

NOVÉ TRENDY – NOVÉ NÁPADY 2008

3. mezinárodní vědecká konference

SBORNÍK PŘÍSPĚVKŮ

Znojmo 20. – 21. listopadu 2008

Příspěvky byly oponovány vedoucími jednotlivých sekcí:

Prof. PhDr. Miroslavem Foretem, CSc.

Prof. PhDr. Kamilem Fuchsem, CSc.

Ing. Mirkou Wildmannovou, Ph.D.

© Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2008

ISBN 978-80-903914-8-2

Obsah:

Příjmy cestovního ruchu v Jihočeském kraji Michaela Antoušková, Zdeňka Kroupová	6
Využití strategického marketingu v podmínkách sportu Šárka Borkovcová	12
Opravné položky k pohledávkám, vliv na odloženou daň a jejich využití v ČR Jindřich Činčura	30
Vývoj výkonnosti ekonomiky SR v letech 1996 – 2006 Libuša Čurlejová	35
Predikce směnných kurzů autoregresním modelem s exponenciálním zapomínáním Kamil Dedecius, Jana Kalová	43
K možnostem měření návratnosti investic do vzdělání podle jednotlivých oborů Savina Finardi, Jakub Fischer, Petr Mazouch	50
Význam implementace kapitálových služeb do systému národních účtů Jakub Fischer, Jaroslav Sixta	57
Daňové preference neziskového sektoru Jarmila Fojtíková	62
Městská zeleň Znojma z pohledu obyvatel i návštěvníků Miroslav Foret	71
Sociální ekonomie – nový přístup Kamil Fuchs	76
Veřejné výdaje v ČR - trendy vývoje vybraných položek Bojka Hamerníková, Alena Maaytová	82
Transparentnost veřejných a soukromých organizací při provozování veřejných sbírek Marie Hladká	89
Analýza vytvořené hodnoty a možnosti jejího využití Jarmila Ircingová	104
Management stížností v podnicích cestovního ruchu Dagmar Jakubíková, Jan Tluchoř, Eliška Klatová	109
Inventarizace brownfieldů a s tím spojená problematika se zaměřením na Moravskoslezský kraj Hana Janáčková	117
Daňový systém v České Republice Jana Janoušková	126
Outsourcing IT - ako sa na túto strategickú zmenu pripravit? Luboslava Kačmaříková	134
Riziko jako pojem - příspěvek k precizaci František Kalouda, Martin Svítal	140
Faktory úspěšného podnikání družstev Alena Klapalová	147

Tvorba hodnoty ve zpětných tocích	
Alena Klapalová.....	158
Teoretické přístupy manažerských kompetencí v oblasti zdravotnictví	
Tomáš Kotrba.....	168
Vybrané aspekty dostupnosti zdravotní péče pro seniory v kontextu spoluúčasti	
Veronika Krutilová, Martin Krivánek.....	175
Nová právní úprava podnikání na kapitálovém trhu v ČR – plusy i mínusy	
Jana Šturcová, Antonín Kubíček.....	182
Nová ekonomika a její ekonomické a regionální aspekty	
Tomáš Lelek.....	187
Měření spokojenosti klientů se službami veřejných knihoven: kritéria spokojenosti z pohledu teorie a praxe	
Růžena Lukášová.....	196
Empirický pohled na tradiční determinanty devizového kurzu v ČR	
Aleš Melecký.....	205
Dopady zavedení jednotné evropské měny na bilanci zboží a služeb a vývoj HDP	
Michal Mirvald.....	214
Analýza (ne)úspěšnosti studia oboru Pojišťovnictví	
Karina Mužáková.....	220
Analýza výdajů na ŽP z místních rozpočtů Jihomoravského kraje	
Jarmila Neshybová, Jana Soukopová.....	226
Makroekonomické aspekty priamych zahraničných investícií na ekonomický rast Slovenskej republiky	
Marcel Novák, Karol Trnovský.....	233
Teoretická východiska analýzy selhání malých a středních českých bank v 90.tých letech	
Martin Vítů, Vladislav Pavlát.....	242
Identifikace klíčových požadavků na vhodné lokality pro logistické objekty	
Martin Příbyl, Ondřej Dufek.....	248
Analýza dividend a reinvestovaných zisků podniků v ČR	
Michaela Roubíčková.....	253
Finanční řízení společností v podmínkách České republiky	
Petra Růčková.....	260
Obsahová analýza české televizní reklamy	
Jaroslav Světlík, Eliška Kubíčková.....	268
Příčiny nevytváření kalkulačních vzorců v podnikatelských subjektech Libereckého kraje	
Jaroslava Syrovátková.....	280
Význam zpětných toků pro řízení podniku	
Radoslav Škapa.....	287
Řízení lidských zdrojů v kontextu řízení kvality krajskými úřady v ČR	
David Špaček.....	295
Diferenciace a integrace v marketingu	
B. Štědroň, O.Vávra.....	305

Nová právní úprava podnikání na kapitálovém trhu v ČR – plusy i minusy Jana Šturcová, Antonín Kubíček	312
Teorie a praxe procesního řízení David Tuček, Zuzana Tučková	317
Zaměstnanost vs. nezaměstnanost – komparativní pohled v rámci zemí EU Michal Tvrdoň.....	325
Příklad vztahu veřejného a soukromého sektoru v cestovním ruchu Jiří Vaníček	336
Zvyšovanie konkurencieschopnosti územia Anna Vaňová.....	344
Korupce a paradigma nové institucionální ekonomie Jolana Volejníková.....	353
Porovnání příjmů v krajích ČR Luboš Marek, Michal Vrabec.....	363
K možnostem měření nepřímých administrativních nákladů zdanění Václav Vybíhal.....	372
Aktivita soukromých a veřejných škol v nabídce vzdělávání v sociální oblasti Mirka Wildmannová	377
Životní cyklus a vědecká výkonnost českých ekonomů Tomáš Wroblowský	389
Komunismus věčně živý... a zlé pryč! Miroslav Zelinský	396
Human resources in health care – an international comparative view Andrea Žejdlová.....	402
Analýza vývoje vybraných indikátorů kvality života v okrese Znojmo Iva Živělová, Milan Palát	407

Příjmy cestovního ruchu v Jihočeském kraji

Tourist Revenues in the South Bohemian Region

Michaela Antoušková, Zdeňka Kroupová

Anotace

Cestovní ruch je velmi důležitým odvětvím jak pro celé národní ekonomiky, tak i pro jednotlivé regiony. v jednotlivých regionech pomáhá udržet zaměstnanost, obyvatelstvo na venkově, a zároveň může být také velmi zajímavou příležitostí pro zahraniční investory. Za účelem rozvoje cestovního ruchu v jednotlivých regionech je nezbytné provádět řadu ekonomických a sociálních analýz, jež stanoví potenciály cestovního ruchu v dané oblasti i potenciální ekonomické přínosy turistiky v daném regionu. Překládaný příspěvek se zabývá analýzou poptávky cestovního ruchu v Jihočeském kraji, tedy konkrétně návštěvností a výdaji turistů v regionu. Příspěvek vznikl jako součást grantu IGA 11110/1312/113106 a rovněž v rámci řešení IVZ MSM 6046070906 "Ekonomika zdrojů českého zemědělství a jejich efektivní využívání v rámci multifunkčních zemědělskopotravinářských systémů".

Summary

Tourism is important part of national economies, and also important part of regional economies, and regional development. It influences employment, helps to stay people living in the country and also may be very important and interesting for foreign investors. For proper decision-making process about tourism, it is necessary to prepare economic analysis. It is not only potentials of tourism that may be studied but there should be also analysed incomes and investments into tourism in the region. This paper deals with the analysis of demand in the South Bohemian region, it focuses on a number and a structures of visitors and their expenditures. Pieces of knowledge introduced in this paper resulted from solution of an institutional research intention MSM 6046070906 „Economics of resources of Czech agriculture and their efficient use in frame of multifunctional agri-food systems“ and IGA 11110/1312/113106.

Klíčová slova

Cestovní ruch, poptávka, výdaje, návštěvnost

Key words

Tourism, demand, expenditures, visit rate

Introduction

Tourism is very important part of national economies. It significantly contributes to economical development of regions and the nations. According to the current statistical data tourism is defined as one of the most profitable and rapidly developing industries in the world. Moreover it influences several other areas, beside economical impacts it has also social and cultural impacts. It helps many regions to start their economical development that may lead to increase of foreign investment, because the tourist destination may become more attractive for foreign investors that multiple the economical effects on the development. For many regions tourism is the most important source of financial resources, for many regions the only source.

According to the WTTC data the employment in tourism represents more than 8% of all employment that means 1 job in every 12 jobs in the year 2007. It is also recognized that travel and tourism economy contributed by 10,4 % to the world economy in the year 2007 and it is estimated that this contribution will rise to 10,7 % in ten years. Travel and tourism industry represents around 12% of total world exports,. WTTC also expects that tourism generate 7 060,3 bn USD of economic activity (total demand) in 2007, growing to 13 231,6 bn USD in ten years. Total demand is expected to grow by 4,3% per annum.

Objectives and Methods

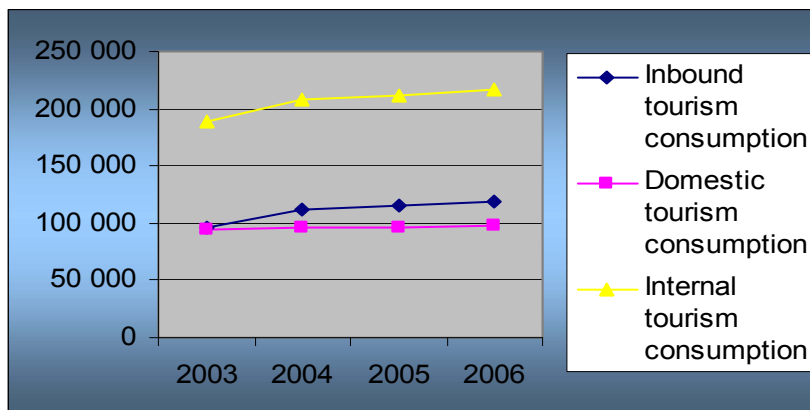
The paper deals with the demand of tourism in the South Bohemian region. It analyses date which relates to a visit rate in the region. The date used for this analysis comes from the Czech Statistical Authority. The analysis is firstly focused on the situation in the Czech Republic and the Czech consumption. The analysis proceeds with the visit rate in the South Bohemian region, and in focuses on the expenditures of tourists in this region. The date from the analysis of tourists expenditures come from the primary research. This research was made in the summer period of the year 2008, in this research the tourists were asked several questions among them also on their expenditures in the region, that is a part of the paper.

Results

Tourism statistics in the Czech Republic

According to the Czech Statistical Authority (CSA) there were 168 815 jobs in the tourism in the year 2006. Higher percentage of these jobs represents employees' positions (76%). The highest numbers of jobs may be recognized in restaurants and similar facilities (around 40 %). Significant number of jobs is produced also by hotel industry. As there are other industries connected to tourism industry the number of jobs produced by tourism may be higher. According to the CSA statistics, there were other 66 929 jobs produced by tourism connected and tourism non specific industries.

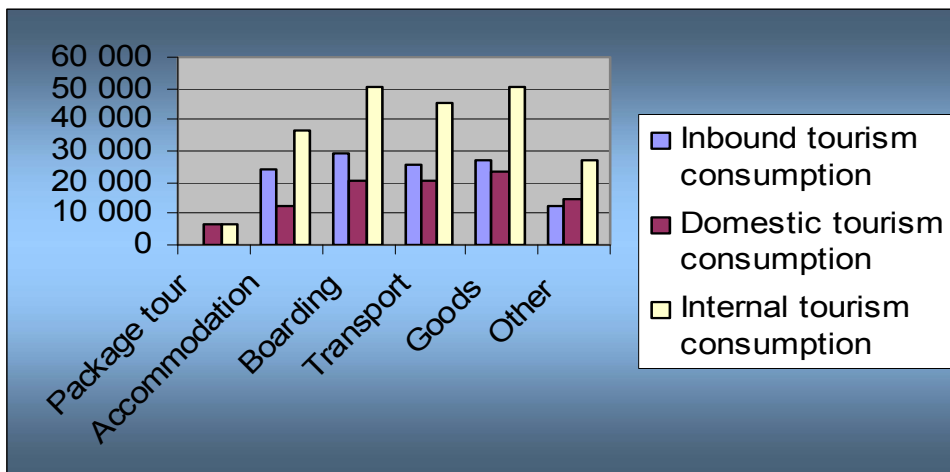
Graph 1: Tourism consumption in the Czech Republic



Source: Czech Statistical Authority

Demand of tourism in the statistical point of view is characterized by expenditures. These expenditures include package tour, accommodation, boarding, transport, goods and other expenditures. The division of tourism consumption may be seen in graph 1, in which may be seen the highest expenditures coming into internal tourism, than into inbound tourism and the lowest amount of expenditures may be recognized into domestic tourism. In all three defined consumption there may be seen slight increase. The highest increase may be seen in inbound tourism consumption, the consumption increased by 24 % in the period under consideration.

Graph 2: Tourism consumption in the Czech Republic in the year 2006



Source: Czech Statistical Authority

The division of tourism consumption into several products may be seen in the graph 2. The highest financial sources are spent for boarding and goods. Packed tour is not followed in inbound tourism. These expenditures correspond to the margins of the travel agencies and tour operators. The highest increase in the expenditures may be seen in the transport of inbound tourism, this increase represents 30 % in the period 2003-2006. The average increase in the inbound tourism consumption was 24 % in the period under consideration, domestic tourism consumption increased by only 7 %, and the internal tourism consumption increased by 16 %.

Tourism in Southern Bohemia

Southern Bohemia was used to be typical agricultural regions. It is formed by the Budějovice and Třeboň basin whilst its borders are formed by mountains and highlands. For its typical landscape, many cultural sightseeing, and cultural events it is very attractive region in the respect of tourism. This region has also several sights listed in the UNESCO Heritage List (Holečovice, Český Krumlov). Other popular destinations are Hluboká chateau or towns such as Jindřichův Hradec, Tábor, Prachatice. There are also spa resorts connected to the towns of Třeboň and Bechyně.

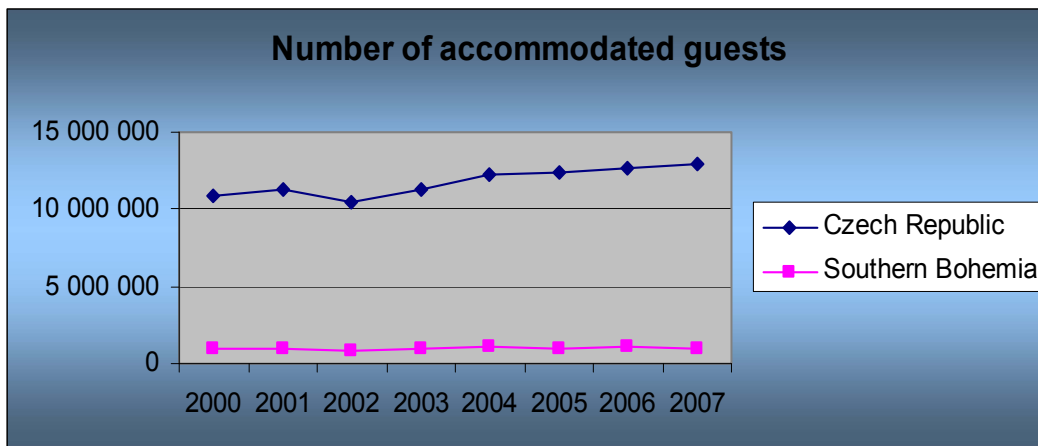
It is also famous for its lakes and fish industry. Water sports are have also significant position, especial Lipno Dam used for summer recreation and several rivers (Lužnice, Nežárka, Vltava) used for summer recreations as well. Except of summer recreation the Southern Bohemian region tries to focus on winter recreation too. There has been built a huge holiday complex for summer and winter recreation in the Lipno village, next to Lipno Dam. This year the South Bohemian authority has invested significant amount of financial resources to enlarge and reconstruct this area, in order to attract more skiers. The aim and main objective on which the complex is focused on is family recreation.

From the point of view of the international transport, the South Bohemian Region has a strategic position on the north-south axis. To this also helps the border position with Austria and Germany with 8 border crossing. There are also 2 railway border crossing and 9 foot-passengers and cyclist border crossing in the region.

The ratio of tourists who are accommodated in the south Bohemian region runs around 8 % of all guest accommodated in the Czech Republic. In the years 2002 and 2007 the ratio dropped under 8 %. The highest increase may be recognized between the years 2002 and 2003. On the other hand the highest decrease may be seen between the year 2001 and 2007 and also 2006

and 2007. This may be a reflection of political and economical situation in the world that influences the tourism in the world and has great impacts on tourist traveling abroad.

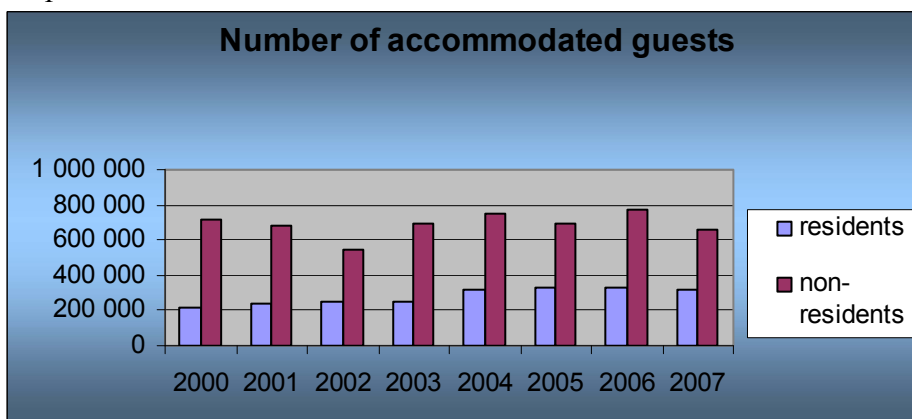
Graph 3. Number of accommodated guests (2000-2007)



Source: Czech Statistical Authority

The following graph shows the structure of accommodated guests. From the foreigners, the highest percentage of tourists came from Germany in the year 2007. Germans represents around 8 %, Dutch represents around 5 % and tourist from Austria represents 1,7 % of guests accommodated in the south of Bohemia. Other nations are not so significant because their ratio is und 1 %. Comparing the years 2000 and 2007 the highest increase of tourists may be recognized form Slovakia, than Netherlands and on the third position is Austria. On the other hand the lost of tourism in the period under consideration may be recognized in the tourist coming from Poland, Germany and France. En total the decrease in tourist accommodated in the region is around 970 000 guests. The average number of guests is 3 455 264 tourists in the given period.

Graph 4: Residents and non-residents accommodated in the Southern Bohemia



Source: Czech Statistical Authority

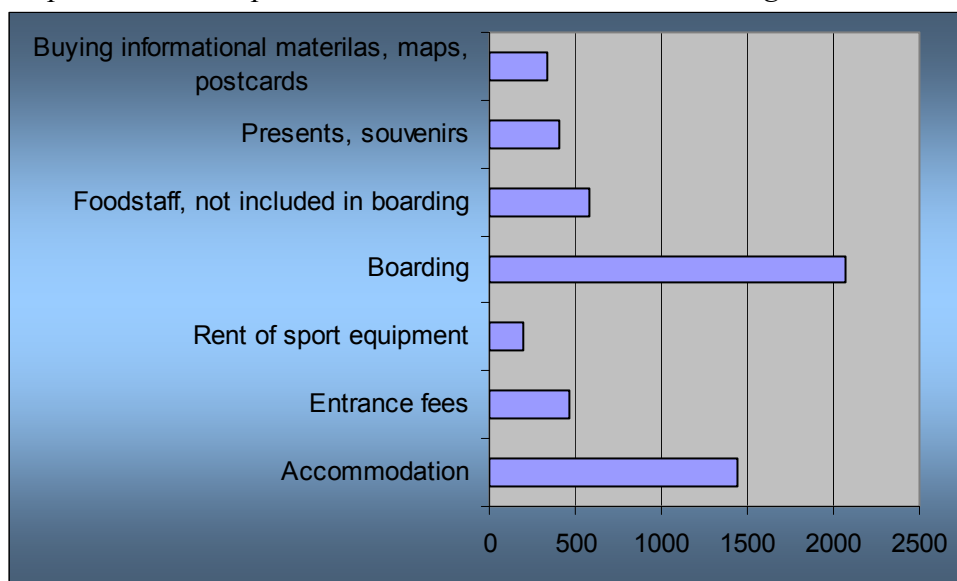
As it has been mentioned above tourism is very important for each region. The first important aspect is the employment. According to the date from the Czech Statistical Authority there were more than 14 000 people employed in the field of hotels and restaurants, which represents around 4 % in the year 2006 in the Southern Bohemia. The average monthly gross wages of employees were the lowest one from all NACE sectors in the year 2005, moreover

the average increase between the years is also very low, only 1 % between the years 2004 and 2005.

The second important factor for regional development concerning tourism is the expenditures, which are spent by tourists in the region. These payments help to develop enterprises. It is not only important for big companies, which bring investments to the region in the way of foreign investments. It is also important for small scale enterprises, for small companies, businessmen, restaurants and providers of private accommodation. The revenues from tourist represents for them very important source of financial resources, it may enable them to run their business in the country. In the case the revenues from tourism are not the main revenues to live from, there are represents important part, which may enable this enterprisers to stay and work in the country. These typical characteristics of tourism are very important for rural development, especially for the employment and staying people in the country, and of course it helps to preserve countryside and the landscape.

The following graph represents the expenditures of tourist in the region. The item for which the tourists pay the highest payments is boarding. An average they pay more than 2000 per person during their stay. The second highest payments are for accommodation, around 1500 per person during the stay. The lowest payments from tourist budget come to rent of sports equipment and to informational materials, maps and postcards. Also the frequency of payments differs. According to the questionnaire the most frequent payment was for boarding. The second mostly mentioned item were foodstuff not included in boarding, followed by accommodation.

Graph 5: Tourist expenditures in the Southern Bohemian region



Source: Czech Statistical Authority

Conclusion

This paper analyzes a part of tourist demand in the South Bohemian region. Number of visitors in the region represents a significant ration of all tourists in the Czech Republic. However the increase in the number of tourists is not so high. The total number of tourists in the Czech Republic may have increasing tendency, the number of tourists in the south of Bohemia stagnates. Results from the primary research shows that the most of money that tourist spent in the region come to the boarding and accommodation, which may correspond

to the prices that are higher than in other items used in the questionnaire. Analyzing the number of payments, the most frequent were payments for boarding, than for accommodation. Presented analysis of demand is only a part of analysis that should be considered by public authorities in the decision-making process about tourism and regional development. Complete analysis should be done, considering both - supply and demand, incomes, and investments. Moreover there should be taken into account also the impact of environment. The strategic planning should be in conformity with the sustainable tourism.

Literature

- [1] WORLD TOURISM TRAVEL COUNCIL. *Progress and Priorities 2008-2009*. [online]. United Kingdom, 2007. [cit. 2008-11-03]. URL:<http://www.wttc.org/bin/pdf/temp/progress_and_priorities_2008.html>.
- [2] WORLD TOURISM TRAVEL COUNCIL. *Progress and Priorities 2007-2008*. [online]. United Kingdom, 2006. [cit. 2008-11-03]. URL:<http://www.wttc.org/bin/pdf/temp/finpp_2007.html>.
- [3] WORLD TOURISM TRAVEL COUNCIL. *Progress and Priorities 2006-2007*. [online]. United Kingdom, 2005. [cit. 2008-11-03]. URL:<<http://www.wttc.org/bin/pdf/temp/progresspriorities06-07.html>>.
- [4] WORLD TOURISM TRAVEL COUNCIL. *Realizing Potential*. [online]. United Kingdom, 2005. [cit. 2008-11-03]. URL:<http://www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/t4t_call_for_entries_hr_online.pdf>.

Contact:

Ing. Michaela Antoušková, Ing. Zdeňka Kroupová
Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta
Katedra ekonomiky
Kamýcká 129, 165 21 Praha 6
Email: antouskova@pef.czu.cz

Využití strategického marketingu v podmínkách sportu

Utilization of Strategic Marketing in Sports Conditions

Šárka Borkovcová

Anotace

Autor se v příspěvku zabývá využitím a uplatněním strategického marketingu v podmínkách sportu. v oblasti sportu působí různé typy organizací s převahou neziskových organizací. Zejména ve sportu pro volný čas a na výkonnostní úrovni je nestátní nezisková organizace stěžejní jednotkou pro realizaci sportovních aktivit. Strategický marketing by se měl uplatňovat v řídicím procesu organizace, pokud chce být takový sportovní klub konkurenceschopný a finančně stabilní

Summary

In the abstract, author deals with utilization and application of strategic marketing in the conditions of sports. Various types of mostly non-profitable organizations operate in the area of sports. In particular in leisure sports and in performance-level sports, non-state non-profitable organization represents a crucial unit for implementation of sports activities. In order to ensure competitive strength and financial stability of such a sports club, strategic marketing should be applied in the organization's management process.

Klíčová slova

Strategický marketing, sport

Keywords

Strategic marketing, sport

1. Úvod

Využívání marketingu a jeho nástrojů v podmínkách českého sportu začalo nabývat na významu počátkem 90. let, kdy ingerence státu začala pozbývat na intenzitě. Sportovní organizace se musely smířit s novou strukturou financování svých aktivit. Sportem se stále více začínají prolínat prvky obchodní činnosti a vyvstává tak nutnost vytvářet marketingové a strategické plány, analyzovat prostředí, identifikovat produkt a své konkurenty, vyvíjet cenové a komunikační strategie.

Zcela úmyslně se v příspěvku hovoří o strategickém marketingu v podmínkách **sportu**. Sport se prolíná oběma základními sektory ekonomiky. Určit hranici, kdy je sport součástí soukromého sektoru a od kdy je sport veřejným zájmem, může být složitou záležitostí. Je nutné si uvědomit, že sport a celá tělesná kultura je pojem velmi široký a je různě chápán. Pro přiblížení, co je pod pojmem sport v tomto příspěvku myšleno, uvádím krátký exkurz. Sport je subsystémem tělesné kultury, která také zahrnuje tělesnou výchovu a pohybovou rekreaci. Subsystém sport je charakterizován výkonovou motivací, zahrnuje momenty soutěživosti, výkonu, jisté příslušnosti ke skupině. Sportovní soutěže probíhají podle určitých pravidel. Sport můžeme dále členit na sport vrcholový, výkonnostní a na sport dětí a mládeže. Příspěvek se tedy ponese v duchu sportu, jakožto subsystému tělesné kultury, který je charakterizován výkonovou motivací.

V oblasti sportu působí celá řada různorodých subjektů nabízejících produkty a služby. Dílčí cíle těchto subjektů jsou odlišné, ale hlavní cíl mají společný. Ať už se jedná o organizace neziskové nebo pro-profit orientované, v obou případech subjekty usilují o finanční stabilitu s případným ziskem, který je rozdělen dle typu organizace - mezi vlastníky nebo jsou získané prostředky použity pro potřeby činnosti organizace. Stěžejními organizacemi v oblasti sportu jsou sportovní kluby fungující jako občanské sdružení. Jsou to nestátní neziskové organizace (dále jen NNO), jejichž cílovou funkcí není zisk, ale přímý užitek. Další velice významnou organizační jednotkou zabývající se sportovními aktivitami

jsou sportovní kluby, které provozují komerční činnost se sportovními produkty jako svoji základní aktivitu. Tyto kluby fungují jako akciové společnosti nebo jako společnosti s ručením omezeným. Jak již bylo naznačeno, sportem se stále více začínají prolínat prvky obchodní činnosti a vyvstává tak nutnost vytvářet marketingové a strategické plány, analyzovat prostředí, identifikovat produkt a své konkurenty, vyvíjet cenové a komunikační strategie. Cesty, kterými dostat produkt k zákazníkovi musejí být taktéž řešeny. Jednotlivé marketingové činnosti na sebe musí navazovat a vše musí být řízeno. Především nestátní neziskové organizace v oblasti sportu se potýkají s problémem kvalifikovaných dobrovolníků, někdy pouze dobrovolníků, kteří by tyto sportovní jednotky vedli ve svém volném čase a ve většině případech bez nároku na odměnu.

Strategickým plánováním v podmínkách tělesné výchovy a sportu se zabývá Čáslavová ve své publikaci, kde uvádí následující: „*V podmínkách České republiky se strategické plánování v oblasti tělesné výchovy a sportu uplatňuje zatím velmi úzce. z osobních zkušeností můžu říci, že se jím zabývají nejvíce kluby založené na bázi obchodní společnosti, které nahlížejí na strategické plánování s variantním přístupem ve stanovení strategických cílů a dílčích rozvojových strategií jako základní platformu životaschopnosti svého sportovního klubu*“¹.

Mé zkušenosti plynou z organizací neziskového charakteru, které byly založeny jako občanské sdružení a mohu konstatovat, že manažeři těchto klubů se začínají věnovat marketingovým činnostem až v případě, kdy potřebují sponzora, aby tento finančně či materiálně podpořil aktivity klubu. Jednotlivé kroky bývají zpravidla neplánované, nekoordinované a už vůbec ne v duchu strategického myšlení. Ztotožňuji se s výrokem Košťana a Šuleře - „*strategicky myslet znamená perspektivně pohlížet na své možnosti, analyzovat všechny faktory vnějšího prostředí, variantním plánováním brát v úvahu permanentnost změn, pružně na ně reagovat a ovlivňovat je, promyšleně přeskupovat zdroje a učit se tvořivě překonávat problémy s využitím potenciálu všech spolupracovníků*“², který lze také vhodně aplikovat na neziskové sportovní kluby.

Aktuálnost příspěvku tkví v možnostech, jak zásady strategického marketingu vhodně využít pro potřeby sportu především v klubech neziskového charakteru (NNO), které jsou páteří sportovního dění v České republice. Při respektování kritéria původu zdrojů, spadá celá sféra dobrovolně organizované tělovýchovy a sportu podle Gleska³ do soukromého sektoru, vzhledem k vysokému podílu vlastnictví sportovních zařízení sportovními kluby. Ve sféře sportu působí tedy převážně sportovní organizace neziskového charakteru (občanská sdružení), které pokud chtějí vytvářet sportovní produkty a úspěšně existovat, musí se chovat jako ziskově orientované subjekty, pro které by měl být v dnešní době strategický marketing běžnou součástí marketingového chování. Zkušenosti a znalosti z prostředí sportu, mne vedou k domněnce, že strategický marketing je v těchto organizacích novým trendem v řízení.

2. Cíl

Cílem tohoto příspěvku je tedy demonstrace principů strategického marketingu v oblasti neziskových sportovních organizacích v podmínkách České republiky.

¹ ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company a East Publishing, 2000, s. 23

² JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008, s.19

³ GLESK, Pavol. *Manažerské aspekty sportu*. Bratislava: PEEM, 2000. s. 10

3. Použité metody

Postupem k dosažení výsledků je studium odborné literatury a publikací vztahujících se k danému tématu. Nezanedbatelným zdrojem informací jsou praktické zkušenosti ve vedení Univerzitního sportovního klubu Akademik o.s. a také několikaleté působení ve sportovních organizacích a klubech v roli závodníka/reprezentanta ČR v rychlostní kanoistice.

Jedná se tedy o studii, v níž se objevují dva typy metodologie: analýza trendů a demonstrace.

4. Dosažené výsledky

Dosažené výsledky jsou prezentovány v následujících podkapitolách a odstavcích.

4.1. Základní pojmy

V úvodu této kapitoly je vhodné představit a vyjasnit pojmy, které jsou v příspěvku používány. V jakém smyslu je zde operováno s pojmem sport, je uvedeno v úvodní části příspěvku.

Strategii je možné rozumět jako plánovanému a promyšlenému postupu k cíli, během kterého je stratég připraven na překážky, předvídá možná nebezpečí, maximalizuje své výhody, zpětně analyzuje postupy, které již učinil a je schopen tyto měnit podle aktuálního vývoje a umí překvapit.

Strategické řízení probíhá jako kontinuální proces složený z činností, jako je

- plánování,
- organizování,
- vlastní rozhodování (navazující na cíle),
- komunikování,
- motivování
- a kontrola.

Tyto činnosti jsou řízeny koordinovaně a tvoří jakýsi soubor dílčích opatření do jednoho systému/schématu vedoucímu k dosažení vytyčených cílů. Rozhodování je výraznou manažerskou činností v rámci řízení a provádět strategická marketingová rozhodnutí není snadné. Na soubor rozhodovacích úkonů má vliv měnící se marketingové prostředí. Tato skutečnost klade vysoké nároky na informovanost managementu organizace.

Plánování je součástí řízení a o strategickém plánování hovoříme tehdy, jedná-li se o dlouhodobé nasměrování organizace a orientaci v aktuálním prostředí. Účelem je vypracování dokumentu – plánu – pro řízení činností, který zabezpečí uspokojuv existenci v budoucnosti na základě uspokojení potřeb zákazníků. Plány hledají možnosti, jak dosáhnout vytyčených marketingových cílů v rámci deklarované marketingové podnikové politiky⁴.

Strategický plán je podkladem pro projednávání s ostatními skupinami jak uvnitř podniku, tak vně⁵.

⁴ HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 14.

⁵ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 58.

Ve smyslu filosofie marketingu se strategický marketing orientuje na přání a požadavky zákazníka. Strategického záměru nabývá v momentě, kdy se už dnes při plánování budoucích činností soustředí na vymezení okruhu potenciálních zákazníků a specifikaci jejich potřeb⁶. Tato filosofie je přijímána členy organizace, kteří se aktivně spolupodílejí na vytváření hodnot pro zákazníka, přemýšlejí o budoucnosti

Mezi strategickým řízením a strategickým marketingem existuje úzká vazba. Strategický marketing připravuje podklady pro strategická rozhodnutí tím, že zpracovává informace o trzích, o konkurenci a formuluje nároky na jednotlivé funkcionální strategie⁷.

Vzhledem ke specifickým podmínkám v organizační struktuře neziskových sportovních klubů je uvedena následující podkapitola.

4.1.1. Organizační struktura

Většina sportovních klubů na našem území fungují jako občanská sdružení založena podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů. Občanské sdružení je samostatnou právnickou osobou. Členy mohou být právnické i fyzické osoby. Práva a povinnosti členů upravují stanovy sdružení.

Stanovy

Stanovy jsou základním dokumentem, který vyjma práv a povinností členů řeší cíle a poslání klubu, specifikuje název a sídlo organizace a charakter sdružení, určuje zásady hospodaření a okolnosti zániku. Poslání a cíle definované ve stanovách nejsou závazné pro stanovení cílů a poslání v rámci strategického řízení, ale může se z nich vycházet. Ve stanovách musí být uvedeny orgány sdružení.

Orgány sdružení

Nejvyšším orgánem a nejdůležitějším orgánem je valná hromada nebo členská schůze sdružení, sestávající se ze členů klubu. Pravomoci členské schůze jsou vymezeny ve stanovách a vzhledem k tomu, že každý člen má hlasovací právo, je nutně důkladně vymežit podmínky členství. Pro ilustraci uvádím pravomoci členské schůze:

- a) schvaluje stanovy sdružení a jejich změny, rozhoduje o zániku sdružení,
- b) volí a odvolává výkonný výbor,
- c) volí a odvolává předsedu,
- d) volí a odvolává místopředsedu či tajemníka,
- e) zřizuje komise a volí jejich členy,
- f) schvaluje zásady hospodaření na další období,
- g) schvaluje zprávu o činnosti a zprávu o hospodaření za minulé období,
- h) stanovuje podmínky pro úhradu členského příspěvku,
- i) rozhoduje o vyloučení člena,
- j) rozhoduje o symbolech,
- k) ukládá předsedovi, výkonnému výboru a členům realizaci svých rozhodnutí,
- l) určuje směr a formy činnosti na další období,
- m) schvaluje a vydává organizační řád a další interní předpisy s výjimkou nařízení předsedy,
- n) ruší nařízení předsedy,

⁶ HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 16.

⁷ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 35.

- o) rozhoduje o zřízení nebo zrušení oddílu/sekce bez právní subjektivity v rámci organizace; postavení, práva a povinnosti oddílu/sekce bez právní subjektivity v rámci organizace upraví členská schůze interním předpisem,
- p) rozhoduje o rozdělení zbylého majetku.

Výkonný výbor je orgánem voleným členskou schůzí. Kontroluje dodržování stanov, zabezpečuje plnění úkolů v období mezi jednotlivými členskými schůzemi. Členové výboru se povětšinou aktivně podílejí na fungování organizace.

Statutárním orgánem sdružení je předseda, který jedná jménem klubu.

Výše uvedené členění orgánů občanského sdružení je základním modelem organizační struktury. Bývá zvykem, že dalším orgánem bývá tajemník nebo místopředseda.

Z praxe vyplynulo, že skutečnou hnací silou bývá předseda, popř. tajemník nebo místopředseda společně s předsedou. Členové výkonného výboru realizující zadané úkoly se většinou podílejí na činnostech nesouvisejících s řízením klubu.

4.2. Strategický řídicí proces v podmínkách neziskových sportovních organizací

Pokud vůbec vedoucí pracovníci/manažeři neziskové sportovní organizace přemýšlejí nad uplatněním marketingu ve své organizaci, dá se hovořit o pokrokovém smýšlení. Vzhledem k dlouhodobé tradici fungování sportu a sportovních organizací v předrevoluční době, je velmi obtížné přesvědčit funkcionáře/vedoucí klubu, kteří se aktivně a dobrovolně podílejí na činnosti organizace z té doby, že se tytéž sportovní jednotky pohybují v tržním prostředí a vyvstává tak potřeba na změněnou situaci reagovat. Stále se očekává pomoc od střešní organizace, města a jiných. Nutnost aktivně vytvářet prostředí pro realizaci sportovních aktivit, zůstává stále ještě některými nepochopeno. Relativně neaktivní přístup je možné do jisté míry pochopit, protože tito lidé pracovali a stále ještě pracují pro klub ve svém volném čase a dělají tzv. dobrou věc. i tato „neaktivita“ klade nároky minimálně na čas v podobě strávených hodin na společných trénincích, účasti na závodech a přípravných soustředěních. v malých klubech většinou jedna osoba zastává funkci manažera, trenéra, vychovatele, psychologa, údržbáře apod. Přestože tito nadšenci vykonávají záslužnou práci, dostávají se kluby do finančních problémů a jediným cílem je přežít. Proto je žádoucí, aby byly jednotlivé činnosti nutné pro udržení a rozvoj sportovní jednotky diferencovány a vzájemně koordinovány. Prvním předpokladem je dostatečný počet členů se zájmem pracovat pro klub.

Strategické řízení v podmínkách neziskových sportovních klubů je funkcí předsedy, popř. užšího výběru z řad výkonného výboru - management. Úkolem strategického řídicího procesu je dlouhodobé nasměrování činností vedoucích k naplnění poslání a cílům organizace. Zahrnuje klíčová rozhodnutí a postupy:

- Jakým směrem se bude sportovní organizace ubírat (velikost klubu, vlastnictví sportoviště, technické a materiální zabezpečení, zaměření na rekreaci a vhodné využití volného času, sportovní výkony členů).
- Stanovení soustavy cílů (počet nových členů, výkonnostní růst, postavení klubu v rámci města, image).
- Formulování strategie.
- Úloha marketingu (image klubu, komunikace, zaměření na službu a produkt, alokace zdrojů).
- Motivační schéma.
- Kontrolní funkce.

Chceme-li hovořit o strategickém řízení, je nutné s veškerými rozhodnutími pracovat v rámci marketingových činností.

4.2.1. Vize a poslání neziskových sportovních klubů

Vize

Vize je velmi důležitá vzhledem k dlouhodobému nasměrování klubu. Měla by nám odpovídat na otázku, jak bude klub vypadat v budoucnosti. Formulovaná vize by měla být přijata za filosofii klubu všemi členy. Také by měla být realistická, měla by odpovídat vnitřním možnostem a schopnostem klubu. Zda-li je realistická nám ukáží výsledky situační analýzy a predikace vývoje prostředí (viz kap. 4.3.1).

Příkladem vize sportovního klubu zaměřeného na pohybovou rekreaci a volný čas může být: Naší vizí je být bezproblémově fungujícím zájmovým sdružením, které plně akceptuje a plně podporuje požadavky našich členů na aktivní trávení volného času, rozvoj fyzických a duševních sil.

Příkladem vize sportovního klubu charakterizovaného výkonovou motivací mládeže: Vizí našeho sportovního klubu je být úspěšným klubem v celkovém hodnocení Českého poháru. Veškeré úsilí soustředíme na výchovu budoucích reprezentantů České republiky prostřednictvím zajištění materiálního a technického zázemí, odborných tréninkových metod s ohledem na zdraví závodníků.

Poslání

„*Poslání je formální prohlášení strategických plánů firmy, jež popisuje celkový účel firmy a její záměry ve vztahu k zákazníkům, produktům a zdrojům*“⁸. Vysvětluje důvod existence. Vymezení poslání respektuje historii klubu, preference členů, faktory vnějšího prostředí, zdroje umožňující vymezení poslání. Ideální formulace poslání není ani příliš široká, ani úzká, aby neomezovala rozhled manažera ve schopnosti vidět nové příležitosti a možnosti růstu. Poslání by mělo podle Jakubíkové⁹ obsahovat odpovědi na následující otázky:

- Kdo jsou naši zákazníci?
- Jakou potřebu či přání zákazníků klub uspokojuje a co je jeho cílem?
- Kde působí?
- Jaká je filosofie klubu?
- Jaké jsou přednosti klubu a jaká je jeho konkurenční výhoda?
- Jakými produkty spokojí klub potřeby a přání zákazníků, i ty nevyslovené?

Vedení sportovní organizace si musí uvědomit orientaci klubu a v jejím duchu stanovit a formulovat cíle i poslání. Orientace neziskových sportovních klubů může být následující. Organizace typu:

- A) Veřejně prospěšná organizace, jejímž cílem je sloužit společnosti. Výchovou mládeže v duchu fair-play a sportem jako vodným prostředkem působí preventivně v sociální oblasti společnosti.

⁸ SOLOMON, M.R., MARSHALL G.W., STUART, E.W. *Marketing očima světových marketing managerů*. Brno: Computer Press, 2006. s. 37.

⁹ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008. s.22

- B) Organizace, jejímž cílem je vhodným způsobem zabezpečit duševní a fyzický rozvoj členů bez ohledu na věkovou strukturu. Soutěže nižších kategorií posilují motivaci a sebevědomí členů.
- C) Organizace, která se svým aktivitami podobá obchodní společnosti. Je zaměřena na sportovní výkony svých členů. Produkuje sportovní produkty, které mohou být předmětem dalších „obchodních vazeb“.

Je možné vybočení orientace do jiné, ale je nutné si uvědomit jistá rizika. Pokud jsem organizací typu b) a objevím velmi talentovaného sportovce, který by mohl být v budoucnu úspěšným sportovcem, musím si uvědomit, že péče o takového závodníka vyžaduje zvýšené náklady na materiální zabezpečení, profesionální trénink s kvalifikovaným trenérem, na čas a další aktivity spojené s pokrytím těchto potřeb, které mohou přesahovat možnosti organizace. Naskytují se dvě možnosti: Rozšířím aktivity klubu (a uvědomuji si vyšší nároky na vedení organizace), a nebo talentovaného sportovce předám klubu, který má možnosti a schopnosti se o takového závodníka postarat.

4.2.2. Cíle, strategický směr, příležitost

Cíle

„Cílem podniku rozumíme konkrétní stav, jehož dosažení se předpokládá v určitém časovém období“¹⁰. Stanovení cílů vlastně znamená převedení vize a poslání do konkrétních úkolů. Velmi precizně jsou rozpracovány cíle sportovních klubů v publikaci Evy Čáslavové¹¹.

Dovolím si vycházet z práce výše jmenované autorky a následující tabulky představují cíle sportovní, ekonomické a sociální v časovém horizontu na dlouhodobé, střednědobé, krátkodobé ve vztahu na orientaci neziskového sportovního subjektu. Jednotlivé cíle by měly být vzájemně provázány a s ohledem na vize a poslání organizace.

Tabulka č. 1: Cíle organizace typu A.

Dlouhodobé cíle	Střednědobé cíle	Krátkodobé cíle
Radost z pohybu a hry.	Sportovní cíle Podpora volného času	Motivace k provádění sportovních činností.
Podpora zdraví	Ekonomické cíle Zlepšení finanční situace	Přidělování rozpočtových prostředků
Ekonomická stabilita sportovní organizace		Přizpůsobení výše příspěvku poskytovaným činnostem ze strany sportovní org.
		Optimalizace nákladů.
		Hledání donátora.

¹⁰ HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 25.

¹¹ ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company a East Publishing, 2000. s. 25 – 29.

Sociální cíle

Podpora příslušnosti k určité sociální skupině, společnosti. Spokojenost členů klubu	Podpora poskytovaných společenských forem	Mezilidské vztahy. Výchova mládeže v duchu fair-play.
---	---	--

Organizace je zaměřena na sociální aspekty sportovních aktivit, které pomáhají najít mladému člověku smysl života, učí ho překonávat bolest a překážky. v těchto sportovních organizacích nachází porozumění a upevňuje si mezilidské vztahy. Převládají zde sociální cíle a ekonomické cíle spolu se sportovními dotváří rámec cílů, které jsou nezbytné pro udržení životaschopnosti organizace.

Tabulka č. 2: Cíle organizace typu B.

Dlouhodobé cíle	Střednědobé cíle	Krátkodobé cíle
Sportovní cíle		
Radost z pohybu a hry. Rozvoj fyzických předpokladů. Relaxace	Podpora volného času pro všechny. Mnohostranně vytvořená sportovní nabídka. Odstranění nedostatků na sportovištích. Podpora výkonnostního sportu. Vzdělávání ve sportu.	Motivace k provádění sportovních činností. Rozšíření sportovní nabídky. Rehabilitace a cvičení k prevenci kardiovaskulárních onemocnění. Zabezpečení sportoviště a jeho bezpečnosti. Motivace k výkonu. Uznávání výkonnostního sportu. Podpora tréninkových kurzů.
Ekonomické cíle		
Ekonomická stabilita sportovní organizace	Zlepšení řízení klubu. Zlepšení finanční situace	Nový systém řízení: plánování, organizování, účetní evidence. Získávání kvalifikovaných dobrovolníků. Zvýšení doplňkových finančních zdrojů (komerční činnost, sponzoři). Přidělování rozpočtových prostředků

Prizpůsobení výše příspěvku poskytovaným činnostem ze strany sportovní org.

Optimalizace nákladů.

Sociální cíle

Podpora příslušnosti k určité sociální skupině, společnosti.	Podpora poskytovaných nových a hledání společenských forem.	Podpora koordinátorské práce.
Spokojenost členů klubu		Mezilidské vztahy.
		Hledání v jiných, případně zahraničních sportovních kubech.
		Dotazování členů.

Vzhledem k širokému portfoliu činností je nutné zavést systém řízení a financování. Přestože je cílem organizace v podstatě ještě stále podpora volného času a účast na soutěžích nižšího formátu, rapidně vzrůstají požadavky na strategické řízení. u tohoto typu organizace se stále ještě přikláním k principu dobrovolné práce pro klub. Tím se utvářejí silnější vazby mezi jednotlivými členy, kteří jsou nuceni se domluvit na vykonávání jednotlivých úkolů. Koordinace činností a členů klade vysoké nároky na schopnost managementu (předsedy) klubu motivovat řadové členy k jakékoliv činnosti.

Tabulka č. 3: Cíle organizace typu C.

Dlouhodobé cíle	Střednědobé cíle	Krátkodobé cíle
	Sportovní cíle	
Seberealizace.	Podpora volného času.	Motivace k provádění sportovních činností.
Podpora zdraví.		
Radost z výkonu a motivace k úspěchu.	Specializovaná sportovní nabídka s doplňkovými sportovními činnostmi.	Vytvoření specifických sportovních podmínek daného sportovního odvětví společně s doplňkovými činnostmi.
Účast na soutěžích republikového a mezinárodního formátu.	Odstranění nedostatků na sportovištích.	Přijetí rehabilitačního a preventivního cvičebního programu.
	Podpora výkonnostního sportu.	Motivace k výkonu.
	Vzdělávání ve sportu podle pedagogických zásad.	Objasňování cílů.
	Zlepšení kvality tréninku.	Zadávání úkolů v návaznosti na cíle výkonnostních tříd.
	Podpora talentů.	Uznání výkonnostního a vrcholového sportu.
		Cílevědomé vyhledávání talentů a následně jejich

systematická podpora.

Vzdělávání trenérů
a cvičitelů.

Seznámení s pedagogickými
základy.

Ekonomické cíle

Ekonomická stabilita sportovní organizace	Odborné vedení a řízení organizace.	Nový systém řízení: plánování, organizování, účetní evidence.
		Profesionální vedoucí komerčních aktivit.
	Zlepšení image pro veřejnost.	Získávání kvalifikovaných řídících pracovníků.
		Přizpůsobení nabídky činnosti a služeb SK poptávce.
		Koncepce aktivního využívání médií.
		Koncepce marketingu.
		Koncepce sponzorství jako zdroje příjmů.

Sociální cíle

Podpora příslušnosti k určité sociální skupině, společnosti, ke sportovnímu klubu.	Povzbuzování atmosféry porozumění	Spolupůsobení při vytváření cílů.
		Identifikace se sportovním klubem.
		Pronikání této činnosti mimo sportovní klub.

Činnosti sportovního klubu jsou úzce zaměřeny na růst výkonnosti členů, úspěch v závodní činnosti. Zabezpečení aktivit výkonnostního a téměř vrcholového sportu vyžaduje dostatek finančních prostředků a proto se zde v ekonomických cílech objevuje profesionální vedoucí ekonomických aktivit, jehož úlohou je realizace marketingových aktivit, strategických plánů a řízení. Organizace musí vědět s jakými produkty disponuje, co může nabídnout potenciálním sponzorům/partnerům klubu. Vzhledem k tomu, že v tomto typu organizace působí více samostatných jednotek (tréninková jednotka, ekonomická jednotka, marketingová jednotka, materiální a technická jednotka), může se zde plně aplikovat proces strategického řízení.

V podmínkách sportovního klubu tržně orientovaného nemůže manažer/předseda řešit zásadní rozvojové úkoly bez součinnosti marketingové jednotky. Úlohou marketingu je předvídat změny v tržím prostředí (zejména nové trendy v rozvoji sportovního trhu a preference potenciálních i současných členů) a konkrétní užitky a prospěchy, které

zákazníci vyžadují. Jestliže SK chápe jako úkol strategického marketingového řízení určení konkrétních užitek, které by měl mít k dispozici, které trhy by měly být uvažovány a které strategie by měly být použity, potom je možné konstatovat, že strategický marketingový proces je jedním ze základních kamenů strategického podnikového řízení, je tedy systémově propojen s řídicím procesem a existuje mezi nimi silná závislost¹².

Strategický směr

Strategický směr řeší otázku, jak dosáhnout vytyčených cílů. Je obecně platný pro celou organizaci a prezentuje určitý přístup klubu k dosažení cílů. Strategický směr bude odlišný podle typu organizace.

Příklady používaných strategií dle Čáslavové¹³:

- Strategie uplatnění produktu (služeb, sportovního výkonu) na trhu.
- Konkurenční strategie.
- Strategie vybudování postavení a profilování sportovního klubu.
- Strategie orientovaná na zákazníky SK – sportovce, diváky, veřejnosti, sponzory, členy, rodiče.

Příležitost

Příležitostí je nutné se zabývat, protože je nezbytným faktorem pro dosažení cílů i splnění poslání. Dá se předpokládat, že dosažení vytyčených cílů zajistí organizaci finanční stabilitu, popř. rozvoj. Případné zisky jsou v neziskových sportovních klubech investovány zpět do rozvoje organizace.

Vhodná příležitost je ta, která respektuje eventuality přicházející do úvahy ve vnějším prostředí výhodnými pro podnik na jedné straně a mezi schopnostmi a zdroji podniku na straně druhé - klub jich tedy může využít. Příležitost musí být v souladu s cíli. Při vytipování příležitosti je nutné znát své produkty a služby. Vždy musí být zohledněny rizika, rozměr vytipované příležitosti, možnosti jejího růstu.

Příležitostí může být v prostředí neziskových sportovních organizací několik. Uvádím krátký přehled možných příležitostí:

- změna dotační politiky města či kraje,
- příchod silného ekonomického subjektů do regionu, kde působí sportovní organizace,
- výstavba sportoviště v okolí působení klubu,
- preference obyvatel ke zdravému životnímu stylu,
- poptávka po soutěžích,
- snaha obce preventivně působit na kriminalitu a podpořit tak činnost organizací věnujících se výchově dětí a mládeže,

¹² HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 22.

¹³ ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company a East Publishing, 2000. s. 28

- snaha členů klubu o profesionální sportovní přístup a tím tak rozšířit nabídku sportovních produktů,
- vstup kvalifikovaného odborníka do členské základny klubu, apod.

4.3. Strategický marketingový proces v aplikaci na neziskové sportovní organizace

Jak již bylo uvedeno v textu, i neziskové sportovní organizace se pohybují v tržním prostředí. Chtějí-li být úspěšné, měly by se chovat jako ziskové organizace. Strategický marketingový proces se zaměřuje na všechny aktivity uskutečňované v rovině produktu a služeb nabízených SK a trhem. Management, ať už z řad dobrovolníků nebo profesionálů, usiluje o co nejefektivnější alokaci zdrojů a musí přemýšlet o zákaznících a jejich potřebách v rámci budoucnosti. Strategický marketingový proces je složen ze tří základních etap: plánovací etapa, realizace a kontrola.

4.3.1. Plánovací etapa

Strategické marketingové plánování je založeno na relevantních informacích, které vypovídají o dosavadním stavu a vývoji a dovolují předikovat budoucí vývoj možných příležitostí. Plánovací etapa zahrnuje následující kroky: marketingová situační analýza, stanovení marketingových cílů, formulování marketingových strategií a sestavení marketingového plánu.

A) Marketingová situační analýza

Marketingová situační analýza zkoumá vnitřní situaci a schopnosti organizace vzhledem k postavení v daném prostředí, zejména ke konkurenci a tržím.

V úvodu analýzy je charakteristika současného stavu klubu, jeho marketingového prostředí, jeho tržní pozice a nabízené služby a produkty.

- Analýza faktorů vnějšího prostředí: *makroprostředí*

Makroprostředí ovlivňuje chod organizace, do jisté míry určuje a ovlivňuje zaměření organizace na poskytování služeb a produktů. Jedná se tedy o analýzu:

- ekonomických činitelů (hospodářské změny země a regionu, nezaměstnanost, dostupnost zdrojů, úroveň příjmů),
- demografických činitelů (počet obyvatel, jejich věková struktura, zaměstnání),
- politické situace, legislativního vývoj (např. změna odpočtu ze základu daně při sponzoringu),
- kulturních a sociálních podmínek (způsob života ve městě, tradice sportu, preference občanů i místní samosprávy ke sportovnímu a kulturnímu dění),
- technologických činitelů (přijímání nových technologií ve sportovním vybavení, náčiní a nářadí),
- přírodních faktorů (např. klima má obrovský význam v plánování dlouhodobých jarních pobytů v zahraničí u letních venkovních sportů. Kratší a teplejší zimy mohou ušetřit náklady na tato soustředění).

Z analýzy vnějšího prostředí lze identifikovat příležitosti a ohrožení.

- Analýza vnitřního prostředí: *mikroprostředí*

Sportovní organizace analyzuje své možnosti, schopnosti, výší zdrojů, dodavatelé, členy klubu a další zákazníky či partnery, konkurenci, postoj veřejnosti. Vnitřní prostředí lze hodnotit na výčtu slabých a silných stránek, ze kterých nám vychází přednosti a slabiny.

- SWOT analýza

Termín je složen z prvních písmen anglických termínů pro silné stránky, slabé stránky, příležitosti a ohrožení.

Tabulka č. 4: Příklad SWOT sportovního klubu typu C

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Dostatečný počet aktivních členů (vedení organizace).	Snižující se počet členské základny z řad závodníků.
Reprezentativní zázemí.	Pokles výkonnosti závodníků –) pokles zájmů sponzorů/partnerů.
Atraktivita nabízených sportovních aktivit.	Nedostatečný důraz na marketingové aktivity.
Přátelské prostředí.	
PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
Věková struktura obyvatel – nábor nových členů.	Odchod významného ekonomického subjektu z regionu.
	Vznik komerčních sportovních klubů.

- *Analýza konkurence*

Zjišťujeme jaké sportovní kluby působí v blízkém okolí. Neřešíme, zda-li se jedná o komerční podniky nabízející produkty sportu jako svoji hlavní činnost, anebo se jedná o neziskové organizace nabízející členství v klubu a výhody z něj plynoucí. Recipienti obvykle z počátku nerozlišují mezi právní formou organizace a proto každý, kdo nabízí tělesné cvičení jako svůj produkt je přímým konkurentem.

Dále tedy zjišťujeme, jaké sportovní aktivity sportovní klub nabízí. Pokusíme se identifikovat jejich silné a slabé stránky. Dále nás zajímá počet recipientů a marketingové aktivity organizace.

- *Analýza trhu*

Sportovní klub zajímá rozměr trhu s podobnými sportovními produkty a službami. Zjišťuje požadavky, postoje a chování zákazníků. Také sleduje trendy.

- *Analýza prodeje*

V podmínkách neziskového sportovního klubu má „analýza prodeje“ svá specifika. Zjišťujeme důvody ke členství, počet členů v jednotlivých obdobích. Hodnotíme spolupráci se sponzory, výše jejich příspěvků a důvody, které je ke sponzorství vedly.

- *Vytipování specifických strategických otázek a problémů*

Sportovní organizace většinou řeší otázky:

- Finančního charakteru – výše členských příspěvků vs. nabízená hodnota členství, sponzoring či donátorství.
- Zajištění dostatečné členské základny.
- Zázemí sportovního klubu.
- Technicky dostačující náradí a načiní.
- Odbornost služeb.

B) Stanovení marketingových cílů

Marketingové cíle vychází z obecných cílů organizace, jež jsou vzájemně v úzké souvislosti. Přestože jsou cíli druhotnými, pomáhají primární cíle zajišťovat. Vyjadřují konkrétní úkoly a předpokládá se dosažení během určitého časového období. Marketingové cíle by měly být stanoveny na základě potřeb zákazníků, měly by být reálné, měřitelné, srozumitelné, přesně formulované. v podmínkách sportovního klubu mohou být následující:

- Zvětšení a rozšíření reklamních ploch na objektu nebo v objektu sportoviště.
- Identifikace reklamních prostor na sportovním načiní a náradí.
- Zajištění publicity v regionálním tisku.
- Spokojenost s nabízenými službami.
- Zvýšení sponzorských příspěvků.
- Zajištění rozšíření přístupu na sportoviště
- Zlepšení příjezdových komunikací a cest.
- Zlepšení kvality sportovního vybavení.
- Zajištění oddílového oblečení pro závodníky s logem klubu.
- Stabilizace členských příspěvků a další.

Za velmi uspokojivé lze pokládat, pokud jsou stanoveny s ohledem na všechny členy klubu a další zákazníky. Např. sportovce bude zajímat kvalita materiálního vybavení, počet závodů, rodiče přivítají zlepšení příjezdové komunikace, zvýšení bezpečnosti, kvality trenéra. Partnery/sponzory zajímá hodnota protislužby, kterou může klub nabídnout, rozsah a počet reklamních ploch.

Stanovení marketingových cílů s ohledem na specifické potřeby recipientů jsou základem k formulaci marketingových strategií.

C) Formulování marketingových strategií

Marketingové strategie určují základní směry postupu, vedoucí ke splnění cílových úkolů. Říkají jakým způsobem konkurovat s výrobky neb službami na cílových trzích nebo tržních segmentech¹⁴. Jako u formulace vize, poslání, cílů je nutné mít na vědomí vnitřní schopnosti sportovní organizace. Mohu si klást dobře znějící, přitažlivé cíle, ale jak jich dosáhnu, když nemám dostatek např. vyškolených trenéru, neznám podmínky pro sponzoring, neznám hodnou vlastních produktů, chátají sportoviště apod.?

¹⁴ HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 66.

Vhodným návodem pro manažery sportovních klubů může být následující postup:

- Musí být plně respektováno poslání organizace a základní strategický směr organizace.
- Musí být brán zřetel na výsledky situační analýzy.
- Dále musí být respektovány marketingové cíle (pro jejichž splnění jsou strategie voleny).

Strategie formulovaná v rámci plánovací etapy stojí u zrodu strategických směrů a marketingové plánování se tak stává limitujícím faktorem pro úspěch sportovní organizace. Je tak kritickou partií strategického marketingového procesu. Pro každý typ sportovní organizace se hodí jiná strategie, ale ve středu by vždy měl být recipient sportovních produktů, potřeby a jeho přání. Je třeba vnímat strukturu sportovní organizace. Neustále musíme mít na paměti fakt, že pokud strategii nepřijmou za vlastní členové, kteří se budou fakticky podílet na její realizaci, nikdy se žádné záměry realizovat nebudou - důležitá je tedy motivace těchto členů.

Strategie se vztahují k jednotlivým nástrojům marketingového mixu. Mix je tvořen v souladu s marketingovými cíli, poskytuje organizaci prostor, ve kterém se uskutečňuje řada rozhodnutí směřujících k uspokojení recipienta.

Formulování marketingové strategie v oblasti produktu a služeb

Vzhledem k tomu, že sportovní produkty nenaplnují klasickou klasifikaci výrobků (individuální výrobek, výrobková řada, výrobkový mix), měl by manažer volit strategii maximální spokojenosti se službou a produktem sportovní organizace. i když lze u produktů spatřit podobnost v etapách vývoje produktu/výrobku, je vhodné se na tyto typy strategie soustředit pouze v případě nově vznikajícího klubu nebo při radikální změně vnějších podmínek, na které musí strategický směr logicky reagovat.

Formulování marketingových strategií v cenové oblasti

Pro dosažení cílů sportovní organizace se většinou uplatňuje pouze konkurenční cenová strategie a strategie psychologické ceny. Diskriminační cenovou strategii si neziskové sportovní jednotky nemohou dovolit, protože jakékoliv snížení ceny za stejnou kvalitu produktu a služby, by bylo pro klub likvidační záležitostí. Strategie výrobkové řady nemá v podmínkách sportu své opodstatnění.

Formulování marketingových strategií v oblasti distribuční politiky

Tyto strategie jsou zaměřeny na bezproblémovou spotřebu či užití sportovních služeb poskytovaných sportovním klubem. Vzhledem k přímému užití služby nepřichází klasické užití podnikových distribučních strategií (intenzivní, selektivní, exkluzivní distribuce) do úvahy. Snad jen je nutné zvážit kvalitu a bezpečnost příjezdové komunikace, otevírací dobu sportoviště nebo čas poskytovaných služeb. Vzhledem k několikaletému umístění sportovišť je strategie v oblasti distribuce bezpředmětná.

Formulace marketingových strategií v oblasti marketingové komunikace

Rozpočet neziskové organizace je obvykle velmi omezený a proto nákladné komunikační nástroje a tedy komunikační strategie využívající např. reklamu není možné realizovat. Sportovní organizace by se měla zaměřit na bezplatné formy komunikační strategie.

K uplatnění komunikační strategie je vhodná oblast Public Relations. Vytvoření kladného povědomí a vybudování důvěry recipientů sportovních produktů a služeb není pro neziskové

organizace nákladnou a problémovou záležitostí. Strategický úspěch závisí na výběru informací a na formě, jakou budou sděleny.

Pro potřeby sportovních klubů je vhodná strategie „sponzoring“, kdy je managementem vypracovaný projekt soustředící se na rozvoj a udržení sponzorů/partnerů. Předpokládá dobrou znalost produktů a služeb, které jsou nabízeny sponzorům za jejich příspěvek, právní a účetní problematiku.

D) Sestavení marketingového plánu

Základem marketingového plánování je schopnost vytvořit, udržovat a rozvíjet strategickou žádoucí vazbu mezi cíli podniku a identifikovanými příležitostmi v souvislosti se zdroji v rámci měnících se podmínek¹⁵.

Postup strategického plánování v neziskové sportovní organizaci dle Čáslavové¹⁶.

1. fáze – Určování cílů sportovní organizace.
2. fáze – Charakteristika současného profilu a funkcí sportovní organizace a jejich posun do budoucna.
3. fáze – Analýza interních faktorů sportovní organizace.
4. fáze – Analýza externích faktorů.
5. fáze – Zpracování priorit.

První čtyři fáze byly rozpracovány v předešlém textu. Co se týče zpracování priorit, je třeba sestavit přehled jejich řešení. Nelze řešit všechny najednou vzhledem k důvodům personálním, ekonomickým a časovým.

Z analýz mohou vyplynout priority v následujících oblastech.

- Opatření zaměřená na zlepšení služeb pro sportovce (výkonnostní, vrcholové, rekreační).
- Opatření ke zlepšení služeb pro trenéry.
- Opatření v oblasti vytváření podmínek pro realizaci sportu.
- Opatření v oblasti komunikace.
- Opatření v oblasti ostatních funkcí.¹⁷

Obsah strategického plánu by měl obsahovat následující: Úvod; cíle organizace; profil sportovní organizace; strategie naplňování cílů; způsob, jak strukturalizovat sportovní organizaci a osoby, které spolupracují na realizaci plánu, financování strategického plánu.

¹⁵ HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. s. 141.

¹⁶ ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company a East Publishing, 2000. s. 31. Upraveno autorem pro potřeby neziskových sportovních klubů.

¹⁷ tamtéž

4.3.2. Realizační etapa

Realizace představuje uvedení plánovaných akcí do každodenního života.

Proces realizace plánů je založen na tom, jak management organizace dokáže vytvořit odpovídající prostředí podporující jejich realizaci¹⁸. Jak již bylo naznačeno výše, problémem neziskových sportovních klubů je dostatečný počet aktivních členů, kteří aktivně přistupují navíc k realizaci strategického marketingového procesu. Podstatným předpokladem pro realizaci plánů je motivace členů klubu, kteří musí společně komunikovat, koordinovat naplánované činnosti. Je vhodné stanovit konkrétní odpovědnost na určitého člena klubu. Organizační struktura by měla stanovení odpovědnosti umožnit, ve sportovních klubech bývají odpovědnými osobami obvykle členové výkonného výboru.

4.3.3. Kontrolní etapa

Kontrola zahrnuje aktivity, jejichž pomocí je zjišťováno, zda výsledky odpovídají plánovaným cílům. Důležitá je kontrola používaných strategií. Na kontrolní činnosti se podílí většinou jednotliví členové klubu, které zajímá postup při realizaci strategických postupů ke stanoveným cílům organizace. v podmínkách sportovních klubů bývá tato etapa zanedbávána, zvláště tehdy, pokud klub „nějak přežívá“.

Domnívám se, že je nutné sestavit plán kontrol, na který bude dohlížet pověřený člen výkonného výboru, který je dostatečně seznámen se všemi strategickými dokumenty. Tento člen bude provádět nahodilé, preventivní, průběžné kontroly a samozřejmě, že po skončení období, na které je plán určen, provede závěrečnou kontrolu se zpětnou vazbou.

5. Diskuse

Pokud jsou v neziskové sportovní organizaci typu občanského sdružení pouze neplacení dobrovolníci, tak veškeré činnosti související s tvorbou marketingových plánů a strategií vykonává většinou předseda nebo místopředseda či tajemník. Vystává tak otázka, zda-li se sportovní organizaci vyplatí zřídit placenou funkci marketingového odborníka? Náplň práce by byla realizace marketingu a tvorba strategických marketingových plánů. Učinit takové rozhodnutí by vyžadovalo analýzu trhu, konkurence, prostředí. Je nutné zvážit, zda-li má klub potenciál se rozvíjet a bude v jeho schopnostech pokrýt výdaje na odměnu pro zaměstnance. Obecně se dá říci, že u malých klubů nemá tento krok své opodstatnění, ale u středních a větších organizací by za určitých okolností a předpokladů (viz níže) mohl být přínosem.

- Pozitivní ekonomické prostředí města či regionu (existence prosperujících podniků, úroveň příjmů obyvatel – potenciálních zákazníků/členů klubu, dostupnost zdrojů).
- Demografické činitele (počet obyvatel, jejich věková struktura, zaměstnání).
- Místní kulturní a sociální prostředí (způsob života ve městě, tradice sportu, preference občanů i místní samosprávy ke sportovnímu a kulturnímu dění).

6. Závěr

Nestátní neziskové sportovní organizace jsou „páteří“ sportovního dění v České republice. Vykonávání sportovních aktivit je pro člověka přínosem z hlediska zdravotního i duševního. Obyvatelstvo věnující se sportovním aktivitám přináší státu pozitivní ekonomické a celospolečenské dopady, a proto by mělo být veřejným zájmem podpora a udržení těchto organizací, přestože jsou statky produkovány těmito organizacemi považovány za soukromé.

¹⁸ JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008. s. 34

Stát podporuje organizace neziskového sektoru prostřednictvím střešních sportovních organizací, společností vlastněných státem a grantové politiky. Této podpory je využíváno především většími sportovními kluby, které jsou schopny personálně zajistit agendu související s grantovými činnostmi. Malé sportovní kluby působící na regionální úrovni většinou nedisponují dostatečnou personální vybaveností a potýkají se s finančními problémy. Dalším specifickým v podmínkách sportu v České republice je vlastnictví sportovišť právě těmito malými sportovními kluby. Náklady na údržbu jsou vysoké a tak dochází k postupnému stárnutí objektů. v neprospěch sportovních klubů je i celospolečenské klima, kdy klesá zájem o volnočasové sportovní aktivity z řad mládeže. Tím dochází k poklesu jakési sportovní kultury a sportovní kluby bez členů v podstatě ani nemohou existovat. Domnívám se, že tvorba strategických plánů umožní představitelům sportovních klubů najít nový směr a orientaci v oblasti sportu. Pokud trvá zájem členů na udržení životaschopnosti jejich organizací, je nutné se přizpůsobit době a hledat příležitosti, kterými pomohou k rozvoji sportovního hnutí v České republice v současné době, tak málo příznivé pro dobrovolnou a zájmovou sportovní činnost.

Seznam použité literatury

ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management sportu*. Praha: East West Publishing Company a East Publishing, 2000. ISBN 80-7219-010-5.

GLESK, Pavol. *Manažerské aspekty sportu*. Bratislava: PEEM, 2000. ISBN 80-88901-40-5.

HOBZA, V., REKTOŘÍK, J. a kol. *Základy ekonomie sporu*. Praha: Ekopress, 2006. ISBN 80-86929-04-3.

HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. 2., rozšířené a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0447-1.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2690-8.

SOLOMON, M.R., MARSHALL G.W., STUART, E.W. *Marketing očima světových marketing managerů*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1273-X.

Šárka Borkovcová, Mgr., Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, Hradební 22, Cheb 350 11, 733633336, borkovco@kmo.zcu.cz

Opravné položky k pohledávkám, vliv na odloženou daň a jejich využití v ČR

Jindřich Činčura

Anotace

Riziko nesplacení pohledávek je součástí účetnictví, zároveň jako hrozba je součástí nákladů a kvůli vazbě zisk – základ daně je jeho uznatelnost upravena zákonem o daních z příjmů. Tato situace je řešena formou tvorby opravných položek. Zákon o daních z příjmů upravuje výši tvorby opravných položek uznatelných jako náklad snižující základ daně z příjmů. z tohoto hlediska mohou vznikat přechodné rozdíly, které jsou součástí odložené daně z příjmů. Pokud je jisté, že některá pohledávka nebude splacena, po splnění podmínek opět daných zákonem o daních z příjmů můžeme tuto pohledávku odepsat do ostatních provozních příjmů přímým odpisem.

Summary

Part of accounting method is depiction of unrecoverable debt risk. It is part of losses and because of relationship profit – corporate tax base it is regulated by tax laws. This situation is solved by using allowance for doubtful accounts. Corporate tax law regulates level of making allowance for doubtful accounts decreasing corporate tax base. It is ground for existing temporary differences, which are base for deferred tax. If is sure to have bad debt relative to tax laws conditions we can make straight amortization of debt.

Klíčová slova

Pohledávka, opravná položka k pohledávkám, odpis pohledávky

Keywords

Debt, allowance for doubtful accounts, amortization of debt

1. Úvod

Pohledávky jsou nedílnou součástí obchodního styku a tvoří součást podmínek, které jsou poskytovány zákazníkům, jako bonus k uskutečněnému obchodu. i v plně funkční ekonomice s výkonným právním systémem existuje riziko jejich částečného, či plného nesplacení. s ohledem na zásady věrného a poctivého zobrazení a zásadu opatrnosti bychom toto riziko měli v účetnictví zohlednit a s ohledem na zásadu věcného a časového souměření nákladů a výnosů bychom případné dopady neuhrazení některých pohledávek bychom měli zohlednit v období, v němž vznikl výnos, s nímž je tato pohledávka spjata. Tato situace je řešena formou tvorby opravných položek, také ji upravuje zákon o daních z příjmů. z tohoto hlediska mohou vznikat přechodné rozdíly, které jsou součástí odložené daně z příjmů. Chtěl bych porovnat velikost rozdílů v závislosti na použité metodě účetní tvorby opravných položek a provést částečný výzkum použití této oblasti v české praxi.

2.1. Záonné požadavky

Oblast pohledávek a jejich odpisu je v České republice upravena několika zákonnými normami. Samozřejmě zohledníme požadavky zákona o účetnictví 563/91 Sb., kde se dají vysledovat již zmíněné zásady, z nichž účetní úprava této oblasti vychází (zásada věrného a poctivého zobrazení, zásada opatrnosti a zásada věcného a časového souměření nákladů a výnosů). Také zde najdeme požadavky na inventarizaci.

Další normou je vyhláška 500/2002 Sb. k provedení zákona o účetnictví pro podnikatele účtující v podvojném účetnictví. v uvedené normě najdeme vlastní obsahové vymezení pohledávek dlouhodobých a krátkodobých. v §28 pak najdeme odpis pohledávky v kategorii Ostatní provozní náklady. v §55 je upravena tvorba opravných položek.

Další normou jsou České účetní standardy jako oznámení ministerstva financí dále rozšiřující vyhlášku 500/2002 Sb. Odpis pohledávek najdeme hned v několika standardech. ČÚS 017 Zúčtovací vztahy opět vymezuje kategorii pohledávek a dále ji dělí. Ve tvorbě opravných položek se odkazuje na ČÚS 005 Opravné položky. Zde je umístění OP stanoveno na

„příslušném účtu účtové skupiny 39 - Opravná položka k zúčtovacím vztahům a vnitřní zúčtování. Na analytických účtech se člení opravné položky vytvořené v souladu se zvláštním právním předpisem¹⁾ a ostatní opravné položky k pohledávkám.“ *Zvláštním právním předpisem je míněn především zákon o daních z příjmů. Hned dále je zopakováno, že: „Opravné položky k pohledávkám se vytvářejí k pohledávkám za dlužníky v konkursním a vyrovnacím řízení a k nepromlčeným pohledávkám, které jsou zaúčtovány v účetnictví a jsou splatné po 31. 12. 1994, a to ve výši stanovené zvláštním právním předpisem a popřípadě i ve výši přesahující zvláštním právním předpisem stanovenou tvorbu.“ Výše OP nesmí přesáhnout 100% pohledávky. Pokud již odepsaná pohledávka bude přeci jen alespoň částečně splacena příjem bude zároveň účtován na účet účtové skupiny 64 - Jiné provozní výnosy. Další odkaz najdeme v ČÚS 019 Náklady a výnosy. Zde je odpis pohledávky zařazen do skupiny 54 – Jiné provozní náklady a tvorba OP do skupiny 55 - Odpisy, rezervy, komplexní náklady příštích období a opravné položky provozních nákladů. Zvláštní kategorie odpisu pohledávek najdeme v ČÚS 010 Zvláštní operace s pohledávkami, kde je upraven odpis nepromlčených pohledávek s termínem splatnosti do konce r. 1994.*

Další normou je zákon 586/1992 Sb., o daních z příjmů, kde jsou podmínky při jejichž splnění je možný přímý odpis pohledávky. Podmínky pro přímý odpis jsou součástí §24y a vyžadují proběhnutí insolvenčního, konkurzního či exekučního řízení, nebo veřejné dražby – pak se odepsaná částka stanoví dle výsledku. Druhou možností je zánik dlužníka bez nástupců (i případ smrti bez dědiců).

Limity výše tvorby opravných položek k pohledávkám, které jsou uznatelné, jako položky snižující základ daně z příjmů najdeme v §8 zákona 593/1992 Sb. o rezervách pro zjištění základu daně z příjmů. Zde najdeme možnost OP až do výše 100% na pohledávky přihlášené do insolvenčního řízení a uznatelné o období, v němž byly přihlášeny. v §8a pak jsou limity na tvorbu OP k pohledávkám u nichž na dlužníka dosud konkurs vyhlášen nebyl. Na pohledávky do 200tisíc Kč po 6ti měsících od lhůty splatnosti OP ve výši 20ti procent. Pro další zvyšování OP pak musíme činit aktivní kroky k vymáhání (přihlásit k soudu, či zahájit rozhodčí nebo správní řízení. Pak jsou limity:

- a) až do výše 33 % neuhrazené rozvahové hodnoty pohledávky po 12 měsících,
- b) až do výše 50 % neuhrazené rozvahové hodnoty pohledávky po 18 měsících,
- c) až do výše 66 % neuhrazené rozvahové hodnoty pohledávky po 24 měsících,
- d) až do výše 80 % neuhrazené rozvahové hodnoty pohledávky po 30 měsících,
- e) až do výše 100 % neuhrazené rozvahové hodnoty pohledávky po 36 měsících.

U pohledávek vyšších než 200 tisíc Kč jsou limity stejné, ale i pro první nepřímý odpis (po 6ti měsících 20% odpis) musíme tuto pohledávku aktivně vymáhat. Pokud tedy máme pohledávku po splatnosti po 6ti měsících můžeme odepsat 20% její hodnoty pokud je její hodnota do 200 000,- Kč. Když se ji aktivně snažíme vymáhat (soudním, správním řízením) můžeme během času postupně odepisovat až do sta procent (viz výše). To vše přes opravné položky k pohledávkám. Pokud proběhlo insolvenční, konkurzní či exekuční řízení, nebo veřejná dražba – pak se odepíše pohledávka dle výsledku a to přímo do ostatních provozních nákladů a dál se vede jen podrozvahově. Stejný výsledek má zánik dlužníka bez nástupců (i případ smrti bez dědiců).

2.2. Účetní řešení

Při respektování již zmíněných zásad bychom měli postupovat obdobným způsobem jako při stanovování rezerv. Logický základ zní: nyní mám výnos, k němu se váží pohledávky, pokud část nebude v budoucnu uhrazena, měl bych dopad neuhrazení (náklad) zobrazit ve stejném období, jako výnos, tj. nyní. Proto, pokud je obvyklé, že část pohledávek nebývá z různých příčin uhrazena, měli bychom tuto část dostat do nákladů již v tomto aktuálním období.

Podíl neuhrazených pohledávek lze vztáhnout k různým veličinám. Velikost tvorby opravné položky můžeme vypočítat jako procentní podíl celkových tržeb, tržeb uskutečněných na fakturu, celkových pohledávek, či pohledávek po splatnosti. Aging schedule method známe z US GAAP, kde pohledávky dělí dle stáří (od vystavení faktury) a pro jednotlivé skupiny mají opět koeficienty. Tato metoda by šla modifikovat na skupinu pohledávek před splatností a různé skupiny dle stáří po splatnosti. Výše podílů (koeficienty) je pak výsledkem pozorování předchozích období. Můžeme použít průměr, pak bych doporučoval harmonický, jelikož se jedné o podíly. Stejně tak bychom mohli použít služeb statistiky a provést analýzu časových řad i s výpočtem trendu.

Pokud nám v minulosti všechny pohledávky byly uhrazeny a není důvod očekávat změnu trendu (třeba nastupující recese) opravnou položku vytvářet nemusíme.

Rozdíl očekáváme jako přechodný, výši pohledávek, kterou odepíšeme účetně, očekáváme, že bude odepsána v budoucnu daňově pro nesplacení. Její výši násobenou očekávanou sazbou daně v období, kdy ji budeme moci daňově odepsat započítáme do odložené daňové pohledávky za předpokladu, že v budoucnu bude dostatečný základ daně na její uplatnění.

2.3. Příklad

Společnost se rozhodla sledovat výši svých nesplacených pohledávek vzhledem k výši tržeb (viz tab. 1.)

Tab 1. Neuhrazené pohledávky v tis Kč

rok	tržby	neuhrazené pohledávky	%
2005	850	40	4,71
2006	900	64	7,11
2007	765	34	4,44

Harmonický průměr vychází 5,19%. v roce 2008 mají tržby ve výši 920 tis. Kč, pohledávky 250 tis Kč, z toho 50tis,- Kč po splatnosti a z toho 30 tis. Kč déle než 6 měsíců. v roce 2009 kvůli zánik dlužníka nebude uhrazeno 50 tis. Kč pohledávek.

Tvorba OP = $920 * 0,519 = 47\,749,-$ Kč zaokrouhlíme na 48 tis Kč.

Daňově uznatelný odpis 20% z 30tis. = 6 000,- Kč.

Tvorba Opravných položek:

39x-opravná položka k pohledávkám	55x-tvorba a zúčtování zákoných OP	55x-tvorba a zúčtování OP v prov. oblasti
x) 48	x) 6	x) 42

Dopad na zisk: -48 tis. Kč

Dopad na daňový základ: -6 tis. Kč

Očekávaná sazba daně na rok 2009: 23%

Odložená daňová pohledávka: $42\,000 * 0,23 = 9\,660,-$ Kč

Následující rok:

- 1) odpis pohledávky
- 2) zrušení OP

39x-opravná položka k pohledávkám		55x-tvorba a zúčtování zákoných OP		55x-tvorba a zúčtování OP v prov. oblasti	
2)	48	PS	48	2)	6
				2)	42
31x-odběratelé		54x-odpis pohledávky			
	1)	50	1)	50	

Dopad na zisk: -2 tis Kč (chyba odhadu)

Dopad na daňový základ: -44 tis. Kč (pokud byl správný odhad daňové sazby splatná daň -44 000 * 0,23 = -10 120,- vyrovnání odložené daňové pohledávky)

Jak je vidět, zatímco účetní pohled se snaží o co nejvěrnější pohled a okamžité informování uživatele účetních výkazů o možných hrozbách zákony se snaží eliminovat možnosti účelového ovlivňování výše daňového základu pomocí tvorby opravných položek.

2.4. Praxe v ČR

Náhodným výběrem (nejlepší akcie z jednoho dne) jsem vybral několik společností. Opravné položky z pohledávkám jsou hodně používány, deset ze dvanácti společností (viz tab 2.) je tvoří a navíc jejich tvorba je dobře rozpracována a je o nich dostatek informací v příloze.

Tab. 2. Využití opravných položek k pohledávkám

Jméno	OP
Léčebné lázně Jáchymov a. s.	zákonné i ostatní
Východočeská plynárenská, a.s.	zákonné i ostatní
TOMA, a.s.	zákonné i ostatní
Pražská energetika, a.s.	zákonné i ostatní
Pražské služby, a.s.	zákonné i ostatní
PARAMO, a.s.	zákonné i ostatní
Belagra, a.s.	zákonné i ostatní
MILETA a.s.	zákonné i ostatní
CIMEX INVEST a.s.	nepoužívá
KOVOSVIT MAS, a.s.	zákonné i ostatní
AAA AUTO PRAHA s.r.o.	nepoužívá
Zentiva, a.s.	zákonné i ostatní

3. Závěr

Pohledávky jsou nedílnou součástí života firmy, bohužel také částečně rizikovou. Zobrazení tohoto rizika je úkolem účetnictví, zároveň jako hrozba je součástí nákladů a kvůli vazbě zisk – základ daně je jeho uznatelnost upravena zákonem o daních z příjmů. Účetní řešení se především opírá o zásady věrného a poctivého zobrazení, opatrnosti a zásadu věcného a časového souměření nákladů a výnosů. Tato situace je řešena formou tvorby opravných položek. Zákon o daních z příjmů upravuje výši tvorby opravných položek uznatelných jako náklad snižující základ daně z příjmů. z tohoto hlediska mohou vznikat přechodné rozdíly, které jsou součástí odložené daně z příjmů. Pokud je jisté, že některá pohledávka nebude splacena, po splnění podmínek opět daných zákonem o daních z příjmů můžeme tuto pohledávku odepsat do ostatních provozních příjmů přímým odpisem.

Časové rozdíly vznikají, jelikož účetně se snažíme uplatnit výši budoucích neuhrazených pohledávek už v období jejich vzniku, daňově je možný pouze částečný odpis v závislosti na stáří nesplacené pohledávky a plný odpis v okamžiku nabytí jistoty, že nebude uhrazena (konec konkursního řízení).

V České republice je tato oblast v praxi hojně používána a společnosti ji mívají kvalitně zpracovánu ve svých účetních výkazech.

Literatura

- [1] KOVANICOVÁ, D.: *Finanční účetnictví v kontextu současného vývoje*. Polygon, Praha 1997.
- [2] KOVANICOVÁ, D.: *Abeceda účetních znalostí pro každého*. Polygon, Praha 1997.
- [3] Zákon o účetnictví, č. 563/91 Sb. ve znění pozdějších předpisů
- [4] Zákon o daních z příjmů, č. 586/1992 Sb. ve znění pozdějších předpisů
- [5] Vyhláška 500/2002 Sb., k provedení zákona o účetnictví pro podnikatele účtující v podvojném účetnictví.
- [6] České účetní standardy

Vývoj výkonnosti ekonomiky SR v rokoch 1996 – 2006

The development of the performance of the Slovak economy in the years 1996 - 2006

Libuša Čurlejová

Anotácia

Výkonnosť ekonomiky je ústredná makroekonomická kategória. Prínos jej merania je nielen v rovine teoretickej, ale aj v rovine praktickej. Názory na veličiny, ktoré reprezentujú výkonnosť ekonomiky, faktory, ktoré ju ovplyvňujú, ako aj chápanie samotného pojmu „výkonnosť“ sú rozdielne. Najčastejšie spájanou kategóriou, ktorá k výkonnosti ekonomiky neodmysliteľne patrí, je hrubý domáci produkt - HDP, resp. ekonomický rast, veličina reprezentujúca stav ekonomiky - HDP a jeho zmenu v čase – rast. Daný príspevok sa venuje analýze vývoja HDP a vybraných ukazovateľov výkonnosti SR v danom období.

Summary

The performance of the economy is the central macro-economic category. The contribution of its measurement is not only in plane of theory, but also in plane of experience. Ideas of values that represent the performance of the economy, factors which affect it, as well as understanding of the term „performance“, are different. The most commonly used category, which inherently belongs to the performance of economy, is the gross domestic product – GDP, or economic growth, value that represents economic conditions – GDP and its change in the time – growth. This contribution is about the analysis of the GDP growth and selected indicators of performance in SR in given period.

Kľúčové slová

HDP, THFK, HICP, spotreba domácností, korelácia

Keywords

GDP, GFCF, HICP, household consumption, correlation

Úvod

Výkonnosť ekonomiky je ústredná makroekonomická kategória definovaná a rozoberaná v mnohých publikáciách a rôznych zdrojoch. Prínos jej merania je nielen v rovine teoretickej, ale aj v rovine praktickej. Názory na veličiny, ktoré reprezentujú výkonnosť ekonomiky, faktory, ktoré ju ovplyvňujú, ako aj chápanie samotného pojmu „výkonnosť“ sú rozdielne. Najčastejšie spájanou kategóriou, ktorá k výkonnosti ekonomiky neodmysliteľne patrí, je hrubý domáci produkt - HDP, resp. ekonomický rast (veličina reprezentujúca stav ekonomiky - HDP a jeho zmenu v čase – rast). v súčasnosti, pri tendenciách na európskom kontinente, k akým patrí „dobiehanie krajín“, orientácia na zahraničné trhy, rastúca miera inovácií, rastúci konkurenčný tlak a pri celosvetovom trende zvyšovania výkonnosti ekonomiky, sa ukazovateľ HDP per capita často vyskytuje pri porovnaní úrovne a konkurencieschopnosti krajín. Preto som sa rozhodla, na základe štatistických údajov vykresliť vývoj ukazovateľov výkonnosti ekonomiky u nás v zvolenom období a porovnať ho s vývojom v krajinách EÚ.

Cieľ

Cieľom tohto príspevku je analýza HDP na obyvateľa, jeho vývoj v sledovanom období (1996 – 2006), analýza vývoja ostatných vybraných ukazovateľov výkonnosti ekonomiky SR, výpočet ich priemerných hodnôt v sledovanom období a komparácia s krajinami EÚ.

Použité metódy

Metodikou práce tvorí jednotnosť systémového a logického prístupu. Základnou metódou príspevku je analýza HDP, ďalej analýza vybraných ukazovateľov výkonnosti SR, ich komparácia a korelácia.

Dosiahnuté výsledky

Tabuľka 1: Vývoj jednotlivých ukazovateľov výkonnosti ekonomiky SR v rokoch 1995 - 2006

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
849,740	898,478	931,609	934,566	941,314	971,681	1,011,682	1,053,762	1,110,834	1,177,892	1,275,254
254,906	290,496	317,767	268,000	242,277	273,557	274,363	268,100	281,474	330,712	354,984
458,447	493,471	516,210	519,703	524,284	552,700	581,300	581,770	603,900	647,336	688,057
422,816	465,070	541,288	607,397	661,682	706,998	740,074	857,499	925,153	1,052,464	1,270,510
491,291	541,422	630,740	633,740	685,018	777,243	813,258	875,000	952,293	1,110,521	1,308,172
5.80	6.100	6.70	10.60	8.40	7.34	3.35	8.56	7.55	2.70	4.30

Pozn.: Vývoj ukazovateľov v poradí (zvisle): **1. HDP** (v s.c. mil. Sk), **2. THFK**, **3. (C) Spotreba domácností**, **4. (Ex) Vývoz výrobkov a služieb**, **5. (Im) Dovoz výrobkov a služieb** (v s.c. mil. Sk), **6. CPI**

Zdroj: Štatistický úrad SR, Eurostat, NBS

Tabuľka 2: Priemer a korelácia vybraných ukazovateľov výkonnosti SR;

	Priemer 1995/2006	Korelácia
HDP (v s.c.mil. Sk.)	995,950	0.780426
THFK	279,378	0.780993
Spotreba domácností	548,825	0.967978
Vývoz výrobkov a služieb (s.c.mil.Sk)	723,311	0.993364
Dovoz výrobkov a služieb (s.c.mil.Sk)	769,782	-0.54374
CPI	7	-0.5548

Pozn.: vlastné výpočty na základe údajov z Tabuľky 1

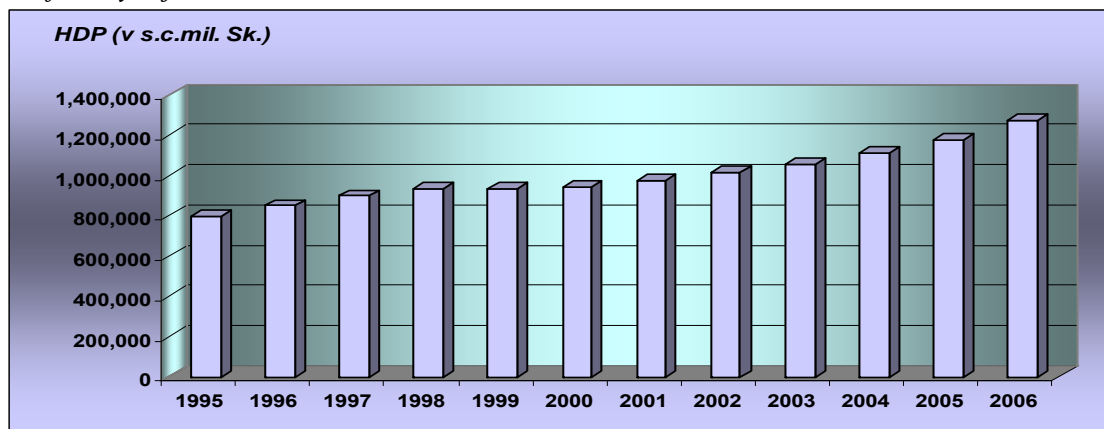
Tabuľka 3: Tempá rastu jednotlivých ukazovateľov (v %) a priemer v období 1996 - 2006

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tempo rastu reálneho HDP (%)	6.94	5.74	3.69	0.32	0.72	3.23	4.12	4.16	5.42	6.04	8.27
Tempo rastu THFK (%)	30.12	13.96	9.39	-15.66	-9.60	12.91	0.29	-2.28	4.99	17.49	7.34
Tempo rastu C (%)	9.49	7.64	4.61	0.68	0.88	5.42	5.17	0.08	3.80	7.19	6.29
Tempo rastu vývozu (%)	-1.39	9.99	16.39	12.21	8.94	6.85	4.68	15.87	7.89	13.76	20.72
Tempo rastu dovozu (%)	17.34	10.20	16.50	0.48	8.09	13.46	4.63	7.59	8.83	16.62	17.80

Zdroj: vlastné výpočty

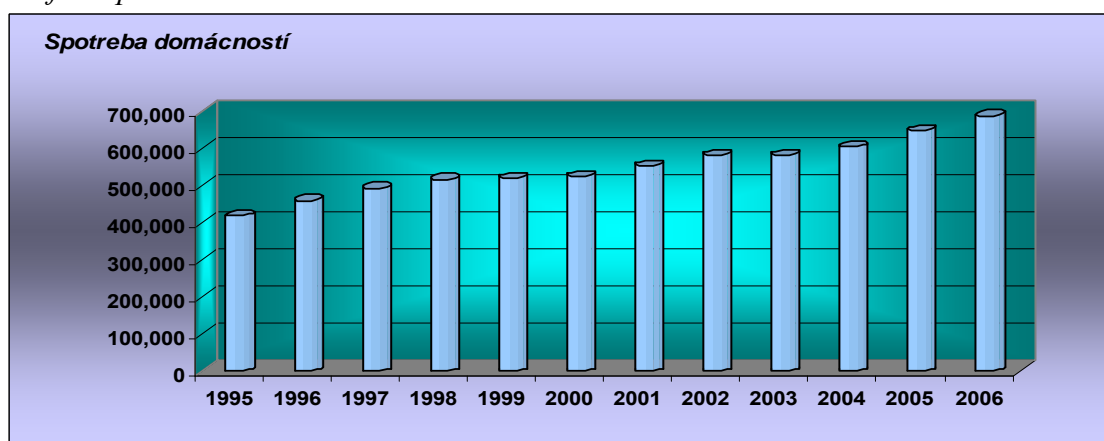
	priemer
Tempo rastu reálneho HDP (%)	4.420413947
Tempo rastu THFK (%)	6.26830472
Tempo rastu C (%)	4.65961108
Tempo rastu vývozu (%)	10.53663839
Tempo rastu dovozu (%)	11.04959937

Graf 1: Vývoj HDP v s.c. mil. Sk v rokoch 1995 - 2006



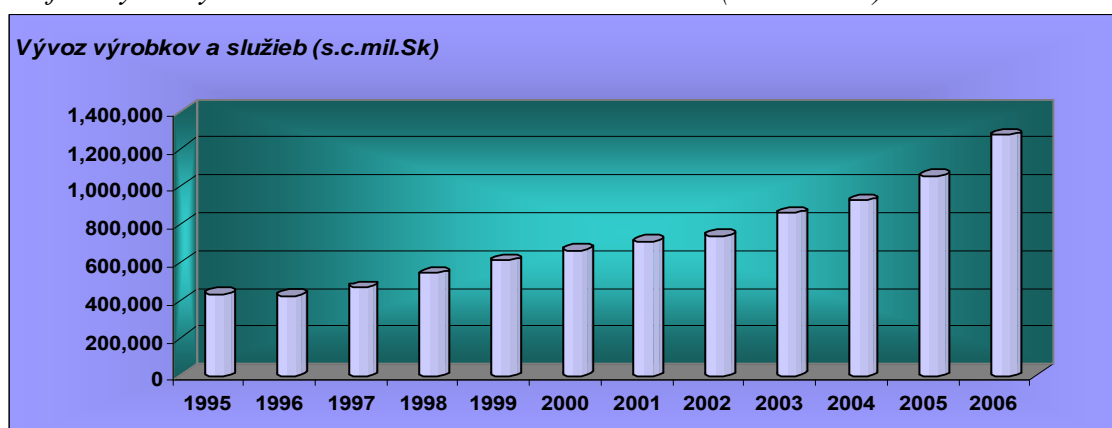
Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 1

Graf 2: Spotreba domácností od roku 1995 do roku 2006



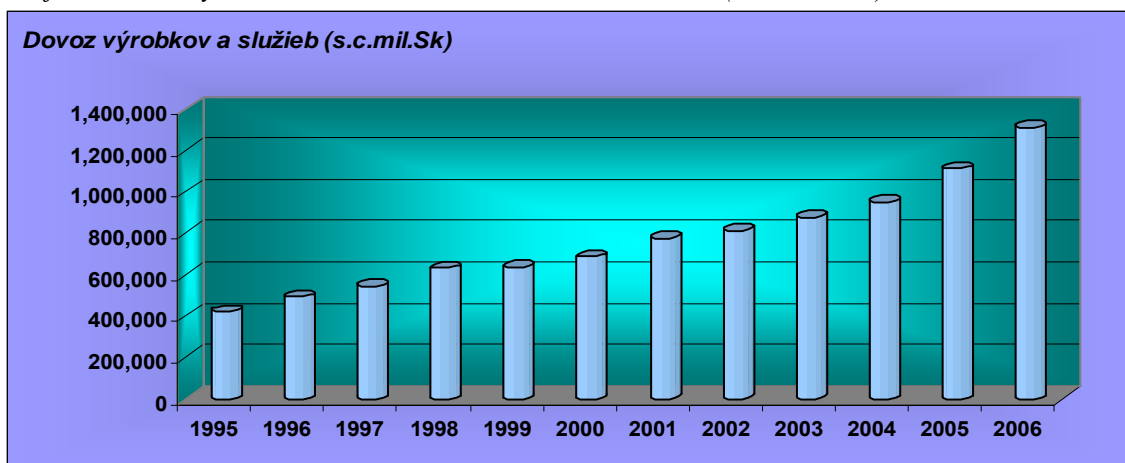
Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 1

Graf 3: Vývoz výrobkov a služieb v rokoch 1995 – 2006 (v s.c. mil. Sk)



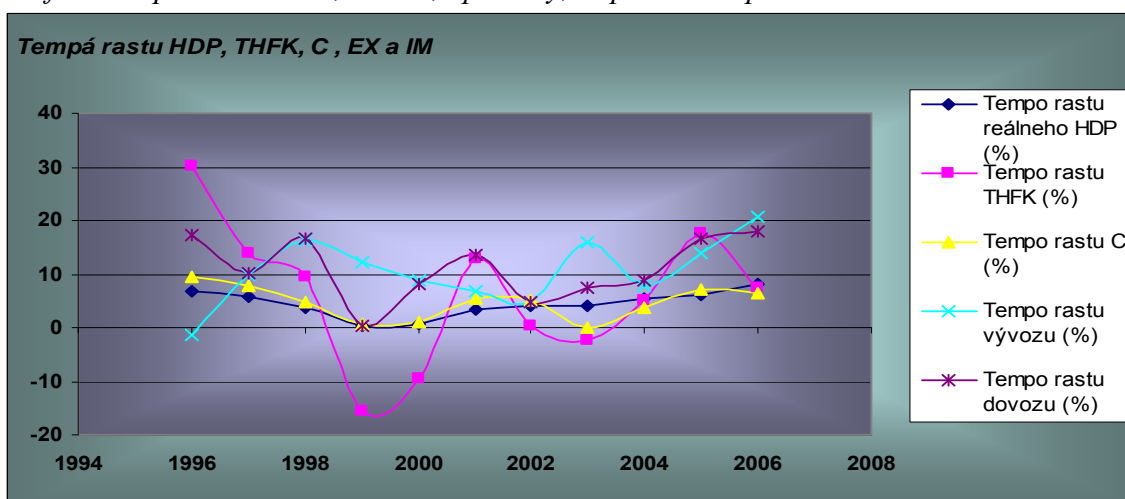
Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 1

Graf 4: Dovoz výrobkov a služieb v rokoch 1995 – 2006 (v s.c.mil.Sk)



Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 1

Graf 5: Tempá rastu HDP, THFK, Spotreby, Exportu a Importu



Zdroj: Graf je zostrojený na základe vlastných výpočtov, pozri Tabuľku 3

Diskusia

CPI/HICP

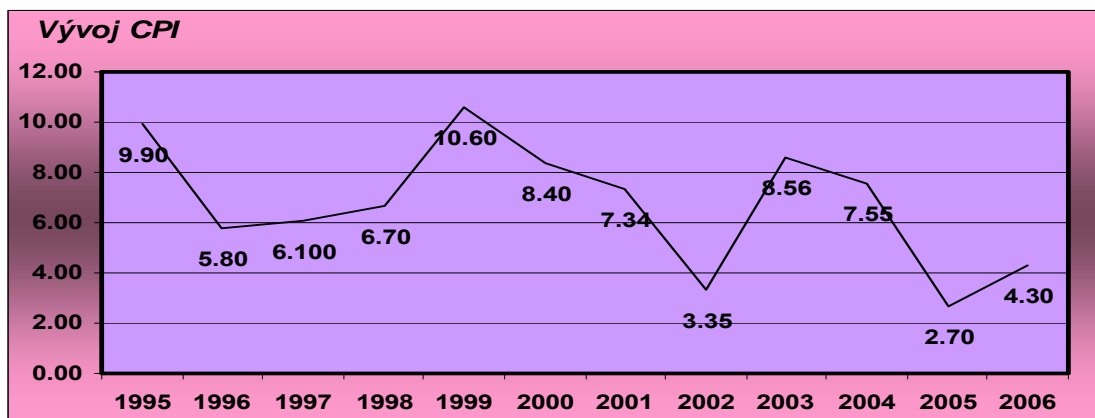
Pri hodnotení vývoja spotrebiteľských cien v rámci krajín EÚ sa používa harmonizovaný index spotrebiteľských cien (HICP). Po porovnaní hodnôt tohto indexu s hodnotami indexu spotrebiteľských cien CPI, ktorý sa štandardne používa u nás, som zistila, že tieto hodnoty sa výrazne neodlišujú a preto som na ilustráciu situácie u nás použila index CPI (Tabuľka 4, Graf 6).

Tabuľka 4: CPI 1995 - 2006

CPI	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	priemer
	9.90	5.80	6.100	6.70	10.60	8.40	7.34	3.35	8.56	7.55	2.70	4.30	6.78

Zdroj: MMF

Graf 6: CPI SR v rokoch 1995 - 2006



Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 4

REER

Výpočet reálneho výmenného kurzu je podľa metodiky MMF založený na báze indexu spotrebiteľských cien (CPI), indexu cien priemyselných výrobcov (PPI), resp. indexu cien produktov priemyselnej výroby bez cien nerastných surovín, elektrickej energie, plynu a teplej vody (PPI manufacturing) a indexu jednotkových nákladov práce (ULC). Východiskový rok pre dané výpočty predstavuje v metodike MMF rok 1999 (zvolené váhy rovnako zodpovedajú štruktúre zahraničného obchodu SR v tomto roku podľa deviatich najvýznamnejších obchodných partnerov SR, ktorými v spomínanom období boli: Česká republika, Holandsko, Francúzsko, Rakúsko, Taliansko, Nemecko, Veľká Británia, Švajčiarsko a USA)

Tabuľka 5: REER (1999)*

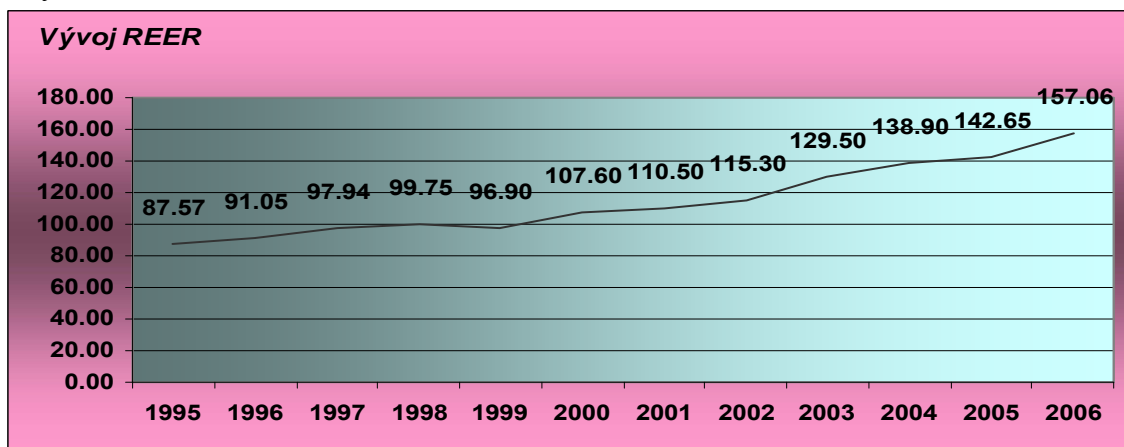
1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	priemer
87.57	91.05	97.94	99.75	96.90	107.60	110.50	115.30	129.50	138.90	142.65	157.06	114.56

Zdroj: údaje prevzaté od MMF

* Pozn.: rok 1999 predstavuje v metodike MMF východiskový rok pre výpočty;

REER - reálny efektívny výmenný kurz slovenskej koruny

Graf 7: REER v rokoch 1995 - 2006



Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov v Tabuľke 5

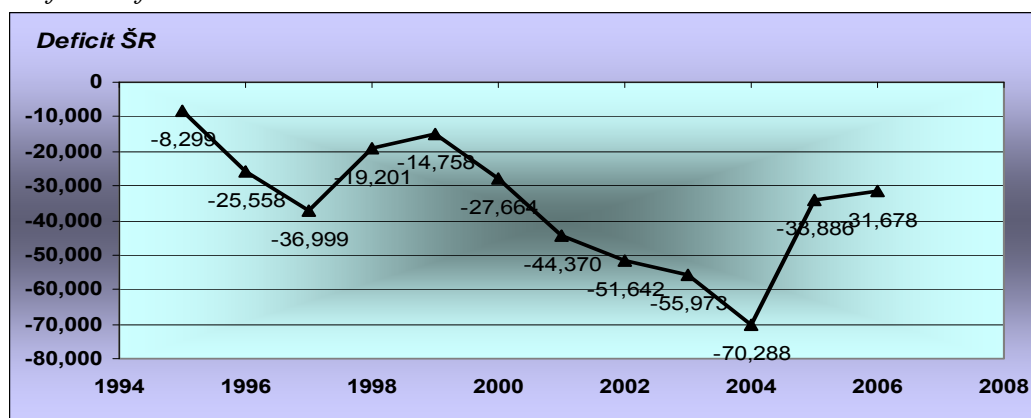
Tabuľka 6: Vývoj spotreby BU/HDP (v %), deficitu ŠR (v mil. Sk) a tempá rastu oboch ukazovateľov v rokoch 1995 – 2006

	Spotreba BU/HDP (%)	Tempo rastu BU/HDP	Deficit ŠR (mil.)*	Tempo rastu ŠR
1995	2.61	255.56%	-8,299	207.96%
1996	9.28	-7.76%	-25,558	44.76%
1997	8.56	21.50%	-36,999	-48.10%
1998	10.40	-47.12%	-19,201	-23.14%
1999	5.50	-12.73%	-14,758	87.45%
2000	4.80	77.08%	-27,664	60.39%
2001	8.50	-3.53%	-44,370	16.39%
2002	8.20	-89.02%	-51,642	8.39%
2003	0.90	311.11%	-55,973	25.57%
2004	3.70	132.43%	-70,288	-51.79%
2005	8.60	-3.49%	-33,886	-6.52%
2006	8.30	57.64%	-31,678	29.22%

Zdroj: Štatistický úrad SR, MF SR, vlastné výpočty;

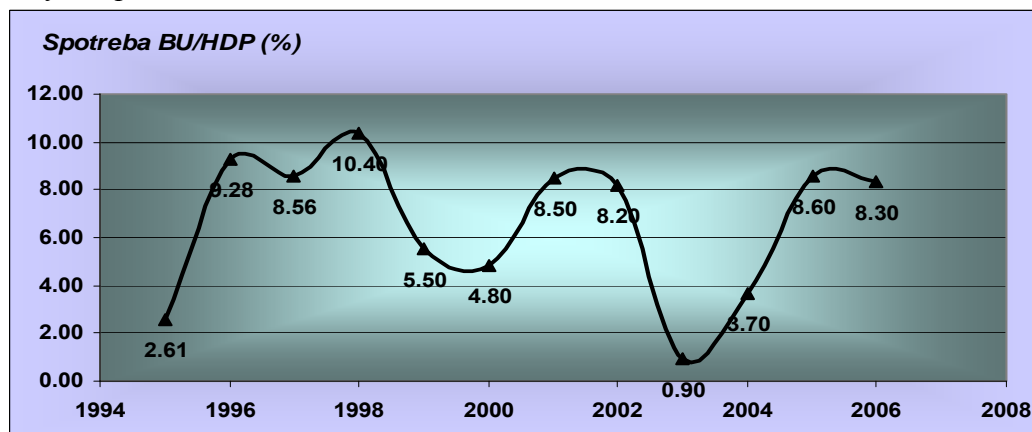
*Pozn.: priemerný deficit v období 1995 – 2006 -35, 026 mil.

Graf 8: Deficit ŠR SR od roku 1995 do roku 2006



Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov uvedených v Tabuľke 6

Graf 9: Spotreba BU/HDP v % rokoch 1995 - 2006



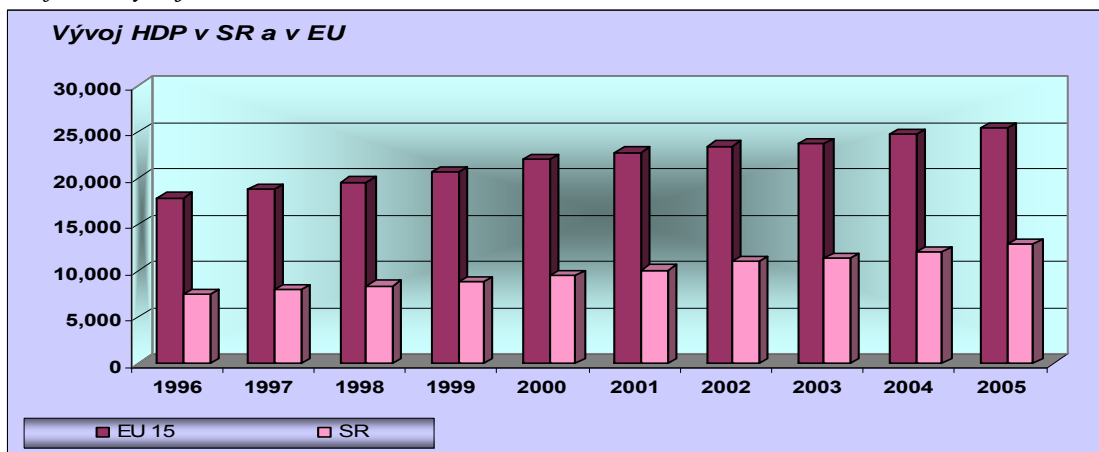
Zdroj: Graf je zostrojený na základe vlastných výpočtov uvedených v Tabuľke 6

Tabuľka 7: Vývoj HDP (v PPS) v SR a v EÚ v rokoch 1996-2005

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
EU 25	16,300	17,200	17,900	18,800	20,100	20,800	21,500	21,800	22,700	23,400
EU 15	17,900	18,800	19,600	20,700	22,100	22,800	23,500	23,700	24,700	25,400
SR	7400	7900	8400	8800	9500	10100	11000	11300	12000	12900

Zdroj: Eurostat, ŠÚ SR

Graf 10: Vývoj HDP v SR a v EÚ od roku 1996- 2005



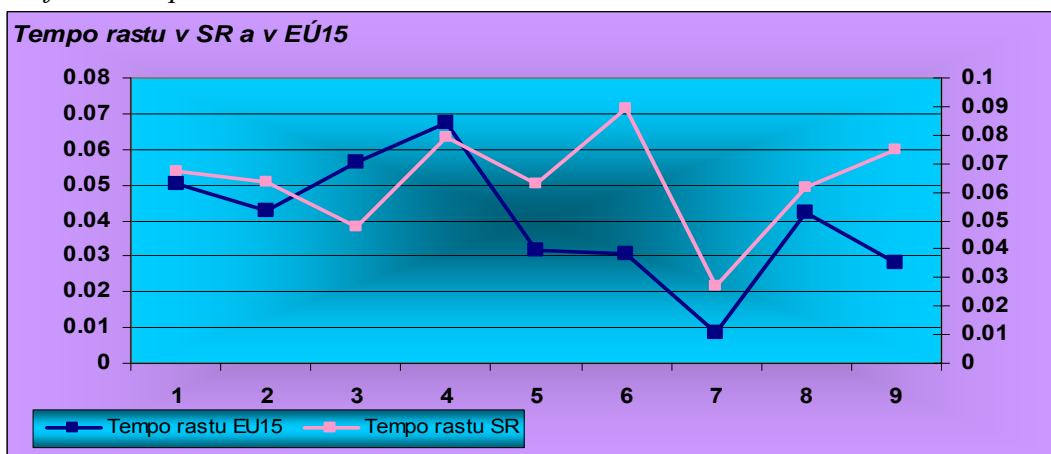
Zdroj: Graf je zostrojený na základe údajov uvedených v Tabuľke 7

Tabuľka 8: Komparácia tempa rastu EÚ15 a SR v rokoch 1996/2005

Tempo rastu EU15	0.05	0.043	0.056	0.068	0.032	0.031	0.009	0.042	0.028
Tempo rastu SR	0.068	0.063	0.048	0.08	0.063	0.089	0.027	0.062	0.075

Pozn.: vlastné výpočty na základe údajov ŠÚ SR, Eurostatu a MMF

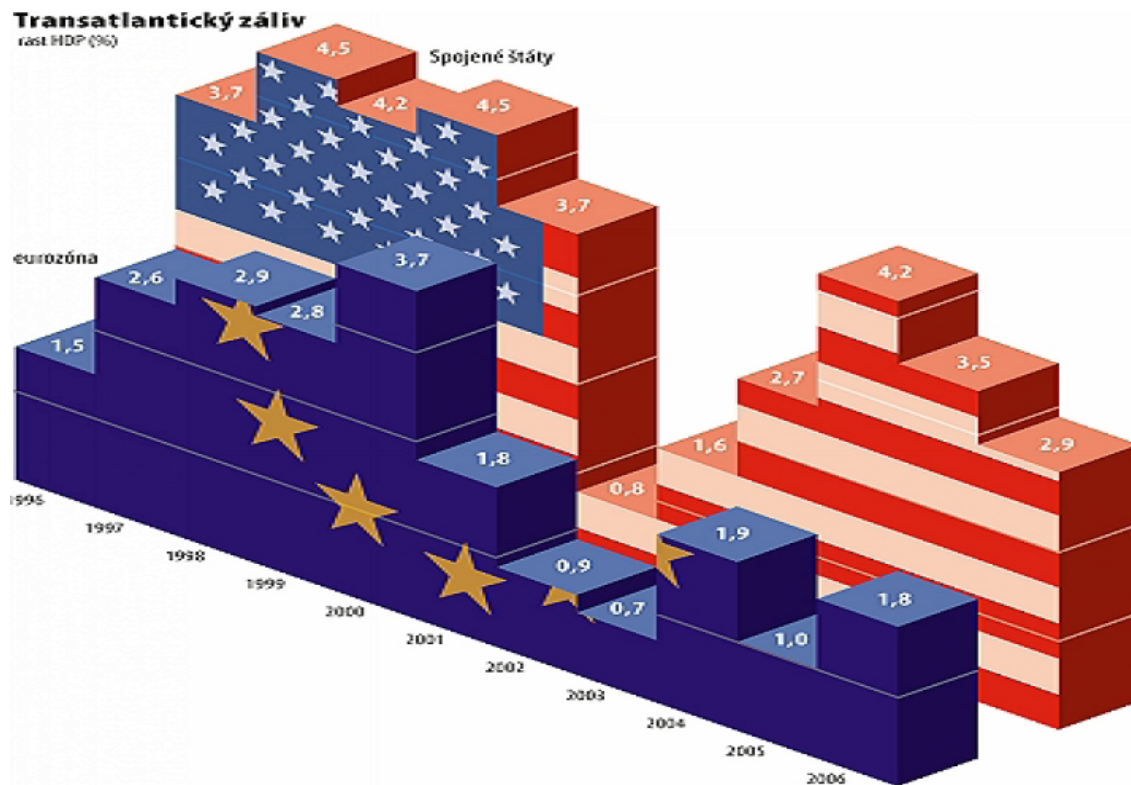
Graf 11: Tempo rastu HDP v SR a v EÚ15



Pozn.: Graf je zostrojený na základe výpočtov uvedených v Tabuľke 8, čísla 1-9 predstavujú jednotlivé porovnania v rokoch 1996-2005

Zaujímavé je aj porovnanie výkonnosti, resp. rastu HDP Spojených štátov amerických a eurozóny v danom období, čiže od roku 1996 do roku 2006 (pozri nasledujúci obrázok Obr.1., znázorňujúci rast HDP v Spojených štátoch amerických a v eurozóne)

Obr.č. 1. : Rast HDP v USA a v eurozóne



Zdroj: Trend; Analytické oddelenie Economistu, 01.11.2006

Záver

V tomto príspevku som sa pokúsila na základe získaných údajov a vlastných výpočtov, vykresliť a graficky zobrazíť vývoj ekonomiky Slovenskej republiky od roku 1996 do roku 2006 na základe zvolených veličín.

Použitá literatúra

[1] VINCÚR, P. a kol.: *Teória a prax hospodárskej politiky*. Bratislava : Sprint 2005

[2] www.statistics.sk

Kontakt

Ing. Libuša Čurlejšová
NHF EU Bratislava
Dolnozemska 1
811 02 Bratislava
curlejova.libusa@gmail.com

Predikce směnných kurzů autoregresním modelem s exponenciálním zapomínáním

Kamil Dedecius, Jana Kalová

Základem úspěšného investování v prostředí moderní tržní ekonomiky je dobrá schopnost predikce budoucího vývoje ekonomických veličin, například směnných kurzů. Ekonometrický aparát používaný pro predikování ekonomických veličin je často založen na regresních modelech, např. autoregresním modelu (AR), autoregresním modelu s proměnnou střední hodnotou (ARMA) či jiných, například neparametrických metodách. Takové modely predikují budoucí hodnotu ekonomické veličiny (v našem případě směnného kurzu) v závislosti na hodnotách předchozích, obvykle známých. Předpokládáme-li využití Bayesovského přístupu k modelování směnných kurzů, odvozujícího posteriorní informaci o hodnotě budoucí na základě a priori známých kurzových hodnot, lze zřejmě za určitých podmínek využít základní autoregresní model a modifikovat odhad jeho parametrů tak, aby byla přípustná jejich změna v čase.

Klíčová slova: predikce, regrese, model, odhad, parametry.

Úvod

Předkládaný příspěvek prezentuje predikci směnných kurzů pomocí regresního modelu s modifikovaným odhadem parametrů. Ten je založen na metodě exponenciálního zapomínání zastarávající informace o minulém vývoji směnných kurzů. Exponenciální zapomínání, pocházející z teorie systémů, totiž efektivně snižuje vliv starých hodnot kurzů na odhad aktuálních parametrů regresního modelu a tím vylepšuje predikci hodnot budoucích. Kvalita predikce a porovnání s klasickým autoregresním modelem je demonstrována na vývoji eurodolarového kurzu.

Mezi základní regresní modely používané v ekonometrii k popisu vývoje a predikce budoucích hodnot veličin patří zejména

- Autoregresní model (Autoregressive model, AR) – model odvozující vývoj veličiny na základě minulých hodnot. Základním předpokladem pro oprávněné využití tohoto modelu je stacionarita popisované reality [5].
- Autoregresní model s proměnnou střední hodnotou (Autoregressive Model with Moving Average, ARMA), někdy zvaný též jako Box-Jenkinsonův model [5, 4, 1]. Jedná se model sestávající se ze dvou částí:
 - Autoregresní část (AR) – klasický autoregresní model, popsáný výše, zachycující vývoj proměnné
 - Model proměnné střední hodnoty (MA, Moving Average) – část popisující vývoj střední hodnoty časové řady.
- Autoregresní model ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) – rozšíření klasického ARMA modelu na mnohem širší třídu nestacionárních případů. Tento model v podstatě pracuje ve třech krocích [1, 5]
 1. Identifikace parametrů modelu
 2. Odhad parametrů modelu
 3. Diagnostický krok, kdy je model s odhadnutými parametry testován a v případě neúspěšného testu je provedena nová identifikace a odhad. Celý cyklus je opakován tak dlouho, dokud se nedospěje k vyhovujícím výsledkům.

Za nejjednodušší regresní model lze bezpochyby považovat prostý model autoregresní (AR). Tento model popisuje vývoj náhodné veličiny, v našem případě směnného kurzu, na základě předchozích n hodnot určujících řád modelu. Takový model lze formálně zapsat $AR(n)$. Za předpokladu stacionarity modelu směnných kurzů lze zřejmě pro predikci budoucího vývoje tento model úspěšně použít, je ovšem potřeba zohlednit jisté charakteristiky těchto veličin, zejména časový vývoj rozptylu a střední hodnoty.

V článku je použita následující notace:

- X označuje náhodnou veličinu, x její hodnotu.
- $f(x)$ označuje hustotu pravděpodobnosti veličiny x . Všechny hustoty pravděpodobnosti náhodných veličin v příspěvku jsou značeny f a dány argumentem. v případě více argumentů jsou tyto odděleny čárkou, např. $f(x, y)$ a hovoří se o sdružené hustotě pravděpodobnosti.
- $t = 1, 2, \dots$ označuje diskrétní časové okamžiky, ve kterých jsou směnné kurzy stanoveny. v našem

- případě se jedná o zavírací denní kurzy.
- $f(x|y)$ označuje podmíněnou hustotu pravděpodobnosti, kdy jev X je podmíněn jevem Y .
- \propto označuje proporcionalitu.

V první části příspěvku je přiblížen přístup Bayesovské ekonometrie, který byl pro daný účel využit. Následně je pojednáno o použitím regresním modelu. Nosnou část příspěvku tvoří popis metody exponenciálního zapomínání, umožňujícího zpřesnit odhady parametrů regresního modelu a v důsledku toho vylepšit kvalitu predikce budoucích hodnot směnných kurzů. Následuje test predikce eurodolarového kurzu a porovnání s metodou klasickou. Závěrečná kapitola přináší zhodnocení dosažených výsledků a podněty do budoucna.

Bayesovská ekonometrie

Zvolený přístup k problému lze charakterizovat jako Bayesovský, pracující s a priori známou informací o minulém vývoji směnných kurzů. Výsledkem procesu zpracování těchto informací s využitím modelu vývoje získáváme aposteriorní informaci o výsledném směnném kurzu, již lze použít například pro predikci budoucích hodnot. Bayesovský přístup je charakteristický rovněž pravděpodobnostním přístupem k parametrům modelu, které popisuje pomocí vhodných distribucí.

Jednoduché přiblížení Bayesovského principu budiž odvozeno z řetězového pravidla [9]

$$f(x, y) = f(x | y)f(y) = f(y | x)f(x)$$

kde $f(x, y)$ označuje sdruženou hustotu pravděpodobnosti veličin X a Y . Tu lze výše uvedeným vztahem rozkládat na hustoty podmíněné $f(\cdot | \cdot)$ a hustoty marginální $f(\cdot)$. Řetězové pravidlo zároveň umožňuje oboustranný rozklad. Vyjádřením podmíněné hustoty pro jednu proměnnou dostáváme vztah

$$f(y | x) = \frac{f(x | y)f(y)}{f(x)}$$

nazývaný Bayesovo pravidlo. v Bayesovské ekonometrii a statistice je toto pravidlo často zapisováno v podobě proporcionalní rovnice

$$f(y | x) \propto f(x | y)f(y)$$

Tento zápis vyjadřuje proporcionalitu (úměrnost) levé strany rovnice, tj. aposteriorní znalosti o predikčním kurzu, na straně pravé, tvořené apriorní znalostí (v našem případě o vývoji kurzu) a tzv. likelihoodu, pravděpodobnostní funkci $f(x|y)$.

Autoregresní model

Předpokládejme že vektor $Y = (y_1, y_2, \dots, y_T)'$ je tvořen nezávislými stejně rozloženými veličinami, v našem případě hodnotami směnných kurzů od počátku pozorování ($t = 1$) do konce časového horizontu T . Za předpokladu použitelnosti poslední dostupné hodnoty k jednokrokové predikci hodnot budoucích lze zřejmě vývoj kurzu popsat prostřednictvím autoregresního modelu prvního řádu ve tvaru [4, 5]

$$y_t = \theta_1 + \theta_2 y_{t-1} + \varepsilon_t$$

kde y_t je hodnota směnného kurzu v čase t , y_{t-1} hodnota v předchozím časovém okamžiku, θ_2 charakterizuje dynamiku výstupu modelu v závislosti na předchozí hodnotě, tj. vliv poslední získané na hodnotu budoucí. θ_1 je absolutní člen (konstanta), přičítaná v každém kroku, ε_t označuje takzvaný bílý šum, tj. normálně (Gaussovsky) rozdělenou náhodnou veličinu s nulovou střední hodnotou a konstantním rozptylem, jež v každém časovém okamžiku způsobuje nesytematické vychýlení modelované hodnoty. Pomocí bílého šumu lze vysvětlovat nahodilé malé změny oproti přesně predikované hodnotě, způsobené například zásahy bank či vlád, vlivem nových informací na burzách apod.

