kompostu nebo odplevelovačů.

2. Ostatní kola přijímání žádostí

Vzhledem k tomu, že ostatní kola přijímání žádostí byla později než kolo první, jsou nyní v procesu administrace nebo schvalování. Z tohoto důvodu nejsou údaje uvedené v tomto článku kompletní, ale pouze ty, které byly prozatím zveřejněné na internetových stránkách SZIF.

Druhé kolo přijímání žádostí

Přijímání žádostí ve druhém kole probíhalo na RO SZIF ve dnech 19.7. – 31.8.2004 na všechna opatření a podopatření, která nebyla přijímána v rámci prvního kola přijímání žádostí vyjma podopatření 2.1.4. LEADER+.

Opatření podopatření	1.1.1.	1.1.2.	1.2.	1.3.1.	1.3.2.	1.3.3.	1.3.4.	2.1.2.	2.1.3.	2.1.5.	2.3.1.	2.3.2.	2.3.3.	Celk.
Celkem	375	22	59	23	45	0	2	12	79	27	9	22	10	685
Schválené projekty			28						12		8	4	5	
Finanční prostředky			103063472				636911		55052929		16089829	2894404	2638700	

Tab.č. 6: Celkový přehled zaregistrovaných žádostí druhého kola příjmu žádostí (Zdroj: SZIF)

V rámci druhého kola bylo přijato celkem 685 žádostí. Nejvíce žádostí bylo zaregistrováno v RO Brno a České Budějovice. Nejméně žádostí je v RO Ústí nad Labem. V tabulce jsou zobrazeny počty zaregistrovaných a později schválených žádostí pro podopatření OP. Dále jsou zde vyčísleny požadované finanční částky na projekty v rámci jednotlivých podopatření. Jelikož stále probíhá administrace a hodnocení projektů, u některých z nich celková částka nebyla do dnešní doby známa.

Třetí kolo přijímání žádostí

Od 11.10.2004 do 5.11.2004 byly na centrálním pracovišti SZIF v Praze přijímány žádosti o realizaci Strategie v rámci podopatření 2.1.4. Rozvoj venkova (podopatření typu

PŘUBĚH JEDNOTLIVÝCH KOL PŘÍJMU ŽÁDOSTÍ V ČR

Jak již bylo napsáno v předchozí části článku od 1. května loňského roku se stal agrární sektor součástí společné zemědělské politiky EU a naši zemědělci tak mohli začít žádat o finanční podpory na jednotlivá opatření v rámci priorit operačního programu.

Do doby psaní tohoto článku byla vyhlášena celkem čtyři kola pro příjem žádostí. První tři kola příjmů se konala již v roce 2004 a v rámci nich byla zahrnuta všechna opatření operačního programu. Čtvrté kolo vyhlášené začátkem roku 2005 se zaměřovalo již podruhé na opatření 1.1.1.e - Investice do zemědělského majetku a podpora mladým začínajícím zemědělcům (inv.záměr e). Jednotlivá kola jsou podrobně aktuálně analyzována v následujícím textu.

1. První kolo příjmu žádostí

První kolo příjmu žádostí bylo vyhlášeno ministrem zemědělství od 31.5. do 25.6. 2004 a to v rámci opatření 1.1.1 e - Investice do zemědělského majetku a podpora mladým začínajícím zemědělcům (investiční záměr e) a v rámci opatření 2.1.1. – Pozemkové úpravy. V případě opatření 2.1.1 bylo přijato příliš mnoho projektů a s tím byla i spojena vysoká požadovaná finanční částka. I proto byla zvažována varianta spojení roku 2004 s rokem následujícím včetně finančních prostředků, přičemž v roce 2005 nebude vyhlášeno další přijímání projektů na toto opatření. Administrace a schvalování projektů pro pozemkové úpravy z tohoto důvodu trvala déle než se původně předpokládalo a výsledky byly známy až koncem měsíce ledna tohoto roku.

	Zaregistrované žádosti - Investiční záměr a)	Zaregistrované žádosti - Investiční záměr b)	Celkem
Celkem	50	130	180
Celk. požadovaná fin.pomoc	59554546	561203522	620758068

Tab.č. 1: Pozemkové úpravy (Zdroj: SZIF)

Z tabulky vyplývá, že bylo zaregistrováno celkem 180 žádostí v rámci opatření Pozemkové úpravy. Později bylo 15 projektů vyřazeno. Celková finanční částka všech 165 schválených žádostí se pohybuje okolo 599 milionů korun.

	Zaregistrované žádosti	Z. ž.po administrativní kontrolu	Schválené žádosti	% vybraných žádostí
Celkem	589	567	186	33%

Tab.č. 2: Počty žádostí, které splnily administrativní kontrolu a z nich schválené žádosti u podopatření 1.1.1. e – Stroje pro zemědělskou výrobu (Zdroj: SZIF)

Z uvedené tabulky č.2 vyplývá struktura podaných žádostí podle jednotlivých regionálních odborů i jejich celkové počty. Z přijatých projektů bylo 22 vyloučeno po administrativní kontrole. Důvodem bylo především nedodržení podmínek pro tvorbu projektů, chybějící dokumenty, jejich součásti a nebo pozdní dodání. Z původních 567 projektů bylo schváleno 186 žádostí, které mohou čerpat prostředky ze SF. Těchto 186 projektů bylo vybráno na základě celkového bodového hodnocení, jehož částí bylo i hodnocení finančního zdraví podniků, které žádost předkládaly. Největší podíl jednotlivých regionálních odborů na celkovém počtu zaregistrovaných žádostí zaujímají odbory Brna a Českých Budějovic a nejmenší podíl zaregistrovaných žádostí na celkovém počtu byl zaznamenán v regionu Ústí nad Labem. Finanční stránka vztahující se ke schváleným projektům je uvedena v následující tabulce 3.

CÍL A METODIKA

- Seznámení s problematikou strukturálních fondů a operačního programu „zemědělství“.
- Aktuální podrobná analýza průběhu jednotlivých doposud vyhlášených kol příjmů žádostí v ČR.