Odhad parametrů modelu

Výše uvedený autoregresní model prvního řádu AR(1) popisuje vývoj směnného kurzu na základě znalosti předchozí hodnoty kurzu a parametrů θ_1, θ_2 . z Bayesovského hlediska považujeme tyto parametry za neznámé veličiny s daným určitým rozdělením, lze je tedy zřejmě popisovat pomocí odpovídajících hustot

pravděpodobnosti $f(\theta_1)$ a $f(\theta_2)$, potažmo pomocí sdružené hustoty pravděpodobnosti $f(\theta_1, \theta_2)$. Pro využití ve vztazích mezi apriorní a aposteriorní hustotou je třeba dvou kroků – datového a časového updatu [8, 9]. Ty zohlední vývoj kurzů v průběhu sledovaného času a zahrnou jej do bodového odhadu obou parametrů tak, aby byly využitelné v uvedeném autoregresním modelu.

Datový update

Datový update začleňuje poslední získaná data (vývoj kurzu) do hustoty pravděpodobnosti parametrů $f(\theta_1, \theta_2)$. Tím zvětšuje znalost o závislosti vývoje parametrů na vývoji samotného kurzu a umožňuje tak modelu pružně reagovat na změny v realitě (systému). Datový update zapisujeme ve tvaru

$$f(\theta_t | d(t)) \propto f(y_t | \psi_t, \theta_t) f(\theta_t | d(t-1))$$

kde

- $d(\cdot)$ označuje datový vektor nesoucí informaci o posledních datech (kurzu)
- $\psi_t = (1, y_t)'$ označuje regresní vektor, obsahující všechny složky regresního modelu, participující na regresi samotné.
- $\theta = (\theta_1, \theta_2)'$ je vektor parametrů, kvantifikující vliv jednotlivých složek regresního vektoru na regresi. Součinem vektoru parametrů a regresního vektoru získáváme první dvě složky autoregresního modelu, tj. bez šumu.

Uvedenou rovnici lze chápat následovně: hustota pravděpodobnosti parametrů, vystupující na levé straně, je proporcionální apriorní hustotě parametrů (úplně vlevo) krát likelihood, vyhadřující vývoj modelovaného výstupu v čase.

Časový update

Časový update, navazující na update datový, zohledňuje případný vývoj parametrů. Má následující jednoduchou podobu

$$f(\theta_{t+1} | d(t)) = \int f(\theta_{t+1} | d(t), \theta_t) f(\theta_t | d(t)) d\theta$$

Jak je patrné z apriorní a aposteriorní hustoty, časový update zohledňuje vývoj parametrů $\theta_t \rightarrow \theta_{t+1}$. Funkce likelihoodu, většinou bohužel neznámá, tento vývoj přímo modeluje. Vycházíme-li z předpokladu konstantních, časově neměnných parametrů, lze časový update považovat za formální krok, neboť žádným způsobem nemění distribuci parametrů.

Je více než pravděpodobné, že autoregresní model prvního řádu nebude při konstantních parametrech fungovat dostatečně optimálně. Charakter vývoje směnných kurzů ukazuje spíše na nutnost připustit pomalou časovou variabilitu parametrů modelu, neboť jejich konstantnost by byla příliš svazující podmínkou, vedoucí k nepřesným výstupům modelu a tím k nepřesné predikci budoucích hodnot. Lze očekávat, že ekonomická realita bude dynamiku vývoje ovlivňovat sice relativně pomalu (platí pro stabilní měny ve stabilním ekonomickém prostředí), ale jistě. Tyto předpoklady kladou jisté nároky na časový update, neboť právě ten je určen pro zohledňování takovýchto charakteristik modelových parametrů.

Předpokládáme tedy, že je potřeba připustit pomalé časové změny parametrů θ_1 a θ_2 [9] tj.

$$\begin{aligned} \theta_{1;t+1} &\approx \theta_{1;t} \\ \theta_{2;t+1} &\approx \theta_{2;t} \end{aligned}$$

Existuje hned několik způsobů, kterak časový update při neznalosti explicitního modelu (resp. likelihoodu) realizovat. Jedním z nich, pocházejícím z oblasti matematické teorie systémů, je exponenciální zapominání. Tato technika je charakterizovatelná jako časově vážené nejmenší čtverce [6] nebo metoda “zplošťování” hustoty pravděpodobnosti [9]. Princip spočívá v opakovaném umocňování datově-updatované hustoty pravděpodobnosti parametrů regresního modelu. Tím je zaručeno postupné exponenciální snižování vlivu starých (a potenciálně již nevhodných) dat na další odhad parametrů. v nejjednodušší formě má exponenciální zapominání následující tvar

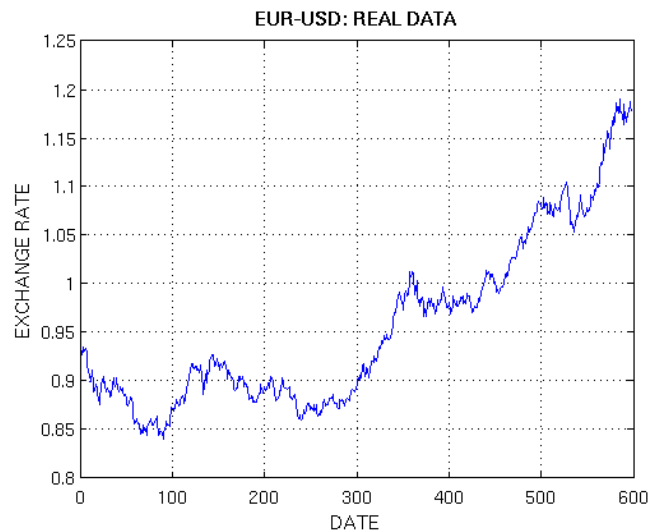
$$f(\theta_{t+1} | d(t)) = [f(\theta_t | d(t))]^2$$

kde $\lambda \in (0,1)$ označuje faktor zapomínání. Ten je obvykle větší nebo roven 0.95, platí že velký faktor zapomínání vede k malému potlačování vlivu starších dat.

Test

Pro účely testování byla provedena jedнокroková predikce eurodolarového (EUR-USD) kurzu v období 600 časových okamžiků (dnů), počínaje 2. únorem 2001. Reálný vývoj je zobrazen na obrázku 1. Data byla predikována autoregresním modelem 1. řádu AR(1), apriorní znalost byla vytvořena na základě prvních 10 datových vzorků (kurzů). Samotná predikce probíhala následovně:

1. AR(1) model s konstantními parametry. Tento model lze popsat následujícími kroky:
 - i. získání nové hodnoty kurzu,
 - ii. datový update,
 - iii. časový update je formálním krokem, neboť parametry jsou konstantní,
 - iv. využití odhadnutých parametrů v autoregresním modelu k získání předpovědi a návrat k bodu i.
2. AR(1) model s pomalu časově proměnnými parametry ošetřenými exponenciálním zapomínáním. Tento model lze popsat následovně:
 - i. stanovení vhodného koeficientu zapomínání,
 - ii. získání nové hodnoty kurzu,
 - iii. datový update,
 - iv. časový update ve formě exponenciálního zapomínání,
 - v. využití odhadnutých parametrů v autoregresním modelu k získání předpovědi a návrat k bodu ii.



Obr. 1: reálný vývoj eurodolarového kurzu

Samotná regrese byla pro oba způsoby realizována v softwaru Matlab. v případě pomalu se měnících parametrů byl navíc hledán optimální koeficient exponenciálního zapomínání. Měřítkem kvality predikce byla relativní chyba predikce RPE, definovaná jako podíl směrodatné odchylky chyby predikce a směrodatné odchylky dat, v rozvíteném tvaru potom

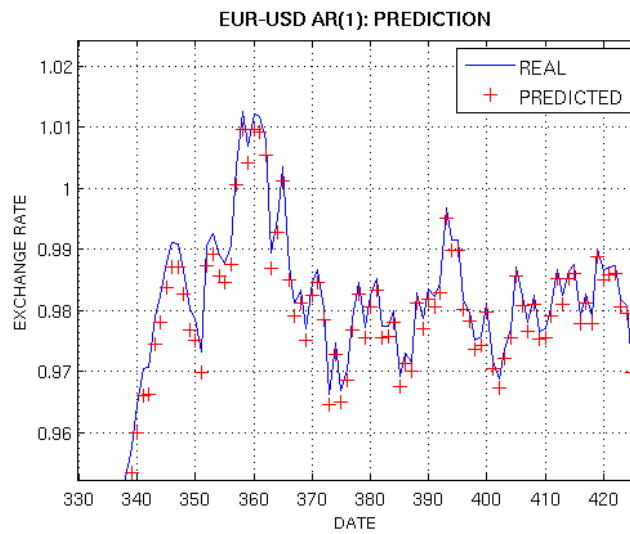
$$RPE = \frac{1}{s} \sqrt{\frac{\sum (y_p - y)^2}{n}}$$

kde y resp. y_p je reálná resp. predikovaná hodnota směnného kurzu, s je směrodatná odchylka reálných směnných kurzů. Počet všech dat označuje veličina n .

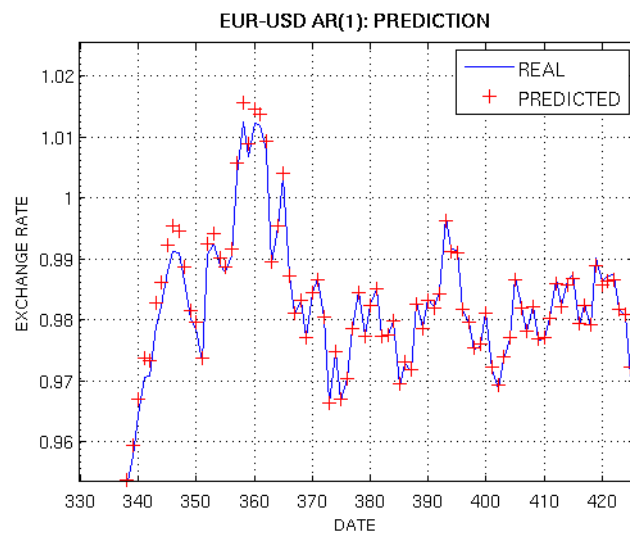
Optimální koeficient zapomínání pro autoregresní model s pomalu časově proměnnými parametry je 0.95. Chyba predikce modelu s konstantními parametry je $RPE = 0.037$, zatímco model využívající exponenciální zapomínání má chybu predikce menší, $RPE = 0.021$.

Obrázky 2 a 3 znázorňují malou vybranou oblast dat po nemalé změně gradientu vývoje (srov. obr. 1). Plnou čarou je naznačen reálný vývoj kurzu, křížky ukazují predikce. Jak lze očekávat, predikované hodnoty budou odlišné oproti hodnotám reálným, nicméně mezi oběma použitými modely je určitý rozdíl. Zatímco model s konstantními parametry reaguje na prudší změnu reality pozvolněji, model s exponenciálním zapomínáním se

již po pár krocích přizpůsobuje a predikce se stabilizuje, a sice v důsledku postupného zapominání staré, již neaktuální informace.

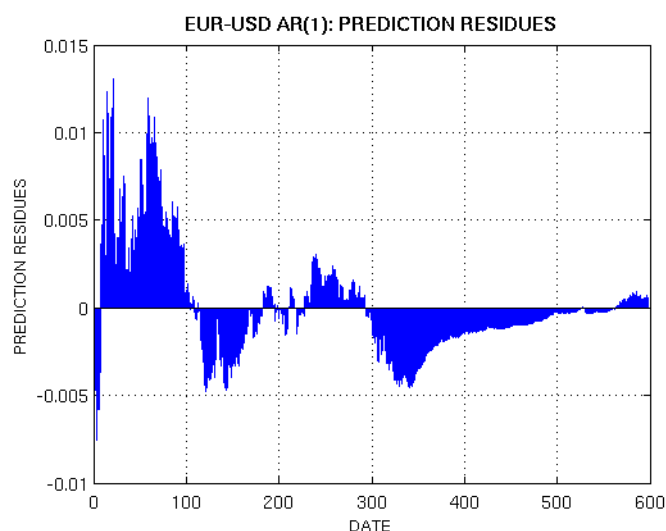


Obr. 2. Predikce modelem s konstantními parametry

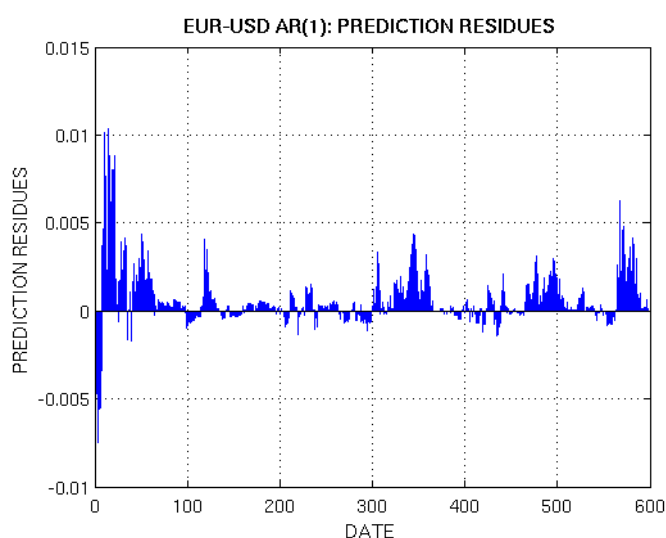


Obr. 3. Predikce s modelem s časově proměnnými parametry

Obrázky 4 a 5 znázorňují vývoj reziduí (chyb predikce) v čase. v souladu s výše uvedenými výsledky vychází lépe model s exponenciálním zapomináním, jehož rezidua jsou symetričtější vzhledem k nule.



Obr. 4. Rezidua predikce modelem s konstantními parametry



Obr. 5. Rezidua predikce modelem s časově proměnnými parametry

Závěr

Příspěvek ukazuje, že pro dobrou predikci některých ekonomických veličin, zde konkrétně směnných kurzů, lze namísto složitých modelů využít obyčejný (Bayesovský) autoregresní model nízkého řádu. Vzhledem ke kvalitativním vlastnostem dat je ovšem potřeba modifikovat odhad regresních parametrů tak, aby byla připuštěna jejich pomalá změna v čase. Tím lze i jednoduchým modelem zachytit např. proměnnou střední hodnotu aj.

Příspěvek konkrétně uvádí do problematiky predikce směnných kurzů pomocí autoregresního modelu, jehož parametry jsou odhadovány klasickým Bayesovským aparátem. Model využívá znalosti vývoje dat v minulosti a predikuje na základě poslední získané veličiny (hodnoty směnného kurzu), k čemuž využívá dva parametry – jeden pro kvantifikaci vlivu poslední hodnoty na hodnotu budoucí, druhý jako absolutní člen pro připuštění změny budoucí hodnoty o pevný, absolutní faktor. Odhad parametrů probíhá ve dvou krocích, po datovém updatu, začleňujícím nová data, následuje časový update. Ten nemůže nabývat klasické integrální formy, neboť neznáme explicitní časový model vývoje parametrů. Namísto toho lze využít metodu exponenciálního zapomínání, charakterizovanou jako metodu časově vážených nejmenších čtverců nebo též zplošťování hustoty pravděpodobnosti parametrů. Tato metoda pochází z oboru matematické teorie systémů, kde se úspěšně používá již řadu let.

Testy ukazují, že zvolená metoda odhadu parametrů regresního modelu je vhodná a vede k nemalému zlepšení kvality regresního modelu, což se projevilo zmenšením chyb (reziduí) predikce, v konkrétním případě o více jak třetinu. Výhodou metody je rovněž fakt, že narozdíl od jiných je velmi rychlá a výpočetně relativně nenáročná.

Lze očekávat, že s dalšími metodami zapomínání v časovém updatu by se kvalita predikce mohla ještě více zlepšit. Jedna z takovýchto metod je v současné době rozpracována a v případě dobrých výsledků bude publikována.

Literatura

- [1] BOX, G. JENKINS, G. Time Series Analysis, Forecasting and Control. San Francisco : Holden-Day, Incorporated, 1990. ISBN 0816211043.
- [2] CAO, L. SCHWARTZ, H. a directional forgetting algorithm based on the decomposition of the information matrix. Automatica. 2000, 36, 11, s. 1725-1731.
- [3] DEVEREUX, M. ENGEL, C. Monetary Policy in the Open Economy. revisited: Price Setting and Exchange-Rate Flexibility. Review of Economic Studies. 2003, 70, 4, s. 765-783.
- [4] HAMILTON, J. Time Series Analysis. Princeton: Princeton University Press, 1994. ISBN 0691042896.
- [5] HARVEY, A. The Econometric Analysis of Time Series. Cambridge: MIT Press, 1990. ISBN 978-0262081894.
- [6] JAZWINSKI, A. Author Stochastic processes and filtering theory. New York: Academic Press, 1970. ISBN 0123815509.
- [7] KOOP, G. NETLIBRARY, I. Bayesian econometrics. Chichester: J. Wiley Hoboken, NJ, 2003. ISBN 978-0470845677.
- [8] KULHAVÝ R., KÁRNÝ, M. Tracking of slowly varying parameters by directional forgetting. In Proc. 9th IFAC World Congress, 10, s. 7883, 1984.
- [9] PETERKA, V. Bayesian approach to system identification. In P. Eykhoff (Ed.) Trends and Progress in System Identification, 1981.

Kontaktní adresy

Kamil Dedecius, Katedra aplikovaných věd, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 10, 370 01 České Budějovice. E-mail: dedecius@vstecb.cz
Jana Kalová, Katedra aplikovaných věd, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 10, 370 01 České Budějovice. E-mail: kalova@vstecb.cz

K možnostem měření návratnosti investic do vzdělání podle jednotlivých oborů¹⁹

To the possibilities how to measure the investments into the human capital
by the study fields

Savina Finardi, Jakub Fischer, Petr Mazouch

Anotace

Příspěvek se zabývá problematikou měření návratnosti veřejných investic do lidského kapitálu z pohledu veřejných rozpočtů. v České republice dochází v posledním desetiletí k výraznému nárůstu počtu vysokoškolských studentů a v letech následujících se bude analogicky zvyšovat počet absolventů. Příspěvek využívající údaje z výběrového šetření absolventů vysokých škol "REFLEX" nabízí první experimentální propočty návratnosti veřejných investic do terciárního vzdělávání s rozdělením na jednotlivé obory studia.

Annotation

Paper is about approaches how to measure the returns of public investments into human capital forcefully for public finance. In the last ten years we observe significant increase of HEIs students and we also expect increasing amount of HEIs graduates in the coming years in the Czech Republic. This paper uses data from the research "REFLEX" and provides first experimental computations of the returns of public investments into the tertiary education divided into study fields.

Klíčová slova

lidský kapitál, návratnost veřejných investic, terciární vzdělávání

Key Words

human capital, returns of public investments, tertiary education

ÚVOD

Výrazný nárůst počtu vysokoškolských studentů, resp. absolventů vede mnohé ekonomy ke zkoumání problematiky návratnosti veřejných investic do lidského kapitálu. Základní otázkou zůstává, zda veřejné investice, která stát vynakládá zejména na vysoké školství, jsou pro stát návratnou investicí nebo nikoliv. s problematikou návratnosti veřejných investic je velmi úzce spjata otázka financování vysokého školství a případného zavedení finanční participace studentů.

Náš příspěvek navazuje na předchozí články věnované problematice měření návratnosti veřejných investic do lidského kapitálu (např. Fischer, Finardi, Mazouch, 2008). Naše dosavadní experimentální výpočty srovnávaly návratnost z pohledu odhadované daňové povinnosti na dani z příjmů fyzických osob u jednotlivce se středním vzděláváním s maturitou a u jednotlivce s vysokoškolským vzděláváním. Předkládaný příspěvek experimentální výpočty návratnosti zpřesňuje podle jednotlivých studijních oborů.

CÍL a METODIKA

Cílem příspěvku je odhadnout budoucí vývoj nominálních mezd vysokoškolských absolventů podle jednotlivých studijních oborů, a to na základě dat z výběrového šetření REFLEX, resp. odhadnout vývoj nominální daňové povinnosti na dani z příjmů fyzických osob (dále jen „DPFO“). Dále pomocí bezrizikové úrokové míry vyjádříme odhadovanou reálnou daňovou povinnost na DPFO podle jednotlivých studijních oborů.

Návratnost investic do lidského kapitálu je možné měřit vícero způsoby. v našem výzkumu jsme se zaměřili pouze na oblast DPFO. Daňovou povinnost na DPFO budeme tedy považovat za výnos, který plyne do veřejných rozpočtů.

¹⁹ Příspěvek vznikl za podpory Interní grantové agentury VŠE v Praze z projektu ev. č. 24/08.

Na druhé straně je nutné vyjádřit náklady, které stát vynakládá na financování vysokého školství. i zde jsme učinili zjednodušení a uvažovali jsme pouze tzv. „cenu“ studijního programu, která se vypočítá jako součin koeficientu ekonomické náročnosti a základního normativu. Základní normativ v roce 2008 činí 34 325 Kč. Koeficient určuje MŠMT a má vyjadřovat ekonomickou náročnost daného studijního programu s ohledem na finanční náročnost daného studia ze strany státu. Je tedy logické, že například chemické nebo lékařské obory mají vyšší koeficient ekonomické náročnosti než například ekonomické programy. Je nutné poznamenat, že cena studijního programu se promítá do tzv. ukazatele A, kterým MŠMT financuje studijní programy na veřejných vysokých školách a který se podílí na celkových běžných výdajích na vysoké školství z rozpočtu MŠMT 76,5 %. Ukazatel A je tedy významnou výdajovou položkou rozpočtu MŠMT. v rámci dalšího výzkumu by jistě bylo vhodné uvažovat o zahrnutí i dalších výdajových položek, které plynou na vysoké školství, včetně veřejných výdajů na vědu a výzkum. Tabulka 1 ilustruje úroveň ceny studijního programu na jednoho studenta.

Tabulka 1: Cena studijního programu na jednoho studenta

Studijní programy	Základní normativ (v Kč)	Koeficient ekonomické náročnosti	Výsledná „cena“ studijního programu (v Kč)
Humanitní, ekonomické...	34 325	1,00	34 325
Filozofické, pedagogické...		1,20	41 190
Technické...		1,65	56 636
Zemědělské, lesnické...		2,25	77 231
Chemické, lékařské...		2,80	96 110
Veterinární		3,50	120 137
Umělecké		5,90	202 517

Zdroj: MŠMT ČR

Tabulka 2 ilustruje úroveň průměrného hrubého měsíčního příjmu podle typu studijního oboru v prvním zaměstnání a úroveň průměrného hrubého měsíčního příjmu včetně příplatků v současném zaměstnání. Výběrové šetření REFLEX poskytuje údaje o průměrném hrubém měsíčním příjmu čerstvého absolventa z období 2000 – 2002 (první zaměstnání), resp. údaj o výši průměrného hrubého měsíčního příjmu včetně příplatků z let 2005 – 2006 (současné zaměstnání). Pro zjednodušení jsme tedy uvažovali pouze roky 2001 a 2006, aby mezi tímto obdobím bylo celkem pět let. Následně jsme mohli vypočítat hodnotu průměrného ročního indexu nominálních mezd. v našem výpočtu jsme se dopustili ještě jednoho zjednodušení, když jsme údaje o průměrných hrubých měsíčních příjmech vztáhli pouze k závislé činnosti, tj. k zaměstnání, a označili je za mzdy. Struktura souboru byla totiž následující: 83 % respondentů bylo v zaměstnaneckém poměru a 17 % bylo samostatně výdělečně činných. Toto zjednodušení bylo důležité z pohledu dalších výpočtů úrovně daňové povinnosti, jejíž výpočet se liší podle toho, o jaký dílčí základ daně se jedná.²⁰ Údaje o průměrném ročním indexu nominálních mezd jsme tedy použili pro výpočet průměrného ročního nárůstu nominálních mezd v prvních pěti letech (2001 až 2006), a to podle jednotlivých studijních oborů (viz tabulka 2).

²⁰ v případě dílčího základu daně ze závislé činnosti (příjmy ze zaměstnání) se daňová povinnost vypočítá ze součtu hrubé mzdy a pojistného na sociální zabezpečení a veřejné zdravotní pojištění, které za zaměstnance odvádí zaměstnavatel (v součtu se jedná o 35 %). Naopak v případě dílčího základu daně z podnikání a jiné samostatně výdělečné činnosti se daňová povinnost vypočítá z rozdílu mezi příjmy a výdaji, které byly prokazatelně vynaloženy k dosažení, zajištění a udržení příjmů.

Tabulka 2: Srovnání průměrných hrubých měsíčních mezd podle jednotlivých studijních oborů (v Kč, rok 2001 a 2006) a výše průměrného ročního indexu nominálních mezd (podle REFLEXu)

Studijní obory	Úroveň průměrných hrubých mezd (v Kč/m)		Průměrný roční index nominálních mezd
	2006	2001	
Přírodovědecké	29 790	14 812	1,1500
Technické	29 898	14 932	1,1490
Zemědělské	21 755	11 715	1,1318
Zdravotnické	28 072	12 007	1,1851
Ekonomické	32 530	15 854	1,1546
Společenskovední	25 234	13 492	1,1334
Pedagogické	21 855	11 572	1,1356

Zdroj: REFLEX

V dalších letech, tj. v šestém až 45. roce života jednotlivce²¹, jsme uvažovali údaje ČSÚ, které poskytují informaci o úrovni průměrných hrubých měsíčních mezd podle stupně dosaženého vzdělání a podle věku zaměstnance. Pomocí podélné (longitudinální) analýzy jsme pak porovnali úroveň průměrných hrubých měsíčních mezd například z roku 2001 u jedince s vysokoškolským vzděláváním ve věkové kategorii 25-29 let s údajem o výši průměrné hrubé měsíční mzdy z roku 2006 taktéž u jedince s vysokoškolským vzděláním, ale v o pět let starší věkové kategorii, tj. 30-34 let. Tím jsme po pětiletých skupinách získali odhad budoucího vývoje mezd vysokoškolsky vzdělaného jedince (zde již bez ohledu na obor, neboť o tom nejsou k dispozici žádná relevantní data). Analogicky jsme postupovali v případě jedince se středním vzděláním s maturitou. Výsledky jsou v tabulkách 3 a 4.

Tabulka 3: Průměrný roční nárůst nominálních mezd u vysokoškoláka (podle dat ČSÚ)

Věková skupina	2006		2001		Průměrný roční index nominálních mezd
	Mzda (v Kč/m)	Věková skupina	Mzda (v Kč/m)	Věková skupina	
30-34	42 107	25-29	22 315		1,135
35-39	46 640	30-34	28 313		1,105
40-44	43 814	35-39	28 720		1,088
45-49	42 092	40-44	28 466		1,081
50-54	42 479	45-49	30 322		1,070
55-59	42 573	50-54	30 318		1,070
60-64	42 056	55-59	29 670		1,072

Zdroj: ČSÚ

Tabulka 4: Průměrný roční nárůst nominální mezd u středoškoláka s maturitou (podle dat ČSÚ)

Věková skupina	2006		2001		Průměrný roční index nominálních mezd
	Mzda (v Kč/m)	Věková skupina	Mzda (v Kč/m)	Věková skupina	
25-29	22 798	20-24	13 281		1,114
30-34	25 519	25-29	16 393		1,093
35-39	24 621	30-34	16 456		1,084
40-44	24 151	35-39	16 446		1,080
45-49	24 212	40-44	16 679		1,077
50-54	24 526	45-49	17 341		1,072
55-59	25 281	50-54	17 567		1,076
60-64	26 785	55-54	18 928		1,072

Zdroj: ČSÚ

V případě jedinců se středním vzděláním s maturitou jsme v prvních pěti letech vycházeli z dat ČSÚ z roku 1996, kdy průměrná hrubá měsíční mzda tohoto jednotlivce ve věkové

²¹ Předpokládaná doba produktivního věku jednotlivce.

kategorií do 19 let činila 7 968 Kč.²² Následně jsme pomocí podélné (longitudinální) analýzy vypočítali nárůst nominálních mezd u jednotlivce se středním vzděláním s maturitou, a to v období let 1996, kdy námi pozorovaný středoškolák vstoupil na trh práce, a 2001. Výsledná hodnota je tedy pátou odmocninou podílu průměrné hrubé měsíční mzdy středoškoláka s maturitou z roku 2001 ve věkové kategorii 20-24 let (13 281 Kč) a průměrné hrubé měsíční mzdy středoškoláka s maturitou z roku 1996 ve věkové kategorii do 19 let (7 968 Kč). Průměrný roční nárůst nominálních mezd má hodnotu indexu 1,108.

Průměrné hrubé měsíční nominální mzdy bylo dále nutné diskontovat; k tomu jsme využili metodu tzv. bezrizikové úrokové míry²³. Pro naše výpočty jsme použili údaje o průměrných úrokových sazbách 10letých dluhopisů (zde se jednalo o období 2000 – 2006) a o expertní odhad na základě dat ČNB o aukci středně a dlouhodobých dluhopisů (období 1997 – 1999). Tabulka 5 obsahuje úroveň bezrizikové úrokové míry za jednotlivé roky, pomocí které jsme vypočítali průměrnou roční bezrizikovou úrokovou mírou za období 10 let jako desátou odmocninou součinu jednotlivých údajů. Výsledná hodnota průměrné roční bezrizikové úrokové míry činí 1,05869.

Tabulka 5: Bezriziková úroková míra (v %)

Bezriziková úroková míra (v %)			
2006	3,766	2001	5,432
2005	3,615	2000	7,376
2004	4,140	1999	7,63
2003	4,821	1998	11,540
2002	4,147	1997	12,20

Zdroj: MF ČR, ČNB; expertní odhad

Při vlastním výpočtu výše daňové povinnosti na DPFO byl použit stávající postup, tj. průměrná hrubá měsíční mzda (zohledněná o nominální nárůst – viz výše) byla navýšena o koeficient 1,35, který vyjadřuje velikost pojistného na sociální zabezpečení (26 %) a veřejné zdravotní pojištění (9 %), které za zaměstnance odvádí do veřejných rozpočtů jeho zaměstnavatel. Následně byla kvantifikována měsíční daňová povinnost, resp. záloha na daň z příjmu fyzických osob ze závislé činnosti; zde jsme vycházeli rovněž z legislativního stavu roku 2008, kdy nominální sazba DPFO činí 15 %²⁴, resp. základní sleva na poplatníka činí 2 070 Kč/měsíc.²⁵ Vzhledem k tomu, že jsme naše výpočty diskontovali vůči roku 1995, tak bylo nutné diskontovat i slevu na dani; zde jsme zvolili opět podélnou (longitudinální) analýzu a porovnali nárůst průměrných hrubých měsíčních mezd v roce 2006 (23 596 Kč) a 1996 (11 069 Kč); výsledný index činí 1,0786. (Vycházíme z předpokladu, že sleva na dani se mění v závislosti na průměrném základu daně.)

²² Tato věková kategorie byla zvolena záměrně, protože další věkovou kategorií, pro kterou ČSÚ zveřejňuje údaje o průměrných hrubých měsíčních mzdách, jsou jednotlivci ve věku 20-24 let. Tato věková kategorie ale zjevně obsahuje jednotlivce, kteří již nějakou dobu pracují a údaj o průměrné hrubé měsíční mzdě tudíž není údajem, který by ilustroval úroveň nástupní mzdy jedince se středním vzděláním s maturitou.

²³ Při analýze z pohledu vládního sektoru a propočtu budoucích daňových příjmů je vhodnější použít metodu bezrizikové úrokové míry, která vlastně vyjadřuje úrokovou míru, za kterou si stát resp. vláda půjčuje od sektoru domácností a firem na financování svých projektů, a navíc vhodněji vyjadřuje reálnou návratnost z investice (zatímco při výpočtu reálné mzdy se používá míra inflace, neboť z pohledu spotřebitele lépe vyjadřuje kupní sílu jeho mzdy) Přitom hlavním zdrojem krytí vládních investic jsou kromě půjček právě příjmy z daní, které budou i nadále hlavním předmětem našeho výzkumu.

²⁴ jedná se o jednotnou lineární sazbu

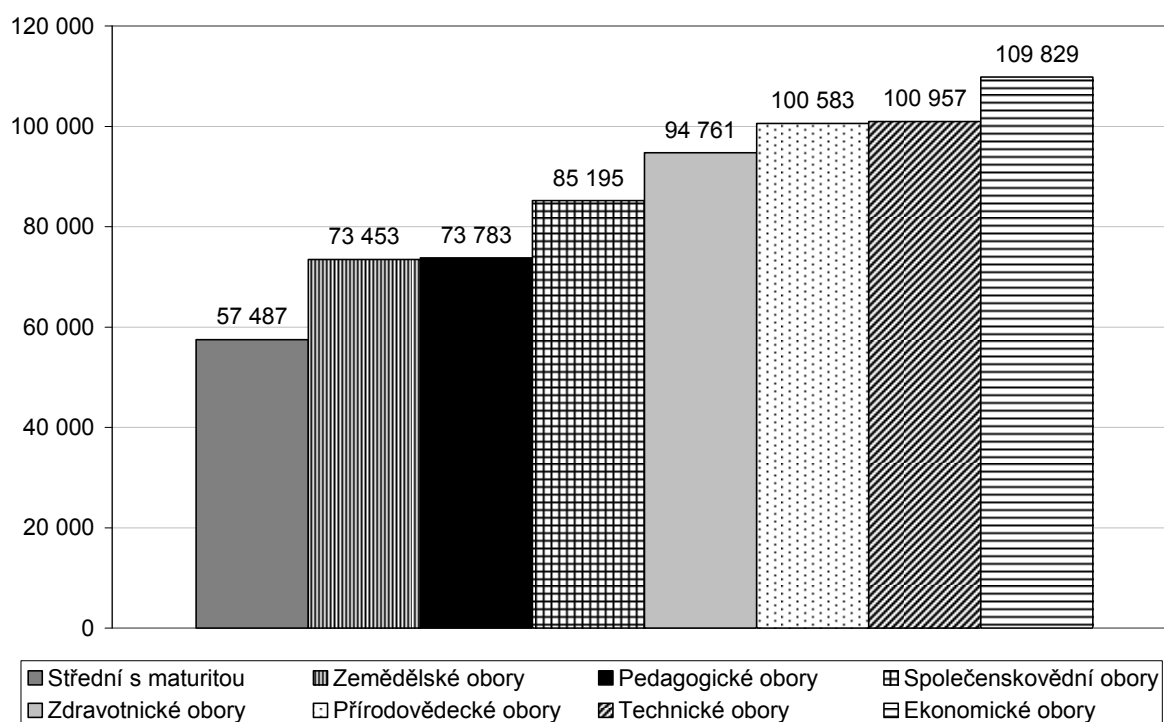
²⁵ Zde jsme abstrahovali od připravovaných změn zákona o daních z příjmů, kde se kupříkladu navrhuje snížit nominální sazbu u DPFO z 15 % na 12,5 %, resp. snížit roční slevu na poplatníka ze stávajících 24 840 Kč na 16 560 Kč.

VÝSLEDKY

Graf 1 srovnává úroveň průměrných hrubých měsíčních nominálních mezd u vysokoškoláků podle jednotlivých oborů, a to ve věku 40 let daného jednotlivce, kterého dosáhne v roce 2017. Pro lepší srovnání jsme do grafu zahrnuli i úroveň průměrné hrubé měsíční nominální mzdy u jednotlivce se středním vzděláním s maturitou. z grafu je patrné, že vysokoškoláci mají relativně vyšší průměrnou hrubou měsíční nominální mzdu než jednotlivci se středním vzděláním s maturitou. Největší absolutní rozdíl je mezi jednotlivcem se středním vzděláním s maturitou a jedincem, který má vysokoškolské vzdělání ekonomického směru.

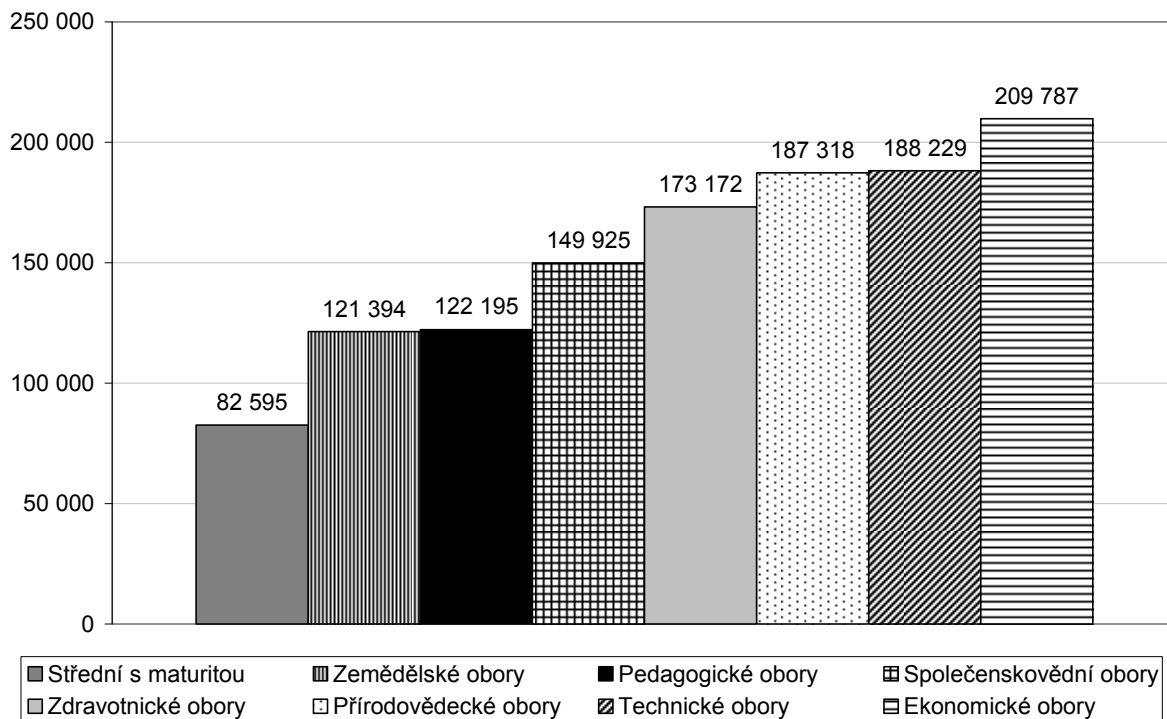
Graf 2 srovnává úroveň odhadované roční nominální daňové povinnosti na DPFO ze závislé činnosti u jedince se středním vzděláním s maturitou a u vysokoškoláka podle studijního oboru, a to opět ve věku 40 let, které dosáhne v roce 2017. Graf 3 konečně poskytuje informaci o úrovni odhadované celkové reálné daňové povinnosti na DPFO ze závislé činnosti u pozorovaných jednotlivců. z grafu vidíme, že jednotlivec s vysokoškolským vzděláním odvede za svůj produktivní život (tj. 45 let) do veřejných rozpočtů na DPFO ze závislé činnosti v reálném vyjádření více než jednotlivec se středním vzděláním s maturitou.

Graf 1: Srovnání průměrných hrubých měsíčních nominálních mezd u vysokoškoláka podle studijního oboru a u jedince se středním vzděláním s maturitou ve 40 letech (v Kč, rok 2017)



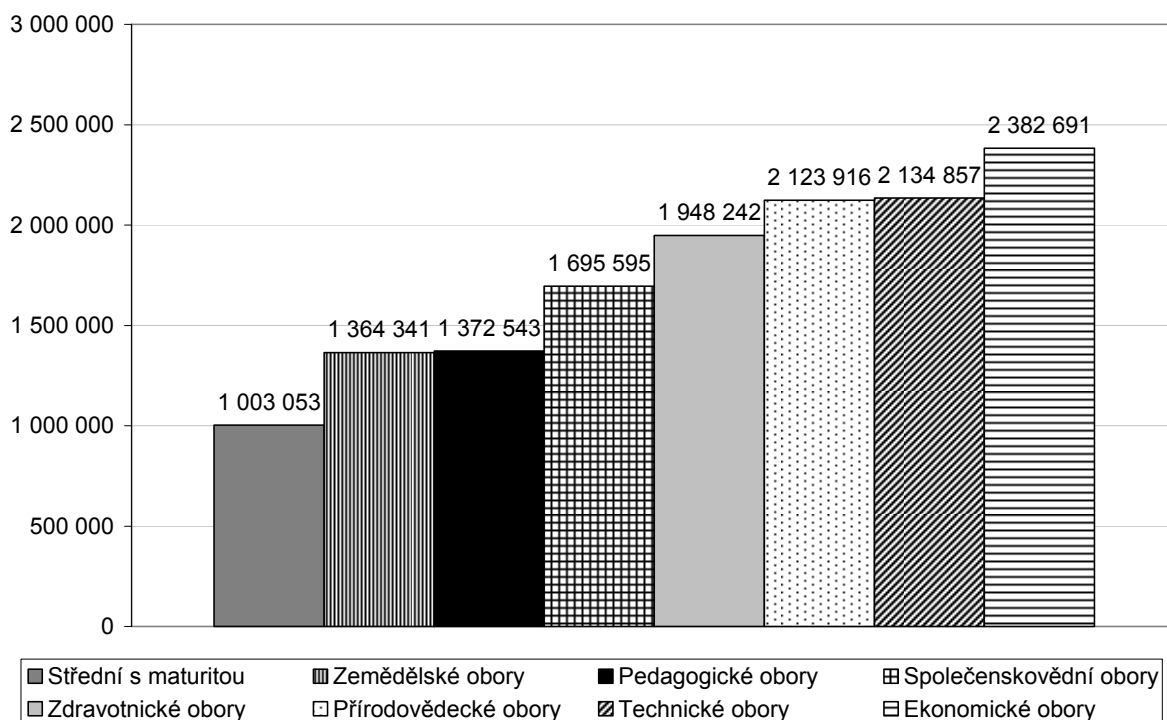
Zdroj: vlastní výpočty

Graf 2: Srovnání roční nominální daňové povinnosti na DPFO ze závislé činnosti u vysokoškoláka podle studijního obora a u jedince se středním vzděláním s maturitou ve 40 letech (v Kč, rok 2017)



Zdroj: vlastní výpočty

Graf 3: Srovnání kumulativní reálné daňové povinnosti na DPFO ze závislé činnosti u vysokoškoláka podle studijního oboru a u jedince se středním vzděláním s maturitou (v Kč)



Zdroj: vlastní výpočty

DISKUSE

Domníváme se, že v dalších fázích výzkumu by bylo vhodnější použít údaje o úrovni průměrných hrubých měsíčních mezd v jednoletém intervalu, který by byl užitečnější pro naše stávající modelové výpočty s ohledem na obtížnost stanovení nástupní mzdy středoškolačka s maturitou. Český statistický úřad zveřejňuje tyto údaje v daných věkových kategoriích, které jsou tříděny do pětiletých intervalů.

Předmětem dalších úvah bude rovněž zahrnutí dalších faktorů do našich modelových výpočtů. Nabízí se například odhad, kolik jedinec s vysokoškolským vzděláním odvede na dalších významných daních z pohledu veřejných rozpočtů. Zpřesněny by rovněž mohly být samotné náklady na dosažení vysokoškolského vzdělání, a to včetně výdajů na vědu, výzkum a inovace.

Námi dosažené výsledky budou použity k dalším experimentálním výpočtům, které by měly kvantifikovat návratnost veřejných investic do lidského kapitálu z pohledu jednotlivých námi zkoumaných studijních oborů včetně odhadu vnitřního výnosového procenta.

ZÁVĚR

S tím, jak narůstá počet vysokoškolských studentů a analogicky počet absolventů, narůstá i poptávka ekonomů po zhodnocení návratnosti investic do lidského kapitálu. Pro stát je rovněž užitečné získat informaci o tom, zda se tato jeho investice v čase navrátí či nikoliv. Závěry našeho výzkumu by mohly sloužit i jako opora úvah o změně systému financování terciárního vzdělávání v ČR včetně úvah o zavedení finanční participace studentů.

Náš příspěvek prokázal, že jednotlivec s vysokoškolským vzděláním odvádí do veřejných rozpočtů na DPFO více než jedinec se středním vzděláním s maturitou. Otázkou ale stále zůstává, zda je tento rozdíl dostatečný, aby došlo k navrácení investice státu do vysokoškolského vzdělání jednotlivce.

LITERATURA a POUŽITÉ ZDROJE

1. FINARDI, Savina, FISCHER, Jakub, MAZOUCH, Petr. *Význam a metodika návratnosti měření veřejných investic do lidského kapitálu*. Brno 12.09.2008 – 13.09.2008. In. : Daně – teorie a praxe 2008. ISBN 978-80-86342-81-8.
2. FISCHER, Jakub, FINARDI, Savina, MAZOUCH, Petr. *Význam časové hodnoty peněz při měření návratnosti veřejných investic do lidského kapitálu*. Praha 18.09.2008 – 19.09.2008. In: *Mezinárodní statisticko-ekonomické dny na VŠE v Praze [CD-ROM]*. Praha : VŠE KSTP; VŠE KMIE, 2008, s. 1–7. ISBN 978-80-86175-62-1. Abstrakt: ISBN 978-80-86175-61-4.
3. *Závěrečná zpráva z dotazníkového šetření projektu REFLEX v České republice [online]*. Středisko vzdělávací politiky, září 2007, [cit. 2008-11-15]. Dostupné z WWW:
<<http://www.strediskovzdelavacipolitiky.info/download/ZavZprReflex.pdf>>.
4. www.czso.cz

KONTAKTY

Savina Finardi, Ing., Jakub Fischer, doc. Ing., Ph.D., Petr Mazouch, Ing.
KVF FFÚ VŠE v Praze, KSTP FIS VŠE v Praze, KSTP FIS VŠE v Praze, nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3
savina@finardi.cz, fischerj@vse.cz, mazouchp@vse.cz

Význam implementace kapitálových služeb do systému národních účtů²⁶

Importance of implementation of capital services to the system of national accounts

Jakub Fischer, Jaroslav Sixta

Anotace

Kapitálové služby mohou hrát důležitou roli při odhadech netržní produkce zejména sektoru vládních institucí, kde je v současné době používána nákladová metoda ocenění. To znamená, že netržní produkce je oceněna jako součet mezispotřeby, náhrad zaměstnancům a spotřeby fixního kapitálu. Právě spotřeba fixního kapitálu dostatečně nevyjadřuje přínos kapitálu k hrubému domácímu produktu a soudobé úvahy vedou k jejímu nahrazení kapitálovými službami. Nicméně, protože jsou kapitálové služby do značné míry založeny na modelech, vyvstává otázka časové a prostorové srovnatelnosti agregátů odhadovaných na základě takových modelů a z toho důvodu se v nadcházející revizi standardu národních účtů o jejich implementaci zatím neuvažuje. Dalším přínosem kapitálových služeb by bylo zlepšení odhadů multifaktorové produktivity, jelikož stavové ukazatele zásoby fixních aktiv by mohly být nahrazeny ukazatelem tokovým, který je pro tuto analýzu ukazatelem přiměřenějším a metodicky vhodnějším

Annotation

Capital services can play an important role at estimates of non-market output mainly of the sector of government institutions, where the cost method of valuation is currently used. It means that non-market output is valued as a sum of intermediate consumption, compensations of employees and of the consumption of fixed capital. However, consumption of fixed capital is not sufficiently explains a contribution of capital to the gross domestic product and currently thoughts lead to the replacement of consumption of fixed capital by the capital services. Nevertheless, while the capital services are based on models, there is a question of comparability of aggregates estimated by these models in time and among countries. For this reason, implementation of capital services to the standards of national accounts is not currently considered. The second benefit from implementation of capital services is the improvement of the estimates of productivity, when the stock indicators could be replaced by flow indicators, which are more adequate and methodologically more suitable.

Klíčová slova

Kapitálové služby, multifaktorová produktivita, spotřeba fixního kapitálu

Key Words

Capital services, multi-factor productivity, consumption of fixed capital

1. ÚVOD

V současné době je vedena diskuse o revizi standardu systému národních účtů, jak na světové (SNA 1993), tak na evropské (ESA 1995) úrovni. Význam standardů národních účtů spočívá mimo jiné v dosažení časové a prostorové srovnatelnosti významných makroekonomických agregátů, včetně hrubého domácího produktu. Při diskusích o připravované revizi jsou nejčastěji zmiňována témata kapitalizace výdajů na vědu a výzkum, zahrnutí nákupů destruktivní bojové techniky nikoli do mezispotřeby, ale do hrubé tvorby fixního kapitálu, a třetím významným tématem je možné zahrnutí kapitálových služeb. Vzhledem k tomu, že kapitálové služby jsou tématem zatím nepřiliš známým, přitom velmi důležitým z hlediska dopadů jejich zavedení na hrubý domácí produkt, pokusíme se v předkládaném příspěvku zhodnotit dopady případného zavedení kapitálových služeb na HDP.

2. OBECNĚ KE KAPITÁLOVÝM SLUŽBÁM

Kapitálové služby je nutné chápat jako dvě vzájemně propojené otázky. První otázkou je obecný odhad kapitálových služeb pro měření souhrnné produktivity a tou druhou je odhad netržní produkce ostatních netržních výrobců, kde spotřeba fixního kapitálu je nahrazena

²⁶ Příspěvek vznikl za podpory grantu Grantové agentury ČR, č. 402/07/0387 „Kapitálové služby v národním účetnictví a jejich dopad na HDP České republiky“.

odhadem služeb kapitálu skládající se ze spotřeby fixního kapitálu a z výnosu z kapitálu ("return on capital"). Ačkoli zatím nebylo v otázce revize standardu SNA 1993 učiněno konečné rozhodnutí, je pravděpodobné, že kapitálové služby se stanou spíše dobrovolnou součástí systému národního účetnictví. Důvody, proč tomu tak je a proč zřejmě nebudou součástí povinnou, rozebereme později.

Kapitálové služby představují značný přínos v tom, že při odhadech multifaktorové produktivity je lze využít místo stavů kapitálu (který však pochopitelně jistým způsobem reflektují). Tím vystupují v rovnicích produktivity vedle sebe pouze tokové ukazatele (náhrady zaměstnanců a kapitálové služby), což je jistě metodicky korektnější, než když jsou používány stavy kapitálu.

Účelem kompilace kapitálových služeb je odhadnout přínos kapitálu k výrobnímu procesu s cílem zjednodušit analýzu multifaktorové produktivity. Na rozdíl od vstupů práce, které jsou v národním účetnictví explicitně vyčísleny prostřednictvím náhrad zaměstnancům a počtu pracovníků, vstupy kapitálu, které také ovlivňují výrobní proces, explicitně vyčísleny nejsou. Podle názoru většiny ekonomů, kteří se danou problematikou zabývají, je vhodné tuto disproporci odstranit. Zatímco vstupy práce a jejich přínos lze poměrně jednoduše vyčíslit, s kapitálem je to obtížnější. Přestože jsou nedílnou součástí národních účtů rozvahy, které zahrnují stavy fixního kapitálu v běžných cenách, explicitní vyčíslení, jaká část produkce nebo přidané hodnoty vznikla díky službám kapitálu, chybí.

Součástí sestav národních účtů jsou již od platnosti standardu ESA 1995 stavy fixního kapitálu v běžných (reprodukčních) cenách. Tyto ukazatele jsou odhadovány pomocí matematicko-statistických modelů, a nejsou tedy výsledkem statistického zjišťování, což má své výhody i nevýhody. Vzhledem k tomu, že stavy kapitálu v reprodukčních cenách na úrovni národního hospodářství téměř nelze zjistit pomocí výběrových šetření, jsou matematicko-statistické modely (tzv. metoda nepřetržité inventarizace) v současné praxi upřednostňovány.

Pro hodnotu aktiva by mělo platit, že je primárně závislá na výnosech, které aktivum přinese během své ekonomické životnosti (OECD, 2001). Kapitálové služby jsou pak rovny těmto výnosům, které jsou přineseny užíváním aktiva v daném účetním období. Ilustračním příkladem kapitálových služeb může být důchod získaný z pronájmu budovy (předpokládejme sklad), kdy tento důchod je spočítán jako součin velikosti prostoru skladu v m^3 a jednotkové ceny za pronájem jednoho m^3 za rok. Hodnota aktiva, v tomto případě budovy, je pak získána jako součet diskontovaných budoucích výnosů.

3. ODHAD KAPITÁLOVÝCH SLUŽEB

Odhad kapitálových služeb metodicky vychází z ohodnocení aktiva pomocí budoucích diskontovaných výnosů. Přitom při odhadech stavů fixního kapitálu v praxi převažuje standardní aplikace metody PIM, kde spotřeba fixního kapitálu a stavy hrubého fixního kapitálu jsou odhadovány přímo a stav čistého kapitálu je odhadován nepřímou (po odpočtu kumulovaného opotřebení). Proto v praxi bude potřeba vyvinout metodiku, která se s touto skutečností vyrovná.

Kapitálové služby jsou v současné době nejčastěji odhadovány pomocí objemového indexu kapitálových služeb použitelného pro měření multifaktorové produktivity.

Východiskem pro určení objemového indexu kapitálových služeb je stanovení stavu kapitálu ve standardizovaném tvaru ($K_{i,t}$) a výnosu z kapitálu ($f_{i,t}$) pro i druhů aktiv. Otázce určení diskontního faktoru se tento příspěvek nemůže věnovat. Obecně však existují dva základní přístupy:

- a) exogenní (sazba je stanovena například na základě výnosnosti vládních obligací) a
- b) endogenní, kdy sazba je odvozena ze systému národního účetnictví.

Celkový objemový index kapitálových služeb v období t pro N druhů aktiv ve stavu čistého kapitálu lze vyjádřit jako:

$$I_q = \prod_{i=1}^N \left(\frac{K_{i,t}}{K_{i,t-1}} \right)^{\bar{v}_i} \quad (1)$$

kde I_q je objemový index kapitálových služeb,
 $K_{i,t}$ představuje stav kapitálu (období t) ve standardizovaných jednotkách aktiva i a
 $\bar{v}_i = \frac{1}{2}(v_{i,t} + v_{i,t-1})$

(2)

jsou váhy jednotlivých skupin aktiv ve tvaru:

$$v_{i,t} = \frac{f_{i,t} K_{i,t}}{\sum_{i=1}^N f_{i,t} K_{i,t}} \quad (3)$$

Pro samotný výpočet indexu kapitálových služeb zbývá vyřešit otázku transformace stavů čistého kapitálu do standardizovaného tvaru. Řešením tohoto problému se na evropské úrovni zabývají odborníci z výzkumných center a universit ve spolupráci s některými statistickými úřady členských zemí Evropské unie.

Tím, čím se ovšem zatím příliš nikdo nezabýval, a kde je hlavní prostor pro tvorbu české metodiky, je samotný odhad kapitálových služeb pro ostatní netržní výrobce a imputace kapitálových služeb do provozního přebytku

4. VÝZNAM KAPITÁLOVÝCH SLUŽEB PRO ODHAD PRODUKTIVITY

Indexní metoda měření souhrnné produktivity (total factor productivity) vychází z tradičně používané dekompozice rozkladu přírůstku přidané hodnoty na příspěvek kapitálu, příspěvek práce a růst souhrnné produktivity dle vzorce (4)

$$g(Y) = v_L g(L) + (1 - v_L) g(K) + g(TFP) \quad (4),$$

kde

$g(Y)$růst hrubé přidané hodnoty (hrubého domácího produktu) v %,
 $g(L)$růst vstupu práce v %,
 $g(K)$růst vstupu kapitálu v %,
 $g(TFP)$...růst souhrnné produktivity faktorů v %,
 v_Lváha faktoru práce (podíl náhrad zaměstnancům na hrubé přidané hodnotě)

Přiměřenější postup přitom spočívá v nahrazení vstupu kapitálu (hrubé zásoby fixních aktiv) hodnotou kapitálových služeb vypočtenou podle vzorce (1).

Při odhadu produktivity přitom vzniká řada podnětných a nepříliš často řešených otázek, jako je zahrnutí smíšeného důchodu, daní a dotací při výpočtu vah, neboť smíšený důchod obsahuje jak výnos z práce, tak výnos z kapitálu a u daní nelze vůbec teoreticky rozhodnout, kterému faktoru jsou bližší (obvykle jsou zahrnovány do kapitálu). Stejně tak existuje řada autorů, kteří jako vstup práce uvažují počet pracovníků a nikoli počet odpracovaných hodin, doporučený standardem národních účtů.

5. SOUČASNÉ PROBLÉMY v OBLASTI KAPITÁLU PŘI ODHADU HDP

Problémem zde je odhad netržní produkce pro netržní jednotky, kde poměrně značný problém činí spotřeba fixního kapitálu. Zde do hry vstupuje řada subjektivních faktorů, kterými jsou například stanovení odpisové doby infrastruktury. Na základě stanovení odpisové doby se metodou nepřetržitě inventarizace odhadne opotřebenění fixního kapitálu, které přímo vstupuje do velikosti produkce a tím i do hrubého domácího produktu (čistý domácí produkt ovlivněn není). Jak jsme již ukázali (Fischer, Sixta, 2007), vliv stanovení životnosti silnic (nemluvě o další infrastruktuře, jako jsou železnice, vodovody apod.), která byla v rámci poslední metodologické revize zahrnuta do netržní produkce vládních institucí, se při dodržení rozmezí stanoveného Eurostatem pohybuje na úrovni cca 6,5 – 7 mld. Kč v běžných cenách. Eurostat umožňuje zvolit log-normální model pro modelování životnosti silnic se střední hodnotou pohybující se na úrovni mezi 50 a 60 roky. Rozdíl mezi nejkratší a nejdelší povolenou variantou pak činí právě uvedených 6,9 mld. Kč pro rok 2005, což je 0,23 % HDP. Zdůrazňujeme přitom, že tento rozdíl čtvrt procenta HDP vzniká výlučně v důsledku arbitrárního stanovení jednoho koeficientu pro modelování opotřebenění. Mimochodem z uvedeného důvodu (mimo jiné) mělo Řecko problémy při notifikaci vládního deficitu a vládního dluhu, protože zvolilo příliš nízkou dobu životnosti a tím (jakoby uměle) navýšilo odhad HDP.

Tabulka 1 Vliv životnosti silnic na HDP, běžné ceny, mil. CZK

Stanovení životnosti silnic	2003	2004	2005
SFK, životnost 50 let	39 105	40 426	41 782
SFK, životnost 51 let	38 338	39 633	40 963
SFK, životnost 52 let	37 601	38 871	40 175
SFK, životnost 53 let	36 891	38 138	39 417
SFK, životnost 54 let	36 208	37 431	38 687
SFK, životnost 55 let	35 550	36 751	37 984
SFK, životnost 56 let	34 915	36 095	37 305
SFK, životnost 57 let	34 302	35 461	36 651
SFK, životnost 58 let	33 711	34 850	36 019
SFK, životnost 59 let	33 139	34 259	35 408
SFK, životnost 60 let	32 587	33 688	34 818
Rozdíl SFK (50) - SFK (60)	6 517	6 738	6 964

Zdroj: Fischer, Sixta (2007)

6. DOPAD ZAVEDENÍ KAPITÁLOVÝCH SLUŽEB NA ODHAD HDP

Implementace odhadů kapitálových služeb do národních účtů bude znamenat dvě hlavní změny. Tou první je rozšíření stávajících sestav účtů o další ukazatele, které budou přímo použitelné pro analytické účely, ke změnám agregátů však docházet nebude. Druhá zásadní úprava národních účtů spočívá v odlišném metodickém přístupu k ostatním netržním výrobcům (např. k vládním institucím). Tato změna se pak promítne i do úrovně makroagregátů (např. HDP). Podle současného přístupu k ostatním netržním výrobcům platí, že jejich produkce je odhadována nákladovou metodou. Jde o součet náhrad zaměstnancům (D.1), mezipotřeby (P.2), spotřeby fixního kapitálu (K.1) a čistých daní na výrobu (D.29-D.39). Platí, že pro ostatní netržní výrobce (když abstrahujeme od tržní produkce) je provozní přebytek z definice nulový. Podle navrhovaného konceptu kapitálových služeb dojde v nákladové metodě odhadu netržní produkce k nahrazení spotřeby fixního kapitálu právě kapitálovými službami, které zahrnují jak výnosy z kapitálu, tak i spotřebu fixního kapitálu. Výsledkem implementace kapitálových služeb bude tedy zcela jistě značné navýšení produkce, hrubého domácího produktu a provozního přebytku, neboť do kapitálových služeb

budou pravděpodobně zahrnuty i infrastrukturní stavby, jako jsou silnice a železnice. Podle dosavadních odhadů tak například v případě USA a Austrálie dojde k navýšení hrubého domácího produktu o 1,8 % resp. 1,5 % viz (Harrison, 2004).

Vzhledem k zásadnímu metodickému dopadu je samozřejmě nutné odbornou veřejnost dostatečně dopředu informovat a vytvořit postupy, které budou využitelné pro národní aplikaci. Bylo by vhodné, kdyby tyto postupy byly vytvořeny v těsné součinnosti s akademickou sférou, čímž by měly být průhlednější a v konečném důsledku i přijatelnější pro odbornou veřejnost.

7. ZÁVĚR

Kapitálové služby jsou novým tématem v oblasti národních účtů. Jejich případné zavedení by mělo dopad jak na odhad produkce netržních institucí. Zde by v nákladové metodě byly místo spotřeby fixního kapitálu zahrnuty kapitálové služby, jejichž hodnota je vyšší, což by vedlo i ke zvýšení odhadu HDP. Na druhé straně by kapitálové služby bylo možné využít při analýzách produktivity, kde by kapitálové služby nahradily současně používanou hrubou zásobu fixního kapitálu. Přitom ale existuje zdůvodněná obava, že se odhad HDP ještě více přesune od údajů založených na zjišťování k údajům založeným na modelování, což může zkomplikovat časovou a prostorovou srovnatelnost odhadů.

LITERATURA a POUŽITÉ ZDROJE

1. European system of accounts (ESA 1995). Eurostat, Luxembourg 1996.
2. FISCHER, Jan, FISCHER, Jakub. Měříme správně hrubý domácí produkt? Statistika, 2005, roč. 42, č. 3, s. 177–187. ISSN 0322-788x.
3. FISCHER, Jakub, SIXTA, Jaroslav. Implementation of the New ESA Standard into the Czech National Accounts: Capital Services and Related Issues. International Statistical Institute. In: *Bulletin of the International Statistical Institute 56th Session [CD-ROM]*. Lisabon, 2007.
4. HARRISON, A.: Measuring the contribution of non-financial assets to non-market production. *OECD, 2004*.
URL:<http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/AEG/papers/m2assets.pdf>
5. Links between Business Accounting and National Accounting. United Nations 2000.
6. Measuring Capital. a Manual of the Measurement of Capital Stocks, Consumption of Fixed Capital and Capital Services. OECD, Paris 2001.
7. SIXTA, J. The Estimates of Consumption of fixed capital. *8th International Scientific Conference - Applications of Mathematics and Statistics in Economy (AMSE 2005) in Wroclaw*.
8. SIXTA, Jaroslav. The Influence of the Revision of Consumption of Fixed Capital on GDP. In: *Statistics: Investment in the Future*.
http://www.czso.cz/sif/conference2004.nsf/i/national_accounts.
9. System of National Accounts 1993. United Nations, IMF, OECD, Eurostat, World Bank, New York 1993.
10. Bank, New York 1993.
11. www.czso.cz
12. www.euklems.net

KONTAKTY

Doc. Ing. Jakub Fischer, Ph.D., Ing. Jaroslav Sixta

KSTP FIS VŠE v Praze, KEST FIS VŠE v Praze, nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3

fischerj@vse.cz, sixta@vse.cz

Daňové preference neziskového sektoru

Tax preferences for nonprofit sector

Jarmila Fojtíková

Anotace

Příspěvek je zaměřen na problematiku zdanění neziskových organizací. Mapuje současné přístupy ke zdanění neziskového sektoru a existenci daňových úlev jako formy podpory vykonávání obecně prospěšné činnosti v zemích EU. Posuzovány jsou různé režimy daňové preference neziskového sektoru a komparovány modely uplatňované v systémech zdanění v zemích EU. Na příkladech jsou posouzeny dopady různých postupů zdaňování na daňovou povinnost neziskových organizací a jejich dárců.

Summary

The article deals with taxation problems of nonprofit organizations. The article focused on the current approaches to the taxation of nonprofit organizations and the existence of tax allowances as the form of supports of pursuance of public utility activity in the European Union. The paper deals with different modes of tax preference of nonprofit sector and compare models, that are used in the taxation systems in the European Union. In contents examples that shows an incidence of different tax techniques for tax liability of nonprofit organizations and their donors.

Klíčová slova

Neziskové organizace, modely zdanění, daňové úlevy, daňové dopady

Keywords

Nonprofit organizations, tax models, tax allowance, tax incidence

Úvod

Rozvoj neziskového sektoru lze ovlivňovat legislativními normami, které umožňují přímou nebo nepřímou veřejnou podporu neziskových organizací. Nepřímými nástroji této podpory jsou především **daňová zvýhodnění neziskových organizací a jejich dárců**, která jsou zakotvena v daňovém systému.

Koncepce zdanění neziskového sektoru je příslušnými odborníky řazena mezi strategické úkoly pro další období. Na základě doporučení Rady vlády pro nestátní neziskové organizace k programovacímu období 2007 – 2013 bude třeba zvážit, zda neresukturalizovat daňovou soustavu ve smyslu zvýšení a diferenciací daňových úlev podle míry obecné prospěšnosti neziskových organizací, zda novelizovat zákon umožňující neziskovým organizacím zdaňovat celkové příjmy nikoliv každý druh činnosti zvlášť, zda eventuálně zlepšit možnosti pro doplňkovou či podnikatelskou činnost neziskových organizací nebo nezavést institut daňových asignací. Změny v daňovém režimu neziskových organizací v ČR bude nezbytné posoudit také ve vztahu k existujícím systémům zdanění těchto organizací v zemích Evropské unie.

Cíl a použité metody

Cílem je identifikovat současné přístupy ke zdanění neziskových organizací v mezinárodním měřítku, tyto následně komparovat se současným stavem v České republice.

Poskytování daňových úlev bude zkoumáno ve vztahu k veřejné prospěšnosti, u neziskových organizací bude provedena komparace ve vztahu k činnostem, které tyto organizace vykonávají. Pozornost bude dále zaměřena na možnosti daňové preference na straně dárců, komparovány budou formy a metody uplatňování těchto úlev. Na základě aplikace metod na modelových situacích budou zhodnoceny dopady jednotlivých postupů zdaňování.

Přístupy ke zdanění neziskových organizací v Evropské unii

Základním důvodem pro existenci daňových úlev pro neziskové organizace je v zemích Evropské unie podpora vykonávání jejich obecně prospěšné činnosti. Ke zjišťování veřejně prospěšného statutu se využívají v praxi různé metody, mezi základní patří test základního účelu a test určení příjmu.

Test základního účelu zjišťuje, zda organizace, která je založena pro veřejně prospěšné účely, prioritně skutečně vykonává tyto veřejně prospěšné činnosti a nikoliv činnosti komerčního charakteru. Pokud by se např. zjistilo, že nezisková organizace vynaložila více než 50 procent svých zdrojů na komerční činnosti v daném zdaňovacím období, dané organizaci by byl odebrán veřejně prospěšný statut.

Test určení příjmu vyžaduje, aby nezisková organizace prokázala, že veškerý příjem byl nebo bude vynaložen na veřejně prospěšné činnosti, pro které byla nezisková organizace založena nebo zřízena.

Vedle vykonávání hlavní veřejně prospěšné činnosti mohou některé neziskové organizace provozovat také vedlejší (hospodářskou, doplňkovou) činnost. Za hlavní činnost neziskového subjektu se považují aktivity, pro které byl subjekt založen nebo zřízen. Vedlejší činnosti neziskového subjektu jsou aktivity, které je možno charakterizovat jako aktivní produkci a prodej zboží nebo služeb, obecně bývají charakterizovány jako obchodní a podnikatelské aktivity. Zdanění hospodářských činností se v jednotlivých státech liší, v zásadě je možné definovat **pět základních modelů**:²⁷

- model vynětí hospodářské činnosti ze zdanění,
- model plného zdanění hospodářské činnosti,
- model zdanění nepříbuzné hospodářské činnosti,
- model mechanického testu zdanění hospodářské činnosti,
- model preferenční daňové sazby.

Model vynětí hospodářské činnosti ze zdanění

V rámci tohoto modelu jsou příjmy z hospodářské činnosti neziskových organizací vyňaty ze zdanění daní z příjmů. Uplatnění plného vynětí bývá doplněno testem určení příjmů, tedy povinností veškeré příjmy vynaložit na veřejně prospěšnou činnost dané neziskové organizace.

Z důvodu omezeného přístupu ke kapitálu lze považovat nezdaňování hospodářské činnosti nevládních neziskových organizací za spravedlivé, protože částečně slouží k vyrovnání tohoto jejich handicapu. Při uplatnění tohoto modelu se mohou vyskytnout určitá rizika. Mohou se najít takoví podnikatelé, kteří budou využívat právní formy nevládní neziskové organizace k legálním daňovým únikům. z uvedeného důvodu je vhodné model vynětí z hospodářské činnosti ze zdanění uplatňovat velmi opatrně při legislativním ošetření všech uvedených souvislostí.

Model plného zdanění hospodářské činnosti

Příjmy z hospodářské činnosti neziskových organizací jsou v rámci tohoto modelu plně předmětem daně z příjmů při uplatnění běžných daňových sazeb. Model při běžných daňových sazbách bude uplatňován spíše ve státech nedemokratického charakteru, ve kterých stát vidí v neziskovém sektoru více oponenta než partnera.

²⁷ MAREK, J. Občanská společnost, neziskový sektor, principy a problémy zdanění, 1998.

Model zdanění nepřibuzné hospodářské činnosti

Příjmy z hospodářské činnosti neziskových organizací jsou předmětem daně jen pokud se týkají činností, které nejsou přibuzné s posláním organizace. Obsahové vymezení přibuzné a nepřibuzné hospodářské činnosti je však velmi obtížné. Správce daně se musí rozhodnout, zda se jedná o přibuznou či nepřibuznou hospodářskou činnost. Může také existovat sbírka rozhodnutí, která zpřesňuje výklad nezdaňovaných přibuzných činností podle hlavních druhů veřejně prospěšné činnosti. Při uplatňování uvedeného modelu se využívá test základního účelu. Doporučit lze také koncept posuzování hraničních případů správcem daně v předstihu před podáním daňového priznání.

Model mechanického testu zdanění hospodářské činnosti

Příjmy z hospodářské činnosti neziskových organizací jsou zdaněny z části, a to tak, že je zdaněna ta část příjmů z hospodářské činnosti, která přesahuje nezdaněnou částku stanovenou mechanickým testem. Pro stanovení nezdanitelné částky jsou možné tři přístupy:

- stanovit limit nezdanitelné části hospodářské činnosti, a to jako paušální vymezení maximálně možné výše státní podpory bez ohledu na skutečnou výši příjmů z přibuzných a nepřibuzných hospodářských činností,
- stanovit poměr, ve kterém se veškeré příjmy z hospodářské činnosti nevládních neziskových organizací dělí jakoby na část z přibuzné hospodářské činnosti a část z nepřibuzné hospodářské činnosti,
- volit kombinaci obou předchozích případů.

Stanovení výše limitu jako maximálního odpočtu je do značné míry vyjádřením přístupu vlády k podpoře občanské společnosti. Při uplatnění tohoto přístupu je vhodné použít test určení příjmu, tj. organizace musí prokázat, že příjem byl nebo bude vynaložen na veřejně prospěšné účely, pro které byla organizace založena. v případě neuplatnění tohoto testu by mohlo například dojít ke zneužití neziskové formy organizace k ziskové činnosti. Uplatňování mechanického testu na rozlišení poměrné části přibuzných a nepřibuzných hospodářských činností lze akceptovat, pokud poměr vychází z reálných statistických údajů a pokud dochází k průběžnému sledování vývoje v této oblasti.

Model preferenční daňové sazby

U tohoto modelu jsou příjmy z hospodářské činnosti neziskových organizací zdaněny preferenční daňovou sazbou ze všech příjmů nebo z části přesahující nezdaněnou částku. Některé státy se snaží použitím tohoto modelu předcházet možným prvkům šedé ekonomiky při globálním nezdaňování.

Daňové úlevy pro dárce

S daňovým zvýhodněním veřejně prospěšných činností souvisejí i daňové úlevy pro ty subjekty, kteří přispívají neziskovým organizacím svými finančními příspěvky a dary a tím rozšiřují objem jejich finančních prostředků. Na straně dárců existují různé formy takových zvýhodněných režimů.

První formou daňové preference je **tax credit**, kdy poplatník má možnost rozhodnout o odvodu části daně ve prospěch neziskového sektoru, nemá ovšem možnost přímo určit beneficianta. Tato forma financování neziskového sektoru není v praxi příliš využívána. Za další způsob podpory neziskového sektoru se považuje **tax rebate (daňová asignace)**, tedy možnost poukázat část daňové povinnosti přímo určenému subjektu. Třetí formou daňové preference je **tax deduction**, v tomto případě lze u dárce (fyzické nebo právnické osoby) snížit daňovou povinnost. Pro toto zvýhodnění je většinou stanoven limit. v praxi zemí Evropské unie se uplatňují **dvě metody** takového snížení daňové povinnosti:

- odpočet od základu daně,
- zápočet na daňovou povinnost.

U daru jako odčitatelné položky od základu daně je v jednotlivých zemích stanoven **limit pro takové zvýhodnění**. Ve Francii je umožněno fyzickým osobám uplatnit si dar jako odčitatelnou položku od základu daně při jeho poskytnutí na charitativní účely, politickým představitelům a politickým stranám. Uznatelný je dar maximálně do výše 10 % ze základu daně – v závislosti na povaze a typu organizace, jíž je předmětný dar určen. Podle německé právní úpravy je umožněno – oproti francouzské – poskytnout dar na charitativní účely jakožto odečitatelnou položku od základu daně v případě daně z příjmu právnických osob (ve většině evropských zemí nemůže právnická osoba vykázat dar neziskové organizaci jako náklad, jež by snižoval základ daně). Takový dar je v Německu limitován 5 % celkových příjmů. Otázkou je, zda mají stanovené limity pro takové účely smysl, neboť samotná možnost odčitatelnosti daru od základu daně nepředstavuje pro daňového poplatníka silný stimul, vždy pro něj znamená další náklad. v některých zemích není odpočet daru od základu daně vůbec umožněn. v České republice existuje limit pro fyzické osoby ve výši 10 % základu daně²⁸, právnické osoby mohou uplatnit odpočet hodnoty poskytnutých darů ve výši až 5 % svého daňového základu sníženého o jiné odpočty. Od roku 2006 byl zvýšen limit odpočtu od základu daně poskytovatelům darů veřejným vysokým školám a veřejným výzkumným institucím z pěti až na deset procent.

Tabulka 1 Podmínky pro daňové uplatnění darů u fyzických osob v některých zemích Evropské unie

země	metoda	min. limit	max. limit
Dánsko	odpočet	500 DKK	5 000 DKK
Estonsko	odpočet		5 % z příjmů
Francie	odpočet		10 % ze ZD
Irsko	odpočet		5 % z příjmů
Kypr	odpočet		
Lotyšsko	odpočet		20 % z příjmů
Lucembursko	odpočet	120 EUR	500 000 EUR nebo 10 % z příjmů
Německo	odpočet		5 % z příjmů
Nizozemí	odpočet	60 EUR nebo 1 % z příjmů	10 % z příjmů
Polsko	odpočet		10 % nebo 15 % ze ZD
Portugalsko	zápočet		25 % z darů, 15 % z daně
Řecko ²⁹	odpočet	100 EUR	10 % z příjmů
Slovensko	odpočet		3 % z příjmů
Španělsko	zápočet		15 – 20 % z darů
V. Británie	zápočet		

Zdroj: Zpracováno autorkou podle Nerudová, 2005, Široký, 2007

²⁸ § 15, odst. 8 – zákon 586/1992 Sb. o daních z příjmů v platném znění

²⁹ u darů státu, školství nebo charitě nejsou stanoveny limity

Pokud by tyto činnosti provozoval podnikatelský subjekt, vznikla by mu ztráta a neměl by žádnou daňovou povinnost. Uvažujeme-li neziskovou organizaci, která sleduje odděleně tyto čtyři činnosti, budou předmětem daně ty činnosti, ve kterých dosahuje zisku (tj. plavání a přípravný kurz). Po odečtení odpočtu, který může nezisková organizace využít dojdeme ke sníženému základu daně, který činí 10 000 Kč. $(130 + 180 - 300)$.

Tabulka 3 Základ daně s obecněji vymezeným posláním

Poslání organizace v rozlišení na jednotlivé činnosti (v tis. Kč)					Celkem (v tis. Kč)
	sportovní činnost		Vzdělávací činnost		
Výnosy	370	300	400	500	1570
Náklady	240	450	720	320	1730
Rozdíl	-20		-140		-160
Základ daně	0		0		0

Zdroj: Vlastní výpočty

Nezisková organizace má při obecněji vymezeném posláním možnost sledovat spolu činnosti, které spolu souvisí (tj. sportovní aktivity a vzdělávací aktivity). u sportovních aktivit společně dosáhne ztráty -20 tis Kč, při sledování vzdělávacích aktivit společně dosáhne též ztráty, která činí -140 tis Kč. Tudíž mu nevzniká žádná daňová povinnost a základ daně se rovná nule.

Z těchto modelů je zřejmé, že důležité je zvážení, jak podrobně činnosti ve stanovách vymezení. Neziskové organizace jsou tímto systémem nuceny k tomu, aby odhadovaly, jaké činnosti pro ně budou ziskové a které ztrátové a podle toho je uvést ve stanovách. Tím mohou získat úspory na daních.

Metoda odpočtu od základu daně

Uvažujme poplatníka (dárce), který se při různém základu daně rozhodne poskytnout dar ve výši 10 % ze základu. Pro srovnání je v prvním sloupci uváděna daňová povinnost poplatníka, který dar neposkytuje. v modelech není přihlíženo ke slevě na poplatníka ani k ostatním slevám podle § 35ba a § 35c.

Tabulka 4 Vliv poskytnutí daru na disponibilní příjem dárce (metoda odpočtu) při jednotné sazbě³⁰

ZD	Daň 1	DP1	Dar 10%	Daň 2	DP2	Změna DP	Změna daně
		3			6	7	8
1	2	1-2	4	5	1-4-5	(3-6)/4	(2-5)/4
100000	15000	85000	10000	13500	76500	0,85	0,15
200000	30000	170000	20000	27000	153000	0,85	0,15
300000	45000	255000	30000	40500	229500	0,85	0,15
400000	60000	340000	40000	54000	306000	0,85	0,15

Zdroj: Vlastní zpracování

Hodnota daru poskytnutého neziskové organizaci sníží disponibilní příjem u všech dárců o stejnou hodnotu, a to o 85 % a rovněž sníží jejich daňovou povinnost vůči státu o 15 %.

³⁰ Výpočet daňové povinnosti vychází ze zákona o daních, platného pro rok 2008.

Tabulka 5 Vliv poskytnutí daru na disponibilní příjem dárce (metoda odpočtu) při progresivní sazbě³¹

ZD	Daň 1	DP1	Dar 10%	Daň 2	DP2	Změna DP	Změna daně
		3			6	7	8
1	2	1-2	4	5	1-4-5	(3-6)/4	(2-5)/4
100000	12000	88000	10000	10800	79200	0,88	0,12
200000	29516	170484	20000	25716	154284	0,81	0,19
300000	53412	246588	30000	45912	224088	0,75	0,25
400000	83228	316772	40000	70428	289572	0,68	0,32

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud budeme uvažovat o zdanění progresivní sazbou, kdy s vyšším základem daně progresivně roste i sazba daně z příjmů fyzických osob, lze dojít k závěru, že u poplatníků s nižšími příjmy se poskytnutí daru projeví větším snížením disponibilních příjmů a menším snížením daňové povinnosti. u poplatníků s vyššími zdanitelnými příjmy je vliv na snížení disponibilního důchodu menší a zvyšuje se váha snížení daňové povinnosti.

Metoda zápočtu na daňovou povinnost

Nyní uvažujme poplatníky se stejnou výší základu daně při zdanění jednotnou sazbou a se stejnou relativní výší poskytnutého daru. Poplatník si může na svou daňovou povinnost započíst 40 %.

Tabulka 5 Vliv poskytnutí daru na disponibilní příjem dárce (metoda zápočtu)³²

ZD	Daň 1	DP1	dar 10 %	Zápočet 40 %	Daň 2	DP2	Změna DP	Změna daně
		3				7	8	9
1	2	1-2	4	5	6	3-(4-5)	(3-7)/4	(2-6)/4
100000	15000	85000	10000	4000	11000	79000	0,6	0,4
200000	30000	170000	20000	8000	22000	158000	0,6	0,4
300000	45000	255000	30000	12000	33000	237000	0,6	0,4
400000	60000	340000	40000	16000	44000	316000	0,6	0,4

Zdroj: Vlastní zpracování

ZD = základ daně

Daň 1 = daňová povinnost před započtením daru

DP 1 = disponibilní příjem před započtením daru

Daň 2 = daňová povinnost po započtení daru

DP 2 = disponibilní příjem po započtení daru

Změna DP = změna disponibilního příjmu

Dar je pro jednotlivé poplatníky konstruován tak, že každý využívá maximální možné odčitatelné položky, tedy 10 % základu daně. Hodnota daru sníží disponibilní příjem dárce v tomto případě o 60 % a rovněž sníží jeho daňovou povinnost vůči státu o 40 %. Váha změny disponibilního příjmu a váha změny daňové povinnosti bude u všech poplatníků stejná.

³¹ Výpočet daňové povinnosti vychází ze zákona o daních, platného pro rok 2007.

³² Výpočet daňové povinnosti vychází ze zákona o daních, platného pro rok 2008.

Metoda zápočtu je konstruována tak, aby dopad na disponibilní prostředky a daňovou povinnost byly rovné, bez ohledu na daňová pásma, ve kterých se poplatníci nacházejí. Oproti metodě odpočtu při progresivním zdanění příjmů se systém zápočtu jeví spravedlivý k různým příjmovým skupinám. Výhodnost metody zápočtu oproti metodě odpočtu při jednotné sazbě se odvíjí od výše daně, kterou lze na daň započítat.

Diskuse a závěr

V Evropské unii je současná právní úprava činnosti neziskových organizací plně na pravomoci členských zemí. Pro účely zdanění neziskových organizací je rozhodující vymezení obecně prospěšnosti, ta je však v členských zemích chápána různě. v jednotlivých zemích EU se liší přístup k daňovým úlevám a výhodám pro nestátní neziskové organizace. v některých zemích dokonce nejsou poskytovány žádné úlevy.

V praxi různých zemí se vymezuje obecná prospěšnost:

- individuálním posouzením stanoveným orgánem,
- obecným pravidlem,
- zákonným předpisem.

Zatímco v jiných zemích jsou daňové úlevy obvykle vázané na určitou definici veřejné prospěšnosti, u nás tato vazba zatím chybí. z toho plyne dílčí vymezování subjektů pro daňové úlevy v různých zákonech. Zacházení s neziskovými organizacemi v daňových zákonech je nejasné, zákony jsou vzhledem k nim často nespécifické a tudíž jim komplikují činnost i existenci. Jsou administrativně náročné i tam, kde je jejich cílem neziskové organizace podporovat. Interpretace neurčitých nebo složitých úprav je obtížná a úředníci jsou v jejich výkladu v praxi někdy nejednotní. Daňový systém ČR těmto organizacím ve většině stěžejních oblastí neumožňuje stanovit daňovou povinnost s dostatečnou mírou jistoty. Příčin tohoto stavu je více. Patří mezi ně zejména:

- Neexistence definice neziskového sektoru a veřejně prospěšných činností v právním systému české republiky obecně – zákony upravující jednotlivé typy neziskových organizací sice více či méně úspěšně absenci této definice suplují, v obecné rovině ji však nahradit nemohou.
- Definice NNO používané v jednotlivých daňových předpisech jsou konstruovány zejména za účelem striktního vymezení okruhu poživatelů jednotlivých typů osvobození a úlev a jakákoliv odchylka od vymezené definice má za následek ztrátu těchto osvobození či úlev. Není přitom brán zřetel na skutečný charakter činnosti – tedy zda je daná aktivita vykonávaná s úmyslem provozovat ji nevýdělečně či podnikatelsky.
- Nedostatečné či vůbec žádné legislativní definování hlavní a vedlejší činnosti v obecných a ve vazbě na to i v daňových zákonech.

Aktivita neziskových organizací mohou být posuzovány různým způsobem. Hrubý příjem, získaný neziskovou organizací ať obchodem či podnikáním, může být:

- **osvobozen** od daně z příjmů ,.
- **vždy předmětem** daně z příjmů. Model nestanoví žádné preferenční podmínky pro neziskovou organizaci.. Hospodářská činnost se stává předmětem daně.
- předmětem daně mohou být **vybrané příjmy** nad rámec neziskových činností. Předmětem daně jsou pak jen příjmy z vybraných činností nepříbuzných poslání, ostatní činnosti jsou osvobozeny nebo vyjmuty z předmětu daně.
- **z části předmětem daně a částečně osvobozeny** (až do výše limitu).

Český systém zdanění příjmů NO vychází se čtvrtého modelu. Zdanění má svá specifika, hovoří se o **zvláštním daňovém režimu**. Zvláštní postup spočívá zejména v povinnosti rozlišovat ziskovou a ztrátovou hlavní činnost organizace. Při agregovaném vymezení činností organizace došlo ve sledovaném modelu k vzájemné kompenzaci ziskových a ztrátových činností (viz tabulka 3), zatímco při detailním vymezení k úplné kompenzaci ziskových a ztrátových činností nedochází. Ve dvou dílčích činnostech došlo k dosažení zisku (viz. tabulka 2). Každé neziskové organizaci je umožněno snížit si základ daně o zvláštní odčitatelnou položku. Jestliže je základ daně nižší nebo roven 300 tisíc Kč, mohou neziskové organizace využít odčitatelnou položku, což může částečně kompenzovat neuváženě vymezené poslání. Neziskové organizace, jejichž základ daně nepřekročí uvedenou částku a splní podmínky pro její uplatnění, mají upravený základ daně nulový, ať je jejich poslání vymezeno obecně nebo podrobně.

S daňovým zvýhodněním veřejně prospěšných činností souvisejí i daňové úlevy pro ty subjekty, kteří přispívají neziskovým organizacím svými finančními příspěvky a dary a tím rozšiřují objem finančních prostředků, které mohou neziskové organizace na financování veřejně prospěšných činností používat. Na straně dárců existují různé formy takových zvýhodněných režimů, jedná se o tax deduction, tax credit a **tax rebate (daňová asignace)**. Lze konstatovat, že z důvodu nezatěžování nákladové strany a možnost přímo určit beneficianta představují daňové asignace u daňových poplatníků nejoblíbenější formu preference neziskového sektoru. z ekonomického hlediska lze však předpokládat spíše negativní důsledky. Systém daňových asignací se neslučuje s principem daně jako platby, která nezakládá právo na určování jejího použití, zavedení daňových asignací je nesystémovým zásahem do daňové soustavy, znamená zneprůhlednění daňového systému. Ve prospěch daňových asignací nehovoří také pouze symbolická výše daňové asignace a předpokládaná časová a administrativní náročnost jejího uplatňování.

Česká republika stojí nyní před úkolem dokončení přeměny právního řádu novelami zákonů, které budou upravovat činnost neziskových organizací spolu s rozumnou úpravou daňových výhod, a to i s případným řešením problematiky udělování těchto výhod na základě statutu veřejné prospěšnosti.

Seznam použité literatury

MAREK, J. *Občanská společnost – neziskový sektor, principy a problémy zdanění*. habil. práce. Brno: 1998.

NERUDOVA, D. *Harmonizace daňových systémů zemí Evropské unie*. 1. vyd. Praha: ASPI, 2005. 236 s. ISBN 80-7357-142-0.

ŠIROKÝ, J. *Daně v Evropské unii*. 2. aktualiz. vyd. Praha: LINDE PRAHA, 2007. 256 s. ISBN 978-80-7201-649-5.

Zákon č. 588/1992 Sb., o daních z příjmů, v platném znění.

Jarmila Fojtíková, Ing.

Masarykova univerzita, Ekonomicko – správní fakulta, Lipová 41a, 602 00 Brno

Tel.: 549494167, fax: 549491720, e-mail: jarmfo@econ.muni.cz

Městská zeleň Znojma z pohledu obyvatel i návštěvníků

Municipal greenery in Znojmo from citizens and visitors point of view

Miroslav Foret

Anotace

Příspěvek prezentuje hlavní poznatky z vlastního marketingového výzkumu, realizovaného ve Znojmě v březnu 2008. Empirické šetření zaměřené na městskou zeleň ve Znojmě provedli studenti Soukromé vysoké školy ekonomické Znojmo. Předložené statistické zpracování srovnává názory obyvatel s názory návštěvníků. Výsledky potvrdily, že městská zeleň je vnímána jako důležitá složka životního prostředí ve městě, přispívá k atraktivitě Znojma a je využívána k odpočinku.

Klíčová slova: městská zeleň, marketingový výzkum, obyvatelé, návštěvníci, cestovní ruch, životní prostředí

Abstract

The paper presents the main results from own marketing research, conducted in Znojmo in March 2008. Empirical survey devoted to municipal greenery in Znojmo was done by the students of Private College of Economic Studies in Znojmo. Presented statistical results compare the opinions of citizens with the opinions of visitors. The conclusions corroborate the statement that the municipality greenery is an important part of urban environment. Municipality greenery increases attractiveness of the town of Znojmo and enables rest and recreation its citizens.

Key words: municipal greenery, marketing research, citizen, visitors, tourism, environment,

Úvod

V návaznosti na předchozí prezentované příspěvky v minulých ročnících této mezinárodní vědecké konference (FORET, 2006) a (FORET, 2007), byl také letos realizován další vlastní marketingový výzkum pro Městský úřad Znojmo. Tentokrát byl zaměřen na městskou zeleň. Obecně tvoří městskou zeleň velice široká soustava takových míst jako jsou lesy a lesoparky, přírodní nelesní zeleň, louky a pastviny, zeleň ve sportovně rekreačních areálech a areálech volného času, parky, parkově upravené plochy, historické zahrady, zeleň veřejných prostranství, ulic a parkovišť, doprovodná zeleň pozemních komunikací, zeleň zahrad individuální obytné zástavby, předzahrádky, zeleň dětských hřišť, zeleň ploch občanského vybavení (školy, školky, jesle, obchodní, administrativní, zdravotnická a sociální zařízení atd.), zeleň výrobních a skladových areálů a ploch technické infrastruktury, zahrádky a zahrádkářské kolonie, sady a zahrady, zahradnictví a izolační zeleň (dřeviny oddělující obytné soubory od průmyslových staveb a průmyslových zón). Konkrétně ve Znojmě tvoří městská zeleň celkem 120 ha.

Pro potřeby operacionalizace jsme se zaměřili na následující tři hlavní složky městské zeleně:

1. parky a sady,
2. uliční stromořadí,
3. dětská hřiště.

U každé nás zajímalo, zda jí je ve Znojmě dostatek, zda jí je věnována dostatečná odborná péče a zda jí je tato péče věnována dostatečně často. Tímto způsobem jsme tři baterie otázek.

V úvodu rozhovoru jsme zařadili tři dotazy na důležitost a využívání městské zeleně:

1. Je městská zeleň důležitou složkou životního prostředí města?
2. Přispívá městská zeleň k atraktivitě Znojma?
3. Jak často využíváte městskou zeleň ke své relaxaci?

Pro všechny zmiňované položky jsme použili pětistupňovou škálu hodnocení, pouze v jednom případě (otázka č. 3) byla použita hrubší třístupňová škála.

Za identifikační otázky jsme zvolili pohlaví, věk, nejvyšší ukončené školní vzdělání a na závěr nás zajímalo, zda je dotazovaný trvale bydlícím obyvatelem Znojma či pouze jeho návštěvníkem.

Cíl a metoda

Podobně jako v předchozích ročnících i v letošním letním semestru provedli studenti oboru Marketing a management SVŠE Znojmo v rámci výuky předmětu Marketingový výzkum pro Městský úřad Znojmo vlastní empirické šetření názorů obyvatel i návštěvníků tohoto města na městskou zeleň. v obou případech jsme kladli stejné otázky, v obou případech byla použita stejná technika osobních rozhovorů. Obyvatelé města byli vybíráni kvótním postupem, u návštěvníků se použila náhodná oslovení. Vlastní dotazování proběhlo od 19. do 31. 3. 2008. Celkem bylo provedeno 405 rozhovorů, z toho 204 s obyvateli a 201 s návštěvníky Znojma.

Při statistickém zpracování jsme se zejména snažili nalézt odlišnosti mezi oběma základními skupinami respondentů – tzn. mezi obyvateli a návštěvníky.

Výsledky

Statistické zpracování jsme zaměřili hlavně na zachycení rozdílů mezi názory obyvatel města a jeho návštěvníků. Postupně si probereme jednotlivé otázky.

Důležitost městské zeleně pro životní prostředí

Podle 91 % dotazovaných je městská zeleň důležitou složkou životního prostředí. Rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou velmi malé, což potvrzuje i nízká hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,1.

Přispívá městská zeleň k atraktivitě Znojma

Podle 85 % obyvatel i návštěvníků přispívá zeleň k atraktivitě Znojma. Rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou i tentokrát velmi malé, což potvrzuje i nízká hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,08.

Četnost využívání městské zeleně

Více než dvě třetiny (68 %) využívají městskou zeleň k relaxaci alespoň občas. Pouze necelá třetina ji nevyužívá nikdy. Rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou i tentokrát velmi malé, což potvrzuje i nízká hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,1.

Dostatek parků a sadů ve Znojmě

Téměř polovina (49 %) je toho názoru, že ve Znojmě je dostatek parků a sadů.

V odpovědích obyvatel a návštěvníků se tentokrát objevily zřetelné rozdíly, což potvrzuje i vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,34.

Dostatečná odborná péče parkům a sadům

Následně nás zajímalo, zda je parkům a sadům ve Znojmě věnována dostatečná odborná péče. Převažily kladné odpovědi (44 %) nad zápornými (26 %) – tzn. lidé se častěji domnívají, že parkům a sadům ve Znojmě je věnována dostatečná odborná péče.

V odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou opět zřetelné rozdíly, což potvrzuje opět vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,29.

Dostatečně častá péče parkům a sadům

Touto otázkou jsme chtěli zjistit, zda se podle respondentů věnuje parkům a sadům ve Znojmě péče dostatečně často. Četnosti kladných (28 %) i záporných odpovědí (30 %) jsou v tomto případě docela vyrovnané, ovšem největší část respondentů (41 %) nedokázala na tuto otázku odpovědět.

Také v tomto případě jsou zřetelné rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků, což potvrzuje opět vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,33.

Dostatek uličních stromořadí ve Znojmě

Polovina dotázaných tvrdí, že ve Znojmě je dostatek uličních stromořadí.

Rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou tentokrát menší, což potvrzuje i nižší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,23.

Dostatečně odborná péče uličním stromořadím

Téměř polovina (45 %) dotazovaných si myslí, že uličním stromořadím ve Znojmě je věnována dostatečně odborná péče, 27 % respondentů to vidí opačně a téměř shodné procento nedokázalo odpovědět.

Rozdíly v názorech obyvatel a návštěvníků jsou znovu větší, což potvrzuje i hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,33.

Dostatečně častá péče uličním stromořadím

Více než třetina (35 %) respondentů si myslí, že Znojmo věnuje uličním stromořadím péči dostatečně často. Další téměř třetina si myslí opak a největší část (37 %) nedokázala odpovědět.

Rozdíly v odpovědích obyvatel a návštěvníků jsou značné, což dokazuje také vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,36.

Dostatek dětských hřišť ve Znojmě

Častěji si lidé myslí, že dětských hřišť je nedostatek (40 %) než dostatek (30 %).

Rozdíly v odpovědích mezi obyvateli a návštěvníky jsou viditelné, což potvrzuje také vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,35.

Dostatečně odborná péče dětským hřištím

Opět největší část (36 %) respondentů si myslí, že ve Znojmě není péče o dětská hřiště dostatečně odborná, 29 % zastává opačný názor a zbývajících 35 % neví.

Rozdíly v názorech obyvatel a návštěvníků potvrzuje i vyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,41.

Dostatečně častá péče dětským hřištím

Konečně nás zajímalo, zda je podle respondentů věnována dětským hřištím dostatečně častá péče. Opět převažují negativní odpovědi na kladnými. Pouze čtvrtina dotázaných odpověděla, že je o dětská hřiště pečováno dostatečně často. Naopak 30 % je opačného názoru – tzn. že o dětská hřiště není pečováno dostatečně často a 44 % dotázaných nedokázalo říct.

Rozdíly v odpovědích a návštěvníků potvrzuje i nejvyšší hodnota Pearsonova koeficientu kontingence 0,43. Vždyť více než dvě třetiny návštěvníků nedokázaly na tuto otázku odpovědět.

Závěr

Nejprve si zrekapitulujme základní zjištění:

- *městská zeleň je pro velkou většinu obyvatel (88 %) Znojma i jeho návštěvníků (94 %) důležitou složkou životního prostředí,*
- *městská zeleň podle velké většiny obyvatel (84 %) i návštěvníků (87 %) přispívá k atraktivitě Znojma,*
- *že městskou zeleň ke své relaxaci využívají téměř tři čtvrtiny obyvatel Znojma,*
- *58 % obyvatel a pouze 39 % návštěvníků se zdá, že ve Znojmě je dostatek parků a sadů,*
- *46 % obyvatel a 41 % návštěvníků si myslí, že parkům a sadům je ve Znojmě věnována dostatečně odborná péče,*
- *40 % obyvatel si myslí, že parkům a sadům ve Znojmě není péče věnována dostatečně často, opačného názoru je 35 %,*
- *polovina (52 %) obyvatel i návštěvníků (48 %) si myslí, že ve Znojmě je dostatek uličních stromořadí,*
- *více než polovina (52 %) obyvatel a skoro 40 % návštěvníků si myslí, že znojemským uličním stromořadím je věnována dostatečně odborná péče,*
- *43 % obyvatel a 26 % návštěvníků domnívá, že o uliční stromořadí ve Znojmě je pečováno dostatečně často,*
- *skoro polovině (48 %) obyvatel a třetině (32 %) návštěvníků připadá, že ve Znojmě je nedostatek dětských hřišť. Menší část (38 %) obyvatel a 20 % návštěvníků tvrdí opak,*
- *46 % obyvatel a 27 % návštěvníků si myslí, že znojemským dětským hřištím není věnována dostatečně odborná péče. Opačný, kladný názor zastává 41 % obyvatel a 27 % návštěvníků,*
- *43 % obyvatel a 18 % návštěvníků si myslí, že o dětská hřiště není pečováno dostatečně často. Opačného názoru je 36 % obyvatel a 13 % návštěvníků.*

Zatímco v prvních třech otázkách (význam městské zeleně pro životní prostředí města, městská zeleň přispívá k atraktivitě Znojma a využití městské zeleně pro relaxaci) byly názory obyvatel Znojma a návštěvníků v zásadě shodné, ve zbývajících případech již byly rozdíly výraznější. Největší jsme zaznamenali u dětských hřišť, o nichž většina návštěvníků Znojma příliš neví.

Porovnáme-li hodnocení zvolených tří složek městské zeleně ve Znojmě, nejlépe byly vnímány *parky a sady*: podle 49 % dotázaných jich je ve Znojmě dostatek, 44 % si myslí, že jim věnována dostatečně odborná péče a podle 28 % je tato péče dostatečně častá. Ještě o něco málo příznivěji byla hodnocena *uliční stromořadí*: polovina dotazovaných odpověděla, že je ho ve Znojmě dostatek, 45 % si myslí, že je mu věnována dostatečně odborná péče a 35 % považuje tuto péči za dostatečně častou. Nejhůře dopadlo vnímání *dětských hřišť*: jejich počet se zdá dostatečný pouze 30 % dotázaných, podobně pouze 29 % považuje péče o ně za odbornou a dokonce jen 25 % dostatečně častou.

Rovněž stojí za pozornost skutečnost, nakolik byli respondenti schopni se k těmto třem zvoleným složkám městské zeleně ve Znojmě vyjadřovat. v případě parků a sadů nedokázalo odpovědět pouze 5 %, u uličního to bylo již 13 % a v případě dětských hřišť dokonce 30 %. Uvedené údaje nepochybně vypovídají také o tom, nakolik dotazování vůbec vnímají, všímají si a případně i navštěvují tři sledované složky městské zeleně ve Znojmě.

Znojemská radnice by tedy měla nejen věnovat *větší péči* městské zeleni, konkrétně častěji pečovat o parky a sady, vybudovat více dětských hřišť atd., ale rovněž o těchto aktivitách *více informovat* občany i návštěvníky města. k tomu by mohla využít místní sdělovací prostředky, zejména své radniční noviny, případně další propagační materiály a hlavně ukazatele (směrovky) navádějící zájemce na pěkná místa pro procházku, odpočinek i zábavu, zejména dětí. v tomto směru by nepochybně pomohlo, kdyby fotografie s popisem těchto míst byly umístěny na webových stránkách města Znojma.

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.

Literatura:

FORET, M. *Znojmo z pohledu obyvatel i návštěvníků*. In: Sborník z mezinárodní vědecké konference Nové trendy – nové nápady 2006, SVŠE Znojmo 23. – 24. 11. 2006, s. 24 – 28, ISBN 80 – 239 – 8268 – 0

FORET, M. *Marketingový výzkum image Znojma*. In: Sborník příspěvků 2. mezinárodní vědecké konference Nové trendy - nové nápady 2007, 1. vydání, SVŠE Znojmo 2007, s. 72 - 74, ISBN 978-80-903914-2-0

Adresa

Prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc., Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, Václavské nám. 132/6, 669 02 Znojmo, Česká republika, e-mail: foret@svse.cz

Sociální ekonomie – nový přístup

Social Economics – a New Approach

Kamil Fuchs

Anotace:

Problematika sociální ekonomie přitahuje pozornost zejména v obdobích, kdy kulminují hospodářské problémy a v oblasti ekonomie dochází k vyostřování konfrontace existujících přístupů. Nejinak tomu bylo poté, kdy se počátkem 70. let minulého století ocitla ve stavu hluboké krize neokeynesiánská doktrína. v posledních desetiletích vyúsťuje průběh diskusí o sociální ekonomii do preciznější snahy o vymezení obsahu (předmětu) sociální ekonomie. Vzniká tedy základní otázka, kam zařadit sociální ekonomii v širokém spektru ekonomického myšlení. Formuje se svébytný směr nebo se jedná především o reakci na skutečnost, že v soudobé ekonomii se zúžil a v některých přístupech zanikl prostor pro zohledňování sociálních otázek souvisejících s hospodářskou činností lidí a společností? Základním krokem pro zformování odpovědi je pokus o vymezení obsahu pojmu sociální ekonomie. v této souvislosti se nabízí využít pojetí presentovaného v jednom ze stěžejních děl J. Macka: Sociální ekonomika. Vše nasvědčuje tomu, že jeho pojetí neztrácí na aktuálnosti a nabízí odpovědi na otázky, které si klade i soudobá sociální ekonomie.

Klíčová slova: Sociální ekonomie, normativní ekonomie, pozitivní ekonomie, J. Macek.

Keywords: Social economics, normative economics, positive economics, J. Macek.

Problém sociální ekonomie je ve skutečnosti vedlejším produktem vývoje ekonomické teorie. Mnohé ze základních otázek, které formovaly ekonomické myšlení, byly svým obsahem sociální a nebo byly vnímány v těsné vazbě na sociální kontext. Samotné hospodářství, které je předmětem zájmu ekonomie, je soustavou, která je produktem společnosti a její hospodářské aktivity. Sociální otázky jsou neoddělitelně spjaty s významnými mezníky vývoje společnosti, hospodářství i ekonomie. Můžeme je identifikovat např. jako jednu ze základních dimenzí, na kterých byla rozvíjena kritika klasické školy politické ekonomie. Je nepochybné, že stály v pozadí zrodu prvních skutečně alternativních ekonomických teorií (např. historická škola v Německu). Skutečností však je, že právě vzednutí sociálních kontextů hospodářského vývoje poloviny 19. století vyústilo v průběhu marginalistické revoluce do úniku ekonomie k pozitivnímu výkladu.

Termín sociální ekonomie se od posledních desetiletí 19. století s jistou pravidelností objevuje v různých dobových souvislostech. „Název vědy má potud význam, že nevhodný název vzbuzuje u nezavěšených chybnou představu o předmětu a účelu té které vědy“ napsal ve svém rozsáhlém díle Josef Macek.³³ Tento postoj vezměme za prostředek, s jehož pomocí budeme obsah pojmu identifikovat, neboť mnohé z Mackových názorů mohou být dobrým vodítkem ve složité problematice i v současnosti.

Samotný pojem se se zvýšenou intenzitou prosazuje především tehdy, dochází-li v ekonomické teorii ke střetu přístupů a vyostřování kontroverzí. s vědomím, že časové vymezení problému je výrazně starší, můžeme soudobé úvahy o sociální ekonomii chápat jako vedlejší, ale nezastupitelný a nutný produkt procesu změny v ekonomickém myšlení, který vstoupil do historie jako marginalistická revoluce. Po dlouhých desetiletích (měřeno dějinami ekonomické vědy) či staletích (v kontextu vývoje ekonomického myšlení), kdy pojednávání o ekonomických otázkách bylo včleněno do kontextu zvyšování hmotného, případně peněžního bohatství společnosti, nastal dramatický zlom. Marginalismus

³³ Macek, J.: Sociální ekonomika. Kurs národního hospodářství. Praha. Nakladatelství České garfické unie a.s., 1948. str. 20.

představoval vykročení směrem k vyloučení sociálního kontextu a s ním spojených otázek z předmětu zkoumání. Odmítl hodnotové soudy a programově je negoval uplatňováním metodologického individualismu. Tím byl vyslán podnět k vyjasňování si otázek přístupu ke zkoumání hospodářských otázek a souvislostí zejména pokud se jedná o vztah hospodářství a společnosti.

Na uvedenou skutečnost ekonomové reagovali různými způsoby, a to dokonce i některé z významných osobností stojící v popředí snahy vymezit ekonomii jako pozitivní a čistou vědu. Proto můžeme v literatuře zabývající se problematikou sociální ekonomie nalézt přístupy, které označují za sociálního ekonoma L. Walrase, přičemž to není výjimečné a ojedinělé hodnocení.³⁴ Rugina v uvedené stati odlišuje Walrase jako teoretika, ale představuje tuto výraznou osobnost marginalismu rovněž jako sociálního reformátora, a to především v souvislosti s pracemi publikovanými na počátku a na sklonku kariéry³⁵. Skutečností je, že se Walras při pojednáních o charakteru ekonomie vždy jednoznačně vyslovoval, že ekonomie má být čistou vědou, stejně jako vědy exaktní, zejména matematika a fyzika. Důsledně odlišoval mezi vědou, uměním a etikou, přičemž sociální ekonomii řadil do etiky. Toto komplikuje jeho zařazení jako sociálního ekonoma. Walras byl vyhraněně pozitivistickým teoretikem ekonomie a z tohoto pohledu je jeho přiřazování do sociální ekonomie přinejmenším problematické. Nepochybně si všiml různých jevů souvisejících s fungováním hospodářství, jejichž dopad na společnost vnímal jako projevy nedokonalosti zasluhujících si nejen pozornost, ale rovněž nápravu, jejich obsah ani řešení však nespojoval s posláním a funkcí ekonomie.

Rovněž vývoj českého ekonomického myšlení nabízí možnost ujasnit si základní souvislosti týkající se vymezování sociální ekonomie. Poměrně výrazné stopy v něm budou založeny skutečností, že se formovalo v prostředí, kde historicky byl sociální kontext fungování hospodářství včleňován do samotného základu přístupu. Svou roli sehrála skutečnost, že se zde učení klasické školy politické ekonomie a s tím spjatý abstraktně logický přístup nerozvinul do systematického výkladu, ale formování ekonomické vědy bylo provázeno jednak setrvačným přetrváváním vlivů kameralistiky na jedné straně a postupným narůstáním vlivu německé historické školy (s významným sociálním obsahem) na straně druhé. Postupný průnik západoevropské liberálně založené ekonomie a rodící se rakouské psychologické školy vyústoval do výkladu, který byl dělen způsobem, o němž pojednávají ve svých dílech A. Bráf³⁶ a na něj navazující autoři, včetně výše uváděného J. Macka.

J. Macek ve své Sociální ekonomice věnuje mimo jiné pozornost i názvu vědy a pro vědu hospodářskou používá název ekonomika a jako její základní charakteristiku uvádí její přiřazení mezi vědy sociální, neboť: „jejím předmětem je život člověka ve společnosti, pojatý z hlediska hospodářského, t.j. s toho, s něhož se jeví vědomé lidské činy, instituce a jiné skutečnosti sociálního života jakožto uspokojování lidských potřeb podle zásady hospodárnosti. Takto pojaté skutečnosti se nazývají jevy hospodářskými.“³⁷ Posláním hospodářské vědy je, jak dále zdůrazňuje, objevovat pravidelné souvislosti mezi hospodářskými jevy. v této souvislosti je vhodné poukázat i na následující pasáže, kde je uvedeno, že „správné poznání souvislostí mezi hospodářskými jevy je podmínkou úspěchu při

³⁴ Např. RUGINA, A. N.: Leon Walras: The Pure Scientist Versus the Social Reformer, *International Journal of Social Economics*, 1982, Vol. 9, Is. 3, pp. 3 – 40, ISSN 0306-8293

³⁵ Podle J. Duškové se jedná především o práce: *L'Economie Politique et la Justice (Examen Critique et Refutation des Doctrines Economiques de P. J. Proudhon Précédés d'une Introduction à L'Etude de la Question Sociale)*, 1860 a dále práci *Etudes d'Economie Sociale: Théorie de la Production de la Richesse Sociale*, 1896

³⁶ Bráf, A.: *Život a dílo*, 2. díl: Výbor statí z nauky národohospodářské, 2. vyd., vydal Gruber J., Praha. Vesmír, 1923

³⁷ Macek, J.: *Sociální ekonomika. Kurs národního hospodářství*. Praha. Nakladatelství České grafické unie a.s., 1948. str. 18.

snaze je udržovat, jsou-li příznivé, nebo je měnit, když nevyhovují. „...Zjišťování souvislostí mezi hospodářskými jevy po stránce kvalitativní i kvantitativní ... je úkolem theoretické ekonomiky. Ekonomika praktická jakožto věda používá poznatků ekonomiky theoretické k tomu, aby ukázala, jaké prostředky dlužno volit k určitým cílům“³⁸

V tomto je obsažen i kontext upřednostnění termínu sociální ekonomika, i když samotný Macek jej evidentně považuje za nikoliv nezbytně nutný. „Poměrně nejvhodnější zdá se název ekonomika sociální, třebaš tento přívlastek je nadbytečný, a dlužno jej ospravedlňovat jen snahou nahradit úzké přívlastky „národní“ a „politická“ termínem širším, lépe zdůrazňujícím charakter této vědy.“ v tomto kontextu považuje za zcela adekvátní výše zmíněný název ekonomika s tím, že ji doporučuje třídit na ekonomiku všeobecnou, politickou a podnikovou. „Ekonomikou všeobecnou se míní ten způsob studia sociálních jevů, který v nich hledí pochopit to, co je v nich specificky ekonomického – tedy vylučuje vliv institucí politických, právních, náboženských, mravních atd., a usiluje o formulování zákonů čisté ekonomiky.“³⁹ Přívlastek sociální je tedy v tomto přístupu chápán jako nadbytečný proto, že samotné hospodářské jevy v sobě obsahují sociální rozměr, který je chápán jako neoddelitelný od obsahu a nutně obsažený v poznávaných souvislostech mezi hospodářskými jevy. Jak napovídá předchozí citace, jde dokonce o to, že ekonomie všeobecná identifikuje co je specificky ekonomického v sociálních jevech.

Vymezování sociální ekonomie

Není náhodou, že poslední významná vlna diskusí o „definování“ sociální ekonomie se začala rozvíjet právě v 70. letech 20. století, která představují významný mezník spojený s krizí hlavního proudu. Diskuse se soustředila především na stránkách *Review of Social Economy* a vrcholila koncem 70. let (Dugger, Hunt). k pochopení obsahu je možno využít Duggerův článek, který je fakticky prvním pokusem o bližší vymezení obsahu sociální ekonomie. Charakteristické v jeho přístupu je, že sociální ekonomii chápe jako vědu o problémech určitým způsobem znevýhodněných lidí (národnostní menšiny, neúplné rodiny, staří či nemocní lidé atd.). Jejím účelem je použít získané znalosti k nápravě. Ve svém článku⁴⁰ uvedl pět charakteristik sociální ekonomie, které níže rozvedeme:

- jedná se o hodnotově orientovaný přístup,
- smyslem jejího studia je zlepšit stávající situaci (forma společenské změny),
- sociální ekonomové by měli být v rámci svých možností aktivní (přispívat ke změně),
- vychází z holismu,
- společnost je chápána jako organický celek.

Jak zdůrazňuje J. Dušková⁴¹, podle Duggera čistě pozitivní věda neexistuje. Absolutně objektivní poznání není možné už jen proto, že je spojeno s člověkem. Můžeme však dospět k objektivním závěrům, pokud si jasně stanovíme hodnotové předpoklady. Důsledně rozlišuje hodnotové soudy (judgements) a hodnotové předpoklady (premises). Zatímco soudy by se ve vědě objevovat neměly, předpoklady vytvářejí rámec vědeckého zkoumání. Vzhledem k povaze hodnot se Dugger odvolává na židovsko-křesťanskou tradici a humanismus. Dugger rozlišuje tři přístupy ke společenské změně: zachovávání a obrana současného stavu, radikální revoluční změna a postupné přizpůsobování směrem k ideálu. Právě posledně zmíněný přístup je charakteristický pro sociální ekonomii. Jedním z cílů sociální ekonomie je využít získaných

³⁸ Tamtéž, str. 19.

³⁹ Tamtéž str. 21.

⁴⁰ DUGGER W. R.: *Social Economics: One Perspective*, *Review of Social Economy*, 1977, Vol. 35, No. 3., str. 299 – 310, ISSN 0034-6764

⁴¹ Dušková, J.: *Současná sociální ekonomie a její zdroje*. Brno, ESF 2008, str. 10.

poznatků o světě k jeho „zušlechtění“. Aktivní přístup sociálních ekonomů přímo vychází z jejich pohledu na společenskou změnu.

Pokud se jedná o holismus⁴² je postaven do protikladu s redukcionismem, který vnímá společnost (celek) jako prostý souhrn jednotlivých subjektů (prvků). Chování subjektů a jejich vzájemné vztahy ovlivňují utváření společnosti, která zase zpětně ovlivňuje je. Sociální ekonomie není ohraničená ekonomii, tzn. že by její zkoumání končilo u mimoekonomických faktorů. Musí jít dále a vysvětlit podstatu problému, ať jeho kořeny leží v kterékoli oblasti (sociologie, psychologie, politologie aj.). Otázkou tedy je, zda je určitý faktor při řešení problému relevantní, a nikoli zda je ekonomický či mimoekonomický. Společnost je vnímána jako určitý typ organismu, jehož části ovšem mohou mít různé (i konfliktní) vztahy. Vycházíme-li z holismu, potom je organický přístup logickým vyústěním. Studiem celku můžeme získat poznatky o částech. Naopak v přístupu atomistickém díky studiu jednotlivých částí poznáváme celek. Sociální ekonomie samozřejmě také zkoumá individua, ale již s ohledem na instituce či společenské uspořádání, v němž žijí.

Při analýze Diggerových postojů je zřejmé, že se jednotlivé charakteristiky vzájemně doplňují, případně podmiňují (snaha o zlepšování navozuje aktivní přístup, holismus vede k organickému přístupu atp.). Za zvýraznění dále stojí omezení oblasti ekonomie na problémy (zejména chudobu) znevýhodněných osob. Oproti konzervativní ekonomii je předmět sociální ekonomie značně zúžen (chudoba) a v zápětí opět rozšířen (zkoumání mimoekonomických jevů). Diggerova sociální ekonomie je problémově orientovaná. Jejím účelem je nalézt, prosadit a realizovat řešení, které povede ke „zlepšení“.

Druhým z přístupů, v tomto případě z pozice marxistické ekonomie, vymezuje E. K. Hunt sociální ekonomii pomocí tří kritérií. Jeho výklad je poměrně rozsáhlý. s jistou mírou zjednodušení je možno obsah zkoncentrovat do následujících charakteristik:⁴³

- Člověk a společnost v níž žije, jsou ve vztahu vzájemné interakce. Základní činnosti (používání nástrojů, výroba a rozdělování) jsou společně všem společenským uspořádáním⁴⁴, ale liší se tím, jaké instituce slouží k jejich zabezpečení.
- Sociální ekonomie je normativní. Zejména má komplexně a kriticky hodnotit hospodářská společenství.
- Sociální ekonomové by se (mimo jiné) měli zaměřit na čtyři otázky týkající se institucí: historický vývoj studovaných společenských vztahů a institucí, přiměřenost těchto institucí pro uspokojování lidských potřeb, jsou-li obecně přijaty, jaký bude jejich pravděpodobný vývoj v budoucnu a konečně také konkrétní možnosti jejich změny, přizpůsobení nebo zrušení a nahrazení, pokud jsou uznány za neefektivní v uspokojování potřeb a naplňování lidského potenciálu.

Pro pochopení prvního kritéria je potřeba rozvést, jak Hunt vnímá člověka a jeho vztah se společností. Ekonomické chování lidí je ovlivněno, jednak vrozenými vlastnostmi, jako jsou obecně pojaté potřeby a potenciál, jednak společenskými institucemi, vztahy a procesy charakteristickými pro konkrétní společenský systém. Odtud plyne, že potřeby a potenciál jsou společné všem lidem. Společenské zřízení určuje do jakého konkrétního přání se potřeby transformují a jak se podaří rozvinout lidský potenciál.

⁴² Směr (zejm. biologický) zdůrazňující celostnost a pokládající celek za něco vyššího než souhrn částí“ Blíže např. Kraus a kol. Nový akademický slovník cizích slov, Praha: Academia, 2005,

⁴³ Blíže: Hunt E. K.: The Normative Foundations of Social Theory: An Essay on the Criteria Defining Social Economy, *Review of Social Economy*, 2005, Vol. 63, No. 3, str. 423 – 445, ISSN 0034-6764

⁴⁴ tradiční kmenová ekonomika, otrokářství, feudalismus, kapitalismus, socialistické hospodářství

Pokud se jedná o druhé kritérium, rozšiřuje oblast zkoumání, z úzkého chápání člověka na široké (potenciál, různé úrovně potřeb). Zahrnuje tedy studium společnosti, a to ne pouze jediného typu společnosti – kapitalistické, ale všech typů a soustřeďuje pozornost i na instituce. Všechny tyto kroky vedou k začlenění morálních kategorií (morální potřeby) a srovnávání (společenských uspořádání a institucí), tudíž nutně vyúsťuje do hodnocení, a proto sociální ekonomie nemůže být založena na pozitivizmu.

Hodnocení společenského systému zakládá Hunt na hledisku, který systém je efektivní pro naplňování všech tří kategorií potřeb. Například kapitalismus je dle jeho názoru velmi efektivní při uspokojování fyzických potřeb, již méně při naplňování společenských potřeb a ze své podstaty téměř neumožňuje uspokojování potřeb morálních.

Třetí kritérium obsahuje čtyři otázky, kterými by se sociální ekonomové měli zabývat, přičemž je můžeme shrnout do jedné: Jak nejlépe změnit současné společenské uspořádání? Každé změně má předcházet důkladná analýza předešlého vývoje a současné situace a prognóza budoucího vývoje. Ovšem nejdůležitější otázka se týká cíle. Podle Huntů musíme vědět jakého společenského uspořádání chceme dosáhnout. Uvádí, že cílem je takový systém, kde dojde k efektivnímu uspokojení všech potřeb a rozvinutí lidského potenciálu. Sociální ekonomie má směřovat k „lepší společnosti“, přičemž obsah tohoto pojmu odpovídá marxistické profilaci autora.

Solidarista William R. Waters se pokusil o definování sociální ekonomie ve své prezidentské řeči na setkání Asociace sociální ekonomie 29. prosince 1987. o rok později tato definice vyšla v tištěné podobě a obsahuje pokus o vymezení sociální ekonomie následujícím způsobem: *„Hlavním záměrem sociální ekonomie je vysvětlení ekonomiky v jejích nejširších aspektech, tj. ukázání jak se lidé vyrovnávají s běžnými úkoly použití lidských a fyzických zdrojů k dosažení určité úrovně materiálního zabezpečení. Vysvětlení zahrnuje kulturní, politické a etické prvky, protože jsou nutné pro plné pochopení. Jako každá ekonomická teorie i sociální ekonomie má tři části: filozofický základ, který může být a nemusí odrazem filozofického základu či étosu společnosti, kterou ekonom studuje... Druhou částí disciplíny je popis významných charakteristik ekonomiky. Ekonom musí být schopen pojmut celou šíři ekonomické reality a vybrat ty charakteristiky, které jsou podstatné. Tyto dvě části dohromady, filozofická východiska a empirické pozorování, určují třetí část disciplíny a tou je sociální hospodářská politika. Politická doporučení jsou tedy kombinací dvou předešlých.“*⁴⁵

V této definici se objevuje ekonomie jako věda o použití zdrojů k dosažení zabezpečení, což je velice blízké Robbinsově definici, z níž čerpá i současná ekonomie.⁴⁶ Nicméně Waters přidává některé další prvky.

Především zdůrazňuje, že sociální ekonomie má zahrnovat nejširší aspekty a s modelovým zjednodušením skutečnosti se musí pracovat velmi opatrně. v úvahu mají být brána veškerá dostupná fakta a skutečnosti. Oblast zkoumání je omezena na materiální zabezpečení. Vzhledem k uváděnému kontextu se musíme ptát, zda se jedná o chybu v definici nebo je tato redukce záměrem autora. Pokud uznáme omezení oblasti zkoumání, aplikují v jejím rámci sociální ekonomové co nejširší pohled zahrnující vedle ekonomického i další hlediska, neboť ekonomické vysvětlení má být rozšířeno o kulturní, politické a etické.

Podstatná je pasáž, která rozlišuje tři základní prvky ekonomické vědy. Jedná se především o filozofický základ, který odlišuje jednotlivé směry a proudy ekonomického myšlení.

⁴⁵ WATERS W. R.: Social Economics: a Solidarist Perspective, *Review of Social Economy*, 1988, No. 2, Vol. 46, p. 113 . ISSN 0034-6764

⁴⁶ Poznámka: L. Robbins ve své známé definici zdůrazňuje, že ekonomie je věda zkoumající lidské chování jako vztah účelu a omezených prostředků s alternativním využitím.

Zvolený filozofický základ jednoznačně ovlivní to, jak ekonom popíše a co uzná za významné charakteristiky ekonomiky. Zachytit a popsat celou realitu je velmi obtížné, pokud to vůbec lze. Proto hraje velmi významnou roli náš výběr. Od zvoleného výběru se odvíjí, co poté budeme z vybraných údajů vyvozovat a zda bude možné závěry zobecnit pro celou společnost nebo její určitou část.

Definice obsahuje popis jevů, přičemž samotný popis je výrazným znakem pozitivismu, ale normativnost Watersova pojetí je založena předem, odkazem na filozofické východisko.

„Praktická“ část ekonomie je zde nazývána sociální hospodářskou politikou (social economic policy). Můžeme se domnívat, že ji Waters chce odlišit už v názvu od hospodářské politiky běžně používané v rámci neokonzervativní ekonomie. Kdybychom se soustředili na vztah sociální a hospodářské politiky, potom lze dovodit, že u konzervativních směrů je sociální součástí hospodářské politiky a u sociální ekonomie je to naopak: sociální politika v sobě zahrnuje politiku hospodářskou.

Závěr

Uvedené charakteristiky potvrzují, že v obsahovém vymezení se projevují společné znaky, které se J. Dušková pokusila vyjádřit v obecné charakteristice společného přístupu.⁴⁷ Současně je však možno poukázat na jisté nejednotnosti, které signalizují, že vedle přístupu směřujícímu k vymezení sociální ekonomie jako směru, se projevuje i v současnosti tendence obsažené ve výše zmíněném přístupu J. Macka, který byl presentován výše uváděnými citacemi.⁴⁸

Summary

This article is devoted to social economics as an approach to economic theory. It is possible to take social economics as an external product of the marginalist revolution. The revolution with its methodological individualism opened a discussion about different approaches to economic problems. We can find reactions in the Czech economic thinking (Macek) as well as in the world (Walras).

[1] BRÁF, A., *Život a dílo*, 2. díl: Výbor statí z nauky národohospodářské, 2. vydání, vydal GRUBER J., Praha: Vesmír, 1923, 197 s.

[2] DUGGER W. R., Social Economics: One Perspective, *Review of Social Economy*, 1977, Vol. 35, No. 3., str. 299 – 310, ISSN 0034-6764

[3] DUŠKOVÁ, J.: Současná sociální ekonomie a její zdroje. Brno ESF, 2008.

[4] HUNT E. K., The Normative Foundations of Social Theory: An Essay on the Criteria Defining Social Economy, *Review of Social Economy*, 2005, Vol. 63, No. 3, str. 423 – 445, ISSN 0034-6764

[5] MACEK, J.: Sociální ekonomika. Kurs národního hospodářství. Praha. Nakladatelství České garfické unie a.s., 1948.

[6] RUGINA, A. N., Leon Walras: The Pure Scientist Versus the Social Reformer, *International Journal of Social Economics*, 1982, Vol. 9, Is. 3, pp. 3 – 40, ISSN 0306-8293

[7] WATERS W. R., Social Economics: a Solidarist Perspective, *Review of Social Economy*, 1988, No. 2, Vol. 46, pp. 113 – 143, ISSN 0034-6764

Kamil Fuchs, prof., PhDr., CSc.
katedra ekonomie a financí
SVŠE Znojmo
fuchs@svse.cz

⁴⁷ Blíže v citované práci.

⁴⁸ Blíže poznámky č. 6 a 7.

Veřejné výdaje v ČR - trendy vývoje vybraných položek⁴⁹

Public Expenditures in the Czech Republic - Analysis of Trends

Bojka Hamerníková, Alena Maaytová

Anotace:

Příspěvek je zaměřen na analýzu vývoje veřejných výdajů ČR v komparaci s vývojem HDP. Vzhledem k předpokladu o prorůstovém charakteru vybraných druhů výdajů, se analýza podrobněji zaměřuje na jejich **dynamiku** a prosazující se trendy. Předkládaný příspěvek vychází z prvního období řešení projektu v rámci GAČR č. 402/08/1134 „Nové přístupy k optimalizaci rozpočtové a fiskální politiky na posílení fiskální disciplíny“ a zejména z analýzy vlivu veřejných výdajů na fiskální disciplínu.

Klíčová slova:

veřejné výdaje, Grangerova kauzalita, metodika GFS, metodika ESA

Analýzu vývoje veřejných výdajů (celkem a dle jednotlivých položek) a faktorů jejich dynamiky lze považovat za klíčovou z hlediska zefektivnění fiskální disciplíny. Veřejné výdaje spolu s veřejnými příjmy (zejména daněmi) tvoří „rub i líc stejné mince“. Věčným problémem rozpočtové politiky je rozpor mezi tlakem na růst veřejných výdajů na straně jedné a tlakem na snížení daňového břemene na straně druhé.

Analýza vývoje veřejných výdajů a faktorů jejich dynamiky je aktuálním problémem nejen u nás, ale všude na světě. Důvodem toho jsou následující trendy:

- růst objemu veřejných výdajů,
- zvyšování podílu veřejných výdajů na HDP,
- růst podílu transferů na celkových veřejných výdajích,
- růst podílu tzv. dluhové služby.

Výsledky provedené analýzy vývoje veřejných výdajů v rámci ČR jsou prvními výstupy autorek v rámci tříletého výzkumu a jako takové si žádají další ověření a hlubší interpretce (výzkum je zaměřen na celou oblast rozpočtové a fiskální politiky).

V prvním kroku se zaměříme na **vývoj objemu a struktury veřejných výdajů od r. 1997 do r. 2007**. Údaje o vývoji veřejných výdajů podává následující tabulka. z grafu 1 je zřejmá struktura veřejných výdajů. Pokud jde o podíl jednotlivých druhů veřejných výdajů, první místo zaujímají výdaje na tzv. konečnou spotřebu (cca 48%), druhou nejvýznamnější položkou jsou sociální dávky jiné než naturální (přibližně 28%), dále pak hrubá tvorba fixního kapitálu (10%), dotace (6%), ostatní výdaje (5,5%) a úroky (2,5%).

⁴⁹ Předkládaný příspěvek vychází z prvního období řešení projektu GA ČR č. 402/08/1134 „Nové přístupy k optimalizaci rozpočtové a fiskální politiky s důrazem na posílení fiskální disciplíny“.

Tabulka 6: Vývoj objemu veřejných výdajů v letech 1997-2007 (v mld. Kč)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Výdaje celkem	782,5	861,7	879,6	915,4	1046,5	1141,2	1219,5	1270,5	1342,3	1409,6	1507,2
Výdaje na konečnou spotřebu vlády	379,3	399,7	440,6	460,9	496,7	549,5	603,2	621,6	658,5	684,7	713,1
a) kolektivní spotřeba	181,4	187,4	217,3	232,1	241,7	271,2	305,6	296,5	329,7	342,2	356,4
b) individuální spotřeba	198	212,3	223,3	228,9	254,9	278,3	297,6	325,1	328,8	342,5	356,7
-- z toho přírodní sociální transfery	95,2	104,8	111,1	115,4	127,5	142,1	150,2	160,7	167,4	171,2	185,8
-- z toho transfery indiv. netr. výrobků	102,8	107,6	112,2	113,5	127,5	136,2	147,3	164,3	161,4	171,3	170,9
Sociální dávky jiné než přírodní	208,1	225,6	243,8	263,9	280,5	305,1	315,6	361,9	376,4	407,4	453,9
Úroky	20,3	23,2	21,2	18,4	23,8	30,5	29,3	32,6	34,4	35,5	40,3
Dotace	49,3	57,9	61,1	61	65,4	56,6	68,2	59	54,7	61,4	62,6
Hrubá tvorba fixního kapitálu	77,3	83,8	67,7	79,1	83,4	95,2	117,2	136,4	146,5	161,5	171,2
Ostatní výdaje	48,2	71,6	45,2	32,1	96,7	104,3	86	59	71,8	59,2	66,1

Poznámka: Hodnota kolektivních služeb poskytovaných celé společnosti nebo jejím specifickým skupinám, tj. výdaje na veřejné služby, obranu, bezpečnost, justici, ochranu zdraví, životní prostředí, vědu a výzkum, rozvoj infrastruktury a hospodářství.

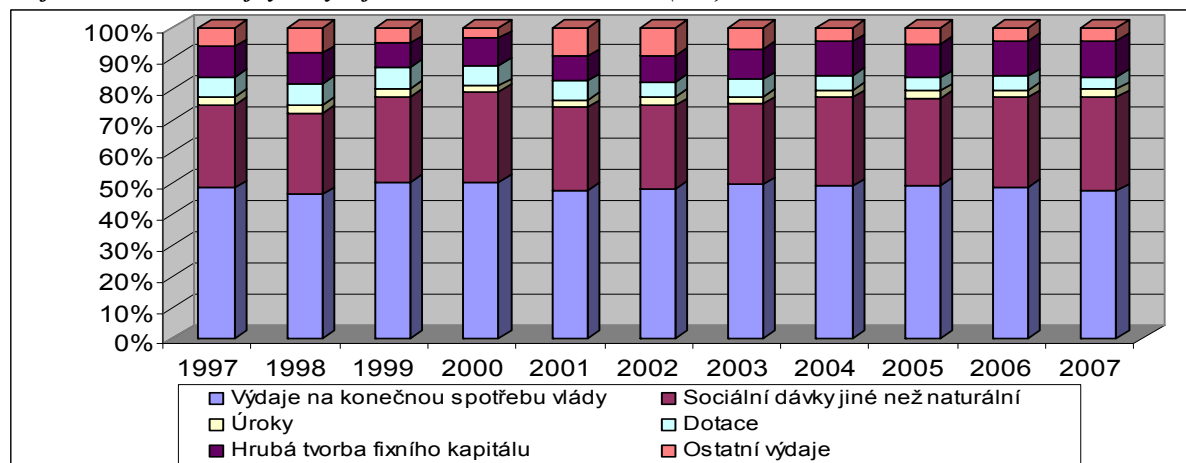
Naturální sociální dávky a transfery zboží a netržních služeb) odpovídají individuálním statkům a službám poskytnutých vládními institucemi domácnostem, ať byly pro potřeby domácností zakoupeny na trhu, či jsou výsledkem jejich netržní produkce (např. částky, které zaplatily zdravotní pojišťovny zdravotnickým zařízením jako ekvivalent služeb poskytnutých domácnostem).

Hodnota netržního zboží a služeb (tj. netržní produkce školství, zdravotnictví, bydlení, kultury, sportu apod.), které domácnosti získávají zdarma nebo téměř zdarma od vládních institucí.

Od roku 2004 včetně plateb pojistného za tzv. státní pojištěnce (úprava nemá vliv na deficit, protože ve stejné výši jsou zvýšeny i příjmy).

Zdroj: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

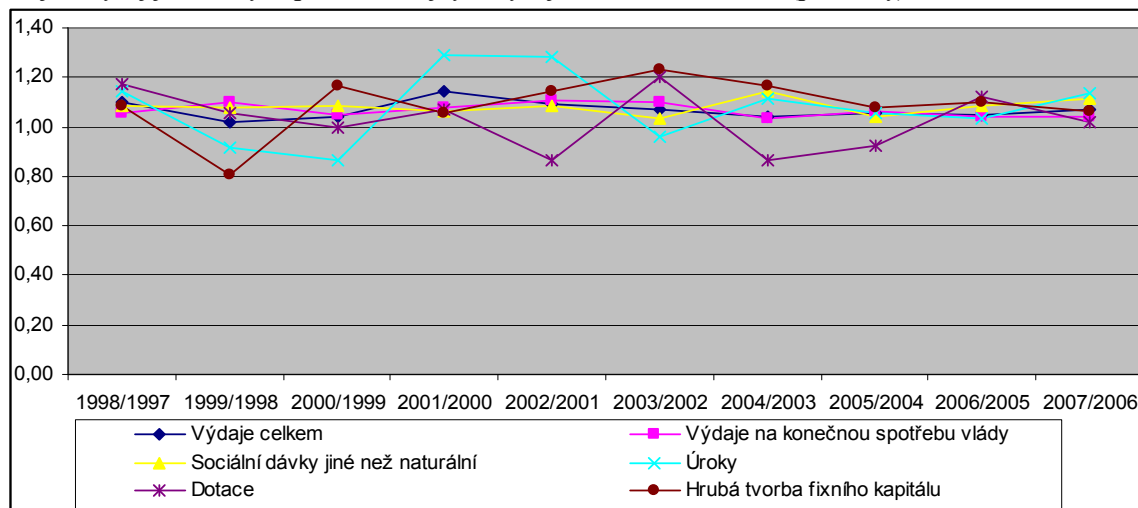
Graf 1: Struktura veřejných výdajů v ČR v letech 1997-2007 (v %)



Zdroj: vlastní propočty na základě dat z http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

Pro potřeby analýzy je potřebné zjistit, jaký byl vývoj jednotlivých výdajových položek ve sledovaném období. z grafu 2 je patrný rozdílný vývoj jednotlivých výdajů. Větší výkyvy jsou u položek: úroky (vazba na absolutní vývoj dluhu a na výši úroků), hrubá tvorba fixního kapitálu a dotace (vazba na dotační politiku), oproti tomu vývoj položek sociální dávky jiné než přírodní a výdaje na konečnou spotřebu vlády je celkem stabilní. Vzhledem k tomu, že poslední zmínované položky tvoří okolo 70% z celkových výdajů, je zřejmé, že i vývoj celkových výdajů byl stabilní.

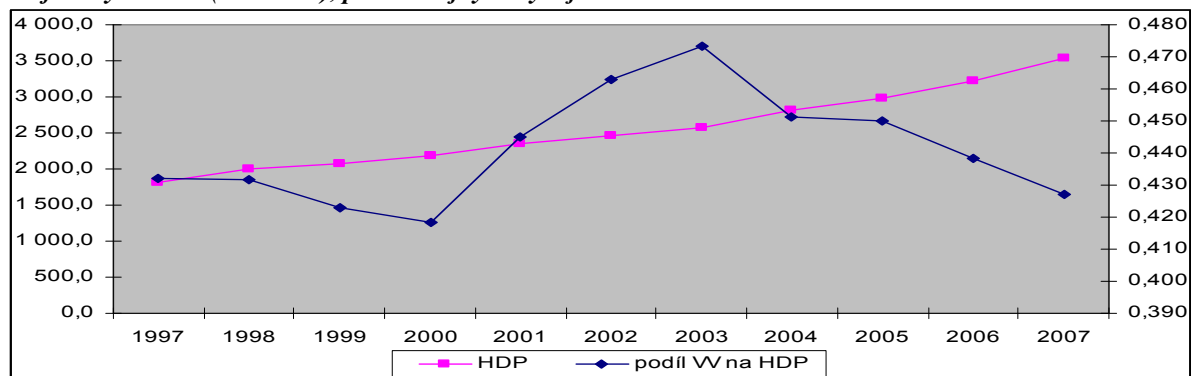
Graf 2: Vývoj jednotlivých položek veřejných výdajů v letech 1997-2007 (přírůstky)⁵⁰



Zdroj: vlastní propočty na základě dat z http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

Sám o sobě však tento vývoj nevyovídá nic o tom, jak se veřejné výdaje měnily ve vztahu k měnícímu se výkonu ekonomiky. v další části se proto zaměříme na vývoj HDP a na analýzu podílu veřejných výdajů na HDP.

Graf 3: Výše HDP (v mld. Kč), podíl veřejných výdajů na HDP



Zdroj : vlastní propočty na základě dat z:

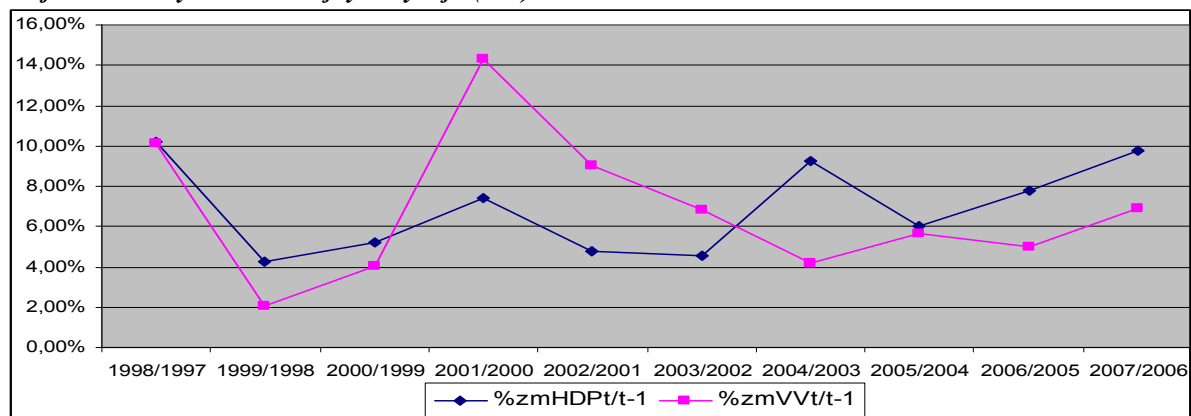
[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/\\$File/HLMAKRO.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/$File/HLMAKRO.xls)

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

Oproti plynulému růstu HDP je vývoj podílu veřejných výdajů na HDP rozkolísaný. Zatímco v letech 1997-2000 docházelo k poklesu tohoto podílu, v letech 2000 - 2003 došlo k jeho výraznému růstu. v posledním období tj. období let 2004-2007 tento podíl klesá. Uvedený vývoj dokazuje i graf 4, ve kterém je sledována procentní změna HDP a procentní změna veřejných výdajů.

⁵⁰ v grafu není zahrnuta položka „ostatní výdaje“, důvodem jsou výrazné rozdíly, přírůstky v intervalu 0,63 – 3,12.

Graf 4: Přírůstky HDP a veřejných výdajů (v %)



Zdroj: vlastní propočty na základě dat z:

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/\\$File/HLMAKRO.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/$File/HLMAKRO.xls)

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

Pro podrobnější analýzu vztahu mezi veřejnými výdaji a vývojem HDP byla v tomto textu aplikována tzv. Grangerova kauzalita. Jde o sledování vztahu mezi vývojem veřejných výdajů a HDP (případně obráceně) přičemž jedna veličina je sledována v jiném časovém období. Uvedený postup umožňuje hledat odpověď na otázky:

- [1] závisí vývoj jednotlivých položek veřejných výdajů v roce t na vývoji HDP v roce $t-j$?
- [2] závisí vývoj HDP v roce t na vývoji jednotlivých položek veřejných výdajů v roce $t-j$?

Statistická data neumožňují sledovat kauzalitu jinou než časovou. Znamená to, že určení příčin a následků můžeme odvodit jedinečně z hlediska časové následnosti. Grangerův přístup ke kauzalitě (řešení vztahu závislosti) je následující:

$$VV_t = f(\text{HDP}_{t-j}), \text{ kde} \quad (1)$$

VV_t - jsou veřejné výdaje v období t

HDP_{t-j} - je HDP v období $t-j$

Pokud je tento vztah kvalitnější (stabilnější v čase, měřeno pomocí variačního koeficientu) než obrácená kauzalita

$$\text{HDP}_t = f(VV_{t-j}), \text{ kde} \quad (2)$$

j - je zpoždění

t - je období

pak podle Grangerova pojetí kauzality říkáme, že veřejné výdaje jsou důsledkem vývoje HDP v minulém období. Kauzalita byla sledována :

- 1) v období $t-1$,
- 2) v období $t-2$,
- 3) v období $t-3$.

V následujících tabulkách jsou uvedeny variační koeficienty pouze pro některé výdajové položky. u výdajů úroky, dotace, hrubá tvorba fixního kapitálu a ostatní výdaje byl variační koeficient vysoký tzn. vývoj v čase nebyl stabilní.

Tabulka 2: Grangerova kauzalita pomocí variačního koeficientu (závislost jednotlivých položek veřejných výdajů v období t na vývoji HDP v období $t-j$)

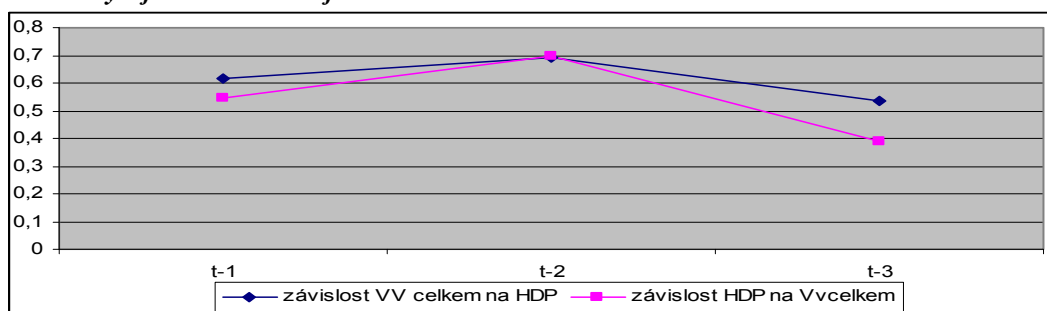
	$t-1$	$t-2$	$t-3$
veřejné výdaje celkem	0,615	0,692	0,536
výdaje na konečnou spotřebu	0,451	0,540	0,702
výdaje na sociální dávky jiné než naturální	0,567	0,560	0,575

Tabulka 3: Grangerova kauzalita pomocí variačního koeficientu (závislost vývoje HDP v období t na vývoji jednotlivých výdajových položek v období $t-j$)

	$t-1$	$t-2$	$t-3$
veřejné výdaje celkem	0,546	0,700	0,391
výdaje na konečnou spotřebu	0,565	0,553	0,624
výdaje na sociální dávky jiné než naturální	0,683	0,589	0,445

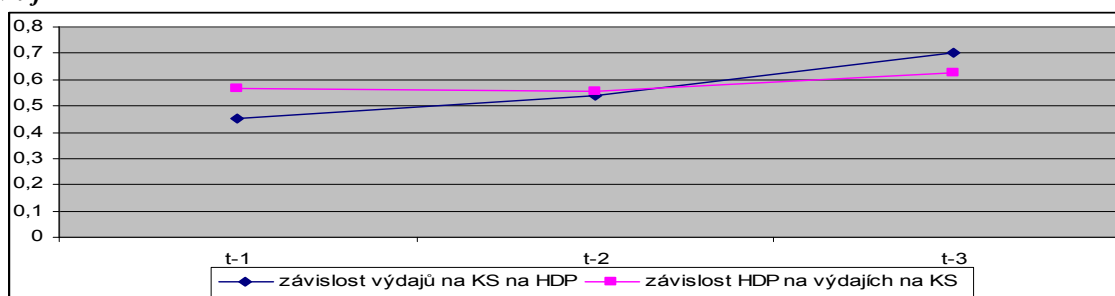
Zobrazení získaných výsledků v grafu umožňuje lépe hodnotit variační koeficienty.

Graf 5: Variační koeficient- závislost celkových veřejných výdajů v t na vývoji HDP v $t-j$, závislost HDP v t na vývoji VV celkem v $t-j$



Z grafu vyplývá, že variační koeficient je menší u (HDP závisí na veřejných výdajích celkem) pro dvě a stejná pro jedno zpoždění, to znamená, že kauzalita je spíše: vývoj HDP závisí na veřejných výdajích celkem

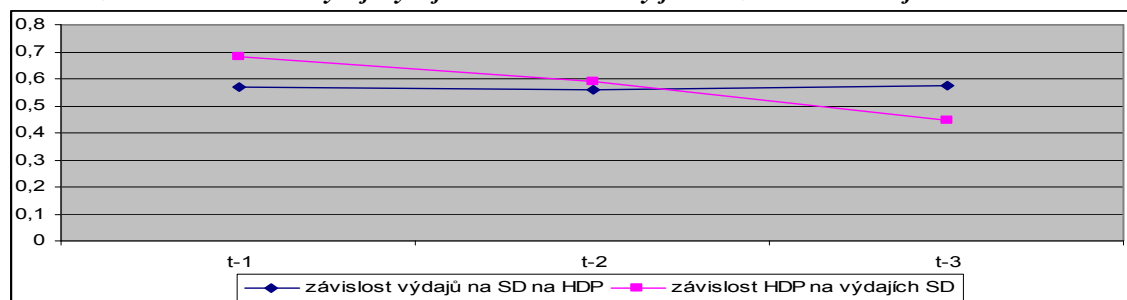
Graf 6: Variační koeficient- závislost výdajů na KS v t na vývoji HDP $t-j$, závislost HDP t na vývoji VV celkem v $t-j$



Graf 6 říká, že na základě získaných výsledků není možno potvrdit kauzalitu mezi HDP a výdaji na konečnou spotřebu. Obdobný závěr je možno učinit i z grafu 7, tzn., že nebyla prokázána kauzalita mezi HDP a výdaji na sociální dávky.⁵¹

⁵¹ Pro potvrzení či vyvrácení kauzality je zapotřebí provést analýzu i s větším časovým zpožděním.

Graf 7: Variační koeficient- závislost výdajů na sociální dávky jiné než naturální v t na vývoji HDP t-j, závislost HDP t na vývoji výdajů na sociální dávky jiné než naturální v t-j



Pro analýzu objemu a struktury veřejných výdajů je možno dále použít funkční klasifikaci veřejných výdajů v rámci klasifikace Government Finance Statistics (dále GFS). Metodika GFS 1986 (resp. GFS 2001) je metodikou Mezinárodního měnového fondu (MMF) a je používána k sestavení návrhů rozpočtových dokumentů (např. státního rozpočtu nebo státního závěrečného účtu) a v rámci predikcí vývoje veřejných financí.

Tabulka 4: Funkční klasifikace veřejných výdajů v rámci klasifikace GFS v letech 1999-2006 (v mld.Kč)

		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	TOTAL EXPENDITURE	796,2	866,5	957,5	1054,5	1109,6	1158,2	1260,5	1362,1
1	General Public Services	43,6	49,6	54,0	57,5	60,4	77,0	87,4	92,4
2	Defense	33,9	36,7	36,2	39,9	45,1	50,1	56,0	60,5
3	Public Order & Safety	38,1	41,3	42,8	47,4	52,4	38,0	41,0	45,5
4	Education	81,0	81,7	91,4	101,9	110,2	116,3	122,8	133,4
5	Health	124,1	130,3	145,3	155,1	167,5	175,2	185,7	199,2
6	Social Security & Welfare	269,1	290,6	308,8	331,3	347,3	358,5	372,7	406,6
7	Housing & Community Amenities	58,81	63,4	65,8	71,1	78,1	84	84	89,7
8	Recreation, Cultural Religious Affairs & Services	18,4	20,8	22,6	24,9	26,4	30,0	30,9	37,4
9-13	Economic Affairs & Services	111,1	118	148	169,2	177,4	183,7	227,5	246,8
14	Other Expenditures	28,0	44,3	52,8	67,4	57,0	56,1	65,9	64,9
	Adj. for employer contribution at the same level of government	-10,2	0,517	-10,461	-11,477	-12,679	-13,0	-13,6	-14,44

Zdroj: http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11687.html

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11639.html

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11614.html

http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html

Tabulka 5: Grangerova kauzalita pomocí variačního koeficientu (závislost vybraných položek veřejných výdajů dle GFS v období t na vývoji HDP v období t-j)

	t-1	t-2
Education	0,3470	0,3397
Health	0,4108	0,1849
Social Security, Welfare	0,3545	0,2966
Recreation, Cultural, Religious Affairs Services	0,5825	0,5024
Total expenditures	0,2823	0,4293

Tabulka 6: Grangerova kauzalita pomocí variačního koeficientu (závislost vývoje HDP v období t na vývoji vybraných výdajových položek dle GFS v období $t-j$)

	$t-1$	$t-2$
<i>Education</i>	1,3633	0,8264
<i>Health</i>	0,3602	0,5494
<i>Social Security, Welfare</i>	0,4289	0,4147
<i>Recreation, Cultural, Religious Affairs Services</i>	0,7665	0,7953
<i>Total expenditures</i>	0,4936	0,4996

Z předcházejících tabulek vyplývá, že vztah $VV_t = f(\text{HDP}_{t-j})$ je kvalitnější (tj. stabilnější v čase, měřeno pomocí variačního koeficientu) než vztah $\text{HDP}_t = f(VV_{t-j})$. Dle Grangerova pojetí kauzality tedy platí, že veřejné výdaje klasifikované dle metodiky GFS jsou důsledkem vývoje HDP v minulém období.

Závěr

Předkládaný příspěvek vychází z prvního období řešení projektu v rámci GAČR č. 402/08/1134 „*Nové přístupy k optimalizaci rozpočtové a fiskální politiky na posílení fiskální disciplíny*“ a zejména z analýzy vlivu veřejných výdajů na fiskální disciplínu.

V příspěvku byla zjišťována kauzalita mezi vývojem veřejných výdajů (při použití klasifikace ESA a GFS) a vývojem HDP s různým časovým zpožděním. Provedená analýza ukazuje na určité trendy v dané oblasti a na určité makroekonomické souvislosti. v další části výzkumu bude provedeno testování statistické významnosti vybraných vazeb na souboru dat za země OECD. Cílem je ověřit, zda zjištěné souvislosti mají obecnější platnost.

Použité zdroje:

- [1] HAMERNÍKOVÁ, B., MAAYTOVÁ, A. a kol.: Veřejné finance. ASPI, Praha 2007.
- [2] Lisabonská strategie pro růst a zaměstnanost, zpráva skupiny odborníků pod předsednictvem W. Koka. Brusel, listopad 2004.
- [3] Národní Lisabonská program (Národní program reforem ČR) 2005 - 2008. Praha, Úřad vlády ČR, říjen 2005.
- [4] Zpráva o plnění Národního Lisabonského programu 2005/2008, Národního programu reforem České republiky. Česká republika, říjen 2007.
- [5] [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/\\$File/HLMAKRO.xls](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr:_makroekonomicke_udaje/$File/HLMAKRO.xls)
- [6] http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html
- [7] http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/ek_fiskalni_vyhledy_39959.html
- [8] http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11614.html
- [9] http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11639.html
- [10] http://www.mfcr.cz/cps/rde/xchg/mfcr/xsl/vlad_fin_stat_11687.html

doc. Ing. Bojka Hamerníková, CSc.

Vysoká škola finanční a správní, o.p.s., Estonská 500, 101 00 Praha 10
bojka.hamernikova@vsfs.cz tel.: +420 210088859

Ing. Alena Maaytová, Ph.D.

Vysoká škola ekonomická v Praze, nám. W. Churchilla 4, 130 67 Praha 3
maaytova@vse.cz tel.: +420 24099192

Transparentnost veřejných a soukromých organizací při provozování veřejných sbírek

Transparency of the public and private organisations by the pursuit of the public collections

Marie Hladká

Anotace

Neziskový sektor v České republice je ze strany veřejné správy chápán jako důležitý a nezastupitelný partner v řadě aktivit. Neziskový sektor je proto čím dál více diskutován jako možný zdroj podpory hospodářské trestné činnosti a existuje proto snaha o odstranění případných existujících podezření. Tyto snahy nemohou být chápány jako možné znevěrohodnění neziskového sektoru. Naopak, jedná se o kroky vedoucí k větší transparentnosti a důvěryhodnosti. Předkládaný příspěvek prezentuje jednu ze studií zpracovanou v rámci projektu Ministerstva vnitra „Zpřehledňování fungování neziskového sektoru v České republice, se zvláštním důrazem na prevenci jeho zneužívání pro účely financování terorismu“.

Summary

Non profit sector in Czech Republic is noticed by public authorities as an important and not fungible partner in many areas. Therefore non profit sector is more and more discussed as potential resource for economic criminality support and so there is an effort to remove all possible existing suspicions. This effort can not be understand as long credibility of non profit sector. On the contrary it is a step towards better transparency and credibility. Submitted report presents one study that worked out within the project of Department of Home Affairs called Detailed insight into non profit sector function in Czech republic with the special focus on prevention of its exploitation for terrorism financing reasons.

Klíčová slova

Filantropie, neziskový sektor, transparentnost, veřejná sbírka

Keywords

Philanthropy, Non-profit Sector, Transparency, Public Collection

Úvod

V rámci Evropské unie se zejména po září 2001 dostaly do popředí aktivity v oblasti prevence zneužívání neziskového sektoru pro účely financování terorismu. Česká republika chápe financování terorismu jako jednu ze svých protiteroristických priorit a vyvíjí v uvedené oblasti činnost bez ohledu na vývoj na úrovni EU. Vytvořila Národní akční plán boje proti terorismu (pro léta 2005-2007), v rámci kterého vypracoval resort ministerstva vnitra dokument "Dosavadní stav v oblasti zpřehledňování fungování neziskového sektoru v České republice: se zvláštním důrazem na prevenci jeho zneužívání pro účely financování terorismu, dalších forem logistické podpory terorismu a jiných forem hospodářské trestné činnosti". Jako prvotní aktivity, vedoucí ke splnění relevantních úkolů vycházejících z tohoto dokumentu bylo vytvoření stručných všeobecných informací o rámci fungování neziskového sektoru v České republice. v návaznosti na tento úkol byl vyhlášen projekt Ministerstva vnitra „Zpřehledňování fungování neziskového sektoru v České republice, se zvláštním důrazem na prevenci jeho zneužívání pro účely financování terorismu“. Projekt zpracovává Vysoká škola ekonomická v Praze pod vedením prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.

V rámci projektu bylo vypracování několik studií analyzujících fungování, organizaci či legislativu neziskového sektoru. Příspěvek prezentuje poznatky zjištěné v oblasti provozování veřejných sbírek.

Pro nestátní neziskové organizace (dále také NNO) je charakteristické vícezdrojové financování. NNO⁵² mohou získávat finance na svou činnost z několika základních zdrojů: z vlastní činnosti (prodejem služeb a výrobků), od právnických osob (dotace, granty, sponzorské příspěvky, nadační příspěvky, dary apod.) a od fyzických osob (individuální dary a příspěvky apod.).

Veřejnost je pro neziskový sektor významným potenciálním zdrojem, přičemž se ukazuje, že nedostatek příspěvků od soukromých osob je závažnějším problémem než nedostatek státní finanční podpory.⁵³ Jednou z metod pro získání finančních prostředků od veřejnosti (fyzických osob) je pořádání veřejné sbírky. Oblíbenost této metody dokumentují také data Ministerstva vnitra ČR ze dne 13. listopadu 2007, kdy bylo na ministerstvu evidováno **545 veřejných sbírek**⁵⁴, přičemž:

- 77 % (420 sbírek) organizují nestátní neziskové organizace představované nejhojněji občanskými sdruženími, obecně prospěšnými společnostmi, dále pak nadacemi a nadačními fondy, církvemi a jejich účelovými zařízeními. 19 % sbírek (107) organizují organizace veřejného sektoru, převážně příspěvkové organizace, obce a města. Pouze 18 veřejných sbírek pořádají ziskové organizace.
- Nejčastěji je sbírka prováděna prostřednictvím pokladniček (70 %), prodejem předmětů (39 %) a pronájmem telefonní linky (28 %). Nejméně je využívána možnost prodeje vstupenek na vybrané akce a shromažďování prostředků prostřednictvím sběracích listin.⁵⁵
- 9 % organizací nemá zřízen zvláštní bankovní účet pro peněžní prostředky získané veřejnou sbírkou.
- 63 % veřejných sbírek (343) má humanitární a charitativní účel, 19 % organizací (102) se zaměřuje na ochranu kulturních památek a tradic. Jako další jsou uváděné například ochrana životního prostředí, rozvoj tělovýchovy a sportu, rozvoj vzdělávání aj.

Analýza stávající legislativy

Právní rámec vztahující se k neziskovým organizacím prošel v uplynulých osmnácti letech nejen v České republice dramatickým vývojem. Po politické transformaci zákony a nařízení pro neziskový sektor buď neexistovaly, nebo byly významně zastaralé. Některé země spoléhaly na dřívější legislativu, jiné, jako např. Česká republika, postupně uzákonily novou legislativu (první byl zákon v roce 1990 o sdružování občanů). v současnosti je rámcová legislativa v zemích centrální a východní Evropy někdy obsažena pouze v občanském zákoně (např. v Maďarsku), někdy v jednotlivých zákonech (Bulharsko, Chorvatsko) a někdy v obojím společně (Česká republika) (Rutzen - Durham – Moore, 2004)⁵⁶. Navzdory rozsáhlé reformě vybraných zákonů se však i po devatenácti letech objevují mezery, rozpory a obtížná ustanovení. Většina zemí se však malými krůčky snaží stále zlepšovat celkový právní rámec a jeho implementaci v neziskovém sektoru. Úlohou neziskového sektoru je najít „Modus

52 Nestátní neziskové organizace (NNO) pro potřeby této studie chápeme jako souhrnné označení pro organizace s právní formou občanské sdružení, organizační složka sdružení, obecně prospěšná společnost, evidovaná právnická osoba (dříve církevní právnická osoba), nadace a nadační fond.

⁵³ Frič Pavol, 1998, Aktivity a potřeby neziskových organizací v ČR, ICN, Praha, str.39.

⁵⁴ <http://www.mvcr.cz/rady/sbirky/index.html>

⁵⁵ Veřejná sbírka může být prováděna kombinací vybraných způsobů, nemusí být zvolen jen jediný z uvedených způsobů.

⁵⁶ Rutzen, D., Durham, M., Moore, D.: NPO Legislation in Central and East Europe, ICNL, 2004

vivendi“ mezi ním a vládou, který by zabezpečil dostatečnou právní normu a finanční podporu a zároveň by umožnil zachovat značný stupeň nezávislosti a autonomie⁵⁷.

Platný zákon o veřejných sbírkách č. 117/2001 Sb. (který dosud nebyl novelizován) nahradil s účinností od 1. 6. 2001 dosavadní právní úpravu obsaženou v zákoně č. 37/1973 Sb., o veřejných sbírkách a loteriích a jiných podobných hrách.⁵⁸ Významnými přednostmi nového zákona je především:

- definování pojmu veřejná sbírka (dále také jako sbírka),
- ustanovení oznamovací povinnosti zahájení sbírky správnímu úřadu,
- vymezení způsobů provádění, vyúčtování a okruhu osob, které mohou sbírku pořádat.

Sbírky, které byly povoleny před dnem nabytí účinnosti zákona č. 117/2001 Sb., musely být ukončeny nejpozději k 1. červnu 2004. v současnosti jsou tedy již všechny sbírky realizovány podle zákona z roku 2001.

Konání veřejné sbírky je založeno na oznamovacím principu. Pokud má právnická osoba v úmyslu provozovat veřejnou sbírku a shromáždí-li všechny zákonem určené údaje a potvrzení, dodá je příslušnému krajskému úřadu (ten, v jehož obvodu má právnická osoba své sídlo). Právnické osoby mající sídlo v Praze se obrací na Magistrát hlavního města Prahy, koná-li sbírku kraj nebo hlavní město Praha, je příslušným úřadem Ministerstvo vnitra ČR. Jsou-li řádně splněny všechny náležitosti, krajský úřad vydá osvědčení o přijetí oznámení. Teprve 30 dní od tohoto dne může právnická osoba začít propagovat či zahájit veřejnou sbírku, ne však později než po 120 dnech od oznámení. Pro mimořádné situace, kterými jsou např. živelné pohromy, záchrana zdraví nebo života osoby aj., je v zákoně upraven pro oznámení veřejné sbírky speciální postup.

○ *Definice veřejné sbírky*

Veřejná sbírka je zákonem vymezena jako „*získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, rozvoj vzdělávání, tělovýchovy nebo sportu, nebo ochranu kulturních památek tradic nebo životního prostředí.*“

Dále zákon sbírku vymezuje negativně: „*Sbírku není možné pořádat k účelu, který je v rozporu s bezpečností státu, ochranou veřejného pořádku, ochranou majetku nebo ochranou práv a svobod druhých.*“

Aby se tedy jednalo o veřejnou sbírku, je třeba dodržet všechny uvedené znaky. Dle uvedeného vymezení je nutno veřejnou sbírkou rozumět výlučně shromažďování **peněžních prostředků**, jiné shromažďování, např. věcných darů, tomuto zákonu nepodléhá a není speciálně veřejnoprávně regulováno. v těchto případech se postupuje podle občanského práva (darovací smlouva), či předpisů daňových. Stejně tak není legálně možné veřejnou sbírku použít jako metodu financování aktivit v rozporu s bezpečností státu či obyvatel.

Veřejnou sbírkou není shromažďování finančních prostředků politickými stranami (hnutími), či u svých členů (např. v případě občanských sdružení aj.). Za sbírku se nepovažuje ani shromažďování finančních prostředků církvemi a náboženskými společnostmi, pokud se koná v kostelech, modlitebnách a jiných podobných místech. Na rozdíl od předchozího příkladu se jedná o jednoznačnou výjimku. Jde o specifickou situaci, kdy shromažďování

⁵⁷ Ondrušek, D. a kol. Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie. Centrum prevencie a riešenia konfliktov. Bratislava. 2000, s. 24.

⁵⁸ Část zákona týkající se loterií byla zrušena zákonem č. 202/1990 Sb., o loteriích a jiných podobných hrách.

prostředků je s uvedenými aktivitami již tradičně spjato a jejich omezení ve formě veřejnoprávní regulace je proto v podstatě zbytečné.

Okruh příspěvateľů musí být **neurčitý**, tedy takový, který není předem znám. Za veřejnou sbírku je samozřejmě považováno i adresné oslovování osob, neboť osoba konající veřejnou sbírku nemůže předjímat, kdo z oslovených bude příspěvatelem.

Zákon nedefinuje přesně **veřejně prospěšný účel**, pouze uvádí vybraný výčet veřejně prospěšných účelů. Pokud tedy pořadatel bude chtít ohlásit netradiční účel (např. dobrovolnictví), musí jeho veřejnou prospěšnost posoudit krajský úřad. Výtěžek sbírky musí přinést takový prospěch, který je v širším společenském zájmu. v žádném případě však zákon nevylučuje možnost konat sbírku ve prospěch jen jedné osoby, naopak ze skutečnosti, že má být „pomozeno“ většímu počtu osob, nelze odvozovat veřejně prospěšný účel.

Zákon také vymezuje následující pojmy:

- **hrubý výtěžek** (veškeré peněžní příjmy vč. výnosů z terminovaných vkladů),
- **náklady spojené s konáním sbírky** (náklady na technické a organizační zajištění),
- **čistý výtěžek** (odečtení nákladů spojených s konáním sbírky od hrubého výtěžku).

○ *Statut pořadatelů veřejných sbírek*

Sbírku může provádět pouze právnická osoba se sídlem na území ČR (na kterou nebyl prohlášen konkurz a která není v likvidaci) nebo obec (konání sbírky obcí náleží do její samostatné působnosti) či kraj. Sbírku tedy nesmí (respektive nemůže) provádět fyzická osoba.

○ *Povolená délka trvání sbírky*

Maximální délka realizace jedné sbírky může být maximálně 3 roky. Realizátor veřejné sbírky může pořádat několik sbírek současně, musejí však být povoleny na různé účely. Další sbírka na stejný účel tedy může být zahájena až po řádném vyúčtování sbírky předchozí.

○ *Způsoby realizace sbírek*

Zákon umožňuje celkem 6 metod realizace sbírky s tím, že tyto mohou být kombinovány.

- shromažďování příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu,
- sběracími listinami,
- pokladničkami,
- prodejem předmětů,
- prodejem vstupenek a
- pronájmem telefonní linky.

■ **Shromažďování příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu**

Jeden z nejběžnějších způsobů sbírky (často je kombinován s ostatními metodami). Dle zákona je předem vyhlášen zvláštní bankovní účet, který je pro tento účel speciálně zřízen na dobu uvedenou v oznámení o konání veřejné sbírky. Pro každou veřejnou sbírku musí mít daná právnická osoba zřízen zvláštní bankovní účet, na který je převáděn hrubý

výtěžek sbírky a je povinna tento vést v účetnictví odděleně od svého ostatního majetku a závazků.

■ **Sběrací listiny**

Sběrací listiny musí být postupně očíslovány, vydány pouze v jednom (originálním) vyhotovení a opatřeny razítkem a podpisy statutárních orgánů pořadatele. Dále musí obsahovat název pořadatele sbírky, její účel, datum a označení příslušného krajského úřadu, kterému byla oznámena, dále datum přijetí oznámení, území, na němž se sbírka koná a dobu, po kterou se koná, údaje o fyzické osobě pověřené konáním sbírky včetně pořadového čísla jí vydané plné moci, sloupec pro vyznačení výše poskytnutých příspěvků a sloupec pro podpisy přispěvatelů.

Sběrací listiny musí být před zahájením sbírky předloženy obecnímu úřadu, v jehož územním obvodu se sbírka koná, k ověření jejich počtu a náležitostí. Pokud sbírku pořádá obec, listiny jsou předkládány příslušnému KÚ, pokud sbírku pořádá kraj, předkládá listiny Ministerstvu vnitra ČR.

Fyzické osoby pověřené prováděním sbírky dbají na to, aby přispěvatelé v příslušném sloupci sběrací listiny vyznačili poskytnutý příspěvek a podepsali se jménem a příjmením.

■ **Pokladničky**

Provádí-li se sbírka pokladničkami, musí pořadatel předem oznámit jejich počet a umístění obecnímu úřadu, v jehož územním obvodu budou pokladničky rozmístěny, nebo oznámit, že pokladničky budou přenosné, a zabezpečit tyto proti odcizení.

Pokladničky musí být také zabezpečeny proti neoprávněnému otevření, a to tak, aby bez porušení tohoto zabezpečení nemohl být jejich obsah vyjmut. Zabezpečené pokladničky potom zapečetí pracovník obecního úřadu, na jehož území bude sbírka realizována.

Otevření pokladničky musí realizátor sbírky oznámit nejméně 3 pracovní dny předem, s uvedením data pracovního dne a hodiny, obecnímu úřadu, v jehož územním obvodu pokladničku umístila. Otevření pokladničky musí být přítomni 2 oprávnění zástupci právnické osoby a 1 zaměstnanec obce. v zápise o provedeném otevření pokladničky potvrdí svými podpisy výši finanční částky vyjmuté z pokladničky a tento zápis je součástí dokladů předkládaných k provedení kontroly vyúčtování sbírky.

■ **Prodej předmětů**

Pro prodej předmětů je zákon mírnější, než pro pokladničky. Zákon říká pouze, že *„Provádí-li se sbírka prodejem předmětů, v jejichž ceně je zahrnut příspěvek, vyznačí se na nich zřetelně výše tohoto příspěvku (je-li to možné nebo účelné). Právnická osoba dále vyvěsí v prostoru, kde se takové předměty prodávají, oznámení, v němž je uvedeno, kdo sbírku koná, k jakému účelu, výše příspěvku a kterému příslušnému krajskému úřadu byla sbírka oznámena.“*

■ **Prodej vstupenek**

Prodej vstupenek se týká veřejných kulturních a sportovních vystoupeních nebo jiných všeobecně přístupných akcí pořádaných za účelem získání příspěvku. Na vstupenkách musí být uvedena výše příspěvku. Dále u vchodu do prostoru, kde se akce koná, vyvěsit oznámení, v němž je uvedeno, kdo je pořadatelem akce, kterému příslušnému krajskému úřadu byla sbírka oznámena, k jakému účelu se koná a kolik vstupenek bylo vytištěno. Tyto údaje musí být také uváděny na všech oznámeních dané akce.

■ **Pronájmem telefonní linky**

O pronájmu telefonní linky určené ke shromažďování příspěvků z telefonního účtu zákon říká, že: „*V případě konání sbírky pronájmem telefonní linky k získávání příspěvků z telefonního účtu je provozovatel telekomunikační sítě povinen sdělit právnické osobě konající sbírku zůstatek na telefonním účtu, jestliže o to požádá.*“

Reálná podoba pronájmu telefonní linky je např. projekt Dárcovská SMS (darcovskasms.cz). Jedná se o společný projekt Fóra Dárců, Asociace provozovatelů mobilních sítí a Českého Telecomu, který je určen neziskovým organizacím. Jednotlivci, kteří mají zájem podpořit menší částkou charitativní projekty, již nemusí složitě vypisovat složenky nebo zadávat bankovní příkazy. Pro zaslání menších příspěvků mohou využít dárcovou SMS s heslem projektu, který chtějí podpořit a odeslat na jednotné telefonní číslo 87777. Výhodou tohoto způsobu poskytování finanční podpory je, že dárci může poskytnout svůj příspěvek ihned po zaslechnutí výzvy k pomoci. Prostřednictvím webových stránek Fóra dárců má každý možnost ověřit si, jak bylo s prostředky naloženo. Podpořené neziskové organizace mají povinnost do tří měsíců od ukončení projektu zveřejnit tyto informace na svých webových stránkách.

Sbírku lze konat jakoukoliv kombinací výše uvedených způsobů. Zákon neuvádí, že není možné během provozování sbírky tyto způsoby měnit – rozšiřovat či zužovat. Pokud právnická osoba přestane některý ze způsobů využívat, nemusí toto oznamovat krajskému úřadu, neboť v zákoně není stanovena povinnost využívat všech oznámených způsobů po celou dobu konání sbírky. Naopak v případě, že právnická osoba se rozhodne pro konání sbírky dalším možným způsobem, je nutné tuto skutečnost na krajském úřadě oznámit.

Konání sbírky je ukončeno dnem uvedeným právnickou osobou v oznámení, nejpozději však do tří let ode dne oznámení sbírky (nikoli zahájení sbírky). Veřejnou sbírku lze prodloužit – zákon to nevyklučuje, avšak prodloužené konání nesmí přesáhnout tři roky. Toto zkrácení doby konání sbírky bylo do zákona zavedeno za účelem předcházení těžko kontrolovatelným jednáním, která bylo při konání dlouhodobějších sbírek (například desetiletých) možné realizovat snáze, než při sbírkách časově omezených. Po ukončení sbírky musí předkladatel nejpozději do tří měsíců předložit příslušnému úřadu ke kontrole a schválení celkové vyúčtování sbírky, ve kterém je uvedena hrubá výše výtěžku (doloženy doklady – např. sběrací listiny), výše skutečných nákladů spojených s jejím konáním a výše čistého výtěžku sbírky. Současně musí být doloženo využití čistého výtěžku v souladu se stanoveným účelem. Pokud nebyl do té doby využit, může sama právnická osoba navrhnout náhradní termín pro kontrolu využití.

● **Poskytované informace**

- Veřejné správě před začátkem sbírky

Oznámení o konání veřejné sbírky musí být podáno na KÚ, v jehož obvodu má pořadatel sídlo, případně Magistrát hl. m. Prahy, má-li pořadatel sídlo na území hl. m. Prahy anebo Ministerstvo vnitra ČR, koná-li sbírku kraj či hlavní město Praha.

Právnická osoba musí v oznámení uvést následující údaje:

- název, sídlo a IČ pořádající organizace
- jména, příjmení, data narození a místa trvalého pobytu statutárních zástupců
- jméno, příjmení, datum narození a místo trvalého pobytu osoby oprávněné jednat ve věci sbírky
- účel sbírky

- území, na němž se sbírka bude konat
- datum zahájení a ukončení sbírky
- způsob provádění sbírky
- název a adresa banky u níž je zřízen účet určený ke shromažďování prostředků sbírky a číslo tohoto účtu
- podmínky pro otevření a zajištění obsahu pokladniček, provádí-li se sbírka sběracími pokladničkami
- určení výše příspěvku při prodeji předmětů nebo vstupenek
- číslo pronajaté telefonní linky určené k získávání příspěvků, koná-li se sbírka tímto způsobem.

K oznámení je dále nutno doložit:

- ověřenou kopii výpisu z obchodního rejstříku (nebo jiného zákonem stanoveného rejstříku), a to ne starší než 90 dnů
- potvrzení příslušného orgánu v místě sídla právnické osoby o tom, že nemá splatný daňový nedoplatek, a o tom, že nemá splatný nedoplatek na pojistném a na penále na veřejné zdravotní pojištění, na pojistném a na penále na sociální zabezpečení a na příspěvku na státní politiku zaměstnanosti (oznamuje-li sbírku obec, toto nedokládá)
- čestné prohlášení, že na právnickou osobu nebyl vyhlášen konkurz, ani nevstoupila do likvidace
- osoba, která jedná ve věcech sbírky musí dodat výpis z rejstříku trestů a její čestné prohlášení, že není trestně stíhána
- v případě, kdy výtěžek veřejné sbírky má být použit v zahraničí, je potřeba připojit souhlas Ministerstva zahraničních věcí s konáním sbírky.

Lhůty důležité před zahájením sbírky:

- Konání sbírky je nutno oznámit příslušnému úřadu nejpozději 30 dnů přede dnem jejího zahájení. v případě mimořádných událostí⁵⁹ je možné v oznámení uvést lhůtu kratší. v takovém případě příslušný úřad tyto důvody bez zbytečného odkladu přezkoumá a stanoví den zahájení sbírky svým rozhodnutím.
- Pokud úřad nerozhodne do 30 dnů od doručení oznámení, že sbírku nelze konat, tato může být zahájena den po uplynutí 30 denní lhůty.
- Právnická osoba musí písemně nebo ústně do protokolu informovat příslušný krajský úřad o zahájení sbírky, a to nejpozději do 30 dnů od jejího zahájení.
- Sbírka musí být zahájena nejpozději do 120 dnů ode dne oznámení příslušnému krajskému úřadu
- Každou změnu údajů uvedených v oznámení nebo v dokladech je povinna právnická osoba oznámit příslušnému krajskému úřadu nejpozději do 5 pracovních dnů.
- Odvolání proti zamítnutí oznámení je možné podat do 15 dnů ode dne doručení rozhodnutí. Odvolání se podává Ministerstvu vnitra ČR prostřednictvím KÚ, který oznámení zamítá.

⁵⁹ Např. v případě zmírnění následků ozbrojeného konfliktu, živelné pohromy, ekologické nebo průmyslové havárie, záchrany zdraví nebo života osoby.

○ Veřejnost v průběhu sbírky

Smyslem veřejnoprávní regulace veřejných sbírek je jejich kontrola ze strany úřadů v situaci, kdy dárci nemají možnost sami zjistit, jak s jejich prostředky bylo naloženo. Úřady tak reprezentují veřejnost, která přispěla na veřejně prospěšný účel a nemá sama za sebe možnost si ověřit, zda s prostředky bylo řádně naloženo. v případě uzavřených skupin se předpokládá, že si sami členové nastaví interní mechanismy a veřejnoprávní kontrola proto není zapotřebí. Zákon stanovuje náležitosti konání veřejné sbírky u každého možného způsobu shromažďování finančních prostředků zvlášť:

- V případě sběracích listin je uveden na listině název právnické osoby, účel sbírky, potvrzení krajského úřadu o oznámení sbírky, identifikační údaje osoby pověřené konáním sbírky. Dále je uveden sloupec pro označení výše poskytnutých příspěvků a sloupec pro podpisy přispěvatelů.
- Provádí-li se veřejná sbírka prodejem předmětů, v jejichž ceně je zahrnut příspěvek, vyznačí se na nich (je-li to možné) výše příspěvku. Právnická osoba je dále povinna vyvěsit v prostoru, kde se předměty prodávají, oznámení, v němž je uvedeno, kdo sbírku koná, k jakému účelu, výše příspěvku aj.
- Probíhá-li veřejná sbírka prostřednictvím kulturních, sportovních a jiných všeobecně přístupných akcí, musí právnická osoba uvést na vstupence výši příspěvku. Dále musí na viditelném místě vyvěsit u vchodu do prostoru, kde se vystoupení koná, oznámení, kde je uveden pořadatel akce, k jakému účelu se akce koná, kolik vstupenek bylo vytištěno.
- Fyzická osoba, která je pověřena konáním sbírky se musí kdykoli na požádání veřejnosti prokázat plnou mocí, která obsahuje stanovené náležitosti (jméno, příjmení, datum narození, místo trvalého pobytu, číslo občanského průkazu, název a pořadatele veřejné sbírky, datum a označení KÚ, kterému byla sbírka oznámena, území a dobu, po kterou se sbírka bude konat) a je opatřena pořadovým číslem, podpisy statutárních orgánů právnické osoby a otiskem jejího razítka.

O konání veřejné sbírky má veřejnost možnost se dovědět a získat další informace na Ministerstvu vnitra, které vede ze zákona **centrální evidenci sbírek**. Příslušné krajské úřady jsou povinny ministerstvu oznámit, které právnické osoby konají sbírku, číslo bankovního účtu, na kterém jsou příspěvky shromažďovány, a to ve lhůtě do jednoho měsíce od zahájení konání sbírky. Mezi další informace, které má veřejnost možnost z Centrální evidence zjistit jsou: název, sídlo a IČ pořadatele sbírky, označení sbírky a její územní rozsah, délka konání veřejné sbírky, způsoby získávání finančních prostředků, účel veřejné sbírky.

Vybrané neziskové organizace ve snaze zprůhlednit hospodaření organizace zakládají **transparentní účet**.⁶⁰

⁶⁰ Transparentní účty (TÚ) jsou určeny primárně pro neziskové organizace, kterým, věrny svému názvu, pomáhají posilovat důvěryhodnost hospodaření tím, že umožňují komukoli a kdykoli nahlédnout do všech jejich finančních transakcí. TÚ je speciální produkt, který eBanka poskytuje od roku 1998. Náhled účtu je dostupný na veřejných internetových stránkách a kdokoli tak může ve výpisu realizovaných transakcí sledovat příjmy neziskové organizace (příspěvky od dárců), výdaje (platby za sponzorované aktivity) i zůstatky na termínovaných vkladech. TÚ navíc umožňuje velmi snadný způsob jak podpořit jeho majitele – klienti eBanky mají na přihlašovací stránce ke svému běžnému účtu tlačítko, pomocí kterého mohou jednoduše zadat trvalý platební příkaz na podporu vybraného projektu. Vzhledem k tomu, že transakční systém pracuje v reálném čase, svůj příspěvek také každý dárci ihned na TÚ uvidí. Mezi majiteli TÚ jsou nejčastěji zastoupena občanská sdružení, unie, spolky apod., kterých je přibližně 81% ze všech TÚ eBanky. Nezanedbatelný počet TÚ vlastní nadace a církve či náboženské společnosti, společenství vlastníků jednotek a obecně prospěšné společnosti.

- **Kontrola**

- Kontrola využití sbírky ze strany úřadů

Kontrolu a schvalování celkového vyúčtování sbírky provádí příslušný úřad. Kontrolní úřad je také oprávněn kdykoli v průběhu realizace sbírky ověřit, zda je tato realizována v souladu s oznámením a právními předpisy.

Koná-li se sbírka déle než 1 rok, provádí příslušný krajský úřad kontrolu průběžného vyúčtování sbírky každoročně. Právníkova osoba je povinná předložit vždy do 3 měsíců po uplynutí každého jednotlivého roku od data zahájení sbírky příslušnému krajskému úřadu ke kontrole průběžné vyúčtování sbírky.

Celkové vyúčtování sbírky se podává příslušnému úřadu do 3 měsíců po ukončení sbírky. Ve vyúčtování sbírky uvede provozovatel výši jejího hrubého výtěžku, skutečné náklady spojené s jejím konáním a výši čistého výtěžku sbírky. Dále je nutné prokázat, zda a jakým způsobem bylo použito tohoto čistého výtěžku ke stanovenému účelu sbírky.

Zároveň jsou předkládány všechny sběrací listiny, včetně potvrzení obecního úřadu o počtu ověřených sběracích listin, nebo jiné doklady o hrubém výtěžku sbírky v závislosti na způsobu jejího konání a doklady o nákladech spojených s jejím konáním.

Pokud nebyl čistý výtěžek sbírky vůbec nebo zcela použit na daný účel, může KÚ stanovit další termín, ke kterému kontrola využití proběhne. Pokud ani tehdy není výtěžek na účel sbírky vynaložen, může být tento z rozhodnutí KÚ převeden do rozpočtu daného kraje.

Možná výše pokut:

- provádění neoznamené sbírky nebo oznamené sbírky v rozporu se zákonem
 - až 500 000 Kč pro pořadatele a
 - až 100 000 Kč pro fyzickou osobu
- zahájení sbírky před uplynutím lhůty 30 dní od data podání na příslušný úřad
 - až 50 000 Kč
- zahájení sbírky po uplynutí lhůty 120 dní od doručení potvrzení o schválení sbírky
 - až 300 000 Kč
- nesplnění povinností, které musí být uvedeny na sběracích listinách
 - až 300 000 Kč pro pořadatele
 - až 10 000 Kč pro fyzickou osobu
- poskytnutí údajů ze sběracích listin třetím osobám bez souhlasu podepsaných dárců
 - až 300 000 Kč
- nedodržení požadavků na oznámení počtu pokladniček, jejich zabezpečení proti otevíření či zajištění proti zcizení
 - až 300 000 Kč
- nedodržení zákonného postupu otevíření pokladničky
 - až 500 000 Kč
- neuvedení náležitostí o veřejné sbírce v místě prodeje sbírkových předmětů (nikoli na samotných předmětech)
 - až 100 000 Kč

- nesplnění povinností o zveřejňování informací o veřejné sbírce v případě pořádání kulturních, sportovních a jiných všeobecně přístupných akcí
 - až 100 000 Kč
 - probíhání sbírky v prostředcích veřejné dopravy či v prostoru pro cestující
 - až 50 000 Kč
 - realizací sbírky je pověřena fyzická osoba mladší 15 let nebo nezpůsobilá k právním úkonům
 - až 100 000 Kč pro realizátora
 - pověřená fyzická osoba není na požádání schopna předložit platnou plnou moc
 - až 10 000 Kč pro fyzickou osobu
 - nedodržení zákonného limitu použití pouze 5 % hrubého výtěžku sbírky na její administraci
 - až 300 000 Kč
 - použití výtěžku sbírky na jiný účel než uvedený v oznámení
 - až 500 000 Kč
 - nenaplnění povinnosti informovat veřejnost o naložení s výtěžkem sbírky stejným nebo srovnatelným způsobem, kterým byla sbírka propagována
 - až 500 000 Kč
- Kontrola využití sbírky ze strany občanů

Po ukončení sbírky má veřejnost právo vědět, jak bylo naloženo s jejich prostředky. Proto ve lhůtě do jednoho měsíce od schválení vyúčtování krajským úřadem musí právnická osoba konající sbírku seznámit přispěvatele s využitím výtěžku, a to stejným nebo srovnatelným způsobem, jakým byla sbírka propagována. Nicméně právnická osoba konající sbírku nesmí (nevyplývá-li ze zvláštního právního předpisu něco jiného) zveřejňovat ani poskytovat žádné údaje o osobách, které poskytly příspěvek, pokud s tím tyto osoby předem nevyslovily souhlas.

● **Kritická analýza legislativního rámce**

1. V zákoně není upraveno pořádání sbírek fyzickými osobami a je tedy právně neregulovatelné a nepostižitelné, což je nežádoucí stav. Naproti tomu na konání sbírek právnickými osobami jsou kladené rozsáhlé požadavky, jejichž nerespektování je často velmi citelně postižitelné. Konání sbírek fyzickými osobami by tedy mělo být v zákoně o veřejných sbírkách upraveno včetně případného postihu za jednání v rozporu se zákonem.
2. Zákon negativně vymezuje, co není veřejnou sbírkou. Část tohoto ustanovení je však svým způsobem nadbytečná, neboť se jedná o sbírky konané mezi členy určitého sdružení a nebude zde pravděpodobně možné hovořit o neurčitém okruhu přispěvatelů. Jedná se o určitý okruh, který je dán členskou základnou organizace. Navíc je nakládání s takto vymezenými prostředky již regulováno ve zvláštních právních předpisech týkajících se činnosti organizací uvedených v daném paragrafu a jejich úprava v zákoně by tudíž byla nadbytečná.

3. Vydávání osvědčení o konání veřejné sbírky neprobíhá v režimu správního práva, osvědčení není ani správním rozhodnutím, proto se nelze proti němu odvolat, ani je přezkoumat v dalším řízení. Dojde-li tedy k pochybení krajského úředníka, který nepovolí konání sbírky např. pro její specifický účel, musí organizace tento účel přehodnotit, pokud chce sbírku provozovat i nadále.
4. Zákon vyžaduje doložit výpis z rejstříku trestů osoby, která je oprávněna jednat ve věci veřejné sbírky. Touto fyzickou osobou může být osoba, která je statutárním orgánem společnosti, ale i kterákoli jiná fyzická osoba, která je plně způsobilá k právním úkonům. Velmi obtížně jde tak předejít situaci, kdy osoba, které by zákon neumožňoval konat veřejnou sbírku, pověří druhou osobou konáním sbírky, která de facto může být např. fiktivním statutárním orgánem fiktivně založené organizace.
5. Sporné také může být vymezení nákladů určené zákonem. Přestože zákon uvádí jejich příkladný výčet, je nutné zdůraznit, že těmito náklady nejsou náklady na pořízení předmětu či vstupenky. Podle §5 je příspěvkem nikoli celá cena předmětu (vstupenky), ale jen částka určená v oznámení. Pokud tedy není pořizovací cena předmětu součástí hrubého výtěžku, nemůže s ní být kalkulováno ani při stanovení výtěžku čistého. Opačný výklad by mohl vést k absurdnímu závěru, že výše příspěvku z ceny prodávaného předmětu (vstupenky) by musela vždy činit alespoň 95%, neboť na úhradu nákladů spojených s konáním veřejné sbírky může právnická osoba použít maximálně 5% z hrubého výtěžku sbírky.
6. Poněkud komplikovaná situace nastává v případě konání sbírek obcemi a kraji. v případě městských částí statutárních měst jsou dle ustanovení zákona o obcích organizačními jednotkami statutárních měst. Nejsou tedy právnickými osobami a dle zákona o veřejných sbírkách tedy nejsou oprávněny konat veřejnou sbírku. Protože však statutární město může svěřit městské části některé úkony na úseku samostatné působnosti, je možné převést na ně i konání veřejné sbírky. Veřejnou sbírku však dle práva koná statutární město. k potížím dochází v případě, kdy jedna městská část koná veřejnou sbírku za určitým účelem, nemůže až do vyúčtování sbírky oznámit konání veřejné sbírky za stejným účelem jiná městská část ani statutární město samotné.
7. Problémové se jeví také konání veřejných sbírek příspěvkovými organizacemi. Pokud splní všechny podmínky dané zákonem o veřejných sbírkách, mohou organizovat sbírku. Pokud konají sbírku ve svůj prospěch, je situace podle právní úpravy bezproblémová. Problém nastane v situaci, kdy organizace konají sbírku ve prospěch jiného subjektu (např. ve prospěch obětí živelné pohromy). Podle ustanovení o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů není příspěvková organizace oprávněna (až na výjimky) poskytovat dary jiným subjektům. Dle zákona o veřejných sbírkách je právnická osoba konající sbírku ve prospěch jiného subjektu povinna využít výtěžek sbírky pro subjekt, v jehož prospěch byla sbírka konána – poskytnout takovému subjektu dar⁶¹. s ohledem na to, co bylo výše uvedeno je sporné, zda se nedostanou příspěvkové organizace při konání sbírek pro jiné osoby do rozporu s právními předpisy upravujícími jejich hospodaření.
8. Součástí oznámení veřejné sbírky není název této sbírky, který je ale jedním ze základních identifikátorů sbírky mezi veřejností (především u již zavedených sbírek). Jeden název sbírky tak může používat několik právnických osob. Tento nedostatek zákona jsou tedy realizátoři sbírek nuceni řešit registrací názvu sbírky jako ochranné známky.

61 Dle právního ustanovení je výtěžek sbírky – byť jen dočasně příjmem – majetkem právnické osoby konající sbírku.

9. Zákon nepostihuje pokutou povinnost nechat zabezpečit pokladničky. Tato situace samozřejmě dává příležitost k podvodům, pokladničky mohou být bez kontroly otevírány a vybírány, přičemž není možnost toto jednání nějakým způsobem zjistit. Dokonce může nastat taková situace, že organizace ohlásí například 20 přenosných pokladniček, zapečetit jich nechá pouze 10, ale ve skutečnosti jich bude používat 25. Obecní ani krajský úřad nemohou tuto právnickou osobu pokutovat za nezapečetění pokladničky (jediným postihem je v současnosti dočasné zastavení sbírky). Pokud zajistí nezapečetěnou pokladničku, navíc ani nezjistí, zda jde o pokladničky ohlášené či nikoli. Potíže se mohou vyskytnout také v případě, že právnická osoba při otevírání pokladniček nahlásí obecnímu úřadu čas, nikoli však místo otevírání (zákon to nevyžaduje). Pokud se tak stane, nebude se úředník moci k otevření dostavit, avšak vzhledem k tomu, že je jeho přítomnost nezbytná, dojde při otevření k porušení zákona (což je postižitelné pokutou do výše 100 000,- Kč).
10. Stejně tak nastávají komplikace u celostátních sbírek, kdy je třeba pokladničky zapečetit a odpečetit na každém obecním úřadě, na jehož území probíhá, což je velká organizační i finanční zátěž pro pořadatele. Řešením by mohlo být zapečetování a odpečetování pokladniček pouze na územně příslušném obecním úřadě.
11. Zákon neupravuje, kam mají být ukládány peněžní prostředky za prodej předmětů, než budou poukázány na zvláštní bankovní účet. Často se tak stává, že právnická osoba ve snaze vzbudit důvěru u dárců vkládá peníze do pokladniček, což je ovšem chybné, neboť konání sbírky pokladničkami je jiný způsob, přičemž tyto dva způsoby by se neměly zaměňovat. Pokud budou takto získané peníze vkládány do zapečetěných pokladniček, může docházet k nesrovnalostem při vyúčtování, neboť jeden příjem může být vykazován dvakrát. Pokud jsou do pokladniček vkládány jen některé získané prostředky za prodej předmětů, je poté poměrně obtížné určit výtěžek sbírky.
12. Realizátor sbírky má za povinnost založit zvláštní bankovní účet, na který jsou prostředky poukazovány. Po ukončení sbírky a jejím řádném vyúčtování ale nemá realizátor za povinnost tento účet zrušit. Na tento tak stále mohou docházet prostředky dárců, kteří nezaznamenali ukončení sbírky.
13. Přestože každá fyzická osoba pověřená konáním sbírky musí být na místě schopna předložit komukoli na požádání plnou moc, není osoba žádající toto předložení oprávněna požadovat od fyzické osoby předložení dokladu totožnosti za účelem zjištění, zda údaje v plné moci odpovídají skutečnosti. Veřejnost tedy nezjistí, zda údaje nejsou pouze fiktivní a osoba, která reálně vykonává všechny aktivity spojené s konáním sbírky je vůbec k tomuto dle zákona oprávněna.
14. O konání veřejné sbírky má veřejnost možnost se dovědět a získat další informace na Ministerstvu vnitra, které vede ze zákona **centrální evidenci sbírek**. Příslušné krajské úřady jsou povinny ministerstvu oznámit, které právnické osoby konají sbírku, číslo bankovního účtu, na kterém jsou příspěvky shromažďovány, a to ve lhůtě do jednoho měsíce od zahájení konání sbírky. v daném ustanovení zákona je však technická chyba. Pokud právnická osoba oznámí zahájení konání sbírky až poslední den zákonné lhůty, je pro krajský úřad velice obtížné (ne-li nemožné) dodržet svou zákonnou povinnost. Přestože ministerstvo má povinnost zpřístupnit veřejnosti aktuální údaje, ve skutečnosti tomu tak z několika důvodů nedochází. Jak již bylo uvedeno, krajské úřady mohou dodat údaje se zpožděním, neboť na jejich zaslání mají 30 dnů a dále aktualizace internetového výpisu z centrální evidence není prováděna denně, ale zhruba v měsíčním intervalu (je vždy uvedeno datum aktualizace). Je třeba také uvést, že dosavadní internetový zápis z centrální evidence sbírek zahrnuje pouze sbírky, které aktuálně probíhají, oficiální centrální evidence zahrnuje veškeré sbírky

tj. i ty, které již byly ukončeny. Skutečnost, že některá veřejná sbírka není tedy uvedena v dané evidenci, nemusí automaticky znamenat, že se jedná o sbírku neosvědčenou. Pro veřejnost je v dané situaci nejlepším řešením požádat o informace především krajský úřad, v jehož obvodu má právnická osoba konající sbírku své sídlo.

15. Evidence sbírek na stránkách Ministerstva vnitra neumožňuje snadné vyhledání konkrétního subjektu provádějícího sbírku, což zhoršuje jak orientaci v probíhajících veřejných sbírkách, tak i možnost ověřování probíhajících sbírek veřejností. Velkým přínosem by proto bylo vytvoření databáze veřejných sbírek a její provázání s již existujícími státními databázemi.

● **Novela zákona o veřejných sbírkách**

V období 11/2004 až 12/2005 se Ministerstvo vnitra zabývalo přípravou novely zákona o veřejných sbírkách ve spolupráci s Nadací rozvoje občanské společnosti. Cílem připravované novely bylo zejména: odstranit nejasnosti v dosavadní právní úpravě veřejných sbírek, zvýšit pružnost v procesních otázkách jejich konání, zefektivnit kontrolu veřejných sbírek, rozšířit sankce na nesplnění stanovených povinností a zajistit větší provázanost zákona o veřejných sbírkách se souvisejícími právními předpisy. Cílem novely bylo rovněž zvýšit pružnost veřejných sbírek tak, aby neziskovému sektoru nebyly při získávání finančních prostředků kladeny zbytečné překážky, ale zároveň aby byla zajištěna dostatečná kontrola nakládání s prostředky veřejných sbírek.

Novela zákona o veřejných sbírkách nabízela řešení pro zjištěné nedostatky, kterými např. byly následující⁶²:

- Za účelem odstranění nejasností, zda již výzva k finančním prostředkům je veřejnou sbírkou, bylo navrhováno do zákona zakotvit, že nejen získávání shromažďování dobrovolných peněžitých prostředků, ale již samotné vyzývání k poskytnutí příspěvku je veřejnou sbírkou.
- V návrhu byla upravena možnost konání sbírky pro mimořádné situace již od druhého dne od oznámení příslušnému úřadu. Stávající právní úprava, která neumožňuje zahájit konání sbírky dříve než čtvrtý den ode dne oznámení, se v praxi ukázala jako omezující. v prvních dnech po katastrofické události je obvykle ochota veřejnosti pomoci největší, navíc rychlá pomoc je obvykle nejúčinnější.
- V návrhu zákona byla stanovena možnost konat sbírku na dobu neurčitou. Cílem je vytvoření vhodným podmínek pro realizaci dlouhodobých sbírkových projektů. Přestože je možné otevřít si sbírku na tentýž účel, potýkají se dlouhodobé sbírkové projekty s omezením, které stanovuje, že další sbírka bude povolena až po skončení a řádném vyúčtování sbírky předchozí. s ohledem na velké objemy získaných prostředků však jejich rozdělení a následná kontrola využívání vyžaduje obvykle delší čas. Dochází tak k tomu, že organizace nejen že přichází o finanční prostředky, ale také o dlouhodobé dárce.
- V novele zákona jsou doplněny další způsoby konání sbírky, a to: složením hotovosti do pokladny, benefiční veřejnou dražbou a krátkými dárcovými zprávami DMS. Konání sbírky prostřednictvím DMS jej již za stávající úpravy možné prostřednictvím pronájmu telefonní linky, pro větší srozumitelnost je navrhováno tento způsob zmínit zvlášť.

⁶² Návrh zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách.

- Zákon stanovuje právnické osobě povinnost vést evidenci o předmětech určených k prodeji, v níž bude uvedeno, kolik předmětů bylo určeno k prodeji, kolik jich bylo skutečně prodáno, jaký byl výnos z prodeje předmětů a jak bylo naloženo s předměty, které se nepodařilo prodat. Smyslem tohoto opatření je zprůhlednit konání sbírek prodejem předmětů. u konání sbírek prodejem vstupenek byla stanovena povinnost uvádět na vstupenkách pořadové číslo vstupenky, tak, aby měla veřejnosti lepší možnost ověřit si, zda nedochází k duplicitnímu prodeji vstupenek.
- Do novely bylo vloženo nové ustanovení, podle kterého právnická osoba, proti které bylo zahájeno insolvenční řízení, je povinna zdržet se nakládání s hrubým výtěžkem sbírky. Skutečnost, že by výtěžek sbírky mohl být použit na úhradu dluhů s činností právnické osoby, která sbírku pořádá, by mohla významně narušit důvěru veřejnosti ve veřejné sbírky.

Novela byla připravena jako vládní návrh. Legislativní rada vlády ji však nedoporučila ve svém stanovisku z 22. února 2007 schválit⁶³. Na základě tohoto stanoviska se ministr vnitra rozhodl vládě novelu zákona nepředložit. o tématu veřejných sbírek bylo dále jednáno dne 29. ledna 2008 na schůzi Výboru pro legislativu a financování Rady vlády pro nestání neziskové organizace. o znovu-předložení legislativního materiálu se však neuvažuje.

Závěr

Jak je patrné z předchozího textu, pořádání veřejných sbírek klade na realizátora sbírky velké nároky a značné množství legislativních povinností. Při splnění všech náležitostí, které se ke konkrétní sbírce vztahují, je téměř nemožné, aby byly touto metodou provozovány sbírky vedoucí např. k ohrožení bezpečnosti státu či občanů. Nehledě na to, že podle definice veřejné sbírky není možné veřejnou sbírku s tímto účelem pořádat.

Pravděpodobné možnosti zneužívání budou pravděpodobně ležet tedy mimo rámec tohoto zákona a velmi pravděpodobně také mimo legislativní vymezení nestátních neziskových organizací. Velký důraz tedy doporučujeme klást na kontrolu náležité realizace a vyúčtování veřejných sbírek na úrovni krajů (resp. ministerstev). Podle našeho názoru je kontrola vymezená zákonem na jedné straně zbytečně důsledná, na druhé straně však nedostatečná. Dle předcházející analýzy je zjevné, že jednotliví pořadatelé sbírky jsou podrobena rozsáhlé kontrole při vyúčtování sbírky a za případné nedostatky mohou být postihnuti vysokými pokutami. Je třeba si však uvědomit, že pokud úředník na krajském či jiném úřadě nemůže nahlédnout do celého účetnictví organizace, neví de facto o organizaci nic. Může tak nastat situace, kdy podle vyúčtování sbírky proběhla celá akce v naprostém pořádku, avšak při nahlédnutí do jiných účetních záznamů organizace tomu tak není a může se objevit podezření na nelegální zacházení se získanými prostředky.

Transparentnost v provozování veřejných sbírek se jeví jako žádoucí jak z pohledu státu (zamezení nelegálního chování s cizími prostředky, zamezení nelegální činnosti podporované z prostředků veřejných sbírek, daňové úniky aj.), ze strany organizací (pokud bude provozování a následná kontrola sbírek transparentní, bude to jistě oceněno i většinou organizací, které jsou mnohdy životně závislé na důvěře jednotlivců ve společnosti), tak i veřejnosti, která bude vědět, že jejich peněžitá pomoc si vždy najde sbírkou deklarovaný účel.

Jak již bylo uvedeno, mnohé z nedostatků současného zákona o veřejných sbírkách by mohla vyřešit novela zákona, která byla navrhována. Přestože několik jejich ustanovení vnáší do zákona nic neřešící opatření, či smyslem změny některých není pouze větší transparentnost

⁶³ Stanovisko Legislativní rady vlády, č.j.:1898/06.

provozování veřejných sbírek, nelze opomenout jeho dominantní vliv při odstranění nejasností ve stávající právní úpravě.

Literatura

Frič Pavol, 1998, Aktivity a potřeby neziskových organizací v ČR, ICN, Praha, str.39. ISBN 80-902284-3-7

Ondrušek, D. a kol. Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie. Centrum prevencie a riešenia konfliktov. Bratislava. 2000, s. 24.

Rutzen, D., Durham, M., Moore, D.: NPO Legislation in Central and East Europe, ICNL, 2004

Stanovisko Legislativní rady vlády, č.j.:1898/06.

Zákon č.117/2001 Sb., o veřejných sbírkách

Webové stránky ministerstva vnitra: <http://www.mvcr.cz/rady/sbirky/index.html>

Kontaktní adresa:

Ing. Marie Hladká
Centrum pro výzkum neziskového sektoru
Vinařská 3
603 00 Brno

Email: hladka@e-cvns.cz

Telefon: 542 210 075

a

Ekonomicko-správní fakulta MU
Lipová 41a
602 00 Brno-Pisárky

Analýza vytvořené hodnoty a možnosti jejího využití⁶⁴

Earned Value Analysis and the Possibility of her Using

Jarmila Ircingová

Anotace

Tento příspěvek obsahuje popis v současné době stále více používané metody projektového řízení – analýzy vytvořené hodnoty. Na úvod jsou uvedeny základní charakteristiky této metody. Jedná se o techniku řízení projektů, která se týká řízení nákladů a času. Tato technika dále umožňuje odhadnout náklady na dokončení projektu v každé jeho fázi. z tohoto důvodu může projektový tým pomocí uvedené metody efektivně monitorovat svoji činnost a porovnávat ji s detailním plánem jednotlivých časových fází. Pro hodnocení projektu pomocí analýzy vytvořené hodnoty se využívají dvě skupiny ukazatelů – absolutní a poměrové. Pro efektivní aplikaci uvedené metody musí být splněny určité předpoklady, které byly shrnuty do 32 kritérií systému řízení vytvořené hodnoty (EVMS). v další části příspěvku jsou uvedeny vhodné typy projektů pro použití analýzy vytvořené hodnoty a příklady projektů, u kterých byla tato metoda úspěšně využita. Na závěr jsou nastíněny náměty na možné rozšíření této techniky tak, aby vyhovovala požadavkům na komplexnější hodnocení projektů.

Summary

This article contains the description of now more used method of project management – earned value analysis. In introduction, there are explained the basic characteristics of this method. It deals about the project management technique that involves the cost and schedule management. This technique makes possible to estimate the cost at the project completion in every phase. From this reason, the project team can to monitor effectively its activities by means of this method and to compare with the detailed plan of individual time phases. For the project assessment by means of earned value analysis, there are used two groups of indices – absolute and comparative. For effective application of this method there must be accomplished the certain assumptions that were summarized into 32 criteria of earned value management system. In the next part of this article, there are described the project examples for earned value management using. Then, there are outlined the themes for the possible upgrade of this method.

Klíčová slova

Projekt, projektové řízení, analýza vytvořené hodnoty, analýza nákladů a časového plánu.

Keywords

Project, project management, earned value analysis, cost and schedule analysis.

Úvod

Organizace, která se zabývá projektovým řízením, by se měla zabývat také hodnocením výkonnosti jednotlivých projektů. Při řízení projektu jsou sledovány tři důležité faktory: rozsah, časový harmonogram a náklady projektu. Tradičním způsobem jsou monitorovány skutečné náklady na jednotlivé projektové činnosti, které se srovnávají s původním rozpočtem. Tento způsob ovšem nebere v úvahu skutečný stav činnosti zrealizovaných v dané době. Obdobný problém se vyskytuje také v případě porovnávání termínů.

Sledováním a hodnocením vytvořené hodnoty a dalších pomocných ukazatelů z této metriky lze reálně zhodnotit postup projektu. Analýza vytvořené hodnoty navíc poskytuje možnost pro odhad nákladů, resp. termínu dokončení projektu na základě dosavadního průběhu. Vytvořená hodnota poskytuje projektovým manažerům signál tzv. „včasného varování“. [3]

Koncepce vytvořené hodnoty se začala v průmyslu používat zhruba před dvěma desetiletími, předtím byla její aplikace omezena převážně na činnost amerických vládních agentur. v první fázi se tato metodika setkala s odporem projektových manažerů působících v soukromém sektoru. Tento odpor byl v uplynulých letech postupně překonán a tato technika se v některých sférách úspěšně využívá. [1]

⁶⁴ Tento příspěvek vznikl v rámci projektu specifického výzkumu realizovaného na Fakultě ekonomické ZČU v Plzni, Katedře managementu, inovací a projektů v roce 2008(zakázka 513005, činnost 1311).

Článek si klade za cíl seznámit se základními principy analýzy vytvořené hodnoty. v tomto článku jsou kromě základních charakteristik a předpokladů vytvořené hodnoty uvedeny příklady využití této metodiky v praxi a její možná modifikace.

Vědeckým pozorováním bylo v oblasti hodnocení projektů zjištěno, že klasické metody hodnocení realizace projektů nezohledňují skutečný postup aktivit v rámci realizace projektu. Proto ve svém článku popisují metodiku analýzy vytvořené hodnoty, která je již známá několik let, ale zatím se dostatečně nerozšířila v praxi. Následně byla použita rešeršní metoda pro nalezení vhodných příkladů využití analýzy vytvořené hodnoty v praxi.

Podstata analýzy vytvořené hodnoty

Analýza vytvořené hodnoty představuje techniku vhodnou pro projektový management, která zohledňuje řízení nákladů, časového harmonogramu a rozsahu projektu. Dále umožňuje odhad nákladů na dokončení projektu, resp. upravit původní odhad nákladů celého projektu. Systém vytvořené hodnoty má dva hlavní cíle:

- podporovat dodavatele v používání efektivních systémů kontroly řízení plánu interních nákladů a časových termínů,
- umožnit zákazníkovi časově srovnat data produkovaná tímto systémem pro určení stavu dané zakázky.

Využívání koncepce analýzy vytvořené hodnoty umožňuje členům týmu projektu monitorovat svou vlastní činnost a porovnávat ji s detailním časovým plánem jednotlivých aktivit, a to již v okamžiku, kdy je dokončeno 15 až 20 procent daného projektu. v rámci řízení vytvořené hodnoty je nutné pro každou dílčí nebo souhrnnou aktivitu ze struktury rozdělení prací (WBS) projektu stanovit tři hodnoty, které jsou uvedeny v následujícím seznamu:

1. **plánovanou hodnotu** (planned value, PV) – jedná se o rozpočet projektu, resp. tu část schváleného odhadu celkových nákladů, která měla být podle plánu vynaložena na aktivity v průběhu dané časové fáze projektu;
2. **skutečné náklady** (actual cost, AC) – představují součet přímých i nepřímých nákladů, které byly vynaloženy na dokončení činností v rámci dané aktivity za stanovený čas;
3. **vytvořená hodnota** (earned value, EV) – vyjadřuje odhad hodnoty skutečně odvedené práce, která vychází z původních plánovaných nákladů na aktivitu a z míry efektivity, do jaké projektová aktivita byla již zrealizována. [2]

Výše popsané základní proměnné se používají k výpočtu odvozených proměnných pro analýzu vytvořené hodnoty – absolutních ukazatelů, poměrových ukazatelů a odhadů zbývajících nákladů. Způsob vyjádření těchto ukazatelů je uveden v tabulce č. 1.

$CV = EV - AC$
$CPI = EV / AC$
$SV = EV - PV$
$SPI = EV / PV$
$ETC^{65} = (BAC^{66} - EV) / CPI$
$EAC^{67} = AC + ETC$
$EAC = BAC / CPI$

Tab. č. 1: Výpočet ukazatelů pro analýzu vytvořené hodnoty [5]

⁶⁵ ETC = odhad nákladů na dokončení projektu

⁶⁶ BAC = celkové rozpočtové náklady

⁶⁷ EAC = odhad celkových nákladů

Mezi absolutní ukazatele se řadí odchylka nákladů a odchylka v časovém rozvrhu. **Odchylka nákladů** (cost variance, CV) ukazuje, zda realizované aktivity stály více nebo méně, než bylo původně odhadnuto v rozpočtu projektu. Pokud je ukazatel CV větší než nula, projekt své původní rozpočtované náklady zcela nevyčerpal. Záporná odchylka signalizuje, že na odvedenou práci bylo vynaloženo více nákladů, než bylo původně plánováno. **Odchylka v časovém rozvrhu** (schedule variance, SV) vykazuje, jak dalece je projekt před nebo za svým časovým plánem. Při záporné odchylce trvalo provedení daných prací déle, než bylo plánováno. Při kladné odchylce byly plánované aktivity realizovány dříve (před uplynutím času plánovaném v harmonogramu).

K poměrovým ukazatelům patří index efektivnosti vynaložených nákladů a index dodržení časového rozvrhu. **Index efektivnosti vynaložených nákladů** (cost performance index, CPI) vyjadřuje stupeň plnění rozpočtu projektu. Pokud je index CPI roven jedné, nabíhají náklady na projekt přesně podle plánovaného rozpočtu. Je-li index větší než jedna, projekt zcela nevyčerpal rozpočtované náklady. Pokud je CPI menší než jedna, projekt svůj rozpočet již překročil. **Index dodržení časového rozvrhu** (schedule performance index, SPI) ukazuje stav plnění časového harmonogramu. Podobně jako u indexu CPI i zde hodnota 1 znamená přesný soulad časového průběhu projektu s jeho původním harmonogramem. Pokud je SPI větší než jedna, projekt se nachází před stanoveným časovým plánem. Je-li SPI menší než jedna, projekt vykazuje určité časové zpoždění.

Pomocí indexu CPI můžeme vypočítat **odhad nákladů na dokončení** (estimate at completion, EAC). Jedná se o odhad nákladů na dokončení projektu odvozený z jeho dosavadní výkonnosti. Obdobně lze vypočítat z indexu SPI odhadovaný čas nutný k dokončení projektu jako celku. [4]

Předpoklady pro využití analýzy vytvořené hodnoty

Pro efektivní používání analýzy vytvořené hodnoty musí být splněny určité předpoklady. Tyto předpoklady byly shrnuty do 32 kritérií (zásad) systému řízení vytvořené hodnoty (EVMS), které vydal podvýbor manažerských systémů Asociace národního obranného průmyslu Spojených států amerických (NDIA) v roce 1995.

Mezi organizační kritéria této metodiky spadá přesné vymezení struktury prováděných aktivit (WBS), která musí být přizpůsobena efektivní interní kontrole. Ke každé aktivitě dané struktury musí být přiřazena odpovědná osoba a struktura musí být propojena s dalšími systémy dané organizace.

Další skupina kritérií se týká plánovaných veličin. v organizaci by měl existovat vhodný systém pro tvorbu rozpočtů a souvisejících plánů, které bude obsahovat důležité milníky a technické parametry ukazatelů, jež se využívají pro posouzení pokroku projektu. Počáteční plány musí vycházet z interních cílů managementu podniku nebo z požadavků zákazníka uvedených ve smlouvě k danému projektu. Při plánování rozpočtu jednotlivých projektů by měla organizace počítat s vytvořením určitých rezerv pro případ, že by se projekty nevyvíjely podle předem vymezených plánů.

Neméně důležitou část kritérií tvoří správné účetní zaznamenání plánů i průběhu projektu. Účetnictví podniku musí poskytovat údaje, které budou použitelné pro analýzu vytvořené hodnoty. Do nákladů projektu je totiž nutné zahrnovat jak přímé, tak nepřímé náklady související s daným projektem. Pro potřeby systému analýzy vytvořené hodnoty musí

účetnictví uvádět následující skutečnosti: určení nákladů souvisejících s projektem, měření výkonnosti nákladů v daném časovém okamžiku a odpovědnost za dané náklady. [1]

Analýza vytvořené hodnoty vychází z uceleného řízení projektů a využívá pro hodnocení index efektivnosti vynaložených nákladů (CPI), který nelze získat v rámci žádné jiné známé techniky projektového řízení. Někteří projektoví manažeři jsou si vědomi toho, že tato metodika představuje vhodný nástroj pro řízení průběhu projektů. Existuje ale také řada projektových manažerů, kteří jsou proti této metodě z důvodů předchozích špatných zkušeností. Druhá skupina je přesvědčena, že úsilí nutné pro správnou aplikaci této analýzy překračují její případné přínosy.

K odstranění tohoto problému by mohla posloužit analýza vytvořené hodnoty ve zjednodušené formě. Neochota k přijetí této metody nespočívá v technice samotné, ale jedná se o odpor k příliš velkému množství požadavků, používané terminologii a dalším pravidlům, která většinu projektových manažerů neúměrně zatěžují. Je třeba proto najít způsob, jak zjednodušit tuto koncepci na její základy, které budou přijaty jako vhodný nástroj projektového řízení pro univerzální činnosti – nejen pro státní zpravu, ale i pro podniky soukromého sektoru. [3]

Diskuse

Existuje dostatečně rozvinutá praktická aplikace metody pro řízení vytvořené hodnoty? Prvně byl tento přístup k řízení a hodnocení realizace projektu aplikován na Ministerstvu obrany Spojených států amerických, obdobně jako mnoho jiných metod známých z teorie projektového řízení. Dále se velmi rychle využití této metody rozšířilo na řízení projektů realizovaných Národním úřadem pro letectví a kosmonautiku (NASA), Ministerstvem energetiky USA a dalšími vládními organizacemi, které se zabývají novými technologiemi nejen v USA, ale ve většině vyspělých států světa. v rámci komerční sféry byla metoda vytvořené hodnoty nejprve využívána v oblasti stavebnictví. [6]

Platí stále, že se tato metoda více vyskytuje v oblasti teorie a podnikatelské subjekty ji v praxi příliš nepoužívají? Jak již bylo dříve zmíněno, tato metodika se z oblasti veřejné správy rozšířila nejprve do oboru stavebnictví. v dnešní době mohou organizace získat certifikát „Profesionál řízení vytvořené hodnoty“, který vydává po splnění všech předepsaných podmínek Americký národní úřad pro certifikaci (ANSI). Tuto certifikaci s úspěchem získala např. Národní urychlovací laboratoř Fermilab. Ve stavebnictví se metodika vytvořené hodnoty využívá při stavbě nových i rekonstrukci stávajících objektů. Mimo jiné lze zmínit firmu Taylor Woodrow Construction, která uvedenou metodiku využila např. při stavbě nádraží v Paddingtonu nebo při rekonstrukci Royal Albert Hall. Postupně se aplikuje řízení vytvořené hodnoty také na projekty v jiných oblastech jako je vývoj a implementace softwarových produktů nebo bankovníctví, příp. bývá využívána při realizaci filmů v Hollywoodu.

Z výše uvedeného vyplývá, že se metodika vytvořené hodnoty začíná uplatňovat v různých oblastech. Lze tedy říci, že její praktické rozšíření trvalo několik let, ale nyní jsou její výhody (možnost předvídaní budoucího vývoje, pravidelná aktualizace plánů a rychlé přijetí nápravných opatření) plně využívány. Pokud se organizaci podaří úspěšně pomocí této metody zrealizovat jeden projekt, většinou ho pak používá opakovaně a zařadí ho do svých nejlepších praktik. v současnosti podporují aplikaci analýzy vytvořené hodnoty softwarové nástroje pro projektový management (např. MS Project), které výrazně zjednodušují výpočet jednotlivých ukazatelů a umožní grafické znázornění vývoje projektu.

Lze metodu pro analýzu vytvořené hodnoty vhodným způsobem modifikovat nebo rozšířit? v uplynulých letech se objevila nová forma analýzy, která na analýzu vytvořené hodnoty bezprostředně navazuje. Zatímco v rámci analýzy vytvořené hodnoty jsou veškerá měřítka vyjádřena v peněžních jednotkách (v dolarech), v nové formě – analýze s využitím vytvořeného časového rozvrhu – jsou ukazatelé SV a SPI definovány v časovém měřítku. Tato úprava umožňuje efektivnější posouzení postupu aktivit vzhledem k časovému harmonogramu a odhad data dokončení projektu. I přes určitou úpravu se tato technika zabývá opět pouze faktorem času, který je vymezen již v předchozí verzi. Metodika tudíž nezohledňuje další faktory související s výkonností projektu jako kvalitu produktu, hodnocení projektového týmu atd.

Závěr

Technika analýzy vytvořené hodnoty představuje dle mého názoru perspektivní a efektivní nástroj pro monitorování průběhu realizace projektu i jeho následné hodnocení. Pro její širší využití v praxi neexistují žádné nepřekonatelné překážky, lze tedy očekávat, že se bude aplikovat i na projekty z dalších oblastí. Omezení z hlediska posuzování výkonnosti projektu může spočívat v primárním zaměření na dva faktory – náklady a čas. Tento nedostatek by bylo možné odstranit propojením uvedené metodiky s modelem typu scorecard, pomocí kterého lze provádět komplexní hodnocení jednotlivých projektů.

Literatura

- [1] FLEMING, Q. W. – KOPPELMAN, J. M.: *Earned Value Project Management*. Second Edition. Pennsylvania: Project Management Institute, 2000. ISBN 1-880410-27-3.
- [2] SCHWALBE, K.: *Řízení projektů v IT*. Brno: Computer Press, 2007. ISBN 978-80-251-1526-8.
- [3] IRCINGOVÁ, J. – MÍČOVÁ, T. – SKALICKÝ, J.: *Přidaná hodnota a řízení projektu*. E+M Ekonomie a Management, 2007, roč. 7. ISSN 1212-3609.
- [4] SKALICKÝ, J. – VOSTRACKÝ, Z.: *Projektový management*. Plzeň: ZČU v Plzni, 2003. ISBN 80-7043-237-3.
- [5] URL: http://www.sciforma.com/resources/white_papers/education.htm. LEVINE, H. A.: *The Education of Justin Thyme – Project Manager*.
- [6] URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Earned_value_management.

Ing. Jarmila Ircingová
Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická
Katedra managementu, inovací a projektů
Univerzitní 8, 306 14 Plzeň
Telefon: +420 377 633 216
Mail: jircingo@kip.zcu.cz

Management stížností v podnicích cestovního ruchu

Complaint Management in the Tourism Enterprises

Dagmar Jakubíková, Jan Tlučoř, Eliška Klatová

Anotace

Příspěvek je věnován prezentaci dílčích výsledků výzkumu zahájeném na počátku roku 2008 pracovníky Katedry marketingu, obchodu a služeb Fakulty ekonomické Západočeské univerzity v Plzni v oblasti ubytovacích a stravovacích zařízení. Jeho cílem je shromáždit, analyzovat a interpretovat data o implementaci managementu stížností v podnicích služeb, a zároveň identifikovat jeho zařazení do jednotlivých fází marketingového řídicího procesu. v literatuře nebyla zjištěna jednoznačná odpověď. Zkoumány jsou nástroje, postupy a procesy týkající se přijímání a řešení stížností ve vybraných zařízeních v západočeském lázeňském trojúhelníku a v Praze. Jsou hledány vztahy mezi procesy řízení stížností a velikostí podniku, implementací ISO norem kvality, jakož i dalšími faktory.

Stížnosti mohou být tím nejlepším, co se může podnikatel od svých klientů dozvědět, ale současně také tou nejhorší noční můrou manažerů a jejich podřízených.

Summary

The article is dedicated to the presentation of partial results of a research which was started in the beginning of the year 2008 by the employees of Department of Marketing, Trade and Services Faculty of Economics University of West Bohemia in Pilsen. The authors emphasize in this contribution accommodation and boarding companies. The article is aimed on collecting, analyzing and interpreting of data about complaint management in service companies. And at the same time on identifying position of complaint management in particular phases of marketing management process. The scientific resources don't provide a clear answer. Instruments, procedures and processes of receiving and solving of complaints were researched in selected facilities in west bohemian spa triangle and in Prague. Relationships between processes of solving complaints and the size of company, implementation of ISO standards of quality, as well as some other factors are examined.

Complaints can be the best thing which an entrepreneur can hear from his customer, but at the same time they can turn into the worst night mares of managers and their staff members.

Klíčová slova

Management stížností, stížnost, spokojenost, zákazník, cestovní ruch

Keywords

Complaint management, complaint, satisfaction, customer, tourism

Úvod

V současné době je problematika stížností a reklamací v praxi poměrně diskutovaná, ať už se jedná o zavádění kodexů kvality u českých cestovních kanceláří nebo vytváření a publikování černých listin zákazníků u zahraničních zprostředkovatelských subjektů. Dnešní zákazník je informovanější, náročnější, emancipovanější a neobává se vyjádřit svou nespokojenost. v reakci na tuto skutečnost se musí podnikatelské subjekty smířit s tím, že pokud nebudou výrobky a služby odpovídat jeho požadavkům, budou se muset vyrovnat s přijímáním a řešením stížností a reklamací. Pozice zákazníka je posilována legislativou o ochraně spotřebitele.

Podniky soupeřící o zákazníka na vysoce konkurenčním trhu produktů cestovního ruchu si stále častěji uvědomují nutnost zajistit klientovu absolutní spokojenost. i když ani naprosto spokojený zákazník nemusí mít tendenci vracet se zpět do stejného podniku nebo stejné destinace, neboť neustále hledá nové zážitky. (Woratschek, Horbel, 2006) Na druhou stranu může svou spokojenost šířit dál svým přátelům a známým poskytováním referencí.

V tomto příspěvku se autoři věnují především managementu stížností v ubytovacích a stravovacích zařízeních. Těžištěm článku je prezentace výsledků sběru a analýzy informací v oblasti managementu stížností, které proběhlo v rámci projektu Specifického výzkumu ZČU

v Plzni „*Marketingové aktivity v odvětví cestovního ruchu a vliv cestovního ruchu na ekonomiku*“.

Šetřením bylo zjištěno, že podobný výzkum v České republice doposud neprobíhal, a proto je možné získané informace považovat za nové. Managementem stížností v organizacích služeb se zaměřením na cestovní ruch se na Slovensku také zabývá tým pod vedením prof. Gúčika na Univerzite Mateje Bela v Banske Bystrici. Předpokládá se, že výsledky obou výzkumů budou v budoucnosti porovnány.

Cíle a použité postupy

Provedený výzkum má za cíl poskytnout informace o řešení stížností v podnicích cestovního ruchu v České republice, konkrétně v ubytovacích a stravovacích zařízeních v západočeském lázeňském trojúhelníku a v Praze.

Výzkumu předcházelo studium odborné literatury a dalších zdrojů vztahujících se k řešené problematice, z nichž některé byly využity při jeho realizaci. Pro získání primárních informací byla aplikována metoda dotazování. Byl sestaven dotazník, který obsahoval kombinace otevřených, uzavřených a polootevřených otázek. Získané odpovědi byly doplněny částečně strukturovanými rozhovory s manažery a majiteli zkoumaných zařízení.

Důraz byl kladen na získání informací o současném stavu managementu stížností, spíše než na jejich statistickou porovnatelnost a strukturovanost. Byl sledován samotný proces řešení stížností – postup, délka, využívané prostředky nápravy nebo vliv stížností na zlepšování podnikových procesů. V potaz byl brán vliv ISO norem a velikost podniku. Výsledky sběru informací ukazují směry dalšího možného výzkumu.

Management stížností v literatuře

Problematika stížností a jejich řešení je v dostupné literatuře často spojena s procesy řízení kvality nebo se zjišťováním spokojenosti zákazníka. Jednotliví autoři se liší v zařazení „managementu“ stížností do marketingových procesů. Perreault a McCarthy (1996, s. 626) ho řadí do procesu implementace a kontroly marketingového plánu. z pohledu Janečkové a Vašítkové (2000, s. 170) a následně i Vašítkové (2008, s. 187) patří řešení stížností do procesu poskytování služby. Kotler a Keller (2007) se zabývají stížnostmi v souvislosti se zjišťováním spokojenosti zákazníka s produktem a dalšími komponenty marketingového mixu. Důraz kladou na hodnotu produktu z pohledu zákazníka. Neodpovídá-li skutečně dodaná hodnota očekávané, je zákazník nespokojen a má oprávněný nárok vyjádřit svou nespokojenost. z jejich úvah dále jasně vyplývá, že se stížnostmi zabývají především firmy aplikující vztahový marketing.

Wiesner (2006, s. 98), stejně jako Gúčík (2008, s. 7) jasně propojují stížnosti a management kvality a dávají ho do souvislosti s modelem EFQM a ISO normami řady 9 000 a 10 000. v tomto kontextu je třeba si také uvědomit specifické vlastnosti služeb, které jsou nehmotné, nestálé, neskladovatelné, neoddělitelné od osoby poskytovatele. (Hesková, 2006, s. 96)

Charakteristické vlastnosti služeb do značné míry neumožňují zajištění konstantní kvality služeb. Různá míra kvality je vnímána každým zákazníkem subjektivně a může vést ke stížnostem. Určit jejich oprávněnost je často složité.

Souhrnně lze konstatovat, že důvody zákazníkovi stížnosti, tedy nedostatky při poskytování služby, můžeme řadit z hlediska tradičního marketingového mixu do produktové politiky. Zde je nutno hledat nástroje pro předcházení stížnostem.

Pokud již nastal důvod pro zákaznickou stížnost, tedy zákazník se cítí nespokojený, přesunujeme se z oblasti produktu do oblasti marketingové komunikace, resp. komunikačního mixu. Autoři (Bureš, Řehulka, 2006, Foster, 2002, Kotler, Keller, 2007, Gúčík, 2008, Spáčil, 2003 či Whiteley, 1991) se v tomto případě shodují, že je nutné podpořit zákazníka ve sdělování stížností. Podnikatelé by se měli bránit marketingové slepotě **aktivním** získáváním zpětné vazby od svých zákazníků. Podle Kotlera a Kellera (2007), ale i Foreta (2006) pouze 4 % nespokojených zákazníků komunikují svůj problém s poskytovatelem služby. Wiesner (2006) hovoří o 5 - 15 %. Stauss a Seidel (2002) jsou optimističtější a uvádějí, že je to 20 - 50 %. To však neznamená, že nespokojení a nestěžující si zákazníci nesdělují své negativní zkušenosti dalším potenciálním klientům.

Výše zmínění odborníci doporučují využít různých komunikačních nástrojů pro usnadnění sdělení stížnosti či hodnocení kvality služeb (nepřímý indikátor problému), například bezplatné telefonní linky, možnost vyplnění připravených formulářů (písemně, na internetu, pomocí mobilního telefonu), faxový a e-mailový kontakt (nejlépe na vedoucí osobu) a kniha přání a stížností.

Spáčil (2003), Kotler a Keller (2007), Foster (2002) a další autoři upozorňují na nutnost evidence stížností. Whiteley (1991, s. 172) představuje jednotlivé nástroje evidence, a dále nástroje nacházení kritických částí produkčních procesů a finanční analýzy vlivu stížností. Berg (2006) doporučuje řešit stížnosti v odvětví cestovního ruchu rychle, avšak s dostatečným pocitem důležitosti zákazníka.

Naprostá většina uváděných autorů zastává názor, že firma by měla usilovat o to, aby zákazník svou případnou nespokojenost vyjádřil bezprostředně. Oprávněné stížnosti jsou pro podnik přínosné, byť jejich vyřizování způsobuje dodatečné náklady. Stížnosti by měly být vždy chápány jako podněty pro zlepšení procesu poskytování služeb. Podle Perreaulta a McCarthyho (1996, s. 630) i zde platí Paretovo pravidlo, kdy jediný problém v produkci může způsobovat mnoho stížností. v pohostinství je také třeba rozlišovat dva typy stěžujících si zákazníků. Jedni si stěžují vždy a na všechno, jejich cílem však není zlepšení poskytované služby, ale stát se středem pozornosti a získání určité výhody. Druzí si naopak stěžují na konkrétní službu, chtějí daný problém vyřešit, a zároveň tím přispět k jejímu zlepšení.

Mezi formy nápravy stížností patří: oprava výrobku, náprava služby (např. výměna pokoje); odpuštění platby za odebraný produkt; vrácení platby a vrácení produktu; náhrada škody; bolestné; omluva nebo dárek. (Spáčil, 2003)

V odborné literatuře jsou často zkoumány vazby mezi stížnostmi zákazníků a jejich loajalitou k podniku. Podle Kotlera a Kellera (2007) má vyřízená stížnost pozitivní vliv na další obchodní vztahy. Wiesner (2006) dokonce připouští zvýšení obratu a loajálnosti zákazníků, je-li jejich stížnost vyřízena kladně. Touto problematikou se zabývají také Šalgovičová a Urdziková (2008).

Stejně jako Gúčík a Benčaj (2008) se domníváme, že pro fázi předcházení vzniku důvodů pro stížnost a během procesu řešení stížnosti mají zásadní roli pracovníci podniku cestovního ruchu.

Dosažené výsledky a jejich diskuze

V našem průzkumu jsme se zaměřili na podniky poskytující ubytovací a stravovací služby v západočeském lázeňském trojúhelníku a v Praze. v oblasti ubytovacích zařízení byly získány informace od celkem 48 subjektů, u stravovacích zařízení pak od 35 subjektů. Ke sběru informací bylo využíváno standardizovaného dotazníku, který byl vyplňován písemně, nebo se stal pokladem pro rozhovory se zástupci dotázaných subjektů. v rámci rozhovorů byly informace dále rozváděny.

Jak jsou stížnosti sdělovány?

Dotazovaní v naprosté většině souhlasili s tvrzením „*stížnosti pomáhají podnikání*“, ale pouze třetina se aktivně snaží přinutit zákazníky k otevřené komunikaci o jejich nespokojenosti. (Poznámka k zamyšlení: Většinou byly uváděny následující formy aktivní motivace zákazníka pro otevřenou komunikaci nespokojenosti – dotazník, možnost stížnosti na internetu či kniha přání a stížností.)

Ze získaných dat vyplývá, že převažuje podávání stížností ústně, byť jsou zákazníkům především u ubytovacích zařízení dostupné i jiné komunikační cesty (dvě třetiny dotazovaných subjektů uvedlo možnost podávat stížnosti e-mailem, telefonicky, písemně či formulářem na www stránkách, pětina subjektů využívá knihu přání a stížností). Většina stížností je sdělována recepčním či obsluhujícím personálu ve stravovacích zařízeních (pokud je přítomen majitel, pak přímo jemu). Ubytovací zařízení s velkou oblibou využívají dotazník hodnotící spokojenost s poskytovanými službami (čtyři pětiny dotázaných ubytovacích zařízení).

Dotazníky spokojenosti jsou často vyhodnocovány až po delším časovém období (měsíc a více). v takovém případě dochází k odstranění problémů s časovou prodlevou.

Z rozhovorů s manažery hotelů vyplynulo, že jsou si vědomi nutnosti rychlé reakce na zákaznickou stížnost. Ve skutečnosti tomu tak vždy není. Například při e-mailové komunikaci spatřujeme problém při uvádění jediné kontaktní e-mailové adresy, jejíž administrátor nemusí být přesně instruován o tom, komu zasílat případné stížnosti. Obecně doporučujeme uvádět konkrétní kontaktní osobu, která zodpovídá za rychlé řešení stížností zákazníků a zpětnou vazbu.

Jakým způsobem jsou stížnosti řešeny?

V praxi jsou zaměstnanci v přední linii (recepční, obsluhující personál) nejčastěji konfrontováni se stížnostmi, a také se je většinou snaží řešit. Pouze závažnější typy stížností jsou předávány manažerům či majitelům. Nejčastěji, ve více než 90%, jsou oprávněné stížnosti řešeny omluvou a případným odpuštěním platby za službu. Evidenci stížností vede méně než 40% dotazovaných firem, ostatní přiznávají, že je pro ně dostačující rychlé a pozitivní vyřízení stížnosti. u některých firem, kde jsou jasně nastavené procesy řešení stížností, pak v praxi neprobíhá jejich evidence z důvodů časové tísně na pracovišti, a to i přesto, že je v některých případech stížnost se zákazníkem sepsána písemně. z odpovědí i následných diskuzí také vyplynulo, že s výjimkou velkých ubytovacích zařízení, nebývá přesně stanoveno, kdo je zodpovědný za správnost vyřízení stížnosti. Ukázalo se, že minimálně tři pětiny dotázaných subjektů nemají jasně nastavené procesy řízení stížností, případně se jimi neřídí. Přesto se polovina dotazovaných firem vždy snaží odstranit nedostatky, které byly příčinou stížnosti, druhá polovina firem nedostatky odstraňuje někdy.

Jaký vliv má vnitřní prostředí podniku na řízení stížností?

Identifikovali jsme značné rozdíly mezi velkými ubytovacími zařízeními a zbytkem dotazovaných firem, ve kterých zpravidla nejsou zaměstnanci pozitivně motivováni k přijímání a řešení stížností. Čtvrtina dotazovaných firem (především v oblasti stravovací) uvedla, že pokud se ukáže být zákaznická stížnost oprávněná, je pracovník, který chybu způsobil, potrestán (trest variuje od napomenutí přes nejčastější finanční postih po propuštění).

Zde se ukazuje, že v některých firmách stále ještě převládá důležitost plnění finančních ukazatelů (napravování stížností prostě stojí finanční prostředky) než tržní orientace s důrazem na spokojenost zákazníka. Výrazně menší důraz je kladen na příjemné pracovní prostředí a spokojenost zaměstnanců, kteří jsou často nositeli (představiteli) poskytované služby, a jejich pohoda tak ovlivňuje zákaznicko vnímání služby.

Z výše uvedeného do značné míry vyplývá, že na řízení stížností má vliv personální politika firmy, a také celá podniková kultura firmy. Pokud nejsou vztahy mezi zaměstnanci přední linie přijímajícími stížnosti a jejich nadřízenými korektní, ve firmě nepanuje prostředí důvěry, pak zaměstnanci přední linie nepředávají stížnosti dále. Kdo by také předal svému nadřízenému informaci o tom, že neodvedl dobrou práci, když navíc ví, že ho nemine finanční postih? v našem průzkumu uvedlo 60% firem, že motivuje své pracovníky finančně, polovina firem také motivuje pochvalou. Naopak možnost zvyšování kvalifikace ve smyslu motivace pracovníků využívá pouze 10% subjektů.

Jaký vliv má zavedení ISO norem na řízení stížností?

ISO normy kvality, v ČR především řada 9 000, jsou dotazovanými podniky vnímány dvěma způsoby: 1) jako manuály pro procesy poskytování kvalitních služeb; 2) certifikace jako součást značky firmy ve smyslu komunikačního nástroje. To vede ke dvěma odlišným přístupům k ISO normám při řízení. Firma je řízena v souladu s nastavenými procesy a normy jsou v podstatě manuálem pro řízení firmy. a druhá možnost je, že firma má certifikaci, avšak odpovídající materiály a formuláře ožívuje pouze při auditu (většinou formálním a předem nahlášeným) poskytovatele certifikace. Je zřejmé, že ISO normy mají pouze omezený vliv na firemní procesy. v tomto ohledu je potřebné upozornit na to, že certifikace firmy dle ISO norem ve smyslu komunikačního nástroje může mít vliv pouze na evropského zákazníka, který ISO normy zná a vnímá je jako prestižní. Pro zákazníky ze zámoří to je (ISO normy) nezajímavý údaj. z našeho zkoumání vyplynulo, že jsou patrné odlišnosti v přístupu k ISO normám kvality podle národnosti majitele či manažera hotelu. Například Němci se snaží pomocí ISO norem kvality řídit podnik, Češi často přistupují k ISO normám jako ke komunikačnímu nástroji. Zavedené ISO normy nemusí znamenat zlepšení v oblasti řízení stížností.

Proč je počet stížností nízký?

V dotaznících uváděli dotazovaní poměrně nízký počet stížností (nejčastěji jednotky měsíčně). To může být způsobeno: 1) špatnou komunikací uvnitř podniku (nepředávání si informací, dotazovaný tak nemusel mít dostatečné informace); 2) neexistující evidencí stížností; 3) mentalitou, způsobem chování zákazníků a jejich spotřebitelskou vyspělostí.

Deresky (2000) nebo Nový a Schroll-Machl (1999 a 2000) porovnávají českou mentalitu s ostatními národy. Češi jsou zde charakterizováni jako lidé, kteří nemají rádi otevřenou (přímou) komunikaci nesouhlasu (stížnosti), daleko raději volí písemnou (e-mailovou) formu. Písemné sdělení problému je v oblasti služeb cestovního ruchu (typicky stravovacích) poměrně složité – je obtížné stěžovat si na studené jídlo písemně, resp. s časovým odstupem. Tato charakteristická vlastnost Čechů pak může vést ke sníženému počtu stížností, které tak nemohou být řešeny. Proto může docházet ke zvyšování počtu zákazníků, kteří služeb daného zařízení znovu nevyužijí. Toto potvrzují odpovědi manažerů zkoumaných ubytovacích zařízení. Ti, považují Čechy za konzervativní zákazníky, kteří chápou stížnost jako něco negativního, co se nedělá. v tomto místě považujeme za důležité podotknout, že vina není vždy na straně zákazníka, a je třeba si otevřeně přiznat, že také manažeři nejsou zvyklí na přímou kritiku.

Komplikace mohou nastat mezi českými manažery, zaměstnanci a zahraničními hosty, kteří jsou zvyklí vyjádřit svou nespokojenost otevřenou formou.

Závěr

Z provedených zjištění vyplývá, že důležitost přijímání stížností a jejich řešení si uvědomují jak teoretici, tak praktici. v praxi ubytovacích a stravovacích zařízení často chybí jasně nastavené a především využívané procesy řízení stížností. Podniky rozeznávají důležitost stížností, avšak pouze jejich malá část se snaží motivovat zákazníky k jejich sdělování. Existující stížnosti řeší především zaměstnanci přední linie, případně majitelé (manažeři ve službě), pokud jsou situaci přítomni. Jasně nastavené procesy řízení stížností nacházíme především ve větších firmách poskytujících luxusnější služby (čtyř- a pětihvězdičkové hotely). Často však tyto postupy nejsou zcela naplňovány. Existence ISO norem ve firmě má pozitivní vliv na nastavení procesů, avšak ne vždy na jejich realizaci. Přestože pouze polovina firem eviduje (nebo to alespoň tvrdí) stížnosti, všechny subjekty se snaží alespoň někdy odstraňovat nedostatky, které stížnosti způsobily.

Jako zásadní vlivy na řešení stížností identifikujeme:

- podnikovou kulturu a vnitřní komunikaci v podnicích a s tím související osobu manažera/majitele,
- pracovníky přední linie (a jejich současnou nedostatečnou informovanost a proškolení ve vztahu k zákazníkovi, a nejasně stanovené možnosti řešení stížností),
- provázanost celého procesu řízení stížností (v současnosti nedostatečná),
- velikost podniku (intuitivnost u malých a středních zařízení, jasnější procesy v podnicích větších).

Jedním z nástrojů pro rychlé zlepšení řízení stížností může být proškolení pracovníků přední linie v oblasti komunikace se zákazníky v „krizových“ situacích a jasné nastavení jimi použitelných nástrojů pro vyřešení stížností a vymezení oblasti stížností, které jsou v jejich kompetenci. Bohužel např. analýza nabízených vzdělávacích modulů v rámci projektu MMR „*Vzdělávání v cestovním ruchu*“ ukázala, že je k dispozici pouze jediný spíše teoretický modul zabývající se komunikací a praktickými dovednostmi pracovníků cestovního ruchu, ve kterém jsou stížnosti zmíněny pouze v několika odstavcích.

Na základě dosavadních výsledků výzkumu se oprávněně domníváme, že by se měl management stížností stát nástrojem pro zlepšení výkonu a kvality služby, se kterým je samozřejmě spojena odpovídající příprava pracovníků v oblasti komunikace se zákazníky. Doporučujeme vypracování manuálu pro vyřizování stížností s identifikací typů stížností a kompetentních pracovníků pro jejich řešení.

Použitá literatura

BERG, W. *Tourismusmanagement*. 1. Aufl., Ludwigshafen: Kiehl, 2006. ISBN 3-470-54871-7

BUREŠ, I., ŘEHULKA, P. *10 zlatých pravidel péče o zákazníka, aneb, CRM v digitálním věku*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2006, ISBN 80-7261-149-6

DERESKY, H. *Management. Managing Across Borders and Cultures*. 4th ed.. New Jersey: Prentice Hall, 2000. ISBN 0130090530

FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2006. ISBN 80-251-1041-9

FOSTER, T. R. V. *Jak získat a udržet zákazníka*. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2002. ISBN 80-7226-663-2

- GÚČIK, M. Manažérstvo sťažností ako súčasť riadenia vzťahov so zákazníkom. In *Manažérstvo sťažností v organizáciách služieb*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2008, s. 7-17. ISBN 978-80-8083-620-7
- GÚČIK, M., BENČAJ, M. Manažérstvo sťažností v organizáciách cestovného ruchu. In *Manažérstvo sťažností v organizáciách služieb*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2008, s. 43-53. ISBN 978-80-8083-620-7
- HESKOVÁ, M. a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3
- JAKUBÍKOVÁ, D.; TLUČHOŘ, J. Příklady řešení stížností v organizacích cestovního ruchu a veřejné správě. In *Manažérstvo sťažností v organizáciách služieb*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2008, s. 26-34. ISBN 978-80-8083-620-7
- JANEČKOVÁ, L., VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-995-0
- KOTLER, P., KELLER, K. L. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5
- NOVÝ, I. – SCHROLL-MACHL, S. A KOL. *Interkulturní komunikace v řízení a podnikání*. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-7261-009-0
- PERREAULT, W. D., MCCARTHY, J. E. *Basic marketing. a Global-Managerial Approach*. 12th ed. Boston: Irwin, 1996. ISBN 0-256-13990-3
- SPÁČIL, A. *Péče o zákazníky*. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80-247-0514
- SCHROLL-MACHL, S. - NOVÝ, I. *Perfekt geplant oder genial improvisiert: Kulturunterschiede in der deutsch-tschechischen Zusammenarbeit*. Rainer Hampp Verlag: München, Mering, 2000. ISBN 3-87988-451-X
- STAUSS, B., SEIDEL, W. *Beschwerdemanagement. Kundenbeziehungen erfolgreich managen durch Customer Care*. 3. Aufl., München, Wien: Carl Hanser Verlag, 2002. ISBN 3-446-21967-6
- ŠALGOVIČOVÁ, O., URDZIKOVÁ, J. Manažérstvo reklamácií a komunikácia s nespokojným zákazníkom. In *Manažérstvo sťažností v organizáciách služieb*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2008, s. 18-25. ISBN 978-80-8083-620-7
- VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9
- WHITELEY, R. C. *Podnik řízený zákazníkem*. USA: Addison-Wesley Publishing Company, 1991. ISBN 80-85605-69-4
- WIESNER, K. A. *Strategisches Tourismusmanagement. Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2006. ISBN 3-503-09358-3
- WORATSCHEK, H., HORBEL, C. *Are Recommendations of Venturers Valuable? – a Study of Word-of-Mouth Communication Behavior of Variety-Seeking Tourists and Opinion Leaders*. In: *Wirtschaftswissenschaftliche Diskussionspapiere der Universität Bayreuth*, Nr. 02-06, 2006

Doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D.
Ing. Jan Tlučoř
Ing. Eliška Klatová

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta ekonomická
Katedra marketingu, obchodu a služeb
Hradební 22
350 02 Cheb

E-mail: jakubiko@kmo.zcu.cz
 jtluchor@kmo.zcu.cz
 klatova@kmo.zcu.cz

Inventarizace brownfieldů a s tím spojená problematika se zaměřením na Moravskoslezský kraj

The inventory of brownfields and with connection problems sight on Moravo-Silezian region

Hana Janáčková

Anotace

Brownfieldy jsou pozemky a budovy v urbanizovaném území, které ztratily svoje původní využití nebo jsou podvyužité, negativně působí na své okolí a jsou nebo pravděpodobně jsou kontaminovány.

Regenerace brownfieldů může vyžadovat různé formy veřejné intervence. Tato problematika je v současné době aktuální pro oblasti, kde proběhla rozsáhlá restrukturalizace. K těmto oblastem lze jednoznačně přiřadit nejlidnatější Moravskoslezský kraj. Brownfieldy nejenže mají negativní ekonomické účinky, ale mají také neblahý fyzický vliv na své širší okolí. Složitost jejich řešení, nejistoty, zvýšená rizika a náklady spojené s jejich renovací a znovu využitím to vše odrazuje soukromý kapitál od aktivní ekonomické intervence. Regenerace brownfieldů je v mnohých případech rovněž nákladná záležitost, která vyžaduje užití počáteční veřejné intervence a popřípadě i zdrojů veřejných institucí. Jedním z prvních kroků celkové regenerace je inventarizace a klasifikace brownfieldů, kterou většinou provádějí veřejné instituce či orgány státní správy. Vytvořené registry zviditelňují jisté aspekty brownfieldů a pomáhají investorům získat důležité informace.

Článek se zaměří na možnosti inventarizace, důležitost provádění těchto databází a problémy se současnými nejnovějšími možnostmi inventarizací brownfieldů, se kterými se setkáváme v České republice. V druhé části článku bude provedena analýza brownfield v nejlidnatějším Moravskoslezském kraji na základě nejnovější databáze těchto lokalit vytvořené v roce 2008.

Summary

This paper focuses on brownfields, their structure and their public inventory in the Czech Republic with focusing on the Moravo-Silezian region, which battles with consequences of industrial changes and restructure.

In the first part the presented article deals with the definition of what brownfields are and what their types are. It focuses on brownfield's measurement and on how extensive brownfield's development makes brownfield's projects of longer duration more complicated, more costly and more risky.

The second part of the article deals with the register of brownfields in the Czech Republic with focusing mainly on the Moravo-Silezian region. This public register helps regions and municipalities to grasp the rise and type of their rejuvenation problem. So there are registers produced to visualise certain aspects of brownfields which also help investors searching for some information about appropriate localities for their investment projects. In the last part of presented article will be analyses of brownfield in Moravo-Silezian region based on the latest database of these localities created in the 2008.

Klíčová slova: Brownfield, inventarizace, Moravskoslezský kraj

Key words: Brownfield, inventory, Moravo-Silezian region

Úvod

Evropské vnímání vidí brownfieldy jako opuštěné, nedostatečně využívané nebo prázdné území, které může, ale nemusí mít ekologickou zátěž, na kterém předcházející užití skončilo a trh nebyl schopen bez nějakého druhu intervence ho znovu využívat. Z ekonomického hlediska se jedná o negativní externalitu.

Přirozeně lze předpokládat, že skutečným nositelem problému jsou vlastníci brownfieldů. Jejich postoj k znovu užití jejich nemovitostí se mohou měnit a lišit, ale neřešené brownfieldy obtěžují celou společnost, odrazují investory, snižují hodnotu okolního majetku a působí další snižování ekonomické aktivity bezprostředního okolí. Na druhou stranu je třeba podotknout, že vlastníci mnohdy nemají dostatečné know-how vhodného řešení či dostatečné finanční prostředky. To je důvod proč by municipality měly hrát aktivní roli.

Schopnost místních samospráv řešit problémy brownfieldů byly do značné míry ochromeny právními předpisy přetrvávajícími z doby centrálně plánovaných ekonomik, ve kterých měly pozemky jen malou hodnotu. Dodnes je v některých středoevropských zemích, Česko

nevyjímaje, půda a s ní spojené stavby zatíženy velmi nízkou majetkovou daní. Absence těchto daní má několik dumpingových účinků na regeneraci brownfieldů. Vlastníci mají malý zájem nabízet svoje pozemky k regeneraci a upřednostňují „sedět“ na majetku. Municipality jsou ochuzovány o důležitý, nefluktující a předvídatelný zdroj příjmu, který by umožnil scelování pozemků a zlepšování infrastruktury. Tyto příjmy do veřejných rozpočtů by mohly chátrající města učinit mnohem konkurenceschopnějším.

Tato situace vyžaduje kompetentní strategické plánování a urbanistické řešení. Vyžaduje také aktivní, kreativní, mezioborové organizační úsilí a financování, aby takováto zátěž byla odstraněna a města se mohla osvobodit ze své stagnace a urbanistického úpadku

Možnosti nového rozvoje jednotlivých brownfieldů se odlišují a záleží především na jejich umístění, předchozím využití a míře poškození. Poškození dnešních brownfieldů je do značné míry důsledkem předchozího využití a to také ovlivňuje náklady a možnosti jejich nového rozvoje. Umístění brownfield v prostoru velmi ovlivňuje poptávku po něm, a poptávka následně rozhoduje o tom, zda a jak se brownfield bude rozvíjet. Výhodu mají především takové brownfieldy, která jsou v centrálních částech měst a především pak ta, která nemají majetkové anebo jiné (např. ekologické) problémy. Naopak brownfieldy v okrajových lokalitách mohou mít šanci na rozvoj podstatně nižší.