Podstatou tohoto článku byla především sumarizace podkladových údajů a dat. Shromáždování konkrétních dat (z internetu a pomocí osobních konzultací s odborníky na dané téma jak z ministerstva zemědělství, tak i ze státního zemědělského intervenčního fondu) bylo asi největším problémem pro zpracování daného článku. Jelikož administrace a hodnocení jednotlivých vyhlášených kol pro předkládání projektů může trvat až čtyři měsíce a během této doby nejsou data o projektech zveřejňována, bylo a je velmi obtížné jakákoliv data získat a ve většině případů se musí čekat až na oficiální výsledky. Získané informace se staly základem pro podrobnou analýzu o průběhu čerpání finančních prostředků ze strukturálních fondů v rámci operačního programu „zemědělství“ v České republice. Veškeré údaje byly propočítávány v programu Excel. Nutno ale dodat, že uběhlo zatím jen velmi málo času od vstupu obou států do EU k tomu, aby daná analýza mohla vyjadřovat míru využití finančních prostředků ze SF pro rozvoj zemědělství a venkova.

VÝSLEDKY

STRUKTURÁLNÍ FONDY EU A OPERAČNÍ PROGRAM RVMZ V ČR

Strukturální fondy (SF) jsou hlavním finančním nástrojem regionální a strukturální politiky EU. Regionální politika (oficiálně politika ekonomické a sociální soudržnosti) je součástí evropského integračního procesu, který klade důraz na dosažení srovnatelné hospodářské úrovně všech členských států a regionů.

Pro financování rozvoje venkova ze strukturálních fondů EU jsou relevantní všechny čtyři fondy:

- **Evropský fond regionálního rozvoje (ERDF)** - všeobecně podporuje místní rozvoj, zejména spolufinancuje investice do místní infrastruktury, do vzdělání a sociálního začlenění znevýhodněných skupin obyvatel, rozvoj malého a středního podnikání, cestovního ruchu a investice zaměřené na životní prostředí, to vše v místním nebo regionálním měřítku;
- **Evropský zemědělský orientační a záruční fond (EAGGF), sekce orientační** - podporuje zejména mladé farmáře, diverzifikaci výdělečných aktivit na venkově, změnu orientace a podporu kvality zemědělské produkce, rozvoj venkovské infrastruktury a cestovního ruchu, prevenci přírodních kalamit, ochranu venkovského kulturního dědictví, rozvoj a využití lesů;
- **Evropský sociální fond (ESF)** - spolufinancuje aktivity ke snižování dlouhodobé nezaměstnanosti, integraci mladých lidí a dalších osob znevýhodněných na trhu práce, podporuje rovné příležitosti na trhu práce a adaptaci pracovníků, spolufinancuje systém vzdělávání a další kvalifikace;
- **Finanční nástroj pro usměrňování rybolovu (FIFG)** - podporuje mimo jiné rozvoj chovu ryb, výrobu a obchod s rybími produkty.

Zpracovaný článek je zaměřen na čerpání finančních prostředků v rámci **Operačního programu „Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství**. Podpory poskytované pro OP budou čerpány z orientační sekce EAGGF a z fondu na podporu rybolovu. Operační program se zaměřuje na naplňování následujících priorit:

- I. Podpora zemědělství, zpracování zemědělských produktů a lesnímu hospodářství.
- II. Rozvoj venkova, rybářství a odborné vzdělávání.
- III. Technická pomoc.

FONDY EU PRO ROZVOJ ZEMĚDĚLSTVÍ A VENKOVA

EU FUNDS FOR AGRICULTURE AND RURAL DEVELOPMENT

Michal Otmar

Anotace:

Česká republika vstoupila na začátku května 2004 do Evropské Unie a stala se tak součástí společných politik, které nás zavazují k mnoha povinnostem, ale také nám umožňují využívat řadu jejich výhod. Jednou z nejvýznamnějších výhod v rámci agrárního sektoru je především možnost čerpání finančních prostředků z fondů EU a využití těchto prostředků pro rozvoj zemědělství a venkova.

Klíčová slova:

Fondy EU, Operační program RVMZ, Horizontální plán rozvoje venkova, Finanční prostředky.

Abstract:

The Czech Republic entered into The European Union at the beginning of May 2004 and became a part of her Common policies, which oblige us to many duties, but also they enable to utilize many their benefits. One of the most considerable benefits in terms of Agrarian sector is mainly possibility to draw financial resources from EU funds and to utilize these resources for the agricultural and rural development.

Key words:

EU Funds, Operational Program, Horizontal Rural Development Plan, Financial resources.

ÚVOD

Agrární sektor České republiky prošel od počátku 90. let sérií dramatických změn, které ovlivnily nejen jeho postavení v rámci národního hospodářství, ale měly dopady na jeho konečné postavení při vyjednání vstupních podmínek do EU a samozřejmě na potenciální pozici celého českého agrárního sektoru na společném evropském trhu

Nezbytným nástrojem udržení a růstu konkurenceschopnosti českého zemědělství jsou možnosti čerpání finančních zdrojů EU. V rámci agrárního sektoru je samozřejmě zásadní otázka přímých plateb – tedy finančních prostředků které jsou poskytovány plošně všem zemědělcům podle obhospodařované plochy. Velký význam pro zachování konkurenceschopnosti českého agrárního sektoru (podniků, které jej reprezentují) představuje i využití prostředků v rámci strukturálních fondů EU. Vedle finančních prostředků čerpaných v rámci Horizontálního plánu rozvoje venkova (HRDP), který ovšem rovněž jako přímé platby spadá do garanční sekce EAGGF, jsou k dispozici prostředky v rámci orientační „strukturální“ sekce EAGGF, které budou do agrárního sektoru plynout prostřednictvím programového nástroje – Operačního programu rozvoje venkova a multifunkční zemědělství (OPRVMZ). Spolufinancování projektů realizovaných v rámci OPRVMZ bude hrazeno konkrétně z orientační sekce EAGGF a z prostředků Finančního nástroje pro usměrňování rybolovu (FIFG). Celý článek se zaměřuje na využití strukturálních fondů v rámci operačního programu zemědělství, především pak na analýzu průběhu jednotlivých kol příjmu žádostí pro jednotlivá opatření, která byla doposud vyhlášena.

- [5] Williamson O. E.: Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange, in: American Economic Review, 73: 233-261, 1983.
- [6] Williamson O. E.: Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organizations, New York 1975.
- [7] Williamson O. E.: The Economic Institution of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting, New York 1985.
- [8] Williamson O. E.: Transaction Cost Economics, in: Schmalensee, Richard, Willig, Robert D.: Handbook of Industrial Organization, Vol. I. pp 135-182, Amsterdam u.a.O., 1989.

Kontaktní adresa autora:

Ing. Petr Novák, Mendelova zemědělská a lesnická universita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Ústav podnikové ekonomiky, Zemědělská 1, 613 00 Brno, tel: +420 545132636, e-mail: novak_petr@volny.cz

nestandardní povahu transakcí se vztahuje fundamentální transformace. Kontinuita obchodních vztahů je tedy ceněna. Opakující se povaha transakcí eventuálně dovoluje získat náklady specializovaných řídicích struktur. Udržování právní nezávislosti udržuje tržní stimuly a omezuje byrokratické deformace. Spory jsou urovnány vzájemně, obchodní partneři dále dodržují dohody bez pomoci třetích stran. Mimo to, nižší stupeň specializace aktiv v porovnání s vysoce specifickými transakcemi může dovolit zprostředkování za pomoci třetí strany, což může vyústit v úspory z rozsahu.

- d) *Sjednocená koordinace (relační kontrakty)*: Stimuly pro obchodování se oslabují jak se transakce stávají postupně více idiosynkratické. Důvodem je specializace lidských a fyzických zdrojů k jedinému využití, z toho důvodu nižší transformovatelnost pro další využití, úspory z rozsahu může být dosaženo prostřednictvím vnitropodnikového obchodu tak, že se kupující nebo prodávající není schopen sám realizovat. Výhodou vertikální integrace je, že úpravy mohou být realizovány následně, bez nutnosti konzultace, komplectace nebo úpravy vnitropodnikových dohod.

Tyto obecné předpoklady platí i pro zemědělství a další navazující články. Zvláštní pozornost musí být věnována výrobě mléka, které je produkováno nepřetržitě a snadno podléhá zkáze, což zvyšuje pravděpodobnost oportunistického chování, které vyžaduje specifickou formu kontroly transakcí. Zemědělci obvykle preferují obchodní partnery, kteří umožňují stálý a rychlý prodej jejich produkce. Zpracovatelé hledají obchodní partnery, kteří jsou schopni dodávat surovinu v dostatečné kvantitě i kvalitě. Jedná se o jeden z rozporů, který se projevuje i ve výběru a preferenci v dodavatelsko-odběratelských vztazích u této komodity.

ZÁVĚR

V českém zemědělsko-potravinářském sektoru se objevují různé formy integrace. Na jedné straně zemědělci zřizují své vlastní zpracovatelské kapacity, které by měly zajistit odbyt jejich produkce a zlepšit jejich likviditu. Na druhé straně, převážně v posledních několika letech se objevují komplexnější formy vertikální integrace. V těchto případech však některé zúčastněné podniky ztratily svoji ekonomickou, mnohdy i právní nezávislost. Teoretické přístupy dokazují, že existuje celé spektrum ekonomických důvodů podporujících tento vývoj.

Literatura

- [1] Bečvářová, V.: Zemědělství jako součást světového potravinového hospodářství. In "Proces evropské integrace v zemědělství - příležitost nebo hrozba?" Sborník z mezinárodní vědecké konference, Buchlov, duben 2004, s. 5 - 11. ISBN 80-7157-774-X.
- [2] Bečvářová, V.: Změny podnikatelského prostředí zemědělských podniků formované vývojem v agrobiznisu, In Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelinae Brunensis, Vol. LII, No3/2004, str. 7-16, ISSN 1211-8516.
- [3] Coase R. H.: The Nature of the Firm, in: *Economica*, New Series, 4: 386-405.
- [4] Klein B., Crawford R. G., Alchian A. A.: Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process, in: *Journal of Law and Economics*, 21: 297-326, 1978.

Tabulka č.1 Efektivnost kontroly v závislosti na vztahu mezi charakteristikou investice a frekvencí

Frekvence	Charakteristika investice		
	nespecifická	Smíšená	Vysoce specifická
Příležitostná	Tržní koordinace např. nákup standardního zařízení	Trilaterální koordinace např. nákup standardního zařízení	Trilaterální koordinace např. výstavba podniku
Opakující se	Tržní koordinace např. nákup standardního materiálu	Trilaterální koordinace např. nákup standardního materiálu	Sjednocené koordinace např. místně specifický přesun meziprojektu přes následné etapy

Zdroj: Williamson O. E. The Economic Institution of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. New York, 1985.

Autor bere v úvahu pouze dva ze tří typů charakteristik transakcí: specifická aktiv a frekvence. U třetí charakteristiky - nejistoty, se předpokládá, že je v dostatečné míře již obsažena, aby představovala přizpůsobivé, sekvenční rozhodnutí problému. Jsou uvažovány dvě třídy frekvence – příležitostná a opakující se a tři třídy specifickosti aktiv – nespecifická, smíšená a vysoce specifická. Jako předpoklad pro zjednodušení dalších argumentů se frekvence vztahuje k tržní aktivitě kupujícího a rozměr investic se vztahuje pouze k investicím realizovaným dodavatelem.

K jednotlivým charakteristikám využití typu kontraktu:

- a) *Tržní koordinace (tržní kontrakty)*: Je hlavní řídicí struktura pro nespecifické transakce, příležitostné i opakující se. Trhy jsou zvláště efektivní, když jsou zamýšleny opakující se transakce, obě dvě strany potřebují pouze konzultovat vlastní zkušenosti během rozhodování o pokračování obchodního vztahu nebo při malých transakčních nákladech vyhledá jiného obchodního partnera. Alternativní nákupy a uspořádání dodávek jsou pravděpodobně snadno vyřešeny. Specifické identity smluvních stran jsou opominutelné. Skutečný obsah je determinován referencemi formálních výrazů kontraktů a právních úprav. Tržní alternativy jsou převážně ty, které ochraňují každou ze smluvních stran před oportunistem druhé smluvní strany.
- b) *Trilaterální koordinace (neoklasické kontrakty)*: Týká se příležitostných transakcí smíšeného a vysoce specifického typu. Vzhledem k tomu, že specializované investice jsou umístovány, jejich náklady ušlé příležitosti pro alternativní užití jsou mnohem menší. Kromě toho přesun těchto aktiv následnému dodavateli by znásobilo problémy při oceňování aktiv. Zájem zúčastněných o podporu vztahů je obzvláště mimořádný u vysoce specifických transakcí. Často, nastavení nákladů struktury bilaterální kontroly nemůže být použito pro příležitostné transakce. Na jedné straně dané limity klasických kontraktů tržní kontroly pro udržení takových transakcí, na druhé straně přemrštěné náklady bilaterální kontroly, vyžadují existenci střední podoby. Podpora třetí strany je využita raději při řešení sporů a hodnocení výkonnosti, spíše než bezprostřední využití soudního sporu a z něho vyplývající zpřetrhání transakčních prvků.
- c) *Bilaterální koordinace (relační kontrakty)*: Jestliže jsou transakce podporovány smíšenými specifickými investicemi, je bilaterální struktura, kde je udržována autonomie smluvních stran, efektivní institucionální uspořádání pro transakce. Pro