Bývá mylnou představou mnohých zvolených zástupců samospráv, že situaci brownfieldů vyřeší sám trh. To se dá očekávat jen v lokalitách s vysokou mírou rozvoje a ekonomické aktivity, tedy hlavně v centrálních částech strategicky položených měst a obcí, kde bývá obsazena značná část pozemků a počet volných pozemků se blíží k nule. Strategické umístění vlastně zaručuje výhodné budoucí komerční využití, které zpravidla doprovází vysoká poptávka po rozvojových (stavebních) pozemcích, mezi které brownfieldy patří. To však se týká pouhého zlomku.

Jak vyplynulo z početných analýz, je patrné, že největší bariérou znovuožití brownfieldů nejsou, jak se původně předpokládalo, peníze, ale nedostatek know-how vlastníků a zainteresovaných institucí. Specifické vysvětlování a vzdělávání jim umožní, aby jednali užitečně a efektivně při formulování vhodné politiky, strategie a vytváření nástrojů a programů, které by jim umožnily využití brownfieldů na jejich území popřípadě v jejich vlastnictví.

Regenerace brownfieldů je nákladná záležitost (negativní externalita), která mnohdy vyžaduje velmi účelné užití počáteční veřejné intervence a popřípadě i veřejných financí. Efektivní užití těchto zdrojů (nejen z fondů EU) však vyžaduje dlouhodobé předchozí plánování a přípravu a taky komunikaci vlastníků a s vlastníky o jejich plánech a zajištění jejich odezvy.

Je si ale nutné uvědomit, že situaci regenerace našich brownfieldů v převážné většině případů budou řešit soukromé zdroje financování v rámci obvyklých tržních relací. Čím nižší budou bariéry rozvoje na brownfieldech, tím vyšší bude vstup soukromých investorů do jejich řešení.

Prvním krokem komplexního řešení znovuvyužití brownfieldů je připravenost na straně zainteresovaných, které předchází inventarizace a zmapování brownfieldů a vytvoření veřejných registrů, které by věrně odrážely situaci brownfieldů na národní, regionální popřípadě místní úrovni, a které by měly být financované z veřejných rozpočtů. Bez porozumění, inventarizace a analýz nemůže společnost porozumět problému a nemůže připravit aktivní nástroje pro znovuvyužití brownfieldů. Je třeba mít stále na mysli, že brownfields jsou součástí půdy jako přírodního zdroje a omezeného výrobního faktoru. Je třeba mít na mysli, že brownfieldy jsou součástí půdy jako přírodního zdroje – omezeného výrobního faktoru.

Inventarizace brownfieldů

Doposud existuje málo obecných přístupů pro inventarizaci a klasifikaci brownfieldů. To je důvod, proč dostupné národní údaje o počtu a typu brownfieldů, pokud vůbec existují, nejsou plně srovnatelné a porovnání jednoho regionu s ostatními je velmi obtížné, to platí v současnosti i v České republice.

Analýza a inventarizace brownfieldů pomáhá městům a regionům posoudit velikost a typ jejich problémů spojených s brownfieldy. Registry zviditelňují jisté aspekty brownfieldů a pomáhají také investorům získat důležité informace. Je nutné si uvědomit, že jednotlivé brownfield se mohou současně objevit v několika registrech, přičemž každý vypovídá o specifickém pojetí registru. Registry jsou převážně vedeny veřejnými institucemi. Ne všechny takovéto registry jsou ve všech zemích přístupné veřejnosti, údaje často nejsou shromažďovány celostátně a je často velmi obtížné srovnat registry navzájem. Shromažďovaná data nemají také vždy národně shodný formát. Instituce shromažďují a uveřejňují informace, které ony samy pokládají za nutné a navíc odlišují stupeň a hloubku uveřejňovaných informací. Veřejně přístupné většinou bývají registr pozemků a nemovitostí vedený katastrálními úřady a územně plánovací dokumenty některých municipalit, které je mají. u těchto registrů je však brownfield obtížně identifikovatelný na první pohled, protože tyto registry se nepoužívají k zaznamenávání informací o brownfieldech. Výhodou těchto registrů je jejich aktuální přístupnost na internetu.

Typy a kategorie brownfield mohou být rozděleny a následně analyzovány několika způsoby. První klasifikace většinou dělí brownfield podle předcházejícího užití (vojenské, zemědělské, průmyslové apod.). Druhá klasifikace člení plochy podle jejich možného komerčního využití v budoucnu. v současnosti je to velmi používaný a využívaný model, který bude aplikován i na následujících stránkách. Objevil se i v nedávné době další návrh klasifikace, který dělí brownfield do devíti typů, a to podle kritérií možnosti budoucího komerčního užití a ekologické zátěže. Například brownfields, které mají malou potenciální možnost komerčního využití a velkou ekologickou zátěž by dle této klasifikace měly být řešeny pomocí veřejných prostředků. a ty lokality, které mají dobrý předpoklad budoucího komerčního využití a minimální nebo nulovou ekologickou zátěž, vyřeší trh sám.

Současná inventarizace brownfieldů v České republice

Do září 2004 nebyly v České republice k dispozici souhrnné údaje ani vzorky dat, které by pomohly identifikovat problém brownfieldů na regionální nebo národní úrovni.⁶⁸ Jen některá města ČR měla k dispozici indikátory a údaje. Pilotní údaje byly získány Agenturou CzechInvest z projektu „Národní strategie regenerace brownfieldů pro Českou republiku“ financovanou ze zdrojů EU PHARE 2001. Průzkum probíhal v letech 2004–2005 v Ústeckém a Moravskoslezském kraji. Bylo lokalizováno 974 brownfieldů z toho 216 v Moravskoslezském kraji.

Dalším velkým projektem byla Vyhledávací studie pro lokalizaci brownfields. Práce na ní trvaly dva roky. Od roku 2005 ji ve všech krajích České republiky mimo Prahy připravovala agentura CzechInvest ve spolupráci s jednotlivými krajskými úřady. Celý projekt byl ukončen v polovině roku 2007. Studie měla tři kroky. v prvním kroku bylo lokalizováno 2355 brownfieldů a v dalších dvou krocích bylo výběru lokalit provedeno zpracování předprojektové přípravy. Cílem studie bylo zjištění absorpční kapacity pro čerpání finančních prostředků z fondů Evropské unie a vytvořit podklad pro Národní strategii regenerace brownfield, viz níže.

⁶⁸ *Současně do této doby a hlavně v době vstupu ČR do EU byli investoři převážně lákáni různými pobídkami na greenfields Poměr budovaných průmyslových zón greenfields ke regeneraci brownfields byl tehdy 15:1 Avšak v roce 2007 se poměr zvrátil na 16:11 a dle posledních informací je situace vyrovnaná [2].*

Díky Vyhledávací studii bylo celkem lokalizováno 2 355 lokalit českých brownfieldů, jejichž rozloha celkem činí 10 326 ha a plocha zastavěná objekty je 4 206 tis. m² z toho jedna pětina rozlohy všech lokalizovaných ploch (2007,1 ha) se nachází na území Moravskoslezského kraje. Čtyři pětiny jsou lokalizovány v ostatních dvanácti krajích České republiky.

Přestože se dříve mluvilo o brownfieldech téměř výlučně jako o důsledku transformačních změn v průmyslu, Vyhledávací studie ukázala, že nejvíce lokalit typu brownfield (34,9 %) bylo dříve využíváno v zemědělství. Průmyslové lokality tvoří druhou třetinu celkového počtu brownfield (33,3 %). Zbývající brownfielddy jsou důsledkem nevyužitých objektů občanské vybavenosti (školy, zámečky, kulturní střediska atd.), vojenských objektů, bydlení a objektů cestovního ruchu, viz následující tabulka.

tabulka č. 1 Předcházející využití brownfieldů dle Vyhledávací studie

	Četnost	%
zemědělství	821	34,9
cest. ruch, lázeňství, hotel	22	0,9
občanská vybavenost	304	12,9
armáda, voj. prostor	151	6,4
průmysl	785	33,3
bydlení	95	4,0
jiné	177	7,5
Celkem v ČR	2355	100,0

Zdroj: [10]

Při porovnání rozlohy ploch brownfieldů podle předchozího využití, největší plochu zaujímají v ČR průmyslové brownfieldy (42,8 % plochy z celkové rozlohy brownfieldů), následované plochami sloužícími v minulosti armádě (23,2 %) a zemědělství (17,8 %), viz následující tabulka.

tabulka č. 2 Předchozí převažující využití rozlohy lokality v ha

Předchozí převažující využití lokality	Rozloha lokality (ha)	%
zemědělství	1840,4	17,8
cest.ruch, lázeňství, hotel	22,4	0,2
občanská vybavenost	413,3	4,0
armáda, voj.prostor	2394,1	23,2
průmysl	4423,2	42,8
bydlení	88,3	0,9
jiné	1144,6	11,1
celkem	10326,3	100,0

Zdroj: [10]

Co se týká budoucího využití brownfieldů, jako nejvhodnější předpokládaný způsob se jeví ve 20,8 % případech smíšená průmyslová funkce (lehký průmysl, služby) následovaná smíšenou městskou funkcí (bydlení, služby) (20,7 %), viz následující tabulka. u 16,5 % případů se jeví jako nejvhodnější způsob čistě průmyslové využití, u 12,4 % případů se předpokládá využití pro občanskou vybavenost. Již se neuvažuje s využitím lokalit pro účely armády.

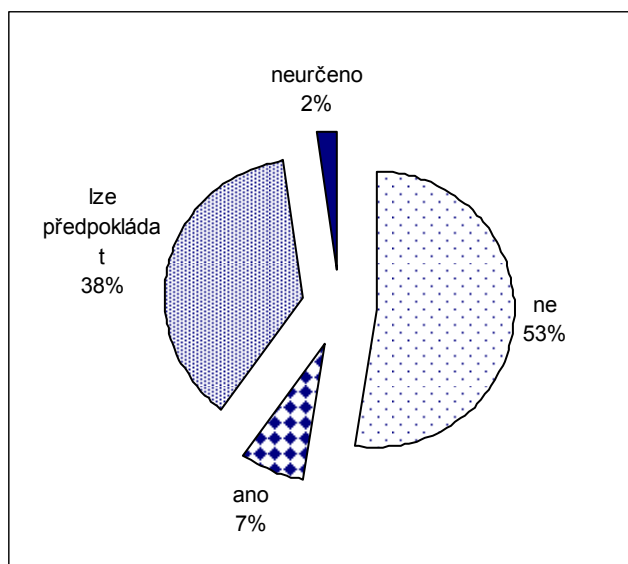
tabulka č. 3 Nejvýhodnější předpokládaný způsob budoucího využití lokality

Nejvýhodnější předpokládaný způsob budoucího využití lokality	Četnost	%
smíšená průmyslová funkce	490	20,8
smíšená městská funkce	488	20,7
průmysl	389	16,5
občanská vybavenost	292	12,4
smíšené zemědělství	268	11,4
zemědělství	166	7,0
bydlení	100	4,2
cest.ruch, lázeňství	54	2,3
veřejná zeleň	13	0,6
nezjištěno	13	0,6
jiné	82	3,5
celkem	2355	100

Zdroj: [10]

Následující graf č.1 znázorňuje strukturu brownfield v České republice podle ekologické zátěže.

graf č.1. Struktura podle ekologické zátěže



Zdroj: [10]

Studie došla k následujícím závěrům. Potvrdila předpoklad velké četnosti bývalých zemědělských areálů. Téměř polovina vyhledaných lokalit se nachází v obcích s méně než 2tisíci obyvatel. Převážná většina lokalit je v soukromém vlastnictví a z původně monofunkčních areálů mohou vznikat areály kombinující více funkcí.

V rámci Národní strategie regenerace brownfields je vypracovaná Národní databáze brownfields, která nabízí ty lokality, které jsou připravené pro plány domácích i zahraničních investorů a developerů. Národní databáze byla spuštěna 1.1.2008. Jako vstupní data posloužila výše jmenovaná Vyhledávací studie, která je doplňována lokalizací nových brownfieldů. Tato databáze umožňuje on-line přístup (nahlížení, vyplňování formulářů a je jedním z nástrojů Národní strategie regenerace brownfield. Brownfield je zde identifikován a popsán až do projektového záměru. Avšak jako u předchozích inventarizací je i zde nutný souhlas majitele se zařazením. Cílem je zvýšit přitažlivost a hodnotu jednotlivých lokalit na úroveň, kdy mohou přímo soutěžit s výstavbou na zelené louce. Dostatečná nabídka zrekultivovaných areálů či zabezpečení financování nákladové mezery z veřejného sektoru pomůže snížit zbytečné zábery půdy pro investice na zelené louce, které jsou v rozporu

s principy udržitelného rozvoje. Je však dobré mít na paměti, že zde nejsou absolutně všechny české brownfieldy. Současně Czechinvest regeneraci brownfieldů přiřkl prioritu a jsou připraveny nové operační programy se zvýhodněním výstavby na brownfieldech. Dotace mohou v některých případech dosáhnout až 100%.⁶⁹

Situace v Moravskoslezském kraji

A nyní se podíváme na situaci brownfieldů v Moravskoslezském kraji, protože pro Ostravskou aglomeraci je problematika brownfieldu typická. Jako podklad pro tuto analýzu nám nyní bude sloužit jiná databáze, která je vytvářena od spodu obcemi III (s rozšířenou působností) v rámci pořizování územně analytických podkladů dle § 25 a násl. Stavebního zákona zjišťují informace o území, tedy i informace o brownfieldech. Obce III po pořízení informací je bezodkladně postupují krajskému úřadu, který vytváří územně analytické podklady o kraji. Brownfieldy jsou v této dokumentaci sledovány, a to jak topologicky (umístění), tak lze zjistit jejich přehledy. Do přehledu jsou však opět zařazovány pouze ty lokality, jejichž majitelé s se zařazením do databáze svolili.

V Moravskoslezském kraji se v současnosti dle této databáze nachází 258 brownfieldů o celkové ploše 22,197 km². Nejvíce, co do rozlohy brownfieldů zabírají v nejmenším okrese Ostrava, a to 3,34% celkové rozlohy okresu.

tabulka č. 4 Rozloha brownfieldů v km² v Moravskoslezském kraji

Okres	Rozloha okresu v km ²	Rozloha brownfieldů v km ²	%-ní rozloha brownfieldů z rozlohy kraje
Ostrava	332	11,0850	3,34%
Karviná	312	3,1412	1,01%
Opava	824	0,2531	0,03%
Frýdek–Místek	1232	3,5665	0,29%
Nový Jičín	1210	0,7881	0,07%
Bruntál	1535	2,2081	0,14%
Region MS total	5445	22,1970	0,41%

Zdroj: Moravskoslezský kraj+vlastní výpočty

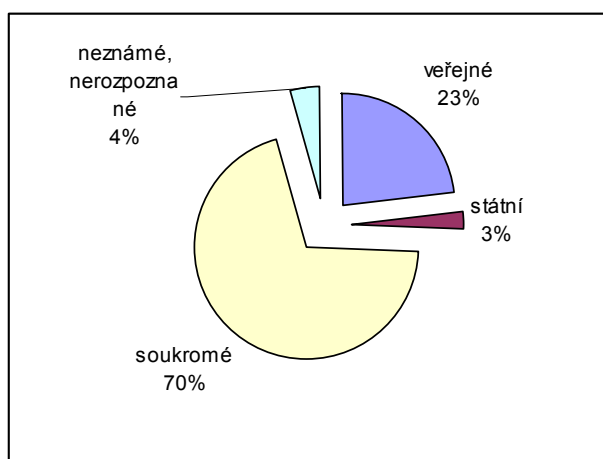
Nejvíce brownfieldů má rozlohu 1-5 ha, a to 107. v kraji se nacházejí tři brownfield s rozlohou větší než 100 ha. Dva se nacházejí na území krajského města, zbylý jeden je území bývalých kasáren ve Frýdku-Místku, viz následující tabulka č. 6. Dle územně analytických podkladů je dnes 72 z 258 nevyužito, zbývající jsou přinejmenším nějak využívány.

Ze 70-ti% jsou brownfieldy v soukromém vlastnictví, téměř čtvrtina je vlastněna veřejným sektorem a zbytek vlastní stát nebo vlastnictví je z nějakého důvodu neznámé, viz následující tabulka č. 5. Složení vlastníků brownfieldů v Moravskoslezském kraji odpovídá celorepublikovému.

⁶⁹ Přehled současných dotačních programů: Program nemovitosti. Přehled současných operačních programů: Program rozvoje venkova, Operační program životního prostředí, Regionální program NUTS II Moravskoslezsko, Podpora úprav bývalých vojenských areálů k obecnému využití, Inicicace a příprava projektů regenerace brownfields v Moravskoslezském kraji.

tabulka č. 5 Převažující typ vlastnictví v Moravskoslezském kraji

Převažující typ vlastnictví	
veřejné	60
státní	7
soukromé	180
neznámé, nepoznatelné	11
celkem za MS kraj	258



Zdroj: interní materiál Moravskoslezského kraje+vlastní výpočty

Předcházející činnosti na brownfieldech v krajském městě byly zejména výroba oceli, chemický průmysl, hornická činnost. Poškození životního prostředí se týká zejména půdy a spodní vody a vyskytují se tam všechny úrovně kontaminace v závislosti na předcházejícím typu činnosti. Mnoho z těchto pozemků se nachází v blízkosti centra města, vzhledem k historii jeho rozvoje.

Na Bruntálsku je situace odlišná, i když počet brownfield se blíží 70. Největší brownfield má rozlohu 22 ha, celkově brownfield v tomto rozlohově největším okrese MS kraje zaujímají 0,14% jeho rozlohy. Původní využití bylo převážně zemědělské, nevýrobní a kulturní.

Okres Frýdek-Místek má malý počet brownfield, za to tři se značnou rozlohou. Původní užití bylo vojenské a průmyslové.

Karvinsko patří k malým okresům, avšak s téměř 60 brownfielddy, které zabírají 1% rozlohy okresu. Struktura je dána v závislosti na předchozí těžební a průmyslové činnosti. Okres se potýká rovněž se značnými vlivy důlních činností nebo vlivy omezování nebo přerušování důlních činností.

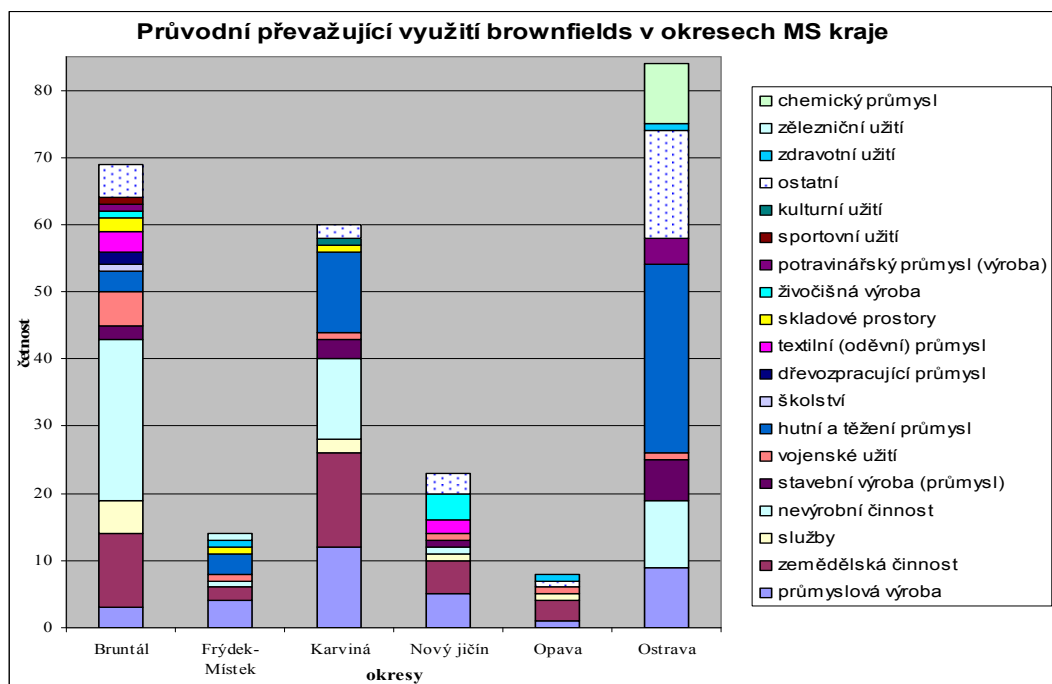
Brownfielddy v okrese Nový Jičín jsou převážně areály bývalých světově známých podniků, které ukončily nebo značně omezily svou činnost. Zanedbatelný podíl, co do rozlohy, zaujímají brownfield s bývalou zemědělskou činností. Opava patří k okresům z MS kraje, kde se brownfielddy vyskytují sporadicky ve srovnání s ostatními okresy MS kraje.

tabulka č. 6 Četnost brownfielddů dle rozlohy v Moravskoslezském kraji

	≤1 ha	1 to 5 ha	5 to 10 ha	10 to 50 ha	50 to 100 ha	nad 100 ha	suma
Bruntál	24	35	6	5	0	0	70
Frýdek-Místek	2	6	0	3	2	1	14
Karviná	12	25	10	10	1	0	58
Nový Jičín	10	9	2	2	0	0	23
Opava	3	3	2	0	0	0	8
Ostrava	1	29	20	32	0	2	84
Celkem MS kraj	52	107	40	53	3	3	258

Zdroj: interní materiál Moravskoslezského kraje+vlastní výpočty

graf č.2. Původní převažující využití brownfieldů v MS kraji



Zdroj: interní materiál Moravskoslezského kraje+vlastní výpočty

Lze však v Moravskoslezské kraji zaznamenat posun zájmu investorů od investic na zelené louce (greenfields) k brownfieldech. Velcí investoři v nedávné minulosti obsadili nebo pro ně byly přímo budované průmyslové zóny na greenfields, avšak tyto závody potřebují nutně pro svou produkci navazující činnosti. Ploch určených územním plánem k tomuto účelu je již velmi málo, a tak jsou producenti návazných činností nuceni kupovat a budovat na brownfieldech v kraji. k tomu ale mohou použít výše popsané operační programy, které investicím na brownfield dávají jasnou prioritu.

Závěr

Nebude-li podporováno znovuvyužití brownfieldů, bude rozvoj pokračovat na zelené louce. Následkem toho bude vznik dalších brownfield a existující urbanizované území bude ztrácet své investiční aktivity a svou atraktivnost a spirálový efekt bude brzdit další rozvoj území. Nevyužitá území brownfield nebudou generovat daňové příjmy, bude vzrůstat nezaměstnanost a nebude generována spotřební daň a daň z přidané hodnoty na tomto území. To také způsobí, že stávající infrastruktura na brownfieldech nebude využívána a investice budou ztraceny a rovněž se sníží celková konkurenceschopnost nejen jednotlivých komunit, ale ohrozí služby a výrobu v celé oblasti. v národním měřítku může dojít k tomu, že investoři nebudou do těchto oblastí chtít investovat a nezaměstnanost a úpadek může dále se prohlubovat.

Bez porozumění, inventarizace a analýz brownfieldů nemůže společnost porozumět problému a nemůže připravit aktivní měřítko (politiku), která by mohla ulehčit a vymezit problém jejich brownfieldů.

Ne jen ekonomika a ekonomické změny, ale rovněž prostorové normy a celkově způsob života společnosti vytvářejí nové brownfielddy. Proto by nové formy aktivit měly být zahrnuty do řešení brownfieldů. Jen tak bude zajištěna jejich hospodárnost a způsob znovu využití v postindustriální společnosti, kde je potřeba mnohem méně prostoru pro výrobu, ale mnohem více prostoru pro služby, spotřebu a odpočinek.

Je třeba najít kompromis mezi možnou veřejnou intervencí a převažujícím soukromým vlastnictvím brownfieldů

Literatura

- [1] www.kraj-moravskoslezsky.cz
- [2] www.mpo.cz
- [3] www.edotace.cz
- [4] Zákon č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (Stavební zákon)
- [5] Interní materiál Moravskoslezského kraje
- [6] Brownfields příručka. Lepob, květen 2006
http://fast10.vsb.cz/lepob/index2/handbook_cz_screen.pdf (cit. 14.10.2008)
- [7] <http://www.ostrava.cz/jahia/Jahia/engineName/search/site/ostrava/ostrava>
(cit. 3.10.2008)
- [8] Janáčková, H.: Brownfieldy a Moravskoslezský kraj. In: Sborník přednášek REGIONÁLNÍ DISPARITY – jejich pojetí, klasifikace a měření, Ostrava, 2008, s. 147–159.
- [9] www.czechinvest.org/nsrbf (cit. 11.10.2008)
- [10] <http://www.czechinvest.org/narodni-databaze-brownfieldu> (cit. 20.10.2008)

Ing. Hana Janáčková, Ph.D., VŠB-TU Ostrava, Ekonomická fakulta,
e-mail: hana.janackova@vsb.cz

Daňový systém v České Republice⁷⁰

Tax System in the Czech Republic

Jana Janoušková

Anotace

V návaznosti na změny daňových předpisů v okolních zemích a v neposlední řadě v souvislosti s reformou veřejných financí se opět do popředí dostává otázka dalšího vývoje českého daňového systému. v oblasti přímých daní je nejdůležitějším vnějším faktorem rostoucí daňová konkurence mezi jednotlivými zeměmi a to i v rámci rozšířené Evropské unie. Srovnání daně z příjmů právnických osob ukazuje v posledních letech jednoznačně snižování daňové zátěže firem.

Summary

In relationship with the changes of tax regulations in surrounding countries and last but not least in connection with the reform of public finances again the question of the further development of the Czech tax system is getting forward. In the sphere of direct taxes the most important external factor is the tax competition between single countries and that is also in the frame of the expanded European Union. The comparison of the income tax of legal entities shows in the last years unambiguously the decreasing tax burden of firms.

Klíčová slova:

Daňový mix, firemní daně, reforma veřejných financí

Key words:

Tax mix, corporate taxes, reform of public finances

Úvod

Daňový systém je jedním z rozhodujících faktorů při prováděných rozhodnutích podnikového managementu. Daňové prostředí, ve kterém se firma pohybuje, působí na výši a rozdělování disponibilního zisku, výběr optimální finanční a majetkové struktury, investování apod., což přímo souvisí s finančním postavením firmy, jeho jednotlivými činnostmi a působí i na výrobní faktory. Pro zahraniční investory je tedy výše zdanění jedním z důležitých hledisek pro volbu místa podnikání, důležitým kritériem je rovněž administrativní složitost daní a jejich celkový počet v jednotlivých zemích.

Důležitým kritériem každého moderního daňového systému je rozložení daňového mixu, tj. jednotlivých používaných daní a quazidaní. Rozdíly v konstrukci a zásadách přímých daní jsou v současné době skrytou formou státních podpor jednotlivých států. Zahraniční investoři volí pro svou firmu zemi s nízkým daňovým zatížením a nízkými mzdovými náklady na pracovní sílu.

Cíl a metodika

Cílem příspěvku je proto stručně zanalyzovat a sumarizovat vývoj korporativního zdanění v rámci daňového mixu a analyzovat možnosti ovlivňování výše daně z příjmů právnických osob v podmínkách českého daňového práva, zejména pak v oblasti úprav daňového základu.

⁷⁰ Tento článek vznikl za podpory grantu - GAČR 402/06/0204 - Komplexní analýza corporate governance v podmínkách české ekonomiky.

Zdanění firem a daňový mix

Důležitým kritériem každého moderního daňového systému je rozložení *daňového mixu*, tj. jednotlivých používaných daní a quazidaní. Největší změnou zaváděného systému daní v České republice bylo bezesporu zavedení daně z přidané hodnoty na straně jedné a dvou univerzálních důchodových daní na straně druhé. Důležitým aspektem bylo obnovení sociálního pojistného jako samostatného příjmu veřejných rozpočtů. Byl dlouhodobě vznesen požadavek na postupné snižování zdanění důchodů (zejména právnických osob) a zvyšování podílu nepřímých daní. Vývoj daňového mixu v České republice lze ilustrovat v následujícím grafu a tabulce č. 1, kde je zachycen vývoj v procentním vyjádření jednotlivých druhů příjmů vládního sektoru k celkovým příjmům z daní.

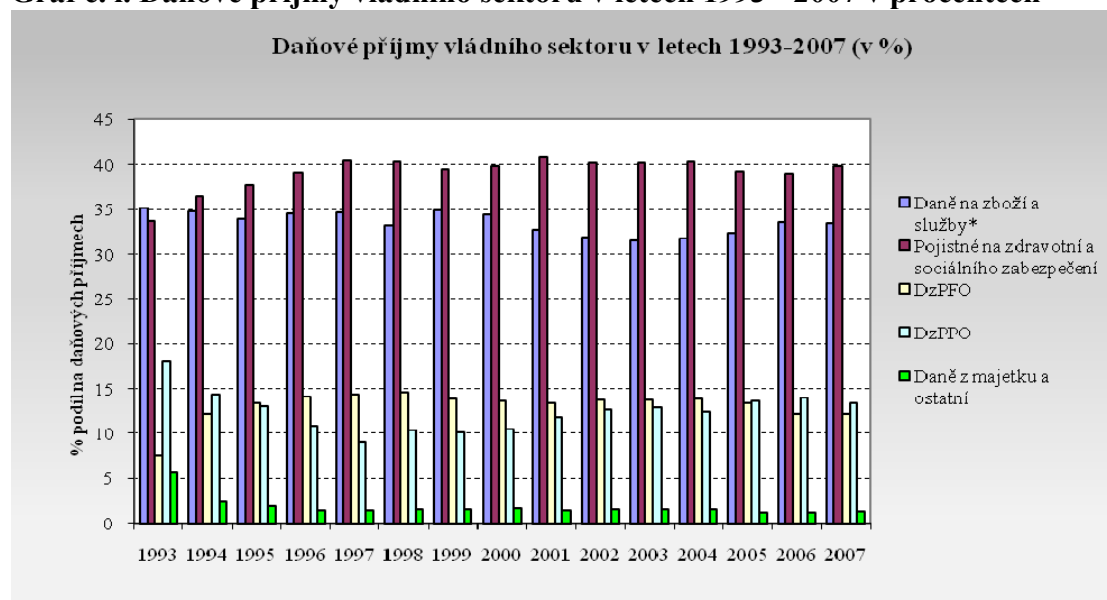
Tab.č.1: Daňové příjmy vládního sektoru v letech 1993 - 2007 v procentech

Daňové příjmy (v %)	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Daně na zboží a služby*	35,1	34,7	34,0	34,5	34,6	33,2	34,9	34,3	32,7	31,9	31,5	31,8	32,4	33,5	33,4
Pojistné na ZP a SP	33,6	36,4	37,7	39,1	40,4	40,3	39,4	39,9	40,8	40,2	40,2	40,3	39,3	39,0	39,8
DzPFO	7,6	12,2	13,4	14,2	14,4	14,5	13,8	13,6	13,4	13,7	13,7	13,8	13,4	12,2	12,2
DzPPO	18,0	14,3	13,0	10,9	9,1	10,4	10,2	10,5	11,8	12,7	13,0	12,4	13,7	14,0	13,3
Daně z majetku a ostatní	5,7	2,4	2,0	1,4	1,5	1,6	1,6	1,7	1,4	1,5	1,6	1,6	1,3	1,2	1,3
Celkem	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	100,0	100,0

Zdroj: vlastní propočty z dat MF ČR

* DPH+spotřební daně+ostatní

Graf č. 1. Daňové příjmy vládního sektoru v letech 1993 - 2007 v procentech



Zdroj: vlastní propočty z dat MF ČR

Stávající pojetí zdaňování příjmů bylo vypracováno v letech 1991 až 1992 a sledovalo uplatňování jednotných podmínek s důrazem na neutralitu a univerzálnost. Zákonná úprava využívala také doporučení expertů Mezinárodního měnového fondu upřednostnit v počátečním období jednoduchost a okamžitý výběr daně (bylo zohledněno např. při nastavení režimu zdanění úrokových příjmů).

V období vzniku zákonné úpravy zdaňování příjmů až v podstatě do počátku nového tisíciletí daňový systém nezaznamenal výrazných změn. Byly realizovány zejména opravy chyb v daňových zákonech, které byly logickým důsledkem zavedení celého systému daní ve velmi krátkém období. v souvislosti s předpokládaným vstupem do Evropské Unie⁷¹ docházelo k postupné harmonizaci daňového systému jako celku včetně jednotlivých daní s evropským právem.

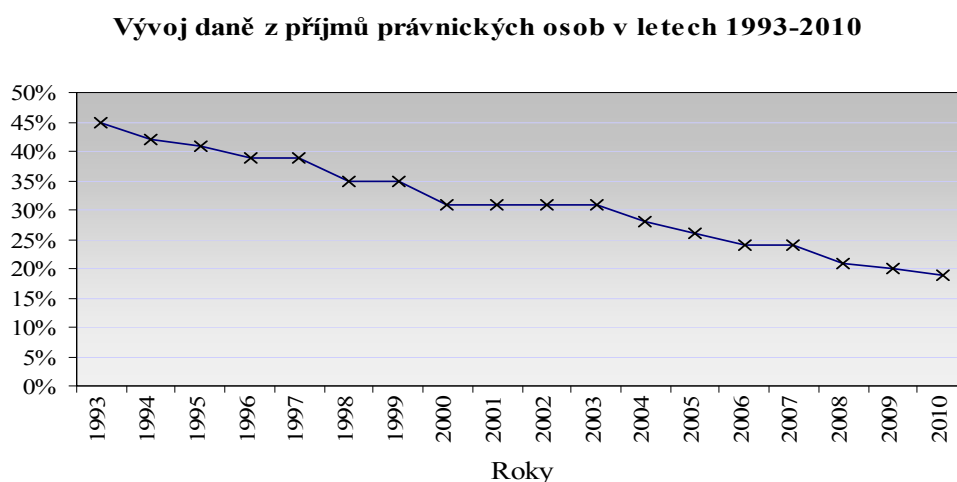
Co se týče *zdanění právnických osob*, tlak na tuto daň nebyl dán přímo harmonizací této daně ze strany Evropské unie⁷², ale v zájmu zejména malé ekonomiky (jako je naše) bylo, aby nevýhodná daňová soustava neodrazovala vstupující zahraniční kapitál. Docházelo tak k postupnému snižování přímých daní. Tuto skutečnost uvádí tabulka č. 2, kde je zachycen vývoj zdanění příjmů firem.

Tab.č.2: Vývoj daně z příjmů právnických osob v letech 1993 - 2010

1993	1994	1995	1996-97	1998-99	2000-03	2004	2005	2006-07	2008	2009	2010
45 %	42 %	41 %	39 %	35 %	31 %	28 %	26 %	24 %	21 %	20 %	19 %

Zdroj: vlastní zpracování

Graf.č.2 Vývoj daně z příjmů právnických osob v letech 1993-2010



Zdroj: vlastní zpracování

Výsledkem transformace ekonomiky, jež byla zahájena v 90. letech, byl dynamický rozvoj podnikání ve společnosti. Současná ekonomika je charakteristická její globalizací a koncentrací kapitálu, změnami v technologiích, trzích a prostředí. Tyto změny staví nové úkoly vůči středoevropským státům, jež se musí – jako součást světové ekonomiky – k těmto úkolům postavit čelem⁷³.

⁷¹ Česká republika se stala členem Evropské Unie 1. května 2004.

⁷² Radou Evropské Unie byl v roce 1997 přijat „Code of conduct for business taxation“ s cílem vyloučit nežádoucí daňovou konkurenci mezi členskými zeměmi. Kodex není právně závazný, ale má politický význam. Měl by vést k odstraňování legislativních ustanovení, umožňujících výhodnější zdanění zahraničních subjektů, aniž by tyto subjekty provozovaly v dané zemi nějakou podnikatelskou činnost, tzn. omezení pouze škodlivých důsledků daňové konkurence.

⁷³ MATUSIKOVÁ, L. *Adresnost dotační politiky státu ve vztahu k regionům*. In *Regiony - vidiek - životné prostredie 2006 - I. časť*, Zborník vedeckých, odborných príspevkov a postrehov z mezinárodnej vedeckej

Rozdíly v konstrukci a zásadách přímých daní jsou v současné době skrytou formou státních podpor jednotlivých států. Zahraniční investoři volí pro svou firmu zemi s nízkým daňovým zatížením a nízkými mzdovými náklady na pracovní sílu. Mezi systémové nejdůležitější změny, které ovlivnily výnos daně z příjmů právnických osob, se řadí zejména:

- výše zmíněný pokles sazby ze 45 % v roce 1993 na 21 % v roce 2008 (obdobný vývoj lze zaznamenat ve všech zemích Evropské unie),
- zavedení snížené sazby pro podílové, investiční a penzijní fondy, kdy dochází ke snížení daně z 15 % na 5 %⁷⁴,
- změny v souvislosti s daňovou politikou (zkrácení dob odpisování, zavedení a následné zrušení tzv. reinvestičního odpočtu u nově pořízeného dlouhodobého majetku),
- zavedení systému investičních pobídek v roce 2000; v tomto směru byla přijata opatření ohledně daňových prázdnin pro cizí subjekty, které mají stimulovat cizí podnikatele k investování do České republiky⁷⁵,
- implementace směrnice o společném systému zdanění mateřských a dceřiných společností z různých členských států a směrnice o společném systému zdanění při fúzích, rozdělení, převodech majetku a výměně podílů týkajících se společností z různých členských států,
- rozšíření daňového základu (omezení možnosti odpisování ztráty, zrušení slevy na dani ve výši poloviny daně sražené z vyplácených dividend),
- zúžení základu (změny odpisové politiky, zvýšení limitu na 10 %, pokud se bude jednat o dary ve prospěch veřejných vysokých škol a veřejných výzkumných institucí, apod.),
- zavedení nové daňové úlevy na podporu vědy a výzkumu ,
- změna postupu při zdaňování úrokových výnosů u právnických osob (zrušení srážkové daně, která se započítává na celkovou daňovou povinnost - celá daň z kapitálového příjmu tak bude zahrnuta až v daňovém přiznání za zdaňovací období).

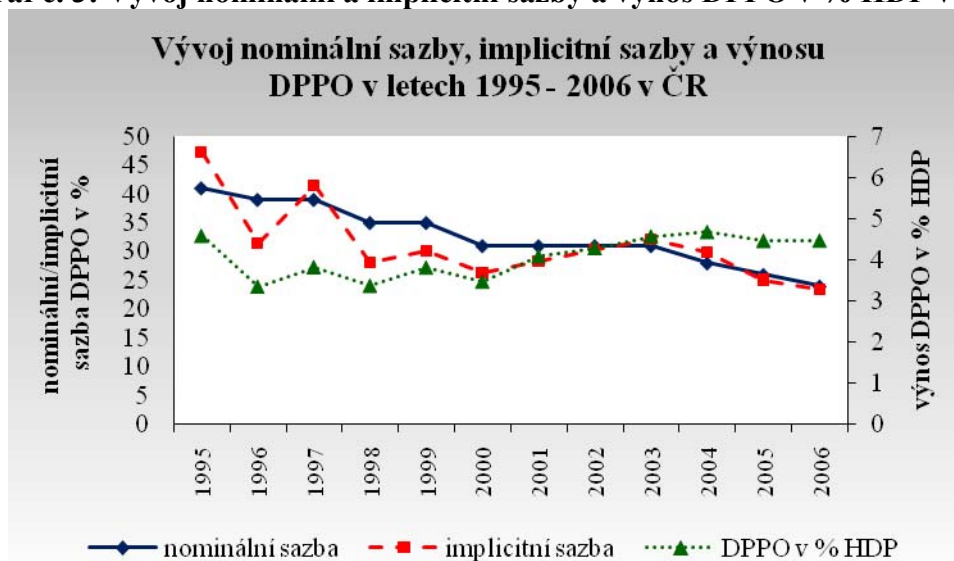
Následující graf zachycuje vývoj výnosu DPPO vyjádřený v procentech HDP, nominální a efektivní (implicitní) korporativní daňové sazby v České republice v letech 1995 až 2006.

konferencje konanej v dňoch 27. - 28.04.2006. Nitra: Slovenská poľnohospodárska univerzita, 2006. ISBN 80-8069-709-4.

⁷⁴ v souvislosti se začleněním České republiky do společného evropského prostoru došlo i ke snížení zdanění podílových a investičních fondů v České republice od 1. ledna 2005 (5%), které činilo 15 %. Řada členských států Evropské unie často entity kolektivního investování nezdaňuje, či zdaňuje pouze symbolickou sazbou. Trend v Evropě byl tedy zcela opačný a v okolních evropských zemích (např. Francie, Rakousko, Německo, Slovensko, Polsko, Maďarsko) bylo zdanění investičních a podílových fondů zrušeno.

⁷⁵ s počtem vytvořených pracovních míst a výší investice mohou pak souviset i daňové úlevy na celkové investice a na několik let poskytnout firmě daňové prázdniny. Stimulem pro investory je i snižující se sazba daně z příjmů právnických osob. Nezanedbatelnou předností v souvislosti s investičními pobídkami je i dobře vybudovaná infrastruktura, dobře fungující administrativní aparát, zručnost pracovní síly, dostatek průmyslových budov k pronájmu, velikost domácího trhu, vzdálenost odběratelů či dodavatelů, stabilní a transparentní prostředí (v rámci západní Evropy vede Německo, kde mimo jiné jsou i významná výzkumná a vývojová střediska, nejlepší design centra apod.). Česká ekonomika po letech výhodných přímých zahraničních investic v roce 2003 zaznamenala pokles, z rekordní vlny investic ve výši 8,5 miliardy dolarů v roce 2002 se investice v roce 2003 propadly na pouhých 2,5 miliardy. Přitom od konce 90. let byla průměrná úroveň ročních investic ve výši čtyři až pět miliard. Jedním z dalších vlivů souvisejících s poklesem investic je i růst mezd a s tím související náklady na zaplacení pracovní síly. i proto lze pozorovat postupný přesun investic na Slovensko a dál na východ.

Graf č. 3: Vývoj nominální a implicitní sazby a výnos DPPO v % HDP v ČR



Pramen: http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_structures/index_en.htm

Z grafů lze zaznamenat prudký pokles výnosů z korporativních daní ke konci devadesátých let. Souviselo to s poklesem statutární sazby daně v tomto období (ze 45% na 39% v roce 1997). Rovněž to souvisí s hospodářskou recesí, která českou ekonomiku postihla v letech 1996 a 1997. v tomto období došlo k bankrotu bank a rovněž k likvidaci mnoha firem. Podniky, které se stabilizovaly si připsaly nízké zisky, popř. vykázaly ztrátu, kterou uplatnily v rámci snížení daňových základů v dalších letech. Pak ale dochází k jevu opačnému a to k nárůstu výnosu i přes další pozvolný pokles statutární daně. Po roce 1997 lze sledovat jasný trend růstu podílu daně z příjmů právnických osob, který souvisí s ozdravováním ekonomiky.

Reforma veřejných financí a zdanění firem v roce 2008

V lednu 2008 vešel v platnost zákon o stabilizaci veřejných rozpočtů, kterým se mění většina dosud platných daňových zákonů. Ačkoliv vytvoření a schválení bylo motivováno zejména makroekonomickými faktory, daňová reforma by měla zásadně ovlivnit i daňové zatížení právnických osob, a pozitivně působit na fiskální a podnikatelské prostředí.

Dle legislativního ustanovení zákona o dani z příjmů bude docházet k dalšímu snižování sazby korporativní daně, které by mělo být rozpočtově neutrální, tzn., bude prováděno v souladu s rozšiřováním základu daně. v dalších obdobích by měly být vyrovnány efekty vyšší dynamiky vykazování základu daně doprovázejícím trendem snižování daňového zatížení. v letech 2008 – 2010 je schváleno následující snížení sazby daně z příjmů právnických osob:

- 21 % ve zdaňovacím období započatém v roce 2008
- 20 % ve zdaňovacím období započatém v roce 2009
- 19 % ve zdaňovacím období započatém v roce 2010

Novela zároveň váže uplatnění sazby daně na počátek zdaňovacího období oproti dřívější úpravě, kdy se aplikovala sazba daně platná k poslednímu dni zdaňovacího období. Tato změna bude méně výhodná pro poplatníky, kteří uplatňují hospodářský rok.

Reforma výrazně upravuje mimo jiné i pravidla *nízké kapitalizace* a s tím související *omezení uznatelnosti finančních nákladů*. Tyto se nově posuzují podle pěti následujících testů:

1. *Maximální výše daňově uznatelných finančních nákladů*
Reforma zavádí limit daňové uznatelnosti finančních nákladů z úvěrů a půjček a to maximálně do výše průměru z referenční hodnoty úrokových sazeb na trhu mezibankovních depozit pro splatnost 12 měsíců zvýšené o 4 procentní body.
2. *Daňová neuznatelnost podřízených dluhů*
Za daňově neuznatelné jsou nyní považovány finanční náklady plynoucí z úvěrů a půjček, jež jsou podřízeny ostatním závazkům poplatníka.
3. *Úroky vázané na hospodářský výsledek (zisk)*
Daňově neuznatelné jsou nově rovněž i úroky z úvěrů a půjček, jejichž výše či splatnost je zčásti nebo zcela svázána s výsledkem hospodaření poplatníka.
4. *Nízká kapitalizace – úvěry a půjčky od nespojených osob*
Pokud výše finančních nákladů z úhrnu úvěrů a půjček od nespojených osob překročí ve zdaňovacím období 1 milion korun, daňově uznatelné budou pouze úroky z úhrnu úvěrů a půjček od nespojených osob do výše šestinásobku vlastního kapitálu (pro rok 2009 čtyřnásobku vlastního kapitálu).
5. *Nízká kapitalizace – úvěry od spojených osob*
Daňově uznatelné budou nově pouze úroky z úhrnu úvěrů a půjček od spojených osob maximálně do výše trojnásobku vlastního kapitálu u bank či pojišťoven (dříve šestinásobek vlastního kapitálu) a maximálně do výše dvojnásobku vlastního kapitálu u ostatních příjemců úvěru či půjčky (dříve době čtyřnásobek vlastního kapitálu).

Za daňově neuznatelné budou považovány finanční náklady, které nesplní alespoň jeden z výše uvedených testů⁷⁶. Ale složitost a nejednoznačnost interpretace této zákonné úpravy si vyžádá v rámci novely zákona legislativně technického zpřesnění.

Reforma daňového systému od roku 2010 a korporativní zdanění

Pravidla daňové legislativy v rámci probíhající daňové reformy v případě korporativních daní se formují ve dvou rovinách:

- *snížení sazby daně,*
- *postupná reforma základu daně,*

s hlavním cílem zatraktivnění ČR pro investice a stimulovat tak příliv zahraničních investic a zohlednit vliv daňové konkurence.

Mezi hlavní oblasti změn patří:

- *Zdanění osobních společností* (komanditních a veřejných obchodních společností), kdy se uvažuje o dvou alternativách. Jednou alternativou je zrušení tzv. daňové transparentnosti a zdanění těchto společností shodně jako ostatních právnických osob. Druhá možnost je v podstatě zachování současného stavu.
- Zrušení veškerých omezení daňové účinnosti pro všechna plnění charakteru mzdy včetně výdajů zaměstnavatele na benefity a sociální podmínky.
- Zachování osvobození dividend dle současného stavu.
- Zachování osvobození příjmů z převodu podílů s omezením jen na převody v rámci skupiny spojených osob (tedy při vlastnictví alespoň 25% podílů).

⁷⁶ Dle přechodných ustanovení (které byly dodatečně schváleny v rámci novely insolventního zákona) platí, že pro úroky ze smluv uzavřených před 1.1.2008 se pro daňová přiznání za zdaňovací období započatá v letech 2008 a 2009 použijí pravidla nízké kapitalizace (§ 25 odst. 1 písm. w) zákona o daních z příjmů) ve znění účinném do 31.12.2007. To platí pouze za podmínky, že k daným smlouvám nebudou po 31. 12. 2007 sjednány dodatky, které by měnily výši úvěru nebo půjčky či výši úrokové sazby. Pro daňové povinnosti za zdaňovací období započaté v roce 2010 se použijí pravidla nízké kapitalizace ve znění účinném od 1. 1. 2008.

- V souvislosti s odpisovou politikou umožnit výběr individuálního a skupinového odpisování.
- Zachování daňové úpravy finančního leasingu v současné podobě. Do úpravy transferových cen by byla zavedena povinnost poplatníků vést odpovídající dokumentaci vztahů mezi spojenými osobami.
- Podpora odpočtu na výzkum a vývoj s určením jeho konkrétní výše. Zároveň se navrhuje zavedení podpory výzkumu a vývoje nakupovaného od vysokých škol a důraz se bude klást na to, aby majetek vytvořený výzkumem a vývojem byl využit na území České republiky.
- Podpora opatření týkající se pravidel *nízké kapitalizace*⁷⁷ (v ZDP je obsaženo od r. 1993) souvisí zejména se stanovením prokázání poměru dluhu a vlastního kapitálu, přestože přesahuje poměr daný zákonem, je v souladu se situací „na trhu“ a dlužník by byl schopen za srovnatelných podmínek získat úvěr i od nezávislé (nespojené) osoby. Základní poměr dluhu a kapitálu 2:1 by zůstal zachován. v souvislosti s tímto opatřením souvisí i přesné vymezení finančních nákladů, dluhu a kapitálu, aby nedocházelo k obcházení legislativních ustanovení.
- V oblasti přeměn teze o alternativě volby poplatníka v případě přecenění majetku a závazků dotčených přeměnou, vkladem nebo přeshraniční fúzí i pro daňové účely, přitom rozdíl mezi hodnotami relevantními před přeměnou a po přecenění by se zahrnul do základu daně původního vlastníka a u poplatníka, který bude novým vlastníkem majetku, by byly daňově relevantní hodnoty po přecenění. Cílem zákona je zajištění *daňové neutrality u vkladů a přeměn obchodních společností a přeshraničních fúzí*.
- U zahraničních příjmů z nesmluvních států návrh o zavedení metod vynětí nebo zápočtu přímo do zákona.
- Zachování způsobu stanovení základu daně v návaznosti na český zákon o účetnictví, a to i pro společnosti povinně účtující podle IFRS.

Závěr

Zahájená reforma veřejných financí by měla pomoci České republice zlepšit její ekonomickou situaci a usnadnit přijetí eura. Přijaté změny však také zásadně mění prostředí pro korporativní zdanění v České republice. Daň z příjmu právnických osob klesá, ale pokles je kompenzován zvýšením snížené sazby DPH, což může negativně ovlivnit podnikání zejména stavebních a developerských společností, farmaceutických společností atd. Zákon o stabilizaci veřejných rozpočtů přináší také změny v oblasti sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění. Budoucí vývoj zdanění firem může taktéž ovlivnit schválená novela o veřejných pobídkách. Přímý dopad jednotlivých daňových změn je malý, avšak kompletní zákon o stabilizaci veřejných rozpočtů by měl stimulovat ekonomiku, tj. udržet a podpořit hospodářský růst, zvýšit produktivitu práce, snížit deficit a mandatorní výdaje veřejných rozpočtů, a v neposlední řadě napomoci přílivu přímých zahraničních investic.

⁷⁷ Česká republika je charakteristická tím, že počet dceřiných společností výrazně převyšuje počet mateřských společností, a proto je toto opatření nutné.

Literatura:

- [5] KUBÁTOVÁ, K. *Daňová teorie a politika*. 4. vydání. Praha: ASPI, 2006. 279 s. ISBN 80-7357-205-2.
- [6] MARKOVÁ H. *Daňové zákony 2008, úplná znění platná od 1.1.2008*. Praha: GRADA, 2008. 208 s. ISBN 978-80-247-2385-3.
- [7] *Reforma daňového systému 2010. Teze pro veřejnou diskusi*, www.mfcr.cz
- [8] VANČUROVÁ, A., LACHOVÁ, L. *Daňový systém 2008 ČR aneb učebnice daňového práva*. Praha: VOX, 2008. 320 s. ISBN 978-80-86324-72-2.
- [9] RŮČKOVÁ, P., KOL. AUTORŮ. *Corporate Governance v České republice*. Professional Publishing Praha 2008. ISBN 978-80-86946-87-0
- [10] KOLÁŘ, P, VÍTEK, L. Dopady společného konsolidovaného základu korporátní daně v EU. In: *Teoretické a praktické aspekty veřejných financí*. Praha 2005. ISBN 80-245-0862-1

Ing. Jana Janoušková, Ph.D.,
Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Univerzitní náměstí 1934/3, 733 40 Karviná
janouskova@opf.slu.cz

Outsourcing IT - ako sa na túto strategickú zmenu pripraviť?

Outsourcing IT – preparation for this strategic change?

Luboslava Kačmaříková

Anotácia:

Outsourcing informačných technológií predstavuje pre väčšinu spoločnosti zásadnú a v niektorých prípadoch strategickú zmenu, hlavne ak sa jedná o úplne prevedenie oddelenia informačných technológií na externého dodávateľa. Téma outsourcingu IT je aktuálnou témou už niekoľko mnoho rokov. Nie vždy je jednoduché sa pre túto službu rozhodnúť a ako každá minca má dve strany, platí to aj u outsourcingu IT. Svoj príspevok som zamerala na to ako sa práve na túto zmenu pripraviť, čomu sa radšej vyhnúť a čo v žiadnom prípade nezanedbať. Ako zabezpečiť úspešný projekt.

Kľúčové slová:

přípravná fáza outsourcingu, odporúčenia k príprave, zmluva, vyčíslenie nákladov, chyby outsourcingu

Summary:

Outsourcing of information technology is for mostly companies radical and in some cases strategic change, especially in case of total outsourcing IT. This theme is actual for a long time. No ever is ease for decision of outsourcing and as each coin has both sides, it holds for this service too. My story is about preparation for this strategic and difficult change in organization, what to do, what to avoid. What is the way of successful outsourcing project.

Key words:

Preparation phase outsourcingu, recommendations for preparation, agreement, cost specification, mistakes in outsourcing

Úvod

Motívov, pre ktoré sa firma rozhodne vyčleniť časť interných procesov a zabezpečiť ich externými zdrojmi je mnoho. Medzi najčastejšie dôvody patrí úspora nákladov, sústredenie sa na hlavnú činnosť podnikania, skvalitnenie služieb, nedostatok interných zdrojov, či zvýšenie konkurencieschopnosti podniku, variabilná kapacita, vyššia flexibilita, presnejšia kontrola rozpočtu vďaka predvídateľnejším nákladom, nižšie priebežne investície do internej infraštruktúry apod. IT môžeme zaradiť do kritických podnikových služieb, ktorá podporuje všetky podnikové procesy. Zlýhanie tejto služby môžu mať za následky veľké finančné straty. Táto téma je už dlhé roky aktuálnou. Informácie, ktoré nájdeme k téme outsourcingu sú väčšinou zamerané na „vzdvihovanie“ a pozitíva služby, alebo na chyby a negatíva. Podľa môjho názoru však, aby bol projekt úspešný a spokojnosť obojstranná, je nevyhnutné spoločnosť na túto zmenu pripraviť skôr, ako sa do niečoho pustíme. Jedna sa väčšinou o subjektívne názory a myšlienky.

Cieľ

Outsourcing je skutočne zložitý. Miera neúspešnosti vzťahov je stále vysoká. Podľa výskumu konzultačnej firmy DiamondCluster International vydaného v roku 2007, skončí viac ako polovica zmluv o outsourcingu predčasným ukončením. Cieľom príspevku je vytvoriť „návod“ ako zvládnuť zmenu akou je outsourcing.

Prípravná fáza outsourcingu IT

Najčastejšie dva dôvody neúspechu outsourcingu sú nereálne očakávanie zákazníka – často chce zákazník získať rýchle zníženie nákladov, skôr než aby v ňom videli investíciu s cieľom zvýšiť schopnosti firmy, globálne expandovať a reagovať, zvýšiť

konkurencieschopnosť a ziskovosť. Druhým častým problémom je, že zákazník chce získať lepšie služby za nižšie náklady, než by on vynaložil na službu v internej réžii, druhá strana ale chce mať zisk, je treba nájsť teda kompromis medzi cenou a kvalitou a to je niekedy veľmi zložitá alebo nemožná.

Medzi najdôležitejšie časti celého procesu radíme samotnú prípravu projektu. Prípravou rozumieme popis požadovaných služieb, ich frekvencia, kvalita, kritéria merania, spôsob reportingu, príprava zamestnancov na zmenu, komunikácia, výber vhodného dodávateľa, finančná analýza, zhromažďovanie potrebných informácií apod. Súčasťou je tiež preskúmanie súčasného stavu IT v organizácii, jeho reálne náklady (nie len na mzdy, prevádzku oddelenia, ale aj vzdelávanie, náklady na riadenie, rôzne paušálne náklady, ...).

Súčasťou prípravnej fázy je:

1. Čo od outsourcingu očakávame

Úvodné očakávania zákazníka nebývajú v súlade s možnosťami dodávateľa ani s reálnymi prínosmi outsourcingu IT. Falošné, prehnane ambiciózne a optimistické očakávania zo strany zadávateľa sú jedným z najčastejších dôvodov neúspechu celého projektu. Predpokladom úspechu je teda hneď v prípravnej fáze definovanie očakávaní zákazníka (v rámci firmy si vyjasniť očakávania vlastníkov, technického riaditeľa, stredného managementu, ...), ale zároveň aj možností poskytovateľa služby. Je nevyhnutné tieto dve strany zosúladiť. Neexistuje totiž dodávateľ, ktorý na 100% splní všetky očakávania zákazníka, preto musíme hľadať kompromisy a občas zo svojich očakávaní ustúpiť. Očakávania sa môžu dostať do vzájomného rozporu. Orientujeme sa na cenu alebo hodnotu. Nastávajú aj prípady, kedy sa časť organizácie orientuje na okamžitý zisk a druhá časť na dlhodobý rast hodnoty. Tieto nezrovnalosti sa môžu prejaviť aj pri tvorbe dopytu, pri stanovení výberových kritérií apod. Ak sa top management orientuje na najnižšiu cenu a stredný a nižší management na rast hodnoty, potom je zložitá obmedziť tieto rozpory a nájsť kompromis. Kompromis medzi najnižšou cenou a najvyššou hodnotou je ťažko dosiahnuteľný a často až nemožný.

2. Rozhodnutie o tom, čo chceme outsourcovať

Do prípravnej fázy celého procesu radíme tiež rozhodnutie o tom, čo chceme outsourcovať. v zahraničí je často využívaná služba kompletného outsourcingu – čiže prevzatie celého IT oddelenia vrátane IT teamu zákazníka. Ďalšou možnosťou je prevzatie časti IT oddelenia, prevzatie podporných administratívnych činností, outsourcing desktopov vrátane podpory koncových užívateľov, outsourcing sietí, outsourcing SW a HW, outsourcing tlačiarň, outsourcing aplikácií apod. Čo ktorá firma bude outsourcovať závisí na konkrétnom projekte a organizácii a je to hlavne otázka stratégie danej organizácie. Na trhu sa udržia firmy, ktoré sa sústreďujú na hlavnú činnosť podnikania. Správnou voľbou bývajú väčšinou projekty, pre ktoré sú vybrané práve podporné činnosti podnikania, pre ktoré organizácia nemá zamestnancov na profesionálnej úrovni a pre ktoré outsourcing môže byť lacnejšou voľbou. Zjednodušene preto, že nepredstavujú pre organizáciu hlavnú činnosť, organizácia nemá potrebnú odbornosť.

Pre jednoduchšie rozhodnutie, čo outsourcovať by mohol zákazník postupovať tak, že si vytvorí zoznam služieb, ktoré mu IT oddelenie poskytuje. Určí si dôležitosť jednotlivých služieb a ich náklady, napríklad využitím stupnice 1-10. u služby, ktorá by mohla byť vhodná

na outsourcing si vyčíslili „presné“ náklady, a to nielen na prevádzku, údržbu, obstaranie nového HW a SW, ale aj náklady na vzdelávanie, priestory, prenájom, energia, vybavenie apod.). Určite je vhodné prvotnú analýzu konzultovať s potenciálnym dodávateľom, ktorý má skúsenosti s poskytovaním služieb a môže mať pre zákazníka užitočné odporúčenia.

3. Stanoviť si jasné pravidlá „hry“ – pravidelná komunikácia, informovanosť, riadenie vzťahu

Obidve strany zmluvného vzťahu musia mať jasne stanovené „pravidlá hry“. Jedným z najdôležitejších sú práve ich očakávania, ako uvádzam v predchádzajúcom bode. Okrem toho je nutné dohodnúť kľúčové body celého projektu a to, aká bude kvalita poskytovanej služby, ako bude prebiehať riadenie celého projektu a vzťahu, platenie služby, vzájomná komunikácia medzi dodávateľom a zákazníkom a ďalšie.

Prevedením IT služieb na dodávateľa sa zákazník nezbavuje zodpovednosti za funkčnosť systému a celého IT. Okamžikom uzatvorenia zmluvy s dodávateľom vzťah práve začína. Zo strany zákazníka je potrebné tento vzťah riadiť, kontrolovať, s dodávateľom komunikovať a byť neustále informovaný. Spätná väzba je viac než nutná. Outsourcovaná spoločnosť by si mala dohodnúť s dodávateľom spôsob akým budú vzťah riadiť, ako budú komunikovať, poskytovať spätnú väzbu o tom, ako vzťah funguje, aké hodnoty sú dosahované, ako sa riešia problémy, ktoré nastali apod.

Pre úspešný vzťah s dodávateľom je užitočné si vybudovať kontrolné a vyhodnocovacie mechanizmy na strane zákazníka, vytvorenie pravidelných meetingov s pevne stanovenými bodmi programu, vytvorenie krízových scénarov ako je riešenie problémov vyplývajúcich z kvality poskytovanej služby, taktiež riešenie dočasnej či dlhodobej zmeny poskytovateľa, tak aby k zmene mohlo dôjsť. Riešenie pri výpadkoch IT systému, ktoré môžu firme spôsobiť nie malé finančné straty, ako sa budú tieto neplánované výpadky kompenzovať, aká bude za ne finančná pokuta – je dôležité ju premyslene nastaviť vzhľadom k riziku finančnej straty. Taktiež si naplánovať pravidelné odstávky pre údržbu systému apod.

4. Pripraviť zamestnancov na túto zmenu a informovať ich včas

Každá organizácia, či už väčšia alebo menšia má vytvorenú určitú kultúru. Vzťahy medzi zamestnancami navzájom alebo zamestnancami a nadriadenými sú rôzne a niekde formálne a niekde menej formálne. Vzťahy sú často závislé práve na kultúre organizácie. Ak máme na IT oddelení tradičné zvyky, postupy, osobné vzťahy, priateľské pracovné prostredie, musíme s nástupom outsourcingu očakávať zmeny v tejto kultúre, organizačnej jednotke, či v spoločnosti. Každý dobrý manager si uvedomuje, čo pre spoločnosť znamenajú jeho zamestnanci. Sú našim úspechom a naša „budúcnosť“. Komunikovať s nimi nie je vždy jednoduché, ale je to dôležitá súčasť celého projektu. Ľudí musíme na zmenu pripraviť a nemôžeme očakávať, že ju príjmu s nadšením a okamžitým pochopením. Každý človek je iný a na zmeny reaguje rôzne. Komunikovať s nimi však znamená hrať „fair play“ a v budúcnosti sa vyhnúť nepríjemným reakciám prekvapenia a odporu. s outsourcingom príde nová kultúra chovania a jednania, ktorá vytvorí nové prostredie.

5. Výber vhodného dodávateľa

Výber toho pravého partnera pre IT outsourcing nie je na súčasnom preplnenom trhu vôbec jednoduchý úkol. v prvom rade je potrebné si stanoviť základné ciele outsourcingu vrátane jeho rozsahu. Pri výbere dodávateľa je nevyhnutné zvážiť jeho schopnosť poskytovať podporu v rozsahu, kvalite a reakčných dobách, ktoré potrebujete pre udržanie prevádzky. Toto kritérium platí pre malé aj veľké spoločnosti. Dodávateľa si zákazníci vyberajú najčastejšie na základe výberového riadenia – ide hlavne o prípady veľkých spoločnosti. u menších firmách by sme sa mali držať určitých kritérií pri výbere dodávateľa – veľkosť dodávateľa, kvalita poskytovaných služieb, spoľahlivosť, referencie, úspešné projekty apod.

6. Pripraviť sa na riziká a ich správu

Riziko je jeden z dôvodov, prečo sa niektoré spoločnosti vyhýbajú outsourcingu. Jednou z hrozieb je napríklad strata a únik informácií a bezpečnosť ich dát, neočakávané výpadky systému spojené s finančnými stratami, zmena dodávateľa (pri nespokojnosti s existujúcim dodávateľom), odchod zamestnancov s firmy apod. Ako každé riziko v podnikaní, aj v tejto oblasti existujú nástroje ako mu predchádzať a znižovať ho.

Pri riadení rizík si musí zákazník uvedomiť, že riziko je súčasťou outsourcingu a nie je možné ho odstrániť, ani sa mu vyhnúť, ale je možné ho v predstihu poznať a riadiť (znižovať, eliminovať), riziku musíme predchádzať v každej fázy procesu outsourcingu – k tomu potrebujeme kvalitné a overené informácie.

7. ZMLUVA!!!

Kvalitná zmluva je v prípade outsourcingu „nad zlato“. Keďže technológie sa vyvíjajú rýchlo a potreby zákazníka sa menia, kontrakt musí byť vytvorený tak, aby dával flexibilitu pre zmenu priorít projektov a zdrojov bez väčšieho penále.

Prílohou zmluvy je tzv. SLA – Service level agreement, voľne preložené ako „dohoda o úrovni poskytovaných služieb“. SLA definuje rozsah, úroveň a intenzitu služieb poskytovaných dodávateľom zákazníkovi. SLA je právny dokument, ktorý obsahuje rozsah, úroveň služby a tiež prípadné postihy za jej nedodržanie. Mala by viesť k spoločnému úspechu zmluvných strán.

Obsah SLA by nemal opomenúť:

- špecifikovať službu – aká služba bude poskytnutá,
- časový horizont poskytnutia služby, jej monitorovania, kontroly a platenia – najčastejšie je to mesačný horizont,
- úroveň služby – posudzuje sa z hľadiska jej dostupnosti, odozvy, početnosti a doby trvania možných výpadkov,
- kvalitu a intenzitu služby – nie je možné brať vážne slogan, ktorý dodávateľia používajú a to kvalita a dostupnosť služby zákazníkovi 99,999% - nereálne. Už len z dôvodu povinných výluk – údržba SW a HW. Nadefinujte si v SLA kvalitu služby a hlavne penále za jej nedodržanie, aby bol vytvorený priestor na „obranu“.
- kapacita,
- doba odozvy,

- stav krízy – zákazník predpokladá, že riešenie, ktoré mu dodal poskytovateľ bude v pravidelných časových intervaloch aktualizovaný tak, aby napríklad vyhovoval právnym podmienkam, prípadne čelilo útokom z vonku (z trhu).

Vyčíslenie nákladov

Všetko chce čas. Je dôležité nehnať sa do takejto zmeny „bezhlavo“ a nepremyslene. Radšej neskôr a úspešne ako skoro a neúspešne. Doprajte čas výberu vhodného dodávateľa, ktorý je vlastne základom Vášho úspešného projektu, taktiež dostatok času potrebuje prechodová fáza, čas na „zrastenie“ kultúr apod.

Z článku „Outsourcing a hodnota podniku“ uvediem v nasledujúcej časti kroky, ktoré by firme mohli pomôcť vyčíslit' náklady spojené s vlastnými organizačnými jednotkami a nákladmi outsourcingu. Táto analýza nákladov by mala byť súčasťou podkladov pre rozhodnutie:

- Porovnáme mzdy vlastných zamestnancov s časovou sadzbou nakupovaných služieb.
- Vyhodnotíme produktivitu vlastných ľudí a to ako z hľadiska výkonu za asovú jednotku, tak aj z pohľadu potreby interných a externých človeko-dní.
- K mzdám pripočítame dane a osobné náklady, k externým službám pripočítame nutné náklady na interných zamestnancov, súvisiacich a outsourcovanou službou.
- Porovnáme interný know-how a know-how dodávateľa a vyhodnotíme jeho vplyv na riešenie.
- Porovnáme a vyhodnotíme potrebu a úroveň služieb a potrebných garancií, berieme v úvahu schopnosť riešenia havárií, porúch a väčších projektov, ale tiež zastupiteľnosť ľudí, citlivosť dovolenky, nemocenských, odchody, pracovnú dobu, úroveň znalostí.
- Posúdime vynutiteľnosť prevedenia aktivít v čase a kvalite – ak existuje vynucovací prostriedok a sankcie.
- Zhodnotíme dlohodobosť a zmluvné zaistenie úrovne služieb, teda mimo iné možnosť prenesenie časti zodpovednosti na organizačnú jednotku alebo dodávateľa.
- Posúdime synergické efekty, súlad s rozvojovými smermi podniku.
- Vytvoríme odhad zaťaženia managementu podpornými procesmi ako ICT.
- Vypočítame náklady súvisiace s výberovým riadením a organizačnou zmenou.
- Zvážime možnosť širšieho partnerstva s dodávateľom, vzniku dlhodobej spolupráce.
- Spíšeme ďalšie efekty a náklady dôležité pre daný podnik.

Chyby pri uplatňovaní outsourcingu

Najčastejšie chyby, ktoré sa opakujú pri outsourcingu sú:

- očakávané nereálne výsledky
- chybné predstavy zadávateľa o množstve práce, ktorú ma subdodávateľ vykonať,
- mylné očakávania vo výške úspor nákladov spôsobenú nákupom danej služby,
- podcenenie prípravnej fázy,
- nie sú stanovené kritické faktory úspechu,
- nesprávne definovaný rozsah outsourcovaných služieb, aktivity s projektom súvisiace by mali byť oddelené od ostatného provozu,
- nesprávne riadenie tímu outs. Projektu,
- zle uzatvorená zmluva.

Záver

Pre každú spoločnosť je oddelenie informačných technológií dôležitým oddelením a mnoho firemných procesov priamo závislých na fungovaní IT. Zlýhanie tohto oddelenia môže firme spôsobiť nie malé finančné straty a výrazné problémy so samotnou prevádzkou predmetu podnikania. Preto je nutné celému projektu a hlavne jeho príprave venovať dostatok času a hlavne neočakávať zázraky za pár dní. Keď sa firma rozhodne pre outsourcing, nemal by nastať prípad, kedy IT prestane fungovať a tým ohroziť fungovanie celej organizácie.

Literatúra:

[1] RYDVALOVÁ, P., RYDVAL, J.: *Outsourcing ve firmě*. 1. vydání Praha: Computer Press, 2007, 102 s. ISBN 978-80-251-1807-8.

Odborná periodika:

- [1] Jarolímek, M.: *Jak optimalizovat obchodní přínosy IT*, IT SYSTEMS, 2008, č. 7-8 červenec - srpen
- [2] Turza, O.: *Outsourcing a spolupráce s třetími stranami*, IT SYSTEMS, 2008, č. 7-8
- [3] Robinson, M., Iannone, P.: *Jedna unce prevence: Jak se chránit před selháním outsourcingu*, BUSINESS WORLD, 2007, č. 11
- [4] Hofrichter, K.: *Outsourcing a hodnota podniku*, BUSINESS WORLD, 2007, č. 11
- [5] Fišer, E.: *BPO pro změny v organizaci*, BUSINESS WORLD, 2007, č. 11
- [6] Karpeckí, L.: *Aktuální stav a trendy využití ICT v české ekonomice*, BUSINESS WORLD, 2008, č. 2
- [7] Hroch, M.: *Naučte se „vytěžovat“ IT*, BUSINESS WORLD, 2008, č. 2
- [8] Šantrůček, P.: *IT v rukou operativníka*, CONNECT, 2008, č. 9
- [9] Drbohlav, J., Průcha, M., Fořt, P.: *Rozhodovací procesy a scénáře pro ICT outsourcing*, OUTSOURCING IT – speciální vydání časopisu IT SYSTEMS, 2007
- [10] Hofrichter, K.: *Outsourcing ICT*, OUTSOURCING IT – speciální vydání časopisu IT SYSTEMS, 2007
- [11] Leigh, J.: *Jak na outsourcing*, OUTSOURCING IT – speciální vydání časopisu IT SYSTEMS, 2007
- [12] Overbyová, S.: *Abeceda outsourcingu*, BUSINESS WORLD, 2007, č. 6

Elektronické zdroje:

<http://www.computerworld.cz>

<http://www.outsourcing-IT.cz>

Ľuboslava Kačmaříková, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava,
Ekonomická fakulta

Riziko jako pojem - příspěvek k precizaci.

The Risk Conception – Contribution to the Rectification of the Definition

František Kalouda, Martin Svítal

Abstrakt

Riziko, speciálně v podobě finančního rizika, je v současnosti jedním z "velkých témat" finančního řízení podniků. Naléhavost, s jakou se riziko a nutnost jeho řízení projevuje v reálném podnikání i v ekonomické teorii by měla implikovat, že je tento pojem jednotně vnímán, chápán a pojmenován. Realita tomuto předpokladu zcela neodpovídá, přičemž se jako až překvapivě vlivné ukazují ideové importy z anglosaské oblasti. Příspěvek usiluje o zvýšení jednoznačnosti definice pojmu riziko, přičemž sleduje sblížení stanovisek teorie a praxe.

Summary

Risk, especially financial risk is nowadays one of the „great issues“ of financial management of the firms. The importance of this phenomenon means, that it is necessary to perceive it uniformly. The reality is different, partially by intellectual imports from anglo-saxon area. The article is dealing with problem of explicit (unambiguous) definition of the risk in terms of terminus technicus with respect to the opinions both economic theory and practice.

Klíčová slova

Riziko, jeho pozitivní a negativní chápání, faktory ontologické, gnoseologické, axiologické a sémantické.

Keywords

Risk, its positive (upside) and negative (downside) perception, ontology, gnoseology, axiology, semantix.

Úvod

Příspěvek je věnován komplexní analýze pojmu riziko a jeho chápání v ekonomické teorii i podnikatelské praxi.

Novost příspěvku spočívá především v tom, že do upřesnění pojmu riziko zahrnuje současně a explicitně jak dosud běžně uvažované **faktory gnoseologické a ontologické**⁷⁸, tak i faktory **axiologické a sémantické**. Přitom je zdůrazněna závislost těchto faktorů nejen na oboru aplikace (technika, ekonomika atd.), ale i na jazykovém a zprostředkovaně i kulturním prostředí.

Mimo to má však příspěvek prioritu i pokud jde o sledování významu časového horizontu v chápání pojmu rizika v jeho negativních či pozitivních souvislostech a v identifikaci pramenů příklánějících se k pozitivní souvislostem pojmu riziko.

Aktuálnost příspěvku spočívá především v tom, že upozorňuje mimo jiné na možné (a pravděpodobně) vrcholně závažné souvislosti a možné důsledky pozitivního chápání pojmu riziko. Vnímání „positivnosti“ rizika může činit společensky přijatelným (i když jen ve velmi úzkém profesním společenství) přijímání nestandardně vysokého podnikatelského rizika, speciálně rizika finančního. v těchto souvislostech je tedy příspěvek apelem na důsledné jednoznačné chápání rizika v negativních konsekvencích.

⁷⁸ ŽÁK, M. a kol.: Velká ekonomická encyklopedie. 2. rozšířené vydání. Linde Praha, 2002. ISBN 80-7201-381-5, str. 665

Cíl a použité metody

Cílem příspěvku je obrátit pozornost odborné veřejnosti k potřebě (či spíše k nutnosti) **vnímat a diskutovat pojem rizika** přednostně a nebo dokonce výhradně s **ohledem na jeho negativní konsekvence**.

V obecné rovině je příspěvek postaven na analyticko-syntetickém přístupu. v detailu využívá ve významné míře sekundární průzkum, v podobě práce s literaturou. Široce je využívána sémantická analýza pojmu riziko. Mimo to jsou využívány i přístupy gnoseologické, ontologické a axiologické.

Dosažené výsledky

a) definice pojmu riziko, kladné a záporné vnímání pojmu

Dvojznačné či víceznačné chápání pojmu rizika ekonomickou teorií i podnikatelskou praxí je spíše pravidlem než výjimkou. „Pojem rizika, které je mnohorozměrným jevem, se co do své podstaty jeví jako zřetelný. v literatuře se nicméně setkáváme s určitými odlišnostmi při jeho vymezení. Stejně tak v realitě se riziko může chápat rozdílným způsobem.“⁷⁹

Pro tyto rozdíly jsou významné příčiny tohoto stavu, zvláště pokud jde o příčiny metodologické povahy a pokud se vyskytují v takových situacích, kdy existují rozdíly mezi teorií a stanovisky praxe řízení podniku.

Je zřejmé, že není třeba zatěžovat příspěvek detailním a úplným výčtem všech v literatuře standardně uváděných definicí pojmu riziko neboť, „Ukazuje se, že při hledání definice jde o *sémantický problém*, který není univerzálně řešitelný.“⁸⁰ Jako reprezentativní příklad těchto definic lze uvést kupříkladu přehledy ze dvou novějších pramenů^{81, 82} ze kterých je zřejmé to, co se v současné literatuře objevuje velmi (až nepříjemně) často – že podnikatelské riziko je třeba vnímat a hodnotit ze dvou stránek, jmenovitě z:

1. pozitivní stránky – naděje vyššího zisku, naděje vyššího úspěchu,
2. negativní stránky – nebezpečí horších hospodářských výsledků.⁸³

Toto stanovisko sice není jediné možné, viz ku příkladu stanovisko „Za riziko je často pokládána nejistota, kterou lze měřit především stanovením „objektivní“ pravděpodobnosti. Jindy se jako riziko chápe možnost, že se vyskytnou události, jež způsobí odchylky od původně předpokládaného vývoje, či od stanovených záměrů. Tyto události mají obvykle za následek „ztrátu“ v nejširším možném výkladu tohoto pojmu.“⁸⁴, nicméně v novějších pramenech se objevuje až nepříjemně často.

⁷⁹ MACHÁČEK J.: *Environmentální riziko v ekonomických souvislostech a EIA*. 1. vyd., Vydavatelství MU, Brno, 1997. ISBN 80-210-1520-9, strana 18

⁸⁰ TICHÝ, M.: *Ovládnání rizika: analýza a management*. Praha, C.H.Beck 2006. ISBN 80-7179-415-5, str. 15

⁸¹ SMEJKAL, V., RAIS, K.: *Řízení rizik*. První vydání, Praha, Grada Publishing 2003. ISBN 80-247-0198-7, str. 66

⁸² TICHÝ, M.: *Ovládnání rizika: analýza a management*. Praha, C.H.Beck 2006. ISBN 80-7179-415-5, str. 16

⁸³ VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O.: *Strategické aliance se zahraničními partnery*. Management Press, Praha 2002

⁸⁴ MACHÁČEK J.: *Environmentální riziko v ekonomických souvislostech a EIA*. 1. vyd., Vydavatelství MU,

Podobný názor je presentován i v dalším pramenu⁸⁵, který uvádí s odkazem na italské kořeny výrazu definici rizika v podobě „riziko = nebezpečí, možnost neúspěchu, ztráty“. Typické však je, že jde o pramen starší. Encyklopedický pramen⁸⁶ je v chápání pojmu riziko stručně jednoznačný. „riziko [it], nebezpečí nezdaru, škody, ztráty“. i zde je tedy preferováno negativní stránka pojmu, opět však jde o pramen starší.

b) časové souvislosti chápání pojmu riziko

Z dosud uvedeného je zřejmé, že časově „starší“ prameny se přiklánějí ke zvýrazňování negativních souvislostí pojmu riziko, zatím co prameny mladší směřují spíše ke vnímání obou stránek pojmu, tedy stránky negativní i pozitivní.

Stejně tak je však zřejmé, že v chápání pojmu rizika mohou hrát roli (mimo již faktory uvedené, včetně faktoru času) i **faktory teritoriální a profesní**

Ani v tomto případě nebude příspěvek obsahovat podrobnou analýzu jednotlivých pramenů ostatně uvedených v seznamu literatury. i zde se spokojíme s výsledkem dosud provedených analýz, který je v daný okamžik poměrně jednoznačný.

Na rozdíl od očekávaného rozhodujícího významu pramene, který má zřejmě prioritu v diskusi problému rizika (a nejistoty)⁸⁷ se jako pověstná „kouřící zbraň“ jeví spíše další pramen, který navíc připouští, že pojem *risiko* může de facto splynout s pojmy *příležitost* a *hrozba* (ostatně názor v literatuře nikoliv ojedinělý) – „... guides published by the US Project Management Institute (PMI) and the UK Association for Project Management (APM) have adopted a broad view of risk in terms of threats and opportunities.

Risk – an uncertain event or condition that, if occurs, has a positive or negative effect on a project objective – PMI (2000, p. 127)

Risk – an uncertain event or set of circumstances that, should it occur, will have an effect on the achievement of the project's objectives – APM (1997, p.16).

This widely used definitions embrace both welcome upside and unwelcome downside effects.⁸⁸

Zde uvedený odkaz na zřejmého „viníka“ formulace pozitivních efektů rizika⁸⁹ má hlavně ten význam, že vede k nesporně významné informaci o schválení této metodologie jako normy USA ANSI/PMI 99-001-2004.

Brno, 1997. ISBN 80-210-1520-9, strana 19.

⁸⁵ VÁŠA, P., TRÁVNÍČEK, F.: *Slovník jazyka českého*. 2. díl, L-Ž. Fr. Borový, Praha, 1937. str. 1306.

⁸⁶ ČSAV, Encyklopedický institut: *Ilustrovaný encyklopedický slovník III (Pro – Ž)*. 1. vydání, 976 stran. ACADEMIA, 1982, str. 120.

⁸⁷ KNIGHT, F.: *Risk, Uncertainty and Profit*. First edition, 1921. Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Company, The Riverside Press, Cambridge. Boston, 1921.

⁸⁸ CHAPMAN, Ch., WARD, S.: *Project Risk Management*. Second edition, John Wiley & Sons Ltd., Chichester, 2005. ISBN-10 0-470-85355-7 (H/B), ISBN-13 987-0-470- 85355-9 (H/B), str. 6

⁸⁹ PMI (2000). a *Guide to the Project Management Book of Knowledge: PMBOK [Project Management Book of Knowledge] Guide* (2000 edn). Upper Darby, PA: Project Management Institute.

c) jazyková (sémantická) a teritoriální stránka problému

Za prozkoumání stojí i výše předpokládané teritoriální, respektive jazykové souvislosti. Opakovaně se totiž ukazuje, že „Záleží velice na odvětví, oboru a problematice, co se pod tímto pojmem rozumí; záleží konec konců i na jazyku, ve kterém se o riziku hovoří nebo píše (v češtině má „riziko“ negativní odstín).“⁹⁰

V českém jazykovém prostředí by se tedy problém mohl (i z tohoto úhlu pohledu) mohl zdát vyřešen. Věc však není bohužel až tak jednoduchá. Konstatování téhož stavu věcí v jazykové oblasti anglické sice konstatuje již citovaný pramen, ovšem s prakticky okamžitým (ve smyslu vazby na předchozí citát téhož zdroje) deklarováním potřeby klást této tendenci uvědomělý a neutuchající odpor: „In spite of this, there is still a tendency for practitioners to think of **risk management** (zdůrazněno FK a MS) in largely downside, threat management terms (a tendency that the authors are not always able to resist). It is important to keep ‘beating the drum’ to remind ourselves that we are dealing with the upside as well as the downside of **uncertainty** (zdůrazněno FK a MS), with a balance appropriate to context. Even in a safety-critical context, when the downside has clear priority, it is a **serious mistake** (zvýrazněno F.K a MS.) to forget about the upside.“⁹¹

Hledejme tedy sémantické kořeny termínu riziko.

Slovníkový pramen⁹² uvádí k heslu risk tato stanoviska: „**risk**. The phenomenon of risk (or alternatively, *uncertainty* or *incomplete information*) plays a pervasive role in economic life. RISK VERSUS UNCERTAINTY. The most fundamental distinction in this branch of economic theory, due to Knight (1921) is that of risk versus uncertainty. a situation is said to involve *risk* if the randomness facing an economical agent can be expressed in terms of specific numerical probabilities (these probabilities may either be objectively specified, as with lottery tickets, or else reflect the individual’s own subjective beliefs). On the other hand, situations where the agent cannot (or does not) assign actual probabilities to the alternative possible occurrences are said to involve *uncertainty*.“

Odtud je zřejmé, že pojem riziko v dané jazykové oblasti může splývat (mimo jiné) i s pojmem nejistota či dokonce nekompletní informace.

Respektovaný výkladový slovník⁹³ uvádí u hesla *risk* jednoznačně „possibility or chance of meeting danger, suffering loss, injury, etc.“ Zde se sice ukazují implicitní souvislosti na negativní vnímání obsahu termínu riziko, je však ještě třeba objasnit zde použitý termín *šance*.

Tentýž pramen⁹⁴ definuje pojem *šance* následujícím způsobem: „chance : **1** the happening of events without any cause that can be seen or understood; the way things happen; **fortune or luck** (zvýrazněno FK a MS): **2** possibility; **3** opportunity; **occasion when success seems very probable** (zvýrazněno FK a MS):“

⁹⁰ TICHÝ, M.: *Ovládání rizika: analýza a management*. Praha, C.H.Beck 2006. ISBN 80-7179-415-5, str. 15

⁹¹ CHAPMAN, Ch., WARD, S.: *Project Risk Management*. Second edition, John Wiley & Sons Ltd., Chichester, 2005. ISBN-10 0-470-85355-7 (H/B), ISBN-13 987-0-470-85355-9 (H/B), str. 6

⁹² The new Palgrave: a Dictionary of Economics. Volume 4, Q to Z. PALGRAVE New York, 2004. ISBN 0-333-74040-8, 1-56159-197-1, str. 201

⁹³ HORNBY, A.S., COWIE, A.P., GIMSON, A.C.: *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*. 18. impression (revise and reset), Oxford University Press, Oxford 1985, str. 734

⁹⁴ Tamtéž, str. 138

Zde je kladné vnímání termínu *šance* zcela zřetelné, ale ani v tomto případě není výsledek definitivní.

Další anglosaský pramen („The world’s most trusted dictionaries“)⁹⁵, nepochybně v daných souvislostech relevantní, uvádí u termínu riziko (risk) podle souvislostí textu, v němž se termín vyskytuje, následující definice.

„risk **1**: *there is a certain amount of risk*: **chance**, uncertainty, unpredictability, instability, insecurity. **2** *the risk of fire*: **possibility**, chance, probability, likelihood, danger, peril, threat, menace, prospect.“

V tomto případě tedy dokonce (do jisté míry alespoň) splývá s pojmem riziko nejen pojem nejistota, ale i pojmy šance, možnost, hrozba atd., atd.

Termín *šance* (*chance*) je pak tímto pramenem vysvětlován následovně:

„**chance** noun **1** *there was a chance he might be relaxed*: **possibility**, prospect, probability, likelihood, risk, threat, danger, **2** *i gave her a chance to answer*: **opportunity**, opening, occasion, window, **3** *Nigel took an awful chance*: **risk**, gamble, leap in the dark, **4** *pure chance*: **accident**, coincidence, fate, destiny, providence, happenstance, good fortune, luck, fluke.“⁹⁶

Z pohledu tohoto pramene tedy pojem šance může splývat s pojmy možnost, příležitost, ale i riziko atd.

Je tedy zřejmé, že i větná i věcná souvislost může v britské angličtině ovlivnit chápání významu termínu *riziko* (*risk*).

Diskuse

Pokud jde o definici pojmu riziko, je zřejmé, že novější domácí i zahraniční prameny připouští (i když s výhradami) negativní i pozitivní chápání důsledků (možných efektů) rizika. Jako klíčový pramen se zde ukazuje americká norma ANSI/PMI 99-001-2004. Ta vychází z doporučení zdroje PMI (2000). a *Guide to the Project Management Book of Knowledge: PMBOK [Project Management Book of Knowledge] Guide* (2000 edn). Upper Darby, PA: project Management Institute, které samozřejmě vyznívá ve stejném smyslu.

Pokud jde o časové souvislosti analyzovaného problému, přesněji o významový posun chápání rizika v negativním i pozitivním smyslu, klíčové datum bude zřejmě rok 2000, kdy výše uvedený pramen vyšel.

Problém má zřejmě velmi výrazné sémantické aspekty, což platí bez výhrad o angloamerické oblasti. v domácím jazykovém prostředí tak významné splývání a překrývání pojmů riziko, šance, možnost, příležitost, hrozba atd. není možné.

Existuje ještě jedna souvislost (přesněji řečeno důsledek) chápání rizika v negativních i pozitivních souvislostech. Posledně uvedená možnost totiž může spoluvytvářet podnikatelské prostředí, kdy riziko (případně i vysoká míra rizika) jsou společensky přijatelné

⁹⁵ WAITE, M.: *Colour Oxford Thesaurus. Third edition*. Oxford University Press, New York 2006. ISBN 978-0-19-861451-7, ISBN 978-0-19-861450-0 (US edn), str. 497

⁹⁶ Tamtéž, str. 88

eventuality. Pokud tuto tezi přeneseme do oblasti finančních investic, máme elegantní vysvětlení neuvěřitelné lehkomyšlnosti, s jakou někteří makléři i bankéři přistupují k derivátům a k finančním rizikům obecně.

Závěr

Předchozí text ukázal dostatečně jasně, že je třeba definovat poměrně přesně podmínky, za kterých bude racionální následující závěrečné doporučení příspěvku.

Jako významné se ukazují následující parametry:

- a) profese (obor) – ekonomika, technika, společenská
- b) jazykové prostředí - čeština
- c) vznik pramenů - jako relevantní uvažovat prameny starší (do roku vydání 2000) i prameny mladší (po roku vydání 2000)

V takové situaci se jako minimálně vhodné jeví uvažovat **riziko výhradně v jeho negativních souvislostech.**

Seznam použité literatury

- BREVENÍKOVÁ, D., ČEJKOVÁ, V., ONDREJOVÁ, Z.: *POISTENIE a POISTŔOVNÍCTVO. Anglicko –slovenský a slovensko-anglický slovník*. I. vydanie, ELITA, Bratislava 1995. ISBN 80-85323-59-1
- ČSAV, Encyklopedický institut: *Ilustrovaný encyklopedický slovník III (Pro – Ž)*. 1. vydání, 976 stran. ACADEMIA, 1982.
- FIALOVÁ, H.: *Malý ekonomický výkladový slovník. Praktická příručka nejen pro studenty ekonomie*. 5. vydání, a plus, Praha 1999. ISBN 80-902514-2-0
- HORNBY, A.S., COWIE, A.P., GIMSON, A.C.: *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. 18. impression (revise and reset), Oxford University Press, Oxford 1985.
- CHAPMAN, Ch., WARD, S.: *Project Risk Management*. Second edition, John Wiley & Sons Ltd., Chichester, 2005. ISBN-10 0-470-85355-7 (H/B), ISBN-13 987-0-470-85355-9 (H/B)
- KNIGHT, F.: *Risk, Uncertainty and Profit*. First edition, 1921. Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Company, The Riverside Press, Cambridge. Boston, 1921.
- KOLÁŘ, P.: *Manažerské finance*. Ministerstvo financí ČR, Institut svazu účetních, Bilance Praha, 1997 (bez ISBN)
- KOLEKTIV: *Encyklopedie výkonnosti III, Obchod*. Pod protektorátem Masarykovy akademie práce, SFINX, B. Janda, Praha 1933.
- MACHÁČEK J.: *Environmentální riziko v ekonomických souvislostech a EIA*. 1. vyd., Vydavatelství MU, Brno, 1997. ISBN 80-210-1520-9
- PEŠTOVÁ, S., ROTPORT, M.: *Slovník ekonomických pojmů. Pro střední školy a veřejnost*. Fortuna, Praha 2004. ISBN 80-7168-898-3
- PMI (2000). a *Guide to the Project Management Book of Knowledge: PMBOK [Project Management Book of Knowledge] Guide* (2000 edn). Upper Darby, PA: project Management Institute.

PMBOK Guide (*A Guide to the Project Management Body of Knowledge*), 3rd Edition.
USA, Newton Square PA: Project Management Institute, 2004, 388 s.;

SMEJKAL, V., RAIS, K.: *Řízení rizik*. První vydání, Praha, Grada Publishing 2003. ISBN 80-247-0198-7

The new Palgrave: a *Dictionary of Economics*. Volume 4, Q to Z. PALGRAVE New York, 2004. ISBN 0-333-74040-8, 1-56159-197-1

VÁŠA, P., TRÁVNÍČEK, F.: *Slovník jazyka českého*. 2. díl, L-Ž. Fr. Borový, Praha, 1937.

VODÁČEK, L., VODÁČKOVÁ, O.: *Strategické aliance se zahraničními partnery*. Management Press, Praha 2002

WAITE, M.: *Colour Oxford Thesaurus. Third edition*. Oxford University Press, New York 2006. ISBN 978-0-19-861451-7, ISBN 978-0-19-861450-0 (US edn)

ŽÁK, M. a kol.: *Velká ekonomická encyklopedie*. 2. rozšířené vydání. Linde Praha, 2002. ISBN 80-7201-381-5

Kontaktní adresa autorů

František KALOUDA, Ing., CSc., MBA
Katedra financí, ESF MU
Lipová 41a, 602 00 BRNO
Česká republika
Telefon: +420 549 49 5133, +420 604 200 491
Fax: +420 549 49 1720
E-mail: kalouda@econ.muni.cz

Martin SVÍTIL, Ing.
Katedra podnikového hospodářství, ESF MU
Lipová 41a, 602 00 BRNO
Česká republika
Telefon: +420 543 550 206
Fax: +420 543 550 150
E-mail: svitil@vbleasing.cz

Faktory úspěšného podnikání družstev

Factors of successful co-ops entrepreneurship

Alena Klapalová

Anotace

Příspěvek prezentuje část výsledků analýzy dotazníkového šetření zaměřeného na zjištění vybraných faktorů fungování družstev v České republice. Průzkum představoval součást zahájení výzkumné práce kolektivu pracovníků Katedry podnikového hospodářství Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně a vzhledem k této skutečnosti počet respondentů byl relativně malý. Výzkum jako takový je zaměřen na poznání vybraných faktorů úspěšnosti družstev v České republice s ohledem na určitá specifika této formy podnikání.

Summary

Paper presents a part of the results of questionnaire survey analysis aimed at findings of the chosen factors of co-ops existence in the Czech Republic. The survey has been a part of the research work initialization of the member team from the Department of Corporate Economics at the Faculty of Economics and Administration of Masaryk University in Brno and concerning this fact the number of respondents was very small. The research as a whole is concentrated on the recognition of some selected factors of co-ops successfulness in the Czech Republic in regard of some specificities of this form of entrepreneurship.

Klíčové slova

Konkurenceschopnost, podnikání, družstva, spolupráce,

Keywords

Competitiveness, entrepreneurship, co-ops. cooperation

ÚVOD

Družstva jako právní forma podnikání nepatří v současné ekonomické struktuře České republiky mezi významné hráče. Jejich 5% podíl mezi všemi právními formami podnikání zapsanými v obchodním rejstříku a 1% podíl mezi všemi právními formami podnikání zapsanými i nezapsanými v obchodním rejstříku [9] naznačuje nižší zájem ze strany podnikatelských subjektů o využití výhod právě této právní forma podnikání. Ve srovnání s jinými zeměmi jde přitom o poměrně výrazný rozdíl⁹⁷. Příčiny této situace jsou různé a cílem tohoto příspěvku není jejich vymezování. Nicméně, lze se domnívat, že mezi ně bude pravděpodobně patřit jednak ne zcela ideální právní vymezení družstva ve srovnání s jinými formami podnikání, u kterých do určité míry přichází o určité výhody, dále ekonomická situace družstev, které existovaly v období socialistické ekonomiky a jenž se musely vyrovnávat s nároky a požadavky tržní ekonomiky včetně vyrovnání se s vlastníky značné části majetku, vedoucí mimo jiné i volbě nové právní formy podnikání. Dále to může být i vývoj české ekonomiky a trhu od roku 1990, v průběhu kterého bylo opětovně pro nově vzniklé podnikatelské subjekty výhodnější, zajímavější a svým způsobem i jednodušší založit podnik jiné formy než formy družstva. a mezi pravděpodobné důvody, které ale budou působit zejména u družstev vzniklých před rokem 1990, můžou být i ty, jenž souvisí s manažerskými dovednostmi a schopnostmi včetně marketingových.

Nicméně, družstvo, právě tak jako každý jiný podnikatelský subjekt⁹⁸ je pro získání konkurenceschopnosti nucen sledovat určité standardní podnikatelské praktiky [6] a také určité ekonomické, resp. i neekonomické ukazatele. Dosažení konkurenceschopnosti patřilo

⁹⁷ Viz blíže <http://www.ica.coop/coop/statistics.html>

⁹⁸ v tomto příspěvku uvažujeme pouze o družstev – podnikatelských subjektech

také mezi jeden z cílů Rochdaleské společnosti i prvních amerických družstev [6]. Kromě toho mění se charakter prostředí mimo jiné i charakter členství nutí management družstev k prioritizaci spíše více na konkurenci zaměřených cílů a k opouštění cílů sociálních. Za jedno z nejdůležitějších doporučení pro současná družstva a jejich řízení považuje Milholland marketing a propagaci identity družstva, tj. propagaci výhod družstva v mysli veřejnosti [6]. Mimo jiné například výsledky průzkumu, které prezentují Webb et al (2005) ukázaly, že družstva, propagující svoji družstevní identitu, vnímají spojitost mezi touto propagací a výkonností jejich podnikání, resp. propagace družstevní identity má prokazatelně pozitivní dopad na výkonnost [10].

Konkurenceschopnost je velmi relativním pojmem a jako taková je poměrně obtížně měřitelná, protože žádný z existujících používaných ukazatelů nemá stoprocentně uspokojivou vypovídací schopnost a není důkazem o trvalejší schopnosti podniku konkurovat, což je cílem většiny podniků a tedy i podniků družstevních. Konkurenceschopnost ale nevypovídá o úspěšnosti či neúspěšnosti, pouze o schopnosti obstát v konkurenčním boji, aniž by byla známá jak míra nebo intenzita této schopnosti, tak i důvody [2]. Míra (intenzita) schopnosti je spojována s dalšími pojmy, které jsou již o něco lépe měřitelné a to výkonnost a úspěšnost podniku, přičemž konkurenceschopnost lze považovat za příčinu a výkonnost nebo úspěšnost (zejména ve smyslu hospodářské úspěšnosti s dosahováním zisku jako hlavním kritériem) za důsledek. Schopnost neboli potenciál podniku konkurovat může vystupovat také v podobě konkurenční výhody, existence konkurenční výhody ale paradoxně nemusí vést k úspěšnosti podniku a vyšší nebo lepší výkonnosti.

Měřítko konkurenceschopnosti se tedy týká spíše využití zdrojů, nehmotných aktiv, schopností a kompetencí vnitřního prostředí podniku pro hodnototvorné aktivity a zároveň pro vztahy s externím prostředím a zvládnutí působení faktorů z vnějšku podniku, zatímco měřítko úspěšnosti vypovídají, jakou výši k určitému časovému bodu dosáhly finanční ukazatele, které napomáhají podniku k dosažení zisku. v tomto bodě je ale nutné uvést, že zisk jako ukazatel nemusí jednoznačně vystupovat jako měřítko úspěšnosti a konkurenceschopnosti v období, za které je vykazován a naopak, to, že podnik v daném období nedosáhl zisku, nemusí znamenat, že je podnikem neúspěšným a nekonkurenceschopným. Pomocným ukazatelem konkurenceschopnosti může být trend vývoje tržeb, nicméně u obou ukazatelů je nutné opětovně upozornit na jejich relativnost – vzhledem ke konkurenci a také na vztah k nákladům, produktivitě apod. Podobně je tomu tak s ukazatelem platební schopnosti a s ukazatelem určité neúspěšnosti, kterým je zadluženost. Oba dva mají sice velmi úzký vztah s konkurenceschopností, ale nelze je posuzovat nezávisle od řady dalších faktů týkajících se reálné praxe individuálního podniku, tj. i družstva s historickým pozadím.

Konkurenceschopnost lze možné vymezovat prostřednictvím různých kategorií či kritérií, mimo jiné také prostřednictvím produktu. Konkurenceschopnost tak může znamenat schopnost podniku navrhnout, vytvořit a realizovat produkt lépe, resp. efektivněji než konkurence, zohledňující cenové a necenové faktory [8].

Jedním z několika specifíků družstva jako právní formy podnikání je **spolupráce** – pojem zohlednění již při zakládání družstva a základ pro existenci družstva jako takového. v některých světových jazycích je družstvo vyjádřeno pojmem velmi podobným pojmu spolupráce (např. jazyk anglický – „cooperative“ a „cooperation“, podobně tak jazyk italský apod.). Na tuto propojenost upozorňuje např. Groves [4]. Význam spolupráce – v daném případě mezi družstvy navzájem na lokální, národní, regionální a mezinárodní úrovni – je reflektován taktéž v jednom ze sedmi principů družstevnictví formulovaných (resp.

revidovaných z původních deset Rochdaleských principů) v roce 1995 Mezinárodní družstevní aliancí (ICA – International Cooperative Alliance) [11].

Hlavním důvodem vedoucí ke spolupráci ekonomických subjektů je překonávání problémů, bariér či úskalí (skutečných i potenciálních) trhu, resp. pozitivněji řečeno, úspěšné zvládnutí jak překážek, tak i příležitostí, které trh nabízí. Tento důvod se prolíná celou dlouhou historií spolupráce mezi jednotlivci i podniky a úspěšně obstát na trhu bylo důvodem pro vznik prvních družstev s podnikatelskými aktivitami v průběhu 17. a 18. století a také k založení Rochdaleské společnosti – spotřebního družstva - v Anglii, která je částečně mylně a částečně oprávněně považována za první družstevní organizaci. Nebyla totiž zdaleka první [11], na druhou stranu právě její zakladatelé formulovali základní družstevní principy, které náležitě propagovali a také realizovali a které – ač mírně upravovány, doplňovány, revidovány atd. - jsou více-méně platné i v současnosti.

Na spolupráci upozorňuje taktéž Baseman, který vymezuje pět základních rozdílů mezi družstvem a ostatními právními formami podnikání a to z hlediska zajištění úspěšnosti, a to hned v prvním uvedeném rozdílu [1]:

- družstva jsou kromě legislativy a vlastníků řízeny navíc také principy spolupráce
- vztah mezi družstvem a jeho členy-vlastníky (a v některých případech také zákazníky) je většinou mnohem užší než vztah mezi podnikem a jeho vlastníkem/vlastníky a to zejména u lokálně působících družstev
- družstva jsou řízeny demokraticky členy – vlastníky, zatímco většina podniků je řízena manažery s omezeným dohledem vlastníků
- primárním cílem družstev není apriori zisk, jako je tomu u jiných forem podnikání, u kterých se manažeři snaží primárně o neustálé zvyšování hodnoty pro vlastníky. Dosažený finanční přebytek z podnikání družstva je použitý na základě rozhodnutí členů družstva.
- jiné formy podnikání sledují většinou zejména jako svůj hlavní cíl růst zisku, zatímco u družstva to je naplňování různých potřeb svých členů – materiálních i nemateriálních a podpora družstevních hodnot.

Družstva jsou z hlediska spolupráce často v pozici jednoho z článků distribučních řetězců – vedle pozice partnera na stejné vertikální úrovni, kdy je předmětem spolupráce například dočasné sdílení zdrojů nebo výměn informací. Ve smyslu spolupráce členů distribučního kanálu dochází k informačním tokům, tokům produktů a k provázání systémů řízení s cílem zvýšit celkovou efektivnost řetězce [5]. Cíle této spolupráce jsou podobné cílům jiného charakteru spolupráce – tedy obecně jde o sledování cílů ekonomických a jiných než ekonomických (např. získání know-how).

Distribuční řetězec je apriori řetězcem dodavatelsko-odběratelských vztahů, tedy vztahů mezi dodavatelem a zákazníkem. Historicky družstva spolupracovaly navzájem velmi úzce zejména v roli dodavatelů a zákazníků. z takovéto provázanosti může plynout řada výhod – mimo jiné i vzájemné lepší chápání podobné situace a problémů a sledování podobných zájmů [7]. Navíc, pokud jsou družstva členy družstevní platformy – např. asociace - spojující družstva podobného charakteru s cílem určité centralizace podpory (nejenom), lze předpokládat, že obchodní vztahy mezi členy budou také předmětem zájmu takovéto asociace.

Spolupráce družstev může také vést k vyšší přidané hodnotě – mimo jiné například vertikální, ale i horizontální, integrací některých činností, prostřednictvím které lze například dosáhnout nižších nákladů vzhledem například k úspoře z množství, rozprostřením rizika, maximalizací

využití silných stránek a schopností každého ze spolupracujících družstev apod. Tak tomu je například u regionálních zemědělských družstev v USA, které provozují vlastní síť lokálních obchodů, restaurace, opravny a jiné provozovny služeb [6]. Na druhou stranu problematika přidané hodnoty je značně komplexním tématem a nelze ji zjednodušovat ani paušalizovat.

Metodika průzkumu a analýzy dat

Analýza dat, jejíž některé výsledky jsou prezentovány v tomto příspěvku, sloužila pro získání odpovědi na otázku, zda lze nalézt odlišné charakteristiky družstev podle zaměření činnosti, období vzniku a velikosti družstva v několika okruzích, souvisejících s charakteristikami tržního působení zkoumaných družstev. Okruhy vybrané pro tento příspěvek jsou:

- a) spolupráce družstev (oblasti a důvody spolupráce)
- b) družstva jako dodavatelé a zákazníci
- c) přidaná hodnota konkurenceschopnost výrobků - trend
- d) tržby a ziskovost

Je nutné uvést, že průzkum, ačkoliv jsou získaná data analyzována prostřednictvím statisticko-matematických metod, což implikuje kvantitativní charakter, měl podobu pilotáže. Některé oblasti zkoumání proto nebyly šetřeny s dostatečnou šíří ani hloubkou. Cílem průzkumu bylo získat vhled do stávající situace družstev různého typu a připravit tak bázi pro další zkoumání.

Výsledky průzkumu

Charakteristika zkoumaného souboru

Průzkumu se zúčastnilo celkem 46 družstev, z toho necelou polovinu zastupovaly družstva výrobní (45,7%), necelou třetinu družstva zařazené do kategorie „ostatní“ (30,4%) a necelou čtvrtinu (23,9%) družstva zemědělské. Pouze dvě družstva existovaly již před rokem 1948, polovina ze zkoumaného vzorku vznikla mezi lety 1948 až 1990 a necelá polovina započala svou existenci po roku 1990 (45,7%). Velikost družstev je kategorií relativně problematickou, nicméně pro analýzu dat pro potřeby daného příspěvku byl zvolen počet členů – fyzických osob. Pouze 7 družstev má jako členy taktéž právnické osoby a všichni respondenti mají taktéž pracovníky, přičemž pouze v osmi družstvech musí být členové také pracovně činní. Výsledky rozdělení vzorku podle tohoto kritéria reflektují rozdělení podniků podle počtu zaměstnanců, tj. na družstva mikro, malá, střední a velká. u respondentů se podařilo získat podobně velké skupiny, přestože nejvíce byla zastoupena družstva malá, tedy s počtem členů – fyzických osob od 10 do 49.

Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce

Z odpovědí na otázku ohledně existence spolupráce s jinými družstvy a na otázku sledující důvody spolupráce jsou patrné poměrně výrazné rozdíly jak mezi typy družstev podle zaměření činnosti, tak podle roku vzniku a také podle počtu členů – fyzických osob. Téměř 50% všech respondentů nespolupracuje s jinými družstvy – z toho nejvíce družstva výrobní (57,1%) na rozdíl od pouze jednoho družstva zemědělského. Pokud družstva spolupracují, rozdíly podle typu družstev jsou následující: pouze ekonomické cíle jako důvody spolupráce sleduje 41,7% zemědělských a stejné procento výrobních družstev na rozdíl od 16,6% družstev ostatních. v případě sledování částečně ekonomických důvodů při spolupráci

s nejmenším podílem uváděly družstva zemědělská (20,0%). Rozdíl v podílu mezi družstvy jinými a výrobními není žádný (viz tabulka č. 5). Jiné důvody byly uvedeny pouze v málo případech (důvody uvedené jako právní, materiálové, na úseku rostlinné a živočišné výroby – bez konkretizace, historické, výměna know-how), přičemž nejvíce je uváděly družstva zemědělská.

Jako oblasti spolupráce jsou zmiňovány: sezónní práce, poskytování služeb, půjčování techniky, výzkum a vývoj, výroba, marketing a obchod, nákup a zásobování, prodej zboží, výměna obchodních zkušeností.

Tabulka č. 5: Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle typu družstev

Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle typu družstev														
spolupráce s jinými družstvy						důvody spolupráce								
ano						pouze ekonomické				Částečně ekonomické		jiné		
Typ družstva	N	podíl v %	N	podíl v %	9,0	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	
Zeměd.	10	40,0	91,0	1	4,8	5	41,7	50,0	2	20,0	20,0	3	50,0	30,0
výrobní	9	36,0	42,9	12	57,1	5	41,7	50,0	4	40,0	40,0	1	16,7	10,0
ostatní	6	24,0	42,9	8	38,1	2	16,6	25,0	4	40,0	50,0	2	33,3	25,0
celkem	25	100,0		21	100,0	12	100,0		10	100,0		6	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

Nejvíce – téměř tři čtvrtiny družstev ze své skupiny – spolupracuje s jinými družstvy družstva založena mezi lety 1948 až 1990. Souhlas ohledně spolupráce vyslovila více než jedna třetina družstev vzniklých po roce 1989, zatímco obě družstva, existující již před rokem 1948 podle uvedené odpovědi nespupracuje s jinými družstvy. Pro družstva z druhé skupiny jsou nejčastěji uváděnými důvody pouze ekonomické, u družstev nových jsou to důvody částečně ekonomické. Jiné důvody uváděly také mnohem častěji družstva založená v období socialistické ekonomiky. Konkrétní čísla jsou uvedeny v tabulce č. 6.

Tabulka č. 6: Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle roku vzniku

Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle roku vzniku															
spolupráce s jinými družstvy						důvody spolupráce									
ano						Pouze ekonomické				Částečně ekonomické		jiné			
Rok vzniku družstva	N	podíl v %	N	podíl v %	100,0	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %		
před r. 1948	0	0,0	0,0	2	9,5	100,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	
l. 1948 - 1990	17	68,0	73,9	6	28,6	26,1	10	83,3	52,6	4	40,0	21,0	5	83,3	26,4
po r. 1990	8	32,0	38,1	13	61,9	61,9	2	16,7	22,2	6	60,0	66,7	1	16,7	11,1
Celkem	25	100,0		21	100,0		12	100,0		10	100,0		6	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

Malá s středně velká družstva spolupracují s jinými družstvy mnohem více (56,0% a 28,0%) než družstva velká (16%). Mikro družstva - dle vyjádření respondentů - vůbec nespupracují s jinými družstvy. Malé družstva také patří k těm, které nejvíce uváděly i jiné důvody (s 83,3% podílem) a částečně ekonomické důvody (s 60,0% podílem) na úkor pouze ekonomických důvodů. Středně velká družstva neuvědly vůbec jiné důvody spolupráce než pouze ekonomické, které převažují a částečně ekonomické.

Tabulka č. 7: Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle počtu členů – fyz. osob

Spolupráce s jinými družstvy a důvody spolupráce podle počtu členů – fyz. osob															
spolupráce s jinými družstvy						důvody spolupráce									
ano						ne									
						Pouze ekonomické				Částečně ekonomické			jiné		
Počet členů	N	podíl v %	N	podíl v %		N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %
–fyz. osob															
1-9	0	0,0	0,0	8	38,0	100,0	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0
10-49	14	56,0	56,0	11	52,4	44,0	5	41,7	31,25	6	60,0	37,5	5	83,3	31,25
50-249	7	28,0	87,5	1	4,8	22,5	5	41,7	71,4	2	20,0	28,6	0	0,0	0,0
250 a více	4	16,0	80,0	1	4,8	20,0	2	16,6	40,0	2	20,0	40,0	1	16,7	20,0
celkem	25	100,0		21	100,0		12	100,0		10	100,0		6	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

Dodavatelé a zákazníci

Ani jeden z respondentů nemá výlučně jako dodavatele nebo zákazníky družstevní podniky. Většina dodavatelů jiných typů družstev taktéž nepředstavují družstevní organizace. u výrobních družstev je poměr dodavatelů i zákazníků družstvo – nedružstvo téměř stejný. z celkového počtu respondentů uvedlo jako :pouze část dodavatelů jsou družstva“ nejvíce výrobní družstva – 50% respondentů z této skupiny. Zákazníci –družstevní organizace jsou častěji uváděni zemědělskými družstvy než družstvy jinými. Konkrétní čísla a procenta jsou uvedeny v tabulce č. 8.

Tabulka č. 8: Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle typu družstva

Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle typu družstva																
dodavatelé – družstevní organizace										zákazníci - družstevní organizace						
ano										pouze část						
všichni										ne						
Typ družstva	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %
Zeměd.	0	0	8	36,4	72,7	3	13,0	27,3	0	0	8	36,4	72,7	3	13,0	27,3
Výrobní	0	0	11	50,0	52,4	10	43,5	47,6	0	0	10	45,5	47,6	11	47,9	52,4
Ostatní	0	0	3	13,6	23,1	10	43,5	76,9	0	0	4	18,2	30,8	9	39,1	69,2
Celkem	0	100,0	22	100,0		23	100,0		0	100,0	22	100,0		23	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

Pro obě družstva, která vznikla před rokem 1948 jsou jak dodavatelé, tak zákazníci nedružstevní organizace. Co se týče zákazníků, u obou zbývajících kategorií družstev – tj. vzniklých v průběhu let 1948 – 1990 a po r. 1990 – je poměr družstvo – nedružstvo prakticky stejný (viz tab. č. 9). Odlišně je tomu u dodavatelů. Nedružstevní organizace převažují u nových družstev, družstevní u druhé kategorie.

Tabulka č. 9: Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle roku vzniku

Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle roku vzniku																
dodavatelé – družstevní organizace									zákazníci - družstevní organizace							
Rok vzniku družstva	ano všichni		pouze část		ne		N	podíl v %		ano všichni		pouze část		ne		
	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %				N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	
před r. 1948	0	0	0	0,0	0,0	2	8,7	100,0	0	0	0	0,0	0,0	2	8,7	100,0
l. 1948 - 1990	0	0	14	63,6	60,9	9	39,1	39,1	0	0	12	54,5	52,2	11	47,8	47,8
po r. 1990	0	0	8	36,4	40,0	12	52,2	60,0	0	0	10	45,5	50,0	10	43,5	50,0
celkem	0	100,0	22	100,0		23	100,0		0	100,0	22	100,0		23	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

V případě dodavatelů nedružstevní organizace převažují u mikro a malých družstev, naopak je tomu u dvou zbývajících velikostních kategorií. Podobně se lze vyjádřit u zákazníků mikro družstev. Nedružstevní organizace jako zákazníci převažují pouze u mikro družstev. Jinak k výraznějším rozdílům odpovědí, uvádějících jako zákazníky pouze část ze všech zákazníků a odpovědí uvádějících zákazníky z řad nedružstevních organizací, nedochází – viz tab. č. 10.

Tabulka č. 10: Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle počtu členů – fyz. osob

Dodavatelé a zákazníci – družstevní organizace – rozdělení podle počtu členů – fyz. osob																
dodavatelé – družstevní organizace									zákazníci - družstevní organizace							
Počet členů –fyz. osob	ano všichni		pouze část		ne		N	podíl v %		ano všichni		pouze část		ne		
	N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %				N	podíl v %	N	podíl v %	N	podíl v %	
1-9	0	0	2	9,1	25,0	6	26,1	75,0	0	0	2	9,1	25,0	6	26,1	75,0
10-49	0	0	10	45,5	41,7	14	60,9	58,3	0	0	12	54,6	50,0	12	52,2	50,0
50-249	0	0	7	31,8	87,5	1	4,3	12,5	0	0	5	22,7	62,5	3	13,0	37,5
250 a více	0	0	3	13,6	60,0	2	8,7	40,0	0	0	3	13,6	60,0	2	8,7	40,0
celkem	0	100,0	22	100,0		23	100,0		0	100,0	22	100,0		23	100,0	

Zdroj: vlastní analýza

Trend vývoje tržeb a zisku

Pokud vyhodnocujeme trend vývoje tržeb a zisku podle typu družstva, z tab. č. 1 uvedené v příloze je zřejmé, že u zemědělských družstev ze zkoumaného vzorku je více těch, kterých tržby stagnují ve srovnání s podílem družstev z dalších dvou skupin, kterým tržby spíše rostou (50% ve srovnání s více než 50% podílem respondentů ze skupiny výrobních a ostatních družstev). u kategorie zisku již situace není tak optimistická, přesto je zřejmé, že opětovně zemědělským družstvům ze vzorku zisk spíše stagnuje než roste. Upozornit je potřeba na trend poklesu zisku – v tomto případě je počet výrobních a ostatních družstev vyšší než zemědělských (přestože pouze absolutně), což po porovnání s vývojem tržeb ukazuje, že nákladová stránka výsledné situace týkající se zisku sehrává u těchto družstev větší roli než u družstev zemědělských.

Několik družstev navíc uvedlo, že jak trend tržeb, tak zisku kolísá a nelze tedy jednoznačně vybrat jednu z uvedených možností odpovědi v dotazníku.

Při sledování obou ukazatelů v případě rozdělení družstev podle stáří se ukázalo, že kromě obou družstev vzniknutých již před rokem 1948, u obou kterých tržby rostou, jsou to družstva, kterých existence začala mezi lety 1948 a 1990, která jsou úspěšnější co do růstu tržeb než družstva nejnovější. Jedno ze dvou nejstarších družstev neuvedlo odpověď u trendu zisku. Podobně jako u tržeb uvádí o něco častěji růst zisku družstva ze střední sledované skupiny co do věku, nicméně tyto družstva zastupují i o něco více těch, kterým zisk klesá.

Tržby u jednoho z mikrodružstev nejsou žádné – družstvo je v konkurzu, nedisponuje žádným majetkem a vzhledem k tomu, že náklady na správu jsou vyšší než výnos z prodeje, není ani žádný zisk. Naopak u všech velkých družstev tržby rostou (jedno z družstev neoznačilo žádnou odpověď u této otázky) a optimistické jsou skoro všechna družstva z této velikostní skupiny. Rozložení mikrodružstev u kategorie trendu zisku je hodné dalšího zkoumání – zejména pokud toto rozložení porovnáme s rozložením trendu tržeb. Pro růst tržeb se nejčastěji vyjádřily družstva malá zisk u této skupiny ale spíše stagnuje. u družstev střední velikosti vidíme téměř pravidelné rozložení respondentů u obou sledovaných kategorií.

Dlouhodobá vývojová tendence přidané hodnoty a konkurenceschopnost výrobků (služeb)

Velmi malý počet družstev pocituje pokles vlastní přidané hodnoty – relativně nejvíce z řad zemědělských družstev, nejméně z řad ostatních družstev. u zemědělských družstev je ale patrný i největší počet respondentů uvádějících stagnaci.

U otázky týkající se konkurenceschopnosti výrobků se objevila jedna odpověď u zemědělského družstva a jedna odpověď u družstva „ostatního“, kdy byla označena odpověď, že výrobky nejsou konkurenceschopné. u výrobních družstev tato odpověď zmiňována nebyla vůbec. Ze zbývajících všech zemědělských družstev respondenti považují své výrobky za zcela konkurenceschopné. Téměř stejně pozitivní výsledky jsou u družstev ostatních. Několik zástupců výrobních družstev považuje své výrobky za omezeně konkurenceschopné.

Přidaná hodnota u obou družstev založených již před rokem 1948 má rostoucí trend. Rostoucí trend byl zaznamenán více u družstev nových na úkor převahy stagnující přidané hodnoty u družstev vzniklých v období socialistické ekonomiky.

Za zcela konkurenceschopné považují své výrobky obě nejstarší družstva. Ovšem také u dalších dvou skupin družstev rozdělených podle délky existence převažuje toto hodnocení vlastních výrobků.

Žádné z velkých družstev nezaznamenalo pokles přidané hodnoty. Tuto odpověď nejčastěji uváděly družstva středně velká. k růstu se zřetelně nejvíce přihlásila družstva malá. Růst i stagnaci ve stejném poměru uvedly všechny tři zbývajících velikostní kategorie.

Žádný ze zástupců středně velkých družstev nepovažuje své výrobky za nekonkurenceschopné. Také u ostatních velikostních kategorií jsou odpovědi spíše ty, kdy jsou vlastní výrobky posuzovány za zcela konkurenceschopné. Podle výsledku analýzy odpovědí nejsou téměř žádné rozdíly mezi jednotlivými družstvy rozdělenými podle počtu fyzických osob.

ZÁVĚR

Jak již bylo uvedeno v kap. 1 Metodika průzkumu, dotazníkové šetření mělo pilotážní charakter a některé skutečnosti uvedené v teoretických východiskách (kap. 1) nebyly proto zkoumány a následně ani analyzovány a vyhodnocovány do hloubky či šíře naznačené v souhrnu teoretických poznatků. i na tomto místě je ale nutné upozornit, že limity jsou samozřejmě i v této znalostní bázi. Pro vysvětlení – každý z okruhů, jimž byla věnována pozornost v dotazníku a v analýze – tj. např. spolupráce, konkurenceschopnost, přidaná hodnota aj. by mohly být pojímány z mnoha dalších úhlů pohledu a rozsah stran, který by byl věnován pouze jednomu z nich, by mohl přesáhnout kapacitu obsahu celého sborníku.

Z výše uvedených důvodů následná sumarizace výsledků z realizovaného průzkumu nemá charakter všeobecných závěrů pro deskripci postavení družstev v ekonomickém systému České republiky. Nicméně i přes malý počet respondentů lze konstatovat, že družstva trápí stejné problémy, musí překonávat podobné či stejné překážky v podnikání a zároveň využívat těch příležitostí, které jim skýtá prostředí – právě tak jako i jiné podniky nemající právní formu družstev. Tento závěr je podpořen také odpověďmi na otevřenou otázku zaměřenou na odhalení největších problémů, se kterými se dané družstvo potýká. Tyto problémy – až na jednu, která zněla „organizace členských schůzí“, se týkají vesměs problémů podnikání v obecné rovině a nejsou nikterak specifické pro družstevní podnikání.

Respondenti byli dotazováni na spolupráci s jinými družstvy a na oblasti a důvody spolupráce. Nejvíce (až 91%) spolupracují zemědělská družstva – je to tedy podobné jako s členstvím v asociaci. Až 50% zemědělských a výrobních družstev sleduje pouze ekonomické důvody, polovina ostatních družstev částečně ekonomické důvody. Mikrodružstva ze vzorku nespolupracují vůbec, zato z řad středních a velkých družstev je to více než jedna třetina (konkrétně 87,5% a 80%). Toto je poněkud překvapující výsledek – dalo by se očekávat, že malá družstva budou mít mnohem větší zájem nebo potřebu kooperace. Výsledky uvádění důvodů spolupráce různými velikostními kategoriemi družstev nepoukázaly na žádné významnější rozdíly.

Žádné družstvo v průzkumu nemá své dodavatele a zákazníky výhradně z řad družstevních organizací. Nejvíce jsou provázáni s dodavateli i zákazníky z řad družstevních organizací družstva zemědělské – zde pravděpodobně působí charakter činnosti a zřejmě i určitá tradice a zároveň osvědčená praxe. Ostatní družstva preferují smíšený podíl mezi družstevními dodavateli a zákazníky – nejvíce respondentů, kteří mají dodavatele z řad nedružstevních organizací tvořila družstva ostatní. Co do velikosti družstev jsou to mikrodružstva, jenž nejčastěji uvedla, že mají jak dodavatele, tak zákazníky nedružstevní organizace. v případě těchto výsledků lze konstatovat, že konkurence i podíl družstevních organizací na celkovém počtu podnikatelských subjektů v současné ekonomice České republiky v podstatě znesnadňuje preferenci družstevních podniků jako dodavatelů nebo zákazníků. Jde tedy o evoluční překonání tradičních praktik, které již nehrají takovou roli, jako tomu bylo při vzniku družstevního hnutí.

V dotazníku byla zahrnuta taktéž otázka týkající se odhalení příčin případné omezené konkurenceschopnosti produktů. Pouze 6 respondentů příčiny uvedlo – jejich výčet je následovní: vyšší ceny výrobků, nemožnost použití reklamy vzhledem k cenám, přesycení trhu podobnými výrobky, vysoké náklady na výrobu, zastaralé stroje, malá produktivita práce osob se zdravotním postižením, špatná reklama, velká konkurence na trhu, omezené množství výrobků - nutno rozšířit. Jde tedy o typické příčiny vyplývající z nedostatků zdrojů podniků, resp. z menších kompetencí a schopností managementu.

Konkurenceschopnost svých produktů považuje většina respondentů za zcela bezproblémovou. Podle charakteru činnosti až 91% zemědělských družstev se takto pozitivně vyjádřilo ke konkurenceschopnosti vlastních produktů, 85% podíl byl u ostatních typů.