Domněnka omezené racionality bere v úvahu, že poznávací schopnost lidí je limitována vzhledem ke složitosti prostředí a nejistoty dalšího vývoje. Ekonomické subjekty se chovají cíleně racionálně, ale pro jejich omezenou schopnost sběru a zpracování objektivně relevantních informací tak jednají pouze omezeně.

Oportunismus autor označuje jako „podlé snažení ve vlastním zájmu“ (self-interest seeking with guile). Obecněji se oportunismus zmiňuje o zdeformovaném odhalování informací, obzvláště s úmyslným zájmem oklamat, pokřivit, skrýt, zatemnit nebo jinak zmást. Je zodpovědný za skutečné nebo vumělkované podmínky asymetrie informací, která nesmírně komplikuje problematika ekonomické organizace.

Tyto lidské faktory se vzájemně ovlivňují s danými charakteristikami transakcí a proto působí na velikost transakčních nákladů. Williamson [7] identifikovat tři základní charakteristiky, nebo jak je nazývá, dimenze transakcí:

- a) *Nejistota* – vzniká na jedné straně ze složitosti prostředí a nejistoty dalších událostí. Kvůli omezené racionalitě nejsou jednotlivci schopni „s předstihem vyvinout strategii k překonání všech překážek“ (develop a detailed strategy for crossing all bridges in advance) [7]. Na druhé straně nejistota pramení z oportunismu. Oportunismus navozuje nejistotu o chování druhé smluvní strany. Nejistota ex post vynucuje přizpůsobivé, sekvenční rozhodování.
- b) *Frekvence* – tato charakteristika popisuje jak často dochází k transakcím. Časté transakce poskytují kupujícím i prodávajícím vzájemné informace a tím omezují stimuly k oportunistickému chování a využívají jakékoliv informační asymetrie.
- c) *Specifičnost aktiv* je důležitým rozměrem transakce. Aktiva jsou specifická, pokud mají málo nebo žádná alternativní použití. Mohou být vysoce produktivní pro konkrétní využití, ale pokud jsou využita alternativně, ztrácí svoji užitnou hodnotu. Podle Kleina, Crawforda a Alchaina [4] specifická aktiva vytváří ve svém užití tzv. kvazirenty. Kvazirenta je rozdíl mezi hodnotou aktiva v jeho nejlepším a dalším nejlepším využití. Tato kvazirenta se může ztratit, jestliže by měli být kontrakty přerušeny nebo předčasně ukončeny. Jako výsledek specifické identity účastníků jsou nutné transakční otázky, smluvní a organizační opatření na podporu transakcí tohoto druhu. Nejdůležitějším typem specifičnosti aktiv jsou podle Williamsona [5], [8]: specifičnost místa, specifičnost hmotných aktiv, specifičnost lidských zdrojů, jednoúčelová aktiva, specifičnost značky a dočasná specifičnost.

Specifičnost aktiv vede k tzv. „fundamentální transformaci“ (fundamental transformation). Zatímco na počátku investice existovalo mnoho potenciálních smluvních partnerů (a z toho plynoucí konkurence), po uskutečnění vlastní investice je situace transformována v jeden z bilaterálních monopolů. V takové situaci je obzvláště vlastník specifických aktiv zranitelný, vzhledem k tomu, že hodnota tohoto kapitálu je pro další užití mnohem menší než pro které byl zamýšlen. Jestliže kupující nemůže využít alternativních zdrojů nabídky a obdržet položku za příznivých podmínek, je efekt často symetrický.

Williamson spojuje lidské zdroje s charakteristikami transakce a odvozuje odlišné, účinné, institucionální opatření nebo formy řízení, v rámci kterých by se měly transakce uskutečňovat. Cílem těchto forem řízení je snížit nejen transakční náklady, ale i náklady produkční.

Odlišné formy řízení a příklady typů transakcí jsou uvedeny v tabulce č. 1.

potravinového řetězce, které zpracovávají zemědělskou surovinu ve výrobky s vyšší přidanou hodnotou.

CÍL A METODODY

Cílem příspěvku je poskytnout některé možné teoretických přístupy a motivy k vysvětlení současného vývoje vertikální integrace v českém zemědělsko-potravinářském sektoru. Otázka vertikální integrace se v podstatě týká nalezení nejvhodnějšího institucionálního uspořádání vedoucího k organizaci transakcí mezi jednotlivými ekonomickými subjekty. Motivů k vertikální integraci vychází z takových teoretických přístupů, které se explicitně zabývají institucemi. Jsou to takové přístupy, které jsou obsaženy v nové institucionální ekonomii (New Institutional Economics, NIE): teorie transakčních nákladů, teorie vlastnických práv firmy, teorie „Principál-Agent“, teorie institucionálních změn. V rámci tohoto příspěvku bude bližší pozornost věnována právě teorii transakčních nákladů.

VÝSLEDKY

Pro vertikální integraci existuje velké množství možných motivů a přístupů. Firmy mohou spoléhat na to, že dosáhnou snížení nákladů využitím úspor z rozsahu, mohou se vertikálně integrovat, aby zabránily vládním restrikcím, regulacím a zdanění nebo se mohou vertikálně integrovat, aby vytvořily nebo zvětšily svoji tržní sílu nebo naopak eliminovaly tržní sílu konkurenční firmy. Nejdůležitějším a nejběžnějším motivem k vertikální integraci uváděným v ekonomické literatuře je redukce transakčních nákladů.

Teorie transakčních nákladů

Neoklasická teorie nahlíží na firmu jako na produkční funkci, která transformuje vstupy ve výstupy na základě technologických poznatků. Trh je vnímán jako efektivní instituce sloužící k výměně zboží a služeb. Toto tvrzení by bylo pravdivé, jen kdyby byly trhy polypolní, kdyby všichni účastníci trhu a zboží bylo naprosto mobilní a zejména, kdyby všichni tržní partneři měli úplné informace a neexistovaly by transakční náklady.

Na skutečném trhu tyto idealistické podmínky však nefungují. Výsledkem toho je, že firmy nejsou pouze místem pro výrobu, ale také místem řízení ekonomických aktivit. Jeden z prvních ekonomů, který tento fakt objevil, byl Ronald Coase. V jeho známé práci „The nature of a firm“ upozornil na existenci nákladů při využívání cenového mechanismu. Tyto náklady byly později pojmenovány jako transakční náklady. Náklady za použití cenového mechanismu, nebo také trhu, vyplývají z nutnosti shromažďovat a hodnotit informace týkající se tržních partnerů, cen, kvality atd. (informační náklady). Kromě toho musí být sjednány kontrakty a jejich plnění musí být monitorováno. Nakonec musí být kontrakty přizpůsobeny novým podmínkám (kontrakční náklady). Podle Coaseho [3] mohou být tyto náklady redukovány koordinací aktivit uvnitř firmy. Když jsou tržní náklady vysoké, dojde k tržnímu selhání jako účinný prostředek koordinace ekonomických aktivit a transakce jsou proto vnitropodnikově internalizovány. Coase také tvrdil, že firma počítá s novými aktivitami až do chvíle, kdy se náklady na vnitropodnikovou koordinaci další aktivity právě rovnají nákladům na tržní koordinaci.

Práce Coaseho byla značně rozšířena Oliverem E. Williamsonem. Jeho ekonomie transakčních nákladů bere detailně v úvahu faktory, které ovlivňují podnikatelské a tržní transakční náklady. Jako hlavní zdroj transakčních nákladů Williamson identifikuje dvě okonosti – oportunistus a omezenou racionalitu.

TEORETICKÉ PŘÍSTUPY K VERTIKÁLNÍ INTEGRACI VE VYBRANÉ VÝROBKOVÉ VERTIKÁLE

THEORETICAL APPROACHES FOR VERTICAL INTEGRATION IN SELECTED COMMODITY CHAIN

Petr Novák

Anotace:

Příspěvek je zaměřen na některé teoretické přístupy respektive motivy vertikální integrace jako nejvyššího stádia vertikálního propojení různých fází komoditního řetězce. V rámci příspěvku jsou zkoumány otázky vzniku, vývoje, struktury a fungování potravinové vertikály s aplikací na komoditní vertikálu mléka a mlékárenských výrobků.

Klíčová slova:

vertikální integrace, komoditní vertikála, mlékárenský průmysl

Abstract:

The paper is focused on some theoretical approaches, motives for vertical integration as the highest stage of vertical cooperation within individual stages of commodity chain. Key issues for formation, development, structure and operation of food chain are reviewed within this paper with special accent to milk and milk product commodity chain.

Key words:

vertical integration, commodity chain, dairy industry

ÚVOD DO PROBLEMATIKY

Úloha zemědělství jako odvětví je tradičně spojována s požadavkem zajištění dostatečného množství potravin pro obyvatelstvo. Toto odvětví bylo spojováno s určitým strategickým postavením v ekonomice, jeho specifickým chápáním jako relativně uzavřený systém, který má řadu odlišností, opravňujících zvýšenou pozornost, mimo jiné také podporu ze strany státu. Postupně, zejména od poloviny minulého století, se začalo prosazovat tzv. multifunkční pojetí zemědělství, které kromě produkční úlohy uznává, že mimoprodukční funkce mají mimořádný význam pro trvale udržitelný rozvoj společnosti. Již se nejedná o izolované odvětví.

Uznání těchto mimoprodukčních funkcí, které je nesporně přínosem v chápání integračního pojetí zemědělských aktivit na konkrétním území a do značné míry i neoddiskutovatelným důvodem pro podíl ostatních členů společnosti na jeho rozvoji však neubírá na významu jeho původním poslání, výrobě zemědělských produktů.

V této produkční dimenzi však dochází rovněž k výrazným kvalitativním změnám. Zemědělství jako odvětví a zemědělské podniky jsou vlivem změn ekonomického prostředí postupně znovu včleňovány do celého národního i světového hospodářství.

Zemědělský podnik se stává součástí rozsáhlého komplexu odvětví podílejících se na zajišťování výroby, zpracování, distribuci a obchodu potravin. Od pozice výhradního výrobce zemědělské produkce se přemisťuje do pozice výrobce suroviny pro další články

zemědělských komodit (potravinové bezpečnosti) a dále pak funkcí environmentálních (vliv na přírodní zdroje a krajinu). V tom se hodnocení shoduje i s výsledky obdobného výzkumu názorů expertů ve Finsku.

Tento příspěvek je součástí řešení výzkumného záměru č. MSM 6215648904 v rámci tématického směru 05: Sociálně ekonomické souvislosti trvale udržitelného multifunkčního zemědělství a opatření agrární a regionální politiky.

LITERATURA

EUROPEAN COMMISSION (1999a), Contribution of the European Community on the Multifunctional Character of Agriculture. Info-Paper, October 1999. European Commission, Directorate General of Agriculture.

EUROPEAN COMMISSION (1999b), Safeguarding the multifunctional role of EU agriculture: which instruments? Info-Paper, October 1999, European Commission, Directorate General of Agriculture.