U kritéria „přidaná hodnota“ byla ale družstva opatrnější – střední ve srovnání s jinými družstvy a střední ve srovnání s jinými podnikatelskými subjekty byla nejčastěji zastoupena odpověď. Přidaná hodnota roste nejméně u zemědělských družstev (30%), nejvíce u družstev ostatních (63,6%). u malých družstev až 66,7% se vyslovilo pro růst, naopak u středně velkých družstev stejné procento uvedlo pokles – růst zaznamenalo pouze 25% družstev z této velikostní kategorie.

Celkově výsledky průzkumu ukazují, že družstevní organizace vedle všeobecných problémů s podnikáním a vedle určitých specifík v řízení družstev, která ale nelze z určitých důvodů vyřešit, se chovají v tržních podmínkách stejně jako podniky s jinou právní formou podnikání. Některými oblastmi zájmu se průzkum nezaobíral, například již zmiňovanou podporou image družstev nebo detailněji problematikou konkurenceschopnosti (například zdroje, obsah apod.). Zde (a nejenom v těchto příkladech) je tedy možnost pokračování ve zkoumání. Rešeršní práce navíc ukázaly, že kvalitních zdrojů empirických dat a informací ohledně situace družstev v České republice není dostatek – co do kvantity, ani kvality.

Seznam použité literatury

- [1] BASEMAN, R.M. *What makes co-ops successful?* The Prout Research Institute of Venezuela. Rok neuveden. Dostupné na: www.priven.org/index.php?name=Downloads&get=3&mirror=3 - 19k
- [2] BLAŽEK, L. *Metodická východiska a realizace empirického šetření na podnicích. In: Konkurenční schopnost podniků. Primární analýza výsledků empirického šetření.* Brno: Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky. Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity, 2007. ISBN978 – 80-210-4456-2.
- [3] HAGERMAN, A.D. *Practices, perceptions and performance: a Texas cooperative study.* Thesis for master of science degree. Texas A&M University. 2005.
- [4] GROVES, F. *What is a cooperation. The philosophy of cooperation and it's relationship to cooperative structure and operations.* UWCC Occasional Paper No. 6. University of Wisconsin. Center for Cooperatives. 1985. Dostupné na: <http://www.uwcc.wisc.edu/info/ospap/groves.html>
- [5] KITA, P. *Distribučný kanál.* Bratislava: Ekonóm, Ekonomická univerzita v Bratislave, Obchodná fakulta, 2006. ISBN 80-225-2130-2.
- [6] MILHOLLAND, L., BRADY, E. *Cooperatives, a California Analysis: An Old Structure for New Economy.* An analysis prepared as a part of The Vivid Picture Project. Ecotrust, 2005. Dostupné na: <http://www.VividPicture.net>
- [7] POLLET, I., DEVELTERE, P. *Cooperatives and development. Action speaks louder than words.* *IRU Courier.* č. 1, 2004.
- [8] SINGH, K.R. et al. *Competitiveness analysis of a medium scale organisation in India: a case.* *International Journal of a Global Business and Competitiveness.* 1/2006. s. 27-40.
- [9] SUCHÁNEK, P. *Hodnocení ekonomické výkonnosti družstev.* In: *Vývojové tendence podniků IV.* 1. vyd. Brno : MU ESF, 2008. v tisku. ISBN zatím neuvedeno
- [10] WEBB, T. BENANDER, L., CIRILLO, L., LAGIER, CH. *Marketing our cooperative advantage.* Research report. National Cooperative Bank. Greenfield: The Cooperative Development Institute, 2005.
- [11] ZEULI, K.A. CROPP, R. *Cooperatives: Principles and practices in the 21st century.* Madison: Manager, Cooperative Extension Publishing, 2004.

Kontaktní adresa
Ing. Alena Klapalová, Ph.D.
Katedra podnikového hospodářství
Ekonomicko-správní fakulta
Masarykova univerzita
Lipová 41a
602 00 Brno
albra@seznam.cz

Tvorba hodnoty ve zpětných tocích

Value creation in the reverse flows

Alena Klapalová

Anotace

Článek prezentuje výsledky rešerše poznatků z problematiky tvorby hodnoty ve zpětných tocích, které je - dle názoru autorky - nevěnována dostatečná pozornost ze strany akademické obce v České republice.

Zpětné toky představují méně či více významnou součást podnikových procesů a týkají se každého podniku či organizace. Vnímání významu je ovšem u manažerů podniků značně různé. Pokud abstrahujeme od podniků, pro které jsou zpětné toky jádrem podnikatelské činnosti, některé podniky zpětné toky až na nezbytné minimum ignorují, jiné si postupně uvědomují možnosti, které jim tyto toky skýtají a existují také podniky, které zpětné procesy považují za strategicky významné a mohou zastupovat konkurenční výhodu na trhu, resp. vést k dlouhotrvající konkurenceschopnosti dodavatelského řetězce. Pro některá odvětví mohou být dokonce zpětné toky kritické pro konkurenceschopnost a úspěšnost a řízení zpětných toků je označováno za jednu z klíčových kompetencí managementu. Proaktivní přístup k zpětným tokům mají většinou podniky, které si uvědomily hodnotu, jenž mohou získat z těchto toků. Článek prezentuje výsledky rešerše poznatků z této problematiky, které je - dle názoru autorky - nevěnována dostatečná pozornost ze strany akademické obce v České republice.

Summary

The paper presents the results of the knowledge background research from the issue of value creation in the reverse flows, to which – according the author's view – the attention is not paid enough from the side of the academicians in the Czech Republic.

Reverse flows constitute less or more important part of the enterprise processes and concern every company or organisation. The perception of the importance is very different among the managers of the enterprises, though. If we abstract from the companies, for which the reverse flows are the essence of their entrepreneurship, some companies ignore reverse flows (except for unnecessary minimum), the other appreciate subsequently the given possibilities from these flows and there are also companies considering the reverse processes for strategically important offering the competitive advantage on the market, respectively could lead to the sustainable competitiveness of whole supply chain. For some industries the reverse flows could be critical for the competitiveness and successfulness and the management of reverse flows is denoted as the one of key competences of management. Proactive approach to the reverse flows is typical for those enterprises, which became conscious of the value that could be captured from these flows.

Klíčová slova

Hodnota, tvorba hodnoty, zpětné toky

Keywords

Value, value creation, reverse flows

ÚVOD

Zájem o zpětné toky mezi praktiky i teoretiky se zvyšuje až v 80. letech 20. století⁹⁹. Rovněž i zvýšená pozornost věnovaná hodnotě vznikající v dopředných tocích spadá do této doby. Navzdory této časové shodě je potřeba upozornit na následující rozpor: v mnoha modelech zajištění úspěšnosti, v přístupech a praktikách podporujících konkurenceschopnost podniků (viz např. modely procesního managementu, EFQM, Balance Score Card aj.) právě z uvedeného období nejsou zpětné toky – na rozdíl od hodnoty - zakomponovány a toto opomíjení zpětných toků v uvedených přístupech a modelech trvá dodnes.

Přitom nevyužívat toky znehodnocených, fyzicky či morálně zastaralých výrobků, obalů a reklamovaného zboží neznamena ztrátu pouze pro společnost jako celek kvůli ekologickým dopadům, ale pochopitelně také pro jednotlivé podniky. Zbytečně tak přicházejí o možnost

⁹⁹ De BRITO, M.P., DEKKER, R., FLAPPER, S.D.P. Reverse Logistics — a Review of Case Studies, 2003.

snížit své náklady, např. tím, že použijí funkční součástky starých výrobků v nové produkci (typicky např. kancelářské kopírky), nebo tím, že ušetří na poplatcích za skládkování. Zpětné toky zahrnují vícero typů toků a jsou tedy zdrojem různých typů hodnot¹⁰⁰. Řízení zpětných toků zahrnuje všechny aktivity vztažené ke zpětným tokům včetně reverzní logistiky, efektivní kontroly vstupů a také snahy o snižování zpětných toků. Realizace zpětných toků probíhá jednak prostřednictvím interních procesů v podniku, nicméně jejich podstatná část se uskutečňuje v rámci tzv. dodavatelsko-odběratelských vztahů jako součást logistických činností, resp. Supply Chain Managementu. Potřebný je proto holistický přístup k managementu zpětných toků – úspěšné řízení zpětných toků vedoucí k získání hodnoty pro podniky a organizace představující jednotlivé součásti či články je náročným a komplexním manažerským úkolem. Důležité je také poznání a uvědomění si různých důvodů vzniku zpětných toků, protože ty mohou vystupovat jednak jako bariéry úspěšnosti podniků, jež je potřebné manažersky zvládnout a jednak jako příležitosti, resp. hybné síly, které je zase potřebné managementem využít.

Príspevek je výstupem z prvního roku výzkumných prací zaměřených na zmiňovanou problematiku a prezentuje tak výsledky vycházející z formulovaného úkolu pro výzkumný tým. Úkolem výzkumného týmu bylo zmapování dosavadních poznatků řízení zpětných toků a řízení tvorby hodnoty v těchto tocích na B2B trzích, vymezení výzkumných otázek pro empirické šetření v následujícím období, jež se zaměří na podniky působící v české ekonomice a jejich přístup k řízení tvorby hodnoty ve zpětných tocích na základě autory vytvořeného modelu managementu zpětných toků.

1. Teoretické východiska

Poznatky týkající se zpětných toků a tvorby hodnoty v rámci těchto toků nelze ani zdaleka považovat za ucelený souhrn teorií, konceptů, definic apod. a to z vícero důvodů. Jednak jde o problematiku stále se vyvíjející¹⁰¹, problematiku zahrnující vícero (pokud ne všechny) aspektů managementu podniků a organizací (včetně neziskových) a tedy problematiku v současnosti zahrnující znalostní základnu mnohonásobně přesahující rozsah tohoto příspěvku.

Pro vytvoření koncepčního rámce dalšího výzkumu je vhodné pokusit se formulovat definici řízení tvorby hodnoty ve zpětných tocích na B2B trzích. Zpětné toky charakterizují například Gonçalves et al „...jako toky vznikající na opačné cestě přímého řetězce, kde použitelné produkty po spotřebě jsou předmětem přidávání různých typů hodnoty prostřednictvím reintegrace komponentů a materiálů v produktivních a obchodních cyklech...“¹⁰². Řetězec zpětných toků ale nemusí kopírovat strukturu řetězce dopředných toků, tj. nemusí být přímý, hodnota nemusí být pouze přidávána, ale může taktéž vznikat nejenom reintegrací ne jenom komponentů a materiálů.

Tvorba hodnoty je zachycena v definici reverzní logistiky, kterou Rogers a Tibben – Lembke charakterizují jako: „Proces plánování, implementování a kontrolování nákladově-efektivního toku surovin, zásob vzniknutých v průběhu produkčních procesů, hotových produktů a taktéž informací z místa spotřeby do místa původu za účelem znovuzískání anebo vytvoření hodnoty

¹⁰⁰ tamtéž

¹⁰¹ DONALDSON, B., O'TOOLE, T. *Strategic Market Relationships – from strategy to implementation*, 2002.

¹⁰² GONÇALVES-DIAS, S.L.F., SOUZA, P.F.A., SANTOS, M.C.L. *Reflections on design, sustainability and reverse logistics: PET packaging recycling in Brazil*, 2006.

anebo za účelem náležité likvidace¹⁰³. Definice je až na jeden bod stejná jako definice Supply Chain Managementu, kterou zformulovala v 80. letech 20. století celosvětově renomovaná Council of Supply Chain Management Professional¹⁰⁴. Rozdílným bodem je zrcadlový obraz místa původu a místa spotřeby, které jsou v definici týkající se zpětných toků uvedeny opačně než v definici originální. k této definici je potřebné poznamenat, že i proces a výsledek likvidace může představovat hodnotu; definici by proto bylo vhodné doplnit v tomto směru a taktéž rozšířit v souladu s inovovanou definicí Supply Chain Managementu, kterou výše uvedená Council prezentovala v roce 2005.

De Brito a spolupracovníci v rámci projektu podporovaného Evropskou komisí pod názvem REVLOG¹⁰⁵ vytvořili na základě detailního studia existujících poznatků tzv. holistický rámec řízení zpětných toků, přičemž se opírali o procesní pojetí managementu a strukturovali tak rozhodovací proces včetně vzájemných vztahů z hlediska potřeby poznat¹⁰⁶:

- proč se vrací produkty (včetně analyzování hybných sil a důvodů pro aktivizaci a realizaci činností vztahených ke zpětným tokům)
- co se vrací (charakteristika produktů, které činí procesy znovuzískávání atraktivními ale i povinnými včetně odlišení, jaké charakteristiky jsou odlišné pro ty produkty, které vstupují do zpětných toků a pro ty, které zpětné toky opouštějí)
- jak jsou zpětné toky realizovány (tj. poznat procesy, v rámci kterých je hodnota znovunabývána, ale také i aktéry představující tvůrce a spolutvůrce této hodnoty).

Pracovní definice řízení tvorby hodnoty ve zpětných tocích na B2B trzích je autory výzkumného projektu formulovaná takto:

„...proces realizace všech manažerských funkcí za účelem znovuzískání anebo vytvoření nové hodnoty z hodnot, jež jsou předmětem zpětných toků s cílem udržet, resp. zvýšit dlouhodobou výkonnost všech partnerů v dodavatelsko-odběratelském řetězci, resp. síti.“

Na rozdíl od De Brito a její spolupracovníků výzkumný tým považuje za součást řízení zpětných toků i odpadové hospodářství (resp. odpadový management) a tzv. zelenou logistiku, přestože si uvědomuje důvody, jež vedly tým Marisy De Brito k odmítnutí obou pojmů¹⁰⁷.

2. Hodnota, struktura hodnoty a dimenze hodnoty ve zpětných tocích

Ústředním pojmem tématu specifického výzkumu je hodnota a tvorba hodnoty. z tohoto důvodu je nutné věnovat bližší pozornost tomu, co vlastně může zastupovat hodnotu ve zpětných tocích.

Pojem hodnota patří mezi základní ekonomické pojmy, se kterými ekonomie, ekonomika i management operovaly již od počátku svého zárodku jako věd/y. z velmi úženého pohledu se nabízí dva základní směry, kterými lze pojem zkoumat. v prvním je hodnota kategorií

¹⁰³ ROGERS, D.S., TIBBEN – LEMBKE, D.S. *Going backwards: Reverse logistics trends and practices*, 1998.

¹⁰⁴ GONÇALVES-DIAS, S.L.F., SOUZA, P.F.A., SANTOS, M.C.L. *Reflections on design, sustainability and reverse logistics: PET packaging recycling in Brazil*, 2006.

¹⁰⁵ <http://www.fbk.eur.nl/OZ/REVLOG/>

¹⁰⁶ Zpracováno dle De BRITO, M. P., DEKKER, R. a *framework for reverse logistics*, 2003; De BRITO, M.P., DEKKER, R., FLAPPER, S.D.P. *Reverse Logistics — a Review of Case Studies*, 2003; DONALDSON, B., O'TOOLE, T. *Strategic Market Relationships – from strategy to implementation*, 2002.

¹⁰⁷ De Brito a spolupracovníci považují pojem „odpad“ za problematický mj. z právního vymezení odpadu a soustřeďují pozornost na pojem hodnota, a akcent na ekologii v zelené logistice považují za součást svého přístupu.

vyjadřující monetárně vymezené ocenění například určitého majetku nebo číslem spojeným s určitou úhradou¹⁰⁸. Druhý směr je širší a zahrnuje v podstatě i směr první. Hodnota je totiž základním prvkem jakékoliv směny – ať již definované monetárně nebo nemonetárně a představuje tedy primární akt spojení strany nabízející a strany zájímaví se nebo poptávající, v užším – obchodním - kontextu strany prodávající a strany kupující.

Pojem hodnota lze chápat do značné míry různě, jelikož hodnota je jedním z pojmů existující v mnoha různých souvislostech. z tohoto důvodu neexistuje žádná obecná definice hodnoty, která by uspokojovala představy všech ohledně toho, co by pro ně měla hodnota znamenat. Kromě toho je hodnota vysoce relativní pojem, jehož definování a chápání závisí na tom, kdo s pojmem pracuje, kdy a za jakých okolností a za jakým účelem¹⁰⁹. Odlišná tedy bude například hodnota, kterou očekávají vlastníci podniků (tzv. shareholderovská hodnota) od hodnoty, kterou očekávají od svých dodavatelů zákazníci a naopak od hodnota, kterou od svých zákazníků očekávají dodavatelé atd.

Pro potřeby dalšího poznávání a samozřejmě pro potřeby praxe je ovšem potřebné pojem blíže vymežit a následně i strukturovat. Předpokladem členů výzkumného týmu je, že hodnota, která je výsledkem procesů ve zpětných tocích, je stejná nebo velmi podobná hodnotě, která je předmětem toků dopředných. Zda tomu tak skutečně je, případně jak a v čem může být hodnota ve zpětných tocích odlišná, bude jednou z oblastí empirického šetření v dalším roce výzkumných prací autorů.

Pravděpodobně nejvíce je rozpracovaný pojem hodnota odborníky z dvou oblastí – finančního řízení a účetnictví a jako druhé – z oblastí marketingového řízení. Převážná část marketingových teoretických přístupů k hodnotě je soustředěna na zákazníka. Toto je také důvod, proč většina dále nabídnutých vymezení používá koncept „hodnota pro zákazníka“. Nicméně, pokud se podíváme například na některé z dále zmiňovaných definic, či struktury hodnoty blíže, je zřejmé, že přívlastek „pro zákazníka“ může být vynechán, protože ve většině případů jde o takové charakteristiky hodnoty, které mohou být vztaženy ke kterémukoliv aktérovi dodavatelsko-odběratelského řetězce, přestože – jak již bylo uvedeno výše – základem tohoto řetězce v užším pojetí je vztah „dodavatel – odběratel“ a to samozřejmě i ve zpětných tocích.

Velmi obecnou a jednoduchou definici hodnoty uvádí Flint et al a Biong et al¹¹⁰ a to „hodnota představuje poměr mezi přínosem (užitkem) a ztrátou“. Téměř stejný vztah zmiňuje také Vlček ve své publikaci *Hodnota pro zákazníka jako poměr mezi velikostí užítku a celkovými náklady, resp. „vztah mezi uspokojením potřeby a zdroji použitými pro dosažení tohoto uspokojení*¹¹¹.

Na B2B trzích někteří autoři definují hodnotu pouze monetárně, na druhou stranu jiní poskytují širší vymezení užitků a nákladů/ztrát, které obsahuje také nemonetární složky, mezi jinými také konkurenční výhody, kompetence, sociální vztahy, znalosti apod.¹¹²

¹⁰⁸ realizovanou anebo možnou

¹⁰⁹ FÖRSTRÖM, B. *Value Co-Creation in Industrial Buyer-Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies*, 2005.

¹¹⁰ Citováno dle FÖRSTRÖM, B. *Value Co-Creation in Industrial Buyer-Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies*, 2005.

¹¹¹ VLČEK, R. *Hodnota pro zákazníka*. Praha: Management Press, 2002.

¹¹² MÖLLER, K. E. K., TÖRRÖNEN, P. *Business Supplier's Value Creation Potential: a Conceptual Analysis*.

Pokud se vrátíme k monetárnímu vymezení hodnoty, například Anderson a Naurus definují hodnotu na B2B trzích jako hodnotu ekonomických, technických, sociálních užitků a užitků v podobě služeb vyjádřenou v peněžních jednotkách, kterou zákazník získává po zaplacení ceny při realizaci směny. Tato definice umožňuje oddělit hodnotu, náklady a cenu. Cena tedy může být chápána jako třetí aspekt, který partner vnímá při hodnocení nabídky a nemusí být součástí nákladů¹¹³.

Jednu z nejvýstižnějších definic hodnoty (nejenom pro zákazníka) uvádí Woodruff, který ji definuje takto¹¹⁴:

„Hodnota pro zákazníka je zákazníkem vnímaná preference a hodnocení těch atributů produktu, atributů činnosti a důsledků vzniklých v procesu jejich využití, které umožňují (anebo zabraňují) dosahovat cíle a záměry spojené s požadovanou hodnotou.“

Pokud se vrátíme ke kategorii užitků a kategorii nákladů/ztrát, Kotler strukturuje hodnotu (opětovně pro zákazníka) na užitky rozdělené do dvou skupin – funkční a emocionální a náklady/ztráty až na čtyři skupiny – peněžní, časové, energetické a psychické. v druhé práci jsou konkretizovány skupiny užitků a skupiny ztrát/nákladů. Kotler také rozděluje hodnotu na hodnotu produktu, služeb, personálu a image¹¹⁵. Faktor času tedy přiřazuje k nákladům/ztrátám. Jiní autoři ovšem upozorňují, že čas v hodnotě lze vnímat i jinak. Například Woodall doporučuje analyzovat časový aspekt hodnoty z hlediska pěti časových úseků – hodnota před nákupem (tzv. ex-ante), hodnota v čase nákupu (transakční), hodnota po nákupu (ex-post), hodnota při používání a nakonec hodnota po použití/spotřebě (dispoziční)¹¹⁶.

V mysli partnera v dodavatelském řetězci (síti) se formují očekávání „určité“ hodnoty, a to na abstraktně nižší úrovni v podobě tzv. Gutmanova „prostředek – účinek“ řetězce. Znamená to, že konkrétní dimenze (atributy) očekávání se stávají prostředkem dosažení mnohem abstraktnějších důsledků, které nakonec vedou k naplnění konečných cílů (anebo také hodnot). Buttle k tomuto říká, že zákazníci kupují „očekávání přínosů“¹¹⁷. Dimenze hodnoty tedy zastupují konkretizaci určité hodnoty, zatímco důsledky jsou spojovány s výsledným působením dimenzí; mohou být tedy pozitivní nebo negativní. Názorněji tento text vyjadřuje obrázek č. 2¹¹⁸.

Subjekty přitom hodnotí nejenom důsledky – výsledky a atributy ve statické podobě (tedy například atributy produktu), ale také procesní stránku získávání/dodávání hodnoty. Jde o tzv. procedurální racionalitu¹¹⁹. Do tohoto modelu je zároveň zakomponován i časový aspekt hodnoty, kterému byla věnována pozornost výše.

Strukturalizací hodnoty se zabývali mimo jiné také Normann a Ramirez a to přes „hodnotu nabídky“ (jako spojení mezi dodavatelem a zákazníkem). Podle nich má nabídka určitou

¹¹³ HURKENS, K., WYNSTRA, F. *The concept „Total Value of Ownership“: a case study approach.*

¹¹⁴ WOODRUFF, E.B. *Customer value: The next source of competitive advantage*, 1997.

¹¹⁵ KOTLER, P. *Marketing management*, 2001.

¹¹⁶ WOODALL, T. *Conceptualising Value for the Customer. An Attributional, Structural and Dispositional Analysis*, 2003.

¹¹⁷ BUTTLE, F. *Customer Relationship Management*, 2004.

¹¹⁸ WOODRUFF, E.B. *Customer value: The next source of competitive advantage*, 1997.

¹¹⁹ BROEKHUIZEN, T. *Understanding Channel Purchase Intentions. Measuring Online and Offline Shopping Value Perceptions*, 2006.

hodnotu závislou od toho, do jaké míry nebo jak působí tzv. „odlehčující hodnota¹²⁰“ (tj. práci šetřící hodnota, kterou umožňuje nabídka) a/nebo „umožňující hodnota¹²¹“ (tj. cokoliv, co napomáhá druhé straně pracovat mnohem efektivněji, účinněji, snadněji, bezpečněji a hladce). Nabídka přitom sestává z pěti prvků – produkt, služba, sdílení rizika, převzetí rizika a přístup anebo možnost používání systémů anebo infrastruktury a informací¹²².

Pro doplnění uvedených poznatků můžeme uvést logistické pojetí hodnoty. Mentzer et al se věnují hodnotě vznikající, resp. vytvářené logistickými procesy. Část hodnoty totiž představuje schopnost dodat (tedy procesní součást nabídky – hodnoty) a to: správný produkt ve správném množství na správné místo ve správný čas správnému zákazníkovi za správnou cenu a ve správné¹²³ podobě¹²⁴. Jde o tzv. „7S“, resp. v originálu „7R“.

Mezi emocionální složku hodnoty můžeme zařadit taktéž vztah jako hodnotu, což je kategorie anebo dimenze hodnoty, jenž nabývá na významu teorii i praxi¹²⁵. Vztahová hodnota, resp. hodnota vztahu je velmi obtížně měřitelná a ne vždy uvědomělá, nicméně pravděpodobně ovlivňuje celkovou hodnotu směny mezi aktéry mnohem více, než si manažeři podniků připouští¹²⁶. Hodnota vztahu zahrnuje taktéž složku vnímaného rizika. Jako příklady mohou soužití riziko vyplývající z nejistoty spojené z neznalostí partnera, riziko spojené s významem transakce apod.¹²⁷

Jako doplnění typů nebo dimenzí hodnot, jenž mohou vznikat v rámci zpětných toků, lze zmínit také hodnotu pro společnost v podobě šetření životního prostředí.

Pokud se vrátíme k vymezení hodnoty jako poměru mezi přínosy/užitky a náklady/ztrátou, hodnotu lze zvyšovat dvěma způsoby – zvyšováním přínosů/užitků anebo snižováním nákladů/ztrát. Stávající praxe ve zpětných tocích zatím hovoří v prospěch druhého přístupu. Mimo jiné Mollenkopf a Closs poukazují na skutečnost, že podniky se mnohem více soustřeďují na nákladovou stránku zpětných toků než na příjmy/výnosy/přínosy/užitky¹²⁸. Svým způsobem je to pochopitelné – náklady jsou relativně snadněji sledovatelné a měřitelné (minimálně přímé náklady) než příjmy/přínosy a navíc zpětné toky jsou považovány za nákladnější než dopředné – v mnoha odvětvích zejména z důvodu větší nejistoty dalšího využití předmětu těchto toků a také i menšího množství¹²⁹. Kromě toho řízení zpětných toků je pro mnohé podniky relativně novou záležitostí zahrnující nové procesy, pro kterou bylo potřebné vynaložit i vyšší počáteční náklady.

3. Tvorba hodnoty ve zpětných tocích na b2b trzích

Před tím, než se podniky začaly systematicky zabývat optimalizací zpětných toků, byla hlavním kritériem minimalizace nákladů na systém zpětné logistiky. Efektům, které mohly

¹²⁰ v originálu „relieving value“

¹²¹ v originálu „enabling value“

¹²² Převzato z FÖRSTRÖM, B. *Value Co-Creation in Industrial Buyer-Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies*, 2005.

¹²³ z originálu lze slovo „right“ do češtiny překládat i synonymy, jako „příčinný, vhodný, náležitý apod. Slovo „správný“ bylo zvoleno pro jednoduchost. Pozn.aut.

¹²⁴ MENTZER, J.T. et al. *Defining Supply Chain Management*, 2001

¹²⁵ HIRVONEN, P, SALLINEN, S., SEPPÄNEN, V., ALAJOUTSIJÄRVI, K. a *Conceptual Tool for Joint Value Creation in Business Relationships: a Case from the Software Industry*.

¹²⁶ RAVALD, A., GRÖNROOS, CH. *The value concept and relationship marketing*, 1996.

¹²⁷ HURKENS, K., WYNSTRA, F. *The concept „Total Value of Ownership“: a case study approach*.

¹²⁸ MOLLENKOPF, D. A., CLOSS, D. J. *The hidden value in reverse logistics*, 2005.

¹²⁹ LI, F. a *cost-benefit analysis of reverse logistics for a UK home appliance manufacture*, 2007.

vzniknout z opětovného zhodnocování nebyla vlivem okolností věnována velká pozornost. Důsledkem tohoto přístupu byla mj. i „pomalost“ zpětné logistiky, což dotvářelo „začarovaný kruh tím“, že v důsledku časových ztrát docházelo nutně k ztrátě hodnoty obsažené ve zpětných tocích¹³⁰.

Jak jsme ale již uvedli, stále více podniků se zajímá o možnost nejenom získat, ale také aktivně vytvářet anebo spoluvytvářet hodnotu i v rámci procesů zpětných toků. Výše byla uvedena zmínka o procesní stránce dodávání/získávání hodnoty. Dodávání a získávání je ovšem pouze součástí mnohem komplexnějšího procesu tvorby hodnoty. v práci Möllera a Törrönenena¹³¹ se objevuje také pojem „produkce hodnoty“, což je synonymem tvorby hodnoty¹³².

Hodnota, jenž je předmětem směny na B2B trzích a tedy i v rámci zpětných toků vždy vyžaduje minimálně dvě strany – dodavatele a zákazníka (dyadický vztah), mezi kterými dochází k interakcím různého charakteru a druhu. Interakce a další podněty a vlivy přitom působí jak na proces tvorby hodnoty, tak na vnímání hodnoty v různém času všemi zúčastněnými stranami (tj. minimálně dodavatelem a zákazníkem). Forsström v této souvislosti upozorňuje na **nutnost odlišovat tvorbu hodnoty od hodnoty** vzhledem k tomu, že tvorba hodnoty představuje proces, zatímco hodnota zastupuje předmět směny a výsledek (skutečný anebo předpokládaný či očekávaný) procesu tvorby hodnoty¹³³.

Proces tvorby hodnoty je tedy procesem, ve kterém podnik vytváří hodnotu prostřednictvím svých aktivit. Tato skutečnost se týká také procesu tvorby hodnoty v rámci zpětných toků. Většinu procesů lze dělit na subprocessy a dále na aktivity, přičemž podniky sledují realizaci procesů, subprocessů a aktivit určité zájmy a cíle, které vymezují, jaká hodnota je vytvářena¹³⁴.

4. Tvorba hodnoty a Supply Chain Management

Dodavatel a zákazník jsou součástí dodavatelského nebo dodavatelsko-odběratelského řetězce, pro řízení kterého se také v českém prostředí používá termínu Supply Chain Management. Určitým synonymem je termín z marketingové logistiky, resp. z marketingu, čímž je „marketingový kanál“ anebo „distribuční kanál“. Ať je název jakýkoliv, řetězec, kanál, případně celá síť nabízí pohled na to, jak a kde může být vytvářena hodnota. Určitý vhlad jsme již získali při vymezení schopností a kompetencí dodavatele při tvorbě hodnoty. Brehmer a Johansson uvádí, že hodnota, která vzniká v kanálu (řetězci/síti), je tvořena jednak prostřednictvím realizace služeb (dodáváním, tříděním, zajištěním pohodlí, vytvářením sortimentu apod. a toky (fyzického vlastnictví, propagace, komunikace, financování, placení, objednávání atd.). Členové kanálu disponují různými zdroji a schopnostmi, tudíž i výsledná hodnota je různá. Podle Portera (citováno v Brehmer a Johansson) může být hodnota vytvářena zejména diferenciací - tedy odlišením se – a to v kterémkoliv kroku/aktivitě hodnototvorného řetězce, které pomáhají snížit náklady anebo zvýšit přínosy, jak již bylo

¹³⁰ JAYARAMAN, V., LUO, Y. Creating Competitive Advantages through New Value Creation: a Reverse Logistics Perspective. *Perspectives- academy of management*. Academy Of Management, 2007, roč. 21, číslo 2, str. 56-73.

¹³¹ MÖLLER, K.E.K, TÖRRÖNEN, P. *Business Supplier's Value Creation Potential: a Conceptual Analysis*.

¹³² v originále „production“ a „creation“. Pozn. autoři.

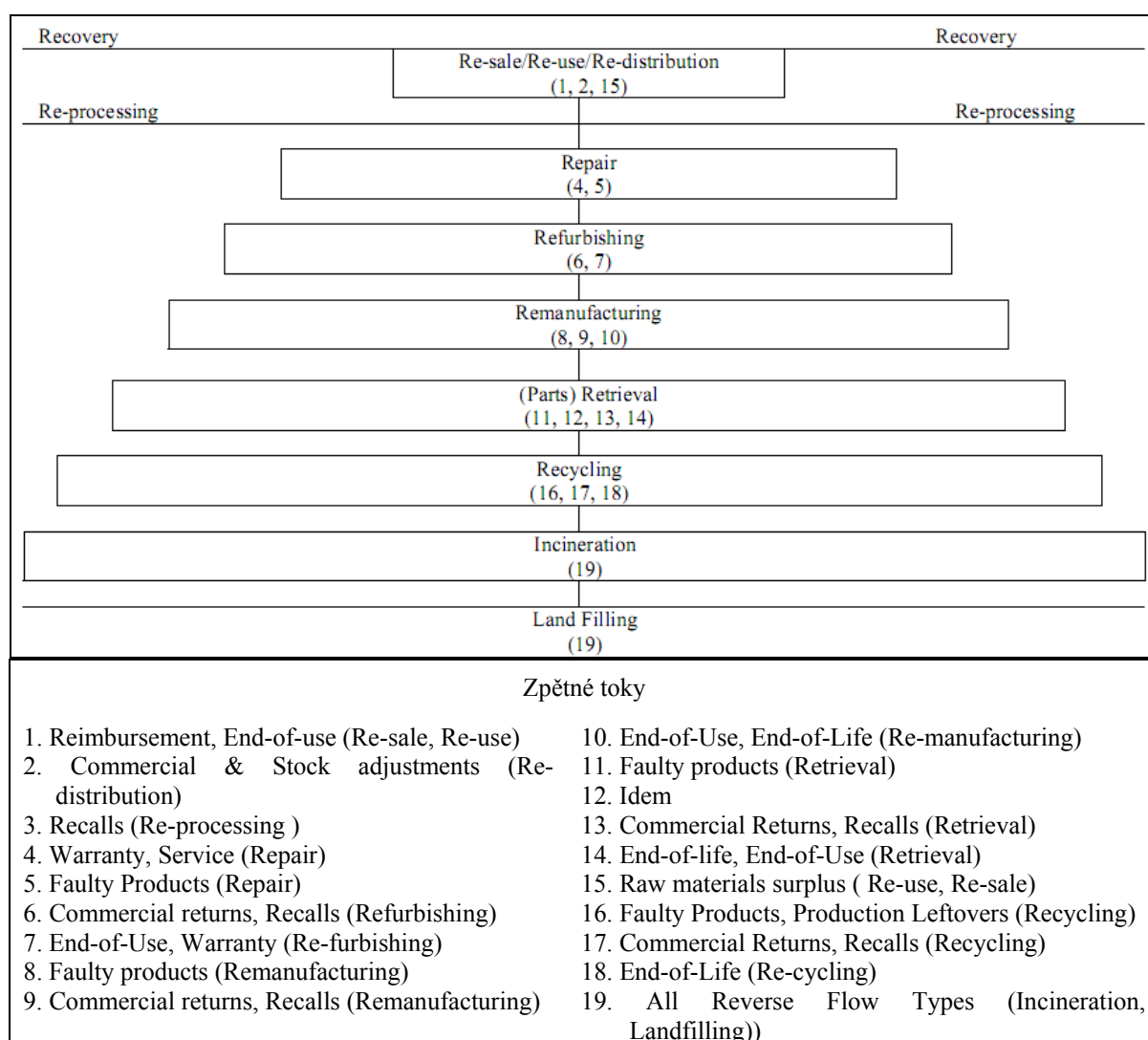
¹³³ FÖRSTRÖM, B. *Value Co-Creation in Industrial Buyer-Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies*, 2005.

¹³⁴ HIRVONEN, P, SALLINEN, S., SEPPÄNEN, V., ALAJOUTSIJÄRVI, K. a *Conceptual Tool for Joint Value Creation in Business Relationships: a Case from the Software Industry*.

uvedeno výše. Zdroje diferenciacie a tedy i tvorby hodnoty jsou: volba aktivit a způsobu jejich realizace, spojující články s ostatními partnery, časový aspekt aktivit, lokalizace, sdílení aktivit, učení se, integrace, rozsah a institucionální faktory¹³⁵.

De Brito a Dekker navrhli tzv. pyramidu volby opětovného získávání hodnoty v dodavatelském řetězci (Supply Chain – dále SC), kterou tvoří aktivity zpětných toků (viz Obrázek č. 4). Aktivity, které jsou na vrcholu pyramidy, přináší vyšší hodnotu, naopak, aktivity ve spodní části nízkou, resp. až žádnou hodnotu. Záleží ovšem na tom, pro koho je hodnota vytvářena. Rozhodli jsme se ponechat původní anglickou verzi textu vzhledem k možnostem ne zcela korektního překladu termínů, přestože již některé z nich v textu přeloženy byly. Pyramidu doplňuje seznam aktivit – čísla jsou součástí pyramidy. Také tento seznam je ponechán v originálním jazyce zdroje.

Obrázek č. 1: Pyramida volby opětovného získávání hodnoty v SC



Zdroj: DeBrito, M. Dekker, 2004

¹³⁵ BREHMER, P.O., JOHANSSON, A. *B2B marketplaces – strategic value for whom?*

ZÁVĚR

Zpětné toky se ve stále větší míře stávají součástí života podniků – dobrovolně, ale i z donucení. Jejich efektivní řízení může vést k získání konkurenční výhody na trhu. Ač je anebo není konkurenční výhoda dosažena, zpětné toky jsou zdrojem různé hodnoty, která je ne vždy podniky rozpoznána a tudíž její získávání a tvorba nemůže být ani adekvátně řízena. Téma specifického výzkumu představuje pro řešitele velkou výzvu – mimo jiné i proto, že v České republice mu není věnována dostatečná pozornost. Autoři příspěvku mají před sebou – kromě empirického šetření – také zpracovat další poznatky týkající se problematiky managementu tvorby hodnoty ve zpětných tocích, jejichž šetření bude taktéž součástí empirické části výzkumných prací.

Seznam použité literatury

- [12] De BRITO, M. P., DEKKER, R. *Reverse logistics – a framework*. Econometric Institute Report EI 2002-38. 2002
- [13] De BRITO, M. P., DEKKER, R. *a framework for reverse logistics*. Econometric Institute Report EI 2003-045. ERIM Report Series Research in Management. Erasmus Universteit Rotterdam, 2003.
- [14] De BRITO, M.P., DEKKER, R., FLAPPER, S.D.P. *Reverse Logistics — a Review of Case Studies*. *ERIM Report Series Research in Management ERS-2003-012-LIS*. Working paper of Erasmus University, Rotterdam. 2004.
- [15] MOLLENKOPF, D. A., CLOSS, D.J. The hidden value in reverse logistics. *Supply Chain Management Review*. 7/8 2005.
- [16] BROEKHUIZEN, T. *Understanding Channel Purchase Intentions. Measuring Online and Offline Shopping Value Perceptions*. Ridderskerk: Labyrinth Publications, 2006. ISBN 90-5335-081.
- [17] BUTTLE, F. *Customer Relationship Management*. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann, 2004. ISBN 0-7506-5502 X.
- [18] DONALDSON, B., O'TOOLE, T. *Strategic Market Relationships – from strategy to implementation*. Chichester: John Wiley&Sons, 2002. ISBN 0-471-49443-7.
- [19] FÖRSTRÖM, B. *Value Co-Creation in Industrial Buyer-Seller Partnerships – Creating and Exploiting Interdependencies. An Empirical Case Study*. Doctoral Thesis. 2005. Dostupné z: <http://www.impgroup.org>
- [20] GONÇALVES-DIAS, S. L. F., SOUZA, P. F. A., SANTOS, M. C. L. *Reflections on design, sustainability and reverse logistics: PET packaging recycling in Brazil*. 1st International Design Management Symposium – Design to Business, held in Shanghai, March 2006.
- [21] HIRVONEN, P, SALLINEN, S., SEPPÄNEN, V., ALAJOUTSIJÄRVI, K. *a Conceptual Tool for Joint Value Creation in Business Relationships: a Case from the Software Industry*. 16th Annual Conference, 2000, Bath, U.K.
- [22] HURKENS, K., WYNSTRA, F. *The concept „Total Value of Ownership“: a case study approach*. Erasmus University of Rotterdam, 2004.

- [23] JAYARAMAN, V., LUO, Y. Creating Competitive Advantages through New Value Creation: a Reverse Logistics Perspective. *Perspectives - academy of management*. Academy Of Management, 2007, roč. 21, číslo 2, str. 56-73.
- [24] KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-2470016-6.
- [25] LI, F. *a cost-benefit analysis of reverse logistics for a UK home appliance manufacturer*. Thesis. Cranfield Center for Logistics And Supply Chain Management. Cranfield University. 2007.
- [26] MENTZER, J.T. et al. Defining Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*. 2/2001
- [27] MÖLLER, K.E.K, TÖRRÖNEN, P. Business Supplier's Value Creation Potential: a Conceptual Analysis. *Industrial Marketing Management*, 32, 109-118.
- [28] RAVALD, A., GRÖNROOS, CH. The value concept and relationship marketing. *European Journal of Marketing*. Roč. 30. 2/1996. s. 19-30.
- [29] ROGERS, D.S., TIBBEN – LEMBKE, D.S. *Going backwards: Reverse logistics trends and practices*. Reverse Logistics Executive Council, 1998.
- [30] VLČEK, R. *Hodnota pro zákazníka*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-068-6.
- [31] WOODRUFF, E.B. Customer value: The next source of competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2/ 1997. s. 139-153.
- [32] WOODALL, T. Conceptualising Value for the Customer. An Attributional, Structural and Dispositional Analysis. *Academy of Marketing Science*, svazek neuveden, č. neuvedeno, 2003.

Kontaktní adresa
 Ing. Alena Klapalová, Ph.D.
 Katedra podnikového hospodářství
 Ekonomicko-správní fakulta
 Masarykova univerzita
 Lipová 41a
 602 00 Brno
 albra@seznam.cz

Teoretické přístupy manažerských kompetencí v oblasti zdravotnictví;

Theoretical approaches to the managerial competencies in the health care

Tomáš Kotrba

Abstrakt

Článek se zabývá přístupy renomovaných zahraničních autorů k problematice manažerských kompetencí u zdravotních sester na řídicích pozicích ve veřejných nemocnicích. Citovány byly odborné teoretické příspěvky z mezinárodních impactovaných časopisů. Jednotlivé přístupy byly autorem analyzovány a porovnávány. Na závěr článku jsou uvedeny praktická doporučení, která se dají aplikovat v podmínkách nemocnic v České republice.

Summary

The paper deals with the approaches of the reputable foreign authors to the problems of the managerial competencies by nurses on the managerial position in the public hospitals. There were cited expert theoretical papers from the international journals with the impact factors. Author analyzed and compared each approaches. There were published practical recommendations in the end of this paper that it can apply in the conditions of the Czech hospitals.

Klíčová slova

Manažerské kompetence, zdravotnictví, zdravotní sestra, komparace.

Keywords

Managerial competence, health care, nurse, comparison.

Úvod

Autor se manažerskými kompetencemi zabývá již několik let. Za tuto dobu byla zpracována oblast legislativy zabývající se zdravotnictvím, se zaměřením na definici a vymezení kompetence zdravotnického personálu. Dále se autor věnoval oblasti školství, popsal připravenost absolventů středních, vyšších zdravotnických škol v České republice a vysokých škol z hlediska nároků na řídicí pozice v nemocnici.

V uplynulém období byl proveden rozsáhlý výzkum formou dotazníkového šetření v nemocnicích ve Znojmě, v Třebíči a v Brně týkající se manažerských kompetencí vrchních a staničních zdravotních sester. Výsledky celkově 1 166 respondentů byly statisticky zpracovány a analyzovány. Materiál byl zpracován do formy vědeckých článků, které byly zaslány do českých recenzovaných vědeckých časopisů. Celkové výsledky tohoto výzkumu se stanou základem disertační práce autora. Předkládaný text tohoto příspěvku slouží jako teoretický základ disertační práce, která bude založena na dosavadním samostatném výzkumu autora.

Cíl a použité metody

Cílem článku je citovat renomované zahraniční autory, analyzovat jejich příspěvky a vystihnout jejich podstatu. v práci byla použita metoda analýzy a komparace. Zahraniční vědecké články byly staženy v rámci zahraniční studijní doktorské stáže v Turecku na University of Uludag, kde měl autor přístup do elektronických databází odborných vědeckých časopisů. Byly využity databáze: JSTOR, Blackwell, Oxford University Press a Economic searcher.

Výsledky a diskuse

Kompetence jsou dle Spencra a Spencra (1993) charakteristiky jednotlivce, které se vztahují k efektivní výkonnosti jeho povolání. Jejich pochopení dokáže předpovědět chování jednotlivce v různých situacích a při plnění různých pracovních úkolů. Patří sem především:

- Motivace
- Vlastnosti a charakter jednotlivce
- Vlastní pojetí (pohled sám na sebe, hodnoty, image osobnosti)
- Znalosti
- Dovednosti

Boyatzis (1982) uvádí, že popis pracovní pozice je obvykle popsán seznamem odpovědností, činností, rozhodnutí a výstupů, které pracovník v dané pozici vykonává. Všichni zaměstnanci v organizaci mohou být klasifikováni jako manažeři nebo individuální přispívatelé k funkcím nebo poptávanému pracovnímu výstupu. Honosit se pojmenováním „manažer“ nemusí znamenat, že člověk je manažer. Pracovník v manažerské pozici výkonem svého povolání přispívá k dosažení cílů organizace prostřednictvím plánování, koordinace, kontrolou, rozhodováním o investicích a využitím lidských zdrojů ve společnosti. Manažerská práce může záviset na výstupu.

Využití kompetencí v případě zdravotních sester je velice kontroverzní. Autoři se ve svém příspěvku zabývají definicí kompetenčních konceptů vztahujících se k praxi zdravotních sester. Tato práce vyžaduje komplexní kombinaci znalostí, přístupů. v ošetrovatelství existuje dichotomie mezi zdravotnickými kompetencemi a úkoly chování. Psychologický koncept je nadbytečný a definice čerpající z holistických konceptů je užitečná a použitelná. Výzkum je potřebný k rozvoji kompetenčních standardů a nástrojů jejich měření, jak uvádí Cowan a Norman (2007).

Kramer (1970) se ve svém příspěvku zabývá kompetencemi zdravotní sestry z hlediska bakalářského stupně univerzitního vzdělávání. Navrhuje zde možná řešení v podobě seminářů a větší spolupráci s nemocniční praxí, která je u studentů nedostatečná.

Benner (1982) píše, že být kompetentní znamená, že si sestra dokáže stanovit dlouhodobé cíle a plány. Taková sestra je sebevědomá, promyšleně plánuje, aby dosáhla své cíle a byla v práci efektivní. Přínosem jsou rovněž různé rozhodovací hry a simulace. Pro nadřízené jsou takové sestry ideální. Theis a Harrington (1968) uvádí, že pro efektivní výkon zdravotnického povolání jsou kritický tři faktory: komunikace, přidělení úkolů a postoje a přístup zdravotních sester. Zdravotní sestra, která pracuje na vysoké profesionální úrovni by měla být soucitná a citlivá vůči svým pacientům, dále má dobré odborné znalosti a dovednosti, jak uvádí ve svém příspěvku Henderson (1990). Wood (1973) ve své práci navrhla pětistupňový program pro americké zdravotní sestry. Návrh se týká vzdělávání, nezbytnými dovednostmi, tréninkem a úrovní vzdělání pro jednotlivé stupně.

Boyatzis rozděluje kompetence do jednotlivých skupin dle podobnosti. Ve své práci rozdělil Boyatzis (1982) kompetence na:

- Kompetence pro tvorbu cílů a manažerské jednání
 - o Efektivní orientace
 - o Proaktivita
 - o Rozpoznání užívání různých způsobů, návrhů
 - o Zájem o dopad, důsledky

- Vůdčovské kompetence
 - o Důvěra sám v sebe
 - o Prezentační dovednosti
 - o Logické myšlení
 - o Tvorba konceptů
- Kompetence z hlediska řízení lidských zdrojů
 - o Používání společenské moci, postavení
 - o Pozitivní myšlení, přístup
 - o Řízení skupinových procesů
 - o Správné sebe ocenění
- Kompetence nezbytné k vedení podřízených
 - o Rozvíjení druhých
 - o Používání jednostranné síly
 - o Přirozenost, spontánnost
- Ostatní kompetence
 - o Sebekontrola
 - o Objektivní vnímání
 - o Vytrvalost a přizpůsobivost
 - o Zájem o blízké vztahy
- Specifické znalosti
 - o Prahové kompetence
 - o Důležité znalosti nebo jejich využití
 - o Zaměření na funkci, produkt a technologii
 - o Rozeznávací schopnost versus užitečnost
 - o Paměť

U kompetencí se snaží Boyatzis (1982) navrhnout a vědecky podložit úroveň jednotlivých kompetencí u různých úrovní řízení základního, středního a vrcholového managementu. Další hledisko představuje sektor, ve kterém se daný manažer nachází (veřejná správa, soukromý sektor). a dále přihlíží k funkční oblasti – marketing, výroba a personální oblast.

Kompetenční program, který byl dle Georgopoulose a Christmana (1970) určen pro zdravotní sestry se zaměřoval pouze na technické dovednosti. Autoři proto navrhli vlastní studii, ve které vytvořili model specializace zdravotních sester a jejich role.

Osobní kompetence dle Anny (1956) lze rozdělit dle svého obsahu na:

1. Jasně a přijatelné.
2. Přijatelné pro lidi bez předsudků.
3. Získání vlastního uspokojení prostřednictvím rozvoje druhých.
4. Stimulování ostatních ke konstruktivním akcím.
5. Ocenění příspěvku profesionálních skupin, dobrovolníků, veřejnosti vzhledem k práci zdravotníků.
6. Přizpůsobení situace realitě.
7. Ocenění vlastní práce a přijetí podpory od druhých.
8. Přijmutí odpovědnosti v profesních a občanských organizacích.

Kompetence zdravotní sestry dle Anny (1956) ve veřejné nemocnici se dají rozdělit:

1. z hlediska nadřízených:

- a) Minimálně dva roky praxe ve veřejné nemocnici, z toho nejméně rok na všeobecné úrovni (projít si více odděleními, zkusit rozličnou práci).
- b) Nadřízené začínajících sester na praxi (žákyně) by měly mít nejméně dva roky praxe ve veřejné nemocnici zahrnující zkušeností se školní praxí se specializací nebo všeobecným zaměřením.

2. Pro konzultanta:

- a) Konzultant na všeobecné úrovni musí mít mnohem více zkušeností, než které jsou vyžadovány na nadřízené a to 4 roky praxe ve veřejné nemocnici, z toho jeden rok minimálně jako nadřízený.
- b) Konzultant specialista musí mít také 4 roky praxe buď ve veřejné nemocnici, nebo ve specializované oblasti zdravotní péče. Dále by měl mít minimálně rok praxi v dané specializaci, které se bude profesně dále jako konzultant věnovat.

3. Pro náměstkka pečovatelské péče:

- a) Náměstek musí mít minimálně 5 let praxe v oblasti zdravotnictví, z toho 3 roky práce jako nadřízený zdravotních sester (kontrolor) nebo konzultant.
- b) Dále musí mít více pracovních zkušeností.

Gillan a Tibbitts (1952) zaměřily svůj výzkum na náplň práce hlavní sestry. v článku je předložena studie zabývající se kompetencemi hlavní sestry. Ve studii byly klasifikovány stěžejní aktivity vrchní sestry které lze shrnout do těchto bodů:

1. Mnoho vrchních sester stráví hodně času monitoringem, kontrolováním, písemným zadáváním úkolů pro své podřízené. Dle výzkumu průměrně od 1 hodinu a 12 minut do 21/2 hodin denně.
2. Velice málo času věnují vrchní sestry dennímu plánování (v průměru 3 minuty denně).
3. Velice málo času je věnováno dohlížení na kvalitu zdravotní péče pacientů (od 21 minut do 4 hodiny denně).
4. Rozvoji vlastní osobnosti je věnováno v průměru 8 minut denně.

Na základě definování jednotlivých kompetencí pro každou pracovní pozici a přidělení důležitosti (váhy) vznikají tzv. kompetenční modely. Kompetenční model představuje ideální stav pracovníka (jak by měl pracovat, úrovně výkonnosti), efektivní zvládání pracovních úkolů a jeho pozice v organizaci. Dle Spencra a Spencra (1993) se kompetenční model vytváří na základě tohoto procesu:

- **Expertní panel** zahrnuje identifikace pracovní pozice, měřitelné pracovní výsledky, odpovědnost zaměstnance. Tato fáze probíhá na základě analýzy vnitropodnikových dokumentů, brainstormingem a pomocí expertního dotazníkového šetření.
- **Pozorování reálného chování** je doplněno rovněž případnými řízenými rozhovory se sledovanými jednotlivci.
- **Analýza zjištěných dat a jejich porovnávání.**
- **Validace** neboli ověření platnosti zjištěných výsledků.

Dle Rossiho, Heinonena a Heikkinena (2000) v příštích 5 až 10 let naroste význam zdravotnictví. Vývoj bude pomalý, ale změny se odrazí ve společnosti, pracovním a životě. Práce v oblasti zdravotnictvím bude vyžadovat rozmanité kompetence, flexibilní přístup a dobré mezilidské dovednosti. Navíc v mnoha zemích jsou kladeny velké požadavky na efektivní práci zdravotních sester.

Závěr

Manažerské kompetence lze dělit z různých pohledů a existuje mnoho pojetí a odborných definic. v mnoha odborných vědeckých příspěvků je věnována pozornost kompetencím, které se vztahují ke specializaci dané profese, v tomto případě k odborné medicínské specializace zdravotní sestry. To se samozřejmě odvíjí od oddělení, ve kterém pracuje. Manažerským kompetencím zdravotních sester, které pracují v řídicích pozicích se již tolik pozornosti nevěnuje. Je to dáno také rozdílnými definicemi a pracovním rozdělením zaměstnanců v nemocnicích ve světě. Zahraniční autoři se navíc věnují problematice kompetencí, která je zaměřená pro oblast nemocnic v zahraničí. Podmínky amerického, anglického, finského případně dalšího zahraničního systému zdravotnictví se však velice liší a proto nelze v České republice tyto modely aplikovat. Je nutné jejich přizpůsobení.

Manažerské kompetenční modely jsou navíc v odborné literatuře často definovány a vytvořeny pro oblast komerční sféry (prodejce, marketingový ředitel, personální ředitel, ředitel výroby...), méně často pro nekomerční, veřejnou sféru. v případě veřejných nemocnic jsou tedy nutné určité úpravy a přizpůsobení těchto modelů konkrétním podmínkám nemocniční praxe v České republice. Komerční modely však mohou sloužit jako východisko.

Seznam použité literatury

ANA (Autor). ANA Statements of Functions, Standards, and Qualifications, *The American Journal of Nursing* Vol. 56, No. 10, pp. 1305-1309 [on-line]. poslední revize 1956 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3461171>>.

BENNER, P. (Autor). From Novice to Expert, *The American Journal of Nursing* Vol. 82, No. 3, pp. 402-407 [on-line]. poslední revize 1982 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3462928>>.

BOYATZIS, E., R. *The competent manager a Model for Effective Performance*. 1.title. New York: John Wiley & Sons, Inc. 1982. 308p. ISBN 0-471-09031-X.

COWAN, T., D. – NORMAN, I. (Autor). *Competence in nursing practice: a controversial concept – a focused review of literature* [on-line]. poslední revize 1. 2. 2007 [cit.2008-03-08]. Dostupné z: < http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6W9C-4MYD4N7-2&_user=613182&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&view=c&_acct=C000031978&_version=1&_urlVersion=0&_userid=613182&md5=ad1a102dae342fab573458bfda4242b0>.

GEORGOPOULOS, S., B. – CHRISTMAN, L. (Autor). The Clinical Nurse Specialist: a Role Model, *The American Journal of Nursing* Vol. 70, No. 5, pp. 1030-1039 [on-line]. poslední revize 1970 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3421356>>.

GILLAN, I. R. – TIBBITTS, G. H. (Autor). Whose Job Is the Head Nurse Doing? *The American Journal of Nursing* Vol. 52, No. 3, pp. 298-301 [on-line]. poslední revize 1952 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3468591>>.

HENDERSON, V. (Autor). Excellence in Nursing, *The American Journal of Nursing* Vol. 90, No. 4, pp. 76-77 [on-line]. poslední revize 1990 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3426192>>.

KRAMER, M. (Autor). Credit for Competency, *The American Journal of Nursing* Vol. 70, No. 4, pp. 793-798 [on-line]. poslední revize 1970 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3420939>>.

ROSSI, K. – HEINONEN, K. – HEIKKINEN, R., M. (Autor) Factors affecting the work of an occupational health nurse, *Occupational Medicine* Vol. 50, No. 5, pp. 369-372, 2000. poslední revize 2000.

SPENCER, L. M. – SPENCER, M. S. *Competence at work: models for superior performance*. 2.title. New York: John Wiley & Sons, Inc. 1993. 372p. ISBN 0-471-54809-X.

THEIS, CH. – HARRINGTON, H. (Autor). Three Factors That Affect Practice: Communications, Assignments, Attitudes, *The American Journal of Nursing* Vol. 68, No. 7, pp. 1478-1482 [on-line]. poslední revize 1968 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3420895>>.

WOOD, L. (Autor). a Career Plan for Nursing, *The American Journal of Nursing* Vol. 73, No. 5, pp. 832-835 [on-line]. poslední revize 1973 [cit.2008-04-16]. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/3422820>>.

Reference autora

KOTRBA, T. Klasifikace a komparace prahových kompetencí. *In MendelNet 2006*. Sekce 5: Management. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně: Brno, 2006, ISBN 80-86851-62-1.

ZRŮST, J. – KOTRBA, T. Modelování manažerských kompetencí. *In Sborník z mezinárodní vědecké konference Firma a Konkurenční Prostředí 2007*. Sekce 3: Management v novém prostředí. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně: Brno, 2007, str. 202-205, ISBN 978-80-86633-85-5.

KOTRBA, T. – RAK, M. Analýza faktorů příčin mzdové disparity. *In sborník prací z mezinárodní vědecké konference Agrární perspektivy XVI*. Sekce: Management a marketing. Česká zemědělská univerzita v Praze: Praha, 2007, str. 1447-1457, ISBN 978-80-213-1675-1.

KOTRBA, T. Manažerské kompetence zdravotnického personálu. *In sborník prací z 2. mezinárodní vědecké konference Nové trendy – nové nápady 2007*. Sekce: Marketing, management. Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo: Znojmo, 2007, str. 32-39 ISBN 978-80-903914-1-3.

KOTRBA, T. Analýza odvětví zdravotnictví. *In MendelNet 2007*. Sekce: Management. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně: Brno, 2007, str. 695-705, ISBN 978-80-903966-6-1.

KOTRBA, T. – RAK, M. Specifika řízení kariéry ve veřejném sektoru. *In Mezinárodní Bařova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2008*. Sekce: Management. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně: Zlín, 2008. str. 229-227, ISBN 978-80-7318-664-7.

KOTRBA, T. Management na lékařských fakultách a odborných zdravotnických školách. *In Sborník z mezinárodní vědecké konference Firma a konkurenční prostředí 2008*. 2. část, Sekce 3: Management v novém prostředí. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně: Brno, 2008, str. 53-59, ISBN 978-80-7392-021-0.

Kontaktní adresa

Tomáš Kotrba, Ing. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Ústav managementu, budova Q, Zemědělská 1, Brno, 613 00, telefon: +420 545 132 524, e-mail: xkotrba@mendelu.cz

Vybrané aspekty dostupnosti zdravotní péče pro seniory v kontextu spoluúčasti

Selected aspects of health care accessibility for pensioners in cost sharing context

Veronika Krůtilová, Martin Křivánek

Anotace

Příspěvek se zabývá otázkou ekonomické redefinice balíčku služeb hrazených ze zdravotního pojištění a legalizací poskytování nadstandardních zdravotních služeb. Cílem příspěvku je zhodnocení finanční dostupnosti nabízených nadstandardních služeb pro vybranou skupinu obyvatel – seniory na základě rozboru jejich příjmů a výdajů podle statistiky rodinných účtů. Je konstruován jednoduchý model, který je rozebrán na základě vstupních předpokladů po stránce možných výsledků podle nastavených parametrů. Výsledek příspěvku je především v závěrečné syntetizující diskusi, která hodnotí modelové výsledky v souvislosti s předpoklady a odhady vývoje vstupních parametrů. Závěry jsou v rovině alternativních výsledků v závislosti na parametrech předpokládaného a možného budoucího vývoje.

Klíčová slova

Spoluúčast, nadstandardní zdravotní služby, dostupnost zdravotní péče, seniory.

Summary

The paper deals with the question of economic redefinition of health services packet that are funded from health insurance and above standard health services legalization. The goal of the paper is to evaluate the financial accessibility of offered above standard services for a selected group – pensioners. The evaluation is based on the data derived from the family account statistic. There is constructed a simple model which is analyzed on the background of preliminary assumptions in accordance to adjusted parameters. Conclusions represent alternative results in relation to the parameters of assumed and potential future development.

Key words

Cost sharing, above standard health services, health care accessibility, pensioners.

Úvod

Při dnešním rychle se vyvíjejícím technologickém pokroku a medicínském výzkumu se neustále zvyšuje nabídka zdravotních služeb, která ale zároveň představuje zátěž pro veřejné zdroje ve zdravotnickém systému. Proto se lze často setkat se zaváděním nějaké formy spoluúčasti pacientů – tedy podílu na úhradě nákladů služby ze soukromých zdrojů. Zavedením spoluúčasti do systému může být sledována řada různých cílů, my se zde ale budeme zabývat pouze jedním z nich, a sice spoluúčastí jako nástrojem, který má pacientům umožnit získání ekonomicky náročnějších služeb. v současnosti si již pacienti mohou běžně některé služby připlatit, resp. zaplatit, ale stále existuje okruh služeb, u kterých není možné si oficiálně připlatit její nadstandardní „kvalitnější“ variantu. Proto současná vláda navrhuje vytvoření legálního prostoru pro tzv. nadstandard. Otázkou zůstává, jaké budou ceny těchto nadstandardních služeb a zda si je budou moci skutečně dovolit připlatit všechny skupiny obyvatelstva. v našem příspěvku se proto zabýváme zhodnocením ekonomické dostupnosti nadstandardních zdravotních služeb pro skupinu seniorů. Senioři, nebo-li obecně definovaná věková skupina obyvatel 65+ je ve zdravotním (i jiných systémech) systému marginalizovanou skupinou obyvatel, což lze sledovat na základě několika charakterizujících tendencí. První z nich je biologicky podmíněná, vlivem stárnutí dochází k nárůstu potřeby zdravotní péče a důsledkem bývá postupně rostoucí čerpání zdravotní péče. Druhou

významnou charakteristikou jsou omezené možnosti získání dodatečných příjmů související s ukončením ekonomicky aktivního života.

Cílem tohoto příspěvku je zhodnotit finanční dostupnost nadstandardních zdravotních služeb pro seniory. Vzhledem k tomu, že parametry uvažovaného nadstandardu nejsou dosud v konkrétních konturách, využili jsme metody vlastního expertního odhadu. Následně se pomocí zkonstruovaného modelu snažíme zhodnotit současnou a budoucí dostupnost nadstandardů.

Úhrada zdravotních služeb z veřejného zdravotního pojištění

V současné době existuje relativně pestrá nabídka zdravotních služeb pro pacienty, ovšem ne všechny nabízené služby jsou hrazené z veřejného zdravotního pojištění. Rozsah hrazených služeb uvádí zákon č. 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů. Jedná se o zdravotní služby, které jsou poskytovány s cílem zachovat nebo zlepšit zdravotní stav. v příloze č. 1 a č. 4 tohoto zákona jsou vyjmenovány zdravotní výkony, které nejsou hrazené ze zdravotního pojištění nebo jsou hrazeny pouze částečně, ať už z toho důvodu, že plně neodpovídají definici hrazených služeb, nebo na jejich úhradě ze zdravotního pojištění neexistuje obecná shoda. Prakticky to pro pojištěnce znamená, že pokud má zájem o takovou zdravotní službu, na kterou se sice vztahuje definice hrazených služeb ze zákona, ale nevztahuje se na ni úhrada z veřejného pojištění z důvodu větší ekonomické náročnosti, musí si sám zaplatit celou částku za službu. Nelze konstatovat, že je spravedlivé, aby nebylo umožněno osobám, které přispívají na veřejné zdravotní pojištění, připlatit si za lepší službu a přitom mít nárok na její základní úhradu z veřejného pojištění jako ostatní pojištěnci. i přestože v některých oblastech je plná úhrada kvalitnějších služeb dnes zcela běžná a oficiální (např. stomatology), v jiných oblastech se otvírá prostor pro korupci a různé neformální platby či sponzorské dary, které zpravidla umožní získání kvalitnější služby neoficiální cestou (často zmiňovaná endoprotéza kyčelního kloubu) i za cenu, že si ji pojištěnec uhradí celou sám.

Současný stav a srovnání se zahraničím

V řadě zemí existuje možnost, jak si oficiálně připlatit za zdravotní služby (které nepatří do základního balíku plně hrazených služeb), ať již formou přímé úhrady nebo volbou soukromého pojistného plánu. Například v Belgii a Francii si pacienti běžně připlácí (doplácí) na řadu ambulantních služeb¹³⁶, v Nizozemsku kryje zdravotní pojištění akutní a běžnou péči, na zbývající služby se pacienti mohou připojistit, taktéž v Rakousku si mohou pacienti připlatit (připojistit) za komfortnější ubytování ve zdravotnickém zařízení, stejně tak jako za některé terapeutické pomůcky, apod.¹³⁷. Rovněž Ministerstvo zdravotnictví ČR přichází s návrhy na změny v zákoně o veřejném zdravotním pojištění. Nový zákon by měl přesně definovat rozsah služeb, které budou hrazené z veřejného zdravotního pojištění a zároveň stanovit podmínky, za kterých bude možné si oficiálně připlatit za služby, které jsou pouze v základní variantě hrazeny z veřejného zdravotního pojištění. Úhrada pacienta za nadstandard pak bude představovat rozdíl mezi cenou nadstandardní služby a cenou základní varianty služby.¹³⁸

¹³⁶ Hroboň, P., Macháček, T., Julínek, T.: Reforma zdravotnictví pro Českou republiku v Evropě 21. století, 2005.

¹³⁷ WHO: Health systems in transition, Austria, 2006.

¹³⁸ blíže Věcný záměr zákona o veřejném zdravotním pojištění.

Dostupnost nadstandardních služeb

V českých podmínkách nejsou přesně zažité pojmy, které označují formy úhrady realizované pacienty za různé zdravotní služby, jako je tomu v anglické terminologii. Podle terminologie Světové zdravotnické organizace¹³⁹ jsou nejobecnějším pojmem přímé platby pacientů¹⁴⁰, které lze definovat jako veškeré příspěvky pacientů k úhradě nákladů zdravotní péče v okamžiku jejího čerpání. Tyto platby jsou dále rozčleněny na 3 základní formy:

- Přímá úhrada – platby za statky a služby, které nejsou kryty žádnou jinou formou předplacení nebo pojištěním (statky a služby získané v čistě soukromých transakcích),
- spoluúčast/uživatelské (regulační) poplatky – platba pouze určité části nákladů za obdrženou péči,
- neformální platby – platby, které neplynou z oficiálních forem úhrady.

V současné době bychom platby za nadstandardní služby zahrnuly spíše mezi první (např. stomatology) a třetí typ přímých plateb pacientů (již zmiňovaná endoprotéza kyčelního kloubu při použití nadstandardních materiálů), avšak při umožnění oficiálního připlacení si, se jedná o druhý typ, tedy spoluúčast pacientů jako takovou.

Pokud vezmeme v úvahu pouze samotný trh nadstandardních zdravotních služeb, lze jej označit za typicky tržní. v tomto případě reprezentují stranu nabídky výrobci nadstandardních materiálů, kteří jsou ochotni nabídnout takové množství služeb a při takové ceně, která pokryje náklady služby a realizuje jim zisk. Na straně poptávky stojí pacient, který je ochoten a schopen nakoupit takové množství služeb při dané ceně v rámci jeho rozpočtového omezení.¹⁴¹ Vycházíme z toho, že v současné době si pacient musí nadstandardní službu zaplatit v plné výši a po realizaci reformy pouze částku přesahující hodnotu úhrady služby z veřejného zdravotního pojištění. Tím dojde z pohledu jednotlivce k poklesu ceny, ceteris paribus se zvýší poptávaného množství nadstandardních materiálů. Jelikož ale nepředpokládáme změnu prodejní ceny, otevře se tak potenciálně prostor pro nové výrobce (dodavatele), aby uspokojili větší poptávané množství.

Model

V našem příspěvku se snažíme na základě dat ze statistiky rodinných účtů za vybraný rok 2007 ukázat, jaké možnosti dosažení na lepší péči by měly kvintilové příjmové skupiny seniorů¹⁴², pokud by byl zaveden nadstandard zdravotních služeb, oproti stávajícímu stavu. Snažíme se ukázat, zda a jak by se zvýšila dostupnost vybraných služeb. Model předpokládá, že neexistují neformální platby. Je tomu tak na základě úvahy, kdy předpokládáme, že pro seniora je cena neformální platby (zahrnující skrytou úhradu nadstandardu) diskriminační, proto ji neuhradí¹⁴³. v tom je možné spatřovat rozdíl mezi ekonomicky neaktivními jedinci (seniory) a ekonomicky aktivními jedinci, kteří mají jiné finanční možnosti a jejich rozpočtové limity jim mnohdy mohou dovolit realokaci výdajů tak, že jsou schopni zdravotnickou službu zaplatit celou. Dalším předpokladem je preference hodnoty zdraví. Tato preference se projevuje v určité míře redistribuce výdajového koše ve prospěch výdajů na zdraví, pokud je to nutné. Proto předpokládáme, že je-li senior postaven před volbu výdajů

¹³⁹ Thomson, S. Mossialos, E.: What are the equity, efficiency, cost containment and choice implications of private health-care funding in western Europe?

¹⁴⁰ z anglického out-of-pocket payments

¹⁴¹ zdravotnické zařízení je považováno pouze za „montážní firmu“, které se volba materiálu netýká, neboť příslušné zařízení si pak již samotný výkon vyúčtuje se zdravotní pojišťovnou

¹⁴² ekonomicky neaktivní

¹⁴³ abstrahujeme od kvantifikace klasického chování jedinců spočívajícím v podání drobné úplaty lékaři v podobě peněžní nebo naturální platby, tolik obvyklé v českých poměrech

(zvláště neklasifikovaných jako spotřební¹⁴⁴) a zvláštním výdajem na zdraví, pak bude preferovat výdaj související se zdravím a výdaj nepreferovaný odsune do jiného období. Poměrně stabilní složkou s nejvyšším zastoupením v položce zdraví jsou léčiva a zdravotnické prostředky. Jelikož nadstandard v oblasti léčiv (tvořící patrně většinu) již podle naší definice existuje, nebudeme se tímto v našem modelu zabývat. Vzhledem k tomu, že náš přístup porovnává pouze diferenciální část, tedy rozdíly v cenách materiálů, nemá regulační poplatek¹⁴⁵ v našem modelu význam. Abstrahujeme také od neformálních plateb za služby a péči, neboť dle našeho názoru jde do jisté míry o autonomní složku, kterou nepovažujeme u skupiny seniorů za významnou vzhledem ke změně systému plateb za nadstandardy.

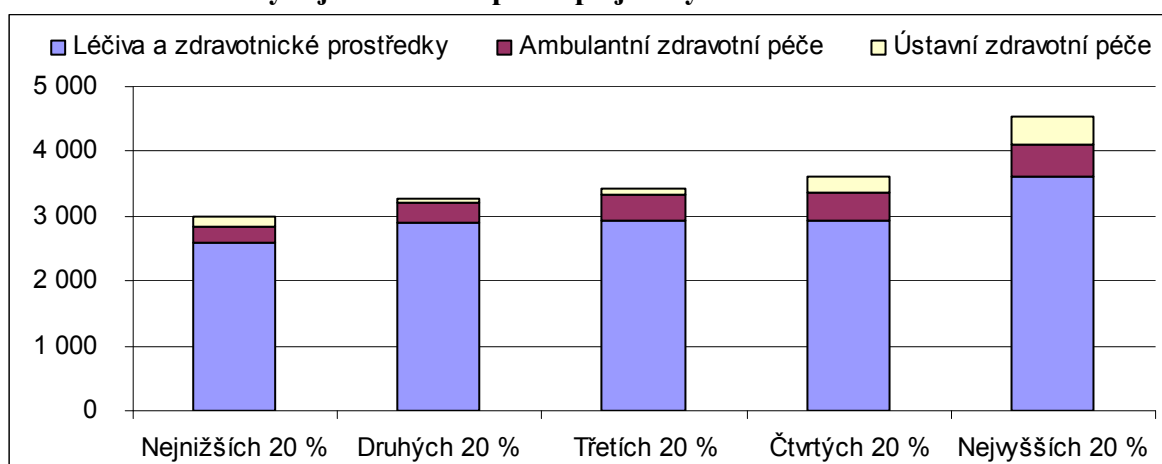
Na příkladu vybraných zdravotních služeb, které předpokládáme, že bude skupina seniorů nejvíce poptávat, znázorňujeme jejich dostupnost. Konkrétní zvolené služby uvádí tabulka 2. Uvedené ceny je třeba brát jako orientační, neboť vzhledem k heterogenitě možných výkonů, různých poskytovatelů zdravotních služeb a použitých materiálů a jejich dodavatelů nelze přesně stanovit jejich cenu. Doplatek za nadstandard uvádí částku, kterou by pacient hradil při oficiální existenci nadstandardu, tedy rozdíl mezi plnou cenou a cenou úhrady základní varianty služby od zdravotní pojišťovny. Jako doplněk a někdy též naplnění laické představy o nadstandardu slouží cena za tzv. nadstandardní pokoj. Nepředpokládáme u takové služby, že by mělo dojít k částečné úhradě zdravotní pojišťovnou.

Tabulka 1 : Čisté příjmy a výdaje důchodců za rok 2007

Roční na osobu v Kč	Důchodci				
	nejnižších 20%	druhých 20%	třetích 20%	čtvrtých 20%	nejvyšších 20%
Čisté peněžní příjmy	76 540	96 219	104 210	114 138	148 123
Spotřební vydání (CZ-COICOP)	77 161	88 415	93 040	103 357	118 184
rozdíl	-621	7 804	11 170	10 781	29 939

Zdroj: ČSÚ, Statistika rodinných účtů.

Graf 1: Struktura výdajů na zdraví podle příjmových kvintilů na osobu seniora a rok



Zdroj: ČSÚ, Statistika rodinných účtů.

¹⁴⁴ podle CZ-COICOP

¹⁴⁵ od 1.1.2008 podle zákona č. 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů v posledním znění

Na základě vybraných onemocnění, které postihují nejčastěji seniory a dle kritéria existence možnosti použití alternativního materiálu, který není v současných podmínkách vůbec hrazen ze zdravotního pojištění, dostáváme následující tabulku. Tabulka 2 ukazuje, plnou (tržní) cenu vybraného materiálu v případě, kdy je hrazen plně zdravotní pojišťovnou (pacient tedy přímo neplatí a nic nedoplácí).

Tabulka 2: Vybrané zdravotní služby, jejich úhrada a ceny (v Kč)

Služba	Plná cena	Základní úhrada od ZP	Doplatek za nadstandard
Umělý chrup			
Celková zubní náhrada	x	7 200	x
Čepelkový implantát (1 ks)	4 000 – 8 000	x	3 700-7 700 ¹⁴⁶
Válcový implantát (1 ks)	12 000– 19 000	x	11 700-18 700 ¹⁴⁷
Zlomeniny			
Základní sádra ¹⁴⁸	x	500	x
Laminátová sádra	1 000	x	500
Endoprotéza kyčelního kloubu			
Základní kyčelní kloub	x	22 000	x
Necementovaný kyčelní kloub	60 000	x	38 000
Hotelové služby			
Nadstandardní pokoj	530 – 775	x	530 – 775

Zdroj: Zdravotnické noviny, ceníky prodejen se zdravotnickými potřebami, ceníky poskytovatelů zdravotní péče.

Výsledky

Při zachování členění podle příjmových skupin, je možné říci, že během jednoho roku by při současném systému měli průměrní zástupci jednotlivých kategorií možnost nadstandardně si pořídit vybrané služby v množství, která jsou uvedena v následujících tabulkách.

Tabulka 3: Dostupnost vybraných služeb při status quo (v kusech)

	1. kvintil	2. kvintil	3. kvintil	4. kvintil	5. kvintil
Čepelkový implantát	x	1,9-0,9	2,8-1,4	2,7-1,3	7,5-3,7
Válcový implantát	x	0,7-0,4	0,9-0,6	0,9-0,6	2,5-1,6
Laminátová sádra	x	7,8	11,2	10,8	29,9
Necementovaný kyčelní kloub	x	0,13	0,19	0,18	0,5
Nadstandardní pokoj	x	14,7-10,1	21,1-14,4	20,3-13,9	56,5-38,6

Zdroj: autoři

¹⁴⁶ Doplatek za nadstandard u implantátů by se zřejmě příliš nesnížil, neboť základní úhrada od zdravotní pojišťovny představuje úhradu za celkovou (horní i dolní) zubní náhradu (tedy celý chrup – 28 zubů).

¹⁴⁷ viz 10

¹⁴⁸ úhrada a ceny za sádra se liší podle typu zlomeniny (zápěstí, ruka, noha, atd.)

V případě, že by si jedinci hradili pouze nadstandard dle nového návrhu, pak by výsledky vypadaly následovně:

Tabulka 4: Dostupnost vybraných služeb při zákonném nadstandardu (v kusech)

	1. kvintil	2. kvintil	3. kvintil	4. kvintil	5. kvintil
Čepelkový implantát	x	2,1-1,1	3-1,5	2,9-1,4	8,1-3,9
Válcový implantát	x	0,7-0,4	1-0,6	0,9-0,6	2,6-1,6
Laminátová sádra	x	15,6	22,3	21,6	59,9
Necementovaný kyčelní kloub	x	0,2	0,3	0,28	0,79
Nadstandardní pokoj	x	14,7-10,1	21,1-14,4	20,3-13,9	56,5-38,6

Zdroj: autoři

Diskuse

Z výše uvedených výsledků vyplývá, že senioři v prvním příjmovém kvintilu by nedosáhli na žádný ze sledovaných nadstandardů (tento výsledek vyplývá ze záporného salda příjmů a výdajů skupiny na základě dat ČSÚ).

U ostatních kvintilů, jejichž saldo je kladné, by vzrostla dostupnost sledovaných nadstandardních služeb po uzákonění nadstandardu. Pouze v případě válcového implantátu by byla změna minimální, neboť rozdíl cen po uzákonění nadstandardu by byl nepatrný vzhledem k celkové ceně. Například u necementovaného kloubu, kde výsledky menší než 1 znamenají, že si průměrný jednotlivec nemůže v daném roce kloub pořídit, se s uzákoněním nadstandardu sníží počet let nutných k naspoření potřebné částky.

Nadstandardní pokoj si může dovolit průměrný jednotlivec ve 2. až 5. příjmovém kvintilu, v rozmezí 10 až 56 dnů za rok.

Závěr

Současná situace českých seniorů není v oblasti námi sledovaných nadstandardů z hlediska jejich dostupnosti příliš uspokojivá. z výsledků vyplynulo, že v daném roce si minimálně jeden válcový implantát může pořídit pouze průměrný jedinec z 5. příjmového kvintilu. Necementovaný kyčelní kloub je pro průměrného seniora ve sledovaném roce nedostupný. v případě, že by byl uzákoněn nadstandard v podmínkách, které jsme stanovili v našem modelu, by došlo ke zvýšení dostupnosti nadstandardů pro seniory, avšak rozdíl není tak významný zejména u finančně náročnějších služeb.

Díky předpokladům modelu, kde není např. uvažováno možnost delšího časového období pro spoření na daný nadstandard zdravotnické služby by při dnešních čekacích lhůtách na některé zákroky, které mnohdy přesahují 1 rok, mohly výsledky posunout. Některé skupiny by tak na danou službu dosáhly také. Toto však není možné prokázat bez dalšího specificky zaměřeného výzkumu.

Použité zdroje

Centrum mezistátních úhrad: *Reforma nizozemského systému zdravotního pojištění*. [online] c2008. Dostupné z <http://www.cmu.cz/dokumenty/reforma_nl.doc> [cit. 30. 10. 2008]

ČSÚ: *Statistika rodinný účtů 2007*. [online] c2008. Dostupné z <<http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/p/3001-08>> [cit. 24. 10. 2008]

Fakultní nemocnice Brno: *Ceník č. 58/2008-09.5*. [online] Dostupné z <<http://www.fnbrno.cz/Data/files/Ceniky/Nadstandardní%20pokoje.pdf>>

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY: *Reforma zdravotnictví: Nadstandard bude levnější*. [online] c2008. Dostupné z <<http://domaci.ihned.cz/c1-26854870-reforma-zdravotnictvi-nadstandard-bude-levnejsi>> [cit. 15. 11. 2008]

HROBONĚ, P., MACHÁČEK, T., JULÍNEK, T.: *Reforma zdravotnictví pro Českou republiku v Evropě 21. století*. Praha, 2005. Dostupné z http://www.reformazdravotnictvi.cz/content/files/cz/Reforma/1_Publikace/CZ_publicace.pdf [cit. 15. 10. 2008]

HOFMARCHER M M, RACK H-M.: *Austria: Health system review. Health Systems in Transition*, 2006; 8(3):1–247. <<http://www.euro.who.int/Document/E89021.pdf>> [cit. 30. 10. 2008]

LÉKAŘI ON-LINE: *Zubní implantologie*. [online] c2006-2008. Dostupné z <<http://www.lekari-online.cz/stomatologie/ceniky/zubni-implantaty>>

MZ ČR: *Věcný záměr zákona o veřejném zdravotním pojištění*. [online] c2008. Dostupné z <<http://www.mzcr.cz/Odbornik/Categories/270-vecne-zamery-pripravovanych-zakonu.html>> [cit. 20. 10. 2008]

THOMSON, S. MOSSIALOS, E.: *What are the equity, efficiency, cost containment and choice implications of private health-care funding in western Europe?* [online] Copenhagen, 2004. WHO Regional Office for Europe. Dostupné z <<http://www.euro.who.int/document/e83334.pdf>> [cit. 3. 10. 2008]

Zákon č. 48/1997 Sb. o veřejném zdravotním pojištění a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů

Kontaktní údaje:

Ing. Veronika Krutilová
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Lipová 41a, 602 00 BRNO
krutilova@econ.muni.cz

Ing. Martin Krivánek
Masarykova univerzita
Ekonomicko-správní fakulta
Lipová 41a, 602 00 BRNO
krivanekm@mail.muni.cz

Nová právní úprava podnikání na kapitálovém trhu v ČR – plusy i mínusy

Jana Šturcová, Antonín Kubíček

Anotace.

Základním záměrem příspěvku je reagovat a zhodnotit provedenou právní úpravu podnikání na kapitálovém trhu v ČR, a to jak v souvislosti s transpozicí Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích investičních nástrojů (MiFID), ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES a dalších předpisů, tak i se situací, která v současné době charakterizuje stávající etapu – krizi, finančních trhů, a to jak v mezinárodní, tak i v národní dimenzi. Jako východisko pro naplnění zvoleného tématu považovali autoři za nezbytné formulovat, a to alespoň ve velmi stručné podobě, vlastní názor na význam a úlohu regulace a dohledu nad finančními trhy v jejich současné podobě a s výrazně modifikovanými základními cíli a následně pak kriticky analyzovat, podle jejich názoru nejvýznamnější kroky, které realizoval národní regulátor – MF, ČR, v procesu povinné transpozice výše uvedené Směrnice od českého práva.

Klíčová slova.

Regulace a dohled nad finančními trhy; integrita finančního trhu; výkonnost a efektivita regulace a dohledu; pozitivní a negativní regulace; produktová regulace; ochrana kapitálového trhu a investorů; trh s investičními nástroji MiFID; právo ES a jeho transpozice do práva ČR; přímo použitelné předpisy ES; profesionální zákazník; profesionální zákazník na žádost; novinka ve vymezení investičních nástrojů a služeb; informační povinnosti a jejich rozsah; změny v tržní infrastruktuře; provádění pokynů za nejlepších podmínek.

Úvod

Současná situace na finančních trzích a její možné dopady na jejich další vývoj i na vývoj společenskoekonomického systému jako celku si nutně vyžaduje zabývat se kategoriemi, vztahy a procesy, u kterých dosud existují významné rozdíly v jejich chápání, oceňování i možných způsobech jejich praktického využití. Mezi tyto předměty zkoumání jednoznačně patří i regulace a dohled nad finančními trhy. Jakákoliv úvaha z této oblasti, což je i náš problém, se musí tedy alespoň rámcově dotknout této komplexní problematiky i když tento „dotyk“ může být někým chápán jako povrchní. Předem se omlouváme, ale jsme toho názoru, že vždy je úvodem třeba charakterizovat svůj přístup, aby bylo zřejmé z jakého „kadlubu“ budou vycházet nabízené výsledky provedených analýz i cíle, které jsou sledovány v definovaných doporučeních. v našem případě jde tedy o jednoznačné chápání regulace a dohledu jako organické součásti existence finančních trhů, ne tedy pouze jako o důsledek „specifického chování“ některých subjektů, které je svou „činností“ naplňují, ale jako něčeho co neomezuje, ale naopak pozitivně doplňuje jejich chování tak, aby byly schopny plnit své základní cíle. Právní normy, které jsme si dovolili v následujícím příspěvku posuzovat jsou, jako základní nástroj regulace, pak přirozeně z tohoto hlediska i posuzovány i když ne vždy jsme ochotni přijmout obecně přijatá řešení. v tom je tedy obsažena i novost našeho příspěvku.

Text

Současná situace na finančních trzích vyvolává, a to zcela pochopitelně, rozsáhlou množinu názorů hodnotících význam jejich regulace a dohledu, a to ze všech možných i nemožných zorných úhlů. Od názorů „Naši strategií je se s touto krizí razantně vypořádat“ (prezident G. W. Bush), až po „klouzačku k socialismu“ (senátor J. Hensarling) je možné se setkat, a to především v politických sférách, s tak různými návrhy, že některým ekonomům se začíná zdát, že dosavadní ekonomické teorie vyčerpaly svá pozitiva a je třeba začít se vším znovu. My sice takovéto názory nesdílíme, nicméně jsme toho názoru, že je nezbytné se pokusit o nová a jednoznačná vymezení postavení regulace a dohledu nad finančními trhy v kontextu

zachování jejich integrity jako základního cíle její existence. Postavení regulace a dohledu jako organických součástí tržního mechanismu, ne tedy jako něčeho co tento systém pouze doplňuje nebo dokonce narušuje, a to ve všech jejích racionálních podobách, je tedy nezbytné jednoznačně formulovat, a to aniž bychom „zneužívali“ současné situace, ale „pouze“ pro to, abychom se pokusili popsat či dokonce definovat její podstatu a cíle. Závažnost této snahy je pochopitelně mimo možnosti tohoto příspěvku, řešíme ji v rámci získaného interního grantu a pokusíme se i o získání grantu GAČR, nic méně již nyní jsme došli k názoru, že závěry Lamfalussyho procesu i na něj navazujícího procesu transpozice prováděcí směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích investičních nástrojů, ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES je ze své podstaty racionální, plně odpovídající dosažené úrovni integrace finančních, respektive jejich segmentu trhů s investičními nástroji. Tento závěr pochopitelně neznamená, že bychom vše, co je obsaženo ve výše uvedených směrnících, respektive co je výsledkem jejich transpozice do zákona č. 256/2004/ Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, považovali za optimální, jinak bychom pochopitelně ani neformulovali tento příspěvek, ale zároveň chceme i upozornit na slabá místa – mínusy, která mohou zbytečně způsobit další problémy a tak znovu otevřít diskusi o oprávněnosti či neoprávněnosti regulace a dohledu nad finančním trhem.

Základem výše uvedené Směrnice, dále jen MiFID, je zásadně nové chápání finančního investora – zákazníka a jeho vztahu k poskytovateli finančních služeb, především obchodníkovi s cennými papíry, významné rozšíření obsahu kategorií „Investiční nástroje a Investiční služby“, obsahu procesu „Komunikace se zákazníky“ a v neposlední řadě i změna v dosud existující tržní infrastruktuře, která se výrazně dotkne právě současné situace na českém trhu s investičními nástroji.

Předmětem úpravy je v novele uvedeného zákona zapracování příslušných předpisů Evropských společenství, návaznost na jejich přímo použitelné předpisy, úprava poskytování služeb v oblasti trhu s investičními nástroji, ochrana tohoto trhu a investorů a veřejná nabídka cenných papírů.

Zcela nově je v tomto zákoně definována kategorie „Profesionální zákazník“, kterým se zde rozumí nejen subjekty přímo vyjmenované nebo splňující stanovené podmínky, ale i osoba, které obchodník s cennými papíry požádá, aby s ní bylo zacházeno jako s profesionálním zákazníkem, a ten se žádostí souhlasí. Jeho souhlas je pochopitelně vázán na splnění řady podmínek, nicméně je podle našeho názoru možno tuto „novinku“ chápat jako jednu z nejdůležitějších změn ke kterým došlo v procesu regulace v posledním období, změnu která má v sobě významné prvky samoregulace a tedy i deregulace. i když jsou podmínky – kritéria, stanovená pro možnost získání postavení „profesionální zákazník na žádost“ velmi přísná a takových žádostí v našich krajích zřejmě mnoho nebude, je možno zařazení tohoto prvku „volnosti“ do striktních regulačních pravidel považovat za výrazný pozitivní krok do budoucna. v této souvislosti není možno pominout i to, že zákon umožňuje i opačný postup, tzn., že profesionální zákazník ze zákona se může s obchodníkem s cennými papíry dohodnout na jaké obchody nebo investiční služby nebude považován za profesionálního zákazníka.

Úloha obchodníka s cennými papíry nemá však pouze možné pozitivní dopady na zákazníky, ale i dopady negativní. Podle přijaté novely má totiž obchodník právo zákazníkovi sdělit, že jej za profesionálního zákazníka nepovažuje. i když je nezbytné aby z tohoto sdělení bylo zřejmé, jakého obchodu nebo obchodů s investičním nástrojem nebo jaké investiční služby se týká jsme toho názoru, že ač je tato reciprocita v jednání obchodníka vůči zákazníkovi pochopitelná bude nezbytné, aby byla přesněji upravena možnost jejího použití.

Pokud jde o úpravy v oblasti investičních nástrojů a investičních služeb jsme toho názoru, že byl velmi správně posílen princip „produktové regulace“, a to především tím, že mezi regulované investiční nástroje byla zařazena řada podrobněji definovaných derivátových

nástrojů, a to jak z oblasti finančních tak i komoditních, což vyjadřuje jak základní směr ve vývoji nových investičních nástrojů a nezbytnosti jejich pozitivní regulace jako základního principu předcházení možným problémům tak i trend komplexnějšího chápání finančních trhů, kde jako podkladová aktiva derivátů vystupují nejenom finanční nástroje a kategorie, ale i komodity. v oblasti investičních služeb považujeme za velmi pozitivní zařazení „poskytování investičních doporučení a analýz investičních příležitostí nebo podobných obecných doporučení týkajících se obchodování s investičními nástroji“ do doplňkových investičních služeb, a to včetně precizování jejich obsahu a dále i přesnější vymezení obsahu hlavní investiční služby „investiční poradenství týkající se investičních nástrojů“, která se stává v přijatém novém kontextu regulace jednou z nejvýznamnějších.

V nové právní úpravě pravidel činnosti a hospodaření obchodníka s cennými papíry je třeba jednoznačně pozitivně hodnotit zařazení § 11a Obchodník s cennými papíry je povinen poskytovat investiční služby s odbornou péčí a dále i ustanovení, že obchodník s cennými papíry je povinen průběžně ověřovat a pravidelně hodnotit přiměřenost a účinnost řídicího a kontrolního systému.

Nejvýznamnější změny novely oproti původnímu znění zákona jsou realizovány v oddílu: „Jednání obchodníka s cennými papíry se zákazníky“. v rámci obecných povinností při jednání se zákazníky je zdůrazněno, že obchodník s cennými papíry jedná kvalifikovaně, čestně, spravedlivě a v nejlepším zájmu zákazníků. Dílčí části tohoto oddílu se nazývají: Komunikace se zákazníky, Informování zákazníků, Vyžadování informací od zákazníků, Informace o pokynech a stavu majetku zákazníka a Informace o úvěrovém hodnocení.. Obsahy všech těchto pododdílů jsou zaměřeny v převážné míře na jednání obchodníka se zákazníkem, který není profesionálním zákazníkem a vyžaduje tedy daleko větší péči. Zdůrazňuje se zde například požadavek, aby obsah komunikace byl dostačující, přesný a nezdůrazňoval potenciální výnosy či výhody, které jsou spojeny s investiční službou nebo s investičním nástrojem, aniž by současně výrazně a objektivně neupozorňoval na všechna podstatná rizika, která jsou nebo mohou být s investiční službou nebo investičním nástrojem spojena. s nejvýznamnějšími částmi jednání se zákazníky a jejich informování je spojena i povinnost zpracovat příslušné prováděcí právní předpisy. Vyžadování informací od zákazníka je spojeno s poskytováním investiční služby obhospodařování majetku zákazníka, je-li jeho součástí investiční nástroj, na základě volné úvahy v rámci smluvního ujednání a služby investiční poradenství týkajících se investičních nástrojů. Obchodník s cennými papíry je povinen získat od zákazníka nezbytné informace – obsah těchto nezbytných informací stanoví prováděcí právní předpis, o jeho odborných znalostech a zkušenostech v oblasti investic, finančním zázemí a investičních cílech.

Jako zcela nová kategorie se v Hlavě věnované obchodníkovi s cennými papíry objevuje oddíl 9 nazvaný Systematická internalizace, která je v § 17a definována jako činnost obchodníka cennými papíry, který pravidelně a systematicky provádí pokyny zákazníků týkající se investičních nástrojů tak, že obchoduje se zákazníky na vlastní účet mimo regulovaný trh se sídlem v členském státě Evropské unie nebo mnohostranný obchodní systém provozovaný osobou se sídlem v členském státě Evropské unie. Systematická internalizace a mnohostranný obchodní systém se tak na tomto místě sledované právní normy objevují poprvé jako nové složky tržní infrastruktury, které by měly naše tržní podmínky přiblížit jejich podobě a možnostem v zemích Evropské unie. Podle našeho názoru, který bude rozpracován v následující části příspěvku, není však tento postup plně v souladu s možnostmi rozhodujícího podílu českých investorů a nebude moci kompenzovat ztrátu určitého tržního prostředí, které bylo pro naše podmínky typické (RMS).

Téměř zcela nově je formulovaná část pátá – Trh s investičními nástroji, které ve svém základním ustanovení - § 37 zdůrazňuje, že: „Organizátor regulovaného trhu je právnická osoba, která organizuje regulovaný trh na základě povolení České národní banky“, tedy žádný

burzovní, respektive neburzovní regulovaný trh. Další podnikatelská činnost organizátora regulovaného trhu může potom pouze spočívat v poskytování služeb souvisejících s finančním trhem nebo trhem komodit a to zejména v činnosti komoditní burzy (hle zde burza zůstává), v poskytování dalších služeb na finančním trhu podle jiných právních předpisů (zde nám jaksi chybí o které předpisy jde), v činnosti související s organizováním regulovaného trhu nebo provozování mnohostranného obchodního systému (a jsme opět u toho) a ve vzdělávací činnosti (zde si tedy přijde určitě na své). Na organizátora regulovaného trhu jsou v právní normě definovány organizační požadavky, mezi něž patří například zavést postupy pro řízení rizik, kterým je vystaven, zavést zásady a postupy pro zajištění řádného provozu jeho obchodních a jiných systémů, zavést pravidla obchodování, která zajišťují spravedlivé a řádné obchodování, zavést opatření zabraňující zneužívání trhu, zavést postupy pro vynucování plnění povinností stanovených pravidly obchodování a umožnit účastníkům jím organizovaného regulovaného trhu přístup k odpovídajícím informacím.

Za regulovaný trh je podle příslušných ustanovení zákona považován trh s investičními nástroji (§ 3 tohoto zákona), na kterém se obchoduje pravidelně a který má stanovena pravidla pro přijímání investičních nástrojů obchodování, pravidla obchodování a pravidla přístupu na tento trh, která jsou v souladu s uvedeným zákonem. Tento trh je musí být zároveň uvedený v seznamu regulovaných trhů členského státu Evropské unie. Za velmi významná ustanovení je nezbytné považovat i podmínky pro přijetí investičního nástroje k obchodování na regulovaném trhu a podmínky pro přijetí investičních cenných papírů k obchodování na regulovaném trhu (§ 56 a 57), které jsou formulovány velmi moderně, jednoznačně a navazují často na podmínky stanovené přímo použitelným předpisem Evropských společenství, například nařízení Komise (ES) č. 1287/2006.

Jako součást regulovaného trhu může organizátor organizovat oficiální trh s cennými papíry, který však musí splňovat speciální, přísnější podmínky pro přijetí cenného papíru k obchodování na tomto trhu, jako je například výše tržní kapitalizace u akcií, celková jmenovitá hodnota emise dluhopisu, je plně splacen emisní kurz těchto akcií nebo dluhopisů, alespoň 25% akcií, které mají být přijaty k obchodování na tomto trhu, je ve vlastnictví veřejnosti členských států Evropské unie, emise těchto akcií nebo dluhopisů byla vydána v jedné podobě a všechny její kusy mají stejnou jmenovitou hodnotu a organizátorovi nejsou známy okolnosti, které by v případě jejich přijetí obchodování na oficiálním trhu mohly vést k poškození investorů, k ohrožení jejich zájmu nebo k ohrožení důležitých veřejných zájmů.

Zcela nový je obsah Hlavy třetí uvedené části zákona – Obchodování v mnohostranném obchodním systému, jak jsme se již zmínili výše, nové složky tržní infrastruktury českého trhu obchodování s investičními nástroji. Za mnohostranný obchodní systém je považován trh s investičními nástroji, provozovaný obchodníkem s cennými papíry nebo organizátorem regulovaného trhu, který má stanovena pravidla pro přijímání investičních nástrojů k obchodování v tomto systému, pravidla obchodování v tomto systému a pravidla přístupu do tohoto systému, která jsou v souladu s tímto zákonem. Pokud jde o pravidla přístupu do tohoto obchodního systému, pak jsou obdobná s pravidly přístupu na regulovaný trh a kde mimo jiné je řečeno, že účastníkem může být kromě obchodníka s cennými papíry i jiná osoba, která je důvěryhodná a odborně způsobilá, má dostatečnou schopnost a způsobilost obchodovat, má vhodné organizační předpoklady a disponuje dostatečnými finančními zdroji, zejména s ohledem na zajištění vypořádání obchodů. Tento popis je sice „zcela vyčerpávající“ nicméně, a to přesto jak moc se snažíme, nám nedává odpověď kdo může či je tato jiná osoba. Určitě to ale není náš drobný investor, který se dosud „vyžíval“ v prostředí RM.- s a tak udržoval či překonával vazbu na Kuponovou privatizaci, svá mladší léta a dokazoval si, že něco stále ještě umí. Transpozici mnohostranného obchodního systému do české tržní infrastruktury tak v žádném případě nepovažujeme za omyl, ale zároveň jsme přesvědčeni, že

nebylo nezbytné rušit tu její součást, která byla výrazně spojena s historií restaurace českého kapitálového trhu, umožňovala s dostatečným komfortem účast drobných investorů na procesu finančního investování a zároveň v žádném případě neohrožovala jeho integritu či mohla vyústit v jeho zneužití.

Poslední změny v právní úpravě podnikání na kapitálovém trhu ke kterým se chceme vyjádřit jsou obsaženy v Hlavě III Části deváté zákona o podnikání na kapitálovém trhu a týkají se správních deliktů a přestupků. Celkově je možno provedené změny hodnotit velmi pozitivně, a to jak z hlediska jejich obsahu, jsou plně v souladu s transpozicí MiFID-u do české právní normy, tak i z hlediska formulačního, když proti původní úpravě působí mnohem celistvěji a jednoznačněji.

Závěr

Celkově je možno hodnotit novou právní úpravu podnikání na kapitálovém trhu v ČR jako zdařilou. Je to pochopitelně především díky kvalitě Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích finančních nástrojů, ve znění Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES a dalších příslušných předpisů, v žádném případě však není možno pominout význam práce našich legislativců a především specialistů na regulaci a dohled nad trhy s investičními nástroji, kteří převzali základní odpovědnost za správné pochopení názorů a stanovisek v těchto předpisech obsažených a zároveň i za jejich správnou transpozici do českého práva. Do těchto předpisů je podle našeho názoru zapracovaná nová filozofie regulace a dohledu, filozofie o které jsme již zmínili v úvodu a prvních odstavcích našeho příspěvku, filozofii, která je založena na snaze zvýšit výkonnost a efektivitu regulace a dohledu aniž by požadovala zvýšení jejího rozsahu, filozofii, která si je vědoma, že v regulaci se stále musí zvyšovat váha seberegulace a deregulace, která je pochopitelně z dlouhodobého hlediska prioritním záměrem a cílem. To pochopitelně nevylučuje, ale naopak vyžaduje aby v určitých krizových situacích byly aktivně hledány sofistikovanější metody i postupy v oblasti regulace a dohledu protože pouze ony mohou odpovídajícím způsobem zareagovat na sofistikovanost „na druhé straně barikády“. a o to přeci také jde. Pouhou osvětovou činností, i když má obrovský význam, veškeré problémy nelze vyřešit.

Použitá literatura:

Pavlát V., Kubíček A., Regulace a dozor nad kapitálovými trhy, VŠFS, o.p.s., Praha 2004, ISBN: 80-86754-13-8

Pavlát V. a kol., Kapitálové trhy, druhé vydání, Professional Publishing, Praha 2005, ISBN-80-86419-87-8

Úplné znění zákona č.256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, ve znění pozdějších předpisů, ÚZ č.683, Sagit, Praha 2008

Konzultační materiál MF ČR, MiFID, Praha 2006

Loader D., regulation & compliance in operation, Elsevier Finance, Oxford 2004, ISBN 0 7506 5487 2

Autoři:

Jana Šturcová, Bc., VŠFS, Estonská 500, 101 00 Praha 10, 210 088 814, 9168@mail.vsfs.cz

Antonín Kubíček, doc. Ing. CSc., VŠFS, Estonská 500, 101 00 Praha 10, 210 088 814, antonin.kubicek@vsfs.cz

Nová ekonomika a její ekonomické a regionální aspekty

Tomáš Lelek

Anotace

Příspěvek definuje novou ekonomiku a popisuje podstatu jejího fungování. Dále seznamuje s hlavními jejími regionálními a ekonomickými aspekty. z regionálního hlediska se zaměřuje na vztah mezi regionálním rozvojem a outsourcingem.

Summary

The paper defines new economy and describes substance of its functioning. Next aim is to introduce new economy economic aspects and regional aspects. From the regional point of view it is focused on relation between regional development and outsourcing.

Klíčová slova

Nová ekonomika, ICT, produktivita práce, outsourcing

Úvod

V poslední čtvrtině minulého století došlo v ekonomice k velké řadě změn. Tyto změny lze spatřovat hlavně v přesunu ekonomické aktivity ze sekundárního sektoru (*výrobního*) k sektoru terciárnímu (*služeb*). Během 80. a 90. let postupně docházelo k dalším výrazným změnám, především technologické povahy. Mezi nejvýznamnější patří *informační a komunikační technologie* (ICT), které díky svému masovému rozšíření a propojenosti (Internet) změnily nejen způsob komunikace, ale mají dominantní vliv jak na fungování jednotlivých hospodářských subjektů tak i ekonomiky jako celku. Navíc sebou nárůst zejména výpočetního výkonu počítačů přináší i možnost dosud technicky neproveditelného výzkumu a vývoje a zároveň zavádění jejich výsledků do prakticky (komerčně) využitelných technologických postupů, materiálů a výrobků tedy velkého množství inovací.

Novost předkládaného tématu sama o sobě vyplývá již z názvu předmětu zkoumání – nová ekonomika. Jedná se o pojetí současné ekonomiky prizmatem změn vycházejících především z „všeprostupnosti ICT“, které ji postupně transformují na ekonomiku odlišných vlastností a některých principů. Tato transformovaná ekonomika dostala vágní přídomek, jako ostatně dosud každý dostatečně neprostudovaný fenomén s ne zcela objasněnými principy fungování, „nová“ ekonomika.

Aktuálnost nové ekonomiky spočívá v tom, že se jedná o soudobý fenomén, který má svůj vývoj. Ze současného hlediska je potřeba vystihnout hlavní trendy a pochopit, co je podstatou a možným tahounem současné již tak transformované industriální ekonomiky a z ní vyvinuvší se kompletní nové ekonomiky.

Použité metody v tomto příspěvku jsou převážně analýza, pozorování a dedukce.

Cílem příspěvku je definovat novou ekonomiku, rámcově vymezit podstatu jejího fungování. Dále na základě jejích vybraných ekonomických a regionálních aspektů dokumentovat její význam s poukazem na to, že předložené aspekty i téma celé by si zasloužilo další pozornost a výzkum.

1. Definice nové ekonomiky

Novou ekonomiku si lze s velkou dávkou zjednodušení představit jako nově vytvářející se **strukturu ekonomiky**, která vznikla z klasické industriální ekonomiky pod vlivem transformačního účinku moderních informačních a komunikačních technologií (ICT).

Všepřístupnost ICT se projevuje prostřednictvím celé řady významných změn dotýkajících se mnoha oblastí. Jedná se zejména o oblast ekonomiky, kde dochází ke změnám zavedených způsobů fungování procesů a institucí, díky těmto změnám nová ekonomika postupně proniká do ekonomik jednotlivých zemí.

V této souvislosti uvádí Jansen [4], že nová ekonomika znamená – technologickou revoluci související s dopadem explozivního růstu World Wide Web. Nová ekonomika byla použita k zvýraznění nárůstu produktivity přineseného různými technologickými inovacemi, nebo odpovídá dlouhotrvající expanzi od roku 1991 do roku 2000 nebo dokonce k dlouhotrvajícímu boomeru na kapitálovém trhu od roku 1987 do roku 2000.

Pojem nová ekonomika lze chápat jak v užším tak v širším smyslu. v užším smyslu se jedná jen o zvláštnosti, které se objevily v souvislosti s některými makroekonomickými ukazateli a nejvýstižněji je lze charakterizovat paradigmatem, které vzniklo po roce 1995 v souvislosti s neobvyklým růstem ekonomiky USA. „Nová ekonomika a její teorie jsou odvozovány od pozorování zvláštností hospodářského cyklu a jeho pozoruhodně dlouhé růstové fáze (při relativně nízké inflaci)¹⁴⁹. Toto paradigma však bylo na základě pozorování hospodářského vývoje postupně vyvráceno.

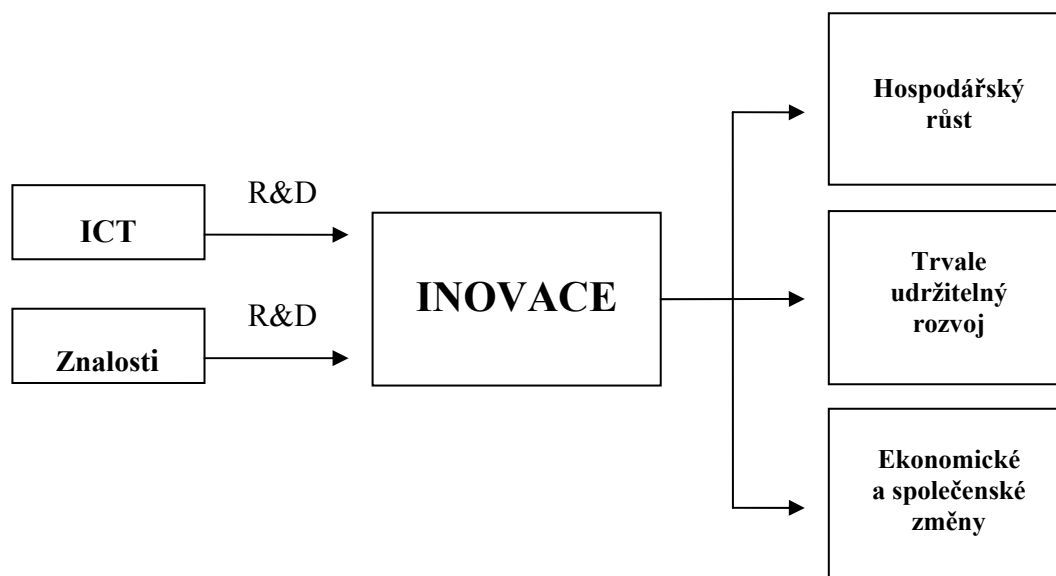
V širších souvislostech je nutné si uvědomit, že ekonomika nemůže existovat a fungovat sama o sobě a že tím kdo ji uvádějí v život a zároveň podléhají jejím pravidlům jsou ekonomické subjekty a instituce tvořící *společnost*. Nová ekonomika by měla být chápána právě v těchto širších (společenských) souvislostech, protože teprve s promítnutím si následků působení jejích nástrojů na společnost, se může ukázat, jak významné změny (kromě ekonomických) sebou přináší (informační společnost).

Na základě analýzy definic nové ekonomiky, v zahraniční i domácí literatuře, odrážejících aspekty a rozměry nové ekonomiky jsem dospěl k vlastní definici pojmu „**nová ekonomika**“ [7]. Nová ekonomika představuje praktické využití moderních informačních a komunikačních technologií (ICT), které postupně pronikají do *všech odvětví* současné *globální* ekonomiky, čímž dochází k významným změnám ekonomických procesů a společenských institucí. Díky *ICT*, *zcela novému způsobu využívání znalostí* vedoucích k zavádění *inovací* dochází nejen k *zefektivnění výroby* (při současném snižování nákladů) stávajících statků a služeb ale také ke vzniku zcela nových produktů a odvětví, což společně přináší zvýšení produktivity a možnost ekonomického *růstu*.

¹⁴⁹ Dostupné z WWW: http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/o/1501-01--1__uvod

2. Schéma nové ekonomiky

Pro lepší představu rámcového fungování nové ekonomiky je zde uvedeno její schéma. Toto schéma vzniklo na základě pozorování trendů současného hospodářského vývoje (viz Obr. 1).



Obr. 1: Schéma nové ekonomiky

Zdroj: vlastní zpracování

Schéma lze rozdělit do tří základních částí. První část tvoří tzv. „motory“ nové ekonomiky představované Informačními a komunikačními technologiemi (ICT) a znalostmi. Jejich intenzivním zapojením do výzkumu a vývoje je umožněn vznik inovací, zde chápaných v nejširším slova smyslu, které jsou jádrem celého schématu. Poslední částí jsou implikace, jež jsou výsledkem působení široké škály inovací v ekonomikách. Těchto implikací je jistě nepřehledné množství, ale zde jsou uvedeny, podle našeho názoru, jen ty nejvýznamnější.

Mezi prvky schématu existují významné vazby, které mají vliv na inovace. Jedná se především o synergický vztah ICT a znalostí, které se posilují a mohou udělat významnou službu ve výzkumu a vývoji, který je považován za nejčastější zdroj inovací¹⁵⁰.

Toto schéma je myšlenkovým základem pro vytvoření modelu nové ekonomiky, při jehož tvorbě mohou pomoci nástroje dynamického modelování (např. simulační software Vensim).

¹⁵⁰ Hlavním nositelem znalostí jsou lidé, kteří jsou kreativní – znalostní pracovníci. Tito znalostní pracovníci jsou v těsné interakci s ICT, které jim v oblasti výzkumu a vývoje významně pomáhají. Díky rostoucímu výpočetnímu výkonu počítačů je možné simulovat různé procesy, např. testy chování materiálů, v oblasti farmacie výzkum účinku léčiv, v genetice modifikovat geny a v oblasti nanotechnologií činit další pokroky zejména při vzniku nových materiálů a pokročilé miniaturizaci.

ICT tímto způsobem znásobují účinky vložených znalostí, navíc díky uvedeným simulacím lze nové, mnohdy revoluční znalosti vznikající v oblasti výzkumu a vývoje vytvářet z ekonomického hlediska úsporněji, co se vynaložených prostředků a času týče. Zejména úspora času je v dnešní době nezbytná pro vznik nových inovací, a tím udržení konkurenceschopnosti daného podniku. Na základě tohoto lze usoudit, že **vztah mezi lidským kapitálem a ICT je synergický.**

Dále je pro model důležité stanovit podmínky jeho fungování a zasadit jej do rámce odpovídajícího paradigmatu.

3. Ekonomické aspekty nové ekonomiky

Z hlediska aspektů nové ekonomiky se prvotně naskytá otázka, na co se v tak širokém fenoménu zaměřit. z tohoto důvodu je potřeba zmínit faktory, které v ekonomikách náleží nové ekonomice. Existuje několik uměle vytvořených ukazatelů nové ekonomiky. Sám jsem za tímto účelem na základě pozorování změn v soudobém hospodářství vytvořil tzv. „Ukazatel postavení státu v nové ekonomice“ (UPSNE). Použité faktory v něm byly vybrány na základě dostupných statistických šetření prováděných OECD.

HDP	Investice do ICT vybavení a software	Počet webových stránek na 1000 obyvatel,	Ekonomické subjekty s deseti a více zaměstnanci se širokopásmovým připojením k Internetu
Produktivita práce	Příspěvek ICT sektoru k růstu zaměstnanosti	Internetové obchodování	Ekonomické subjekty s deseti a více zaměstnanci s prezentací na webových stránkách
Nezaměstnanost	Vysoce kvalifikovaní ICT pracovníci	Přístup domácností k Internetu	Podniky užívající Internet pro nákup a prodej
ICT-výrobní sektory	Výdaje podniků na výzkum a vývoj	Cena přístupu a užití Internetu	Studenti a počítač I
Velikost a růst ICT sektoru	Investice do venture kapitálu	Širokopásmové připojení k Internetu	Studenti a počítač II

Tab.1: Faktory tvořící Ukazatel postavení státu v nové ekonomice

Zdroj: vlastní zpracování

ICT a jejich přínos má dva rozměry. Jedním je rozměr kvalitativní, který se týká nových přidaných vlastností, služeb a produktů, se kterými je spojena vyšší přidaná hodnota pro uživatele. Tyto jsou ovšem neměřitelné, a proto se na základě běžně používaných ukazatelů je nutné zaměřit se zejména na kvantifikovatelný rozměr, u kterého se jedná zejména o produktivitu práce a vliv investic do ICT. Na základě růstu investic do ICT a s tím spojeným kapitálovým prohlubováním, lze očekávat i růst produktivity práce.

Největších přírůstků produktivity dosahuje sektor vyrábějící ICT. Gordon [6] uvádí, že k oživení produktivity došlo zejména v sektoru ekonomiky produkující ICT a přelévací efekt byl pouze do 12 % ekonomiky USA, která vyrábí předměty dlouhodobé spotřeby¹⁵¹.

¹⁵¹ Nicméně, ve zbývajících 88 % ekonomiky, se efekty Nové ekonomiky na růst produktivity překvapivě neobjevily a kapitálové prohlubování bylo ztlačeno neproduktivní. Navíc je zcela možné, že největší přínosy počítačů leží dekádu nebo více v minulosti a ne v budoucnosti. (literatura 8)

Dalším zdánlivým nenaplněním očekávání spojeným s ICT je tzv. „Solowův paradox“ z roku 1987, který poukazuje na to, že počítače jsou všude kolem nás, ale ve statistikách produktivity práce se to neprojevílo.

Jak uvádí Draca [2], použili Oliner a Sichel (1994) k prozkoumání tohoto paradoxu rámec růstového účetnictví a pečlivou analýzu dat z BEA a BLS. Zjistili, že počítače nemohly výrazně přispět k růstu agregátní produktivity v 70. a 80. letech, protože tvořily velmi malou část celkových kapitálových statků v USA (pouze kolem 2 % v roce 1993). Potom důležitost ICT významně vzrostla. Basu *et al.* (2003) odhaduje, že podíl ICT na přidané hodnotě v USA v roce 2000 v soukromé nezemědělské ekonomice byl 5,5 % (1,6 % počítače, 2,31% software a 1,59% komunikace). Ačkoli je to stále malý podíl celkové přidané hodnoty, ICT tvoří podstatný přínos k růstu produktivity, protože jejich rychlá míra růstu a rychlá míra zhodnocení přinesla jejich pozdní podíl výnosu.

Podle Evropské komise [3], se ukazuje, že největší přínos na produktivitu práce za hodinu měl v období 1995-2003 sektor vyrábějící ICT. Podíl tohoto sektoru byl vzhledem k přínosu sektoru ICT služeb (využívajících ICT, zbytek ekonomiky) zhruba pětinasobný u uvedených států EU 15 a ostatních vyspělých ekonomik (viz Tab.2). Růst pokračoval i poté, co se propadly akciové tituly high-tech díky krizi ICT v letech 2003-2005 a teroristickému útoku 11. září 2001 a také díky zpětnému cyklu pomalého růstu produktivity USA, který se ustanovil po ropných šocích v polovině 70. let. Mnoho autorů zdůrazňuje, že IT měly důležitou roli v této akceleraci.

Country / Area	ICT Manufacturing	ICT services
USA	24.8	4.9
EU15	18.0	5.1
Japan	30.6	6.2
Korea	39.1	7.6
Taiwan	42.7	15.8
Canada	14.7	3.5
Australia	18.6	0.4
Poland	14.0	7.3
Norway	6.0	5.4
Slovak Republic	6.4	12.1
Czech Republic	11.1	5.1
Hungary	16.1	9.4
Austria	14.4	4.2
Belgium	12.6	2.3
Denmark	10.8	4.7
Finland	21.5	6.9
France	18.2	4.8
Germany	16.9	5.4

Tab. 2: Produktivita v sektorech ekonomiky (růst produktivity práce za hodinu 1995-2003, průměrná procentuální roční míra růstu sektoru výroby ICT a Služeb ICT)

Zdroj: Groningen Growth and Development Centre, 60-Industry Database, October 2005, <http://www.ggdc.net>, vlastní výpočty.

4. Regionální aspekty nové ekonomiky

Z hlediska regionálních aspektů se tento článek zaměřuje na outsourcing, který je, spolu s klastry a globálními produkčními sítěmi, považován za jeden z nejdůležitějších aspektů.

V anglicky psané literatuře je outsourcing nejčastěji vymezen jako „akt přenesení některých opakujících se vnitřních činností organizace a práv rozhodovat na vnější poskytovatele, jak je vymezeno ve smlouvě“¹⁵². Nejčastěji je pojem outsourcing používán ve spojení s informačními službami – hovoříme tedy o outsourcingu informačních technologií, ale jeho prostřednictvím mohou být vykonávány i jiné činnosti.

Díky digitalizaci a komunikačním sítím, zejména pak internetu lze outsourcing provádět i na velké vzdálenosti. Takovým příkladem může být vývoj software nebo výkon administrativních činností zadaných podniky USA v Indii nebo Číně. Efekty související s využitím ICT tak rázem nabývají globálního významu.

Podle Stiglitz [8], nositele Nobelovy ceny za ekonomii za rok 2001, outsourcing společně s technologickými změnami snižuje náklady a zvyšuje produktivitu a tím i zisky. Na druhou stranu od roku 2001 místo toho, aby vzniklo v USA potřebných 4 – 6 milionů pracovních míst, více než dva miliony jich zanikly¹⁵³, protože podniky z rozvinutých zemí přesouvají výrobu do oblasti Asie¹⁵⁴.

Rapidní technologický pokrok v ICT umožnil také globalizaci služeb a zvýšil možnosti obchodu se službami a umožnil poskytovat tyto služby ze vzdálených lokalit, jelikož řada služeb umožněných rozvojem ICT nepotřebuje přímý kontakt s odběratelem. Důkazem je také stěhování se profesionálních služeb, bankovních a finančních služeb, logistiky, telefonních servisních středisek nebo on-line center. Tento nový trend bude zřejmě akcelarovat, a tak kromě ztráty pracovních míst tzv. modrých límečků dojdou stejného osudu v rámci masového přesunu služeb i límečky bílé.

Outsourcing jako jeden ze způsobů výkonu činností patří do sféry vlivu ICT na dané území – region. ICT zde přispívají dvojím způsobem, a to výrobou a jejich využitím ať už ve výrobě či ve službách. Využití ICT se díky jejich vzájemné propojenosti a síti World Wide Web projevuje i v jiných geografických regionech. Outsourcing je silně spjat s podniky a možnostmi přenést výkon svých činností na jiné ekonomické subjekty ať už ze stejného regionu nebo regionu jiných podle zvolených kritérií strategie daného podniku. v dnešní době se jedná především o nutnost snižovat náklady, což je jednou z podmínek udržení konkurenceschopnosti v rámci globální konkurence.

Význam outsourcingu je pro region zadavatele rozporuplný. Na jednu stranu může přinášet snižování nákladů ekonomickým subjektům tohoto regionu, což je bezesporu přínosem. Na druhou stranu může výkon určité činnosti v jiném regionu připravit o práci pracovníky regionu domácího a mít tak vliv na zaměstnanost, která je jedním z cílů hospodářské politiky.

Význam outsourcingu jako jednoho z faktorů regionálního rozvoje roste ve spojení s investicemi. Outsourcing díky možnému přílivu nových nabídek na výkon kontrahované

¹⁵² Např. GREAVER, M. F. Strategic Outsourcing: a Structured Approach to Outsourcing Decisions and Initiatives. New York : AMACOM, 1999. 314 s. ISBN 0-8144-0434-0

¹⁵³ Dle NASSCOMU [Národní sdružení softwarových a servisních společností] ušetřily americké finanční instituce v posledních čtyřech letech přesunem vybraných činností do Indie 6 miliard dolarů, což přispělo k vytvoření 125 tisíc pracovních míst v USA (americký pracovní trh představuje 130 milionů ekonomicky činných osob). Dále by v letech 2003-2004 měly USA získat díky využití indické informatiky a expertů na informační technologie 16,8 miliardy dolarů.

¹⁵⁴ Dnešní závody postavené v Asii nejsou žádné „sweatshopy“, ale moderní provozy, ve kterých je klimatizace a čisto a lze zde dosáhnout kvalitní produkce.

činnosti do regionu působí jako stimulátor investic, které pak ve svém důsledku vedou k naplňování veličin pětiúhelníku rozvoje.

Jedná se o různé druhy investic a jejich dopady, které zde budou uvedeny na příkladu. Daný podnik např. v USA chce prostřednictvím outsourcingu přenést např. výkon administrativní činnosti do Číny nebo Indie¹⁵⁵ (viz obr. 2).

Po vyhledání vhodného poskytovatele a podepsání smluv musí poskytovatel, nemá-li již takové vybavení sám investovat do hmotného majetku podniku (investice soukromého sektoru).

Podniky se však nacházejí v určité oblasti a nezbytnou podmínkou jejich fungování je existující a spolehlivě fungující infrastruktura. Jedná se především o silniční komunikace, elektrickou síť¹⁵⁶ a také informační síť, která je podmínkou nezbytnou pro přenos dat v rámci činností vykonávaných prostřednictvím outsourcingu. Zde se jedná především o investice místní správy doplněné investicemi soukromými, např. místní správy připravují průmyslové oblasti svých území, kam dále směřují investice na výstavbu podniků nebo provozů. První dva body souvisí s hmotnými investicemi do budov a kapitálového vybavení.

Další druh investic má nehmotnou podstatu, které je však neméně významná. v dnešní době, kdy je obvyklé nahrazovat kapitálové statky prací, i přesto roste význam kapitálu lidského jako nositele znalostí a tvůrce invencí, což je zdroj pro vznik inovací a s tím i hospodářského růstu. Jedná se o investice do vzdělání a školení pracovníků. v Indii a Číně je potřeba zvýšit gramotnost¹⁵⁷ venkovského obyvatelstva a znalost angličtiny. To je nezbytnou podmínkou pro výkon činnosti jako např. výkon administrativy nebo práce v call centrech. Dalším stupněm je výzkum a vývoj a to buď přenesený nebo dokonce vlastní, na který je potřeba odborníků s terciárním vzděláním. Do tohoto lze okrajově započítat i rozvoj talentů daného regionu, které jsou vyhledáni a vzděláváni v zahraničí, např. v USA nebo Velké Británii z prostředků zadavatelů outsourcingu.

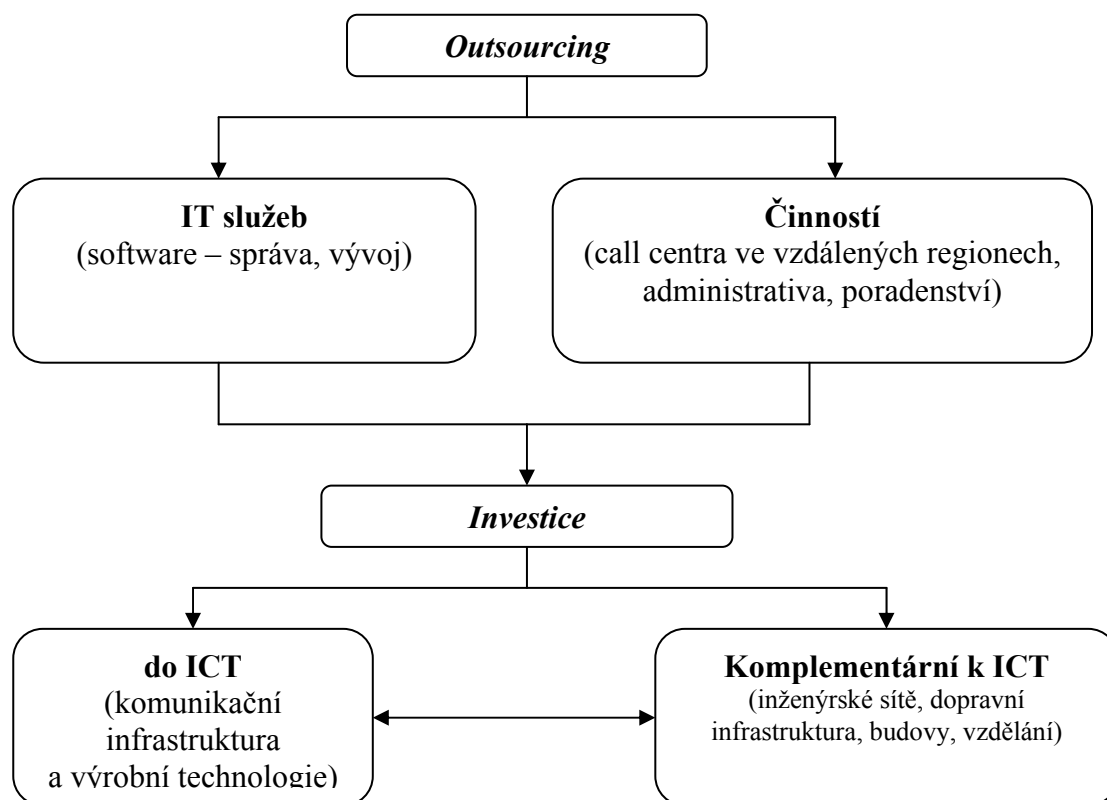
Do podniků v Indii nebo v Číně, které provádějí outsourcing jsou vysláni pracovníci zadavatelské společnosti, kteří zaškolují nové pracovníky nebo dohlížejí na efektivitu a kvalitu a včasnost prováděných prací, což je spojeno s dalšími soukromými investicemi buď zadavatelské společnosti nebo podniku z daného regionu. s pracovníky zadavatelské společnosti plynou do regionu také nové znalosti a je zkvalitňován domácí lidský kapitál. Přenos a využití tacitních znalostí je však obtížnější, protože záleží také na kontextu společenském a kulturním.

Dále je potřeba „investovat“ do právního prostředí daného regionu, které by mělo zajistit bezpečnost investic a také ochranu práv ať už lidských v rámci zavádění „demokratických“ prvků do totalitních režimů např. Číny ale také ochranu práv duševních jako jsou patenty a práva autorská.

¹⁵⁵ v roce 2005 měly přímé zahraniční investice do oblasti ICT přitékající do Číny hodnotu 21 miliard USD.

¹⁵⁶ Investoři vidí riziko Indii ve špatné infrastruktuře počínaje naprostým nedostatkem elektrického proudu (61% firem má vlastní zdroj energie vynucený průměrně 17 výpadky proudu oproti 4 v Číně), nerozvinutým silničním systémem až po výdaje na zdravotnictví, jež jsou oproti Číně třetinové. Problémy v infrastruktuře dokonce přinutily některé nadnárodní firmy k odchodu z Indie, jiné k dovozu komponent z Evropy či Číny.

¹⁵⁷ v Indii umí číst a psát pouze 61% obyvatel oproti 91% v Číně.



Obr. 2 Outsourcing jako prvek regionálního rozvoje

Zdroj: vlastní zpracování

Závěr

Nová ekonomika je sama o sobě poměrně složitý a dosud systematicky neprobádaný fenomén. Autor se svým přístupem snaží tento jev popsat a vymezit pravidla jeho fungování, což je patrné z definice nové ekonomiky a jejího následného stručného popsaní jejího fungování v uvedeném schématu. Toto schéma je pouze nástinem, který by měl být dopracován až do modelu nové ekonomiky.

Model by mohl simulovat dynamické chování a vzájemné interakce prvků tvořících novou ekonomiku. Na základě tohoto modelu bude možné lépe pochopit fungování nové ekonomiky jako celku, stejně jako důležitost ICT z hlediska ekonomických a regionálních aspektů ekonomiky.

Z hlediska regionálních aspektů je důležité, v rámci neustálé snahy snižovat náklady z důvodu globální konkurenceschopnosti, věnovat pozornost možné hrozbě úbytku pracovních míst v Evropě a USA a rostoucí nezaměstnanosti. Na druhou stranu outsourcing může být zdrojem pracovních příležitostí pro dynamicky se rozvíjející asijský region.

Seznam použité literatury:

- [1] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Praha. 2005. Dostupné z URL: <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vysvetleni_pojmu>.
- [2] DRACA, M. SADUN, R. REENEN J.V. *Productivity and ICT: a Review of the Evidence* in Discussion Paper no. 749. Centrum for economic performance, 2006. Dostupný na WWW: <<http://cep.lse.ac.uk/pubs/download/dp0749.pdf>>.
- [3] EUROPEAN COMMISSION. *Effects Of ICT Production On Aggregate Labour Productivity Growth*. Brusel:2006, Dostupný na WWW: <<http://ec.europa.eu/enterprise/ict/policy/doc/ict-prod-eff.pdf>>.
- [4] JANSEN, D. W. *The New Economy and Beyond Past, Present and Future*. Texas: Edward Edgar publishing, 2006. 224 s. ISBN 184-5-42544-8.
- [5] GREAVAR, M.F. *Strategic Outsourcing: a Structured Approach to Outsourcing Decisions and Initiatives*. New York : AMACOM, 1999. 314 s. ISBN 0-8144-0434-0.
- [6] GORDON, R.J. *Does the „New Economy“ Measure Up To The Great Inventions Of The Past?* in *NBER Working Paper series*, Nr. 7833, Dostupný na WWW: <<http://www.nber.org/papers/w7833>>.
- [7] LELEK, T. *Nová ekonomika a její pronikání do světových ekonomik (analýza a stav zkoumaného fenoménu)*. Pardubice: Univerzita Pardubice- FES, 2005. 112 s. Diplomová práce.
- [8] STIGLITZ, J.E. *Outsourcingem ke ztrátě zaměstnání*, IN *Ekonom*, Praha: *Ekonomia*, a.s., 2004, Roč. XLVIII, č. 21, s. 48. ISSN 1210-0714.

Kontaktní adresa:

Tomáš Lelek, Ing.
Ústav ekonomie
Fakulta ekonomicko-správní
Univerzita Pardubice
Studentská 84
53210 Pardubice
e-mail: tomas.lelek@upce.cz
telefonní spojení: 46603 6749

Měření spokojenosti klientů se službami veřejných knihoven: kritéria spokojenosti z pohledu teorie a praxe

Measurement of Clients' Satisfaction with Public Library Services:
the Satisfaction Criteria from the Point of View of Theory and Practice

Růžena Lukášová

Anotace

Průzkumy spokojenosti občanů/klientů představují významný nástroj získávání zpětné vazby ze strany veřejnosti a východisko pro cílené zlepšování veřejných služeb. Má-li měření spokojenosti občanů/klientů přinášet informace umožňující skutečné zlepšení, je třeba, aby měřicí nástroje, které jsou k danému účelu užívány, byly založeny na kritériích kvality služeb, které byly identifikovány z pohledu občanů /uživatelů daných služeb a zjištěny metodologicky správnými postupy. Příspěvek prezentuje výsledky dílčí části řešení grantového projektu GA 402/07/1486 „Měření spokojenosti občanů s veřejnými službami jako součást řízení kvality v organizacích veřejného sektoru“, zaměřené na identifikaci kritérií pro měření spokojenosti uživatelů veřejných knihoven.

Summary

Surveys of citizens' satisfaction represent an important technique for obtaining the feedback from the public and the starting point for goal-directed improvement of public services. Measurements of satisfaction of citizens may bring the information enabling the real improvement only if the measuring tools are based on knowledge of the key criteria of service quality, which has been identified from the point of view of citizens/ services users. The contribution presents the partial results of the project of the Czech Science Foundation no. 402/07/1486 "Measurement of Citizens' Satisfaction with Public Sector Services as Integral Part of Quality Management in Public Sector Organizations", the aim of which was to identify the key criteria for measurement of satisfaction of public libraries users.

Klíčová slova

Veřejné služby, kvalita služeb, měření spokojenosti

Keywords

Public services, service quality, measurement of satisfaction

Úvod

Průzkumy spokojenosti občanů představují významný nástroj získávání zpětné vazby ze strany veřejnosti a východisko pro cílené zlepšování veřejných služeb. Řada organizací veřejného sektoru proto v současnosti zavádí či již pravidelně realizuje dotazování svých klientů týkající se kvality poskytovaných služeb. Jednou z oblastí veřejných služeb, kde lze toto úsilí v posledních letech zaznamenat, jsou služby knihovnické.

Spokojenost zákazníka je většinou současných autorů definována jako subjektivní pocit, který vzniká na základě míry naplnění či nenaplnění očekávání zákazníka ve vztahu ke službě (viz např. Zeithaml, Parasuraman, 2004, Fogli, 2006 aj.). Je-li očekávání zákazníka kritériem, které determinuje, zda zákazník bude či nebude spokojen, pak znalost jeho očekávání ve vztahu ke službě se stává klíčovým východiskem pro měření spokojenosti zákazníka. Důležité jsou přitom dva aspekty daného problému, a to obsah očekávání a úroveň očekávání.

Obsah očekávání představují atributy kvality služby, které jsou pro zákazníka důležité. Jejich zjištění je proto důležitým východiskem pro tvorbu kvalitních nástrojů měření spokojenosti

zákazníků. Předmětem výzkumného zájmu autorů zabývajících se měřením a řízením kvality služeb je daná problematika od 80. let minulého století. Většina výzkumů však byla prováděna především v organizacích tržního sektoru, měření kvality veřejných služeb se do centra pozornosti teoretiků i praktiků dostává až v posledních cca 10 letech.

Výzkumy řady autorů jsou zaměřeny na odhalení obecných dimenzí, které by byly použitelné pro jakékoli služby (Parasuraman, Zeithaml a Berry, 1988, Nichols, Gilbert a Roslow, 1998, Olorunniwo, Hsu a Udo, 2006 aj.). Nejznámější a v literatuře nejcitovanější jsou přitom dimenze identifikované Parasuramanem, Zeithamlovou a Berrym (1988), na nichž je založen světoznámý nástroj k měření kvality služeb označovaný jako SERVQUAL: „fyzické podmínky“ (angl. tangibles, tj. prostředí, vybavení,...), „spolehlivost“ (angl. reliability, tj. schopnost poskytnout službu přesně a spolehlivě), „citlivost“ (angl. responsiveness, tj. ochota pomoci), „bezpečí“ (angl. assurance, tj. kompetence, zdvořilost, důvěryhodnost) a „empatie“ (angl. empathy, tj. pozornost a individuální péče věnovaná zákazníkovi). Někteří autoři jsou ovšem naopak toho názoru, že dimenze kvality služeb jsou závislé na typu a kontextu služby (Paulin a Perrien, 1996, in Yang, Jun a Peterson, 2004) a že je třeba identifikovat atributy služeb pro každou jednotlivou oblast služeb či alespoň pro podobné typy služeb.

Měření spokojenosti občanů s knihovnickými službami

Zahraniční autoři (Rowley, 2005) referují o tom, že nástroje, které jsou užívány v zahraničních knihovnách, jsou opřeny buď o model SERVQUAL nebo využívají dotazník LibQUAL, popř. že si knihovny vytvářejí vlastní dotazníky zaměřené na postižení specifických podmínek dané knihovny.

Metoda LibQUAL, která byla vyvinuta na základě iniciativy amerického sdružení Association of Research Libraries, je modifikací metody SERVQUAL. Spokojenost uživatelů knihoven měří prostřednictvím tří dimenzí: přístup k informacím, knihovna jako místo a dojem ze služby. „Přístupem k informacím“ (angl. information control) se rozumí existence relevantních informačních zdrojů, možnost tisku, vhodná otevírací doba apod. Dimenze „knihovna jako místo“ (angl. library as place) zahrnuje klid, pohodlí, možnost týmového učení v knihovně atd. a dimenze „dojem ze služby“ (angl. affect of service) se týká především chování pracovníků knihovny – zahrnuje připravenost odpovídat na otázky, ochotu pomoci, poskytování individuální pozornosti, porozumění potřebám klientů apod..

V České republice byla spokojenost uživatelů se službami knihoven dosud zjišťována prostřednictvím nástrojů, které byly vytvořeny z individuální iniciativy a pro potřeby jednotlivých knihoven. v zájmu možnosti srovnávat knihovny mezi sebou uvažují ovšem pracovníci knihoven o zavedení jednotného nástroje. Jako nejvhodnější byl vyhodnocen nástroj LibQUAL, ale po zvážení specifčnosti českých podmínek a finančních nákladů spojených s užíváním této metody se pracovní skupina, která se daným problémem zabývala, rozhodla pro zpracování vlastní metodiky (Richter, Pillerová, 2007). Při zpracování dotazníku vytvořili autoři kombinaci otázek, které vycházejí z doporučení UNESCO a z metody LibQUAL a tuto kombinaci doplnili o otázky, které odpovídají českému prostředí. Dotazník tak zahrnuje (mimo otázky na celkovou spokojenost a identifikačních otázek) 6 tematických bloků (Richter, Pillerová, 2007): hodnocení knihovnických a informačních služeb z hlediska nabídky a podmínek, hodnocení obsahu knihovnických fondů a elektronických informačních zdrojů, hodnocení internetových stránek a prostředí databází, hodnocení tištěných informačních materiálů a podpory informační gramotnosti uživatelů, hodnocení prostředí pro

studium, technického vybavení a sociálního zázemí a hodnocení pracovníků knihovny z hlediska důvěry, korektnosti, pohotovosti při řešení problémů a odborné kvalifikace. Zmíněný dotazník byl na přelomu let 2006 – 2007 testován v Národní knihovně ČR a předpokládá se, že metoda by mohla být využívána i v ostatních českých knihovnách. Otázkou ovšem je, zda klienti jednotlivých typů knihoven nemají odlišná očekávání ve vztahu ke knihovnickým službám a zda použití daného nástroje je např. pro městské knihovny zcela relevantní. Identifikace kritérií spokojenosti klientů jednotlivých typů knihoven se proto jeví velmi aktuální.

Cíl výzkumu

Má-li měření spokojenosti zákazníků s poskytnutými službami přinášet takovou informaci, která by byla přínosná pro skutečné zlepšení služeb (tj. takové zlepšení, které povede k dosahování spokojenosti zákazníků), je třeba, aby byly měřicí nástroje založeny na kritériích kvality služeb identifikovaných z pohledu zákazníků. Cílem dílčí studie, která byla provedena týmem pracovníků Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity v Brně v rámci řešení projektu GA 402/07/1486 „Měření spokojenosti občanů s veřejnými službami jako součást řízení kvality v organizacích veřejného sektoru“ bylo identifikovat kritéria kvality služeb městských knihoven, a to z pohledu klientů těchto knihoven.

Použitá metoda a postup výzkumu

Pro dosažení výzkumného cíle byl použit kvalitativní výzkumný postup. Sběr výzkumných dat byl proveden prostřednictvím metody kritických událostí jako metody, která umožňuje zachytit myšlení a prožívání klientů ve vztahu ke službě a identifikovat očekávání/kritéria spokojenosti, která jsou u klientů s poskytováním zkoumané služby spojena.

Kritickou událostí se rozumí specifický příklad poskytnutí služby, který je spojen buď s pozitivní nebo s negativní zkušeností klienta. Pozitivní příklad zahrnuje takové charakteristiky služby, se kterými by se chtěl klient setkat vždy, když je mu služba poskytována, zatímco negativní příklad popisuje negativní zkušenost, která vedla k nespokojenosti klienta a se kterou by se klient již při poskytování služby setkat nechtěl (Hayes, 1998).

Za účelem získání kritických událostí z prostředí městských knihoven byly provedeny individuální rozhovory s náhodně vybranými návštěvníky knihoven. Úkolem respondenta bylo vybavit si několik situací (zkušeností), které zažil v knihovně, kdy byl se službami knihovny velmi spokojen, a poté si vybavit několik situací, kdy naopak se službami knihovny spokojen nebyl.

Má-li kritická událost přinést informaci, potřebnou pro identifikaci kritérií spokojenosti, musí splňovat dvě charakteristiky (Hayes, 1998): musí být specifická (tj. musí být zcela konkrétní) a musí být formulována v behaviorálních termínech (musí jít o povyprávěný zážitek) či s použitím specifických adjektiv. Pokud tedy respondenti odpovídali nekonkrétně a vágně, byly jim tazatelem položeny dodatečné dotazy.

Jako příklad kritické události můžeme uvést následující výroky:

1. U obslužného pultu jsem dlouho nečekal
2. Do knihovny si nelze vzít pití pro dítě.
3. Paní knihovnice mi pomohla příslušnou knihu vyhledat.

Dotazováno bylo celkem 35 návštěvníků tří městských knihoven, dotazovaní respondenti byli různého věku a vzdělání. Odpovědi respondentů byly zaznamenány prostřednictvím audiozáznamu a později přepsány do písemné podoby.

Písemný zápis rozhovorů byl analyzován a odpovědi respondentů byly příslušným způsobem kategorizovány. Po provedení kategorizace byla každá z identifikovaných kategorií označena

názvem. Tímto způsobem byl získán seznam obecných atributů služby, jejichž naplnění je klíčové pro subjektivní prožitek spokojenosti/nespokojenosti u klientů městských knihoven.

Výzkumné výsledky

V odpovědích respondentů na dotazy týkající se pozitivních a negativních zkušeností s knihovnou se objevovaly dva základní typy odpovědí: odpovědi specifikující obsah poskytovaných služeb (co) a odpovědi specifikující způsob poskytování služeb (jak). Identifikované kategorie zahrnují oba tyto aspekty.

Výčet hlavních kategorií kritérií spokojenosti, které byly identifikovány výše popsaným způsobem, zahrnuje následující aspekty poskytování knihovnických služeb:

Obsah služby

- Knihovní fond
- Kulturní a vzdělávací akce

Způsob poskytování služby

- Dostupnost služby
- Prostředí, ve kterém je služba poskytována
- Organizace poskytování služby
- Doprovodné služby
- Personál knihovny
- Spolehlivost služeb

Bližší specifikaci podkategorií uvádí tabulka 1.

Tabulka 1 Kategorie a podkategorie kritérií spokojenosti se službami městských knihoven.

Kategorie	Podkategorie
Obsah služby – knihovní fond	Šíře výběru
	Aktuálnost
	Dostatečný počet kusů
Obsah služby – kulturní a vzdělávací akce	Zajímavost a nápaditost akcí
	Množství akcí
Dostupnost knihovny pro čtenáře	Poloha knihovny
	Otevírací doba
	Ceny
Prostředí knihovny	Čistota, hygiena
	Vzhled interiéru (atmosféra)
	Pohodlnost
	Teplota
	Klid
Organizace poskytování služby	Orientace v knihovně
	Rychlost poskytování služeb/čekací doby
	Elektronická komunikace se čtenáři
	Výpůjční doba

Doprovodné služby	Dostupnost a výběr občerstvení Hlídaní dětí (dětský koutek)
Personál knihovny	Chování (poradí, pomohou při vyhledávání, respektují potřebu zeptat se a ochotně poskytují informace, věnují klientům čas, mají snahu vyhovět specifickým požadavkům) Způsob komunikace (usmívají se, hovoří vlídným a ochotným tónem, projevují pochopení) Osobní přístup (pamatují si stále a časté zákazníky, jsou ochotni pohovořit si o obsahu knihy)
Spolehlivost	Míra chyb/nedbalý výkon Plnění/neplnění slibů

Kategorie, které jsou uvedeny v tabulce 1, jsou kategoriemi charakteristik služeb městských knihoven, které byly identifikovány prostřednictvím metody kritických událostí a které představují na jedné straně očekávání klientů ve vztahu ke službám městských knihoven, na druhé straně pak potenciální kritéria hodnocení kvality těchto služeb. Uvedené kategorie kritérií mohou tedy být využity jako základ pro tvorbu dotazníku určeného k měření spokojenosti občanů se službami městských knihoven.

Aby ovšem byl vytvořen nástroj, který by splňoval základní psychometrické parametry, je třeba, aby na základě získaných kvalitativních dat byly zvoleny položky pilotní verze dotazníku, aby byl proveden sběr dat a data byla podrobena příslušné statistické analýze, umožňující identifikovat obecnější dimenze hodnocení kvality knihovnických služeb a otázky, které jsou pro jednotlivé dimenze klíčové. Provedení příslušných výzkumných kroků je cílem další fáze výzkumného projektu.

Diskuse

Vzhledem k tomu, že v českém prostředí nebyly bohužel empirické výzkumy kritérií kvality knihovnických služeb (z pohledu klientů knihoven) dosud prováděny, můžeme kritéria kvality služeb, která byla identifikována výše popsaným způsobem, srovnat pouze s několika málo výsledky výzkumů publikovanými v zahraniční literatuře a dále s kritérii kvality služeb, které byly použity při měření spokojenosti klientů Národní knihovny ČR.

Problémem je, že v zahraniční odborné literatuře byly vesměs publikovány dimenze hodnocení kvality služeb, které byly získány statistickými postupy (s využitím faktorové analýzy), zatímco výsledky prezentované v tomto příspěvku představují výstup z první, kvalitativní fáze výzkumného projektu. Srovnávání se statisticky extrahovanými dimenzemi se tedy nejvíce zcela korektní, proto je třeba chápat ho jako pouze orientační.

Ze statisticky extrahovaných dimenzí knihovnických služeb publikovaných v literatuře lze uvést seznam dimenzí Garlanda a Westbrooka (1989), který zahrnuje 4 dimenze: fyzické prostředí (pohodlný nábytek, čistota, teplota, klid), sociální prostředí (dominantním indikátorem dané dimenze je atmosféra v knihovně), poskytovatelé služeb (dominantním

indikátorem je ochota knihovníků) a organizace služeb (způsob půjčování knih, rezervační služba,...). Dimenze byly identifikovány prostřednictvím výzkumu provedeného v knihovně, která je umístěna v budově univerzity a slouží jak studentům, tak široké veřejnosti. Výše zmíněná metoda LibQUAL měří spokojenost klientů prostřednictvím tří dimenzí: přístup k informacím, knihovna jako místo, dojem ze služby. Dimenze extrahované v rámci obou výzkumů jsou na vyšší úrovni obecnosti než jsou kategorie identifikované kvalitativní cestou. v zásadě se dá ale konstatovat, že kvalitativní data s naznačenými dimenzemi korespondují.

Relativně srovnatelné s výsledky prezentovaného výzkumu jsou „komponenty kvality“, publikované Snojem a Petermanecem (2001). Identifikovány byly na základě individuálních rozhovorů provedených se studenty Fakulty ekonomiky a managementu University v Mariboru. Autoři uvádějí pět komponent: fyzické prostředí, vybavení a informační technologie, knihovní fond, informační a knihovnické služby a personál knihovny. Uvedené dimenze rovněž korespondují s výsledky prezentované studie, ovšem s tím, že větší důraz je kladen na informační technologie. Příčinou této skutečnosti je patrně fakt, že v případě citovaného výzkumu se jednalo o univerzitní knihovnu, zatímco výzkum, jehož výsledky jsou prezentovány v tomto příspěvku, se týká knihoven městských, které mají v ČR funkci informační, vzdělávací a kulturní.

Srovnání identifikovaných kategorií s kritérii kvality služeb, které byly použity při měření spokojenosti klientů Národní knihovny ČR, poskytuje tabulka 2.

Tabulka 2 Porovnání kritérií kvality knihovnických služeb identifikovaných u městských knihoven s oblastmi hodnocení kvality služeb používanými Národní knihovnou ČR

Oblasti hodnocení z pohledu klientů městských knihoven	Specifikace	Oblasti hodnocení NK ČR	Specifikace
		Hodnocení knihovnických a informačních služeb z hlediska nabídky a podmínek (obecně)	Výpůjční služby, meziknihovní služby, kopírovací služby, rešeršní služby, přístup k internetu
Obsah služby - knihovní fondy	Šíře výběru Aktuálnost Dostatečný počet kusů (knihy, časopisy, CD)	Hodnocení obsahu knihovních fondů a elektronických informačních zdrojů	Domácí produkce knih a časopisů Knihy ze zahraniční produkce Zahraníční tištěné časopisy Elektronické informační zdroje
		Hodnocení internetových stránek a prostředí databází	Zda internetové stránky umožňují samostatné hledání Zda je prostředí databází přívětivé
		Hodnocení tištěných	Zda letáky pomáhají

		informačních letáků a podpory informační gramotnosti uživatelů	při práci v knihovně Jak tištěné informační letáky pomáhají Zda knihovna pomáhá získávat dovednosti, které uživatelé potřebují ke své práci nebo studiu
Obsah kulturní a osvětové akce	– Zajímavost a nápaditost akcí Množství akcí		
Dostupnost knihovny pro čtenáře	Poloha knihovny Otevírací doba Ceny		
Prostředí knihovny	Čistota, hygiena Vzhled interiéru (atmosféra) Pohodlnost Teplota Klid	Prostředí pro studium, technické vybavení a sociální zázemí	Zda jsou prostory knihovny pohodlné Zda je klient spokojen se sociálním zázemím knihovny (oddechové prostory, WC)
Organizace poskytování služby	Orientace v knihovně Rychlost poskytování služeb/čekací doby Elektronická komunikace se čtenáři Výpůjční doba		
Doprovodné služby	Dostupnost a výběr občerstvení Hlídní dětí (dětský koutek)		
Personál knihovny	<u>Chování</u> (poradí, pomohou při vyhledávání, respektují potřebu zeptat se a ochotně poskytují informace, věnují klientům čas, mají snahu vyhovět specifickým	Hodnocení pracovníků knihovny	Zda klienti pracovníkům důvěřují Zda jsou pracovníci ke klientům korektní Zda jsou pracovníci schopni pohotově zvládat problémy,

	požadavkům)	se kterými se na ně klienti obrací
	<u>Způsob komunikace</u> (usmívají se, hovoří vlídným a ochotným tónem, projevují pochopení)	Zda mají pracovníci knihovny dostatečnou odbornou úroveň
	<u>Osobní přístup</u> (pamatují si stále a časté zákazníky, jsou ochotni pohovořit si o obsahu knihy)	
Spolehlivost	Míra chyb/nedbalý výkon Plnění/neplnění slibů	

Jak je ze srovnání patrné, v řadě oblastí hodnocení kvality služeb se dotazník Národní knihovny ČR shoduje s výsledky prezentovaného výzkumu. Odlišnost hodnotících kritérií je zřejmá především v následujících směrech:

- hodnocení NK ČR je ve větší míře zaměřeno na obsah služeb (co) než na způsob poskytování služby (jak), zatímco čtenáři městských knihoven se ve svých odpovědích soustředili ve vyšší míře na způsob poskytování služeb
- hodnocení NK ČR zahrnuje hodnocení elektronických informačních zdrojů, internetových stránek, databází a informačních letáků (z pohledu obsahu služeb), zatímco klienti městských knihoven se v souvislosti s elektronickými službami zmiňovali pouze o elektronické komunikaci se čtenáři (možnost rezervace knih prostřednictvím internetu, upomínání prostřednictvím e-mailové pošty apod.)
- podkategorie kritérií týkající se personálu knihovny jsou u klientů městských knihoven zaměřeny více na vstřícnost, ochotu a způsob komunikace s klienty, zatímco kritéria hodnocení používaná NK ČR ve větší míře akcentují odbornost a důvěryhodnost pracovníků.

Srovnání naznačuje, že kritéria hodnocení kvality služeb jsou z pohledu klientů městských knihoven a z pohledu tvůrců dotazníku NK ČR v určité míře odlišná. I když přihlédneme k tomu, že tvorba dotazníku NK ČR byla opřena o doporučení UNESCO a metodu LibQUAL, přece jen se zdá, že úhel pohledu pracovníků a klientů je poznamenán pozicí ve vztahu ke službám.

Závěr

Měření spokojenosti klientů s knihovnickými službami je důležitým krokem na cestě ke zlepšování daného typu veřejných služeb. Má-li být zlepšování účinné, je třeba, aby měřicí nástroje, které jsou k měření spokojenosti klientů s danými službami užívány, byly založeny na kritériích kvality služeb identifikovaných z pohledu klientů. Výzkumné výsledky, prezentované v této studii, byly získány prostřednictvím kvalitativního výzkumného postupu a představují první krok na cestě k identifikaci kritérií kvality z pohledu klientů veřejných knihoven.

Použitá literatura

- FOGLI, L. (ed.) *Customer Service Delivery. Research and Best Practices*. San Francisco: Jossey-Bass 2006. ISBN 0-7879-7620-2.
- GARLAND, B. C., WESTBROOK, R. A. An Exploration of Client Satisfaction in a Nonprofit Context. *Journal of Academy of Marketing Science*, 1989, no. 17, pp. 277 – 285.
- HAYES, B. E. *Measuring Customer Satisfaction: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods*. Mielwaukee: ASQ Quality Press, 1998. ISBN 0-87389-362-X.
- NICHOLLS, J. A. F., GILBERT, R. G., ROSLOW, S. Parsimonious Measurement of Customer Satisfaction with Personal Service and the Service Setting. *The Journal of Consumer Marketing*, , 1998, vol. 15, no. 3, pg. 239.
- OLORUNNIWO, F., HSU, M. K., UDO, G. J. Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Service Factory. *Journal of Services Marketing*, 2006, vol. 2, no. 1, pp. 59 – 72.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L. SERVQUAL: a Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions on Service Quality”. *Journal of Retailing*, 1988, vol. 64, no. 1, pp. 12 – 40.
- RICHTER, V., PILLEROVÁ, V. Měření spokojenosti uživatelů knihovny. Výsledky průzkumu uživatelů Národní knihovny ČR. *Knihovna*, 2007, roč. 18, č. 1, s. 77 – 98.
- ROWLEY, J. Making Sense of the Quality Maze: Perspectives for Public and Academic Libraries. *Library Management*, 2005, vol. 26, no. 8/9, pp. 508 – 518.
- YANG, Z., JUN, M., PETERSON, R. T. Measuring Customer Perceived Online Service Quality. Scale Development and Managerial Implications. *International Journal of Operations & Production Management*, 2004, vol. 24, no. 11/12, pp. 1149 – 1171.
- ZEITHAML, V., A., PARASURAMAN, A. *Service Quality*. Cambridge: Marketing Science Institute, 2004. ISBN 0-965-7114-3-9.

Kontaktní adresa

Růžena Lukášová, doc. PhDr. CSc., Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, Lipová 41a, 602 00 Brno, tel. 54949 5808, fax 54949 1720, e-mail: lukasovar@econ.muni.cz

Empirický pohled na tradiční determinanty devizového kurzu v ČR

Traditional determinants of exchange rate in the Czech Republic – Empirical look

Aleš Melecký

Anotace:

Poznání determinantů devizového kurzu je důležité nejen pro politicko-ekonomická rozhodnutí, ale může sloužit také jako konkrétní doplnění tradičních učebnicových výkladů uváděných v obecné rovině. Tento článek se věnuje vztahu povětšinou tradičních makroekonomických ukazatelů a devizového kurzu v rámci České republiky. Poznání těchto vztahů probíhá ve dvou rovinách. v první části příspěvku je aplikována komplexní korelační analýza časových řad s cílem zachytit krátkodobé izolované vazby mezi jednotlivými veličinami a devizovým kurzem. v druhé části je provedena kointegrační analýza mající za úkol zachytit dlouhodobé a kombinované vazby. Metodika kointegrační analýzy je doplněna o model vektorové korekce chyb, který umožňuje zachytit proces dynamického přizpůsobování. Výsledky potvrzují existenci předpokládaných vazeb a odhalují různé časové posuny a sílu vazeb mezi jednotlivými ukazateli a devizovým kurzem.

Klíčová slova:

Měnový kurz, korelační analýza, kointegrační analýza, determinanty, Česká republika, makroekonomické ukazatele

Summary:

Understanding determinants of exchange rate can help us to make policy decisions but also with general traditional explanation during economy lessons. This article deals with relationship between traditional determinants of exchange rate and exchange rate in the Czech Republic. In first part of empirical analysis is used correlation analysis to examine short isolated relationship between determinants and exchange rate. Second part is focused on cointegration tests and vector error correction model, which shows dynamic movement. Results of the analysis confirm existence of links (shows time displacement a importance) between determinants and exchange rate.

Keywords:

Exchange rate, correlation analysis, cointegration analysis, determinants, Czech Republic, macroeconomic indicators

Úvod

Mezi hlavní úkoly hospodářské politiky v transformujících se zemích patří nalezení určité nominální „kotvy“. v úvahu přichází některý z měnových agregátů nebo měnový kurz případně jejich kombinace. v České republice bylo po spekulativním útoku na korunu v květnu 1997 definitivně opuštěno od fixního měnového kurzu a přešlo se s určitými omezeními ke kurzu plovoucímu. Tento krok znamenal změnu v koncepci měnové politiky a mimo jiné také přechod ke strategii cílování inflace.

Cílem tohoto článku je empirický pohled na vztah vybraných determinantů měnového kurzu s kurzy koruny k euru a koruny k dolaru, které jsou standardně uváděny v literatuře. Pomocí metod korelační analýzy a kointegrační analýzy budou zkoumány krátkodobé izolované i dlouhodobé kombinované vazby, dále bude analýza doplněna o model vektorové korekce chyb VECM popisující proces návratu k dlouhodobě rovnovážnému vývoji. Výše zmíněná metodika byla úspěšně aplikována již v předchozích studiích viz např. Macháček a Melecký (2007). Výsledky výše zmíněných odhadů mohou být využity jednak pro názorné příklady při výuce měnových kurzů, ale např. také pro následné zkoumání problematiky měnových krizí viz. např. Helísek (2004) či Pazour (2006), kde je ovšem využita jiná metodika v podobě systému včasného varování vycházejícího z identifikace překročení prahových hodnot a následně navazujícího dynamického modelu. Tento článek vznikl za finanční podpory Grantové agentury České republiky v rámci projektu: „Podpora modelování finančních veličin, analýza finančních trhů“ GA 402/08/1237.

1. Vstupní data a použité metody

Vzhledem k dostupnosti dat a potřebě získat dostatečně velký počet pozorování byly zvoleny měsíční časové řady zachycující vývoj kurzů CZK/EUR, CZK/USD a jejich determinantů – devizové rezervy (DEV_REZ), export (DEXP), import (DIMP), inflace (PI) vypočtená z indexu spotřebitelských cen CPI, široce definovaný peněžní agregát (M - broad money), akciový index PX50 a jednoměsíční úrokové sazby (UROK1M). Data byla čerpána z databáze ARAD ČNB a z databáze OECD, kde se podařilo získat časové řady od ledna 1999 do srpna 2008 s výjimkou široce definovaného peněžního agregátu (broad money), u kterého končí časová řada již v lednu 2008. Před samotnými odhady byla data upravena formou převodu na difference, čili např. $\Delta M_1 = \frac{M_1 - M_0}{M_0}$. Sledujeme tedy dopady změn

jednotlivých veličin na změny devizového kurzu. Jako vysvětlované kurzy byly zvoleny kurzy ke dvěma nejvýznamnějším měnám z pohledu ČR tzn. k dolaru a euru.

V první fázi jsou dané ukazatele použity jako vstupy pro párovou korelační analýzu. Difference determinantů devizového kurzu koreluje nejdříve s differencemi kurzu koruny k euru a poté s kurzem koruny k dolaru a to v období t-12 až t+12, což by měla být dostatečně dlouhá zpoždění k zachycení správných vazeb. Podle výsledků korelační analýzy následně určíme, zda je daná veličina ve vztahu k příslušnému měnovému kurzu procyklická, kontracyklická či acyklická. Totéž pak platí pro sledování tzv. fázového posunu a zařazení veličiny mezi indikátory předstihové, opoždující se, resp. koincidentní. Poté platí, že je-li hodnota korelačního koeficientu pro období t kladná, záporná či nulová, je dotčená veličina pro-, kontra-, acyklická. Rovněž lze usuzovat, že je-li absolutní hodnota korelačního koeficientu nejvyšší pro období +t, -t, t, je dotčená veličina opoždující se o t, předstihová o t, resp. koincidentní (viz. Serletis a Krause, 1996). Předstihové veličiny pro- nebo

kontracyklické mohou v principu pomáhat prognózovat budoucí vývoj analyzovaného měnového kurzu.

V druhé části je na časových řadách ukazatelů provedena kointegrační analýza za pomoci ekonometrického softwaru Eviews. Vychází se přitom z Johansenova multivariantního přístupu VAR (vektorové autoregrese) popsaného např. v učebnici Arlta a Arltové (2007). Tento přístup je upřednostněn před jednorovnicovým přístupem Engla a Grangera, a to z důvodu možné existence vícenásobných dlouhodobých rovnovážných vztahů mezi sledovanými ukazateli. Již při zpracovávání předběžné studie se ukázalo, že časové řady dotčených ukazatelů vykazují integraci prvního řádu. Proto má smysl hledat v souboru dat kointegrační vektor (vektory). Je k tomu využito Johansenova kointegračního testu, jenž je v softwarovém produktu Eviews zabudován. Výsledky předběžného testu ukazují na existenci 2-5 kointegračních vektorů. Pro větší názornost a snadnější interpretaci budou uvedeny v plné verzi pouze výsledky s použitím jednoho kointegračního vektoru a zpožděním v délce 1 období (dvou v případě VECM). Spolu s odhadem kointegračního vektoru získáme díky použité technice i model vektorové korekce chyby (VECM). Ten, jak známo, umožňuje rozlišit mezi krátkodobými a dlouhodobými vazbami časových řad. Postupujeme tím způsobem, že do VECM zahrnujeme všechny ukazatele, jejichž souvislost s ukazateli devizového kurzu zkoumáme. Díky měsíční frekvenci dat se dostáváme k poměrně slušnému počtu pozorování (100 a více pozorování podle počtu kointegračních vektorů a délky zahrnutého zpoždění). Vzájemnou závislost vstupních dat v období t shrnuje tabulka 1.

Tabulka 1: Základní korelační charakteristika vstupních dat

	CZK_EUR	CZK_USD	DEV_REZ	DEXP	DIMP	PI	M	PX50	UROK1M
CZK_EUR	1.0000	0.5631	0.2112	0.0481	-0.0075	-0.1963	-0.0996	-0.0644	-0.2395
CZK_USD	0.5631	1.0000	0.2100	0.0910	0.0350	-0.1468	-0.0146	-0.0376	-0.1836
DEV_REZ	0.2112	0.2100	1.0000	-0.0684	-0.0122	-0.1325	-0.2282	-0.0548	-0.2670
DEXP	0.0481	0.0910	-0.0684	1.0000	0.4553	-0.0471	0.0230	-0.0798	0.0480
DIMP	-0.0075	0.0350	-0.0122	0.4553	1.0000	-0.0436	0.1470	0.0189	-0.0154
PI	-0.1963	-0.1468	-0.1325	-0.0471	-0.0436	1.0000	0.0295	-0.1056	0.1958
M	-0.0996	-0.0146	-0.2282	0.0230	0.1470	0.0295	1.0000	-0.1976	0.0234
PX50	-0.0644	-0.0376	-0.0548	-0.0798	0.0189	-0.1056	-0.1976	1.0000	-0.0519
UROK1M	-0.2395	-0.1836	-0.2670	0.0480	-0.0154	0.1958	0.0234	-0.0519	1.0000

2. Přehled empirických výsledků a stručný komentář

Následující tabulky ve stručnosti shrnují výsledky provedené korelační analýzy. Ve výpočtu byly difference determinantů devizového kurzu korelovány nejdříve s difference kurzu koruny k euru a poté s kurzem koruny k dolaru a to v období $t-12$ až $t+12$ (tzn. \pm jeden rok), což by měla být dostatečně dlouhá doba k zachycení správných vazeb. Byly použity výše popsané časové řady z období od ledna 1999 do srpna 2008 s výjimkou ukazatele širokých peněz (broad money), u kterého končí časová řada již v lednu 2008.

Tabulka 2: Výsledky korelační analýzy (CZK/EUR)

ukazatel	vzhledem ke kurzu CZK/EUR		
	předstihový o	zpožděný o	koincidentní
devizové rezervy		1M (0.3442)	
export	1M (0.3089)		
import	1M (0.3623)		
široké peníze		10M (-0.2137)	
inflace		6M (-0.2070)	
PX50	3M (2504)		
úroková míra			0M (-0.2617)

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v tabulce je vždy uveden počet měsíců, o kterou daný ukazatel předbíhá či se opoždíje
oproti vývoji kurzu a v kulaté závorce je uvedena hodnota příslušného korelačního
koeficientu. Znaménko tohoto koeficientu udává, zda je daná veličina procyklická (kladná
hodnota) nebo kontracyklická (záporná hodnota).

Tabulka 3: Výsledky korelační analýzy (CZK/USD)

ukazatel	vzhledem ke kurzu CZK/USD		
	předstihový o	zpožděný o	koincidentní
devizové rezervy		1M (0.3443)	
export	1M (0.2930)		
import	1M (0.2350)		
široké peníze		1M (0.1953)	
inflace		12M (-0.1829)	
PX50		7M (0.1917)	
úroková míra			1M (-0.2867)

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v tabulce je vždy uveden počet měsíců, o kterou daný ukazatel předbíhá či se opoždíje
oproti vývoji kurzu a v kulaté závorce je uvedena hodnota příslušného korelačního
koeficientu. Znaménko tohoto koeficientu udává, zda je daná veličina procyklická (kladná
hodnota) nebo kontracyklická (záporná hodnota).

Jak lze vyčíst s tabulek nelze u některých ukazatelů obecně stanovit jejich charakter, respektive se výsledky liší podle typu zahrnutého měnového kurzu. Pouze u devizových rezerv, exportu a importu byly potvrzeny všechny obecné charakteristiky. z tohoto důvodu je dále přikročeno k sofistikovanější metodě v podobě kointegrační analýzy.

Johansonův kointegrační test zachytil v datech možnou přítomnost dvou až pěti kointegračních vektorů. Avšak protože při počtu zohledňovaných vektorů větším než jeden dochází ke zhoršení interpretovatelnosti zjištění, soustředujeme dále svou pozornost pouze na jediný kointegrační vektor.

V tabulkách s výsledky dílčích experimentů jsou u každé jednotlivé vazby pod sebou zachyceny odpovídající koeficient, dále směrodatná odchylka a výsledek t-testu. Byly použity časové řady od ledna 1999 do srpna 2008 s výjimkou ukazatele širokých peněz (broad money), u kterého končí časová řada již v lednu 2008.

Tabulka 4: Výsledný kointegrační vektor CZK/EUR

Cointegrating Eq:	CointEq1
CZK_EUR(-1)	1
DEV_REZ(-1)	0.03902 (0.2826) [0.1381]
DEXP(-1)	2.3918 (0.3442) [6.9494]
DIMP(-1)	-2.2531 (0.2311) [-9.7488]
M(-1)	-2.7539 1.2093 [-2.2772]
PI(-1)	0.1967 (1.5679) [0.1255]
PX50(-1)	-0.1416 (0.1313) [-1.07827]
UROK1M(-1)	-0.02945 (0.1453) [-0.2026]
C	2.8133

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v kulatých závorkách jsou uvedeny standardní odchylky v hranatých závorkách jsou uvedeny výsledky t testů.

Z výsledků odhadu kointegračního vektoru v tabulce 4 pro zahrnutý kurz CZK/EUR vyplývá, že nejvyšší váhu při určování změn měnového kurzu mají ukazatele změny exportu, importu a změny množství peněz v oběhu. Tento výsledek není vzhledem k vysokému stupni otevřenosti České republiky nijak překvapivý. Tabulka 5 zachycuje model vektorové korekce chyb vztahující se ke zmiňovanému vektoru. z důvodu rozsahu je zde použito nastavení

zpoždění v délce dvou období. Pro úplnost je třeba uvést, že zapojením většího počtu zpožděných proměnných či více kointegračních vektorů je možno dosáhnout statisticky přesnějších výsledku. Např. při použití jednoho kointegračního vektoru a zpoždění v řádu 6 období stoupne koeficient determinace na 0,7929.

Tabulka 5: Výsledky VECM CZK/EUR

Error Correction: D(CZK_EUR)			
CointEq1	-0.0150 (0.02496) [-0.6018]	D(M(-1))	0.2493 (0.1488) [1.6752]
D(CZK_EUR(-1))	-0.4809 (0.1138) [-4.2264]	D(M(-2))	0.2352 (0.16428) [1.4319]
D(CZK_EUR(-2))	-0.1592 (0.0934) [-1.7050]	D(PI(-1))	-0.0850 (0.1877) [-0.4525]
D(DEV_REZ(-1))	0.1000 (0.0309) [3.2311]	D(PI(-2))	-0.1722 (0.1867) [-0.9227]
D(DEV_REZ(-2))	-0.0371 (0.0342) [-1.0841]	D(PX50(-1))	-0.0395 (0.0187) [-2.1102]
D(DEXP(-1))	-0.0078 (0.0537) [-0.1457]	D(PX50(-2))	-0.0050 (0.0195) [-0.2588]
D(DEXP(-2))	-0.0759 (0.043) [-1.7658]	D(UROK1M(-1))	0.0028 (0.0291) [0.0977]
D(DIMP(-1))	-0.0305 (0.041) [-0.7430]	D(UROK1M(-2))	0.0251 (0.0288) [0.8688]
D(DIMP(-2))	-0.0128 (0.0200) [-0.6392]	C	-0.0554 (0.1068) [-0.5191]
R-squared 0.53018			

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v kulatých závorkách jsou uvedeny standardní odchylky v hranatých závorkách jsou uvedeny výsledky t testů.

Tabulka 6: Výsledný kointegrační vektor CZK/USD

Cointegrating Eq:	CointEq1
CZK_USD(-1)	1
DEV_REZ(-1)	-0.7350 (0.8824) [-0.8330]
DEXP(-1)	7.3641 (1.0786) [6.8272]
DIMP(-1)	-6.7278 (0.7077) [-9.5062]
M(-1)	-15.0655 (3.9202) [-3.8430]
PI(-1)	1.2025 (4.8935) [0.2457]
PX50(-1)	-0.7797 (0.4092) [-1.9054]
UROK1M(-1)	0.0264 (0.4551) [0.0580]
C	13.2404

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v kulatých závorkách jsou uvedeny standardní odchylky v hranatých závorkách jsou uvedeny výsledky t testů.

Výsledky odhadu kointegračního vektoru v tabulce 6 pro zahrnutý kurz CZK/USD vesměs potvrzují, předchozí výsledky, s tím že nejvyšší váhu při určování změn měnového kurzu mají ukazatele změny množství peněz v oběhu a poté změny exportu a importu.. v tabulce 6 je uveden model vektorové korekce chyb vztahující se k příslušnému vektoru. z důvodu rozsahu je zde použito nastavení dvou zpoždění. i zde platí, že zapojením většího počtu zpožděných proměnných či více kointegračních vektorů je možno dosáhnout statisticky přesnějších výsledku. Např. při použití jednoho kointegračního vektoru a zpoždění v řádu 6 období stoupne koeficient determinace na 0,7236.

Tabulka 6: Výsledky VECM CZK/USD

Error Correction: D(CZK USD)			
CointEq1	-0.022 (0.01761) [-1.2482]	D(M(-1))	0.92486 (0.36943) [2.5035]
D(CZK_USD(-1))	-0.4342 (0.09502) [-4.5692]	D(M(-2))	1.23795 (0.3718) [3.3296]
D(CZK_USD(-2))	-0.2278 (0.08523) [-2.6726]	D(PI(-1))	-0.9432 (0.42477) [-2.2205]
D(DEV_REZ(-1))	0.21894 (0.06784) [3.2272]	D(PI(-2))	-0.4977 (0.42364) [-1.1747]
D(DEV_REZ(-2))	-0.053 (0.07308) [-0.7254]	D(PX50(-1))	-0.0764 (0.04215) [-1.8115]
D(DEXP(-1))	0.08447 (0.11883) [0.7109]	D(PX50(-2))	0.04217 (0.04331) [0.9737]
D(DEXP(-2))	-0.1675 (0.09457) [-1.7712]	D(UROK1M(-1))	-0.1203 (0.06428) [-1.8716]
D(DIMP(-1))	-0.1292 (0.08562) [-1.5091]	D(UROK1M(-2))	-0.1128 (0.06421) [-1.7570]
D(DIMP(-2))	-0.0854 (0.04289) [-1.9909]	C	-0.1182 (0.23765) [-0.4974]
R-squared 0.55662			

Zdroj: Vlastní výpočty

Pozn.: v kulatých závorkách jsou uvedeny standardní odchylky v hranatých závorkách jsou uvedeny výsledky t testů.

Závěr

Cílem tohoto článku byl empirický pohled na vztah vybraných determinantů měnového kurzu s kurzy koruny k euru a koruny k dolaru, které jsou standardně uváděny v literatuře. Pomocí metod korelační analýzy byly odhadnuty krátkodobé izolované vazby a byly určeny základní charakteristiky týkající se časového posunu a charakteru veličin vzhledem k měnovým kurzům CZK/EUR a CZK/USD. z uvedeného vyplývá jednoznačně procyklický a předstihový charakter změny exportu a importu, či naopak zpožděný procyklický vztah devizových rezerv vzhledem ke změnám kurzů. u ostatních determinantů se výsledky charakteristik mírně odlišují pro jednotlivé změny kurzů a jsou shrnuty ve výše uvedených tabulkách. z důvodů zpřesnění výsledků byla následně použita metoda kointegrační analýzy, která pomocí kointegračního vektoru naznačila charakter dlouhodobých kombinovaných vazeb mezi determinanty a měnovými kurzy CZK/EUR a CZK/USD, model vektorové korekce chyb VECM poté proces návratu k dlouhodobě rovnovážnému vývoji. Výsledky tohoto odhadu odhalily jednoznačnou souvislost mezi zkoumanými veličinami přičemž největší váhu při změnách měnového kurzu mají změny zahraničního obchodu (export, import) a změny v agregátu široce definovaných peněz. Jelikož Johansonův kointegrační test zachytil v datech možnou přítomnost dvou až pěti kointegračních vektorů je možno zapojením dalších vektorů vylepšit stávající přilnavost k datům. Podobného efektu lze docílit i zvýšením délky uvažovaného zpoždění v rámci VECM.

Použitá literatura:

1. Arlt, J., Arltová, M. (2007): *Ekonomické časové řady*. Praha, Grada Publishing 2007, 285 s. ISBN 978-80-247-1319.
2. Drine, I. and Rault, Ch. (2001): Long-run determinants of real exchange rate: New evidence based on panel data unit root and cointegration tests for MENA countries. *EUREQua*, Sorbonne University
3. Helísek, M. (2004): *Měnová krize (empirie a teorie)*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing 2004, 180 s. ISBN 80-86419-82-7.
4. Jonáš, J. (1998): Otázky kurzového režimu v průběhu transformace. *Finance a úvěr*. Praha 1998, č. 12, 1998.
5. Macháček, M., Melecký, A. (2007): Finanční stabilita a makroekonomické výkyvy v České republice. In Hančlová, J. (red.): *Zvyšování konkurenceschopnosti aneb Nové výzvy pro rozvoj regionů, států a mezinárodních trhů*. Sborník příspěvků z konference Ekonomické fakulty VŠB-TU Ostrava. Ostrava, Ekonomická fakulta VŠB-TU 2007, 8 str. (CD-ROM).
6. Pazour, M. (2006): Empirický model stanovení náchylnosti ekonomiky k nadměrným tlakům na měnový kurz. In *Sborník synopsí referátů pro 4. výroční konferenci České společnosti ekonomické*. Praha, Vysoká škola ekonomická 2006, 20 str. (CD-ROM).
7. Serletis, A., Krause, D. (1996): Nominal Stylized Facts of U.S. Business Cycles. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, Vol. 78, No. 4, pp. 49-54.

Kontaktní adresa:

Ing. Aleš Melecký
Ekonomická fakulta VŠB-TU Ostrava
Sokolská tř. 33, 701 21 Ostrava
ales.melecky.ekf@vsb.cz

Dopady zavedení jednotné evropské měny na bilanci zboží a služeb a vývoj HDP

Michal Mirvald

Anotace

Příspěvek je koncipován v duchu možného uchopení problému laickou veřejností bez hlubší odborné analýzy. Komparace vývojových trendů HDP či bilance zboží a bilance služeb v zemích eurozóny a ve vybraných zemích EU, které nejsou (nebo ještě v nedávném období nebyly) členy měnové unie, se snaží odhalit dopady zavedení eura a jejich charakter v uvedených oblastech.

Klíčová slova

Bilance služeb, bilance zboží, euro, evropská měna, HDP

Úvod a cíle příspěvku

Již v základních ekonomických periodikách či vyučovaných kurzech makroekonomie je jedním ze stěžejních indikátorů makroekonomického vývoje ekonomiky uváděna platební bilance, jakož to instrument sledující vzájemné vztahy mezi národní ekonomikou a zahraničním sektorem. Fakt, že pro jakoukoliv členskou zemi Evropské unie je zahraniční sektor tvořen i ostatními členskými zeměmi EU, je nesporný. a nejinak je tomu i v případě České republiky, kdy se jak na přílivu přímých zahraničních investic, tak na celkovém obratu zahraničního obchodu podílejí zhruba z 80% země Evropské unie, v dominantní většině pak země eurozóny. Ve společném dokumentu vlády ČR a České národní banky¹⁵⁸ ze srpna roku 2007 se konkrétně uvádí 60% podíl zemí eurozóny na českém vývozu, podíl u českého dovozu z těchto zemí dosahuje 50%.

Ačkoliv je přijetí jednotné evropské měny pro členské země EU závazným krokem, lze u některých z nich vysledovat jisté otálení či zvolnění aktivních snah v procesu zavádění eura. Česká republika jest toho příkladem. v nedávné minulosti, kdy česká koruna plynule posilovala vůči euru (i dolaru), panovaly zjm. v řadách českých exportérů spíše negativní názory na brzké zavedení evropské měny. Obava ze ztráty konkurenceschopnosti díky trvalému nadhodnocení produkce na straně jedné a vidina možného oslabení koruny v budoucnu na straně druhé živila euroskeptické názory. Bylo možno zaznamenat i jisté volání ze strany zástupců exportérů po zajištění znehodnocení koruny prostřednictvím intervencí centrální banky. Lze uvažovat, že zlepšující se situace ve vývoji českého exportu, navíc podpořená přílivem zahraničních investic, se dříve či později musela odrazit ve vývoji měnového kurzu CZK/EUR a má-li dojít k oslabení koruny ve stejném slova smyslu, pak v důsledku snížení zahraniční poptávky po českém vývozu není možné nepočítat se ztrátami, které se daly předvídat.

Od jednotné evropské měny se mimo jiných benefitů očekává, že její implementace na jedné straně přispěje ke stabilnější, jednodušší a zároveň hlubší vzájemné mezinárodní spolupráci zúčastněných zemí, na straně druhé přispěje k posilování jejich konkurenceschopnosti vůči okolnímu světu. Jinými slovy panují názory a přesvědčení, že zavedení jednotné evropské měny do té které země EU přispěje k růstu objemu jejího zahraničního obchodu a tedy i k růstu HDP. Jsou skutečně dopady zavedení eura na bilanci zboží a služeb a tedy i vývoj HDP tak pozitivní?

¹⁵⁸ Aktualizovaná strategie přistoupení České republiky k eurozóně, společný dokument vlády ČR a ČNB, 29.08.2007, blíže na www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/menova_politika/strategicke_dokumenty

Pro zjištění pravděpodobné odpovědi nebo alespoň vysledování jisté tendence se lze v případě České republiky poučit s faktických zjištění obdobně ekonomicky vyspělých zemí, které euro přijali za své zákonné platidlo v nedávné době a nebo jej v dohledné době přijmou. Těmito zeměmi necht' je míněno Slovinsko, jehož vstup do eurozóny počátkem roku 2007 je považován za učebnicový příklad bezproblémového zavedení jednotné evropské měny, a Slovensko, které se na přijetí eura v dohledné době chystá, finálním termínem je 1. leden 2009. Metoda vzájemné komparace relevantních vývojových ukazatelů vybraných zemí a zemí eurozóny by mohla poskytnout predikci možného budoucího dopadu zavedení eura v České republice.

Analytická část

- Euro, bilance zboží a bilance služeb

Idea jednotné evropské měny jakož to završení evropské integrace byla a je spojena s tím, že její přínosy pro země, v nichž nahradí měnu národní, převýší případné nevýhody s sebou nesoucí, jinak by její existence byla ekonomicky iracionální. Na straně tzv. eurooptimistů jsou vyzdvihovány benefity v podobě zlepšení cenové transparentnosti, úspor transakčních nákladů, eliminace kurzových rizik (aj.), na straně euroskeptiků je vyzdvihována ztráta národní identity, asymetrické šoky, narušení důchodového vyrovnávacího mechanismu (aj.). Má zavedení eura skutečně jednoznačně pozitivní vliv na zahraniční obchod země? Co lze vysledovat v číslech, konkrétně ve vývoji bilance zboží a bilance služeb.

Tabulka 1: Bilance zboží 1996 – 2007 v EU 12 (v %HDP)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ČR	-9,2	-8,6	-4,2	-3,2	-5,5	-5,0	-2,9	-2,7	-0,6	1,8	1,8	-
Slovensko	-10,8	-9,7	-10,5	-5,4	-4,5	-10,1	-8,7	-1,9	-3,5	-5,0	-5,5	-1,5 ^(p)
Slovinsko	-4,0	-3,9	-3,7	-5,7	-5,8	-3,0	-1,1	-2,1	-3,8	-3,6	-3,8	-5,0 ^(p)
EU 12	-	-	-	0,9	0,1	1,0	1,8	1,4	1,3	0,6	0,3	0,7 ^(p)

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Z tabulky je patrné, že zatímco z eurozóny jako celku se vyváželo více zboží než dováželo, ve sledovaných třech zemích je tomu spíše naopak, s výjimkou České republiky v roce 2006 a 2007¹⁵⁹. Pozitivní vývoj bilance zboží v České republice od roku 2005 lze, za faktického předpokladu orientace zahraničního obchodu na země eurozóny, považovat za jednu z příčin posilování koruny vůči euru, která v podstatě od zmiňovaného roku skutečně probíhala.

Tabulka 2: Bilance služeb 1996 – 2007 v EU 12 (v %HDP)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ČR	3,1	3,1	3,1	2,0	2,5	2,5	0,9	0,5	0,6	1,2	1,3	-
Slovensko	0,2	0,4	0,0	0,3	2,2	2,3	1,9	0,7	0,6	0,7	1,2	0,7 ^(p)
Slovinsko	3,1	3,2	2,4	1,6	2,3	2,4	2,6	2,1	2,6	3,0	2,8	3,1 ^(p)
EU 12	-	-	-	-0,1	-0,1	0,0	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5 ^(p)

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Co se vývoje bilance služeb týká, vykazuje eurozóna jednoznačně pozitivní trend. v dalších sledovaných ekonomikách se bilance služeb vyvíjí rovněž pozitivně, v případě Slovinska jsou

¹⁵⁹ Při interpretaci výsledků je potřeba vzít v potaz vývoj HDP, který tvoří základnu pro hodnotu ukazatelů (platí i pro hodnoty bilance služeb).

tyto hodnoty i poměrně vyrovnané (až na výjimky v rozmezí 2 – 3%) a ve srovnání s vývojem bilance zboží ukazují spíše na orientaci slovinského zahraničního obchodu na oblast služeb. Dále je možno říci, že bilance služeb v ČR vykazuje do roku 2003 klesající trend, který se v následujících letech mění v trend rostoucí. Pozitivní vývoj bilance služeb po roce 2004 v ČR zřejmě rovněž podpořil posilování koruny vůči euru.

Jaká je situace v rámci EU 12 v případě bilance zboží a bilance služeb? Diferencovaná. Ačkoliv jsou hodnoty bilance zboží i bilance služeb za eurozónu jako celek kladné, uvnitř eurozóny jsou země, ve kterých vývoj bilancí dosahuje záporných hodnot. Španělsko, Řecko či Portugalsko vykazují výrazně slabší výsledky ve vývoji bilance zboží, i ve srovnání s Českou republikou, Slovenskem či Slovinskem. v rámci vývoje bilance služeb se obdobná situace týká zjm. Irska, Finska či Německa¹⁶⁰. z výše řečeného je možno vyvodit závěr, že dle vývoje bilance zboží a bilance služeb existují mezi evropskými zeměmi EU rozdíly bez ohledu na měnu, která uvnitř té které ekonomiky obíhá.

- Euro a vývoj HDP

V únoru roku 2004 na pražské konferenci mezinárodního měnového fondu tehdejší generální ředitel MMF Horst Köhler prohlásil, že nahrazení národní měny eurem posílí ekonomický růst. Ačkoliv není možné přesně prozkoumat velikost přínosu přijetí jednotné evropské měny na vývoj HDP té které země, lze ze statistik vysledovat jisté tendence tohoto opatření, na základě kterých lze alespoň přibližně říci, zda jsou pozitivního, negativního či neutrálního charakteru.

Tabulka 3: Vývoj HDP 1998-2008 v EU12

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Německo	2.0	2.0	3,2	1,2	0.0	-0.2	1,1	0.8	2,9	2,5	1.8 ^(f)
Itálie	1,4	1,5	3,7	1,8	0.5	-0.0	1,5	0.6	1,8	1,5	0.5 ^(f)
Francie	3,5	3,3	3,9	1,9	1.0	1,1	2,5	1,9	2,2	2,2	1.6 ^(f)
Španělsko	4,5	4,7	5.0	3,6	2,7	3,1	3,3	3,6	3,9	3,8	2.2 ^(f)
Rakousko	3,6	3,3	3,7	0.5	1,6	0.8	2,5	2,9	3,4	3,1	2.2 ^(f)
Belgie	1,7	3,4	3,7	0.8	1,5	1.0	3.0	1,7	2,8	2,8	1.7 ^(f)
Holandsko	3,9	4,7	3,9	1,9	0.1	0.3	2,2	1,5	3.0	3,5	2.6 ^(f)
Portugalsko	4,8	3,8	3,9	2.0	0.8	-0.8	1,5	0.9	1,4	1,7	1.7 ^(f)
Finsko	5,2	3,9	5.0	2,6	1,6	1,8	3,7	2,8	4,9	4,5	2.8 ^(f)
Irsko	8.0	10,4	9,4	6,1	6,6	4,5	4,4	6.0	5,7	5.3 ^(f)	2.3 ^(f)
Lucembursko	6,5	8,4	8,4	2,5	4,1	2,1	4,9	5.0	6,1	4,5	3.6 ^(f)
Řecko	3,4	3,4	4,5	4,5	3,9	5.0	4,6	3,8	4,2	4.0	3.4 ^(f)
EU 12					0.9	0.8	2,1	1,7	2,8	2,6	1.7 ^(f)

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Až na Řecko se všechny v tabulce uvedené země staly členy eurozóny 1.ledna 1999. Pro nedostatek dat z let před rokem 1999 (v tabulce pouze rok 1998) nelze jednoznačně komentovat okamžitý dopad zavedení eura na výkon té které ekonomiky, zda přírůstky či poklesy HDP, zaznamenané v konkrétních zemích ihned po vstupu do eurozóny, souvisí bezprostředně s přijetím eura. v případě Řecka, které přistoupilo do eurozóny 1. ledna 2002 lze z uvedených dat říci, že tempa růstu HDP se ve sledovaném období pohybovala v rozmezí 3,4 – 5,0% bez ohledu na to, jaká měna byla aktuální, zda národní či nadnárodní.

¹⁶⁰ Viz data v příloze

Pro vysledování možných pozitivních tendencí přijetí eura na vývoj HDP necht' jsou dále uvažovány i výše zmiňované ekonomiky České republiky, Slovenska a Slovinska.

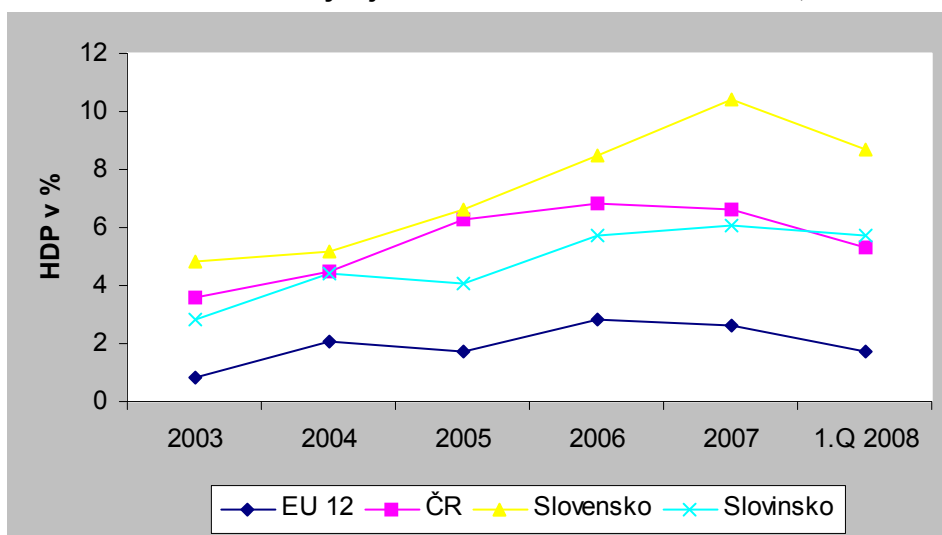
Tabulka 4: Vývoj HDP 2003-1.Q 2008 v ČR, Slovensku a Slovinsku

	2003	2004	2005	2006	2007	1.Q 2008
ČR	3,6	4,5	6,3	6,8	6,6	5,3
Slovensko	4,8	5,2	6,6	8,5	10,4	8,7
Slovinsko	2,8	4,4	4,1	5,7	6,1	5,7

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Z uvedených dat vývoje HDP je možné vysledovat, že všechny tři ekonomiky mezi lety 2003 - 2007 vykazovaly téměř stále vyšší přírůstky HDP, jejich velikost je od roku 2005 nejvyšší v případě Slovenska. z dat uvedených pro první kvartál roku 2008 je čitelné výraznější oslabení pozitivního ekonomického vývoje než v předchozích letech a vzhledem k aktuálnímu vývoji bude na konci roku 2008 zřejmě ještě razantnější, než se očekává. Položme si otázku, jaké je možno vysledovat v období posledních pěti let vývojové linie HDP zemí, které euro doposud nebo do nedávné doby nepřijaly, s vývojem HDP v zemích eurozóny?

Graf 1: Srovnání trendů vývoj HDP 2003-1.Q 2008 v EU 12 a ČR, Slovensku a Slovinsku



Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Z výše uvedeného grafu je zřetelný téměř totožný trend vývoje HDP EU 12 a Slovinska, a to i v době, kdy Slovinsko nebylo členem eurozóny. Dále je možno vidět, že vývojové trendy HDP všech respondentů jsou si podobné, až na drobné oslabení růstu v roce 2005 v eurozóně a Slovinsku a zpomalení růstu v roce 2006 v ČR a eurozóně, jež se na Slovensku a ve Slovinsku projevilo o rok později. Podobné vývojové tendence si lze vysvětlit tím, že všechny tři sledované ekonomiky byly a jsou s eurozónou provázány, ať již je mechanismem tohoto provázání euro samotné, fixace národní měny k euru, orientace zahraničního obchodu aj.

Fakt, že trendy vývoje HDP jsou (nebo pro případ dnešního Slovinska byly) v „ne-eurových“ zemích obdobné jako v zemích eurozóny, evokuje myšlenku, že přímý efekt vlivu zavedení eura na zvýšení výkonnosti ekonomiky se zdá být spíše jako ne moc výrazný či neutrální.

Závěr

Bylo zjištěno, že trendy vývoje HDP v „eurových“ a v „ne-eurových“ zemích nevykazují výrazné odlišnosti, ale naopak jsou si do velké míry podobné. v případě vývoje bilance zboží a bilance služeb je situace odlišná, avšak i v samotné eurozóně panují značné rozdíly ve vývoji obou bilancí jednotlivých členských zemí. z výše uvedeného lze vyvodit tato konstatování:

- Mezi zeměmi EU existují rozdíly ve vývoji bilance zboží a bilance služeb bez ohledu na měnu, která uvnitř té které ekonomiky obíhá.
- Není možné jednoznačně říci, zda má euro přímý pozitivní vliv na vývoj HDP. Efekt zavedení eura na zvýšení výkonnosti ekonomiky se zdá být spíše nevýrazný či neutrální.

Literatura

Czesaný, S.: *Euro. Postup, důsledky a zavádění nové měny pro banky, podniky a občany.* Praha, Profess Consulting 1999

De Grauwe, P.: *Economics of Monetary Union.* 5th Ed. New York, Oxford University Press 2003

Frait, J.: *Vyhodnocení nákladů a přínosů eura je spíše otázkou víry než vědy.* Bankovníctví, 2006, č. 5, str. 10 – 11.

Mach, P.: *Kdy má ČR usilovat o připojení k euro?* Sborník CEPU, 2004, blíže na <http://www.petrmach.cz/cze/prispevek.php?ID=130>

Sear, S.: *Euro: jak se vyrovnat s důsledky zavedení jednotné evropské měny.* Praha, Management Press 1999.

Internetové zdroje

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/menova_politika/strategicke_dokumenty

<http://www.petrmach.cz/cze/prispevek.php?ID=130>

Ing. Michal Mirvald, Ph.D.
Vysoká škola finanční a správní o.p.s.
Estonská 500
10100 Praha 10
e-mail: mmirvald@centrum.cz

Příloha

Tabulka 1: Bilance služeb 1996 – 2007 v zemích eurozóny (v % HDP)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Německo	-2,1	-2,2	-2,3	-2,7	-2,8	-2,8	-2,1	-2,0	-1,8	-1,6	-1,3	-1,3 ^(p)
Itálie	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0,0	-0,2	-0,2	0,1	0,0	-0,1	-0,4 ^(p)
Francie	1,0	1,3	1,3	1,3	1,5	1,3	1,2	0,9	0,7	0,6	0,5	-
Španělsko	2,9	3,2	3,3	3,3	3,3	3,4	3,1	3,0	2,6	2,4	2,3	-2,1 ^(p)
Rakousko	1,9	0,5	1,1	0,8	0,8	1,0	0,3	0,7	0,8	1,7	3,9	4,5 ^(p)
Belgie	-	-	-	-	-	-	0,8	0,6	1,0	1,3	1,6	1,5 ^(p)
Holandsko	0,5	0,8	0,6	0,6	-0,5	-0,6	-0,2	-0,1	0,7	1,1	0,4	0,3 ^(p)
Portugalsko	1,2	1,3	1,6	1,6	1,8	2,2	2,5	2,6	2,8	2,6	3,1	3,8 ^(p)
Finsko	-1,3	-1,3	-0,8	-0,8	-1,8	-0,2	0,4	-0,4	0,3	-0,4	-0,5	-0,1 ^(p)
Irsko	-10,4	-11,1	-15	-11,8	-13,5	-11,3	-10,9	-8,0	-6,9	-5,8	-4,2	-
Lucembursko	-	-	-	-	-	-	35,9	34,2	38,1	43,5	48,7	-
Řecko	3,7	4,8	5	5,2	6,3	6,3	6,8	6,7	8,3	7,9	-	-
EU 13	-	-	-	-0,1	-0,1	0	0,2	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5 ^(p)

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Tabulka 2: Bilance zboží 1996 – 2007 v zemích eurozóny (v % HDP)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Německo	2,9	3,2	3,4	3,2	2,9	4,6	6,2	5,9	6,8	6,9	6,9	8,4 ^(p)
Itálie	4,8	3,9	2,9	2	0,9	1,4	1,1	0,7	0,6	0,0	-0,6	0,1 ^(p)
Francie	1,0	1,3	1,3	1,3	1,5	1,3	1,2	0,9	0,7	0,6	0,5	-
Španělsko	-2,5	-2,5	-3,6	-5,2	-6,4	-5,7	-5	-5,1	-6,4	-7,6	-8,5	-8,6 ^(p)
Rakousko	-3,0	-2,1	-1,7	-1,7	-1,4	-0,6	1,7	0,4	1,1	0,9	0,1	0,5 ^(p)
Belgie	-	-	-	-	-	-	3,8	3,5	2,7	1,6	0,8	0,2 ^(p)
Holandsko	5,3	5,4	5,1	3,9	4,6	4,8	4,2	6,8	6,7	7,1	6,7	6,9 ^(p)
Portugalsko	-8,2	-9,3	-10,9	-11,9	-12,9	-12	-10,4	-9,1	-10,3	-11,0	-10,7	10,7 ^(p)
Finsko	8,8	9,4	9,6	9,3	11,3	10,1	9,4	7,8	6,7	4,9	5,5	4,8 ^(p)
Irsko	21,3	23	26,4	25,1	26,9	26,1	27,2	23,4	21,2	17,5	14,5	-
Lucembursko	-	-	-	-	-	-	-9,3	-10,3	-10,4	-11,3	-10,3	-
Řecko	-11,1	-12,7	-12,2	-12,8	-15,9	-14,8	-14,4	-13,2	-13,7	-13,9	-	-
EU 13	-	-	-	0,9	0,1	1,0	1,8	1,4	1,3	0,6	0,3	0,7 ^(p)

Zdroj dat: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

Analýza (ne)úspěšnosti studia oboru Pojišťovnictví

Unsuccessfulness - fruitfulness Analysis of Study of Insurance Management Branch

Karina Mužáková

Anotace

Tento článek se je výsledkem interního výzkumného projektu č. DFH/198/2008 Analýza (ne)úspěšnosti studia oboru Pojišťovnictví. Cílem projektu bylo profilovat studenta pojišťovnictví, kde nás nejvíce zajímalo: z jakých středních škol k nám přicházejí, jaké mají výsledky z přijímacího řízení, kolik studentů a proč nedokončí první ročník studia, v jakých ročnících studia a v jakých předmětech mají studenti největší problémy, kolik jich řádně ukončí studium a jaké je jejich uplatnění na trhu práce.

Summary

This paper deals with results of internal research project number DFH/198/2008 Unsuccessfulness - fruitfulness Analysis of Study of Insurance Management Branch. The drift of this project was profile students of insurance management. Mostly we was interested in: for what seconds schools are this students, what results have this students of receiving tests, how much of students and why not finish first study year, in what of study years and in what of learning have students biggest problems, how much of this students correct finish this study and what is their exercise in employment market.

Klíčová slova: Interní výzkumný projekt, analýza, pojišťovnictví, student.

Keywords: Internal research project, analysis, insurance management, student.

ÚVOD

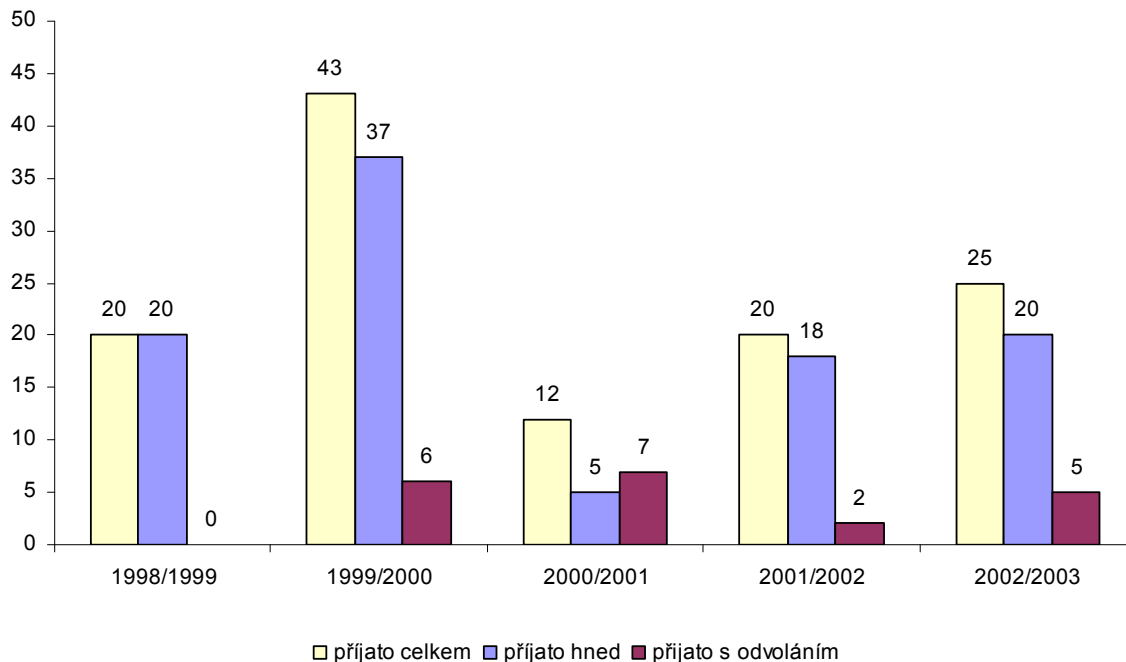
Studium oboru Pojišťovnictví je logicky rozčleněno do bakalářského, navazujícího a doktorského studia. v interním projektu jsme zkoumaly studenty, kteří dosáhli titulu inženýr a to v letech 2003 – 2007. Tento projekt, v rámci kterého jsme provedli následující šetření, vznikl kvůli snižujícímu se počtu přijímaných studentů na obor Pojišťovnictví.

CÍL a POUŽITÉ METODY (POSTUPY)

Cílem projetku bylo komplexně profilovat studenta oboru Pojišťovnictví. Nejprve nás zajímalo, kolik studentů bylo za sledované období přijato na tento obor a zda byla volba tohoto oboru na říhláše jako první. Také jsme zkoumali, z jakých středních škol k nám studenti přicházejí. Pro vysvětlení je nutno dodat, že za jeden poplatek k přijímacímu řízení mohou budoucí studenti HF uvést až dva obory, na které se chtějí přihlásit. Co se týká přijímacího řízení, zde jsme se zaměřili na výsledky tohoto přijímacího řízení v podobě průměrného počtů bodů. Při přijímacím řízení musejí studenti zvládnout dva testy, a to z: cizího jazyka a matematiky. Dále jsme zjišťovali, kolik studentů obhájilo bakalářskou a diplomovou práci. v neposlední řadě nás zajímalo, jaké je na thru práce uplatnění našich absolventů navazujícího studia. Jako metoda šetření byl použit empirický výzkum, komparativní analýza a analýza dílčích poznatků.

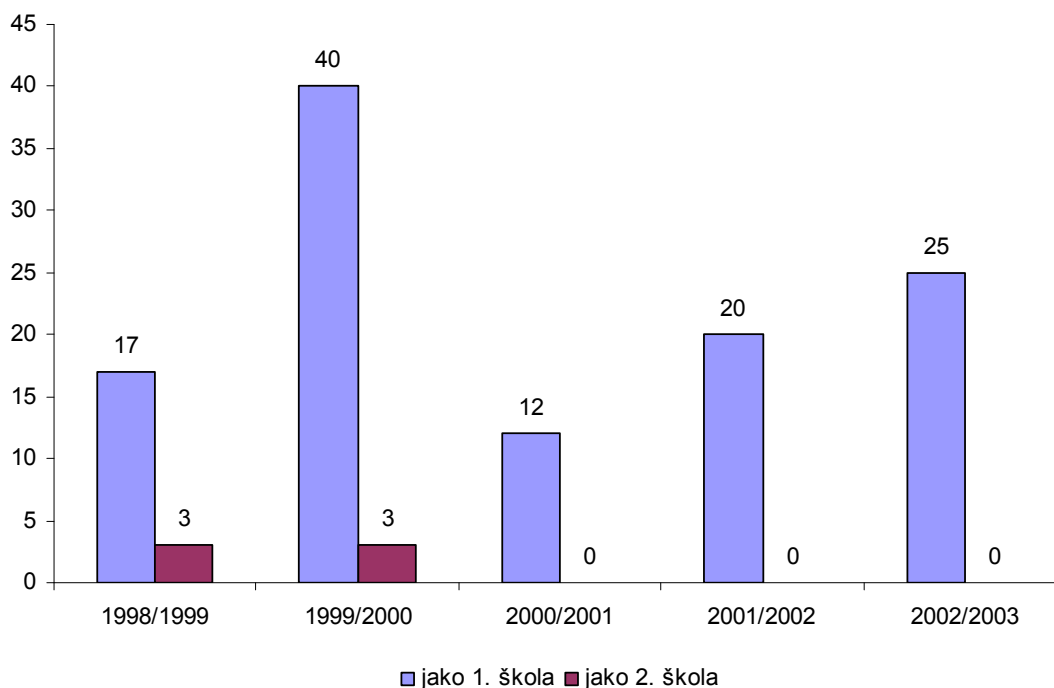
DOSAŽENÉ VÝSLEDKY

Výsledky našeho výzkumu jsou v podobě grafů, jelikož nebylo možno data analyzovat pomocí programu STATGRAPHICS, protože výsledky výzkumu byly v tomto programu statisticky neanalyzovatelné. v grafu 1 je názorně zobrazen počet studentů přijatých hned anebo na odvolání.

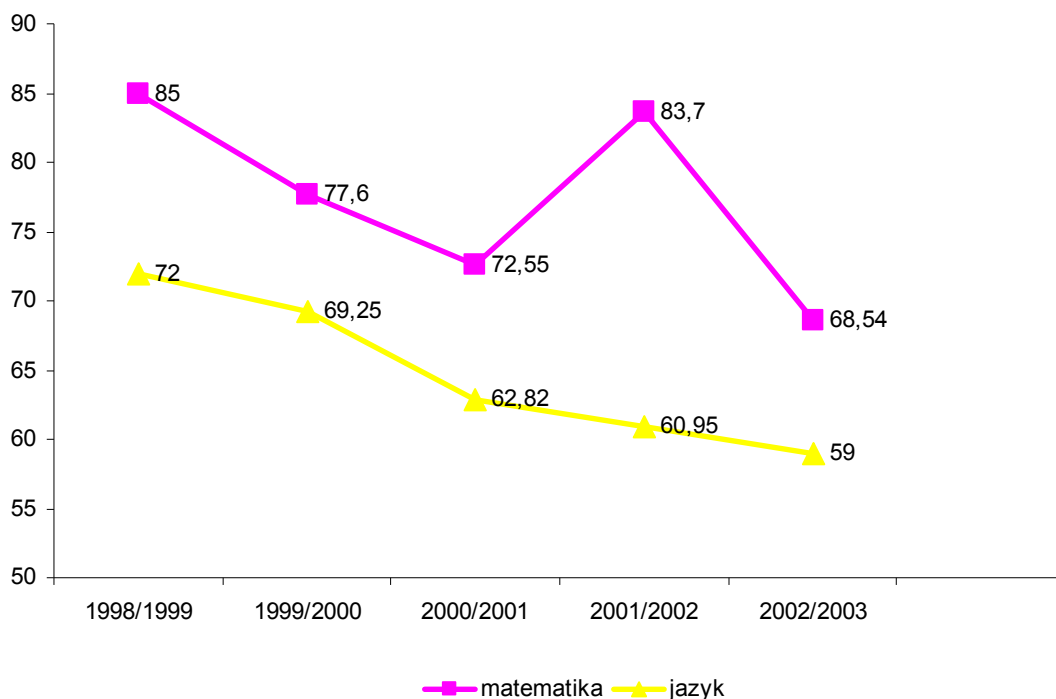


Graf 1 Počet studentů přijatých hned anebo na odvolání

Ohledně přijímacího řízení jsme svůj zájem zaměřili ještě na skutečnost, jestli volba studia oboru Pojišťovnictví byla jako první anebo jako druhá – viz graf 2. v rámci zkoumání přijímacího řízení jsme se ještě zaměřili na získaný průměrný počet bodů z matematiky a cizího jazyka – viz graf 3. Počty studentů dle střední školy můžete vidět v grafu 4.

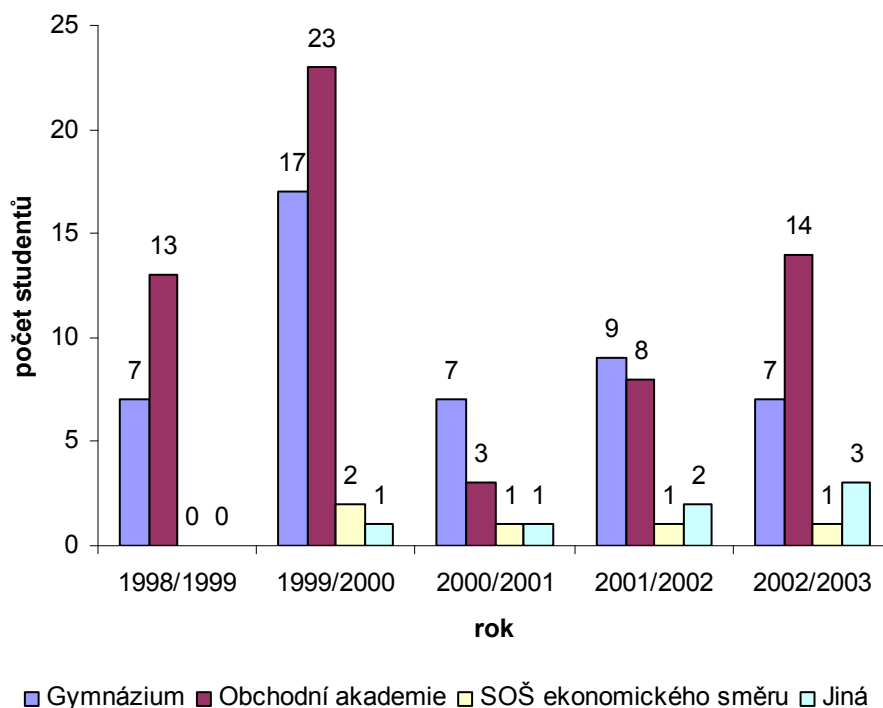


Graf 2 Pořadí volby studia oboru Pojišťovnictví



Graf 3 Průměrný počet bodů z přijímacího řízení

Z grafu 3 je patrné, že lepších výsledků z přijímacího řízení dosáhli studenti v matematice. Tato informace je pro nás velice důležitá, jelikž studium oboru Pojišťovnictví má svá specifika, která spočívají v dosti velké náročnosti právě v matematice a statistice, kde pro úspěšné studium tohoto oboru se počítá s velmi dobrými matematickými znalostmi.



Graf 4 Počty studentů dle střední školy v jednotlivých letech

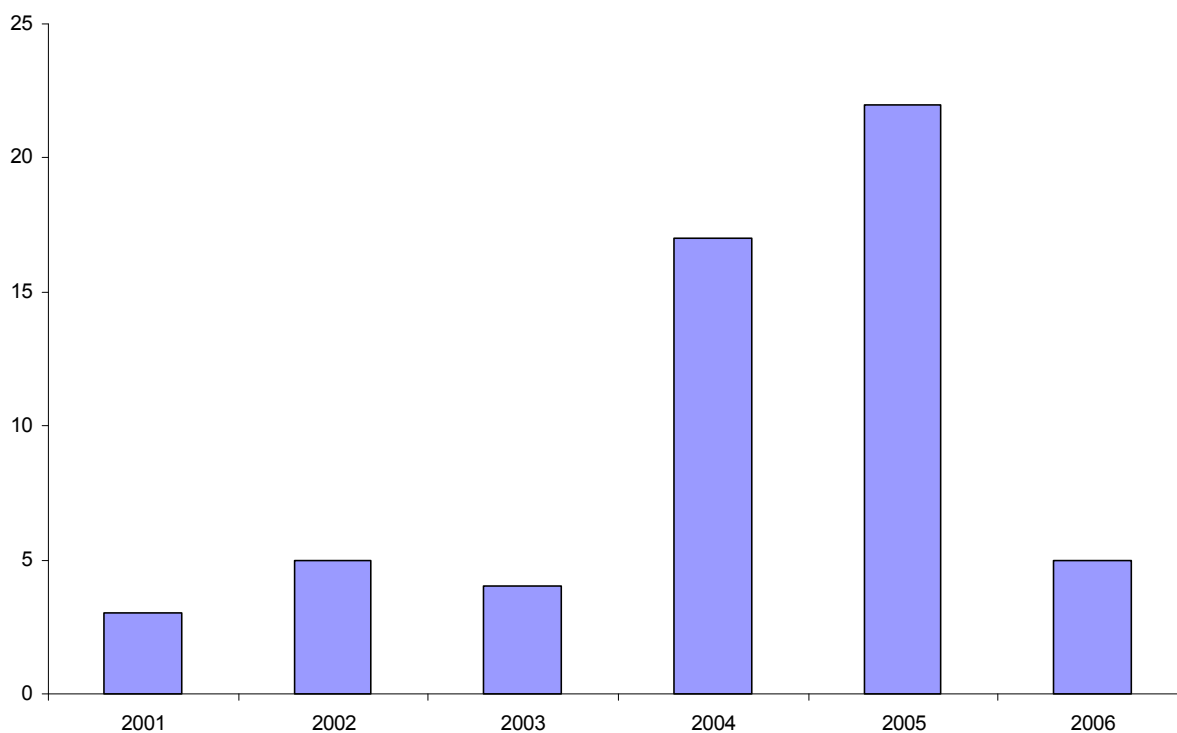
Velice zajímavý je graf 4, kde jsou znázorněny počty studentů diferencované dle střední školy, ze které přišli. Prakticky do roku 1999 byly největší počty studentů z Obchodních

akademií a další dva roky zase z gymnázií. v roce 2002 nopak zase byl markantní počet studentů z Obchodních akademií.

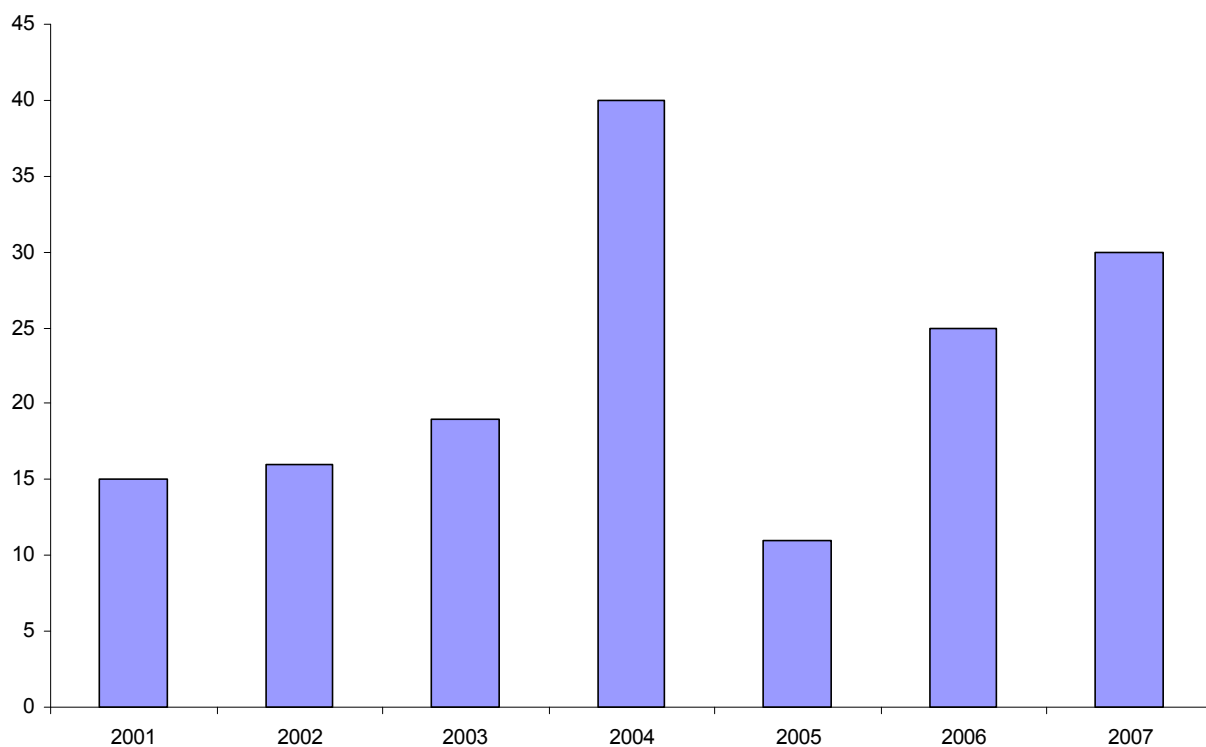
Grafy 5 a 6 uvádí počty obhájených bakalářských a diplomových prací. z grafu 5 je vidět, že nejvíce bakalářských prací bylo obhájeno v roce 2005, jak si již pozorný čtenář všiml, tak grafy 5 a 6 spolu nekorespondují a to v roce 2007, kdy od tohoto roku se žádné bakalářské práce nepsali. Studenti titulu bakalář dosahují pouze státní závěrečnou zkouškou. Samozřejmě, že počty obhájených prací se liší a to z důvodů, kdy někteří studenti ukončili studium titulem bakalář a dále již neměli zájem o navazující studium.

Důvody ukončení byly různé:

- ukončení studia díky náročnosti navazujícího studia;
- odchod absolventů bakalářského studia do praxe a
- rodinné důvody.

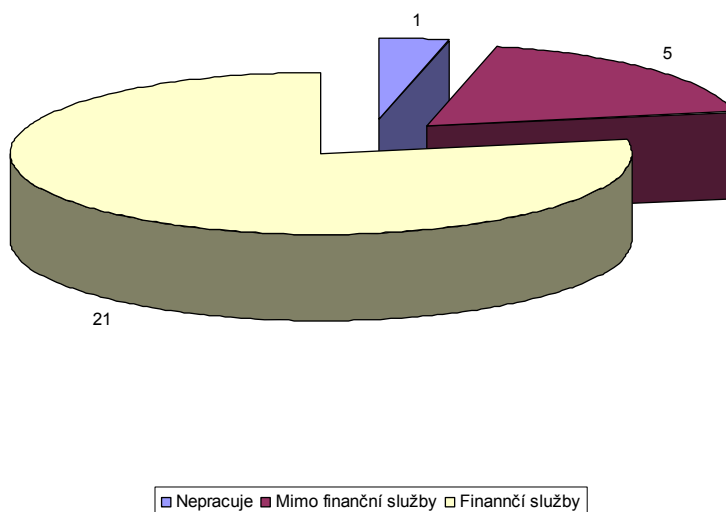


Graf 5 Počet obhájených bakalářských prací v jednotlivých letech



Graf 6 Počet obhájených diplomových prací v jednotlivých letech

Stěžejní je poslední graf – graf 7, který uvádí kompletní počet absolventů v roce 2007 diferencovaně dle sektoru, do kterého odešli. Jelikož studetní vystudovali obor Pojišťovnictví, který se řadí hlavně do finančních služeb, tak nás pouze zajímalo, kolik v tomto odvětví je zaměstnáno těchto absolventů. Bohužel dané informace jsme opravdu za celý ročník zjistili jen u těchto absolventů, je velkým problémem sehnat data z ostatních ukončených ročníků.



Graf 7 Uplatnění absolventů, jež absolvovali v roce 2007

Jak je patrné ze zde publikovaných výsledků, tak profilace studenta oboru Pojišťovnictví je následující: jedná se o studenta, který přišel většinou z Obchodní akademie, má větší znalosti z matematiky, byl přijat většinou hned, obor Pojišťovnictví byla jeho první volba na přihlášce a ze 77, 77 % bylo jeho uplatnění na trhu práce v rámci vystudovaného oboru.

DISKUSE

Bohužel pro srovnání neexistují žádné jiné výsledky výzkumu, a proto můžeme brát tyto výsledky za výsledky reprezentativní pro náš obor.

ZÁVĚR

Výsledky projektu jsou pro potřeby fakulty velice důležité, jelikož se neustále snižuje počet uchazečů o studium tohoto oboru. Je defacto jasné, že mnoho lidí ani o tomto oboru neví. s ohledem na tyto skutečnosti začala Katedra pojišťovnictví za pomoci nadace uskutečňovat několik projektů a mezi nimi je i projekt na oživení zájmu o studium tohoto oboru.

KONTAKTNÍ ADRESA

Ing. Karina Mužáková
Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta - Katedra pojišťovnictví
Voroněžská 13
461 17 LIBEREC
Tel.: 485 352 347
E-mail: karina.muzakova@tul.cz

Analýza výdajů na ŽP z místních rozpočtů Jihomoravského kraje

Analysis of Municipal Environment Expenditures in The South Moravian Region

Jarmila Neshybová, Jana Soukopová

Anotace

Jedním z aktuálních problémů současnosti je zefektivnění alokace veřejných výdajů v oblasti ochrany životního prostředí. Příspěvek je orientován na výzkum objemu a struktury výdajů na životní prostředí z místních rozpočtů v Jihomoravském kraji a na možnosti optimalizace veřejných výdajových programů v daném segmentu, s využitím konceptu účetnictví udržitelného rozvoje, přičemž porovnává výdaje místních rozpočtů jednotlivých okresů Jihomoravského kraje podle zvolených ukazatelů.

Summary

One of actual issues of present times is of the efficiency increase concerning the public expenditure allocation in the environmental protection area. Paper is oriented on research and structure of environmental expenditures and optimization possibilities of expenditures programs in given segment with use of the sustainable development concept in the South Moravia Region. In paper are also compared municipal expenditures of all seven districts of South Moravia region.

Klíčová slova: výdaje na ochranu životního prostředí, místní rozpočty, ochrana životního prostředí, efektivnost
Keywords: environmental public expenditures, municipal budgets, environmental protection, efficiency

1. Úvod

V posledních letech stále aktuálněji vyznívá otázka vztahu ekonomického růstu a ochrany životního prostředí. Předmětem diskusí jsou také dopady politiky životního prostředí v jednotlivých regionech a vliv politiky životního prostředí na hospodářský růst a další základní ekonomické ukazatele jako je nezaměstnanost, inflace, obchod apod. v regionech. v příspěvku budou prezentovány výsledky projektu SP/4i1/54/08 „Analýza místních rozpočtů a jejich efektivnost ve vztahu k ochraně ŽP“ financovaného z MŽP ČR v rámci resortního programu výzkumu, týkající se výdajů místních rozpočtů obcí Jihomoravského kraje do oblasti ochrany ŽP.

2. Cíl a použité metody

Projekt SP/4i1/54/08 „Analýza místních rozpočtů a jejich efektivnost ve vztahu k ochraně ŽP“ má mimo jiné za cíl zhodnotit efektivnost veřejných výdajů a dalších finančních nástrojů v oblasti ochrany ŽP se zaměřením i na jednotlivé regiony a optimalizovat dopady veřejných podpor v oblasti ochrany ŽP na makro a mikroekonomické úrovni, včetně identifikace faktorů ovlivňujících absorpční kapacitu jednotlivých regionů v ČR.

Pro analýzu výdajů na ŽP z místních rozpočtů Jihomoravského kraje byla analyzována data informačního systému ARIS, RARIS a MF ČR s cílem získat přehled o finančních tocích do oblasti ochrany ŽP zejména z místních rozpočtů – krajů a okresů ČR, přičemž výdaje místních rozpočtů byly tříděny do devíti oblastí ŽP dle mezinárodní klasifikace CEPA 2000¹⁶¹ (Classification of Environmental Protection Activities, Eurostat), tak aby bylo možné vyvodit závěry o struktuře výdajových položek oblasti ochrany ŽP na regionální úrovni. Sledovány jsou výdaje za roky 2005 – 2007.

S ohledem na stanovený cíl a problémové oblasti efektivnosti veřejných výdajů na ochranu životního prostředí byly v průběhu řešení první etapy projektu využívány zejména metody a techniky sběru dat (primárních i sekundárních), studium a analýza dat a dokumentů, metody

¹⁶¹ Zpráva o ŽP ČR v roce 2005. Strana 171

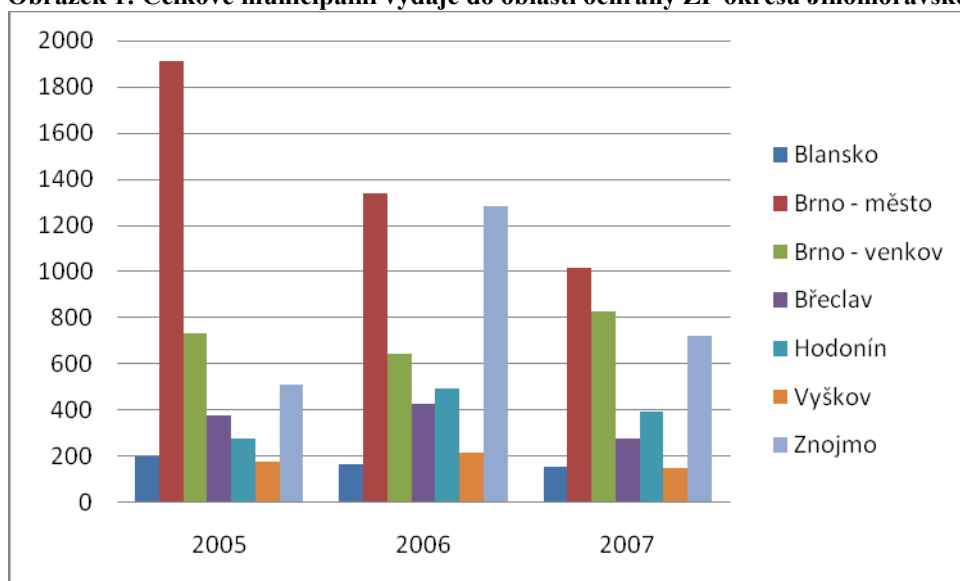
analýzy dat včetně jejich třídění a klasifikace, metody analýzy a syntézy, metody indukce a dedukce, metody kvalitativního výzkumu, kvantitativní metody hodnocení veřejných výdajů.

3. Výdaje na ŽP municipálních rozpočtů v rámci Jihomoravského kraje

V následujícím textu jsou obsaženy základní údaje týkající se velikosti výdajů do oblastí ochrany ŽP okresů Jihomoravského kraje, jejich časové a meziokresní komparaci. Výdaje jednotlivých okresů jsou součtem výdajů každé jednotlivé obce, města a dobrovolného svazku obcí daného okresu (v textu jsou tyto výdaje nazývány municipálními výdaji). Výdaje jsou zkoumány jako celkové tedy v součtu běžné a kapitálové výdaje za každý sledovaný rok.

Trendy skutečných celkových výdajů na ŽP za sledované období dle okresů Jihomoravského kraje jsou ukázány v grafu číslo 1, kdy jak je zřejmé, trendy se v jednotlivých okresech liší.

Obrázek 1: Celkové municipální výdaje do oblastí ochrany ŽP okresů Jihomoravského kraje (v mil. Kč)



Zdroj: Informace z MF ČR, upraveno autorkami

V okresech Brno-město a Blansko je trend výdajů na ŽP klesající, v ostatních okresech proběh nejdřív v roce 2006 růst veřejných výdajů na ŽP a následně v roce 2007 pokles výdajů, kdy u některých okresů (Vyškov, Břeclav) se výdaje v roce 2007 dostaly až pod hodnoty výdajů v roce 2005 a v okrese Brno-venkov bylo v roce 2006 do oblastí ŽP investováno méně než v roce 2005 a v roce 2007 pak více než v roce 2005.

Vyčleňované částky se nejčastěji pohybují v řádech stovek milionů Kč, s výjimkou okresu Brno – město, které mělo v roce 2005 výdaje téměř 2 miliardy Kč. Tento okres tvoří statutární město Brno, které je druhým největším městem ČR, na jeho území žije téměř třetina obyvatel celého Jihomoravského kraje.¹⁶² Za sledované období je možné sledovat postupné snižování výdajů do oblastí OŽP u všech okresů kromě okresu Brno – venkov. Nejnižší částky jsou alokovány v okresech Vyškov a Blansko. Nutno podotknout, že absolutní částky nemají dostatečnou vypovídací hodnotu a nelze z nich vyvozovat hlubší závěry.

I z důvodu rozdílných trendů veřejných výdajů na ŽP v Jihomoravském kraji není hodnocení celkového kraje i jednotlivých okresů jednoduché, proto se autorky rozhodly pro hodnocení

¹⁶² Charakteristika okresu Brno – město. Dostupné na: http://notes.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/charakteristika_okresu_brno_mesto

využít aparát poměrných ukazatelů, kdy byly autorkami zvoleny následující ukazatele, dle kterých již lze vyvodit určité závěry o úrovni výdajů do oblasti ochrany ŽP:

- skutečné celkové výdaje na jednu obec v okrese – každý okres má různý počet obcí, jež jsou různě velké a mají různé kompetence
- skutečné celkové výdaje na jednoho obyvatele okresu – okresy se liší počtem obyvatel žijících na jeho území
- skutečné celkové výdaje na HDP okresu v příslušném roce – jednotlivé okresy mají různou ekonomickou úroveň a tedy i potenciální prostředky pro financování oblasti OŽP.

V následující tabulce jsou uvedeny charakteristiky jednotlivých okresů Jihomoravského kraje, které byly dále využity při výpočtech a následné komparaci.

Tabulka 7: Základní charakteristiky okresů Jihomoravského kraje

Okres	Rozloha v km ²	Počet obyvatel	Počet obyv. okres. města	Hustota osídlení (obyv./km ²)	Počet obcí v okrese
Blansko	863	105663	20920	122	116
Brno – město	230	368533	368533	1601	30
Brno – venkov	1499	195644	0	131	187
Břeclav	1038	113171	24319	109	63
Hodonín	1099	157176	25897	143	82
Vyškov	876	87519	21901	100	80
Znojmo	1590	112828	34735	71	144
Jihomoravský kraj	7196	1140534	496305	159	673

Zdroj: http://www.risy.cz/okresy_jihomoravsky_kraj

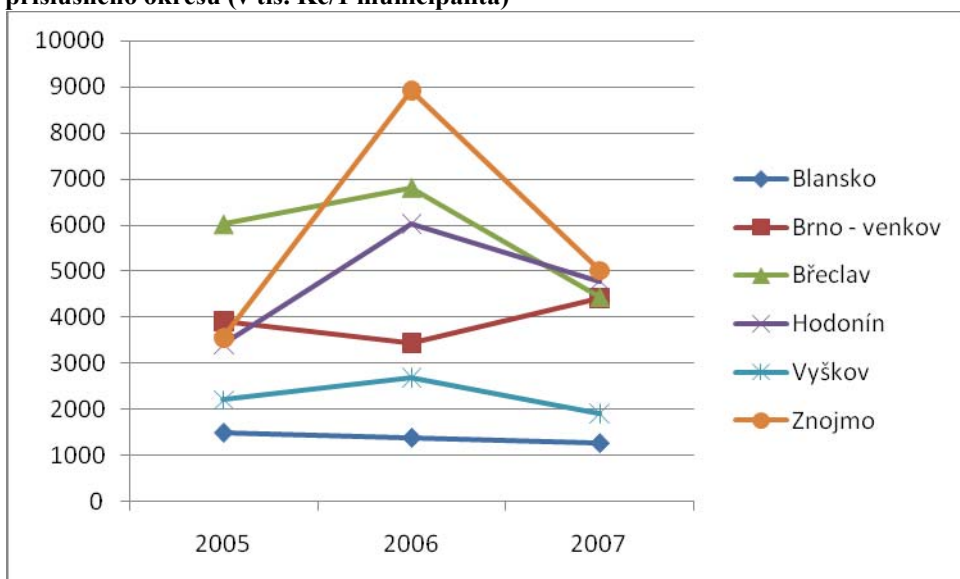
3.1. Výdaje na jednu municipalitu

Pod pojmem municipalita se rozumí obec I., II., či III. typu. Autorky jsou si vědomy zkrácení informací, neboť větší obce, respektive obce s vyššími zákonnými kompetencemi mají vyšší objemy svých rozpočtů, tudíž i vyšší výdajové položky. Záleží tedy na tom, kolik obcí vyššího stupně leží ve sledovaných okresech. Od tohoto faktu je však nyní odhlédnuto, v další fázi výzkumu bude přidělen každé úrovni obcí koeficient, kterým se zohlední typ obce a následně i velikost výdajů, lépe řečeno rozpočtu, kterým disponují.

Z hlediska přepočtených celkových výdajů na jednu obec okresu, nebere-li se v úvahu okres Brno – město, patří k nejtědřejším okresům Znojmo, Hodonín, Břeclav a Brno – venkov, které v roce 2007 vyčlenily zhruba stejné množství prostředků rozpočteno na 1 obec okresu. v okrese Brno – město je nejvyšší počet obcí a nejvyšší celkové výdaje v absolutní hodnotě, tudíž připadá na jednu obec ve výdajích na ochranu ŽP několik desítek milionů Kč (v roce 2005 63777 tis. Kč, v roce 2006 44714,7 tis. Kč a v roce 2007 33964,7 tis. Kč), což několikanásobně převyšuje průměr výdajů na jednu obec v ostatních okresech Jihomoravského kraje. Nejnižší výdaje na jednu obec lze zaznamenat ve všech sledovaných letech v okrese Blansko, kde v minulém roce v průměru každá obec vyčlenila na ochranu ŽP 1,2 mil. Kč a navíc mají výdaje v rámci okresu v minulých třech letech klesající trend.

V grafu číslo 2 jsou zobrazeny průměrné výdaje na ochranu ŽP připadající na jednu obec daného okresu. v grafu nejsou rozlišeny typy obcí, jedná se o paušální částky výdajů, které obrazně řečeno vyčlení každá municipalita sledovaného okresu.

Obrázek 2: Celkové municipální výdaje na OŽP jednotlivých okresů Jihomoravského kraje na jednu obec příslušného okresu (v tis. Kč/1 municipalita)

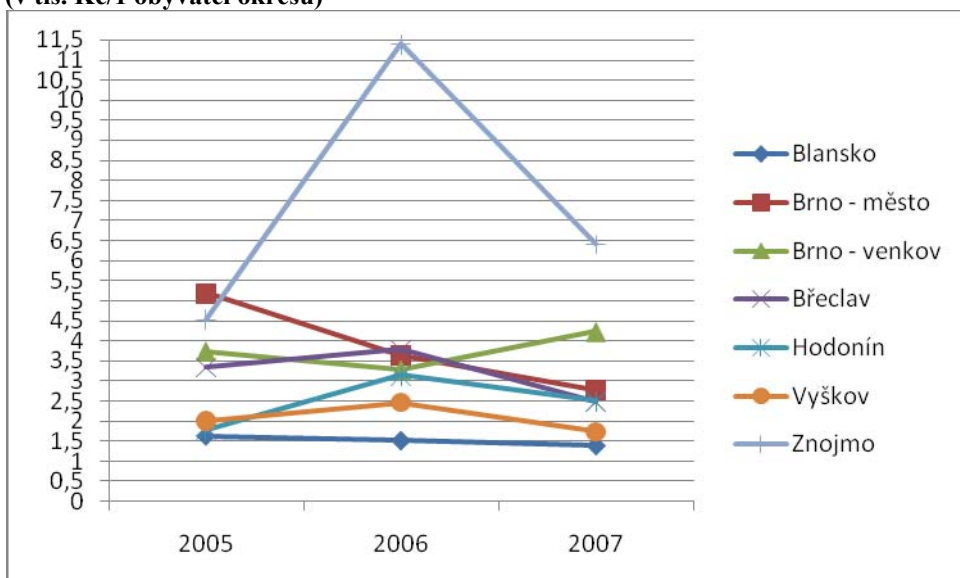


Zdroj: Informace z MF ČR, upraveno autorkami

3.2. Výdaje na jednoho obyvatele okresu

Nejvyšší výdaje do oblasti ochrany ŽP na jednoho obyvatele okresu jsou v okrese Znojmo (v roce 2005 4,5 tis. Kč, 2006 11,4 tis. Kč, 2007 6,4 tis. Kč). Znojmo je však třetí nejméně lidnatým okresem (po Vyškově a Blansku), tudíž se výdaje rozpočítávají na menší počet obyvatel. Kromě tohoto okresu i Brno – venkov vydává v přepočtu na jednoho obyvatele více než Brno – město, jehož vysoké absolutní částky plynoucí do oblasti ochrany ŽP „nepokryjí“ v posledních dvou sledovaných letech všechny občany tak jako v okresech zmíněných. Přestože okresy Vyškov a Blansko patří rozlohou k nejmenším a nejméně lidnatým (odhlédneme-li od velikosti okresu Brno – město) vydávají na ochranu ŽP v průměru na jednoho obyvatele od 1,5 tis do 2 tis. Kč, tedy téměř pětkrát až sedmkrát méně než v okrese Znojmo.

Obrázek 3: Celkové municipální výdaje okresů Jihomoravského kraje na 1 obyvatele příslušného okresu (v tis. Kč/1 obyvatel okresu)



Zdroj: Informace z MF ČR, upraveno autorkami

3.3. Výdaje na ŽP na HDP okresu

Není možné hodnotit výdaje do jakékoli oblasti bez vědomí skutečných ekonomických možností obcí v daném okresu. Je proto vhodné vztáhnout údaje k ekonomické výkonnosti území - HDP¹⁶³. HDP jednotlivých okresů se statisticky nezjišťuje. Lze však rozpočítat HDP Jihomoravského kraje na jednoho obyvatele kraje a následně tuto částku pak vynásobit počtem obyvatel daného okresu, čímž se získá alespoň prediktivní hodnoty podílu okresů na HDP kraje, viz tabulka č. 2.

Tabulka 8: Propočet HDP kraje na jednotlivé okresy dle počtu obyvatel v letech 2005 a 2006

Ukazatel	2005		2006	
	Mil. Kč	Podíl na ČR (%)	Mil. Kč	Podíl na ČR (%)
HDP	302309	10,2 %	323553	10,0 %
Okres	Počet obyvatel	HDP dle počtu obyvatel (tis. Kč)	Počet obyvatel	HDP dle počtu obyvatel (tis. Kč)
Blansko	108143	28912,776	108753	31068,787
Brno - město	366757	98055,011	366680	104753,92
Brno - venkov	173579	46407,542	175151	50037,509
Břeclav	123143	32923,130	123194	35194,323
Hodonín	157354	42069,676	156951	44838,094
Vyškov	87120	2329,132	87443	24980,901
Znojmo	114262	30548,733	114391	32679,463

Meziokresní srovnání – vybrané ukazatele dle okresů v roce 2006 a 2005. Dostupné na:

http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/meziokresni_srovnani

Informace o HDP kraje byly čerpány ze Statistických ročenek Jihomoravského kraje za roky 2005 a 2006, jež jsou vydávány ČSÚ.¹⁶⁴ Data pro rok 2007 nejsou zatím dostupná, Statistická ročenka bude vydána na počátku příštího kalendářního roku.

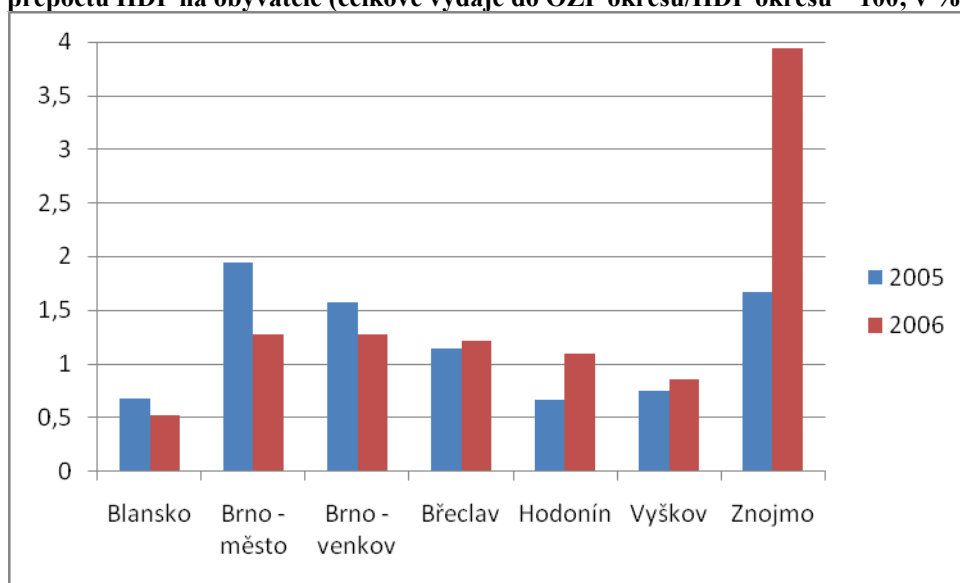
Nejvyšší podíl celkových výdajů do oblasti ochrany ŽP k vypočtenému HDP okresu byl zaznamenán v okrese Znojmo a Brno – město. Zejména Znojmo vyniká svými téměř čtyřmi procenty HDP, které jsou vynakládány do oblasti ochrany ŽP. Průměr výdajů do oblasti ochrany ŽP k HDP okresů Jihomoravského kraje pro rok 2005 je téměř 1,21%, pro rok 2006 pak 1,46 %. v okresech Blansko, Brno – město a Brno – venkov bylo zaznamenáno snížení poměru výdajů na ochranu ŽP k výkonnosti ekonomiky v těchto regionech, v ostatních byl trend opačný.

¹⁶³ Hrubý domácí produkt HDP – je peněžním vyjádřením celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v daném období na určitém území; používá se pro stanovení výkonnosti ekonomiky. Dostupné na:

[http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hruby_domaci_produk_t_\(hdp\)](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/hruby_domaci_produk_t_(hdp))

¹⁶⁴ Dostupné na: [http://www.czso.cz/xb/edicniplan.nsf/t/950046E397/\\$File/13-6201070101.xls](http://www.czso.cz/xb/edicniplan.nsf/t/950046E397/$File/13-6201070101.xls)

Obrázek 4: Celkové výdaje okresů Jihomoravského kraje k HDP daného okresu vypočteného dle přepočtu HDP na obyvatele (celkové výdaje do OŽP okresu/HDP okresu * 100; v %)



Zdroj: Informace z MF ČR, upraveno autorkami

4. Diskuse

Provedená analýza výdajů do oblasti ochrany ŽP z místních rozpočtů okresů Jihomoravského kraje vypovídá o velikosti výdajů všech municipalit jednotlivých okresů, o průměrných výdajích na jednoho obyvatele a na jednu obec okresu. Dle autorek má nejvyšší vypovídací schopnost ukazatel hodnotící výdaje vzhledem k ekonomické výkonnosti měřené HDP okresu, neboť propojuje zdroje, kterými mohou průměrně municipality daného okresu obrazně disponovat, s výdaji do zkoumané oblasti.

Analýza ovšem nezohledňuje velikosti a typy obcí¹⁶⁵ okresů, což ovlivňuje velikost rozpočtu obcí a kompetence a odpovědnosti v oblasti přenesené státní správy. Typ obce a její velikost bude zohledněna v následujících etapách výzkumu. Také by bylo vhodné při hodnocení celkových výdajů municipalit zohlednit ráz krajiny daného okresu, počet vodních toků, plochu lesů, zastavěného území, počet čistíček odpadních vod, vybudované kanalizace, počet velkých znečišťovatelů ovzduší apod., neboť i na těchto skutečnostech bude záviset velikost výdajů do oblasti ochrany ŽP plynoucích z rozpočtů municipalit.

5. Závěr

Naznačená analýza údajů o výdajích místních rozpočtů do oblasti ochrany ŽP za období 2005 - 2007 bude provedena u všech okresů ČR. Na základě výsledků této analýzy budou vyvozeny závěry o průměrných výdajích obcí dle jednotlivých typů, přičemž bude snahou zohlednit v objemu vynakládaných finančních prostředků i ráz krajiny a hlavní aspekty, jež ovlivňují velikost výdajů do oblasti ochrany ŽP. Data budou analyzována i z hlediska oblastí, do nichž jsou finanční prostředky z místních rozpočtů investovány. Tímto se získá základní přehled o zkoumané oblasti, na kterém bude moci být vystavěna další etapa výzkumu.

Záměrem je přispět tímto ke zvýšení efektivnosti ve smyslu udržitelného rozvoje včetně generace metodiky sledování jejich efektivnosti při využívání báze účetnictví udržitelného rozvoje tak, jak je používáno v soukromém sektoru. Výstupem projektu bude systém indikátorů pro hodnocení efektivnosti výdajů na ochranu ŽP při posouzení absorpční kapacity municipalit. Další výstupy tohoto projektu budou publikovány v průběhu příštích dvou let.

¹⁶⁵ Obce I. typu, obce II. typu – s pověřeným obecním úřadem, obce III. typu – s rozšířenou působností

Seznam použité literatury

Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích, ve znění pozdějších předpisů

Statistická ročenka ŽP ČR 2007. Výdaje na ŽP. [online] [cit. září 2008] Dostupné na:

<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFMVTMNS/\\$FILE/kap_d2.pdf](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFMVTMNS/$FILE/kap_d2.pdf)>

MŽP ČR. *Zpráva o životním prostředí ČR za roky 2004 – 2006.* [online] [cit. září 2008]

Dostupné na: <<http://www.mzp.cz/AIS/web.nsf/pages/zpravy-o-stavu-zivotniho-prostredi>>

Údaje o výdajích veřejných rozpočtů ve formátu MS Excel poskytnutých MF ČR

ČSÚ. *Statistické ročenky Jihomoravského kraje za roky 2006 a 2007.* [online] [cit. říjen

2008]. Dostupné na: [http://www.czso.cz/xb/edicniplan.nsf/t/950046E397/\\$File/13-6201070101.xls](http://www.czso.cz/xb/edicniplan.nsf/t/950046E397/$File/13-6201070101.xls)

Meziokresní srovnání, vybrané ukazatele za roky 2005 a 2006. [online] [cit. říjen 2008]

Dostupné na: http://www.czso.cz/xb/redakce.nsf/i/meziokresni_srovnani

Charakteristiky jednotlivých okresů Jihomoravského kraje. [online] [cit. říjen 2008] Dostupné

na: http://www.risy.cz/okresy_jihomoravsky_kraj

www.risy.cz

Makroekonomické aspekty priamych zahraničných investícií na ekonomický rast Slovenskej republiky

Macroeconomic aspects of Foreign Direct Investment
on the economic growth in the Slovak Republic

Marcel Novák, Karol Trnovský

Anotácia

Všeobecne rozšírený fakt o tom že sa priame zahraničné investície pozitívne podieľajú na ekonomickom raste krajiny vo svojich prácach konštatuje viacero ekonómov. Hypotézu, ktorá hovorí o existencii pozitívneho vzťahu medzi vplyvom prílevu PZI a ekonomickým rastom sme sa snažili potvrdiť v podmienkach SR v období od jej vzniku až po súčasnosť. Pri empirickom skúmaní efektov PZI v ekonomike SR sme sa opierali o teoretické predpoklady G. Hunyu, z ktorých sme následne pomocou korelačnej a regresnej analýzy overovali vplyv PZI na ekonomický rast a produktivitu práce. Zistili sme, že akceleračný účinok prílevu PZI má v sledovanom období pozitívny dopad len na absolútnu veľkosť HDP SR, ktorá sa však svojou veľkosťou v dostatočnej miere neprejavuje na ekonomickom raste SR. Neutralita vo výsledkom vzťahu PZI a ekonomického rastu je podľa nás spôsobená relatívne krátkym časovým obdobím analýzy. v záverečnej časti článku sme aj napriek tomuto zisteniu presvedčení, že priame zahraničné investície nepriamo prispievajú k ekonomickému rastu prostredníctvom pozitívneho vplyvu na produktivitu práce.

Kľúčové slová: Priame zahraničné investície. Efekty zahraničných investícií. Ekonomický rast.
Hrubý domáci produkt. Produktivita práce. Transnacionálne korporácie.

Summary

The history Generally speaking, Foreign Direct Investments (FDI) have positive influence on country's economic growth. In hoc we have examined the hypothesis on Slovak Republic's example. Our research covers the period of independent existence of Slovak Republic and is based on G. Hunyu's theoretical assumptions. Consequently, by regression and correlation analysis we have proved the FDI's influence on the economic growth and on labour productivity. Our findings point out positive impact of accelerated FDI flow on absolute GDP amount of Slovak Republic. However, its scale has not been sufficient to influence Slovak economic growth markedly. In our point of view the neutrality of FDI-economic growth relation has been caused by relatively short period of the examined time of the analysis. In spite of the final results, in conclusion we are convinced that the FDI contribute indirectly to the economic growth by its positive influence of labour productivity.

Key words: Foreign Direct Investments. Foreign investments effects. Economic growth. Labour productivity.
Gross Domestic Product. Transnational corporations.

„Tento príspevok vznikol s podporou grantovej agentúry VEGA v rámci projektu č. 1/3837/2006 Teoretické a hospodársko-politické podmienky a predpoklady dlhodobého ekonomického rastu SR ako člena Európskej únie v procese globalizácie“.

ÚVOD

Pri sledovaní vplyvov rastúceho prílevu zahraničných investícií vo svetovom meradle sa názory ekonómov a širokej odbornej verejnosti rôznia. Niektorí zastávajú názor ich pozitívneho vplyvu (napr. R. Outrata a kol. [13], B. Šaková [15]), iní sa prikláňajú k negatívnejším dopadom, prípadne obhajujú neutrálny účinok na hospodársky vývoj. Napriek tomu, že prínosy priamych zahraničných investícií (PZI) pre ekonomiku je pomerne zložitá kvantifikovať, prevláda medzi odborníkmi (J. Tancošová [17], M. Šustr [14]), konsenzus v tom, že zahraničné investície sú dôležitým faktorom súčasného vývoja ekonomiky, napriek tomu, že empiricky neboli v dostatočnej miere preukázané. Prvým dôvodom tejto skutočnosti bolo, že sa často nepodarilo dostatočne preukázať vplyv investícií

na hostujúcu ekonomiku z hľadiska krátkého časového radu agregátnych ukazovateľov. Ďalšou komplikáciou môže byť, že prvotné väčšie prílevy PZI prišli v období výraznejšieho spomalenia ekonomiky (S. Ferenciková - T. Dudáš [6]). Táto kombinácia faktorov môže analýzu značne ovplyvniť a preukázateľnosť pozitívneho či negatívneho, prípadne neutrálneho vplyvu na ekonomický vývoj obmedziť. Empirické štúdie PZI sú väčšinou vytvárané na pomerne rozsiahlej vzorke vstupných údajov (napr. N.Campos a Y. Kinoshita [4]). Vzorka vybraných údajov môže byť v mnohých parametroch heterogénna, čím môže do určitej miery znižovať vypovedaciu schopnosť regresných výsledkov. z tohto dôvodu sme pri analýze a skúmaní vplyvu PZI na makroekonomický vývoj SR čerpali štatistické hodnoty z oficiálnych zdrojov medzinárodných organizácií ako sú MMF, UNCTAD a OECD, ako aj z domácich inštitúcií, ktorými boli NBS a SARIO. v našom príspevku sme si za cieľ stanovili empirickými metódami potvrdiť, resp. vyvrátiť hypotézu o existencii vzájomného pozitívneho vzťahu medzi prílevom PZI a ekonomickým rastom SR.