OECD (2001), Multifunctionality: Applying the E

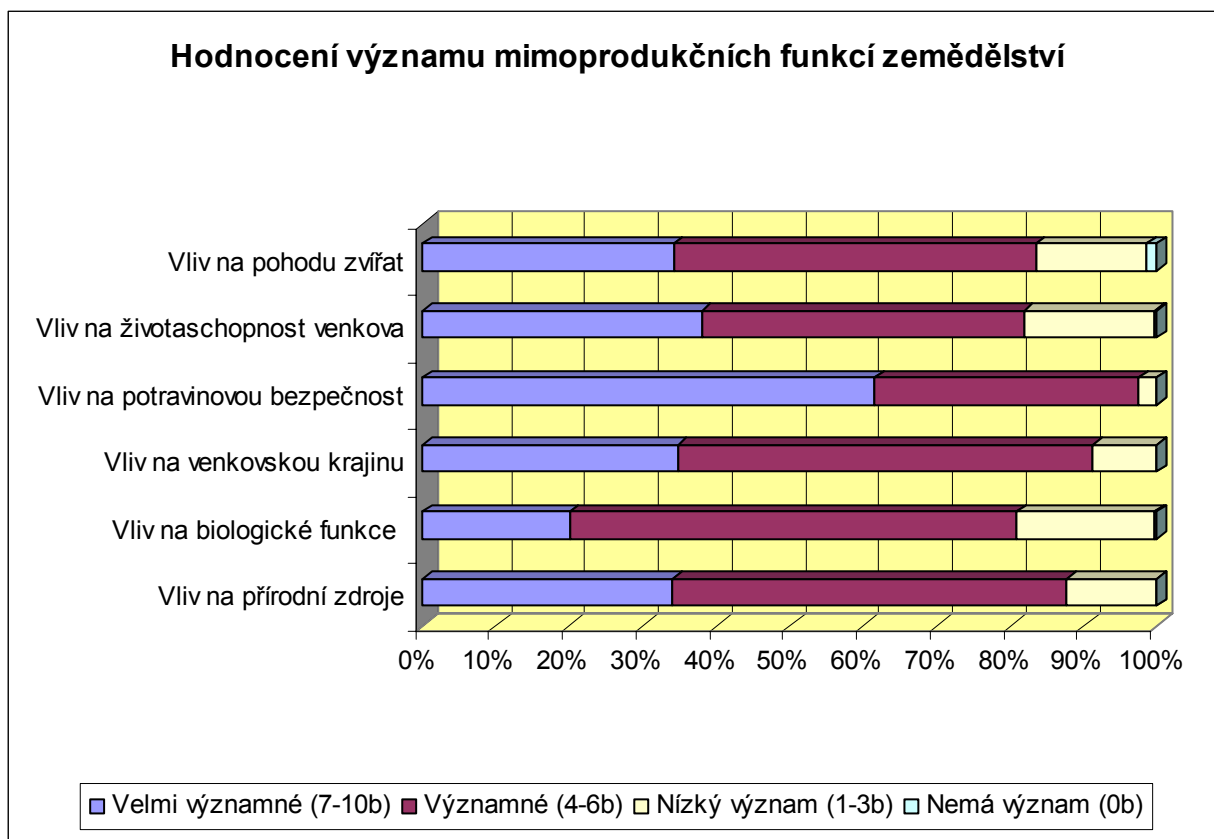
OECD (2003), Agricultural Policies in OECD Countries, Paris.

Yrjölä, A., Arovuori, K., Kola, J. (2004), Multifunctional Agriculture and Policies, Ministry of Agriculture and Forestry, Finland.

Kontaktní adresa autora:

Ing. Simona Miškolci, Ph.D., Ústav podnikové ekonomiky, Provozně ekonomická fakulta MZLU v Brně, Zemědělská 1, Brno; tel: +420545132625, motyl@mendelu.cz.

blahobytu zvířat. Rozdíly v hodnocení je možno částečně vysvětlit rozdílným podílem zemědělsky obhospodařované půdy ve srovnávaných zemích.



Graf 3: Kvalitativní hodnocení významu mimoprodukčních funkcí zemědělství (n = 346)

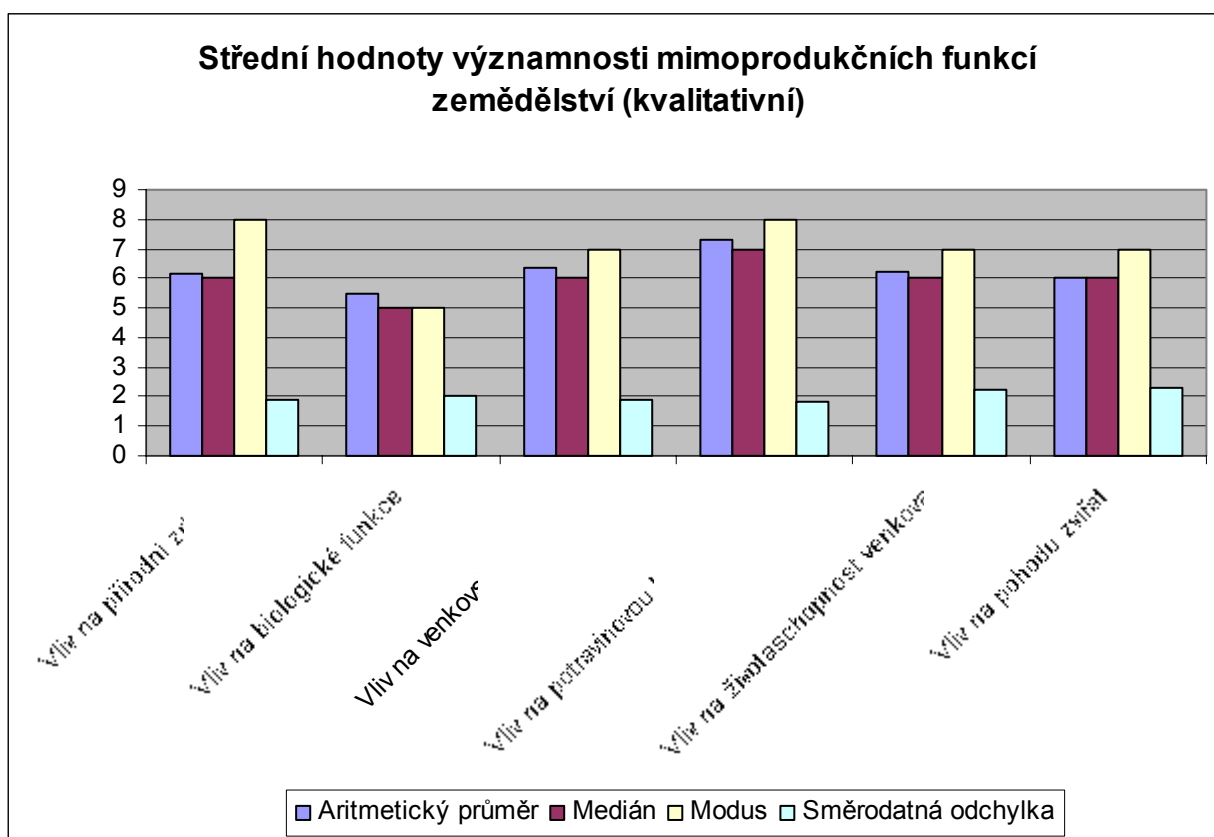
Stejní autoři dále zkoumali názory 24 finských expertů na problematiku multifunkčního zemědělství. Největší počet respondentů z této expertní skupiny hodnotil jako velmi významné funkce vlivu na přírodní zdroje a potravinovou bezpečnost a kvalitu (téměř 60 %) a dále životaschopnost venkova (50 %) a venkovskou krajinu a biodiverzitu (téměř 40 %). Výsledky tohoto výzkumu vykazují určitou míru shody s hodnocením relativní významnosti jednotlivých funkcí v ČR.