1. Vplyv priamych zahraničných investícií na ekonomický rast Slovenskej republiky

Základy teórie PZI a ekonomického rastu v zahraničnej literatúre položil J. H. Dunning [2] a japonské rozvojové teórie, ktoré zdôrazňujú význam a úlohu PZI v hospodárskom rozvoji krajín. PZI považujú za veľmi efektívny nástroj, ktorý dokáže pomôcť menej rozvinutým krajinám priblížiť sa krajinám s vyspelou ekonomikou.

Produktivita práce, vek obyvateľstva, úroveň a dostupnosť školstva, úroveň a kvalita stravovania a bývania, chorobnosť, uplatňovanie poznatkov vedy, techniky, ľudského rozumu, tvorivosti, nové technológie, nové výrobné postupy, prírodné zdroje, slobodné trhové hospodárstvo, politická stabilita, kvalita inštitucionálneho usporiadania spoločnosti, otvorenosť ekonomiky a efektívnosť uplatňovanej hospodárskej politiky vplyvajú na hospodársky rozvoj krajiny. Ak budeme predpokladať, že na hospodárskom rozvoji sa podieľa množstvo faktorov väčšou alebo menšou mierou, jedným z týchto determinantov môže byť aj ekonomický rast. Na základe tohto tvrdenia môžeme celú teóriu zjednodušiť a vysloviť hypotézu, podľa ktorej rastúci prílev PZI sa pozitívne prejavuje na ekonomickom raste krajiny. Naša hypotéza nadväzuje na eklektickú teóriu PZI a na vzájomný vzťah medzi činnosťou transnacionálnych korporácií (TNK) a hospodárskym rastom dotknutých krajín. Podobnú hypotézu vyslovil ekonóm G. Hunya o celkovom efekte PZI¹⁶⁶, podľa ktorej prílev PZI spôsobuje vyššie tempo ekonomického rastu v dlhšom časovom horizonte. Pri empirickom skúmaní efektov PZI pre ekonomiku SR budeme sledovať, či teoretické predpoklady G. Hunyu platia v podmienkach SR. v našom výskume budeme sledovať dopady PZI na ekonomický rast a produktivitu práce. Pre potvrdenie, prípadne spochybnenie efektov uvádzaných v teóriách využijeme koreláciu a v prípade zistenia vzájomnej závislosti regresnú analýzu a odhad lineárnej závislosti.

¹⁶⁶ Podľa ekonóma G. Hunyu [8] môžu byť celkové dopady nasledujúce, pričom je nutné sledovať časový horizont pôsobenia zahraničných investícií:

- vplyv zahraničných investícií na ekonomický rast nie je priamy v krátkom časovom horizonte,
- prílev zahraničných investícií spôsobuje vyššie tempo ekonomického rastu v dlhšom časovom horizonte,
- deficit zahraničného dlhu sa v krátkom časovom horizonte môže prehĺbiť,
- zvýšenie exportnej výkonnosti a zlepšovanie bilancie zahraničného obchodu v dlhšom časovom horizonte,
- reštrukturalizácie v úvodných fázach vstupu zahraničných investícií môžu zvýšiť nezamestnanosť,
- vytváranie nových pracovných miest spojených s greenfield investments – investíciami na zelenej lúke.

Empirickú analýzu budeme realizovať v rôznych časových intervaloch v závislosti od dostupných štatistických údajov a výsledkom analýzy bude odpoveď na otázku, do akej miery sa rastúci prílev PZI mohol podpísať pod ekonomický rast SR.

Naša hypotéza, ktorú testujeme, je nasledujúca:

- ak prílev PZI do SR prispieva k rastu HDP, rastúci trend prílevu PZI sa priamo prejaví v podobe rastúcej dynamiky HDP,
- ak prílev PZI neprispieva k rastu HDP, rastúci trend prílevu PZI sa neprejaví v raste HDP a rastúcu dynamiku HDP priamo ovplyvňujú iné činitele ako PZI¹⁶⁷.

Pomocou korelačnej analýzy¹⁶⁸ sa pokúsime zistiť existenciu závislosti medzi HDP a PZI v ekonomike SR. Pre lepšiu vypovedaciu schopnosť analýzy sme si za vstupnú databázu údajov zvolili údaje, ktoré uvádza MMF a UNCTAD. Časový rozsah analýzy sa orientuje na obdobie rokov 1993 – 2006. Vstupné údaje v prehľadnej forme dokumentuje nižšie uvedená tabuľka 1 a výsledky korelačnej analýzy sú zobrazené v tabuľke 2.

Tabuľka 1

Vstupné údaje k výpočtu korelačných a regresných modelov vzťahu PZI a HDP SR

Rok	HDP v mld. SKK	PZI v mld. SKK	PZIt-1	% Δ HDP	Δ HDP	PZI/HDP v %	USD/SKK
1993	699,743	5,539		1,90%		0,79%	30,770564
1994	743,1690	8,332	5,539	6,21%	43,4260	1,12%	32,045581
1995	786,5850	77,026	8,332	5,84%	43,4160	9,79%	29,739757
1996	849,7400	11,342	77,026	8,03%	63,1550	1,33%	30,654503
1997	898,4780	7,732	11,342	5,74%	48,7380	0,86%	33,61598
1998	931,6090	25,368	7,732	3,69%	33,1310	2,72%	35,233778
1999	934,5660	17,786	25,368	0,32%	2,9570	1,90%	41,363411
2000	941,3140	89,169	17,786	0,72%	6,7480	9,47%	46,201728
2001	971,6810	76,395	89,169	3,23%	30,3670	7,86%	48,351099
2002	1 011,6820	186,743	76,395	4,12%	40,0010	18,46%	45,325993
2003	1 053,7620	79,362	186,743	4,16%	42,0800	7,53%	36,741857
2004	1 110,8340	97,738	79,362	5,42%	57,0720	8,80%	32,256623
2005	1 177,8920	65,448	97,738	6,04%	67,0580	5,56%	31,018196
2006	1 275,2540	123,827	65,448	8,27%	97,3620	9,71%	29,694626

Prameň: <http://stats.unctad.org/FDI/TableViewer/tableView.aspx>,
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/weorept.aspx?sy=1993&ey=2006>

¹⁶⁷ Rastúca dynamika HDP môže byť spôsobená inými faktormi ako napríklad pozitívnym vývojom jednotlivých zložiek HDP (rast domáceho dopytu, rast spotreby domácností, rast výdavkov vlády, proexportne orientovaná politika). Bližšie pozri J. Lisý [10], M. Novák [12].

¹⁶⁸ Korelačná analýza popisuje závislosť medzi dvoma premennými. Výsledné hodnoty korelačného koeficienta sa pohybujú v intervale od -1 (čo znamená nepriamu úmernosť) do 1 (čo znamená priamu úmernosť), pričom ak sa výsledná hodnota rovná 0, hovoríme o nezávislosti skúmaných premenných.

T a b u ľ k a 2

Výsledky korelačnej analýzy PZI a HDP SR

Index	HDP _t v SKK	PZI _t v SKK	PZI _{t-1} v SKK	% Δ HDP _t	Δ HDP _t
HDP _t v SKK	1	-	-	-	-
PZI _t v SKK	0,60469839	1	-	-	-
PZI _{t-1} v SKK	0,543109485	0,366862361	1	-	-
% Δ HDP _t	0,154732406	-0,01406806	0,13355565	1	-
Δ HDP _t	0,516158325	0,197372528	0,285328547	0,923855774	1

Prameň: <http://stats.unctad.org/FDI/TableViewer/tableView.aspx>,
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/weorept.aspx>
vlastné prepočty.

Vysvetlivky:

HDP_t v SKK – HDP v stálych cenách v roku t v mld. SKK

% Δ HDP – medziročné tempo rastu HDP v % v roku t

Δ HDP_t – absolútny prírastok HDP v roku t

PZI_t v SKK – prílev priamych zahraničných investícií v roku t v mld. SKK

PZI_{t-1} v SKK – prílev priamych zahraničných investícií v predchádzajúcom roku v mld. SKK

Z korelačnej analýzy vyplýva, že medzi prílevom PZI a HDP existuje závislosť. v snahe o najvernejšie posúdenie závislosti sme okrem ukazovateľa veľkosti prílevu PZI využili a sledovali aj závislosť veľkosti toku PZI v predchádzajúcom roku (PZI_{t-1}) a HDP. Medzi sledovanými ukazovateľmi sme zistili pozitívnu stredne priemernú závislosť a pri ostatných variantoch ukazovateľov je závislosť pomerne slabá. k podobným výsledkom pri svojom empirickom výskume dospeli aj S. Ferencíková a T. Dudáš [6], ktorí v sledovanom období 1993-2003 v prípade SR dokázali korelačným testom, že medzi prílevom PZI a hospodárskym rastom na začiatku skúmaného obdobia existoval pozitívny vzťah aj napriek tomu, že prílev PZI bol na začiatku formovania SR pomerne nízky. Po dovŕšení transformačného procesu zahraničné spoločnosti pomohli reštrukturalizovať miestne podniky, čím zvyšovali ich efektívnosť a konkurenčnú schopnosť. Na základe existujúcej korelácie medzi sledovanými parametrami pomocou regresnej analýzy, ako štatistickej metódy na odhad funkčného vzťahu, zistíme, či existuje lineárna závislosť medzi HDP a PZI [14].

Na preskúmanie závislosti vplyvu PZI na HDP SR regresnou analýzou sme zvolili nasledujúci postup:

- určili sme závislé a nezávislé premenné, ktoré sú uvedené v tabuľkách,
- spracovali sme údaje o potrebných agregátnych ukazovateľoch za určité obdobia,
- koreláciou zistíme existenciu závislosti a regresnou analýzou zase existenciu lineárnej závislosti,
- metódou najmenších štvorcov sme odhadli regresné koeficienty, ktoré testujeme na hladine významnosti $\alpha = 0,05$,
- výsledky zisťovaní a celkové zhodnotenie uvádzame v tabuľke a v grafoch.

Pri využití korelačnej a regresnej analýzy bolo potrebné charakterizovať jednotlivé parametre, ktoré tvorili východisko pre posúdenie vypočítaných hodnôt.

Nulová hypotéza H_0 je predpoklad o hodnote parametra základného súboru, v našom prípade, že medzi skúmanými veličinami nie je lineárna závislosť.

Alternatívna hypotéza H_1 je tvrdenie, ktoré platí v prípade, že zamietneme nulovú hypotézu.

Hladina významnosti α je pravdepodobnosť zamietnutia nulovej hypotézy, hoci je v skutočnosti pravdivá. Je označovaná aj ako pravdepodobnosť chyby I. druhu. Vo všetkých skúmaných modeloch použijeme $\alpha = 0,05$.

β_0 a β_1 sú neznáme parametre regresného modelu. β_0 je lokujúca konštanta, ktorá predstavuje teoretickú priemernú hodnotu závislej premennej za predpokladu, že hodnota nezávislej premennej sa rovná nule. β_1 je regresný koeficient, ktorý určuje, aký prírastok alebo úbytok strednej hodnoty závislej premennej zodpovedá jednotkovému prírastku nezávislej premennej.

Y je závislá premenná, ktorej funkčnú závislosť a tesnosť tejto závislosti od iných premenných zisťujeme.

X je vysvetľujúca premenná, pomocou ktorej odhadujeme závislú premennú, resp. zisťujeme, či vyvoláva jej zmeny.

P hodnota je najvyššia možná hladina významnosti, na ktorej prijímame nulovú hypotézu. Ak je hladina významnosti α , na ktorej testujeme nulovú hypotézu menšia ako p hodnota, nemáme dôvod zamietnuť nulovú hypotézu.

t-štatistika je Studentovo rozdelenie a ide o rozdelenie pravdepodobnosti náhodnej premennej, ktorá závisí od počtu stupňov voľnosti.

Významnosť F – posúdenie kvality regresného modelu F-testom štatistickej významnosti je založená na myšlienke, že ak je model závislosti Y a X významný, potom variabilita vysvetlená modelom musí byť väčšia ako nevysvetlená variabilita.

Výsledky jednotlivých modelov sledovaných závislostí a celkové zhodnotenie je uvedené nižšie.

T a b u ľ k a 3

Výsledky regresnej analýzy PZI a HDP SR

Závislá premenná	Nezávislá premenná	Odhad parametra β_0	Odhad parametra β_1	Hodnota P k β_1	t štatistika k β_1	Významnosť F	Hodnotenie modelu ¹⁶⁹
HDP _t v SKK	PZI _t v SKK	841,4497	1,8422	0,0220	2,6301	0,0220	V
HDP _t v SKK	PZI _{t-1} v SKK	885,9676	1,5629	0,0551	2,1453	0,0551	N
% Δ HDP _t	PZI _t v SKK	0,0479	0,0000	0,9636	-0,0467	0,9636	N
% Δ HDP _t	PZI _{t-1} v SKK	0,0440	0,0001	0,6636	0,4470	0,6636	N
Δ HDP _t	PZI _t v SKK	38,1208	0,0923	0,5181	0,6677	0,5181	N
Δ HDP _t	PZI _{t-1} v SKK	0,0440	0,0001	0,6636	0,4470	0,6636	N

Prameň: <http://stats.unctad.org/FDI/TableViewer/tableView.aspx>,
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/weorept.aspx> , vlastné prepočty.

¹⁶⁹ V – znamená štatisticky významný model na hladine významnosti 0,05 (ak významnosť F < 0,05)

N – štatisticky nevýznamný model na hladine významnosti 0,05 (ak významnosť F > 0,05)

V intervale spoľahlivosti 95 % existuje štatisticky významná len závislosť HDP v bežnom roku od prílevu PZI za splnenia podmienky časovej rovnosti. v prípade SR má regresný model závislosti HDP_t od PZI_t nasledujúci tvar:

$$y_i = \eta_i + \varepsilon_i,$$

kde η_i je regresná funkcia a má tvar priamky a ε_i v tomto modeli predstavuje vplyv náhodných faktorov, ktoré neboli zaradené do regresného modelu

$$\eta_i = \beta_0 + \beta_1 x_i$$

V číselnom vyjadrení má táto funkcia tvar:

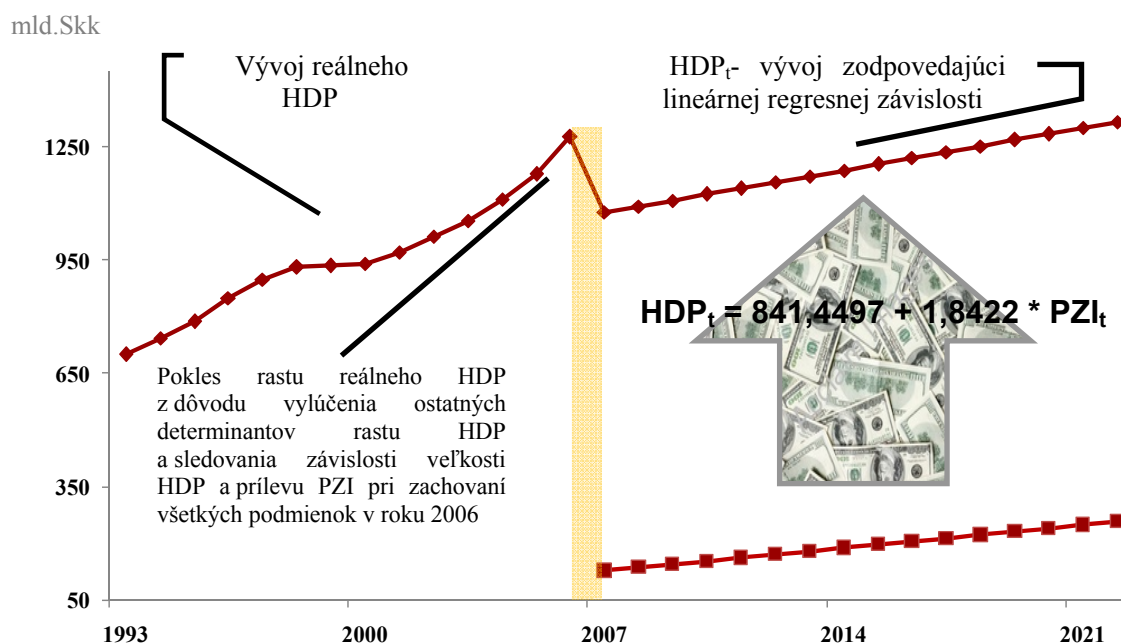
$$HDP_t = 841,4497 + 1,8422 * PZI_t$$

To znamená, že ak vzrastie prílev PZI_t o 1 mld. SKK, tento rast má pozitívny vplyv na absolútnu veľkosť HDP_t a vzrastie približne o 1,84 mld. SKK. v prípade, že by v slovenskej ekonomike neumiestňovali zahraniční investori svoj dlhodobý kapitál v podobe PZI, úroveň HDP_t by zodpovedala hodnote 841,4497 mld. SKK.

Z uvedených výsledkov regresnej analýzy vyplýva, že pri všetkých skúmaných vzťahoch existuje závislosť, ale lineárna závislosť existuje len medzi vzťahom HDP_t a celkovým objemom prílevu PZI_t . Ostatné skúmané vzťahy na hladine významnosti 0,05 sú štatisticky nevýznamné.

Na základe zistených závislostí a štatisticky významného modelu môžeme sledovať a odhadnúť vývoj HDP v stálych cenách v mld. SKK. v grafickom znázornení (graf 1) je vyjadrená závislosť medzi veľkosťou HDP a prílevom PZI za predpokladu, že ostatné faktory podmieňujúce rast ekonomiky ostanú nezmenené a budú zodpovedať úrovni v roku 2006.

Graf 4
Vývoj HDP SR v závislosti od prílevu PZI

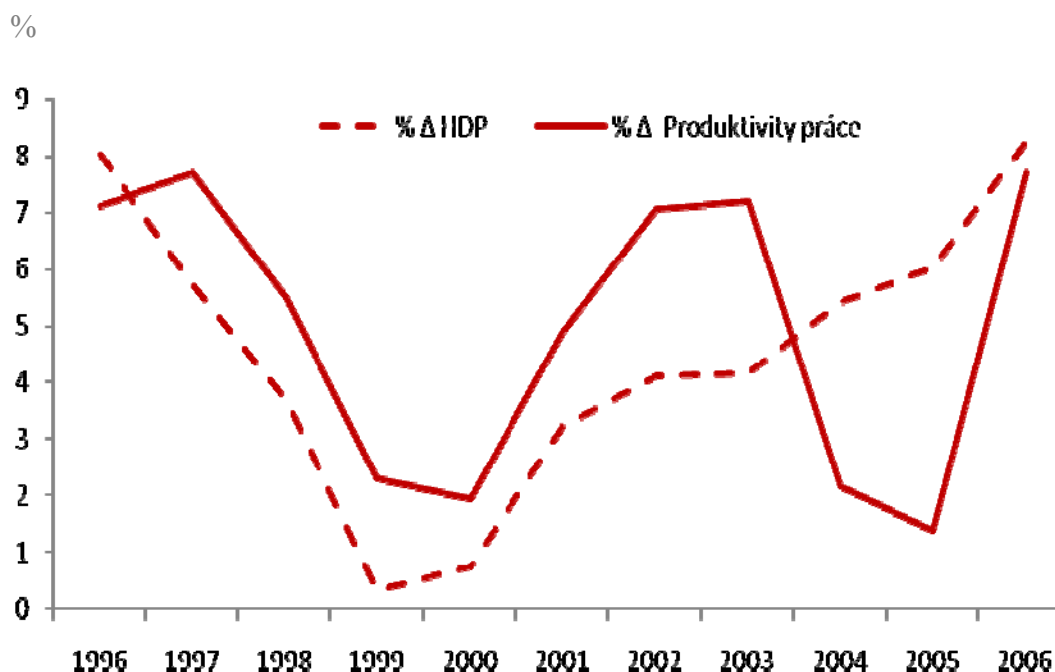


Prameň: <http://stats.unctad.org/FDI/TableView/tableView.aspx>,
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/weorept.aspx>,
vlastné prepočty a vlastná úprava.

V prípade SR sme empiricky potvrdili, že ekonomický rast nie je zatiaľ priamo podmienený nárastom PZI, ale inými činiteľmi.

Jeden zo zdrojov, ktorý priamo ovplyvňuje ekonomický rast, je produktivita práce. Veľmi zaujímavým je v tejto súvislosti vzťah medzi produktivitou práce a PZI. Viacerí ekonómovia tvrdia (J. Tancošová [16], R. Outrata [13]), že rast produktivity práce v nových členských krajinách EÚ bol v rozhodujúcej miere podmienený práve prichádzajúcimi zahraničnými investormi. Na druhej strane je rast produktivity kľúčovým determinantom prílevu PZI. Ak sa bližšie pozrieme na vývoj ekonomického rastu a produktivity práce (graf 2), zistíme, že % zmena rastu HDP kopíruje % zmenu produktivity práce. Výnimku predstavujú roky 2003 – 2005, kedy došlo k nižším nárastom produktivity práce ako bol prírastok HDP.

Graf 2
Vývoj % Δ (g) HDP a % Δ produktivity práce v SR



Prameň: <http://stats.oecd.org/wbos/Index.aspx>
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02/weodata/weorept.aspx>,
vlastná úprava.

Vysvetlivky:

% Δ (g) HDP – percentuálna zmena rastu HDP

% Δ produktivity práce – percentuálna zmena produktivity práce na jednotku práce

ZÁVER

V našom príspevku sme sa snažili empirickými metódami dokázať existenciu vzájomného vzťahu medzi priamymi zahraničnými investíciami a ekonomickým rastom SR. Pri hodnotení dosiahnutých výsledkov môžeme konštatovať, že akceleračný účinok prílevu PZI má v sledovanom období pozitívny dopad len na absolútnu veľkosť HDP SR, ktorá sa však svojou veľkosťou v dostatočnej miere neprejavuje na ekonomickom raste. Výsledky našej analýzy nepreukázali priamu súvislosť medzi PZI a ekonomickým rastom. Neutralita vzťahu môže byť spôsobená relatívne krátkym časovým obdobím, v ktorom boli nízke objemy PZI v prvom období samostatnej SR kompenzované vyššími objemami PZI od roku 2001. Japonské rozvojové teórie, teória J. H. Dunninga¹⁷⁰ a hypotéza G. Hunyu nebola priamo potvrdená v podmienkach slovenskej ekonomiky a rastúci prílev PZI sa pozitívne prejavuje len na zmene absolútnej veľkosti HDP, ktorý zohráva v prípade sledovania ekonomického rastu zanedbateľnú úlohu. Tento výsledok je výrazným prekvapením, keďže úplne odporuje všeobecným očakávaniam o pozitívnom vplyve PZI na ekonomický rast SR. Vysvetlením môže byť, že po transformačnom šoku v rokoch 1990 – 1992 aj menšie množstvo PZI dokázalo pozitívne ovplyvniť ekonomický rast SR. v nasledujúcich rokoch 1993 – 1998 sa pod nadpriemerný ekonomický rast SR podpísala najmä hospodárska politika štátu, pre ktorú bol špecifický podpriemerný prílev PZI. Od začiatku 21. storočia po súčasnosť ekonomika SR rastie každý rok závratným tempom, čo sa odzrkadlilo aj v pozitívnom vplyve prílevu PZI na ekonomický rast, a to najmä vďaka rastúcemu exportu zahraničných firiem, ktoré podnikajú na území SR.

Súčasne so zistenými výsledkami sa domnievame, že vytváraním stabilných a priaznivých podmienok pre zahraničných investorov môže SR získať väčšie objemy PZI (s prevládajúcim typom investícií „greenfield investments“), ktorých vplyv sa v dlhšom časovom horizonte môže priamo odzrkadliť v pozitívnom efekte na ekonomický rast SR.

LITERATÚRA

- [1] CAMPOS, N. – KINOSHITA, Y.: Foreign Direct Investment as Technology Transferred: Some Panel Evidence from the Transition Economies. [William Davidson Institute Working papers series, No. 438.] Ann Arbor: University of Michigan Business School 2000.
- [2] DUNNING, J. H.: Re-evaluating the Benefits of Foreign Direct Investment. In: Transnational Corporations, č. 1, 1994. s. 23 – 51.
- [3] DUNNING, J. H.: a Rose by Any Other Name ...? FDI Theory in Retrospect and Prospect. [Mimeo.] Reading: University of Reading, New Jersey: Rutgers University, 2001.
- [4] DUNNING, J. H. – NARULA, R.: The Investment Development Path revisited: Some emerging issues. In: DUNNING, J. H. – NARULA, R. (1996): Foreign Direct Investment and Governments: Catalysts for Economic Restructuring. London and New York: Routledge, 1996. s. 1 – 41.

¹⁷⁰ Teória PZI a hospodárskeho rastu, v zahraničnej literatúre známe pod označením „Investment Development Path,“ pojednávajú o dynamickom prístupe založenom na poznaní, že proces hospodárskeho rastu krajiny nie je autonómny vo vzťahu k prichádzajúcim PZI. Autorom tejto teórie je J. H. Dunning, ktorý položil jej základy už začiatkom 80. rokov minulého storočia. Postupne ju upravoval a zdokonaľoval. Najhlbšou revíziou prešla v roku 1996 v spolupráci s R. Narulom (J.H. Dunning – R. Narula, [4]), pričom posledná známa revízia pochádza z roku 2000 (J.H. Dunning – R. Narula, [5]).

- [5] DUNNING, J. H. – NARULA, R.: Industrial Development, Globalization and Multinational Enterprises: New realities for developing countries. Oxford Development Studies, 28, č. 2, 2000. s. 141 – 167.
- [6] FERENČÍKOVÁ, S. – DUDÁŠ, T.: Vplyv prílevu priamych zahraničných investícií na hospodársky rast v nových členských štátoch Európskej únie zo strednej a z východnej Európy. In: Ekonomický časopis, roč. 53, 2005, č. 3, s. 261 – 273.
- [7] HUNYA, G. - GEISHECKER, I.: Employment Effect of Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe, Vienna, August 2005, WIIW Research Reports, No. 313.
- [8] HUNYA, G.: Impact of FDI on Economic Growth and Restructuring in CEECs. Working Paper. WIIW, Spring Seminar 2001. The Vienna Institute for International Economic Studies, Vienna, 2001.
- [9] KALOTAY, K. – HUNYA, G. : Privatization and Foreign Direct Investment In Central and Eastern Europe. In: Transnational Corporations, 9, No. 1, 2000. s. 39 – 66.
- [10] LISÝ, J.: Makroekonómia : výkonnosť ekonomiky a ekonomický rast. 2. vydanie. Bratislava: Iura Edition, 2005.
- [11] MARINOVA, S. T. – MARINOV, M. A.: Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe. Ashgate Publishing, 2003. ISBN 0-7546-3026-9, s. 115.
- [12] NOVÁK, M.: Rastové a cyklické aspekty vývoja makroekonomických ukazovateľov Slovenskej republiky v kontexte s vývojom ekonomického cyklu vo svetovom hospodárstve. Dizertačná práca. Bratislava: KET NHF EU v Bratislave, 2007.
- [13] OUTRATA, R. a kol.: Zahraničný kapitál v ekonomike SR a návrh systému podpory jeho efektívneho vstupu. [Expertízne štúdie, č. 54.] Bratislava: Ekonomický ústav SAV, 1995. s. 68.
- [14] ŠUSTR, M.: Vplyv zahraničných investícií na makroekonomický vývoj Slovenska. Dizertačná práca. Bratislava. KET NHF EU v Bratislave, 2008.
- [15] ŠAKOVÁ, B.: Medzinárodný pohyb kapitálu. In: Šíbl, D. – Šaková, B.: Svetová ekonomika. Bratislava: Sprint vďaka, 2000.
- [16] TÁNCOŠOVÁ, J.: Priame zahraničné investície a konkurencieschopnosť ekonomiky SR. In: Zborník z mezinárodnej vedeckej konferencie „Hospodárska politika nových členských zemí EU“. 22.-23. září 2005. Ostrava: EF VŠB – Technická univerzita, 2005.
- [17] TÁNCOŠOVÁ, J.: Joint venture: Teoretický náčrt a praktické skúsenosti. [Habilitačná práca.] Bratislava: Národohospodárska fakulta EU v Bratislave, 1995.
- [18] www.stats.unctad.org/FDI/TableViewer/tableView.aspx.
- [19] www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2007/02weodata/weorept.aspx.

Ing. Marcel Novák, PhD.
 Katedra ekonomickej teórie
 NHF, EU v Bratislave
 Dolnozemska cesta 1
 852 35 Bratislava
 tel.: + 421 2 6729 1541
 email: marcel.novak@euba.sk

Ing. Karol Trnovský
 Katedra ekonomickej teórie
 NHF, EU v Bratislave
 Dolnozemska cesta 1
 852 35 Bratislava
 tel.: + 421 2 6729 1532
 email: karol.trnovsky@euba.sk

Teoretická východiska analýzy selhání malých a středních českých bank v 90.tých letech

Martin Vítů, Vladislav Pavlát

Anotace

Příspěvek byl zpracován jako součást interního projektu Vysoké školy finanční a správní, nazvaného „Vývoj české bankovní soustavy v 90.tých letech“. Vychází z 2. a 3. kapitoly autorovy diplomové práce. Cílem příspěvku je formulovat teoretická východiska použitelná při analýze příčin selhání malých a středních bank v ČR založených v 90.tých letech. Nejprve je podána charakteristika specifických rysů malých a středních bank a spolu s tím i výhod a nevýhod jejich podnikání. Těžištěm příspěvku je výklad faktorů a příčin selhání bank sledované velikostní kategorie. Vnitřní příčiny autor spatřuje především ve špatném řízení a dále v nelegálních aktivitách managementu a klientů banků. Dále jsou stručně zmíněny také vnější příčiny selhání. v závěru se poukazuje na důsledky selhání malých a středních bank v ČR, které vedly k dočasnému poklesu důvěry klientů bank.

Klíčová slova

Malé a střední banky, přednosti a nedostatky malého a středního bankovního podnikání, obecná rizika selhání bank, špatné řízení bank, nelegální aktivity

Tento příspěvek byl zpracován jako součást interního projektu Vysoké školy finanční a správní, nazvaného „**Vývoj české bankovní soustavy v 90.tých letech**“. Na řešení se podílí 6 osob (2 učitelé a 4 posluchači magisterského studia VŠFS).

Projekt je strukturován do tří relativně samostatných tematických celků: 1. Analýza příčin selhání malých a středních bank v ČR založených v 90.tých letech, 2. Rozbor struktury bankovního sektoru ČR a jeho srovnání se strukturou bankovního sektoru (vybraných) zemí EU, 3. Metodologické otázky bilaterální a multilaterální komparace bankovních sektorů.

Projekt vychází z myšlenky, že pro ekonomickou historii ČR, zejména pro historii transformačního procesu, je účelné podrobněji prozkoumat i vývoj české bankovní soustavy, a to i s rizikem, že tento výzkum může narazit na některé překážky (utajování údajů, nedokončené soudní spory apod.). Realizace navrženého projektu však může přispět přinejmenším k širšímu i hlubšímu zmapování dané problematiky.

Během posledních tří let bylo na VŠFS vypracováno několik bakalářských prací pojednávajících o vývoji bankovní soustavy ČR, které se okrajově zmiňovaly např. také o zániku Investiční a poštovní banky a banky Union. (Např. letos v červnu budou obhajovány dvě práce zabývající se touto problematikou). Navrhovaný projekt tedy nezačíná „od nuly“, ale může se opřít i o některé dílčí výsledky.

Úvod

Cílem předloženého příspěvku práce je formulovat teoretická východiska použitelná při analýze příčin selhání malých a středních bank v ČR založených v devadesátých letech. Hypotézou je, že tyto příčiny jsou komplexního charakteru. Jednalo se o nepříznivé současné působení několika faktorů, přičemž jejich váha mohla být v jednotlivých případech odlišná.

I když jde o téma historické, je v mnoha ohledech zajímavé i pro současnost. Především jsou devadesátá léta obdobím, které velmi výrazně ovlivnilo současnou strukturu bankovního sektoru - po zániku poslední z malých bank se již situace stabilizovala a struktura sektoru se pak již nijak zásadně neměnila. Zadruhé je toto období v literatuře označováno jako krizové, tedy potenciálně nebezpečné pro fungování celého finančního systému. Připustíme-li, že šlo opravdu o krizi, a to první a dosud poslední, může proto být vhodné z ní vytěžit co možná největší ponaučení pro hledání vhodných proporcí mezi vnitřními kontrolními mechanismy bank, silou bankovního dohledu a tržní disciplínou. v poslední řadě je téma zajímavé i z pohledu dnešního boje o zvýšení efektivnosti a možnost lepší diverzifikace produktů

prostřednictvím akvizic a fúzí. z tohoto úhlu se může zánik malých českých bank zdát pouze jako nutný a přirozený vývoj.

Práce se též snaží poukázat na některá pozitiva malých českých bank. v tehdejší tisku se téměř výlučně se hovořilo o negativních aspektech, zejména ve spojení s nelegální činností akcionářů bank, což se jeví jako poněkud nespravedlivé. Malé banky měly totiž velmi významnou roli při zajištění a rozdělení zdrojů pro ekonomickou transformaci. Pomohly bankovnímu sektoru uspokojit prudce rostoucí poptávku po bankovních službách. Byly ochotné poskytovat i služby, které nebyly pro velké banky zajímavé. Klientům často nabízely individuální přístup, kvalitní a komfortní platební styk, krátkodobé investiční programy či výhodně úročené běžné účty. Přínosem bylo i to, že jejich velikost umožňovala rychlejší a pružnější zavádění nových bankovních produktů typu home banking.

Problematika selhání malých českých bank nebyla doposud v literatuře samostatně komplexněji zpracována. Složitě prostředí transformace ekonomiky, ve kterém banky působily, popisuje například Židek (2006), Jonáš (1997) a Holman (2000). Pohled ze zahraničí nabízí Myant (2003) a Simoneti (1999). Stav tehdejšího bankovního systému přibližují Jonáš (1998) a Mervart (1998). Stručné zmínky najdeme i v monografiích o českém (centrálním) bankovníctví (Polouček 2006, Revenda 2001). Ty se však přednostně zabývají problémy velkých bank zděděnými z předchozího období. Malé banky o sobě příliš informací veřejnosti nesdělovaly, získat spolehlivá primární data je tedy poněkud problematické. Nejvýznamnějším zdrojem jsou tak zprávy České národní banky o bankovním dohledu za zkoumané období a zprávy z denního tisku. Dochovaly se i některé výroční zprávy jednotlivých bank, které však nejsou příliš obsažné.

Předložený příspěvek je součástí autorovy diplomové práce, která má širší záběr. První kapitola této diplomové práce stručně popisuje prostředí, ve kterém malé banky vznikaly a zanikaly. Druhá kapitola diplomové práce je věnována definici a specifickým rysům malých bank. Je ukázáno, že za určitých podmínek může mít i malá banka určité výhody oproti bankám velkým. Třetí kapitola diplomové práce shrnuje skutečnosti, které mohou obecně vést k selhání banky. Ve čtvrté a páté kapitole diplomové jsou již podrobně analyzovány možné příčiny selhání malých českých bank v ČR založených v devadesátých letech, nejprve příčiny pocházející z vnějšího prostředí a poté přímo zevnitř samotných bank.

Autorův příspěvek předložený mezinárodní konferenci vychází z druhé a třetí kapitoly diplomové práce, nazvané „Analýza příčin selhání malých a středních bank v ČR založených v devadesátých letech“, kterou autor tohoto příspěvku připravuje k obhajobě na Vysoké škole finanční a správní v Praze.

Specifické rysy malých bank

Velikost banky je obvykle posuzována podle výše bilanční sumy. v České republice jsou za malé považovány banky s bilanční sumou pod 50 mld. Kč, za střední potom s bilanční sumou 50 až 150 mld. Kč. v malých bankách jsou obvykle funkce a služby seskupeny kolem jednotlivců, kteří mají speciální vzdělání a znalosti, poskytují speciální služby a vykonávají specifické funkce. Činnost jednotlivých pracovníků není tolik specializována jako u velkých bank, mnohem snazší je koordinaci činností jednotlivých lidí, oddělení a odborů.

Malé banky si nemohou dovolit pokrýt celé území regionu sítí bankovních míst. Dostupnost poboček je přitom důležitá především pro fyzické osoby a pro malé podniky. Služby malých bank jsou tak pro ně relativně hůře dostupné. Naopak malé banky se obtížněji dostávají k nejlevnějším zdrojům přímo od klientů. Technický pokrok však mění postavení poboček v bankovním podnikání. Celou řadu komparativních výhod vyplývajících z velikosti bank překonává používání moderních komunikačních prostředků. Poptávka po bankovních službách je stále častěji uspokojována prostřednictvím elektronického bankovníctví, které

i přes relativně vysoké vstupní náklady dává malým bankám velký prostor. Také mnohem sofistikovanější klienti zatlačují komparativní výhody vyplývající z velikosti banky.

Malé banky nemohou nabízet tak širokou paletu produktů. Jsou obvykle orientovány na poskytování základních bankovních služeb, tj. na zajištění platebního styku, depozitní služby a úvěrovou činnost. Nedokážou ani zabezpečit objem a strukturu služeb požadovaných velkými podniky, takže obsluhují převážně drobnou klientelu. Mohou však být vysoce specializované, ať už se jedná o produktovou, teritoriální či klientskou specializaci. Právě specializace malých bank, včetně specializace na drobnou klientelu a v jejím rámci na malé a střední podnikání, může být cesta k jejich stabilizaci na trhu.

Rozhodující pro existenci banky není velikost, ale efektivnost a orientace na kvalitu. v případě výrazné produktové, klientské nebo teritoriální specializace mohou být vysoce efektivní. Díky nižší kapitálové síle však získávají malé banky hůře důvěru klientů. Za velkou nevýhodu malých bank bývá pokládána vyšší rizikovost díky nižší diverzifikace portfolia. Ta je sice významným, ale zdaleka ne jediným faktorem ovlivňujícím riziko. Objem aktiv a jedinečné riziko jsou nepřímo úměrné veličiny. Malé banky mají obvykle portfolio aktiv i portfolio pasiv méně diverzifikované. Nemají přístup k tak širokému okruhu věřitelů ani takové možnosti získat depozita a další zdroje od širšího spektra subjektů jako velké banky. Také struktura jejich příjmů je mnohem méně diverzifikována. Nemohou ani ve stejné míře diverzifikovat své úvěrové portfolio (především podnikatelských úvěrů) diverzifikací dlužníků. Mají přístup na menší počet trhů a tím i menší možnost geografické (teritoriální) diverzifikace jejich portfolia. Ta může být přitom z hlediska diverzifikace rizika mnohem významnější než odvětvová diverzifikace.

Z hlediska celého bankovního sektoru však bývají malé banky považovány za méně rizikové. Objem aktiv a systémové riziko totiž vykazují pozitivní korelaci. Malé banky se díky své specializaci vyhýbají některým extrémně rizikovým aktivitám charakteristickým pro velké banky. Ve velkých bankách je pak problémem sám vysoký objem transakcí a informační a telekomunikační síť. Možnost a výhoda větší diverzifikace velkých bankovních holdingů je kompenzována jejich nižší kapitálovou přiměřeností, větší částí portfolia v rizikovějších úvěrech podnikatelskému sektoru a větší angažovaností v obchodech s deriváty. Velké banky také drží větší část aktiv v cizích měnách a v likvidní podobě, používané k obchodování.

Bankovní podnikání ve velkém rozsahu přináší nejen výhody úspor z rozsahu a případné mezinárodní konkurenceschopnosti, ale i určitá rizika. Velké bankovní holdingy mají obvykle např. velkou politickou moc, jsou „příliš velké na to, aby zkrachovaly“. Mají tendenci využívat svého výsadního postavení na trhu místo toho, aby se snažily posílit svoji konkurenceschopnost růstem efektivnosti. Mohou zneužívat skutečnost, že stabilita finančního systému je pro centrální banku a stát prvořadým cílem. Sporná je v této souvislosti i teze „velká banka je méně riziková“. Otázkou totiž zůstává, do jaké míry vede diverzifikace portfolií velkých bankovních holdingů ke snížení rizika, kterému je bankovní sektor vystaven. Velké banky, které mají větší a širší možnosti získat zdroje na peněžním trhu než banky malé, více spoléhají na pasiva jako zdroj likvidity. To jim umožňuje investovat větší část zdrojů do výnosnějších úvěrů, z hlediska likvidity jsou ale zranitelnější. Často je také poukazováno na to, že velké banky mají propracovanější systém řízení rizika než banky malé. To však neznamená, že ve velkých bankách neexistuje provozní riziko včetně nebezpečí chyb a selhání jednotlivých pracovníků, možností defraudace či kolapsu informačního systému. Takové nebezpečí je ve velkých bankách o to větší co do velikosti i četnosti, o co větší je banka. (Polouček 2006).

Názory na místo a úlohu malých bank v ekonomice jsou velmi rozdílné, zejména v kontextu globalizace i fúzí a akvizic probíhajících v posledních letech, které spolu s vývojem jednotného trhu v rámci EU výrazně posílily pozice velkých bank. Někteří autoři přesto vidí budoucnost malých bank poměrně optimisticky, jiní jim však nedávají velkou naději na

přežití (Mervart 1998, Polouček 1999). v České republice většina malých bank zkrachovala. Ve světě však je bankovní sektor velice rozmanitý, zahrnuje jak banky velké, tak banky malé. Malé banky přitom často dosahují lepších výsledků, a to i přes omezení, která z jejich velikosti vyplývají. Rozdíly mezi jednotlivými státy jsou však často způsobeny specifickými místními podmínkami a státy jsou však často způsobeny specifickými místními podmínkami a odlišnou historií vývoje finančního sektoru.

Možné důvody selhání (malé) banky

Z možných důvodů selhání malých bank se zde zmíníme především o dvou vnitřních důvodech, které považujeme za velmi významné: o špatném řízení banky a o nelegálních aktivitách. Každý z nich v sobě koncentruje řadu dílčích momentů, které mohou přispět k selhání malé banky. Pokud jde o vnější faktory, podáváme pouze jejich stručný výčet.

Špatné řízení banky

Většina modelu bankovních selhání je založena na hodnocení banky metodou CAMEL. Jejím základem je posuzování pěti stěžejních faktorů: kapitál (capital), aktiva (assets), vnitřní řídicí a kontrolní systém (management), výnosy (earnings) a likvidita (liquidity). Podívejme se nyní blíže na některé z těchto faktorů.

Likvidita vyžaduje udržování přijatelného podílu krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých aktiv na krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých pasivech. Vyjadřuje obecně schopnost banky dostát svým závazkům v krátkodobém horizontu, v podstatě v kterémkoliv okamžiku. Pro banky to znamená, že musí být schopny uspokojit poptávku po hotovosti a jiných běžných pohledávkách svých klientů např. v případě, že chtějí vybrat svá depozita nebo když žádají o garantované úvěry. Banka musí mít k dispozici dostatečný objem likvidních prostředků i pro případné nenadálé odlivy zdrojů. Aby mohly vyhovět potenciální poptávce po likviditě, musí banky vlastnit likvidní aktiva nebo musí spoléhat na získání likvidity úvěrem, prodejem cenných papírů, resp. jiným vhodným způsobem.

Celková stabilita banky, její dobré jméno a trvale dostatečný objem rychle likvidních aktiv jsou nejdůležitějšími momenty, kterými se banka může chránit proti ztrátě likvidity. Pokud se jedná o krátkodobý a jednorázový nedostatek likvidity, potom existují v bankovním systému záchranné mechanismy (např. instituce věřitele poslední instance), které mohou bankám pomoci takový nedostatek likvidity překonat. Pokud se však jedná o dlouhodobý problém, či se opakovaně objevují krátkodobé problémy s likviditou, dochází ke ztrátě důvěry v danou banku se všemi z toho vyplývajícími důsledky.

Prakticky je na likviditě závislá jakákoliv činnost banky a koneckonců i její existence. Nedostatek likvidních prostředků může vést k velmi vážnému ohrožení banky. v případě aktiv je rozhodující jejich kvalita. Ke krizi může vést situace, kdy se pořizovaná aktiva se bance nevracejí, ani nenesou žádné výnosy, případně bývá jejich splatnost sjednána na nepřiměřeně vzdálenou dobu. Následkem je, že banka není schopna proměnit svá aktiva zpět na hotovost nebo jiná likvidní aktiva, aby mohla dostát závazkům vůči svým vkladatelům, tedy aby vracela vklady a platila úroky z nově přijímaných vkladů.

Banka má ve svém majetku aktiva vyžadující značnou tvorbu opravných položek a rezerv ke krytí potenciálních ztrát z těchto aktiv. Tato potřeba může být navíc určitou dobu skrývána. Po zjištění skutečného stavu pak bývají opravné položky a rezervy dotvořeny i na úkor účetní ztráty banky, neboť není schopna je v požadované výši pokrýt ze svých výnosů. Tato účetní ztráta významně snižuje reálnou hodnotu vlastního kapitálu banky a vede zpravidla k poklesu kapitálové přiměřenosti hluboko pod přijatelnou úroveň. Problémovými aktivy bývají přitom především úvěry, proto je důležitý propracovaný systém jejich přidělování včetně dokonalého prověření bonity klienta a poskytnutí dostatečné zástavy.

Nepříznivé dopady může mít nadměrná výše pohledávek vůči jednomu dlužníkovi a skupině ekonomicky spjatých dlužníků. v druhém případě buď jeden z dlužníků má přímou či nepřímou kontrolu nad ostatními prostřednictvím jiné osoby, nebo jsou vzájemné vztahy dlužníků takové povahy, že finanční problémy jednoho z nich mohou způsobit finanční problémy ostatním. Důležité je tedy správně a přesně identifikovat možná spojení mezi svými dlužníky.

V případě kapitálu se jedná o udržení a jeho dostatečného poměru k celkovým aktivům a aktivům přepočteným podle rizikovitosti. Kapitál je považován za nejvhodnější zdroj ke krytí případných ztrát. Je použitelný pro absorpci ztrát a chrání tak banku do jisté míry před nesolventností. Jestliže se některá aktiva banky stávají nedobytnými (například klient nesplatí úvěr) a banka je musí odepsat (snižují se její aktiva), musí tak učinit na úkor některé z položek na straně pasiv bankovní bilance. Čím je kapitál banky ve vztahu k aktivům relativně větší, tím více ztrát v něm lze utlumit (na jeho úkor odepsat) a vklady věřitelů jsou bezpečnější. Naopak při relativně nízkém kapitálu se může stát, že ztráty z nedobytných pohledávek banky jsou větší než její kapitál. To znamená, že hodnota veškerých aktiv se po započtení ztrát stane nižší než suma celkových závazků banky vůči svým věřitelům a banka se stává nesolventní.

V oblasti výnosů je situace obdobná jako v případě jiného podnikatelského subjektu – má-li tento subjekt přežít, nemohou náklady dlouhodobě převažovat nad výnosy. Výše výnosů je přitom ovlivňována mírou postupovaného rizika.

Kromě výše uvedených skutečností špatné řízení mj. souviselo s nedostatkem zkušeností managementu, se špatně volenou bankovní strategií, s četnými nedostatky v provozní činnosti, v nedostatku informací pro řízení rizik a v nezvládnutí metod a technik jejich řízení.

Nelegální aktivity

Určité osoby nebo skupiny osob oprávněné jednat jménem banky se mohou pokusit využít pasiva banky pro vlastní obohacení způsobem, který ohrožuje či přímo poškozují finanční situaci banky a její věřitele. Majitelé nebo management banky s využitím získané kontroly nad bankou a dalšími obchodními společnostmi takto například odčerpávají z majetku banky hodnotná aktiva. Akcionářům nebo subjektům s nimi ekonomicky spjatým a dalším osobám se zvláštním vztahem k bance jsou poskytovány úvěry za okolností, za nichž by banka jinak úvěr neposkytla nebo vůbec nesměla poskytnout. Tyto úvěry nejsou nikdy splaceny, ani není jejich splacení vymáháno. Případná zástava přijatá k jejich zajištění je úmyslně nadhodnocená. Pro banku jsou sjednávány i další nevýhodné smlouvy. Jsou tak pořizovány nekvalitní aktiva (cenné papíry, majetkové účasti, nemovitosti) za ceny, za které je není možné v případě potřeby prodat. Kvalitní aktiva jsou naopak prodávána hluboko pod jejich tržní hodnotou. Děje se tak většinou prodejem ve prospěch společností spojených s některými akcionáři banky nebo členy managementu, zpravidla za cenu stejnou nebo vyšší než je jejich účetní hodnota.

Tyto praktiky vedou postupně ke snižování objemu likvidních aktiv a v některých případech i ke ztrátě platební schopnosti bank. Neoprávněné používání likvidních prostředků banky tak - může mít velice negativní důsledky z hlediska zajištění návratnosti vkladů a celkové ekonomické stability činnosti banky.

Vnější faktory

K vnějším příčinám selhání bank v tomto desetiletí charakterizovaném transformačními procesy se řadí řada faktorů: nepříznivé makroekonomické podmínky v polovině 90.tých let, zaostávání vývoje legislativy, slabá bankovní regulace a dohled, nedostatky v oblasti účetních pravidel a předpisů, nedostatečná bonita potenciálních klientů a rovněž – v nikoli zanedbatelné míře - také tzv. tunelování bank, často probíhající za „spolupráce“ nepoctivých

podnikatelů s členy bankovních managementů nebo se zkorumpovanými bankovními úředníky. Rovněž zde nelze neuvést slabé výkony auditorských firem.

Vnější faktory mohou proměnné zařazené do CAMEL silně ovlivnit. Ekonomické oživení může zvýšit pravděpodobnost přežití a dobu existence banky. Naproti tomu vážné problémy může přinést pokles ekonomického růstu, výrazné změny tržních cen aktiv (zejména akcií a nemovitostí), prudké změny devizového kurzu, volatilita úrokových sazeb a makroekonomická nestabilita obecně.

Závěr

Selhání poměrně velkého počtu malých a středních bank v České republice, o nichž se na počátku transformačního procesu očekávalo, že svými úvěry podpoří vznikající skupinu malých a středních podniků, neskončilo úspěšně a negativně se projevilo zejména dočasným oslabením důvěry malých bankovních klientů v české bankovníctví. Důsledky zániku řady malých a středních bank dodnes dozívají v řadě vleklých soudních procesů, z nichž některé skončily s mnohdy překvapujícími a znepokojivými výsledky, a jiné stále čekají na rozuzlení. Úspěšně dokončená privatizaci velkých bank na přechodu k novému tisíciletí však s příchodem zkušených zahraničních bankéřů odstranila pachů z nezdarů malého českého bankovního podnikání. Situace v bankovním sektoru se brzy stabilizovala a naprostá většina bank se dnes těší důvěře svých klientů.

Literatura:

- [1.] BONIN, J. P. aj. Banking in transition economies : developing market oriented banking sectors in Eastern Europe. Cheltenham : Edward Elgar, 1998. xii, 195 s. ISBN 1-85898-604-4.
- [2.] Česká národní banka. Bankovní sektor v období makroekonomické transformace. Praha : Česká národní banka, 1996. 31 s.
- [3.] DVOŘÁK, V. Význam účetních výkazů při posouzení finanční stability českých bank. Finance a úvěr. 1996, vol. 46, no. 12, s. 709-714. ISSN 0015-7920.
- [4.] HANOUSEK, J., PODPIERA R. Detekce bankovních selhání v tranzitivních ekonomikách. Finance a úvěr. 2001, vol. 51, no. 5, s. 252-264. ISSN 0015-7920.
- [5.] JONÁŠ, J. Bankovní krize a ekonomická transformace: souvislosti mezi ekonomickou transformací, finanční liberalizací a bankovními krizemi. 1. vyd. Praha: Management Press, 1998. 107 s. ISBN 80-85943-70-0.
- [6.] KAUFMAN, G. (ed.). Bank crises : causes, analysis and prevention. Stamford : JAI Press, 1998. 322 s. ISBN 0-7623-0358-1.
- [7.] MERVART, J. České banky v kontextu světového vývoje. Praha, Lidové noviny, 1998. 162 s. ISBN 80-7106-236-7.
- [8.] POLOUČEK, S. (ed.) Reforming the financial sector in Central European countries. 1st.ed. Houndmills : Palgrave Macmillan, 2004. xix, 221 s. ISBN 1-4039-1546-6.
- [9.] POLOUČEK, S. České bankovníctví na přelomu tisíciletí. Ostrava : Ethics, 1999. 208 s. ISBN 80-238-3982-9.
- [10.] SOTOLÁŘ, A. aj. Podnikání a ekonomická kriminalita v České republice. 1 vyd. Praha : C.H.Beck, 2001. 776 s. ISBN 80-7179-493-7.

Bc. Martin Vítů

Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
Estonská 500, 101 00 Praha 10

doc. Ing. Vladislav Pavlát, CSc.

Vysoká škola finanční a správní, o.p.s.
Estonská 500, 101 00 Praha 10

v.pavlat@volny.cz

Identifikace klíčových požadavků na vhodné lokality pro logistické objekty

Identification of cardinal requirements of appropriate locality for logistic structures

Martin Přibyl, Ondřej Dufek

Anotace

Příspěvek se zabývá problematikou kvalitativních faktorů, které zvažují manažeři při volbě lokality pro logistický objekt. Výsledkem dotazování mezi logistiky je seznam těchto faktorů, z nichž nejvýznamnější jsou prezentovány v tomto příspěvku. Výsledky rozšiřují soubor znalostí pocházející z výzkumu v roce 2006 o další poznatky. Tyto údaje slouží k přípravě obecně použitelné metody sloužící k volbě nejvhodnější lokality pro nově vznikající objekt.

Klíčová slova

logistika, volba lokality, kvalitativní faktory

Abstract

The contribution deals with qualitative factors influencing choice of locality for logistic structure. The results of research between logisticians is a list of quantitative factors. Factors are presented in this contribution. This data will serve as foundation for method which will serve as a tool for choice of locality for logistics structure.

Keywords

logistics, choice of locality, qualitative factors

Úvod

Vzhledem k vysoké konkurenci, která panuje na současném trhu, snaží se firmy nacházet konkurenční výhody ve všech oblastech, neboť jediným způsobem, jak v boji o zákazníka zvítězit, je být o krok před ostatními. Jedním ze zdrojů konkurenčních výhod je logistika podniku. Konkurenční výhodu je možné označit také jako klíčový faktor, které definuje Sedláčková a Buchta jako „hlavní determinanty finanční a konkurenční úspěšnosti podniku v daném odvětví. Tyto faktory rozdělují podniky v odvětví na úspěšné a neúspěšné, na podniky ziskové a ztrátové. Klíčové faktory úspěchu se mohou vztahovat k technologii, výrobě, marketingu, distribuci, organizačním schopnostem atp.“ (Sedláčková, 2006, s. 61). Logistiku můžeme definovat jako vědu „o koordinaci aktivních a pasivních prvků podniku směřující k nejnižším nákladům v čase, ke zlepšení flexibility a přizpůsobivosti podniku na měnící se obecné hospodářské podmínky a měnící se trh“ (Kortschak, 1994, str. 41).

Cíl práce

Cílem příspěvku je prezentovat změny získané v druhém kole šetření o požadavcích manažerů, logistiků, na lokality pro logistické objekty, ať už se jedná o sklady, výrobní prostory, zákaznická centra apod. Záměrem příspěvku tedy je podat odpověď na otázku, jaké faktory jsou v praxi považovány za rozhodující pro konkurenceschopnost lokality.

Metodika

V letech 2006 a 2008 proběhlo dotazování více než 100 zástupců podniků v Jihomoravském kraji s cílem získat seznam faktorů, které logisticy považují za rozhodující pro výběr polohy objektu. Dotazování proběhlo formou interview, jedná se o „standardizovaný rozhovor tazatele pouze s jedním respondentem“ (Foret, Stávková, 2003, str. 43), kdy jsou odpovědi respondentů zapisovány do záznamového listu. Výstupem tohoto výzkumu byl seznam kvalitativních faktorů, které pro zástupce podniků představující rozhodující kritéria pro výběr vhodné polohy objektů.

Vlastní práce

V rámci druhého kola šetření bylo osloveno 50 nových respondentů, kteří rozšířili původní soubor o rozsahu 61 manažerů. Odpovědi respondentů byly standardizovány a následně rozděleny do 12 kategorií. Celkový počet získaných faktorů byl 75, z toho 11 nových, u jednotlivých zaznamenaných faktorů byla také sledována četnost výskytu s cílem stanovit, které faktory jsou pro sledovaný vzorek respondentů nejdůležitější. Pro potřeby odlišení významných a méně významných faktorů bylo zvoleno vždy dvacet nejčastěji se vyskytujících faktorů. Získané faktory z prvního kola výzkumu jsou uvedeny v tabulce č. 1.

Tab. č. 1 – Četnosti výskytu nejdůležitějších faktorů z prvního kola výzkumu

Název skupiny	Podskupina faktorů	Počet firem
Infrastruktura	Dálnice a silnice 1. třídy	28
Dopravní dostupnost	MHD	15
Dopravní dostupnost	-----	14
Dopravní dostupnost	Pro dodavatele a odběratele	12
Skladové kapacity, vybavení skladu, podmínky skladování	Velikost skladů, kapacita	12
Bezpečnostní hledisko	-----	10
Infrastruktura	-----	10
Vybavení objektu (nakládací rampa, parkovací plochy, zpevněné plochy ke krátkodobému skladování, ...)	Parkovací plochy	9
Spádová oblast	-----	8
Strategická poloha	-----	7
Dopravní dostupnost	Pro zaměstnance	6
Dostatek prostoru pro logistické výkony a budoucí růst	-----	5
Infrastruktura	Železnice	5
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	-----	5
Náklady a další faktory finančního rázu	Nízké provozní náklady	5
Skladové kapacity, vybavení skladu, podmínky skladování	Kvalita skladování - Odpovídající podmínky (teplota, vlhkost, tlak, ...)	5
Strategická poloha	Blížkost / součást většího města	5
Strategická poloha	Centrální poloha v rámci ČR	5
Dostatek prostoru pro logistické výkony a budoucí růst	Parkovací prostory, prostory pro otáčení kamiónů a nákladních automobilů, mezisklad	4
Infrastruktura	Inženýrské sítě	4

Pozn.: x Název podskupiny faktorů odpovídá názvu skupiny

Zdroj: vlastní výzkum

Tabulka č. 2 zobrazuje přehled faktorů, které byly nejčastěji identifikovány v rámci druhého kola šetření. v rámci druhého kola byly především identifikovány nové faktory, které jsou následující:

- Hygienické podmínky,

- Oddělení hlavního vstupu pro zákazníky a provozních prostor,
- Reprezentativnost objektu,
- Společný areál více firem (dělba nákladů),
- Blízkost strategického partnera,
- Mimo bytovou zástavbu,
- Prestiž lokality - dobrá adresa,
- Showroom,
- Vlastní zdroj vody.
- Možnost externího skladování.

Tab. č. 2 – Četnosti výskytu nejdůležitějších faktorů z druhého kola výzkumu

Název skupiny	Podskupina faktorů	Počet firem
Dopravní dostupnost	x	15
Dopravní dostupnost	Pro dodavatele a odběratele	13
Infrastruktura	Dálnice a silnice 1. třídy	12
Dopravní dostupnost	MHD	10
Dostatek prostoru pro logistické výkony a budoucí růst	Dostatek prostoru pro budoucí růst	8
Infrastruktura	x	8
Bezpečnostní hledisko	x	7
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	Kvalifikace, tradice	7
Skladové kapacity, vybavení skladu, podmínky skladování	Velikost skladů, kapacita	7
Kvalita a úroveň objektu	Klidné prostředí	5
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	x	5
Kvalita zázemí (úroveň servisních firem v okolí, součást logistického centra, průmyslové zóny atd.)	Součást průmyslové zóny	4
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	Levná síla	4
Strategická poloha	Blízkost / součást většího města	4
Strategická poloha	Centrální poloha v rámci ČR	4
Strategická poloha	Prestiž lokality - dobrá adresa	4
Vybavení objektu (nakládací rampa, parkovací plochy, zpevněné plochy ke krátkodobému skladování, ...)	Parkovací plochy	4
Vybavení objektu (nakládací rampa, parkovací plochy, zpevněné plochy ke krátkodobému skladování, ...)	x	4
Bezpečnostní hledisko	Mimo záplavovou oblast	3
Dopravní dostupnost	Kamiony	3

Pozn.: x Název podskupiny faktorů odpovídá názvu skupiny

Zdroj: vlastní výzkum

Četnosti výskytů jednotlivých faktorů za obě kola šetření celkem jsou u dvaceti nejčastěji se vyskytujících faktorů jsou uvedeny v tabulce č. 3. Nejvýznamnějším faktorem, který uvedla více než třetina manažerů, je napojení lokality na dálnici a silnice první třídy. Tento faktor reaguje na nedostačující pokrytí České republiky silniční sítí potřebné úrovně.

Nejdůležitějšími skupinami faktorů jsou kategorie označené jako Dopravní dostupnost a Infrastruktura. Důležitým výstupem šetření není pouze přehled nejvýznamnějších faktorů, ale i identifikace ostatních faktory, které mohou při výběru lokality upozornit na konkrétní vlastnost lokality.

Tab. č. 3 – Četnosti výskytu nejdůležitějších faktorů v součtu z obou kol výzkumu

Název skupiny	Podskupina faktorů	Počet firem
Infrastruktura	Dálnice a silnice 1. třídy	40
Dopravní dostupnost	x	29
Dopravní dostupnost	MHD	25
Dopravní dostupnost	Pro dodavatele a odběratele	25
Skladové kapacity, vybavení skladu, podmínky skladování	Velikost skladů, kapacita	19
Infrastruktura	x	18
Bezpečnostní hledisko	x	17
Vybavení objektu (nakládací rampa, parkovací plochy, zpevněné plochy ke krátkodobému skladování, ...)	Parkovací plochy	13
Dostatek prostoru pro logistické výkony a budoucí růst	Dostatek prostoru pro budoucí růst	11
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	Kvalifikace, tradice	11
Spádová oblast	x	11
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	x	10
Strategická poloha	x	10
Strategická poloha	Blízkost / součást většího města	9
Strategická poloha	Centrální poloha v rámci ČR	9
Dopravní dostupnost	Pro zaměstnance	8
Dostatek prostoru pro logistické výkony a budoucí růst	x	8
Infrastruktura	Železnice	7
Kvalita a úroveň objektu	Klidné prostředí	7
Nabídka odpovídajících pracovních sil (levné / kvalifikované)	Levná síla	7

Pozn.: x Název podskupiny faktorů odpovídá názvu skupiny

Zdroj: vlastní výzkum

Diskuze

Získané odpovědi vypovídají o názorech respondentů. Přestože proběhly již dvě kola výzkumu, není možné ve stávající podobě zobecnit faktory ovlivňující volbu objektu pro logistický objekt a na jejich základě vytvořit obecně platný návod, jak hodnotit lokalitu, která přichází do úvahy. Je zřejmé, že faktory, které zástupci firem označili za rozhodující, jsou ovlivněny také oborem a oblastí, kde firmy působí. Neopomenutelný je také aktuální stav, ve kterém se firma nachází. Firma, která v okamžiku dotazování řešila problém týkající se polohy objektu, bude o tomto problému hovořit i v rámci dotazování, naopak, firma, která případnou výhodu lokality již využívá si jí nemusí být vůbec vědoma.

Závěr

Vypracovaný přehled faktorů, přesněji všech 75 faktorů, představuje vstup pro vznikající metodu sloužící k vyhodnocení konkurenceschopnosti lokality v oblasti kvalitativních faktorů. Tato metoda je připravována na základě principů známých ze systémové analýzy a expertních systémů. Nezbytným prvkem vytvoření databáze znalostí, tedy názorů odborníků z praxe.

Výsledky zveřejněné 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.

Seznam použité literatury

1. FORET, M., STÁVKOVÁ, J., *Marketingový výzkum – jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.
2. KORTSCHAK, B. H. *Úvod do logistiky (Co je to logistika?)*. Praha: Babtext, s. r. o., 1994, 174 s. ISBN 80-85816-06-7.
3. SEDLÁČKOVÁ, H., BUCHTA, K. *Strategická analýza*. 2. přepracované a rozšířené vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 121 s. ISBN 80-7179-367-1.

Adresy autorů

Ing. Martin Příbyl, Institut celoživotního vzdělávání, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00, Brno, Česká republika, telefon: 545 135 006, pribyl@mendelu.cz

Ing. Ondřej Dufek, DiS., Ústav marketingu a obchodu, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta, Zemědělská 1, 613 00, Brno, Česká republika, telefon: 545 132 3 26, xdufek@mendelu.cz

Analýza dividend a reinvestovaných zisků podniků v ČR¹⁷¹

The analysis of dividends and reinvested earnings in the Czech Republic

Michaela Roubíčková

Anotace

Cílem příspěvku je analyzovat vliv existence zahraničních vlastníků na dividendovou politiku vybraných akciových společností v České republice. v tomto příspěvku je nejprve analyzován vývoj reinvestovaných zisků zahraničních subjektů od roku 2000 a následně je porovnána dividendová politika vybraných padesáti akciových společností, které vyplátily dividendy za rok 2007. Jedná se o společnosti z různých odvětví národního hospodářství včetně finančního sektoru. Byly vybrány ty společnosti, které jednak za uvedený rok dividendu vyplátily a o kterých je zároveň možné získat relevantní informace.

Abstrakt

The aim of the paper is to analyze the affect of existence of foreign owners on the dividend policy of selected joint-stock companies in the Czech Republic. First, the paper analyzes development of reinvested profits of foreign subjects since 2000 and then it compares dividend policies of selected fifty joint-stock companies that paid dividends for 2007. These companies come from various branches of the national economy, including financial sector. We have chosen such companies that a) paid the dividend, and b) it is possible to obtain relevant information about them.

Klíčová slova

Dividendová politika, správa korporací, zahraniční investor, reinvestovaný zisk.

Keywords

Dividend policy, corporate governance, foreign investor, reinvested earnings.

Úvod

Pro Českou republiku a její národní hospodářství je nejen z historických důvodů (nutnost privatizace státních podniků) jednoznačně důležitý příliv přímých zahraničních investic. Tento jev je umožněn mimo jiné vstupem zahraničních strategických investorů do českých podniků a zakládáním dceřiných společností zahraničních podniků na území České republiky. Jedná se tedy o příliv kapitálu do země. Je pravděpodobné, že zahraniční podnikatelské subjekty, které takto investovaly značné prostředky (příkladem za všechny může být německá energetická společnost RWE Gas AG, která v roce 2002 investovala do českého plynárenství 4,1 mld. Euro), budou požadovat určitou návratnost své investice. Tato návratnost je realizována mimo jiné dividendovými příjmy ze společností realizovaných zisků. Dividendová politika českých akciových společností tedy do určité míry s přímými zahraničními investicemi souvisí.

Proto je cílem tohoto příspěvku nejprve analýza vývoje přímých zahraničních investic a zadrženého zisku v letech 2004 – 2007, a následně analýza dividendové politiky padesáti vybraných akciových společností působících na území České republiky v posledních čtyřech letech (dividendové platby vyplacené za roky 2004 – 2007). Porovnání těchto dvou charakteristik je přínosem tohoto příspěvku, neboť takto formulovaná analýza nebyla, dle informací autorky, doposud publikována. v druhé části příspěvku byly formulovány vstupní hypotézy, jejichž pravdivost byla v rámci analýzy potvrzena či případně vyvrácena.

¹⁷¹ Tento příspěvek je financován z prostředků GAČR – projekt číslo 402/06/0204

1. Přímé zahraniční investice v letech 2004-2007

Přímé zahraniční investice jsou obecně tvořeny jednak vkladem zahraničního investora do základního kapitálu domácích společností, dále pak reinvestovanými společnostmi vygenerovanými zisky (nebo jejich částí) zpět do podnikatelské činnosti na domácím území a v neposlední řadě mezipodnikovými úvěry mezi zahraniční (mateřskou) společností a společností domácí (dceřinou). Reinvestovaný zisk je přitom na rozdíl od dvou zbývajících složek přímých zahraničních investic specifický tím, že neznamena skutečný příliv zahraničního kapitálu na devizový trh.

Reinvestované zisky zahraničních společností jsou tedy údajem, který je obsažen v platební bilanci, který ale nemá vliv na devizový trh potažmo na kurz koruny. Většina údajů v platební bilanci zachycuje transakce mezi residenty země a zahraničními subjekty, v rámci nichž dochází ke směně domácí měny za měnu zahraniční. Takovéto transakce se pak odrazí na změnách poptávky a nabídky na devizovém trhu.

Zisk zahraniční společnosti může být buď formou dividendy repatriován zpět do mateřské společnosti anebo reinvestován v zemi domácí, a tím navýšena původní zahraniční investice do základního kapitálu. v obou případech je tato transakce zaznamenána jako náklad v položce bilance výnosů běžného účtu, ale pouze dividendy mají skutečný dopad na vnější nerovnováhu země, protože na devizovém trhu zvyšují poptávku po měně zahraničního investora. Reinvestované zisky zůstávají v domácí ekonomice a z důvodu podvojného principu zápisu položek platební bilance jsou zaznamenány jako příliv přímých zahraničních investic do země.

Příliv přímých investic do české ekonomiky se v letech 1999-2002 zvyšoval každoročně v průměru zhruba o desetinu (i při relativně vysokých základních hodnotách z předchozího roku), když průměrný roční příliv v tomto období činil 225,9 mld. korun. Tyto úrovně znamenaly světový primát ČR v objemu přijatých investic na obyvatele. Reinvestované zisky pak narůstaly v uvedených letech každoročně v průměru o 41 %. v roce 2003 však došlo k výraznému meziročnímu poklesu přímých zahraničních investic o 74 %, zatímco pokles objemu reinvestovaných zisků činil pouze 1,7 %. 2003 přímé investice dosáhly výše 72,9 mld.

V roce 2005 došlo z tehdejšího pohledu k historicky nejvyššímu přílivu zahraničních investic do české ekonomiky s čistým saldem 279,2 mld. Kč – z toho kapitálové vstupy a reinvestované zisky dosáhly 262,5 mld. Kč, zbytek činily ostatní investice. Přímé zahraniční investice do ČR v roce 2006 byly meziročně nižší o 144,5 mld. Kč (tj. o 52 %). Kapitálové vstupy do českých podniků klesly o 148,8 mld. Kč. Zahraniční investoři však investovali zpět do podnikatelské činnosti na území České republiky zisky ve výši 82,1 mld. Kč, což představovalo o 4 mld. Kč více než v roce 2005.

Tabulka č. 1. Zobrazuje údaje za roky 2004 – 2007, přičemž jsou zde uvedeny celkové přímé zahraniční investice (PZI) do České republiky a suma reinvestovaných zisků (RZ) podniků v mld. Kč.

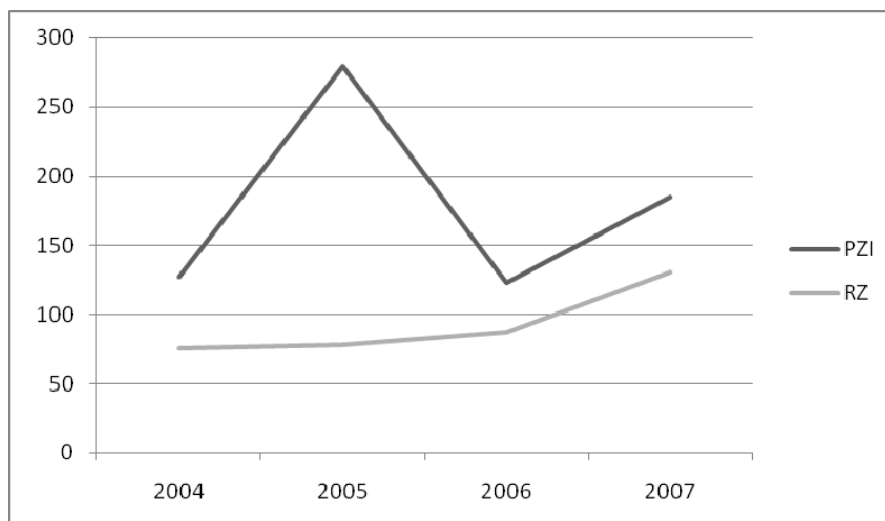
	2004	2005	2006	2007
PZI	127,843	279,181	123,431	185,274
RZ	75,758	78,154	87,188	130,648

Tab.č.1: Přímé zahraniční investice a reinvestované zisky v letech 2004 – 2007 v mld. Kč

Pramen: <http://www.cnb.cz/>

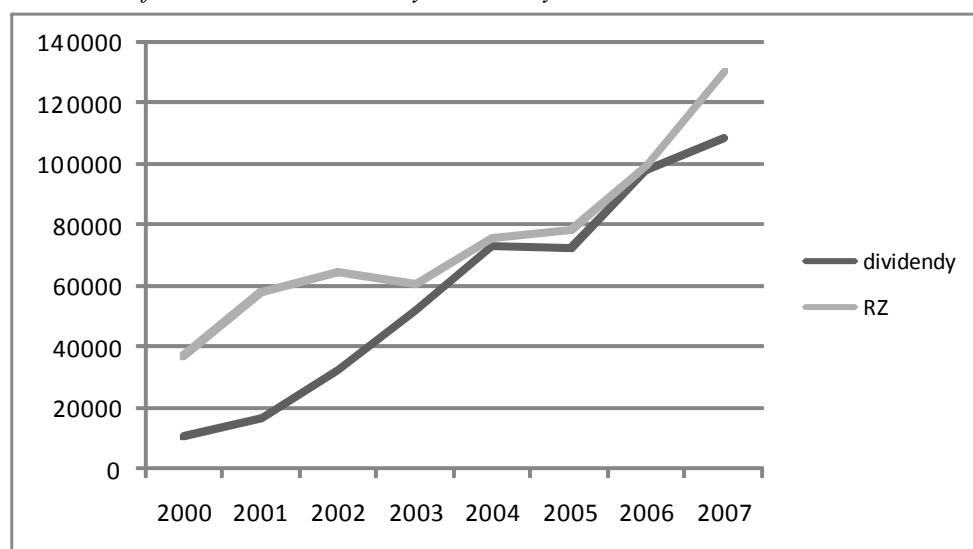
Graf č. 1 pak přehledně znázorňuje vývoj přímých zahraničních investic a reinvestovaných zisků podniků v čase. Přičemž korelační koeficient hodnot v jednotlivých letech je $-0,00827$, což znamená vysoce negativní korelaci. Přímé zahraniční investice v uvedeném intervalu kolísaly, zatímco reinvestované zisky zahraničních společností trvale mírně rostly.

Graf č. 1: Přímé zahraniční investice a reinvestované zisky v letech 2004 – 2007 v mld. Kč



Vzájemný vztah vývoje dividend a reinvestovaných zisků je patrný z Grafu č. 2. Obě veličiny mají z dlouhodobého hlediska rostoucí tendenci. Celkově byl ve sledovaném období zaznamenán pokles pouze u reinvestovaných zisků mezi roky 2002 a 2003. Současný trend se naopak vyznačuje faktem, že objem dividend repatriovaných do mateřských zemí zahraničních vlastníků českých společností v roce 2007 stoupl méně než objem zisků investovaných znovu do české ekonomiky. Předchozí vysoký objem vyplacených dividend v roce 2006 byl zapříčiněn mimo jiné dobrými výsledky hospodaření podniků v běžném roce a také naakumulovanými zisky z let předchozích. Celkový objem dividend (zhruba 90 mld. Kč) byl vyplacen relativně malým počtem subjektů, na výplatě přibližně 50 % podílu objemu dividend se v roce 2006 podílelo pouze šest významných společností se zahraniční majetkovou účastí. Objem reinvestovaného zisku se meziročně mírně zvýšil a v roce 2006 činil 82,1 mld. Kč.

Graf č. 2: Reinvestované zisky a dividendy v letech 2000 – 2007 v mld. Kč



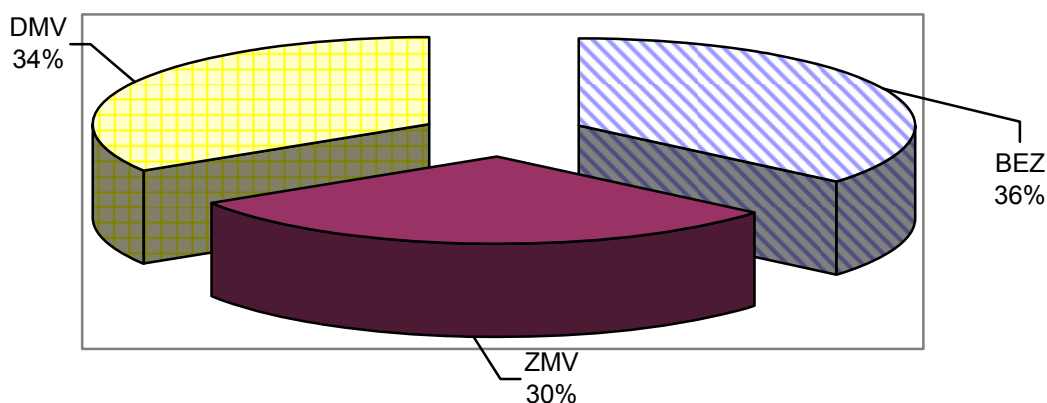
Pramen: <http://www.cnb.cz/>

2. Analýza dividendové politiky vybraných akciových společností v letech 2004 – 2007

K následující analýze byly použity informace za 50 společností, které za rok 2007 vyplatily dividendy. Jedná se o společnosti z různých odvětví národního hospodářství včetně finančního sektoru. Byly vybrány ty společnosti, které jednak dividendu v uvedeném roce vyplatily a o kterých je zároveň možné získat relevantní informace. Společnosti byly nejprve rozděleny do tří skupin a to na ty bez majoritního vlastníka, s majoritním zahraničním vlastníkem a majoritním domácím vlastníkem. Za majoritního vlastníka je pro potřeby tohoto výzkumu považován investor prokazatelně vlastníci nadpoloviční většinu celkového počtu emitovaných kmenových akcií¹⁷² a dále případně takový, který nadpoloviční většinu získal vstupem své stoprocentně vlastněné dceřiné společnosti do firmy, se kterou jedná ve shodě.

Z Grafu č. 2 je zřejmé, že nadpoloviční většina (64 %) ze sledovaných společností má majoritního vlastníka, z toho 53% tvoří subjekty, které mají sídlo či bydliště v České republice, jedná se tedy o domácí majoritní vlastníky. Zkratka ZMV znamená skupinu společností se zahraničním majoritním vlastníkem, DMV s domácím majoritním vlastníkem a BEZ reprezentuje společnosti bez majoritního vlastníka.

Graf č. 3: Procentuelní zastoupení společností dle majoritního vlastníka



Pramen: www.obchodnirejstrik.cz, výroční zprávy společností, vlastní výpočty

Následně byly formulovány dvě hypotézy, jejichž podstata vyplývá z vývoje reinvestovaných zisků a dividend v letech 2000 – 2007. Byla provedena analýza k jejich potvrzení či vyvrácení.

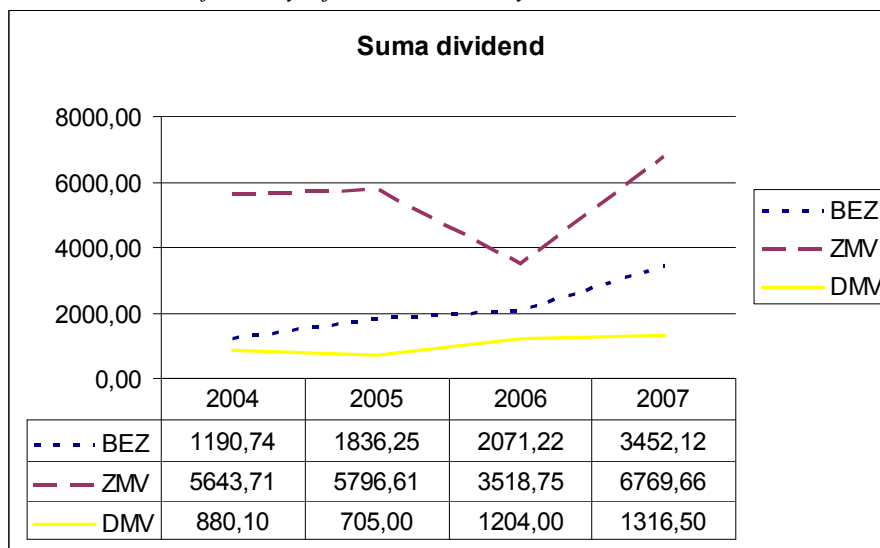
Hypotéza 1 *Akciové společnosti se zahraničním majoritním vlastníkem budou vzhledem k vysoké počáteční investici vlastníka vyplácet dividendy, které představují „hotovostní příjem“ z vložené investice.*

Hypotéza 2 *Dividendová politika společností se zahraničním majoritním vlastníkem bude dlouhodobě stabilní nebo rostoucí.*

¹⁷² Ve sledovaných společnostech se nevyskytují kmenové akcie s rozdílnými hlasovacími právy. Množství vlastněných akcií tedy odpovídá podílu na řízení společnosti.

Následující Graf č. 4 obsahuje přehledně vývoj dividendové politiky zkoumaných společností podle jejich příslušnosti k uvedeným skupinám. Je zřejmé, že zatímco dividendovou politiku společností BEZ je možné obecně označit za stabilní s mírným růstem, dividendy vyplacené společnostmi DMV v roce 2005 zaznamenaly mírný pokles. k daleko rozsáhlejšímu propadu však došlo u společností ZMV za rok 2006. Jednalo se o takřka 40% pokles celkové sumy vyplacených dividend.

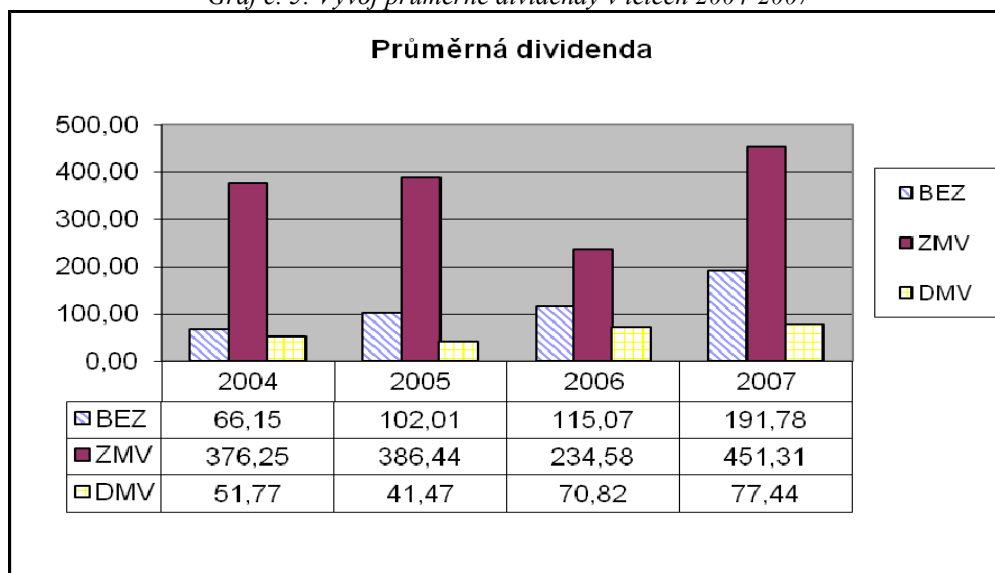
Graf č. 4: Vývoj celkové dividendy v letech 2004-2007



Pramen: výroční zprávy společností, vlastní výpočty

V Grafu č. 5 je zaznamenán vývoj a vzájemný poměr průměrných dividend u jednotlivých skupin v letech 2004 a 2007. Tato průměrná veličina zde byla použita proto, že každá skupina obsahuje jiný počet společností.

Graf č. 5: Vývoj průměrné dividendy v letech 2004-2007



Pramen: výroční zprávy společností, vlastní výpočty

Tabulka č. 2 pak udává souhrnný přehled základních statistických proměnných popisujících jednotlivé skupiny společností a jejich vývoj v čase. Jedná se o údaje o výši dividend na jednu akcii v Kč. Zde je opět zajímavý zejména pokles maximální dividendy u skupiny ZMV za rok 2006. u ostatní dvou skupin k meziročnímu poklesu maximální vyplacené dividendy na jednu akcii v tomto roce nedošlo.

		2004	2005	2006	2007
medián	BEZ	20,00	50,00	65,00	100,00
	ZMV	107,00	217,00	103,00	180,00
	DMV	20,00	30,00	50,00	40,00
modus	BEZ	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A
	ZMV	0	#N/A	0	#N/A
	DMV	0	0	60	80
maximum	BEZ	416,00	548,00	649,00	1398,00
	ZMV	1606,00	2023,00	1224,00	1850,00
	DMV	230,00	155,00	250,00	285,00

Tabulka č. 2: Statistická analýza

Pramen: výroční zprávy společností, vlastní výpočty

Závěr

Z uvedených výsledků analýzy vyplývá, že se potvrdila pouze první hypotéza, která se týkala toho, že zahraniční investoři budou preferovat výplatu dividend. Dividendová výplata u skupiny ZMV byla ve všech sledovaných letech vyšší než u obou zbývajících skupin. a to jak v absolutní tak v průměrné výši, tak v průměrném vyjádření. Zajímavé je též, že korelace mezi ZMV a DMV v absolutní výši vyplacených dividend je -0,08589. Tendence vývoje je tedy protichůdná. Naproti tomu korelace DMV a BEZ je pozitivní a činí 0,748128.

Druhá hypotéza se nepotvrdila, neboť dividendovou politiku společností se zahraničním majoritním vlastníkem v žádném případě v uvedených letech nelze označit obecně za stabilní. Vývoj dividendových výplat ani neodpovídá vývoji přímých zahraničních investic do České republiky, naopak jejich vzájemná korelace je negativní (-0,01276), což je vzhledem k uvedeným předpokladům překvapivé. Je nutno ale dodat, že vysoký objem vyplacených dividend v roce 2006 byl vyplacen relativně malým počtem subjektů; na výplatě přibližně 50 % podílu objemu dividend se v roce 2006 podílelo pouze šest významných společností se zahraniční majetkovou účastí¹⁷³.

1. BREALEY, RA. Does dividend policy matter? In *The revolution of corporate finance*. Oxford: Blackwell, 1994, pp. 439-444. ISBN 0-87584-497-9.
2. BRENNAN, M. Taxes, market valuation and corporate financial policy. *National Tax Journal*, December 1970, pp. 417-427. ISSN 0028-0283.
3. BRITAIN, JA. *Corporate dividend policy*. Washington, D.C.: The Brookings Institution, 1996. ISBN 0-88410-474-5.

¹⁷³ *Statistika 2006*. [online] 2006. [citováno 2008-04-10]. Dostupné z URL:

http://www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platbni_bilance_stat/publikace_pb/zpravy_vyvoj_pb/PB_2006_CZ.pdf

4. COPELAND, TE., WESTON, JF., SHASTRI, K. *Financial theory and corporate policy*. (4th. Ed.) Sydney: Addison - Wesley Company, 2003. ISBN 0-3211-2721-8.
5. CORREIA DA SILVA, L., GOERGEN, M., RENNEBOOG, J. *Dividend policy and corporate governance*. Oxford: University Press, 2004, 200p. ISBN 0-19-925930-5.
6. ELIÁŠ, K. *Akciová společnost, Systematický výklad obecného akciového práva se zřetelem k jeho reformě*. Praha: Linde, 2000, 433 s, ISBN 80-7201-232-0.
7. FIGGE, F., SCHALTEGGER, S. Was ist "Stakeholder Value"? Vom Schlagwort zur Messung," *Lüneburg: Universität Lüneburg*, 1999.
8. FISHER, I. *The theory of interest*. New York: Macmillan, 1930.
9. GORDON, MJ. Dividends, earnings and stock prices. *Review of Economics and Statistics*, May 1959, pp. 99-105. ISSN 0034-6535.
10. MILLER, M., SCHOLLES, M. Dividends and taxes. *Journal of Financial Economics*, December 1978, pp. 333-364. ISSN 0304-405X.
11. MILLER, MH., MODIGLIANI, F. Dividend policy, growth and the valuation of shares. *Journal of Business*, October 1961, pp. 411-433. ISSN 1746- 0972.
12. ROUBÍČEK, L. *Corporate governance (Správa a řízení společností)*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TU Ostrava, 1998. 129 s. ISBN 80-7078-592-6.
13. *Vývoj české ekonomiky v roce 2006*. [online] 2006. [citováno 2008-05-10]. Dostupné z URL: http://www.spcr.cz/statistika/vyvoj_IV_2006.pdf
14. *Mezinárodní obchod ČR ve sféře služeb: nadále slabší než toky zboží*. [online] 2007. [citováno 2008-07-11]. Dostupné z URL: [http://www.czso.cz/csu/2007edicniplan.nsf/t/2B00425989/\\$File/114707012.pdf](http://www.czso.cz/csu/2007edicniplan.nsf/t/2B00425989/$File/114707012.pdf)
15. *Statistika 2006*. [online] 2006. [citováno 2008-04-10]. Dostupné z URL: http://www.cnb.cz/m2export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_bilance_stat/publikace_pb/zpravy_vyvoj_pb/PB_2006_CZ.pdf

Ing. Michaela Roubíčková, Ph.D.
 Katedra financí
 Slezská univerzita v Opavě
 Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
 Univerzitní náměstí 1934/3
 733 40 Karviná
 Tel.: +420 596 398 336, nebo 111 (spoj.)
 E-mail: roubickova@opf.slu.cz

Finanční řízení společností v podmínkách České republiky

Financial management of corporations in conditions of the Czech Republic

*Petra Růčková*¹⁷⁴

Abstrakt

Konkurenční prostředí umožňuje zdravé fungování pouze firmám, které jsou schopny dokonale ovládat nejen obchodní stránku podnikatelské činnosti (odbyt výrobků a služeb je bezesporu smyslem existence každé firmy), ale také stránku finanční, která představuje velmi významnou součást strategického rozhodování. Nejdůležitějšími parametry z hlediska fungování podniku jsou tak rentabilita a likvidita. Pro analýzu byly vybrány firmy, které v posledních třech letech vyplácely pravidelně dividendy nebo figurovaly v Top 100. Analýza proběhla v letech realizace projektu „Komplexní analýza aspektů corporate governance“ v letech 2005 až 2007. Cílem příspěvku je vyhodnotit teoretické podklady vyplývající ze skutečnosti, že podnik s nízkou rentabilitou má zároveň vysokou likviditu a naopak.

Summary

Competitive environment allows healthy functioning only to such companies that are able to master the business part of their activities (there is no doubt that sale of products and services is sense of existence of any company) as well as the financial part which represents a significant part of their strategic decision making. From the view of functioning of a company, the most important parameters are profitability and liquidity. For the analysis we have chosen companies that regularly paid dividends and appeared in the Top 100 for the last three years. The analysis was carried out in the period of project “Complex analysis of aspects of corporate governance” in 2005 to 2007. The aim of the paper is to assess theoretical data resulting from the fact that a company with low profitability has at the same time high liquidity and vice versa.

Klíčová slova: finanční řízení společností, likvidita, rentabilita, komparace, analýza

Keywords: financial management of corporations, liquidity, profitability, comparison, analysis.

Úvod

V rámci finanční analýzy existuje celá řada metod, které je možno s úspěchem aplikovat. z metodologického hlediska je však potřeba si uvědomit, že při realizaci finanční analýzy je potřeba dbát na adekvátnost volby metod analýzy. Volba metody musí být učiněna s ohledem na celou řadu faktorů, z nichž nejdůležitějšími jsou účelnost, nákladovost a spolehlivost. Účelnost znamená, že musí odpovídat předem zadanému cíli. Na jednoduché otázky hledáme odpovědi na jednoduchých prostředcích analýzy. Neznamená to však, že budeme poskytovat dogmatické odpovědi. Je potřeba mít stále na paměti, že ne pro každou firmu se hodí stejná soustava ukazatelů či jedna konkrétní metoda. Interpretace musí být provedena citlivě, ale s důrazem na možná rizika. Nákladnost signalizuje, že analýza potřebuje čas a kvalifikovanou práci, což s sebou nese celou řadu nákladů, které by však měly být přiměřené návratnosti takto vynaložených nákladů, hloubka a rozsah analýzy musí odpovídat očekávanému ohodnocení rizik spojených s rozhodováním. Spolehlivost nelze zvýšit rozšířením množství srovnávaných podniků (neboť i zde máme omezené spektrum skutečně srovnatelných firem), ale kvalitnějším využitím všech dostupných dat. Spolehlivost je dána také věrohodností informací, které jsou ve zpracovávané analýze používány. Každá použitá metoda nejenže musí mít vždy zpětnou vazbu na cíl, který má splnit, ale zároveň by u každého analytika či analytické společnosti měla fungovat minimálně sebekontrola toho, zda skutečně použitá metoda nejlépe odpovídá vytýčenému cíli. Obecně platí: Čím lepší metody, tím spolehlivější závěry, tím nižší riziko a tím vyšší naděje na úspěch. Konkurenční prostředí umožňuje zdravé fungování pouze firmám, které jsou schopny dokonale ovládat nejen obchodní stránku podnikatelské činnosti (odbyt výrobků a služeb je bezesporu smyslem existence každé firmy), ale také stránku finanční, která představuje velmi významnou součást

¹⁷⁴ Příspěvek je financován z prostředků GAČR projektu č. 402/06/0204

strategického rozhodování. Nejdůležitějšími parametry z hlediska fungování podniku jsou tak rentabilita a likvidita. Pro analýzu byly vybrány firmy, které v posledních třech letech vyplácely pravidelně dividendy nebo figurovaly v Top 100. Analýza proběhla v letech realizace projektu „Komplexní analýza aspektů corporate governance“ v letech 2005 až 2007. Analýza se stala podkladem pro výstup do právě vycházející publikace „Corporate governance v ČR“. Cílem příspěvku je vyhodnotit teoretické podklady vyplývající ze skutečnosti, že podnik s nízkou rentabilitou má zároveň vysokou likviditu a naopak. Příspěvek bude ověřovat obecně platnou hypotézu, že podnik s nízkou rentabilitou zajišťuje své finanční hospodaření vysokými hodnotami likvidity. k dosažení cíle byly využity metody přímé finanční analýzy, metoda komparace jednotlivých výsledků analyzované skupiny a průměrných hodnot vykazovaných za průmysl jako celek a statistické metody určení ke zpracování číselných podkladů vyplývajících z finančních výkazů jednotlivých společností v analyzovaném vzorku společností.

Analýza vybraných poměrových ukazatelů

Z hlediska oborové klasifikace ekonomických činností, jejíž strukturování se až do letošního roku při členění podniků do jednotlivých oborů podnikání využívalo, mají nejvyšší podíl podniky zpracovatelského průmyslu, jehož firmy tvoří 67 % podílu na celku, druhou největší skupinou podniků jsou služby. Ostatní obory podnikání mají jen relativně malý podíl. Lze říci, že takový podíl není zcela obvyklý a je závislý na zaměření ekonomických činností v rámci specifík jednotlivých teritorií.

tabulka č. 7 Podíly jednotlivých oborů podnikání na celkovém počtu podniků a podíl podniků v rámci analyzovaného vzorku

	Obor		Vzorek
	2007	2006	2007
Dobývání	1,62%	1,61%	3,41%
Zpracovatelský průmysl	67,60%	67,33%	48,86%
Energetika	5,50%	5,68%	26,14%
Stavebnictví	6,11%	6,11%	4,55%
Služby	19,17%	19,27%	17,05%

Pramen: www.ipont.cz a vlastní výpočty

Celkový počet podniků zahrnutých do analýz ministerstva průmyslu a obchodu je 1723¹⁷⁵. Západní Evropa se vyznačuje sice nižším podílem firem zpracovatelského průmyslu, ale na jeho úkor je zaznamenán větší podíl firem z oblasti služeb. Pro analýzu byly vybrány firmy, které v posledních třech letech vyplácely pravidelně dividendy nebo figurovaly v Top 100. z Top 100 musely být navíc odstraněny společnosti s ručením omezeným, které svou právní subjektivitou neodpovídají zpracovávané analýze. Do vzorku se z původně vybraných sta firem dostalo pouze 88, neboť zbývající společnosti dosud neposkytly údaje za rok 2007. Vzorek je však možné považovat za dostatečně reprezentativní, neboť kapitálový trh nedisponuje v současné době významnějším vzorkem akciových společností (v polovině letošního roku se na Burze cenných papírů Praha obchodovalo 29 titulů akcií a v mimoburzovním RM-Systému 34 titulů akcií). Analýza proběhla v letech realizace projektu GAČR, tedy v letech 2005 až 2007. Struktura analyzovaného vzorku není zcela totožná se strukturou za průmysl a služeb jako celku, je zde možné spatřit větší podíl společností z energetiky, nicméně vzorek představuje jen malou část z celkového počtu

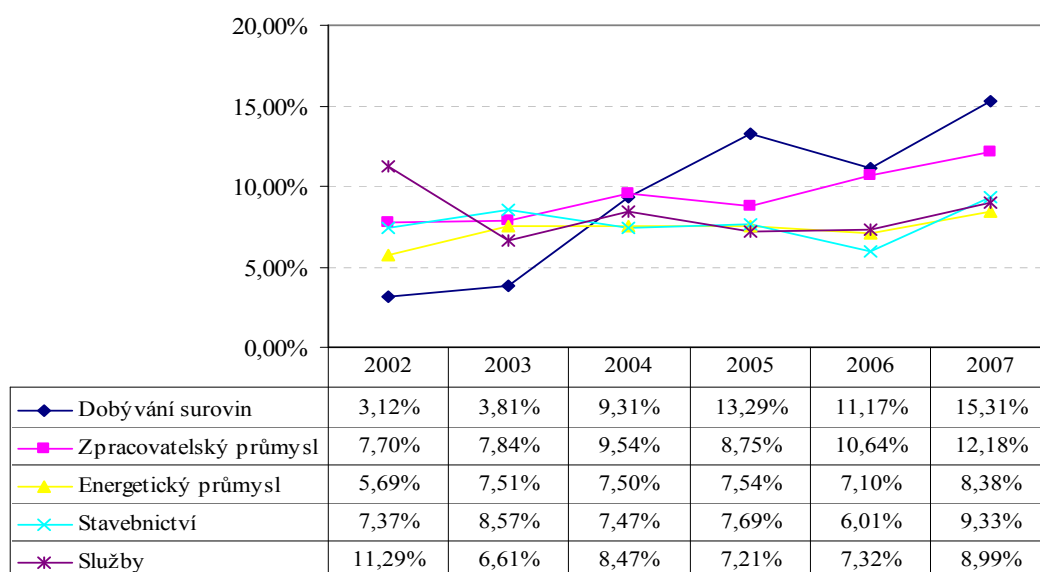
¹⁷⁵ Pramen: <http://www.mpo.cz/dokument43538.html>, staženo 30.8.2008

podniků, avšak energetika obecně se vyznačuje vyšší výnosností a logicky tedy většina firem bude také figurovat mezi společnostmi vyplácejícími dividendy.

S hodnocením řízení korporací velmi úzce souvisí také vyhodnocování rentability celkového vloženého kapitálu a také rentability vlastního kapitálu, neboť rozhodnutí o efektivnosti kapitálové struktury podniku je odvislé od toho, zda příslušné rozložení kapitálu přináší dostatečnou míru zhodnocení vložených prostředků. Byly vyhodnocovány oba ukazatele, ale vzhledem k faktu, že se jedná o analýzu efektivnosti hospodaření akciových společností byl důraz kladen na ROE.

Z hlediska rentability celkového vloženého kapitálu je možné konstatovat (viz Graf č. 1), že linie trendu ve všech sledovaných oborech podnikání v poslední letech vykazuje rostoucí tendenci stejně jako je trend vývoje ekonomiky jako celku. Ani jeden ze sledovaných oborů podnikání se nijak tomuto trendu nevymykal, takže se dá předpokládat, že většina analyzovaných společností v rámci finančních analýz Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky vykazuje procyklickou orientaci ve vývoji ekonomického cyklu.

Graf č. 1 Vývoj rentability celkového vloženého kapitálu v letech 2002 až 2007 dle analýz ministerstva průmyslu a obchodu České republiky



Pramen: www.mpo.cz a vlastní propočty

V analyzovaném vzorku akciových společností byly využity statistické funkce kvartilů a průměru tak, aby umožnily co nejlepší náhled na hodnoty společností. Ve službách je zahrnuto 15 společností (včetně stavebních firem), v energetice 23 společností a 47 společností ve zpracovatelském průmyslu.

tabulka č. 8 Rozložení vypočtených hodnot rentability celkového vloženého kapitálu

	Služby			Energetika			Zpracovatelský prům.		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Minimum	-3,99%	-1,76%	-2,98%	-1,91%	-1,76%	-6,82%	-1,57%	-0,22%	0,00%
Dolní kvartil	2,78%	3,29%	0,31%	2,68%	4,42%	2,55%	5,00%	2,91%	3,03%
Medián hodnot	7,26%	6,26%	5,59%	6,49%	6,66%	5,94%	7,59%	7,95%	7,62%
Horní kvartil	14,29%	14,12%	13,98%	12,72%	15,34%	14,00%	11,42%	11,89%	10,67%

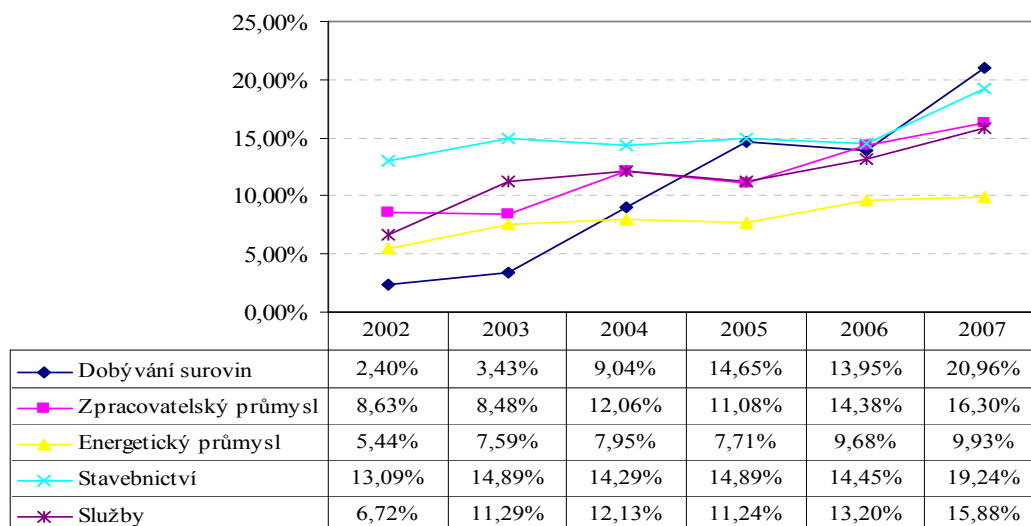
	Služby			Energetika			Zpracovatelský prům.		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Maximální hodnota	67,07%	22,85%	29,35%	19,88%	29,65%	35,64%	27,62%	28,76%	26,73%
Průměr	11,14%	8,96%	9,01%	7,88%	9,41%	9,03%	8,81%	8,52%	7,66%

Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

Ve všech sledovaných oborech podnikání je možné nalézt poměrně značný rozptyl mezi nejnižší a nejvyšší vypočtenou hodnotou. Stejně závažným faktem je také to, že ač se jedná o podniky s relativně vysokým hodnocením, je možné mezi nimi nalézt společnosti se zápornými hodnotami rentability a to ve všech oborech i letech (výjimku tvoří rok 2007 ve zpracovatelském průmyslu). Naproti tomu lze nalézt společnost, která vykazuje hodnotu 67 % rentability, což je za celou dobu sledování naprostý extrém. Střední hodnoty se však pohybují v rozmezí mezi 5,59 % až 7,95 %. Budou-li porovnány průměrné hodnoty za obor jako celek a průměrné hodnoty analyzovaného vzorku akciových společností, pak v oboru služeb analyzovaný vzorek dosahoval průměrných hodnot vyšších než příslušný obor podnikání. Stejná situace je v energetice. Jednou odlišností vykazuje zpracovatelský průmysl, kde jsou v letech 2005 až 2007 hodnoty nižší než průměr v příslušném oboru podnikání.

Z hlediska rentability vlastního kapitálu je vývojová tendence směrem k nárůstu ještě výraznější. Největší růst zaznamenalo v České republice dobývání surovin, které v roce 2002 v průměru vykázalo rentabilitu na úrovni 2,4 % a v roce 2007 už bylo na úrovni 20,96 %. Poměrně rovnoměrný, neskokový vývoj vykazuje oblast energetického průmyslu, stejně jako oblast stavebnictví.

Graf č. 2 Vývoj rentability vlastního kapitálu v letech 2002 až 2007 dle analýz ministerstva průmyslu a obchodu České republiky



Pramen: www.mpo.cz, Finanční analýzy ministerstva průmyslu a obchodu

V analýze 88 akciových společností je opět patrný značný rozptyl mezi nejnižší a nejvyšší hodnotou rentability vlastního kapitálu, asi nejmarkantnější rozdíl je u nejpočetnější skupiny zpracovatelského průmyslu, kde nejnižší hodnota je -21,92 % a nejvyšší hodnota 59,06 %. Nicméně i v ostatních oborech podnikání je možná zaznamenat tyto diametrální rozdíly (viz tabulka č. 3). Vůbec nejvyšší zaznamenanou hodnotou rentability vlastního kapitálu je hodnota 75,77 % a jedná se o podnik z oborového zařazení Služby – jeden z obchodních řetězců. Stejně tak ve službách je možné nalézt absolutně nejnižší hodnotu ROE na úrovni 42,29 %.

tabulka č. 9 Rozložení vypočtených hodnot rentability vlastního kapitálu

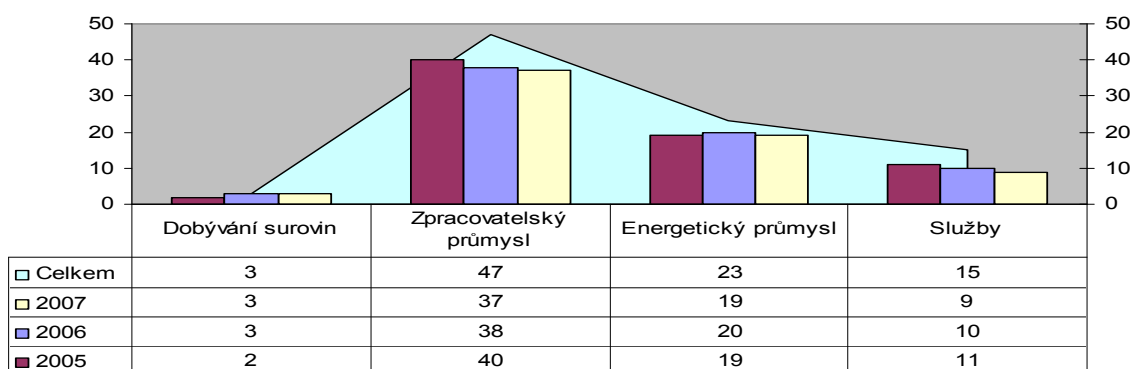
	Zpracovatelský průmysl			Služby			Energetika		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Minimum	-21,92%	-5,09%	0,00%	-28,80%	-42,29%	-12,52%	-2,47%	0,86%	1,28%
Dolní kvartil	7,74%	4,32%	4,78%	3,94%	3,48%	0,03%	6,24%	6,88%	6,64%
Medián hodnot	12,48%	11,33%	11,88%	9,69%	17,36%	11,58%	11,55%	11,00%	13,41%
Horní kvartil	21,99%	19,58%	20,44%	20,91%	24,24%	31,10%	13,93%	16,50%	18,75%
Maximální hodnota	59,06%	48,80%	49,87%	46,77%	56,16%	75,77%	63,01%	46,89%	54,12%
Průměr	14,90%	14,22%	13,76%	12,99%	14,71%	18,76%	12,67%	13,88%	15,06%

Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

Z tabulky je rovněž zřejmé, že u rentability vlastního kapitálu je střední hodnota vyšší než u rentability celkového vloženého kapitálu, ale potvrzují to, co už bylo zaznamenáno v celkové finanční analýze ROA, že celkové výsledky rentability vlastního kapitálu jsou nižší než jaký je průměrná hodnota za daný obor podnikání jako celek. Opět toto tvrzení není možné potvrdit pro energetiku, protože ve vzorku zachycené společnosti vykazují úroveň rentability vlastního kapitálu vyšší než je průměrná hodnota v oborových analýzách.

Pokud budou podniky konfrontovány s hodnotou bezrizikové úrokové sazby (viz graf č. 3), pak celkem pochopitelně vyznívá toto hodnocení relativně příznivě, neboť většina analyzovaných podniků vykazuje ROE na úrovni vyšší než je hodnota bezrizikové úrokové sazby v jednotlivých letech.¹⁷⁶ Za negativní lze však spatřovat fakt, že počet podniků s rentabilitou vyšší než je bezriziková úroková sazba klesá, což není optimální signál vzhledem k tomu, že jsme konstatovali, že se vyvíjí společnosti v převážné míře procyklicky a investice do nich se vyplatí pouze tehdy, ponese-li investorovi míru vyšší než je úroveň bezrizikové úrokové sazby. Proto se další část analýzy zaměřila na porovnání rentability vlastního kapitálu s hodnotou bezrizikové úrokové sazby (viz Graf č. 3)

Graf č. 3 Komparace rentability vlastního kapitálu s hodnotou bezrizikové úrokové sazby (počet firem z celkového počtu s vyšší rentabilitou než r_f)



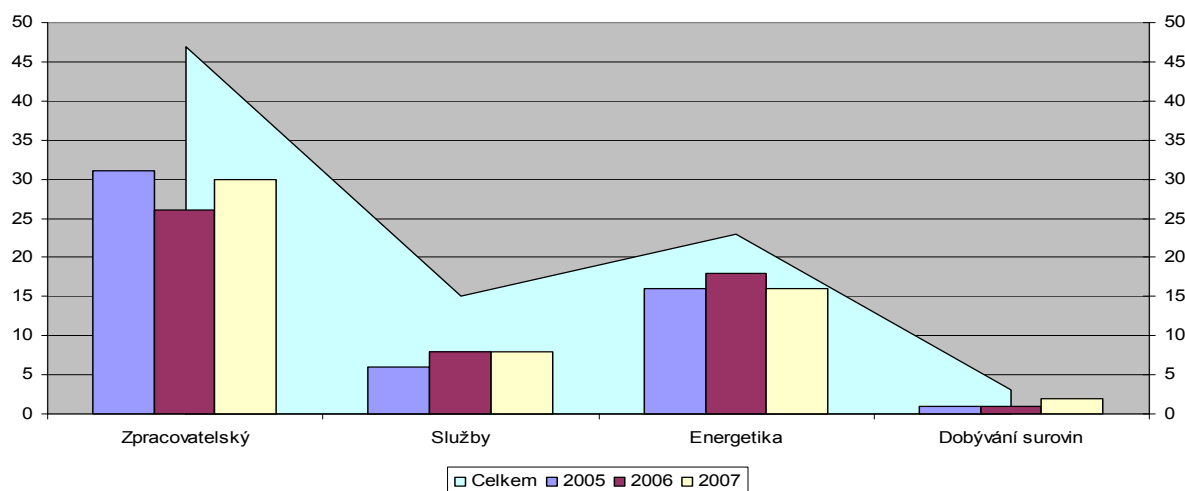
Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

Hodnocení rentability vlastního kapitálu v kontextu s průměrnými náklady vlastního kapitálu vyznívá méně příznivě, než hodnocení předchozí (viz Graf č. 44).

¹⁷⁶ Hodnoty jsou uvedeny v následující tabulce a vychází z informací Ministerstva financí ČR a analýz Ministerstva průmyslu a obchodu.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bezriziková úroková sazba	5,10%	4,12%	4,80%	3,53%	3,78%	4,24%

Graf č. 4 Komparace rentability vlastního kapitálu s průměrnými náklady vlastního kapitálu (počet firem z celkového počtu s vyšší rentabilitou než r_e)



Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

V průměru 62 % podniků z oblasti zpracovatelského průmyslu dosáhla hodnot větších než jsou průměrné náklady vlastního kapitálu. Nejlepšího výsledku v této komparaci dosáhl obor energetiky, v rámci něhož 72,5 % společností registruje výsledek ROE větší než průměrné r_e . Stejně jako předchozí analýza dopadla nejméně příznivě pro oblast služeb, tato analýza to potvrzuje. v rámci tohoto oboru podnikání dosáhla hodnot průměrných nákladů vlastního kapitálu jen necelá polovina společností.

Likvidita je důležitá z hlediska finanční rovnováhy firmy, neboť jen dostatečně likvidní podnik je schopen dostát svým závazkům. Na druhou stranu příliš vysoká míra likvidity je nepříznivým jevem pro vlastníky podniku, neboť finanční prostředky jsou vázány v aktivech, které nepracují ve prospěch výrazného zhodnocování finančních prostředků a „ukrajují“ tak z rentability. Je tedy potřeba hledat pokud možno vyváženou likviditu, která zaručí jak dostatečné zhodnocení prostředků, tak i schopnost dostát svým závazkům. Pro analýzu byl zvolen ukazatel běžné likvidity.

tabulka č. 10 Rozložení vypočtených hodnot běžné likvidity (likvidita 3.stupně)

	Služby			Energetika			Zpracovatelský prům.		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Dolní kvartil	0,00	0,53	0,00	0,89	0,83	0,93	0,86	1,06	1,01
Medián hodnot	0,86	1,14	0,60	1,50	1,42	1,32	1,47	1,49	1,64
Horní kvartil	1,19	1,32	1,19	2,93	1,92	2,89	2,94	3,00	3,03
Maximální hodnota	3,11	2,72	2,68	6,22	8,70	5,74	7,05	8,39	14,61
Průměr	0,93	1,06	0,82	1,91	1,73	2,08	2,07	2,11	2,26

Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

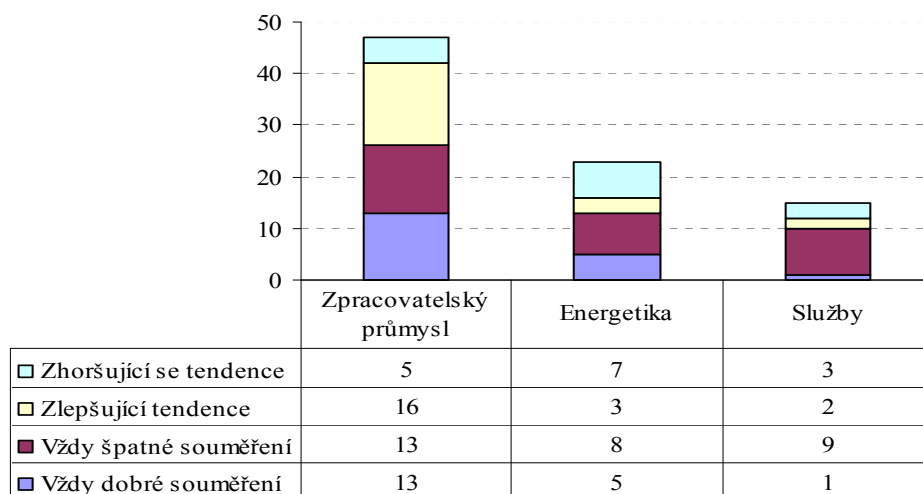
Z tabulky je patrné, že držba likvidity je různá také podle oboru podnikání, ačkoliv bychom u vysoce obrátkových forem podnikání hledali větší míru zabezpečení, tak dle provedené analýzy je tomu právě naopak. Sektor služeb vykazuje průměrnou likviditu na úrovni pohybující se kolem hodnoty jedné celé, vyšších hodnot se stále se zvyšující tendencí pak obor energetiky a nejvyšších hodnot zpracovatelský průmysl, jehož hodnoty se ve všech sledovaných letech pohybovaly v průměru na horní hranici doporučeného pásma. z průzkumu také vyplývá, že 75 % analyzovaných firem v oblasti služeb dosahuje hodnoty kritické (viz

níže) z hlediska rizikovosti pro získávání finančních prostředků. z hlediska zpracovatelského průmyslu v průměru 15 firem ze 47 dosahuje hodnot nižších než je hodnota 1,25 a u energetiky v průměru 10 z 23 firem. Stejně tak je z tabulky patrné, že zatímco v oblasti služeb je extrém jen mírně nad doporučenou hodnotou, v oblasti energetiky a zpracovatelského průmyslu se pohybují vysoce nad horní hranicí doporučeného pásma.

Komparace hodnot likvidity a rentability z hlediska efektivního fungování

V oblasti vyhodnocování rentability se nabízí také porovnání s dalším ukazatelem, kterým je ukazatel běžné likvidity. Důvodem pro souměření právě těchto ukazatelů je fakt, že příliš velký tlak na tvorbu účetního zisku se může v podnikovém hospodaření nepříznivě odrazit ve velmi nízké úrovni likvidity, neboť jsou v majetkové struktuře a tedy i v umísťování finančních prostředků upřednostňována ta aktiva, která mohou nést větší výnosy. Je samozřejmé, že to není možné uplatňovat zcela bez ohledu na základní podnikatelskou činnost, nicméně tato situace nastat může a by součástí analýzy. Za rizikovou hranici z hlediska běžné likvidity je považována hodnota na úrovni 1,25 (v souměření oběžných aktiv a všech krátkodobých cizích zdrojů financování). Pod touto hranicí velmi výrazně roste riziko věřitelů z hlediska návratnosti poskytnutých finančních prostředků, čímž se automaticky budou také zvyšovat náklady vlastního kapitálu, které musí zohlednit riziko případné nedostupnosti cizích zdrojů financování. z hlediska rentability byla zvolena za rizikovou hranici hodnota bezrizikové úrokové sazby v jednotlivých letech (viz výše).

Graf č. 5 Souměření hodnot likvidity a rentability u jednotlivých podniků v jednotlivých oborech podnikání



Pramen: výroční zprávy jednotlivých podniků a vlastní výpočty

Jako vždy dobré souměření vyšla situace, kdy jednotlivé společnosti dosáhly hodnot likvidity vyšších než 1,25 a hodnot rentability vyšších než bezriziková úroková sazba ve všech sledovaných obdobích. Za vždy špatné souměření je možno považovat situaci, kdy ve všech sledovaných letech dosáhla nízké úrovně likvidity a nedosáhla zároveň úrovně bezrizikové úrokové sazby. Tato situace nejčastěji nastala u zpracovatelského průmyslu, v rámci něhož z analyzovaného vzorku 13 společností vykazovalo vždy špatné souměření. u těchto společností se dají předpokládat potenciální problémy se získáváním dalších finančních prostředků, neboť představují jak riziko pro věřitele, tak riziko pro akcionáře. Zlepšující se tendenci zaznamenaly firmy, které z nepříznivého hodnocení obou částí na

počátku období vykazali příznivé hodnocení na konci období. Opačně je tedy možno vyložit celkově zhoršující se tendenci.

Závěr

Cílem příspěvku bylo vyhodnotit teoretické podklady vyplývající ze skutečnosti, že podnik s nízkou rentabilitou má zároveň vysokou likviditu a naopak. Hypotéza z toho cíle plynoucí, že podnik s nízkou rentabilitou zajišťuje své hospodaření vysokou likviditou nebyl jednoznačně naplněn. Analýza tohoto vzorku však jednoznačně nepotvrdila běžně uváděnou skutečnost, že s vysokou úrovní rentability mají problémy s likviditou a naopak firmy s přemírou likvidity vykazují nedostatečnou rentabilitu. Ani tam kde byly v uplynulých letech vykazována ztráta není možné hovořit o držbě nadměrné likvidity, tento případ nenastal v ani jednom z 88 analyzovaných podniků. v tomto analyzovaném vzorku pokud nastával problém s likviditou, pak byl jednoznačně doprovázen sníženou úrovní rentability, která se pohybovala pod úrovní bezrizikové úrokové sazby. Z hlediska rentability je potenciál pro investice mírně omezen, protože ačkoliv vzorek byl tvořen z Top 100 a společností vyplácejících dividendu, tak ne všechny společnosti se vešly do rentability v takové výši, aby převýšila minimálně úroveň bezrizikové úrokové sazby.

Použitá literatura

- [1.] KISLINGEROVÁ, E.a kol. *Manažerské finance*. 1st edition. Praha: C. H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-802-9.
- [2.] RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza (distanční studijní opora)*. Karviná: OPF SLU, 2007. ISBN 80-7248-417-1
- [3.] RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza*. Praha: Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-2481-2
- [4.] *Server Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky*. Url: <http://www.mpo.cz>, Finanční analýzy ministerstva průmyslu a obchodu. (cit. 31.8.2008)
- [5.] *Server Českého statistického úřadu* Url: <http://www.czso.cz> (cit. 31.8.2008)
- [6.] výroční zprávy analyzovaných společností

Ing. Petra Růčková, Ph.D.

Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné
Katedra financí
Univerzitní nám. 1934, Karviná
tel.: +420 596 398 271
e-mail: ruckova@opf.slu.cz

Obsahová analýza české televizní reklamy

Content Analysis of Czech TV Commercials

Jaroslav Světlík, Eliška Kubíčková

Abstract

V rámci grantu GAČR Kulturní aspekty české a evropské reklamy uskutečnili autoři článku obsahovou analýzu téměř 400 televizních reklamních spotů v šesti produktových kategoriích vysílaných v ČR v letech 2007-2008. Analýza byla zaměřena na jednotlivé prvky kreativní strategie, přičemž mezi základní prvky reklamní kreativní strategie byly zahrnuty reklamní apel, informační obsah, formát reklamy a způsob realizace reklamy. Výzkum prokázal odlišnosti v jednotlivých prvcích kreativní reklamní strategie u české televizní reklamy oproti reklamám zahraničním. Tyto odlišnosti jsou však velmi relativní, pokud hlouběji analyzujeme reklamní strategii dle jednotlivých produktových kategorií, jejichž vliv ne nepochybně, stejně jako vliv věku, pohlaví, vzdělání a životního stylu, které nebyly předmětem zkoumání.

Summary

Within the framework of grant of GAČR agency Cultural aspects of Czech and European advertising authors accomplished large content analysis of almost 400 TV commercials in six product categories broadcasted in 2007 – 2008. Analysis was aimed on particular parts of creative strategy which included advertising appeal, information content, format and execution. Research confirmed significant differences in all parts of creative strategy in Czech TV commercials in comparison with foreign advertising. These differences are actually very relative to other factors, as when we analyze advertising strategy according to product categories or age, gender, education and lifestyle, which had not been analyzed, their impact on advertising strategy is without any doubts.

Klíčová slova

Kreativní strategie, obsahová analýza, televizní reklama, reklamní apel, informační obsah, formát, způsob realizace

Key words

Creative strategy, content analysis, TV commercials, advertising appeal, information content, format, execution,

Úvod

Globalizace, kterou můžeme označit za nejdůležitější ekonomický, sociální, politický a kulturní fenomén dnešní doby, pojmenovává skutečnost, že postupně vzniká celosvětová úroveň organizace a integrace, která nově zastřešuje nynější národní, regionální systémy. Hlavním motorem tohoto procesu je globalizace ekonomických aktivit. Argumenty podporující globalizační, standardizované marketingové strategie jsou založeny především na předpokladech výhodnosti úspor z množství, garance jednotné kvality, jednotné image značky a jednotného světového trhu. To vede k nižším výrobním nákladům, nižší ceně při garantované kvalitě a tudíž i vyššímu prodeji. Na straně druhé také nadnárodní firmy stále více přizpůsobují své strategie vkusu a kulturním odlišnostem svých zákazníků, protože se ukazuje, že v případě standardizovaných komunikačních kampaní dosáhneme mimořádných úspor ale na straně druhé efektivita naší komunikace může být mizivá. Řada příkladů úspěšnosti místní reklamy na národní úrovni prokazuje nutnost brát do úvahy při tvorbě komunikačních strategií na mezinárodních trzích i národní odlišnosti. v reklamě jednotlivých zemí lze zjistit rozdíly ve využití jednotlivých částí kreativní strategie. Odborníci hovoří o americkém, německém, francouzském, asijském, britském či jiném reklamním stylu. Je možné definovat český reklamní styl z pohledu možné adaptace nebo lokalizace zahraničních reklam popř. tvorby „typicky“ české reklamy? Pokud ano, potom se nabízí otázka, čím je tento styl odlišný od reklamy vytvořené v jiných zemích nebo jak jej můžeme charakterizovat? Před dvěma lety autor tohoto příspěvku přednesl na Mezinárodní konferenci Nové trendy – nové nápady 2006 přednášku na téma „Český reklamní styl – mýtus nebo realita“ ve kterém spíše z teoretického pohledu a na základě především některých

zahraničních výzkumů definuje možné teoretické základy českého reklamního stylu [12]. Současně jsme ve výzkumu vycházeli i ze závěrů a doporučení pro další výzkum, které jsou součástí habilitační práce autora příspěvku [10;11]. v tomto příspěvku se mohou čtenáři seznámit s výsledky rozsáhlého výzkumu, který navazuje na výše zmíněnou teoretickou základnu a umožňuje definovat to, co je v TV reklamě v případě jednotlivých produktových kategorií společné a co odlišuje českou reklamu od reklamy zahraniční. Je nutno konstatovat, že tento výzkum je prvním krokem ke zjištění specifik české reklamy, podchycení skutečnosti, jak se na těchto rozdílech podílí česká kultura a definování českého reklamního stylu.