ZÁVĚR

Ačkoli je pojetí multifunkčního zemědělství EU širší než definice OECD, obecně se shodují v tom, že zemědělství neplní pouze primární funkci produkce zemědělských komodit, ale také celou řadu dalších environmentálních a společensko-ekonomických funkcí. Politické významnosti nabývají ty funkce zemědělství, jejichž výstupem je netržní statek – nekomoditní výstup. Potřeba státních intervencí je pak vyvolána neefektivností alokace zdrojů v zemědělském sektoru, která se projevuje nedostatečnou nabídkou těchto statků. Aby implementace politických nástrojů vytvářejících „kvazi-trh“ pro nekomoditní výstupy zemědělství vedla k zvýšení blahobytu společnosti (Paretovu zlepšení) je nezbytné determinovat společenskou poptávku po jednotlivých nekomoditních výstupech.

Výzkum, jehož výsledky jsou publikovány v tomto příspěvku, byl zaměřen na zjištění základních informací o formování poptávky po nekomoditních výstupech zemědělství. Z hodnocení společenského vnímání mimoprodukčních funkcí je patrné, že si obyvatelé Moravy nejvíce cení funkcí, které přímo souvisí s užitky, čerpanými ze spotřeby

Z výsledků výzkumů je patrné, že všechny hodnocené mimoprodukční funkce jsou respondenty považovány za významné. Jejich průměrné bodové hodnocení se pohybuje v rozmezí 5 – 7 bodů v desetibodové stupnici. Za nejvýznamnější je považována funkce zajištění potravinové bezpečnosti s průměrným hodnocením 7 bodů (medián 7, modus 8 bodů) a dále vliv na přírodní zdroje s průměrným počtem 6 bodů (medián 6, modus 8 bodů) a funkce vlivu na venkovskou krajinu a životaschopnost venkova s průměrným počtem 6 bodů (mediánem 6 bodů a modem 7 bodů), viz Graf 2. Za relativně méně významné považují respondenti funkci vlivu na biologické funkce a životaschopnost venkova s průměrným bodovým hodnocením 5 bodů, kterou považuje 0,29 % respondentů za nevýznamnou a zajištění pohody zvířat, jejíž průměrné hodnocení sice dosáhlo 6 bodů, ale nevyšší počet respondentů (1,23 %) ji považuje za nevýznamnou.



Graf 2: Aritmetický průměr, modus, medián a směrodatná odchylka bodového hodnocení mimoprodukčních funkcí zemědělství (n = 346)

Z důvodu možnosti komparace vnímání významnosti jednotlivých mimoprodukčních funkcí zemědělství v ČR s výsledky obdobných výzkumů v EU bylo bodové hodnocení převedeno do kvalitativního hodnocení míry významnosti. Výsledky této konverze jsou zobrazeny v Grafu 3.

Závěry studie Yrjölä a Kola (2004), kteří zkoumali relativní významnost a ochotu platit za jednotlivé nekomoditní výstupy zemědělství, prokázaly, že ve Finsku, stejně jako v ČR je za nejvýznamnější funkci zemědělství považováno zajištění potravinové bezpečnosti. Za druhou nejvýznamnější mimoprodukční funkci zemědělství je zde považováno zajištění

vykazuje charakter externality nebo veřejného statku, pro které trh správně nefunguje nebo neexistuje.

Na základě analýzy sekundárních informací a s přihlédnutím k významu jednotlivých funkcí z hlediska udržitelnosti zemědělské produkce byly pro účely hodnocení významu identifikovány následující hlavní mimoprodukční funkce zemědělství:

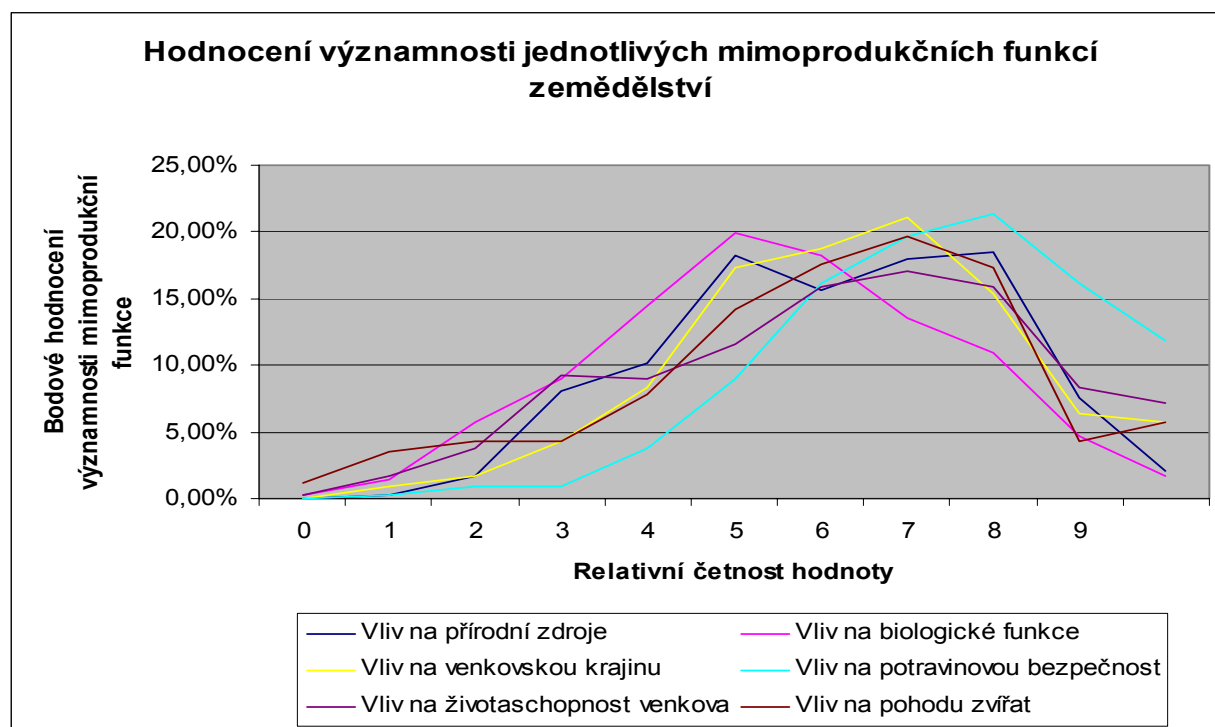
- Environmentální
 - Vliv na kvalitu a dostupnost přírodních zdrojů (voda, půda, atmosféra)
 - Vliv na biologické funkce (biodiverzita, genetický potenciál)
 - Vliv na venkovskou krajinu
- Společensko-ekonomické
 - Zajištění potravinové bezpečnosti
 - Vliv na životaschopnost venkova a venkovských komunit
 - Zajištění pohody zvířat

Charakteristiky výběrového souboru

Po vyloučení neúplných a chybně vyplněných dotazníků zahrnoval výběrový soubor 346 respondentů z Moravy z nichž bylo 43 % mužů a 57 % žen. Nadpoloviční většina dotazovaných pocházela z regionu Jihovýchod (60,5 %). Průměrný věk výběrového souboru byl 40 let. Téměř polovina dotazovaných (47 %) dosáhla středoškolského vzdělání, 29 % vysokoškolského a 20 % procent bylo vyučeno. Průměrný měsíční příjem domácnosti činil 27,5 tis. Kč při průměrném počtu třech členů jedné domácnosti.

Vnímaná významnost jednotlivých mimoprodukčních funkcí zemědělství

V rámci dotazníkového šetření byli respondenti požádáni, aby s využitím bodového hodnocení od 1 do 10 ohodnotili význam jednotlivých mimoprodukčních funkcí zemědělství. Relativní četnost bodového hodnocení jednotlivých mimoprodukčních funkcí je zachycena v Grafu 1.



Graf 1: Relativní četnost bodového hodnocení jednotlivých mimoprodukčních funkcí zemědělství (n = 346)

CÍL A METODIKA ŘEŠENÍ

Cílem příspěvku je identifikace a analýza vnímání mimoprodukčních funkcí zemědělství v ČR. Zároveň je hodnocena a srovnávána významnost jednotlivých mimoprodukčních funkcí pro získání základních informací o formování společenské poptávky po nekomoditních výstupech zemědělství.

V první fázi byly na základě analýzy sekundárních informací z odborné literatury a výsledků výzkumů financovaných OECD a EU v oblasti mimoprodukčních funkcí identifikovány nejvýznamnější mimoprodukční funkce zemědělství. Při jejich výběru byl brán rovněž ohled na možnosti komparace výsledků výzkumu s výsledky dosaženými v jiných zemích.

V druhé fázi byl na základě statistického zpracování primárních informací o významnosti jednotlivých funkcí zemědělství získaných technikou dotazníkového šetření vyhodnocen vnímaný význam v ČR a provedena komparace významnosti identifikovaných mimoprodukčních funkcí zemědělství. V rámci diskuse jsou dosažené výsledky srovnány s publikovanými výsledky projektu „Multifunctional Agriculture and Policies“ financovaného finským ministerstvem zemědělství a lesnictví (Yrjölä, Kola; 2004).

Dotazníkové šetření probíhalo formou osobní asistence vyškolených výzkumníků při vyplňování dotazníků. Srozumitelnost otázek byla testována na pilotním vzorku respondentů. Hlavní šetření probíhalo období duben-květen 2005 formou náhodného výběru respondentů z regionu Morava, při kterém byly respektovány požadavky na rovnoměrné zastoupení všech věkových, příjmových a vzdělanostních kategorií respondentů. Významnost jednotlivých funkcí byla hodnocena bodovou stupnicí v rozmezí 1-10 bodů a poté podle významnosti z důvodů mezinárodní komparace kvalitativně hodnocena.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Identifikace hlavních mimoprodukčních funkcí zemědělství

Multifunkčnost je obecně charakteristikou ekonomické aktivity a v souvislosti se zemědělstvím je chápána jako vícenásobná funkce, kterou zemědělská činnost zajišťuje. Zatím co OECD (2003) striktně definuje multifunkčnost zemědělství prostřednictvím ryzí sdruženosti produkce, jasným tržním selháním a charakteristikami ryzích veřejných statků, přístup EU k multifunkčnosti je poněkud širší. Podle vyjádření Evropské komise (1999a) je zemědělství multifunkční, protože není omezeno pouze na funkci produkce potravin a vlákniny, ale plní rovněž funkce v oblasti životního prostředí a venkovského sídelního prostoru. Současně je za multifunkční považován celý sektor. Dále EC (1999b) stanovuje tři funkce multifunkčního zemědělství: produkce potravin, environmentální funkce, funkce ve venkovském sídelním prostoru. Funkce produkce potravin zahrnuje dostatečnou nabídku potravin za přijatelné ceny, vysoké kvality a bezpečnosti. Výstupy této funkce mají většinou charakter obchodovatelných komodit. Environmentální funkce zahrnují udržování venkovské krajiny, biodiverzity, kulturních a přírodních hodnot. Výstupy této funkce by měly být zajišťovány prostřednictvím zásad správné zemědělské praxe garantovaných státními intervencemi. Funkce ve venkovském sídelním prostoru zahrnují provozování zemědělské činnosti v marginálních oblastech s nízkými počtem jiných pracovních příležitostí. V této souvislosti diverzifikace zemědělské činnosti může přispět k ekonomické a sociální životaschopnosti venkovských oblastí a tudíž i k vyváženému regionálnímu rozvoji. K zajištění těchto funkcí je vhodné využívat regionálně a lokálně cílených nástrojů k udržení produkce a diverzifikaci příjmů v těchto oblastech. Ačkoli je pojetí multifunkčního zemědělství Evropské komise (1999a) širší než definice OECD (2001), obecně se shodují na základních charakteristikách multifunkčnosti: existence sdružené produkce komoditního a nekomoditního výstupu v zemědělství a skutečnosti, že některý z nekomoditních produktů