Metody výzkumu

V rámci grantu GAČR Kulturní aspekty české a evropské reklamy uskutečnili autoři článku obsahovou analýzu 342 televizních reklamních spotů v šesti produktových kategoriích vysílaných v ČR v letech 2007-2008. Tuto analýzu jsme zaměřili na jednotlivé prvky kreativní strategie. Pro potřebu definování českého reklamního stylu jsme z celkového počtu šesti produktových kategorií vyloučili kategorii reklamy super- a hypermarketů, a reklamu na léčiva. Důvodem bylo velké množství přebraných, adaptovaných reklamních spotů ze zahraničí u těchto dvou produktových kategorií. Proto jsme z pohledu české reklamy analyzovali čtyři produktové kategorie (celkem 206 spotů). Soubor tvořily pouze české televizní reklamy na pivo (62), reklamy na finanční služby (77), periodika (26) a nealko nápoje (41). v tomto příspěvku jsme pro úplnost a přehled údaje i o již zmíněné dvě produktové kategorie tj. reklama na super- a hypermarkety (49) a léčiva (87) i když do celkového součtu výsledky nebyly zahrnuty. Reklamy byly analyzovány celkem 4 osobami, vysokoškolským pedagogem zabývajícím se dlouhodobě touto problematikou a třemi studentkami doktorského studijního programu. Jedna ze studentek externí formy již v médiích a reklamě pracuje deset let, dvě zbývající studentky prezenční formy studia se touto problematikou zabývaly již ve svých diplomových pracích a prezentovaný výzkum bude jedním ze základů jejich práce disertační. Na základě existujících teorií a pro potřeby naší analýzy jsme při formulování pojmu kreativní reklamní strategie vycházeli ze všech jejich stavebních prvků, za které je možno považovat: strategii reklamního sdělení, reklamní apel, informační obsah, formát a samotné provedení televizní reklamy.

Výsledky

Pojem reklamní kreativní strategie není stanoven pevně a je odborníky z oblasti teorie a praxe reklamní tvorby vymezována buď široce, nebo naopak velmi úzce a často bývá redukována pouze na obsah sdělení a reklamní formát nebo pouze na reklamní apel. v jednotlivých přístupech se často jednotlivé prvky kreativní strategie překrývají. z pohledu našeho výzkumu jsme zvolili spíše širší pohled na tuto problematiku a to proto, aby výstup výzkumu co nejlépe a z více úhlů pohledu postihl charakteristické prvky české televizní reklamy.

Strategie reklamního sdělení

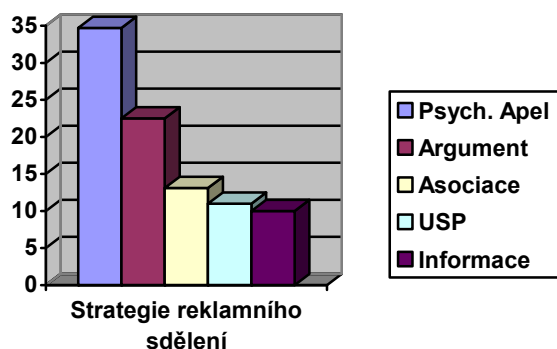
Patti a Frazer [7] definovali sedm základních strategických přístupů při stanovení kreativní strategie. Kromě této teorie se však v praxi i odborné literatuře často setkáváme se strategiemi, které původně definoval Simon [5] již počátkem sedmdesátých let minulého století. Ten definoval celkem 10 strategií reklamního sdělení. Obě strategie reklamního sdělení jsou v reklamních výzkumech využívány. Východiskem v našem výzkumu byla strategie reklamního sdělení popsaná Simonem, kterou jsme doplnili o strategii USP, která vychází naopak z teorie Pattiho a Frazera.

Strategie reklamního sdělení představuje nutný základ pro rozhodnutí týkající se dalších základních prvků kreativní strategie a můžeme ji proto definovat jako řídicí princip charakterizující podstatu a charakter reklamního sdělení, jako základní určení toho, co a především jak chceme sdělit. Ve výzkumu jsme využili devět níže uvedených strategií sdělení:

Informace	Prezentace jednoduchých fakt bez argumentu a dalšího vysvětlení
Argument	Udává důvody, proč bych si měl produkt koupit a těšit se jeho užítku
Psycholog. apel	Využití emocí pro vyvolání přání, které nemuselo být pocíťováno
Tvrzení	Opakování tvrzení, které není podpořeno dalšími důkazy
Požadavek	Připomínka, která má vyvolat příznivý postoj a odezvu zákazníka
Vztah ke značce	Strategie založena na loajalitě, důvěře přátelském vztahu ke značce
Asociace	Spojuje produkt s jiným prvkem, místem, událostí, osobou, symbolem
Imitace	Základem je testimonia, doporučení – produkt je spojován s určitou osobou
USP	Výjimečné vlastnosti výrobku, příslib specifického, unikátního užítku.

V našem výzkumu byla u českých televizních reklam nejčastěji zastoupena strategie motivace **psychologickým apelem** (založena na tom, jaký benefit zákazník může z produktu mít. Tento benefit nevyplývá ze skutečných vlastností výrobku, ale z toho, jak jej subjektivně vnímá zákazník), následovaná strategií **argument** (vyjadřuje, proč by si měl zákazník produkt koupit a těšit se z jeho užítku), **asociace** (produkt je kombinován s jiným objektem, osobou nebo prostředím s cílem přenesení představ, které s nimi vznikají na propagovaný produkt nebo značku) a **USP** (výjimečná vlastnost výrobku – příslib specifického, výjimečného, víceméně unikátního užítku vyplývající ze zakoupení a užívání produktu). Pokud bychom zahrnuli do celkových výsledků i super a hypermarkety a léčiva, výsledek se o mnoho nezmění, pořadí použitých strategií zůstává nezměněno, jen pořadí USP a informace se vymění. u jednotlivých produktových kategorií je rovněž viditelný rozdíl ve zvolené strategii. u piva je jednoznačně v oblíbě strategie vztah ke značce, následovaná strategií motivace psychologickým apelem a asociace. u finančních služeb je nejčastěji využívanou strategií argument, psychologický apel následovaný USP. v případě periodik je nejčastější výskyt strategie informace, následovaná argumentem, psychologickým apelem a USP. u nealko nápojů je z více než 40% využívána strategie psychologického apelu, následovaná asociací a argumentem.

U produktové kategorie super- hypermarketů je nejčastěji používanou strategií argument, následuje strategie informace a asociace. u léčiv je nejčastěji využívaná strategie psychologického apelu následovaná dle očekávání argumentem. s odstupem je využívána i strategie asociace a pouze v šesti procentech USP. Výsledek víceméně potvrzuje předešlý výzkum uskutečněný Koudelovou a Whitelockem [5] a teoretické předpoklady publikované autorem příspěvku [14].



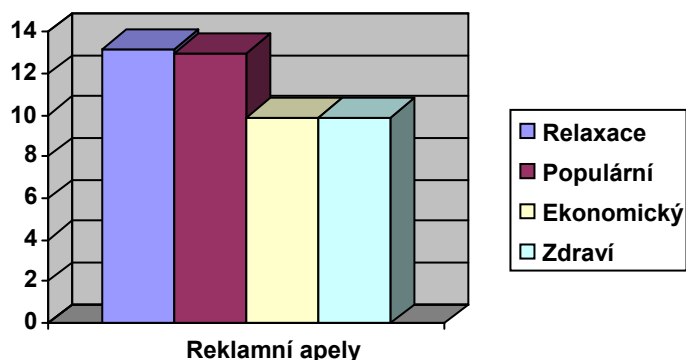
Reklamní apel

Reklamní apel činí produkt obzvláště atraktivním nebo zajímavým. Důvodem je skutečnost, že reklamní apel odráží víceméně hodnoty sdílené cílovou skupinou jako celku. Vyjadřuje skryté základní hodnoty a tím i motivaci cílové skupiny reklamního sdělení. Jeho cílem je připoutat její pozornost k propagovanému produktu či reklamnímu sdělení. Při definování apelů vhodných pro výzkum jsme vycházeli z modelu Pollaye [8] a modelu, který předložili odborné veřejnosti Cheng a Schweitzer[4]. Na jejich základě jsme sestavili seznam 30 nejvíce využívaných reklamních apelů. Při vyjádření využití vhodných apelů v české reklamě je třeba upozornit na působení dvou důležitých faktorů ovlivňujících působení reklamních apelů, kterými jsou obecný postoj k reklamě a rozlišení „žádoucích“ a „žádaných“ společenských hodnot. Pokud jsou obecné postoje k reklamě ve společnosti spíše negativní, potom i volba reklamního apelu může negativní vnímání příslušné reklamy buď prohloubit, či zmírnit. Rovněž využití apelů vycházejících z „žádoucích“ hodnot (co by lidé skutečně chtěli a co skutečně konají) může být v rozporu s hodnotami „žádanými“ ve společnosti (dané společenskými a kulturními normami a popř. tabu) a reakce vůči reklamě může prohloubit negativní vnímání reklamy jako takové. Pokud budou apely vycházet ze „žádoucích“ hodnot, potom se nabízí využití spíše emocionálních apelů, v případě hodnot „žádaných“ k apélům racionálním nebo morálním.

Z pohledu českých kulturních dimenzí a vyššího komunikačního kontextu se nabízí preference využívání určitých apelů. Pokud budeme přihlížet k výši dimenze individualismu (horizontální), nabízí se využití apelu „afilace“, „rodina“. Vzhledem k velmi nízké hodnotě dimenze maskulinity/feminity jsou to apely „pokora“, „příroda“, „starostlivost“, „relaxace“, „popularita. Posledně jmenovaný apel spíše jako „žádoucí“ hodnota může být někdy v rozporu se „žádanými“ hodnotami vyplývajícími z vyššího indexu vyhýbání se nejistotě. Slova, která by měla být pozitivně přijímána (např. z pohledu tvorby sloganu), jsou například: kvalita, péče, solidarita, skromnost, pomoc, láska, malý, jemný, cit, my atd. Pokud přihlídneme k vysokým hodnotám indexu vyhýbání se nejistotě, můžeme na základě zahraničních výzkumů konstatovat, že bude vhodné využít apely „bezpečí“, „čistota“, „tradice“, „jistota“, „zdraví“ a „moudrost“. Vysoká hodnota kulturní dimenze vzdálenosti mocenských pozic zdůrazňuje podle de Mooij [6] i Allbers-Millerové [1] využívání apelů „status“, „drahost“. Silná feminita české společnosti však spíše vyžaduje, aby symboly úspěchu a bohatství nebyly vystavovány na odiv. Proto je možné tyto apely doporučit pouze u specifického segmentu osob (úspěšní lidé, podnikatelé atd.) a jako projev „žádoucích“ hodnot této cílové skupiny, nikoliv „žádaných“ společenských hodnot.

Apel	Popis apelu (Pollay/Cheng)
1. Efektivní	vhodný, proveditelný, užitečný, funkční, pohodlný (oblečení), silný, chutný
2. Kvalitní	dlouhotrvající, permanentní, trvalý, houževnatý, nositel ocenění za kvalitu
3. Vhodný	šikovný do ruky, šetřící čas, praktický, víceúčelový, uživatelsky přátelský
4. Krásný	krásný, elegantní, moderní, módní, atraktivní, zvyšující přitažlivost kupujícího
5. Ekonomický	ekonomický, výhodná koupě, sleva, šetřící náklady
6. Luxusní	bohatý, cenný, elegantní, luxusní
7. Ojedinělý	vzácný, nezvyklý, exkluzivní, chutný, ručně zpracovaný, ojedinělý produkt
8. Populární	známý, pravidelný, univerzální, každodenní, nejvyšší prodej, všeobecně známý
9. Tradiční	klasický, historický, legendární, tradiční výroba, oceněný časem
10. Moderní	současný, nový, progresivní, pokrokový, vědecký, o krok dopředu před ostatními
11. Přírodní	organický, nutriční, přírodní, ekologický, harmonie mezi člověkem a přírodou
12. Moudrý	znalý, vzdělaný, inteligentní, zkušenost a expertíza při hodnocení produktu
13. Magický	záračný, kouzelný, záhadný, mytický, úžasný, překvapivý
14. Produktivní	ambiciózní, úspěšný, zdatný, kvalifikovaný, dokonalý
15. Relaxace	odpočinek, pohoda, klidný, party, produkt přináší pohodu a odpočinek
16. Zralý	dospělý, starší, zralý, respektující starší, produkt je hodnocen starší osobou
17. Mladý	dětský, dospívající, junior, teenager, omlazující charakter produktu
18. Bezpečí	jistý, stabilní, možnost výměny a vrácení, zabezpečený, důvěřující
19. Morálka	lidský, férový, čestný, etický, ctěný
20. Pokorný	trpělivý, mírný, pokorný, nevinný, stydlivý, plachý, citlivý, skromný
21. Dobrodružný	smělý, statečný, odvážný, kurážný
22. Sex	erotický, romantický, žádostivý, zamilovaný
23. Samostatnost	autonomní, samostatný, nekonformní, svobodný, spontánní, uděláš si sám,
24. Status	žárlivý, ješitný, prestižní, dominantní, soutěživý, bohatý,
25. Afilace	sociální, přátelský, družný, oblíbený jinými lidmi, recipocita, konformní
26. Starostlivost	charita, pečující, starostlivý, laskavý, pomáhající, hodný vděku, obdarovávající
27. Rodina	příbuzenský, manželský, soukromí a domov, svatba, příbuzenství a spřízněnost
28. Patriotismus	národní, patriotický, identita, občanská společnost,
29. Zdraví	energický, zdravý, silný, kondice, elán, vitalita
30. Čistota	pořádek, jasný, precizní, vonící, beze skvrn,

Nejvyšší zastoupení v analyzovaných českých reklamních spotech měl apel **relaxace** (produkt přináší pohodu, odpočinek, klid) následovaný apelem **populární** (všeobecně známý, pravidelný, univerzální, každodenní, s nejvyšším prodejem). o pomyslné třetí místo se dělí **ekonomický apel** (výhodná koupě, sleva, ekonomický a šetřící náklady) a apel **zdraví** (zdravý, silný, vitalita, energický, elán). s nepatrným odstupem následují apely přírodní a **afilace**. Pokud přiřadíme i produktové kategorie léčiva a supermarketů, změní se pořadí a na prvním místě je apel zdraví, následuje úsporný, ekonomický apel, relaxace a apel popularita. Velmi rozdílné je dle očekávání zastoupení apelů v jednotlivých produktových kategoriích, u piva se nejčastěji vyskytují apely afilace, relaxace, patriotismus a tradice, u finančních služeb ekonomický apel, následovaný apelem vhodný (šetřící čas, praktický, víceúčelový), starostlivost a efektivní. u periodik je zdaleka nejčastějším apelem populární, následuje moderní a relaxace, u nealko nápojů je na prvním místě apel zdraví následovaný apelem přírodní. u léčiv dle očekávání je na prvním místě výkon, následuje obsah a kvalita, u supermarketů cena, dosažitelnost a speciální nabídka. i zde jsou víceméně potvrzeny teoretické předpoklady vycházející z kulturních dimenzí české populace [14].



Uvedené údaje dokumentují vysoký vliv produktové kategorie na tvorbu reklamních apelů. v uvedených zjištěních lze však nalézt i stopy vlivu národní kultury a hodnotové orientace Čechů. Zjištěné údaje potvrzují relevanci dříve uskutečněných výzkumů kulturních dimenzí [6] české populace. Tu lze mimo jiné označit za mírně horizontálně individualistickou, kdy je kladen důraz na rovnost lidí a vztahy, a feminní, ve které je větší důraz než na výkon a úspěch kladen na pohodu, klid, relaxaci, dobré mezilidské vztahy, rovnost, snahu příliš „nevyčnívat“ atd. Výsledky výzkumu rovněž potvrzují předcházející výzkum hodnotové orientace Čechů [13] a jejich vliv na tvorbu reklamních apelů (populární, přírodní, relaxace, samostatnost, afilace, starostlivost).

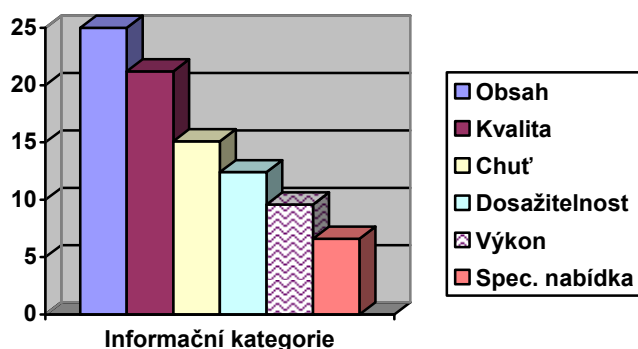
Informační obsah

Dalším základním prvkem kreativní strategie je rozhodnutí o obsahu reklamního sdělení z pohledu množství informací v něm obsaženém. Vedle kulturních vlivů působí na množství informací v reklamním sdělení velmi silně i kategorie produktu a médium. Množství informací spojených s propagací předmětů dlouhodobé spotřeby je mnohem větší než tomu je například u zboží impulzivního. Rovněž reklama v novinách nebo časopisech obsahuje mnohem více informačních kategorií než televizní či venkovní reklama. v hodnocení vlivu národních kulturních dimenzí prokázal výzkum silnou korelaci mezi výší indexu vyhýbání se nejistotě a množstvím informací obsažených v reklamním sdělení. Obecně reklama obsahuje více textu, argumentů, fakt, výsledků nezávislých testů [6]. Dle výzkumu provedeného u nás [5] to však plně neplatí v případě televizní reklamy. Autoři dokumentují skutečnost, že v české reklamě je informační obsah nižší než například v USA nebo Velké Británii (analýza ovšem prokázala, že i v české reklamě téměř 60% všech reklam obsahovala informaci a 50% argument). i když tento podíl je ve srovnání se jmenovanými zeměmi nižší, stále je v absolutním vyjádření vysoký. Dle Halla na množství informací obsažených v reklamním sdělení působí rovněž i výše komunikačního kontextu. Dá se tedy předpokládat, že větší výše komunikačního kontextu české společnosti vede k preferenci spíše symbolů než konkrétních informací. To prokázal i výzkum televizní reklamy uskutečněný Koudelovou a Whitelockem. z pohledu vyššího indexu vyhýbání se nejistotě se jeví jako vhodné využívat mimo jiné ve větší míře informačních kategorií „záruky“, „bezpečnost“ a „nezávislý výzkum“. u potravin „komponenty“ a „nutriční obsah“ (dle klasifikačního systému Resnika-Sterna).

Ke zjištění informačního obsahu jsme proto využili metodu, kterou vypracovali Resnik a Stern [9]. Tato metoda je založena na analýze obsahu reklamního sdělení zjišťujícího typ a množství tzv. informačních kategorií, kterými rozumíme jednotku informace o propagovaném produktu nebo službě. Vychází přitom z klasifikačního systému obsahu reklamního sdělení obsahujícího celkem 14 informačních kategorií, pro potřeby našeho výzkumu jsme v souladu s Resnic/Sternem definovali jen 11 informačních kategorií a vyloučili jsme málo se vyskytující kategorie „podnikový výzkum“, „nezávislý výzkum“ a „nové náměty“.

Informační k.	Popis informační kategorie (Resnic/Stern)
1. Cena	Kolik produkt stojí? Vazba hodnota/cena nebo potřeba/uspokojení
2. Kvalita	Charakteristiky produktu odlišující popř. od produktů jiných
3. Výkon	Co produkt dokáže, popř. srovnání s jinými produkty
4. Obsah	Z čeho je vyroben? Přísady, doplňky nabízené s produktem
5. Dosažitelnost	Kde a kdy mohu produkt zakoupit?
6. Spec. nabídka	Omezená nabídka, zdarma výhody spojené s produktem
7. Chuť	Existuje důkaz, že chuť produktu je originální, nenapodobitelná
8. Nutriční obsah	Specifické údaje týkající se nutriční hodnoty nebo srovnání s jiných v této oblasti
9. Obal/ tvar	Zvláštní obal nebo tvar produktu
10. Záruky	Poprodejní záruky
11. Bezpečnost	Bezpečnost při užívání/koupi produktu
12. Jiná	Jaká IK:

Z těchto informačních kategorií se ve sledovaných českých televizních reklamách nejčastěji vyskytovala kategorie **obsah**, **kvalita**, **chuť**, **dosažitelnost** a **výkon**. i v případě informačního obsahu jsou výrazné odlišnosti v jednotlivých produktových kategoriích. u piva se nejčastěji v reklamě vyskytuje chuť, kvalita a výkon, u finančních služeb to je na prvním místě kvalita následovaná dosažitelností, výkonem a cenou. v případě periodik je výrazně nejčastěji vyskytovanou kategorií obsah, dále dosažitelnost, speciální nabídka a výkon, u nealko nápojů to je obsah, chuť, kvalita a nutriční obsah.



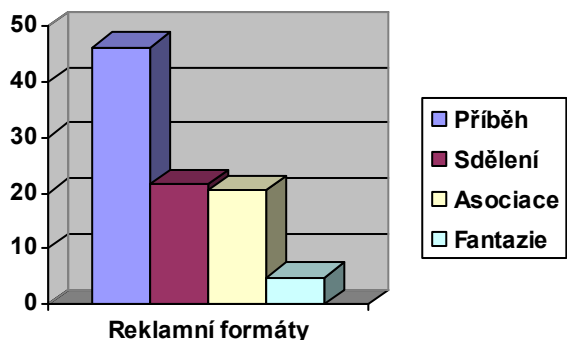
Průměrné množství informačních kategorií v jednom reklamním spotu bylo u všech analyzovaných českých reklam 1,52. Nejvyšší hodnoty trochu překvapivě obsahuje reklama na periodika (1,6) a dle očekávání reklama finanční (1,3), zatímco reklama na pivo pouze 0,8. Vyšší informační obsah reklamního sdělení vstupuje do souvislosti s vyšší hodnotou kulturní dimenze vyhýbání se nejistotě. Protože informace snižují nejistotu, kultury s vysokou hodnotou této dimenze, jakou je například i česká kultura, budou vždy mít tendenci požadovat více informací než kultury, které mají hodnotu této dimenze nižší (Francie, Británie). Počet reklam obsahující alespoň jednu informační kategorii je v případě české reklamy velmi vysoké. Výzkum ukázal, že v průměru 88% všech českých televizních reklam obsahovalo alespoň jednu informační kategorii. Nejvyšší hodnota byla dosažena u finančních služeb (99%), u periodik 94%, u cukrovinek 92% a nealko nápojů 91%. Nejnižších hodnot dosahovala reklama na pivo, kde „jen“ 82% reklam obsahovalo alespoň jednu informační kategorii. Důvodem může být skutečnost, že tato reklama je zaměřena především na image značky, strategie psychologickým apelem je rovněž velmi častá stejně jako využití humoru v této reklamě. u produktových kategorií super- a hypermarkety a léčiva obsahovalo v obou případech 99% reklam alespoň jednu informační kategorii.

Formát

Formát představuje základ pro formu reklamního sdělení, které je komunikováno cílové skupině. Existující studie zabývající se touto problematikou ukázaly, že roli univerzálního formátu plní formát „příběh“, u ostatních formátů se ve větší či menší míře projevuje kulturní podmíněnost jejich oblíbenosti v jednotlivých zemích. Jednotlivé základní formáty nemají při tvorbě reklamního sdělení výjimečné postavení, je běžné, že se často vzájemně doplňují. Obvykle to znamená, že jedna z forem má v realizaci reklamy dominantní postavení, zatímco jiné formáty či podskupiny hrají v příslušné reklamě spíše doplňující roli. Proto i při kombinaci formátů a jejich podskupin je nutné brát v úvahu vliv kulturních faktorů a možnou preferenci některých z nich. Francien rozděluje reklamní sdělení do 8 základních formátů (sdělení, vystavení, asociaci, lekci, příběh, zábavu, fantazii a speciální efekty) a ty dále dělí do 26 podformátů []. Formát vystavení jsme do šetření nezahrnuli, protože jeho využití v televizní reklamě je nulové. Existující studie zabývající se touto problematikou ukázaly, že roli univerzálního formátu plní formát „příběh“, u ostatních formátů se ve větší či menší míře projevuje kulturní podmíněnost jejich oblíbenosti v jednotlivých zemích. Dřívější výzkumy rovněž potvrdily větší oblíbenost formátu „životní příběh“ jak v české, tak i v dánské reklamě, ve srovnání s britskou, resp. americkou reklamou [2;5]. Tato skutečnost mimo jiné potvrzuje, že tento formát je oblíben a vhodný pro feminní společnosti. Výzkumy rovněž prokázaly oblíbenost formátu „řešení problému“, „metafory“ a „zábava“, zejména podskupiny humor. Česká společnost většinou preferuje humor s vyšším kontextem. Nejvděčnější cílovou skupinou jsou vzdělaní muži nižšího nebo středního věku. Výzkum Koudelové s Whitelockem ukázal, že v televizní reklamě převládaly vtip, slovní hříčka, satira [5]. Mezi jiné otázky, které je třeba řešit je spojení humoru s produktovou kategorií, se známostí a oblíbeností konkrétního produktu, dále důvěryhodnost zdroje humorného sdělení a plnění reklamních cílů (pozornost, oblíbenost aj.).

Formát	Popis formát
1. Sdělení	Čistá prezentace, vysvětlení fakt, sdělení o produktu, jeho jednoduchá ukázka
2. Asociace	Životní styl, celebrita, metafory, metonymy
3. Lekce	Doporučení, konferenciér, demonstrace, srovnání, návod
4. Příběh	Příběh ze života, řešení nějakého problému
5. Zábava	Humor, vtip, zábava, tanec s hudbou
6. Fantazie	Kreslený film, filmová fantazie, představy
7. Spec. efekty	Animace, produkt v akci, umělecké prvky

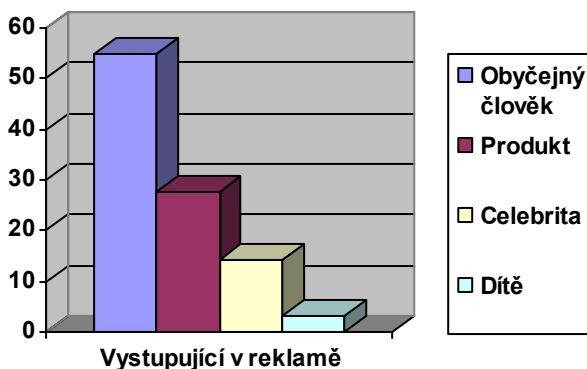
V české TV reklamě je nejčastěji využíván formát **příběh** (životní příběh, řešení problému), následován formátem **sdělení** (čistá prezentace, vysvětlení fakt, sdělení o produktu), **asociací** (životní styl, celebrita, metafory) a **fantazií** (animace, představy, fantazie. u piva, nealko nápojů a finančních reklam dominuje formát příběh následovaný asociací, u periodik sdělení. u piva je ještě velmi často využíván formát zábava (humor), u nealko nápojů fantazie. u periodik pak formát asociace a lekce. u produktové kategorie léčiva stejně jako o supermarketů je nejoblíbenějším formátem příběh, u první produktové kategorie následovaný lekcí, u supermarketů je to na druhém místě sdělení, následované speciálními efekty.



U formátu zábava jsme dále analyzovali obsah a výskyt podformátu humor. v celkovém objemu 29,9% humorných reklamních spotů se česká TV reklama blíží reklamě britské (cca 34%) oproti reklamě německé obsahující méně než 20% humoru. Forma humoru s největším výskytem v české reklamě je **slovní hříčka**, následovaná **nadsázkou, parodií** a humorem **absurdním**. Daleko největší zastoupení humoru obsahuje reklama na pivo (77%), nejméně reklama na periodika (13,7%). Překvapivé je i vysoké zastoupení humoru v reklamě na finanční služby (40%), což v případě zahraničních reklam je přinejmenším velmi neobvyklé. Na základě zmíněných mezinárodních výzkumů lze s přihlédnutím ke zjištěným kulturním dimenzím definovat určité zásady pro tvorbu reklamního formátu v podmínkách České republiky. z pohledu vyššího komunikačního kontextu naší společnosti se jeví jako méně vhodné využívání formátu „lekce“ zejména v podskupinách „konferenciér“, „srovnání“, „prezentace“ a „zdramatizovaná přednáška“. Tyto formáty je možné doporučit pro kultury s nižším komunikačním kontextem s maskulinními dimenzemi (Německo, USA).

Provedení (realizace) reklamy

Posledním základním prvkem kreativní strategie je rozhodnutí o způsobu realizace, provedení příslušné reklamy. Jedná se mimo jiné například o výběr a počet osob, které budou v reklamě vystupovat, jejich oblečení, využití barev, jazyka, hudby, doprovodného slova atd. Náš výzkum potvrdil, že v české reklamě v roli vystupujících dominuje „obyčejný“ člověk, následuje produkt sám a teprve třetí v pořadí je využití celebrit. Ve srovnání s reklamami např. americkými nebo britskými [2] lze tuto skutečnost vysvětlit tím, že tyto společnosti jsou z pohledu kulturních dimenzí oproti ČR silně maskulinní, podobně z pohledu hodnotových typů jsou tyto kultury oproti české silně zaměřeny na úspěch (ten se u nás neodpouští). Rovněž počet vystupujících osob (60% reklamních spotů s více než 2 osobami) svědčí o mírném individualismu horizontálního typu, zatímco anglosaské kultury jsou silně vertikálně individualistické (akceptace nerovnosti, snaha o maximální odlišení se a o vyniknutí).



Rozdíly jsou viditelné i u jednotlivých produktových kategorií. Např. v reklamě na pivo dominuje s více než 75% obyčejný člověk a reklamních spotů zachycujících počet vystupujících v reklamě převyšující dvě osoby je téměř 92%. To samozřejmě souvisí s kulturou pití piva v českých zemích, která má významný sociální základ. u reklamy na periodika je počet vystupujících nad dvě osoby necelých 40% přičemž z pohledu počtu vystupujících dominuje produkt (49,2%) následovaný celebritou (37,5%). Příčiny rozdílů v provedení reklamy v mezinárodním srovnání je nutné hledat v kulturních dimenzích české populace. z vyšší úrovně dimenze vyhýbání se nejistotě a vzdálenosti mocenských pozic, mírně nadprůměrné úrovně dimenze individualismu (horizontálního) a feminity české společnosti vyplývá preference vystupování důvěryhodného člověka, spíše vyššího věku, jehož projev je skromný, klidný – je jeden z nás, „obyčejný člověk“. Tato charakteristika však neplatí u reklamy zaměřené na mladé lidi, tuto cílovou skupinu spíše osloví názorový vůdce, který jak věkem, tak i svým vystupováním je v souladu s více individualistickými a maskulinními hodnotami mladé generace, která rovněž příliš neuznává autority a je ochotna jít do nejistoty a rizika.

Diskuze

V úvodu tohoto příspěvku jsme definovali jako cíl celého výzkumu to, co je v české televizní reklamě v případě jednotlivých produktových kategorií společné a které prvky kreativní strategie odlišují českou reklamu od reklamy zahraniční. Jinými slovy definovat český reklamní styl. Vzhledem ke složitosti tohoto úkolu by bylo poněkud předčasné hovořit o českém reklamním stylu na základě jednoho či dvou výzkumů. Přesto lze definovat v rámci kreativní reklamní strategie některé prvky charakterizující současnou českou televizní reklamu. v případě strategie reklamního sdělení přes velké rozdíly v případě jednotlivých produktových kategorií je zřetelná preference motivace **psychologickým** apelem zdůrazňující benefit produktu pro spotřebitele, **argument, asociace a USP**. u další důležité části kreativní reklamní strategie, kterou je reklamní apel, je v české televizní reklamě preferován apel **relaxace**, dále **populární a s** odstupem apel **ekonomický a zdraví**. Zde se potvrzuje domněnka o vlivu některých dimenzí české kultury na tvorbu reklamních apelů, zejména dimenze feminity a vyhýbání se nejistotě. Posledně jmenovaná dimenze hraje významnou roli i v **informačním obsahu** české televizní reklamy. i přes rozdíly v rámci jednotlivých produktových kategorií není možné přehlédnout vysoké procento (88%) reklam obsahující alespoň jednu informační kategorii přičemž nejčastější výskyt zaznamenaly informační kategorie **obsah, kvalita, chuť, dosažitelnost a výkon**. v tomto případě je znatelný vliv německého reklamního stylu než např. reklamy francouzské, která je založena spíše na vizuálních vjemech než na informačních kategoriích. Pokud se týká formátu reklamy, v české TV reklamě je nejčastěji využíván formát **příběh** (životní příběh, řešení problému), následován formátem **sdělení** (čistá prezentace, vysvětlení fakt, sdělení o produktu), **asociací** (životní styl, celebrita, metafory), **fantazií** (animace, představy, fantazie) a **lekcí** (doporučení, srovnání, demonstrace produktu). Zvláštní pozornost jsme věnovali podformátu humor. Ten je v české reklamě velmi oblíbený i když je často diskutována jeho vhodnost z hlediska efektivity reklamního působení. v celkovém objemu 29,9% humorných reklamních spotů se česká TV reklama blíží reklamě britské (cca 34%) oproti reklamě německé obsahující méně než 20% humoru. Forma humoru s největším výskytem v české reklamě je našeho výzkumu **slovní hříčka**, následovaná **nadsázkou, parodií** a humorem **absurdním**. Daleko největší zastoupení humoru obsahuje reklama na pivo (77%), nejméně reklama na periodika (13,7%). Překvapivé je i vysoké zastoupení humoru v reklamě na finanční služby (40%), což v případě zahraničních reklam je velmi neobvyklé. Kulturní rozdíly se projevují i v samotném provedení televizní reklamy, Tak například v roli vystupujících dominuje „obyčejný“ člověk, následuje **produkt** sám a teprve třetí v pořadí

je využití **celebrit**. Ve srovnání s reklamami např. americkými nebo britskými [5] lze tuto skutečnost vysvětlit tím, že tyto společnosti jsou z pohledu kulturních dimenzí oproti ČR silně maskulinní, podobně z pohledu hodnotových typů jsou tyto kultury oproti české silně zaměřeny na úspěch (ten se u nás neodpouští). Rovněž počet vystupujících osob (60% reklamních spotů s více než 2 osobami) svědčí o mírném individualismu horizontálního typu, zatímco anglosaské kultury jsou silně vertikálně individualistické (akceptace nerovnosti, snaha o maximální odlišení se a o vyniknutí). Rozdíly jsou viditelné i u jednotlivých produktových kategorií. Např. v reklamě na pivo dominuje s více než 75% obyčejný člověk a reklamních spotů zachycujících počet vystupujících převyšující dvě osoby je téměř 92% .

Závěr

Výzkum prokázal odlišnosti v jednotlivých prvcích kreativní reklamní strategie u české televizní reklamy oproti reklamám zahraničním. Tyto odlišnosti jsou však velmi relativní, pokud hlouběji analyzujeme reklamní strategii dle jednotlivých produktových kategorií. Zde jsou prokázány významné odlišnosti zejména ve využití reklamních apelů, ale i v informačním obsahu, formátu a samotné realizaci reklamy. Rovněž nebyly ve výzkumu podchyceny velmi důležité demografické faktory, ať již jde o věk, vzdělání, bydliště atd. Jak již ukázal jeden z předcházejících výzkumů, z pohledu kulturních hodnot se např. cílová skupina mladých lidí do 20 let neshoduje s cílovou skupinou 50 a více let v jediném reklamním apelu [13]. Podobně silný vliv mohou mít i psychografické faktory jako např. životní styl nebo příslušnost k určité sociální skupině. Je však nutné ocenit, že výše charakterizovaný výzkum přesto, že je teprve prvním krokem ke zjištění specifík české reklamy, podařilo se mu částečně zaplnit jednu dosud neznámou mezeru spočívající v podchycení kulturních vlivů na volbu reklamní strategie a tvorbu televizní reklamy.

Použitá literatura:

1. ALBERS-MILLER, N.D. Designing cross-cultural advertising research: a closer look at paired comparisons. *International Marketing Review*. London 1996b. Vol 13, Iss.5. s. 59 – 78. ISSN 0265-1335
2. FIGGE, M. TV Commercials in Denmark and the USA: a Cross-cultural comparison. 20.9.2002. Dostupné z: <http://marketing.buy.edu/htmlpages/cars/proceedings99/figge.htm>
3. FRANCEN, G. *Advertising effectiveness*. Henley-on Thames: NTS Business Publications 1994. 263 s. ISBN 1-87-056288-7
4. CHENG, H., SCHWEITZER, J.C., Cultural Values Reflected in Chinese and U.S. Television Commercials. *Journal of Advertising Research*. May/June 1996
5. KOUDELOVA, R., WHITELOCK, J. a cross-cultural analysis of television advertising in the UK and the Czech Republic. *International Marketing*. 2001. Vol. 18, Iss. 3; s. 286 - 301. ISSN 02651335
6. MOOIJ, M. de. *Global Marketing and Advertising. Understanding Cultural Paradoxes*. London: Sage Publications 1998. 315 s. ISBN 0-8039-5970-2
7. PATTI, C. H., FRAZER, C. F. *Advertising: a Decision Making Approach*. Dryden Press 1988. ISBN 00-3071-687-X
8. POLLAY, R. W. On the Value of Reflections on the Values in „The Distorted Mirror“. *Journal of Marketing*. Jul. 1987, Vol.51. Iss. 3. s. 104 – 110. ISSN 0309-0566
9. RESNIK, A., STERN, B. L. An Analysis of Information Content in Television Advertising. *Journal of Advertising*. Jan. 1977. Vol. 41., s. 50 - 53. ISSN 00913367

10. SVĚTLÍK, J. Kulturní aspekty české a evropské reklamy. Habilitační práce. UTB Zlín 2004. 188 s. Bez ISBN
11. SVĚTLÍK, J. Kulturní aspekty české a evropské reklamy. Teze habilitační práce. UTB Zlín 2006. 34 s. ISBN 80-7318-271-8
12. SVĚTLÍK, J. Český reklamní styl – mýtus nebo realita? In. *Nové trendy – nové nápady* 2006. Mezinárodní vědecká konference 23. – 24. 11. 2006 ve Znojmě: SVŠE Znojmo, 2006, s. 219–227. ISBN 80-239-8268-0
13. SVĚTLÍK, J., ROUBALÍKOVÁ, J. „Ten preferuje to a ten zas tohle, a když to všechno dáme dohromady, neshodneme se v ničem“ Hodnotová orientace Čechů a reklamní apely. *Marketing a komunikace*. ČMS Praha 1/08. ISSN 1211-5622
14. SVĚTLÍK, J. *Marketing pro evropský trh*. Praha: Grada Publishing, 2003. 272 s. ISBN 80-247-0422-6

Kontaktní adresa:

Jaroslav Světlík, doc. Ing. Ph.D.
Fakulta podnikatelská VUT Brno
Tel. 541 143 746
Fax. 541 143 751
e-mail: svetlik@fbm.vutbr.cz

Eliška Kubíčková, Mgr.
Fakulta managementu a ekonomiky UTB ve Zlíně
e-mail: eliska_kubickova@centrum.cz

Příčiny nevytváření kalkulačních vzorců v podnikatelských subjektech Libereckého kraje

Reasons why costing formulas are not developed and used
by entrepreneurial entities in the Liberec region

Jaroslava Syrovátková

Anotace

Příspěvek se zabývá výsledky dvou specifických výzkumů, které probíhaly v roce 2007 a 2008 na Hospodářské fakultě Technické univerzity v Liberci. Jejich úkolem bylo zjistit, zda podnikatelské subjekty v Libereckém kraji vytváří kalkulační vzorce, na základě, kterých by pak stanovovaly ceny svých produktů. u fyzických a právnických osob, které kalkulace nevytváří, pak následně zkoumat důvody, které je k tomu vedou. Sběr primárních dat probíhal formou dotazníkového šetření, které bylo respondentům distribuováno elektronicky. Základním souborem pro rozeslání dotazníků byla databáze Registru ekonomických subjektů, jejichž sídlo, nebo trvalé bydliště je v Libereckém kraji. Výzkum potvrdil hypotézu, že hlavní příčinou, proč subjekty, a to především fyzické osoby, nevytváří kalkulační vzorce, je jejich neznalost těchto metod.

Klíčová slova

Specifický výzkum, kalkulace, kalkulační vzorec, dotazníkové šetření, neznalost metod.

Summary

The thesis is focused on two specific researches that were implemented by the Faculty of Economics at the Technical University of Liberec in 2007 and 2008. The aim was to determine whether entrepreneurial entities in the Liberec region develop and make use of costing formulas on the basis of which product prices are defined and quotations prepared. For those natural persons and legal entities who do not develop costing formulas, the reasons why were then subject to more thorough examination. Primary data were collected through questionnaire survey with the questionnaires distributed to responders electronically. Responders were mainly selected from the database of the Register of Economic Entities, all of them having their registered offices or permanent residences in the Liberec region. The research proved a hypothesis that the main reason why these entrepreneurial entities, especially natural persons, do not develop costing formulas is a lack of their knowledge and unfamiliarity with the required methodologies.

Key words

Specific research, costing, costing formula, questionnaire survey, unfamiliarity with methodologies.

1 Úvod

V letech 2007 a 2008 probíhaly na Hospodářské fakultě Technické univerzity v Liberci interní výzkumné záměry, které byly financovány z prostředků specifického výzkumu. v roce 2007 se jednalo o „**Výzkum důvodů transformace podnikových činností**“ a v roce 2008 o „**Výzkum příčin nevytváření kalkulačních vzorců, jako podklad pro stanovení ceny produktů podniků v Libereckém kraji**“. Výzkumný záměr v roce 2008 úzce navazoval na předcházející výzkum z roku 2007.

2 Cíl

Cílem výzkumu bylo prokázat hypotézu, že kalkulační vzorce nevytváří především ty podniky, které patří fyzických osobám a to zvláště pak subjekty, které nemají buď žádné zaměstnance nebo mikropodniky tj. podniky do 10 zaměstnanců. k tomu hlavnímu cíli směřoval dílčí cíl a to provedení analýzy souboru příčin, které vedly v podnicích k tomu, že kalkulační vzorce nevytváří.

3 Použité metody

V rámci probíhajícího výzkumu byly použity jednak empirické metody, a to sběr dat pomocí dotazníkového šetření a zpracování dat za pomoci základních statistických postupů, a jednak teoretické metody, jako především studium kalkulačních metod.

Pro potvrzení, nebo vyvrácení hlavní hypotézy bylo třeba získat relevantní primární data. Za účelem získání podkladů pro analýzu příčin, proč některé podniky nevyužívají kalkulační vzorec pro stanovení ceny svých

produktů, bylo provedeno v průběhu roku 2008 dotazníkové šetření v podnikatelských subjektech, jejichž sídlo nebo trvalé bydliště je na katastru Libereckého kraje. Účelem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda podniky kalkulační vzorce vytváří a v případě, že je nevytváří, jaké důvody je k tomu vedou. Dotazníkové šetření bylo sestaveno zvlášť pro podniky fyzických osob a zvlášť pro právnické osoby. Většina otázek měla stejné znění, pouze některé se lišily, což vyplývalo z rozdílné právní formy subjektů. Strukturu a konstrukci dotazníku byla věnována maximální pozornost, tak, aby jeho vyplňování bylo časově omezené na maximálně 10 minut.

Respondenti byli v průvodním dopise k dotazníkovému šetření seznámeni s důvodem zjišťování informací a byli ubezpečeni, že informace získané prostřednictvím dotazníků jsou určeny výhradně pro potřeby interního výzkumu a pro publikování se použijí pouze sumarizované hodnoty. Součástí dotazníkového šetření byl také Komentář, který obsahoval vysvětlení kalkulačních metod, které se v praxi nejčastěji používají.

Základním souborem pro rozeslání dotazníkových šetření byla databáze Registru ekonomických subjektů, jejichž sídlo, nebo trvalé bydliště je v Libereckém kraji. Pro zaměření průzkumu bylo nutné zabezpečit výběr subjektů, a to dle předem stanovených kritérií. Dotazníkové šetření bylo nejdříve vyhodnoceno pro fyzické a právnické osoby a následně se sestavilo hodnocení společně.

4 Dosažené výsledky

Respondenti – podnikatelské subjekty, fyzické a právnické osoby, reagovali na dotazníkové šetření různě. Některé podniky dokonce odmítly se do výzkumu zapojit s obavou, že bude vyzrazeno jejich obchodní tajemství. Řada podniků uvedla, že kalkulační vzorce sice vytváří, ale odmítla sdělit, jakou kalkulační metodu podniky využívají a to opět z důvodu, že bude vyzrazeno jejich obchodní tajemství.

Do závěrečného hodnocení bylo zařazeno celkem 125 subjektů, které vyplnilo dotazníky v požadovaném rozsahu. Hodnocené subjekty tvořilo 75 právnických osob a 50 fyzických osob, jak je uvedeno v tabulce 1.

Tab. 1 Počet rozeslaných a hodnocených dotazníků

Text	Celkem	Právnické osoby	Fyzické osoby	Celkem v %
rozeslané dotazníky	300	180	120	x
Vrácené dotazníky	182	95	87	60,66
zařazené dotazníky do hodnocení	125	75	50	41,66

Zdroj: vlastní zpracování

Právní forma respondentů, jejichž odpovědi byly zařazeny do hodnocení, je uvedena v tabulce 2.

Tab. 2 Počet respondentů, kteří nevytváří kalkulační vzorce podle jejich právní formy

Právní forma	Počet	Nevytváří kalkul. vzorce	Právní forma	Počet	Nevytváří kalkul. vzorce
Akciová společnost	15	5	družstvo	2	1
společnost s ručením omezeným	52	25	státní podnik	1	x
Veřejná obchodní společnost	1	x	jiné právnické osoby	3	x
komanditní společnost	1	x	fyzická osoba	50	35

Zdroj: vlastní zpracování

Respondenti měli různý počet zaměstnanců. Nejvíce respondentů nemělo žádné zaměstnance tak, jak je uvedeno v tabulce 3.

Tab. 3 Počet zaměstnanců respondentů

Počet zaměstnanců	Počet subjektů	Nevytváří kalkul. Vzorce
bez zaměstnanců	41	35
1 – 10	32	20
1 – 25	9	5
1 – 50	7	1
1 – 250	21	3
1 – 500	5	2
nad 501	10	x
Celkem	125	66

Zdroj: vlastní zpracování

Zjištěná data byla analyzována a na základě vyhodnocení dotazníkového šetření byla hypotéza, že kalkulační vzorce nevytváří především podniky, které patří fyzických osobám a to zvláště pak mikropodniky tj. podniky do 10 zaměstnanců, potvrzena.

5 Diskuze

Respondenti, kteří v dotazníkovém šetření uvedli, že nevytvářejí kalkulační vzorce pro stanovení ceny svých produktů, tak činí z různých důvodů. Nejčastější důvody jsou zahrnuty v následující tabulce.

Tab. 4 Důvody proč nevytváří respondenti kalkulační vzorce

Důvod nevytváření kalkul. vzorců	Počet respondentů
respondenti nikdy neslyšeli, že kalkulační vzorce vůbec existují	12
vědí o existenci kalkul. vzorců, ale neumí je sestavit	6
ceny svých produktů porovnávají s cenou konkurentů	35
ceny stanovují podle momentální poptávky	8
jiné důvody	5
Celkem	66

Zdroj: vlastní zpracování

6 Závěr

Výsledky empirického výzkumu v roce 2008 potvrdily zjištěné údaje z epického výzkumu, který proběhl již v roce 2007 na Hospodářské fakultě Technické univerzity v Liberci, že řada podnikatelských subjektů při stanovování ceny svých produktů nevytváří kalkulační vzorce, ale že ceny tvoří podle ceny svých konkurentů. Podnikatelé – právnické osoby kalkulační vzorce většinou tvoří. Je to způsobeno především tím, že tyto podniky mají více zaměstnanců a některých z nich se touto problematikou zabývá. Jiná situace je u podnikatelů – fyzických osob a to především takových, kteří buď nemají žádné zaměstnance, nebo jsou mikropodniky. Tito podnikatelé často kalkulační vzorce nepoužívají.

Seznam použité literatury

- [1] SYROVÁTKOVÁ, J. *Restrukturalizace podniků jako důsledek transformačních změn*. [Doktorská práce]. Liberec: Technická univerzita v Liberci – Hospodářská fakulta, 2007.
- [2] SYROVÁTKOVÁ, J. *Výzkum důvodů transformace podnikových činností v Libereckém kraji*. [Výzkumná zpráva]. Technická univerzita v Liberci – Hospodářská fakulta, 2007.
- [3] SYROVÁTKOVÁ, J. *Transformace podnikových činností v Libereckém kraji*. In Sborník abstraktů VIII. MEZINÁRODNÍ KONFERENCE LIBERECKÉ EKONOMICKÉ FÓRUM 2007, 11. – 12. 9. 2007. Hospodářská fakulta, Technická univerzita v Liberci, 2007. S. 80. ISBN 978-80-7372-244-9.

- [4]SYROVÁTKOVÁ, J. *Vliv logistických procesů při transformaci podnikatelské činnosti*, In Sborník příspěvků ze 4. mezinárodní konference LOGISTIKA v TEORII a PRAXI, LOGISTIKA JAKO NÁSTROJ PŘI ŘÍZENÍ TOKU MATERIÁLU, 27. dubna 2006, HF TUL Liberec. ISBN 80-7372-059-0. str. 80 - 83
- [5]SYROVÁTKOVÁ, J. *Nejčastější důvody, které vedou ke transformaci podnikových činností v Libereckém kraji*. In Sborník abstraktů z 2. mezinárodní vědecké konference, 22. – 23. 11. 2007. Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2007. S. 65. ISBN 978-80-903914-13.
- [6]SYROVÁTKOVÁ, J. *Restrukturalizace podnikových činností v podmínkách transformace*. In Sborník abstraktů z VIII. Mezinárodní konference studentů doktorských studijních programů „IMEA 2008“, 15. – 16. 5. 2008. Hospodářská fakulta, Technická univerzita v Liberci, 2008. S. 52. ISBN 978-80-7372-331-6.

Jaroslava Syrovátková, Ing., Ph.D.
Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta
Katedra podnikové ekonomiky
E:mail: jaroslava.syrovatkova@tul.cz

Ing. Jaroslava Syrovátková, Ph.D.
Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta
Katedra podnikové ekonomiky
Studentská 2
461 17 Liberec
jaroslava.syrovatkova@tul.cz

Výzkum příčin nevytváření kalkulačních vzorců, jako podklad pro stanovení ceny produktů podniků v Libereckém kraji

2008

1. Řešitelský tým

Řešitel výzkumného záměru: **Ing. Jaroslava Syrovátková**, Ph.D. odborná asistentka, Katedra podnikové ekonomiky

Spoluřešitelé: studenti 5. ročníku Kombinovaného studia, studijního programu EKONOMIKA a MANGEMENT, studijního oboru PODNIKOVÁ EKONOMIKA

Martin Pecka, H03 000 195, r. č. 74 07 15/1114, bytem Knínská 364, 262 02 Stará Huť

Pavel Kolář, H03 000 226, r. č. 70 09 01/2340, bytem Sadová 508, 471 25 Jablonné v Podještědí

Patrik Flegl, H03 000 216, r. č. 72 11 09/1888, bytem Příčná 737, 471 14 Kamenický Šenov

2. Cíle projektu

Cílem výzkumného záměru na téma „**Výzkum příčin nevytváření kalkulačních vzorců, jako podklad pro stanovení ceny produktů podniků v Libereckém kraji**“ bylo zjistit, proč některé podniky nevyužívají kalkulační vzorec pro stanovení ceny svých produktů.

Cílem projektu také bylo navázat na výsledky výzkumného záměru, který se v roce 2008 zpracovával na Hospodářské fakultě pod názvem „Výzkum důvodů transformace podnikových činností v Libereckém kraji“ v letech 1993 – 2007.

3. Výsledky projektu

Za účelem získání podkladů pro analýzu příčin, proč některé podniky nevyužívají kalkulační vzorec pro stanovení ceny svých produktů, bylo provedeno v průběhu roku 2008 dotazníkové šetření v podnikatelských subjektech, jejichž sídlo nebo trvalé bydliště je na katastru Libereckého kraje.

Účelem dotazníkového šetření bylo zjistit, zda podniky kalkulační vzorce vytváří a v případě, že je nevytváří, jaké důvody je k tomu vedou.

V rámci probíhajícího výzkumu byly použity jednak empirické metody, a to sběr dat pomocí dotazníkového šetření a zpracování dat za pomoci základních statistických postupů, a jednak teoretické metody jako především studium kalkulačních metod.

Dotazníkové šetření bylo vytvořeno zvlášť pro podniky fyzických osob a zvlášť pro právnické osoby. Jeho strukturu a konstrukci byla věnována maximální pozornost, tak, aby jeho vyplňování bylo časově omezené na maximálně 10 minut.

Respondenti byli v průvodním dopise k dotazníkovému šetření seznámeni s důvodem zjišťování informací a byli ubezpečeni, že informace získané prostřednictvím dotazníků jsou určeny výhradně pro potřeby interního výzkumu a pro publikování se použijí pouze sumarizované hodnoty.

4. Popis zapojení studentů do řešení projektu

Tři studenti 5. ročníku kombinovaného studia se zabývali následujícími činnostmi v rámci interního výzkumu:

1. Zapojili se do tvorby dotazníků, zvlášť pro právnické osoby a zvlášť pro fyzické osoby.
2. Sbírali data od podnikatelských subjektů, které mají buď sídlo, nebo trvalé bydliště v Libereckém kraji.
3. Vyhodnocovali získané dotazníky.
4. Spolupracovali při přípravě prezentace výsledků interního výzkumu.

5. Přehled publikací vzniklých v rámci projektu

Výsledky výzkumu byly použity jako podklad

1) empirického výzkumu v rámci doktorské disertační práce Ing. Jaroslavy Syrovátkové na téma „RESTRUKTURALIZACE PODNIKŮ JAKO DŮSLEDEK TRANSFORMAČNÍCH ZMĚN“.

2) pro publikování ve sbornících v rámci mezinárodních konferencí v průběhu roku 2007 a 2008 v České republice.

SYROVÁTKOVÁ, J. *Financování podnikatelské činnosti ze zahraničních finančních prostředků*. In Sborník abstraktů příspěvků I. ročníku mezinárodní konference PFAMEI Právní a finanční aspekty mezinárodní ekonomické integrace, 8. 9. 5. 2007. Masarykova univerzita, Brno, 2007. S. 56. ISBN 978-80-210-4286-5.

SYROVÁTKOVÁ, J. *Transformace podnikových činností v Libereckém kraji*. In Sborník abstraktů VIII. MEZINÁRODNÍ KONFERENCE LIBERECKÉ EKONOMICKÉ FÓRUM 2007, 11. – 12. 9. 2007. Hospodářská fakulta, Technická univerzita v Liberci, 2007. S. 80. ISBN 978-80-7372-244-9.

SYROVÁTKOVÁ, J. *Nejčastější důvody, které vedou ke transformaci podnikových činností v Libereckém kraji*. In Sborník abstraktů z 2. mezinárodní vědecké konference, 22. – 23. 11. 2007. Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2007. S. 65. ISBN 978-80-903914-13.

3) pro publikování ve sbornících v rámci mezinárodních konferencí v průběhu roku 2008 v České republice.

SYROVÁTKOVÁ, J. *Restrukturalizace podnikových činností v podmínkách transformace*. In Sborník abstraktů z VIII. Mezinárodní konference studentů doktorských studijních programů „IMEA 2008“, 15. – 16. 5. 2008. Hospodářská fakulta, Technická univerzita v Liberci, 2008. S. 52. ISBN 978-80-7372-331-6.

SYROVÁTKOVÁ, J. *Příčiny nevytváření kalkulačních vzorců v podnikatelských subjektech Libereckého kraje*. In Sborník abstraktů z 3. mezinárodní vědecké konference, 20.- 21. 11. 2008. Soukromá vysoká škola ekonomická Znojmo, 2008. v tisku

6. Přehled čerpání přidělených finančních prostředků

Nákladová položka	Kč
Odměna řešiteli	10 000,00
Sociální a zdravotní pojištění	3 500,00
Odměna spoluřešitelům	9 000,00
Odborné publikace	7 743,60
Kancelářské potřeby	6 533,00
Cestovné	4 229,50
Konferenční poplatek	3 394,34
Školení	1 600,00
Celkem	46 000,44

V Liberci 30. listopadu 2008

Ing. Jaroslava Syrovátková, Ph.D.
Odborná asistentka
Katedra podnikové ekonomiky
Hospodářské fakulty
Technické univerzity v Liberci

Význam zpětných toků pro řízení podniku

The importace of reverse flow for company management

Radoslav Škapa

Anotace

Příspěvek prezentuje výsledky prvního roku výzkumných prací autora jako součást širšího tématu výzkumného úkolu řešeného týme spolupřítelů a je zaměřen na zmapování dosavadních poznatků řízení zpětných toků na B2B trzích. v České republice není problematika řízení zpětných toků poznávána v takové hloubce, jakou by si zasloužila. Zda ovšem tuto mezeru pocítují i podniky, tj. zda by požadovaly získat určité poznatky týkající se různých aspektů řízení zpětných toků, také není známo. Chybí i statistiky, resp. průzkumy situace řízení zpětných toků v praxi podniků v České republice.

Summary

The article presents the result of research work done by the author during the first year of a broader research project, which focuses on literature review of so called "reverse flow management" in B2B market segment. In the Czech Republic, the field of reverse flows management is not often subject of research and we don't know either if this topic is of greater interest of Czech companies and if they would appreciate more ideas or suggestions about this operations. Surveys and other description about reverse-flow management practices of Czech companies are missing as well.

Klíčové slova

Zpětná logistika, recyklace, řízení dodavatelských řetězců

Keywords:

Reverse logistics, recycling, supply chain management

Úvod: co je zpětný tok

Článek je výstupem prvního roku výzkumu, který se věnuje hodnotě vznikající v tzv. zpětných tocích, a to v segmentu business to business. Smyslem celého projektu je najít odpovědi na otázky týkající se zpětných toků a jejich řízení a tvorby hodnoty: konkrétně si klademe otázky „KDO, CO, KDY, KDE, PROČ a JAK“. Naše zkoumání má několik etap, přičemž první spočívala v literárních rešerších. Cílem následujícího textu je vyjasnit (1) pojem zpětné toky, (2) jejich řízení, (3) význam zpětných toků a (4) způsoby opětovného získávání hodnoty ze zpětných toků.

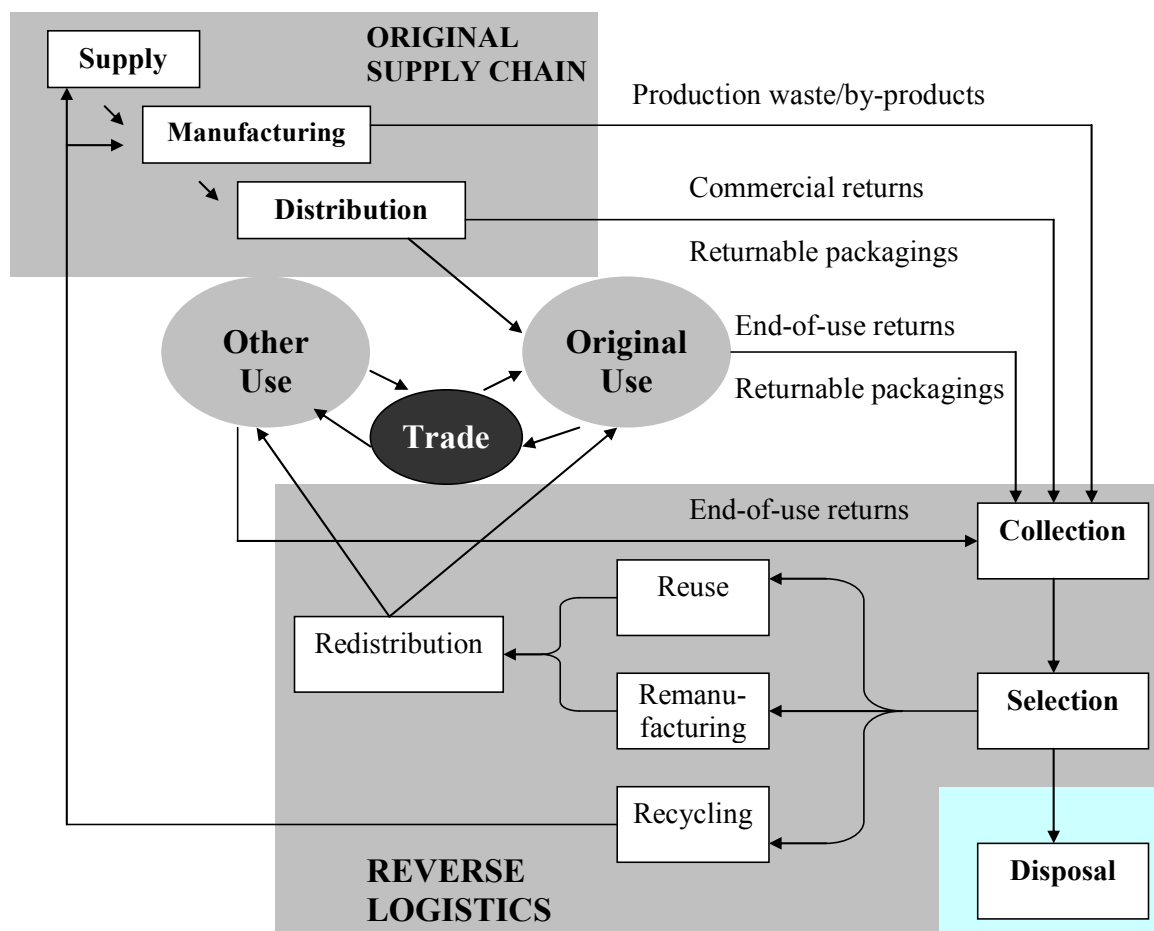
Pod pojmem zpětný tok máme na mysli materiálový tok, ne informační. Tvoří jej především použité výrobky, odpad z výroby a zboží a obaly, které vrací obchodníci a koncoví zákazníci. Jde o základní druhy statků (použijeme-li terminologii logistiky, tak jde o čtyři druhy pasivních prvků), které proudí v dodavatelském řetězci opačným směrem než je obvyklé. Za obvyklý směr pokládáme tok směřující ke konečnému zákazníkovi, ke spotřebiteli.

Aby nedošlo ke zmatení pojmů, je důležitá perspektiva, kterou se na materiálové toky díváme. Zpětný tok nemusí mít vždy podobu, kdy materiál, výrobky nebo zboží putuje od odběratele k dodavateli, tj. má fakticky opačný směr než je běžné v obchodních vztazích. Jestliže sběrna starého papíru prodává sesbíraný papír zpracovateli, jedná se o běžný obchodní vztah, kdy materiál proudí od dodavatele k odběrateli. Pro nás je ale i tato fáze součástí zpětného toku. a to proto, že zpětný tok chápeme z pohledu celého dodavatelského řetězce, kterým je např. výroba kancelářského papíru. Logistika by mluvila o meta-pohledu, tj. nadpodnikové úrovni.

Zpětné toky jsou přirozenou součástí hospodářství a nelze se jim zcela vyhnout. Naopak, v současnosti z několika důvodů jejich objem a hospodářský význam roste. Bez nároku na úplnost můžeme uvést následující příčiny existence zpětných toků:

Spotřebitelé vrací zboží, které vykazuje jakostní vady (jde tedy o reklamace) nebo které nenaplnilo očekávání zákazníka z jiného důvodu. Toto spotřebitelům umožňují obchodníci v rámci garančních programů (tzv. reimbursement guarantee). Takovéto poměrně liberální postupy přijímání zboží zpět a vracení peněz souvisejí s konkurenčním bojem o udržení zákazníků a v případě nákupu na dálku (typicky zásilkové obchody včetně internetových) jde o nárok, který spotřebitelům plyne přímo z legislativy. Anglické označení těchto toků je Customer returns nebo User returns.

Graf 1. Schéma činností klasické a reverzní logistiky



Zdroj: Upraveno podle Kokkinaki, I. et al, 1999, str. 5

Spotřebitelé také vrací (na sběrná místa) či likvidují použité výrobky, které jsou na konci fyzické nebo morální životnosti, nebo protože jsou pro spotřebitele zbytečné. Mluví se o „End of use returns“.

Také obchodní zprostředkovatelé jsou „původci“ zpětných toků – ty „zásobují“ zpětné kanály neprodaným a neprodejným zbožím, dále obaly včetně vratných obalů. Anglická literatura zde používá ustálené pojmy jako distribution returns či commercial returns.

I producenti jsou „zdroji“ zpětných toků. Jde o odpad a materiálové ztráty v souvislosti s výrobou (Production waste, by-products či Manufacturing returns). Zpětné toky tohoto

charakteru nemusí opustit producenta, a to v situaci, kdy si tyto toky producent zpracovává sám (tedy „in house“).

Uvedený výčet je proveden z hlediska původců zpětného toku. Doplňme, že další častou příčinou vzniku je situace, kdy nastane potřeba stáhnout z trhu výrobek, u kterého byla objevena např. konstrukční vada nebo zdravotní závadnost. Jde o tzv. product recalls.

Vedle již vzpomenuté liberální politiky v oblasti reklamací zdůrazněme, že hlavním faktorem, který zapříčiňuje růst objemu a významu zpětných toků v dnešní době je vyšší důraz na ochranu životního prostředí a zdrojů, které se promítají i do legislativních požadavků.

Jayaraman a Luo¹⁷⁷ pak doplňují, že zájem podniků o zpětné toky a o jejich řízení souvisí také s rozvojem „Corporate citizenship“, kdy se podniky snaží vystupovat jako „dobří“ občané. Mezi veřejností pozitivně vnímané kroky patří nejen ochrana životního prostředí, ale také filantropie, což ve vztahu ke zpětným tokům znamená poskytování funkčních (byť použitých nebo reklamovaných a opravených) věcí na charitativní účely.

Důležitost zpětných toků

Nevyužívat toky znehodnocených, fyzicky či morálně zastaralých výrobků, obalů a reklamovaného zboží neznamena ztrátu pouze pro společnost jako celek kvůli ekologickým dopadům, ale pochopitelně také pro jednotlivé podniky. Zbytečně tak přicházejí o možnost snížit své náklady, např. tím, že použijí funkční součástky starých výrobků v nové produkci (typicky např. kancelářské kopírky), nebo tím, že ušetří na poplatcích za skládkování.

Máme-li doložit ekonomický význam zpětných toků pomocí čísel, nabízí se vícero možností. Vedle národních statistik o recyklacích a vývoji odpadů (což by byl nepřímý ukazatel) můžeme použít závěry z marketingových studií o zájmu spotřebitelů o nákup použitých, opravených či upgradovaných výrobků. Vedle toho může marketing měřit důležitost zpětných toků z environmentálního a sociálního aspektu. Zda a jak moc ovlivňuje nákupní chování informace, že daný podnik je aktivní ve společenské odpovědnosti, konkrétně aktivitách souvisejících se zpracováním svých starých výrobků (recyklace, opravy, poskytnutí charitě).

Exaktnější informace o významu zpětných toků a ekonomické stránce jejich hodnoty získáme ze studií, které se zaměřují na reverzní logistiku. Dále citované práce přinášejí odhady nákladů na reverzní logistiku a její efekt na hospodaření. Problémem, na který musíme upozornit, je nejednota v předmětu těchto výzkumů a tím v předkládaných závěrech. Pojmem reverzní logistika se v literatuře používá ve třech významech, které se odlišují širí záběru. Celkově je možné identifikovat tři přístupy, k obsahu reverzní logistiky, a to pokud autoři tématiku pojímají z užšího pohledu. To je častější u článků staršího data. Kategorizace tří různých úhlů pohledů na věc je v následující tabulce (Tabulka 1).

¹⁷⁷ JAYARAMAN, V., LUO, Y. Creating Competitive Advantages through New Value Creation: a Reverse Logistics Perspective. Perspectives- academy of management. Academy Of Management, 2007, roč. 21, číslo 2, str. 56-73.

Meyer¹⁷⁸ uvádí odhad provedený „Reverse Logistics Executive Council“, podle nějž v roce 1999 náklady připadající na zpětnou logistiku v USA činily půl procenta národního produktu (35 miliard dolarů v nákladech amerických společností).

Na rostoucí význam poukazují také studie, které si všímají reakce podniků na environmentální požadavky. Jak píše Boks a Komoto¹⁷⁹, na začátku 90. let 20. století se mluvilo velmi optimisticky o příležitostech a konkurenční výhodě, které nabízí proaktivní opatření jako je eco-design. Skutečnost se ale ukázala v jiném světle – místo aby se podniky soustředily na invenční řešení problémů cestou prevence či pomocí zcela nových koncepcí svých výrobků, v praxi většina jejich úsilí směřovala k naplňování legislativních požadavků a zejména otázce zpracování vysloužilých produktů. Lze tedy říct, že zájem o zpětné toky je tímto reaktivním řešením, které přináší „rychlé ovoce“ (low hanging fruits).

Tabulka 1. Tři úzké pojetí reverzní logistiky

R	1) Reverzní logistika jako činnosti spojené s přebalením a opětovným prodejem vráceného zboží (např. ze zásilkových obchodů), či redistribuce neprodejného zboží do specializovaných obchodů (výprodeje) a na méně náročné trhy.
E	Reverzní logistika plní především obchodní a marketingové funkce a sleduje zejména ekonomické cíle. Můžeme sem zařadit autory jako D. s Rogerse, R. Tibben–Lembkeho, J. R. Stocka.
V	
E	
R	
Z	
N	
Í	2) Reverzní logistika jsou aktivity podporující materiálovou recyklaci a směřující k minimalizaci odpadů z výroby a obalů (výjimečně i spotřebovaných výrobků). Zpětná logistika má nejužší vazbu na odpadové hospodářství podniku a skrze ekologické cíle naplňuje legislativní požadavky státu. Představitelem může být D. Lambert a L. Ellramová.
L	
O	
G	
I	
S	
T	
I	
K	3) Jádrem reverzní logistiky je organizace a řízení komplikovanějších způsobů zhodnocování starých výrobků (přepřacování, opravy, demontáže s následným použitím některých součástí). Důležitá je synchronizace těchto operací s výrobou, zajištění zdrojů použitých výrobků i odbytových trhů pro ně. Toto pojetí rozpracoval jako první M.Thierry (pod označením Product Recovery Management).
A	

Zdroj: autor

Před tím, než se podniky začaly systematicky zabývat optimalizací zpětných toků, byla hlavním kritériem minimalizace nákladů na systém zpětné logistiky. Efektům, které mohly vzniknout z opětovného zhodnocování nebyla vlivem okolností věnována velká pozornost. Důsledkem tohoto přístupu byla mj. i pomalost zpětné logistiky, což dotvářelo „začarovaný

¹⁷⁸ MEYER, H. Many happy returns. *Journal of Business Strategy*, 1999, roč. 30. číslo.3.

¹⁷⁹ BOKS, C. B., KOMOTO, H An overview of academic developments in green value chain management. In s Takata & Y Umeda (Eds.), *Advances in life cycle engineering for sustainable manufacturing businesses - Proceedings of the 14th CIRP International Conference on Life Cycle Engineering*. Tokyo: Springer, 2007. Str. 433-437.

kruh tím“, že v důsledku časových ztrát docházelo nutně k ztrátě hodnoty obsažené ve zpětných tocích¹⁸⁰.

Zpětné toky z pohledu logistiky – reverzní logistika

Několik desítek let teoretici i praxe zdokonalují způsoby řízení toků. Snaží se o co nejvíce ekonomicky efektivní řešení. Nutno přiznat, že v této oblasti se povedl významný pokrok. Veškerý materiál přetvořený do podoby výrobků se ke spotřebitelům dostane za kratší dobu a současně při nižších nákladech, než tomu bylo v 60. či 70. letech. Jinými slovy materiálový tok, který „putuje“ od místa těžby surovin, přes několik zpracovatelů a výrobců až ke spotřebiteli umíme řídit poměrně efektivně. Nároky na logistiku se ale zvyšují a současně i mění.

Hlavní náplní reverzní logistiky (neboli zpětné logistiky) je sběr, třídění, demontáž a zpracování použitých výrobků, součástek, vedlejších produktů, nadbytečných zásob a obalového materiálu, kde hlavním cílem je zajistit jejich nové využití, nebo materiálové zhodnocení způsobem, který je šetrný k životnímu prostředí a ekonomicky zajímavý.

Vedle reverzní logistiky se lze setkat Green Supply Chain Management (GrSCM). Termín se dočkal většího rozšíření v průběhu posledních 10 let, kdy faktor ochrany přírody (environmentální přístup) začal více zdůrazňovat i v souvislosti s SCM. Zatímco koncem 90. let autoři pojem GrSCM užívali volně jako synonymum pro „green purchasing“ (zelené pořízování, nákup), v současnosti se jeho chápání ustálilo v širším pojetí.

Podstatou GrSCM je předpoklad, že pro dosažení výrazného snížení nežádoucích vlivů hospodářských činností na životní prostředí je nutné systémově uskutečnit opatření v různých oblastech činnosti dodavatelského řetězce. Srivastava¹⁸¹ proto např. definuje GrSCM jako integraci environmentálních požadavků na SCM, které se dotýká návrhu výrobků (tzv. green design), výběru a pořízování materiálů, výrobních procesů, dodání hotových výrobků konečným spotřebitelům a také zpracování po skončení životnosti výrobků. GrSCM je tudíž koncept, který zdůrazňuje environmentální aspekty v celém hodnotovém řetězci. v logistické terminologii bych tedy mohli říct, že GrSCM klade důraz na ekologické opatření ve vstupní logistice (inbound logistics), ve výrobních činnostech dodavatelského řetězce, ve výstupní logistice (outbound logistics) a zpětné logistice (reverse logistics).

Aby se docílilo významných efektů v ochraně životního prostředí, je tedy nutné zapojit producenty, dodavatele materiálů, zpracovatele použitých výrobků (v širším smyslu zpracovatele odpadů), poskytovatele logistických služeb i samotné koncové spotřebitele.

Podniky mohou k GrSCM přistupovat v zásadě třemi způsoby. Van Hoek¹⁸² nazývá první jako reaktivní. Podniky v dodavatelském řetězci uskutečňují finančně nejméně náročné akce

¹⁸⁰ JAYARAMAN, V., LUO, Y. Creating Competitive Advantages through New Value Creation: a Reverse Logistics Perspective. *Perspectives- academy of management. Academy Of Management*, 2007, roč. 21, číslo 2, str. 56-73.

¹⁸¹ SRIVASTAVA S. K. Green supply-chain management: a state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*. Oxford: 2007, roč. 9, číslo 1; str. 53.

¹⁸² Van HOEK, R. I. From Reversed Logistics to Green Supply Chains. *Supply Chain Management*. 1999, číslo 4(3), str. 129-135.

jako např. upozorňují zákazníky na recyklovatelnost svých výrobků pomocí značek (labelling), nákupem koncových "end-of-pipe" technologií, které snižují následky technologických postupů výroby. Proaktivní přístup znamená, že podniky, aby předešly novým, přísnějším zákonům o ochraně životního prostředí, se sami zavazují navrhovat „zelené“ výrobky a provádět recyklaci výrobků. Třetí – „value seeking“ přístup předpokládá, že podniky si snižování environmentálních dopadů stanoví jako jeden ze strategických cílů a pokusí se do svého řízení aplikovat environmentální manažerské systémy (EMS) nebo „green purchasing“ programy. Rao a Holt¹⁸³ pak ve svém empirickém výzkumu dokládají, že systematické uplatňování environmentálních opatření v rámci celého dodavatelského řetězce zvyšuje jeho konkurenceschopnost a zlepšuje ekonomické výsledky zúčastněných podniků.

Dodejme, že vedle názvu GrSCM se lze setkat s označením Closed-loop SCM, které je starší a které přednostně odkazuje na nezbytnost uzavřít materiálové toky pomocí recyklací do pomyslného kruhu. v konečném důsledku jsou oba pojmy totožné, protože vedou k prakticky stejným aktivitám podniků.

Způsoby zhodnocování

Možností jak naložit s vráceným zbožím (*reprocessing/disposal*) existuje teoreticky velké množství. Skutečné možnosti jsou ovšem limitovány charakterem výrobku (jeho konstrukcí, životností, způsobem, jakým byl využíván) a samozřejmě ekonomickými kritérii (včetně toho, existuje-li pro získané materiály, díly i celé výrobky poptávka na trhu). Nejčastější způsoby zpracování jsou:

- **Direct reuse** – přímé použití bez předchozích oprav, zpravidla po vyčištění (např. vratné láhve) a přebalení.
- **Oprava** – Jde o opravu či výměnu poškozených součástí, čímž se výrobek stane opět funkčním. Dodejme, že např. v případě spotřební elektroniky se rozsah oprav do budoucna snižuje, a to z ekonomických důvodů. Opravy se totiž stávají stále dražší v porovnání s koupí nového výrobku.
- **Recyklace** – výrobek, nebo jeho díl je rozebrán na své základní materiály, které jsou po zpracování znovu použity. Zatímco ostatní způsoby zachovávají strukturu produktu a jeho dílů v co největší míře, recyklací je struktura ztracena stejně jako původní funkce. Recyklované materiály někdy vykazují horší fyzikální vlastnosti (tzv. downcycling), což je zapříčiněno snížením látkové čistoty.
- **Přepracování** – Přepracování opotřebovaných výrobků vyžaduje značné množství práce. Někdy je nutné výrobek zcela rozebrat na jednotlivé součásti, které jsou důkladně kontrolovány. Vadné i opotřebované komponenty jsou nahrazeny novými. Výsledný výrobek je tedy seskládaný ze starých i nových dílů a je kvalitativně srovnatelný s novým výrobkem. Nejběžnějším příkladem výrobků zpracovávaných tímto způsobem jsou kancelářské kopírky.

¹⁸³ RAO, P., HOLT, D. Do Green Supply Chains Lead to Competitiveness and Economic Performance? *International Journal of Operations & Production Management*. Bradford: 2005, roč. 25, číslo 9/10, str. 898-916.

- **Upgrade** (refurbishing) – tento způsob je podobný opravě, s tím rozdílem, že zde je třeba vynaložit více práce a výsledný výrobek má vyšší kvalitu i hodnotu než pouze opravený. u rozebraného výrobku jsou jednotlivé moduly prověřeny, opraveny a některé vyměněny za dokonalejší. Typickým produktem, který prochází tímto procesem jsou letadla – vojenská i civilní, částečně počítače.

Struktura sítí

Podobu sítě podniků, které se podílejí na získávání hodnoty ze zpětného toku, předurčuje již charakter výrobků – jednodušší výrobky mají omezenou škálu zhodnocovacích operací, a proto lze očekávat síť s menším počtem stupňů. Dalším faktorem jsou subjekty dodavatelského řetězce – kdo z nich má ze zákona povinnost zajistit zpětný odběr a zpracování zboží, nebo zda je to individuální rozhodnutí některé z firem (případně svazu firem). Posledním faktorem je finanční náročnost zařízení na znovuzískání hodnoty a na lidské zdroje. Pokud zřízení takového závodu vyžaduje značné fixní náklady, vystoupí faktor centralizace do popředí.

Fleischmann¹⁸⁴ pomocí uvedených kritérií na základě empirie vymezuje tři typy sítí:

Sítě hromadné recyklace – jsou zaměřeny na materiálovou recyklaci produktů s nižším obsahem hodnoty. Jedná se většinou o otevřenou síť, neboť zpracovatelem získané sekundární suroviny není původní producent. Protože vyžadují nákladné technologické zařízení, je síť koncentrovaná, s malým počtem stupňů. Dalším znakem je častá spolupráce mezi podniky v odvětví na tomto poli. Ekonomika recyklačních zařízení je velmi citlivá. Na jedné straně stojí vysoké investiční náklady, oproti nim nízká ekonomická hodnota vstupů a zejména jejich nestabilní přísun. Proto bývá spolupráce mezi podniky nezbytnou podmínkou.

Dodejme, že kvalita vstupu není na rozdíl od jiných případů tolik významná. Příkladem sítí pro hromadnou recyklaci může být recyklace plastů, kobereců, písku.

Sítě zaměřené na demontáž a přepracování – zabezpečují opětovné užití výrobků, nebo jejich částí. Vstupem jsou (montované) výrobky s relativně vysokou zůstatkovou ekonomickou hodnotou. Zhodnocovací proces vykonává většinou původní výrobce zboží, neboť tyto operace vyžadují značné množství znalostí o výrobku. Nejsou-li tyto překážky nepřekonatelné, mohou se zapojit do zhodnocování i specializované společnosti (např. recyklace tonerů do tiskáren). v obou případech mohou vyvstat problémy pro marketing – přepracované a nové výrobky se stávají konkurenty na stejném trhu.

Poněvadž se jedná o komplexní operace s několika alternativami, struktura sítě bývá vícestupňová a uzavřená (close-loop). i zde je kritickým faktorem nepravidelnost dodávek vstupů. Navíc vstupuje do hry kvalita vráceného zboží. Do struktury sítě musí být přidán (decentralizovaný) stupeň testování a kontrola.

Síť pro přímé použití bez předchozích oprav – typickým příkladem jsou vratné obaly. Síť je uzavřená (closed-loop), řízená jedním subjektem, decentralizovaná (viz nákladnost dopravy prázdných obalů) a jednostupňová, která doplňuje stávající a dopřednou síť. Hlavní činností vedle transportu a skladování je čištění a kontrola kvality.

¹⁸⁴ FLEISCHMANN, M. et al. a *characterisation of logistics networks for product recovery*. The International Journal of Management Science. NY : Elsevier Science Ltd., 2000, no. 28, pp. 653–666.

Závěr

Jak jsme uvedli, organizace a řízení (logistika) zpětných toků poněkud zaostává za dalšími oblastmi, kde logistika působí. Dilem pro to, že tato oblast byla v minulosti přehlížena a také pro některé své zvláštnosti, které komplikují situaci. Pro vstupy zpětné logistiky je např. charakteristická územní rozptýlenost jejich výskytu, vysoká heterogenost a nízká hodnota, což prodražuje dopravu a vyvolává nutnost komplikovaného třídění.

Hlavní potenciál k zefektivnění zpětné logistiky je třeba hledat jinde, a to v oblasti návrhu výrobků. Je to především stát, kdo se snaží přimět podniky k produkci takových výrobků, které budou více vyhovovat požadavkům zpětné logistiky (tj. výrobky budou snadno demontovatelné, recyklovatelné, výrobky s delším životním cyklem, výrobky standardizované). Evropská Unie tyto požadavky konkrétně vtělila do koncepce Integrované výrobní politiky.

Literatura

- [1.]BOKS, C. B., KOMOTO, H An overview of academic developments in green value chain management. In s Takata & Y Umeda (Eds.), *Advances in life cycle engineering for sustainable manufacturing businesses - Proceedings of the 14th CIRP International Conference on Life Cycle Engineering*. Tokyo: Springer, 2007. Str. 433-437.
- [2.]FLEISCHMANN, M. et al. a charactreisation of logistics networks for product recovery. *The International Journal of Management Science*. NY : Elsevier Science Ltd., 2000, no. 28, pp. 653–666.
- [3.]Van HOEK, R. I. From Reversed Logistics to Green Supply Chains. *Supply Chain Management*. 1999, číslo 4(3), str. 129-135.
- [4.]JAYARAMAN, V., LUO, Y. Creating Competitive Advantages through New Value Creation: a Reverse Logistics Prespective. *Perspectives- academy of management*. Academy Of Management, 2007, roč. 21, číslo 2, str. 56-73.
- [5.]KOKKINAKI, I., et al. An Exploratory Study on Electronic Commerce for Reverse Logistics. In *Econometric Institute Report EI-9950/A*. Rotterdam, 1999.
- [6.]MEYER, H. Many happy returns. *Journal of Business Strategy*, NY : Elsevier Science Ltd., 1999, roč. 30. číslo.3, str. 145–155.
- [7.]RAO, P., HOLT, D. Do Green Supply Chains Lead to Competitiveness and Economic Performance? *International Journal of Operations & Production Management*. Bradford: 2005, roč. 25, číslo 9/10, str. 898-916.
- [8.]SRIVASTAVA S. K. Green supply-chain management: a state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*. Oxford: 2007, roč. 9, číslo 1; str. 53.

Ing. Radoslav Škapa, Ph.D.
Ekonomicko-správní fakulta
Masarykova univerzita
Lipová 41a, 602 00 Brno
tel.: 549497870
skapa@econ.muni.cz

Řízení lidských zdrojů v kontextu řízení kvality krajskými úřady v ČR

Human resources management within the quality management context
in Czech regional offices

David Špaček

Anotace: Příspěvek prezentuje část výsledků výzkumu, který byl proveden v rámci řešení dvoustranného česko-slovenského projektu MŠMT č. 94 „Lidský faktor a komunikace ve veřejné správě ve Slovenské republice a České republice“. Výzkum byl zaměřen na analýzu vybraných aspektů řízení lidských zdrojů v krajských úřadech. Příspěvek představuje dílčí výsledky týkající se vybraných aspektů vztahu řízení lidských zdrojů a řízení kvality v krajských úřadech, tak jak jsou vnímány vedoucími personálních útvarů a nejvyššími představiteli 11 českých krajských úřadů, které na výzkumu participovaly.

Summary: The paper presents partial results of research that was carried out within a bilateral Czech-Slovak project of the Ministry of Education, Youth and Sport no. 94 „Human factor and communication in public administration in Slovak Republic and Czech Republic“. The paper contains an analysis of data on the relationship between human resources management and quality management as perceived by personnel departments' managers and senior executives of 11 Czech regional offices that participated in the research.

Klíčová slova: Řízení lidských zdrojů, řízení kvality, veřejná správa, personální útvar

Keywords: Human Resources Management, Quality Management, Public Administration, Personnel Department

Úvod

Veřejná správa představuje sociální fenomén, který můžeme na základě historických zkušeností a požadavků dvou významných současných konceptů řízení veřejného sektoru - konceptu new public managementu (např. Hughes 2003) a konceptu good governance (např. Rouban et al. 1999, Argyriades 2003) - definovat jako jeden z převážně exekutivních institucionálních nástrojů kontroly a regulace, který existuje pro účely organizace a řízení lidí a zdrojů k dosahování cílů stanovovaných v převážné míře politicky. Základním účelem veřejné správy je garantovat fungování veřejného sektoru, a to buď vlastní činností, nebo delegováním na subjekty jiné v mezích vytyčených právními předpisy. Vymezování cílů a cest k jejich dosahování by přitom v současnosti mělo podle uvedených koncepcí stavět na racionalitě a také odrážet potřeby občanů.

V oblasti vyhodnocování potřeb občanů a hledání cest ke zvyšování jejich spokojenosti hraje již několik let významnou úlohu řízení kvality. Současné přístupy k řízení kvality stanovují úkoly pro vzájemnou komunikaci a předpokládají kulturu spolupráce, která by umožňovala propojení všech potenciálně dotčených subjektů (*stakeholders*), neboť kvalita je vždy konceptem, který je do určité míry vyjednaný. Klíčová otázka v řízení kvality ve veřejném sektoru zní podle Gasterové a Squiresové (2003, s. 30) následovně: „jak balancovat komplex potřeb, přání a poptávek jednotlivců, jednotlivých společenství a společnosti jako celku spolu s kapacitou, zdroji, právními požadavky a technickými schopnostmi organizace a jednotlivců odpovědných za dosahování dobré kvality služeb?“. Jen vyjednávání s klíčovými zainteresovanými skupinami může podle citovaných autorek zabezpečit, že služby vykazují větší míru účelnosti, jsou poskytovány pro uživatele přátelštějším způsobem a ve větší míře splňují neustále se zvyšující standardy požadované občany. s podobnými požadavky pracují i různé nástroje řízení kvality, které jsou v současnosti využívány i v české veřejné správě (např. CAF, metoda BSC, Místní agenda 21). Jejich účelem je obecně zabezpečit, aby praxe veřejné správy nebyla charakteristická nabídkově orientovaným přístupem, ale aby více zohledňovala potřeby poptávky.

Kvalita řízení lidských zdrojů je v současnosti považována za kritický faktor dosažení efektivnosti veřejné správy a kvality poskytovaných služeb, neboť efektivnost organizací veřejné správy podstatně závisí na schopnostech, znalostech, dovednostech a motivovanosti pracovníků a na obsahu kultury organizací veřejné správy (Špaček a Lukášová, 2008). Je-li řízení lidských zdrojů chápáno jako činnost, která má pro organizaci strategický význam, pak by mělo být organizováno a realizováno tak, aby šlo o systematický a logicky propojený proces, integrovaný do systému řízení organizace. Předpokladem systematickosti a integrovanosti je zabezpečení :

- horizontálního souladu (souladu jednotlivých personálních činností),
- vertikálního souladu (propojenosti strategie lidských zdrojů s celkovou strategií organizace a provázanosti personálních činností na strategické cíle organizace),
- souladu s dalšími systémy řízení, zejména pak s řízením kvality.

Provázanost jednotlivých systémů je důležitým předpokladem synergického efektu, který je pro dosažení výsledků žádoucí. Pro efektivnost řízení organizace má proto zásadní význam.

Následující text prezentuje výsledky výzkumu, který byl proveden v rámci řešení dvoustranného česko-slovenského projektu MŠMT č. 94 „Lidský faktor a komunikace ve veřejné správě ve Slovenské republice a České republice“. Výzkumný projekt byl realizován pracovníky Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity ve spolupráci s pracovníky Fakulty veřejnej správy Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach. Výzkum byl zaměřen na analýzu vybraných aspektů řízení lidských zdrojů v krajských úřadech obou zemí. Dílčí část výzkumu, představená v tomto příspěvku, byla současně koncipována jako pilotní studie pro řešení grantového projektu GA 402/07/1486 „Měření spokojenosti občanů s veřejnými službami jako součást řízení kvality v organizacích veřejného sektoru“. Zaměřuje se na vybrané souvislosti mezi řízením lidských zdrojů a řízením kvality v krajských úřadech České republiky, a to z pohledu vedoucích personálních útvarů a nejvyšších představitelů krajských úřadů.

2. Projekt, cíle a metoda výzkumu

Cílem výzkumu bylo rámcově zmapovat přístupy k řízení lidských zdrojů uplatňované v rámci krajských úřadů v České republice. Cílem dílčí části výzkumu, jejíž výsledky jsou prezentovány v tomto článku, bylo:

- a) zjistit, zda krajský úřad zavedl některý ze systémů řízení kvality, a pokud ano, který systém byl v praxi úřadu využit, jak dlouho je využíván a jaké byly důvody jeho zavedení,
- b) zjistit, do jaké míry byli vedoucí personálních oddělení vyškoleni v souvislosti se zaváděním a uplatňováním systémů řízení kvality v jejich úřadě,
- c) zjistit, jakým způsobem ovlivňuje personální útvar dosahování kvality v organizaci,
- d) zjistit, jaký systém řízení kvality úřad uvažuje v budoucnosti zavést v případě, že dosud žádný ze systému řízení kvality nezavedl,
- e) porovnat odpovědi vrcholových představitelů úřadů a vedoucích personálních oddělení.

Na výzkumu participovalo celkem 11 českých krajských úřadů. Vzhledem k tomu, že jednotlivým úřadům byla přislíbena anonymita, jsou výsledky prezentovány bez konkretizace odpovědí jednotlivých úřadů. v případě potřeby jsou použity číselné kódy.

Ke sběru výzkumných dat týkajících se role personálních útvarů v rámci krajských úřadů byl použit řízený rozhovor. Rozhovor byl proveden s řediteli/ředitelkami krajských

úřadů a s vedoucími personálních oddělení jako důležitými subjekty personálního řízení v krajských úřadech. v případě dvou úřadů byl z důvodu nepřítomnosti ředitele/ředitelky úřadu rozhovor proveden s jejich zástupci a v případě jednoho úřadu byl z důvodu neobsazenosti funkce vedoucího personálního oddělení rozhovor proveden s pracovníkem personálního oddělení.

3. Výzkumné výsledky

3.1 Řízení lidských zdrojů v kontextu řízení kvality krajských úřadů – pohled vedoucích personálních oddělení

V průběhu řízeného rozhovoru byli vedoucí personálních útvarů dotazováni na to, **zda jejich úřad implementoval některý ze systémů řízení kvality**. Pokud dotazovaný odpověděl, že ano, směřovaly další otázky rozhovoru ke zjištění druhu využitého nástroje, délky zkušeností s využitým nástrojem a také důvodu zavedení daného systému. Pokud dotazovaný odpověděl, že systém řízení kvality v úřadu implementován nebyl, byli vedoucí personálních oddělení dotazováni na to, zda jejich úřad uvažuje o zavedení nějakého systému řízení kvality, a pokud ano, kterého a z jakého důvodu.

Implementaci některého ze systémů řízení kvality uvedlo celkem 8 z 10 vedoucích personálních oddělení. Typy zavedených nástrojů a četnost jejich implementace v rámci souboru dotazovaných úřadů dokumentuje tabulka 1.

Tabulka 1 - Implementace systému řízení kvality na krajském úřadu - odpovědi vedoucích personálních oddělení

Implementované systémy řízení kvality	Uvedlo vedoucích personalistů celkem
CAF	1
CAF, ISO	1
CAF, BSC	1
CAF, benchmarking	2
CAF, benchmarking a benchlearning	1
CAF, benchmarking, procesní řízení	1
procesní a organizační audit	1
Reengineering	1
Žádný systém nebyl implementován	1
Celkem úřadů	10

Nástroj CAF uvedlo z jedenácti dotazovaných celkem 6 respondentů. Ve skutečnosti zavedl však model CAF prokazatelně ještě jeden z dotazovaných úřadů, vedoucí personálního útvaru však tento nástroj v rámci rozhovoru nezmínil. Daný úřad byl však uveden v seznamu institucí, které využily nástroj CAF, na webu České společnosti pro jakost (a existuje rovněž příslušná sebehodnotící zpráva).

Pokud se vedoucí personálních oddělení vyjadřovali k **době implementace** nástroje, popisovali podrobněji zejména praxi nástroje CAF (Common Assessment Framework)¹⁸⁵. v případě nástroje Balanced Scorecard (BSC), který podle rozhovorů s vedoucími personálních útvarů zavedl pouze jeden krajský úřad, byla zjištěna praxe na úřadě od roku

¹⁸⁵ v době výzkumu šlo především o implementace verze nástroje CAF 2002.

2005, nebo 2006, tzn. jeden, maximálně dva roky. Procesní řízení (jeden úřad) a normy ISO (jeden krajský úřad) jsou podle odpovědí vedoucích personálních oddělení využívány prozatím jeden rok.

Mezi **důvody, které vedly úřady k zavádění jednotlivých systémů řízení kvality**, uváděli vedoucí personalisté ty, které shrnuje následující Tabulka 2.

Tabulka 2 - Důvody implementace systému řízení kvality na krajských úřadech - pohled vedoucích personalistů

Druh systému řízení kvality	Důvod implementace	Uvedlo vedoucích personalistů celkem
CAF	▪ nástroj vede k návrhům na zlepšování	1
	▪ zkvalitnění činností, dobrá cesta, kterou jít	1
	▪ význam kvality obecně	1
	▪ zkušenosti s využitím na jiném úřadu	1
	▪ „Mezi námi... Nebudu se k tomu vyjadřovat.“	1
ISO	▪ lepší popis a třídění činností a zkvalitnění postupů	1
	▪ zkvalitnění postupů	1
	▪ zkušenosti s využitím na jiném úřadu	1
Benchmarking	▪ spolupráce s ostatními krajskými úřady (indikátory vzdělávání a fluktuace zaměstnanců)	1
BSC	▪ doporučilo Ministerstvo vnitra	1

Jak je z tabulky patrné, vedoucí personálních oddělení uváděli v odpovědích především důvody týkající zvyšování kvality, zlepšování práce úřadu apod., žádný z nich však neuvedl konečný cíl – zvýšení spokojenosti občanů

Rozhovory ukázaly, že **vedoucí personálních útvarů nebyli většinou vyškoleni v souvislosti se zaváděním a realizací systémů řízení kvality na jejich úřadě**. Proškolení potvrdili během rozhovoru pouze tři z osmi vedoucích personalistů krajských úřadů, které implementovaly nějaký ze systémů řízení kvality. Ve dvou z těchto případů byl vedoucí personalista současně členem hodnotícího týmu CAF. Čtyři vedoucí personalisté nebyli podle jejich slov proškoleni vůbec. Jeden personalista uvedl, že všichni pracovníci dostali pouze brožurky vysvětlující podstatu CAF a v případě otázek jim mohl poradit vedoucí CAF-týmu. Ve čtyřech případech vedoucí personalisté také výslovně uvedli, že nebyli proškoleni ani ostatní pracovníci. Pouze jeden vedoucí personálního útvaru řekl, že proběhlo školení všech zaměstnanců, a to v rámci ISO norem i nástroje CAF, v případě nástroje CAF a BSC bylo potom podle 2 vedoucích personalistů školení realizováno pouze u členů týmu, který měl nástroj realizovat.

Dva úřady, které měly již implementován některý ze systémů řízení kvality, uvažovaly podle vedoucích personalistů také o **implementaci dalšího nástroje** (ve dvou případech bylo součástí úvah BSC, v jednom případě procesní řízení). Oba personalisté, podle kterých nebyl na jejich úřadě implementován žádný ze systémů řízení kvality, nevěděli o plánované implementaci některého nástroje v budoucnu.

Vedoucí personalisté byli rovněž dotazováni na to, **jakým způsobem podle jejich názoru ovlivňuje personální útvar dosahování kvality v krajském úřadu**. Odpovědi osmi respondentů dokumentuje Tabulka 3. Odpovědi ukazují, že vedoucí personálních oddělení v největší míře zdůrazňovali vzdělávání pracovníků jako činnost, jejímž prostřednictvím ovlivňují v úřadu kvalitu. z dalších odpovědí byly „frekventovanější“ odpovědi týkající se dalších personálních činností – výběru pracovníků, hodnocení pracovníků, případně byla uvedena obecná odpověď „všechny personální činnosti“. Pouze v jednom případě uvedl vedoucí personalista, že neexistuje nástroj, kterým může personální útvar ovlivňovat kvalitu v úřadu, následně však stejný respondent zmínil vzdělávání pracovníků v měkkých dovednostech.

Tabulka 3 - Jakým způsobem ovlivňuje personální útvar dosahování kvality v organizaci? (pohled vedoucích personalistů)

Forma vlivu na kvalitu v organizace	Specifikace odpovědi	Uvedlo vedoucích personalistů celkem
procesy, které personální oddělení zajišťuje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kvalita jde přes procesy, které personální oddělení zajišťuje ▪ hodně široké, celá personalistika 	2
vzdělávání zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím vzdělávacích akcí – jejich kvalita zvyšuje výkon ▪ vzděláváním pracovníků ▪ školením pracovníků ▪ „kvalita“, dobrý zaměstnanec odvádí dobrou kvalitu práce, tomu slouží i další kurzy ▪ možná asi vzdělávání v měkkých dovednostech, jinak asi nic dalšího 	5
systém hodnocení zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím systému hodnocení se zvyšuje kvalita výkonu ▪ díky CAF byl zaveden systém hodnocení a vytvořen motivační systém 	2
proces adaptace	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím procesu adaptace – podpora nového pracovníka ve zkušební době ▪ Jsme první s kým uchazeči v kontaktu... je to jak v hospodě s nepříjemným číšníkem. 	2
výběr zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím výběru zaměstnanců ▪ snaha vybrat dobré zaměstnance, o tom je „kvalita“, dobrý zaměstnanec odvádí dobrou kvalitu práce 	2
Efektivnost	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalita = efektivnost a lepší uspokojování klientů. 	1
lepší uspokojování klientů	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalita = efektivnost a lepší uspokojování klientů. 	1
průzkumy spokojenosti zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ díky CAF provádí úřad 1 x ročně 	1
průzkumy spokojenosti s činností a funkčností KrÚ u starostů a tajemníků	<ul style="list-style-type: none"> ▪ provedeny v průběhu využití CAF 	1

prosazování CAF	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vedoucí personálního oddělení vnucuje týmu CAF názory, které neprosadí přes ředitele. Díky CAFu se prosadí věci a dělají věci. Ředitel pak vidí, že to jiní akceptovali ... Vedoucí personálního oddělení se touto cestou také dozví, jestli by to chtěli ostatní. 	1
myslím si, že nijak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ myslím si, že nijak, asi ten nástroj pro to tady nemám, aby jednotlivé odbory vykonávaly práci kvalitně 	1

V případě, že úřad zavedl některý ze systémů řízení kvality, byla vedoucím personálních oddělení položena otázka, **jakým jsou v úřadu provázány personální činnosti a řízení kvality**. Většina respondentů nad souvislostmi mezi personálními činnostmi a řízením kvality v minulosti neuvažovala, zodpovězení otázky se proto ukázalo jako obtížné (což naznačuje také různorodost odpovědí 8 respondentů prezentovaných v Tabulce 4). Dva respondenti uvedli, že hodnocení zaměstnance nemá vliv na jeho následné finanční ohodnocení. z tabulky je zřejmé, že respondenti vnímali ve více (konkrétně ve třech) případech ze nástroj provázání personální činnosti a řízení kvality hodnocení spokojenosti zaměstnanců. z odpovědí vedoucích personalistů však vyplývá, že propojení personálních činností a řízení kvality není systematické.

Tabulka 4 - Jakým způsobem jsou provázány personální činnosti a řízení kvality – odpovědi vedoucích personálních oddělení

Forma propojení personálních činností s řízením kvality	Odpovědi vedoucích personálních útvarů	Uvedlo vedoucích personalistů celkem
procesy, které personální oddělení zajišťuje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kvalita jde přes procesy, které personální oddělení zajišťuje 	1
vzdělávání zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím vzdělávacích akcí – jejich kvalita zvyšuje výkon 	1
systém hodnocení zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím systému hodnocení se zvyšuje kvalita výkonu 	1
proces adaptace	<ul style="list-style-type: none"> ▪ prostřednictvím procesu adaptace – podpora nového pracovníka ve zkušební době 	1
Podněty zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ změny realizovány také z podnětu zaměstnanců 	1
výsledky hodnocení podle CAF	<ul style="list-style-type: none"> ▪ výsledky CAFu mají vliv na navrhované změny, 	1
hodnocení spokojenosti zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> ▪ personální útvar dostal úkol vyhodnocovat spokojenost zaměstnanců ▪ vyhodnocování indexu spokojenosti zaměstnance ▪ možná průzkumy 	3
zpracování strategie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ personální útvar dostal úkol vypracovat strategii 	1
zavedení normy ISO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ činnosti personálního útvaru byly certifikovány v procesu zavádění ISO 	1
ovlivňováním liniových manažerů	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Na liniové manažery kladen v úřadu velký důraz. Jsou pro nás důležití jako výkonní manažeři. Vedoucí odborů ale převádějí do praxe jen velmi málo. Vedoucí odborů nejsou také vzorem pro pracovníky v přítomnosti na vzdělávacích akcích. Vedoucí odborů mají v tomto nejhorší morálku, i když se to zlepšuje. 	1

metodická pomoc v úřadu	▪ nějaká vodítka	1
není součástí personální práce	▪ Provázání řízení kvality a platy není součástí personální práce... ani provázání řízení kvality se vzděláváním.	1
Nevím	▪ s kvalitou ano, ale teď nevím ▪ nevím	2

3.2 Řízení lidských zdrojů v kontextu řízení kvality krajských úřadů – pohled nejvyšších představitelů úřadu

Nejvyšší představitelé úřadů byli v rámci rozhovoru podobně jako vedoucí personálních útvarů dotazováni na to, zda jejich úřad má **implementovaný některý ze systémů řízení kvality**, a pokud ano, který systém byl v praxi úřadu využit¹⁸⁶. Získané odpovědi shrnuje Tabulka 5.

Tabulka 5 - Implementace systému řízení kvality na krajském úřadu - pohled vedoucích personalistů

Implementované systémy řízení kvality	Uvedlo nejvyšších představitelů celkem
CAF	1
CAF, ISO	1
CAF, BSC	1
CAF, benchmarking	2
CAF, benchmarking a benchlearning	1
CAF, benchmarking, procesní řízení	1
procesní a organizační audit	1
Proveden reengineering	1
Žádný systém nebyl implementován	1
Celkem úřadů	10

Odpovědi nejvyšších představitelů úřadu je možné porovnat s odpověďmi vedoucích personalistů na tutéž otázku (viz výše). Porovnání uváděných četností zavedených systémů kvality v odpovědích nejvyšších představitelů úřadů a vedoucích personalistů ukazuje následující Tabulka 6. Tabulka naznačuje určité nedostatky komunikace uvnitř krajských úřadů, neboť odpovědi nejsou zcela ve shodě. Je pravděpodobné, že povědomí o zavedených systémech se v úřadě lišily podle toho, jak oslovený vedoucí úředník participoval na jejich praxi. v systému účinné komunikace by však povědomí o existenci a praxi nástroje ve stejném úřadě měla být totožná. Na tento možný nedostatek praxe upozorňovaly obě dosud publikované zprávy EIPA shrnující praxi nástroje CAF v Evropě (EIPA 2003 a 2005), které upozorňovaly, že pouze zřídka organizace informují veškerý svůj personál o tom, že nástroj je v jeho praxi zaváděn. Zaměstnanci úřadů mohou získat informaci až později také během vyhodnocování jejich spokojenosti s vybranými aspekty řízení lidských zdrojů v jejich úřadě, ke kterému ovšem dochází někdy až ve druhém či ve třetím roce implementace nástroje (Špaček, 2007).

Tabulka 6 - Implementace systému řízení kvality na krajském úřadu - četnost nástrojů v praxi podle vedoucích personalistů a podle nejvyšších představitelů úřadu

¹⁸⁶ Na většině dotazovaných úřadů proběhly rozhovory s oběma skupinami respondentů (s vedoucími personálních oddělení i s nejvyššími představiteli úřadu). Na jednom krajském úřadě proběhl rozhovor pouze s vedoucím personálního oddělení, na jiném pouze se zástupcem ředitele krajského úřadu.

Implementované systémy řízení kvality	Z 9 krajských úřadů uvedlo	
	ved. pers. oddělení	nejvyšších představitelů KrÚ
CAF	5	5
ISO	1	1
BSC	1	1
Benchmarking	1	2
Benchlearning	0	1
procesní řízení	0	1
procesní a organizační audit	0	1
Žádný systém nebyl implementován	2	2

Nejvyšší představitelé úřadu byli podobně jako vedoucí personalisté dotazováni na **způsob, jakým jsou v úřadu provázány personální činnosti a řízení kvality v případě, že úřad zavedl některý systém řízení kvality.** Na tuto otázku reagovalo 7 respondentů. Odpovědi shrnuje následující Tabulka 7. Jeden respondent uvedl, že nemají zaveden žádný ze systémů řízení kvality a dále se k otázce nevyjadřoval. Jiný nejvyšší představitel krajského úřadu výslovně uvedl, že systém řízení kvality se systémem personálních činností „v současnosti není moc propojen. Propojení je navrženo v rámci akčního plánu. Bude vypracováno subjektivní posouzení nadřazeného a také hodnocení, jak zaměstnanec přispívá ke kvalitě.“

Tabulka 7 - Jakým způsobem jsou provázány personální činnosti a řízení kvality – odpovědi vedoucích personalistů

Forma propojení personálních činností s řízením kvality	Specifikace odpovědi	Uvedlo nejvyšších představitelů celkem
vzdělávání zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> nedokážu posoudit, asi vzdělávání Jediná věc mající význam – mít vysoce kvalifikované vedoucí odborů a také je vzdělávat v dovednostech. Musí „to“ být na střední úrovni řízení. 	2
hodnocení zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> řízení kvality vedlo k zformalizování hodnotících pohovorů a zápisů Hlavní věc systém hodnocení pracovníků. 	2
popis pracovních míst s ohledem na požadavky zákonů	<ul style="list-style-type: none"> Kvalita a s tím spojená efektivnost spojená se zákonem, cílem maximálně popsat způsobilost, prostředkem praxe a zpřesnění v rámci zpětné vazby. Cílem přizpůsobit v organizačním řádu a pracovní náplni. Cílem stanovit, jaké by měl mít člověk kvality, nastavit náplň, aby jeho aktivita mohla být využita na 100 % a aby mohlo být zaměstnanců co nejméně. 	1
výběr zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> existují kritéria výběrových řízení 	1
hodnocení spokojenosti zaměstnanců	<ul style="list-style-type: none"> CAF vedl k dotazování zaměstnanců, s jejichž výsledky pracujeme. Také byla externě zadán výzkum, který otestoval úředníky telefonicky, nebo ústně. Zástupce ředitele však nevěděl, jaká byla účast zaměstnanců v dotazníkovém šetření (podle vedoucí personálního oddělení byla účast ve třech předchozích letech 36 %, 20 % a 30 % v posledním sledovaném roce.) 	2
podněty na poradách	<ul style="list-style-type: none"> Ano, propojeno. Ale nejsou to papíry. Tajemník ředitele veškeré výsledky okamžitě předává do kanceláře ředitele a odborů – 	1

vedoucích zaměstnanců	pracujeme s tím. Když se srovnávají výsledky krajských úřadů, jsme na středu nebo na špici.	
personální audit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ byl proveden personální audit, který vychází z personálního prohlášení rady 	1
snaha minimalizovat počet úředníků	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Důležitá vždy priorita daná samosprávou. Snahou vykazovat minimální počet úředníků. 	1
využití ICT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SDZA – správa dat, zdrojů a aplikací – nakročeno k tomu, aby se činnosti mohly přetahovat ke konkrétním zaměstnancům. 	1

Závěr

V převážné většině krajských úřadů je implementován některý z aktuálně diskutovaných systémů řízení kvality (jeden či více). v případě většiny krajských úřadů, které participovaly na prezentovaném výzkumu, byl využíván nástroj CAF, v době řešení výzkumu se jednalo o verzi CAF 2002.

Do řízení kvality jsou vesměs zapojováni rovněž pověřeni pracovníci personálního oddělení. Personalisté však nejsou v řízení kvality proškoleni v té míře, jaká odpovídá významu personální práce ve vztahu k dosahování kvality v organizaci.

Odpovědi ukazují, že vedoucí personálních oddělení v největší míře zdůrazňovali především vzdělávání pracovníků krajských úřadů jako činnost, jejímž prostřednictvím ovlivňují v krajském úřadu kvalitu. Systematický přístup a snaha o provázanost s dalšími systémy řízení jsou patrné spíše u menšiny krajských úřadů.

V případě zkoumané skupiny krajských úřadů se objevily neshody v odpovědích vedoucích personálních útvarů a nejvyšších představitelů úřadu. Nesoulad v odpovědích u téže organizace naznačuje problémy v komunikaci při zavádění systému řízení kvality a rovněž nedostatečnou propojenost systému řízení kvality a systému řízení lidských zdrojů ve zkoumaných organizacích.

Použitá literatura:

- ARGYRIADES, D. Values for public service: lessons learned from recent trends and the Millennium Summit. In *International Review of Administrative Sciences*, Volume 69, Number 4, SAGE Publications, December 2003
- EIPA. *Study on the use of the Common Assessment Framework (CAF) in European Public Administrations*, 2003, online <http://www.eipa.eu/CAF/Articles/CAF_ENG_DG.pdf> (přistoupeno 25. 4. 2008).
- EIPA. *Study on the use of the Common Assessment Framework in European Public Administrations*, 2005, online <http://www.eipa.eu/CAF/Articles/CAFpublication_2005_EN_V01_7dec05.pdf> (přistoupeno 25. 4. 2008).
- GASTER, L., SQUIRES, A. *Providing Quality in the Public Sector*. Philadelphia - Maidenhead. Open University Press, 2003. ISBN 0335209556.
- HUGHES, O. E. *Public Management and Administration - An Introduction*. New York: Palgrave MacMillan, 2003, ISBN 0333961889
- LUKÁŠOVÁ, R., ŠPAČEK, D. Role personálních útvarů v rámci řízení krajských úřadů České republiky (výsledky empirického výzkumu). In *Manažment v teorii a praxi*, 2008, 4, 1-2, s. 4 - 12, ISSN 1336-7137.
- ROUBAN, L. (Ed.). *Citizens and the new governance - Beyond New Public Management*. Netherlands : Amsterdam: IOS Press, 1999, ISBN 0967335531
- ŠPAČEK, D. Řízení lidských zdrojů a sebehodnocení podle CAF v územní veřejné správě ČR (se zaměřením na kritéria 1.3 a 7). In *Increasing competitiveness of regional, national and international markets (Proceedings)*. Ostrava : VŠB, 2007. 7 s. (článek je součástí publikací zveřejněných na CD), ISBN 978-80-248-1457-5.

Diferenciace a integrace v marketingu

B. Štědroň, O.Vávra

Abstrakt: Článek pojednává o diferenciaci a integraci v marketingu v kontextu vývoje informačních technologií

Abstrakt: The article deals with differentiation and integration in marketing linked with ICT segment.

I. Úvod

Prezentace ukazuje na nové souvislosti diferenciaci a integrace v marketingu. Diferenciaci marketingu lze demonstrovat na vzniku nového výzkumného centra s mezinárodním obsazením špičkovými odborníky a celosvětovým záběrem výzkumných aktivit v ČR. Institute for Lifestyle Options and Longevity (ILOL) založily uznávané osobnosti zahraničních univerzit a odborníci na zdravotnictví a sociální marketing. ILOL svou činnost oficiálně zahájil 23. října 2008 na odborné konferenci, kde byly představeny klíčové projekty v oblasti zdravotnictví a farmaceutického průmyslu, v managementu procesů ve zdravotnictví, v sociálním marketingu, ve výzkumu a vývoji i v dalších oblastech a tak bude ILOL přínosem zejména při poznávání trendů budoucího vývoje, které budou stimulovat vývoj v oblasti zdravotnictví, sociální sféry a příbuzných oborech. Integrace marketingu lze identifikovat rovněž při posledních presidentských volbách v USA, kde nový kandidát B.Obama úspěšně využil sociální síť Facebooku a MySpace.

II. Diferenciace v marketingu a segment IT

Marketing prochází řadou vývojových etap, ke kterým patří i jeho diferenciaci a integrace. Jako společenský proces, který představuje integrovaný komplex činností, jejichž cílem je zjišťovat, uspokojovat, stimulovat, ale i předvídat potřeby zákazníka a trhu, prošel rovněž třemi základními etapami. První etapu masového marketingu (1900-1950) můžeme nejlépe charakterizovat manažery typu zakladatele McDonalds Rey Kroce, H.Forda nebo T.Bati. Cílený marketing, charakteristický zejména pro bankovní sektor a sektor služeb, pracuje po druhé světové válce s tržními segmenty a sofistikovanými marketingovými výzkumy a přechází postupně již v sedmdesátých letech do globálního marketingu, zahrnujícího všechny kontinenty. Cílený marketing vede ke značné diferenciaci v samotném marketingu; jsou vyvíjeny metody pro marketing ve zdravotnictví, sportu, potravinářství a mluví se o politickém marketingu.

Novou formou marketingu je automatický (IT) marketing, reagující na rychlý vývoj segmentu informačních a telekomunikačních technologií, které přináší řadu nových poznatků i v mnoha dalších oblastech se synergickým efektem. Expanze Internetu, mobilní telefonie, e-obchodu a dalších segmentů představuje efektivnější prostředky i nové marketingové kanály, využitelné ve všech praktických činnostech.

III. Fenomén Internet

Mezinárodní instituce, moderující vývoj ICT včetně jeho hlavní složky Internetu, přináší řadu podstatných informací, které můžeme shrnout do posloupnosti a tabulek (podle www.internetworldstats.com):

- [1962](#) - Vzniká projekt počítačového výzkumu agentury ARPA.
- [1972](#) - Ray Tomlinson vyvíjí první e-mailový program.
- [1987](#) - v síti je propojeno 27 000 počítačů.
- [1994](#) - Internet se komercializuje.
- [1996](#) - 55 milionů uživatelů.
- [2000](#) - 250 milionů uživatelů.
- [2003](#) - 600 milionů uživatelů.
- [2005](#) - 900 milionů uživatelů.
- [2006](#) - více než miliarda uživatelů.

Další statistické informace uvádějí:

Populace	uživatelé	%popul.	%EU	růst 00-07	
<u>Czech Republic</u>	10,228,744	5,100,000	49.9 %	1.9 %	410.0 %
<u>Slovakia</u>	5,447,502	2,500,000	45.9 %	0.9 %	284.6 %
<u>Germany</u>	82 400 996	53,240,115	64.6 %	19.5 %	121.8 %
<u>Romania</u>	22,276,056	7,000,000	31.4 %	2.6 %	775%
<u>Sweden</u>	9,031,088	6,981,200	2.6 %	72.5 %	72,5%
EU	490,430,321	273,234,619	55.7 %	100.0 %	189.5 %

SVĚT

Dle podílu v populaci

	Země	% uživatelů	abs.č.	populace
1	<u>Greenland</u>	92.3 %	52,000	56,326
2	<u>Netherlands</u>	90.1 %	15,000,000	16,645,313
3	<u>Norway</u>	87.7 %	4,074,100	4,644,457
4	<u>Antigua & Barbuda</u>	85.9 %	60,000	69,842
5	<u>Iceland</u>	84.8 %	258,000	304,367
6	<u>Canada</u>	84.3 %	28,000,000	33,212,696
7	<u>New Zealand</u>	80.5 %	3,360,000	4,173,460
8	<u>Australia</u>	79.4 %	16,355,388	20,600,856
9	<u>Sweden</u>	77.4 %	7,000,000	9,045,389
10	<u>Falkland Islands</u>	76.5 %	1,900	2,483

	V absolutních číslech počet uživatelů	% ze světa	populace	růst 00-08
1	<u>China</u> 253,000,000	19.0 %	1,330,044,605	1,024.4 %
2	<u>United States</u> 220,141,969	72.5 %	303,824,646	130.9 %
3	<u>Japan</u> 94,000,000	73.8 %	127,288,419	99.7 %
4	<u>India</u> 60,000,000	5.2 %	1,147,995,898	1,100.0 %
5	<u>Germany</u> 52,533,914	63.8 %	82,369,548	118.9 %
6	<u>Brazil</u> 50,000,000	26.1 %	191,908,598	900.0 %

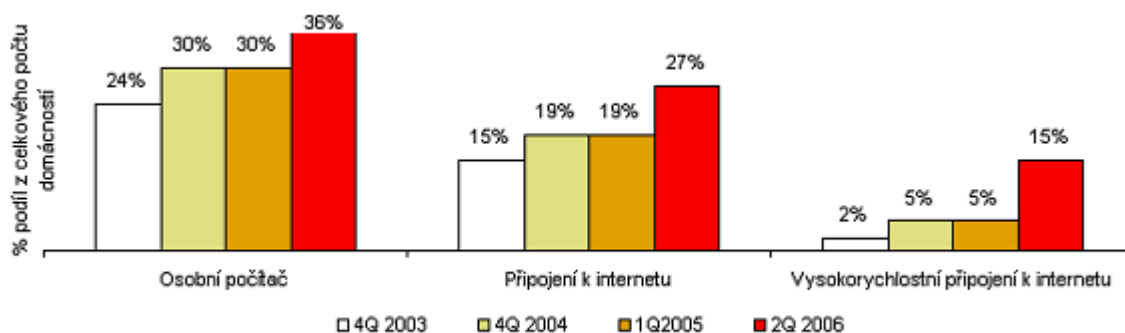
Značný důraz se klade na rozvoj e-governmentu - online službám veřejné správy (jmenovitě správa daní, sociální zabezpečení, registrace vozidel, matriky atd.). Nejdále pokročily v této oblasti skandinávské země.

Podle šetření Českého statistického úřadu je rozšíření a využívání počítačů a internetu v domácnostech a mezi jednotlivci v ČR následující:

Osobní počítač má doma 36 % domácností, připojení k internetu má 27 % domácností, z toho 57 % z nich vysokorychlostní.

Největší podíl domácností s počítačem a připojením k internetu je v Praze (42 a 37 %), nejmenší pak v Ústeckém kraji (25 a 19 %).

Vybavenost domácností osobním počítačem, připojením k internetu celkově a vysokorychlostním připojením



Pozn. 1: Osobní počítač zahrnuje všechny typy osobních počítačů: tj. stolní počítač (klasický nepřenosný osobní počítač), přenosný počítač (často také nazývaný notebook) a palmtop (PDA – neboli počítač do dlaně).

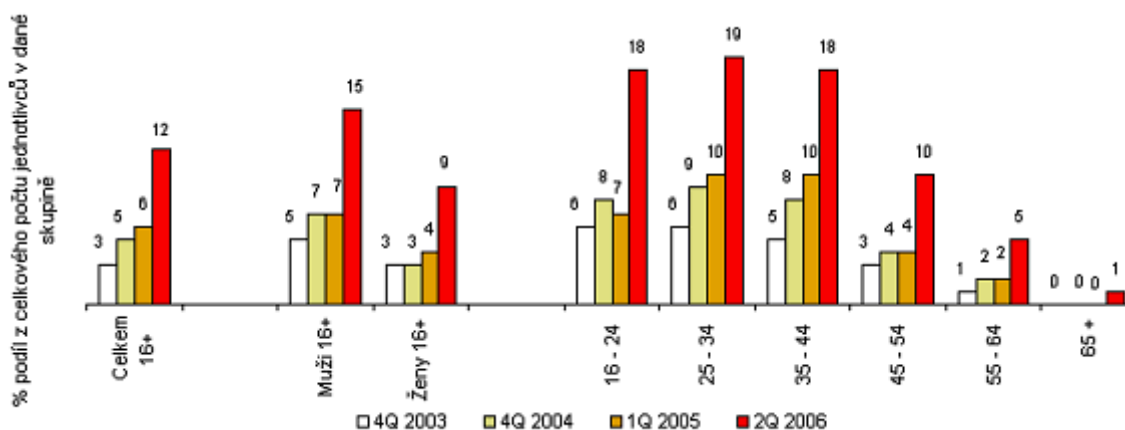
Pozn. 2: Vysokorychlostní připojení (ADSL, připojení přes kabelovou televizi, bezdrátové připojení, Wi-Fi, vysokorychlostní mobilní připojení atd.): připojení umožňující vyšší přenosovou rychlost dat (144 kb/s a více).

86 % uživatelů používá počítač alespoň jednou týdně. Nejvíce je využívají mladí lidé mezi 16 a 24 lety (84 % obyvatel v tomto věku jsou uživatelé PC) a vysokoškolsky vzdělání (83 %). s přibývajícím věkem podíl uživatelů počítače v této věkové skupině klesá.

Internet lidé používají především ke komunikaci – v posledních 3 měsících použilo elektronickou poštu (e-mail) 84 % uživatelů internetu. 72 % z nich také vyhledávalo informace o zboží a službách, polovina služby v cestování a ubytování a 43 % prohlíželo a stahovalo on-line noviny a časopisy. 59 % všech studentů používá internet k přípravě do školy.

Nákup přes internet využilo 14 % lidí starších 16 let. Nejčastěji nakupovaným zbožím je elektronické vybavení, knihy, učebnice a časopisy, dále vstupenky a služby v oblasti cestování a ubytování.

Jednotlivci, kteří nakoupili na internetu v posledních 12 měsících, podle pohlaví a věku



Internet představuje pro stále více lidí mnohem schůdnější cestu na úřad, než obvyklé postávání ve frontách. Zájem o využívání internetu k vyřizování osobních záležitostí na úřadech vyjádřila téměř polovina (45 %) uživatelů internetu, nejvíce láká o možnost on-line podání žádosti o vydání osobních dokumentů, on-line registrace automobilu, řešení záležitostí týkajících se zdraví (např. on-line objednání na vyšetření), oznámení změny adresy nebo on-line podání daňového přiznání.

Zdroj: ČSÚ, Šetření o využívání ICT v domácnostech a mezi jednotlivci 2003, 2004, 2005, 2006

IV. Integrace v marketingu

Vývoj informačních technologií provází v současnosti výrazná integrace marketingu; uveďme pro ilustraci politický marketing během posledních demokratických primárek v USA v roce 2008. Talentovaný B.Obama poráží využitím Facebook a MySpace favorizovanou H. Clintonovou. Informační technologie umožňují jednoduše specifikovat soubor obou kandidátů a uvádějí tyto údaje:

Facebook:

Obama: 1 915 998 příznivců

McCain: 542 213 příznivců

Clintonová: 167 365 příznivců

MySpace:

Obama: 551 578 přátel

McCain: 108 249 přátel

Clintonová: 180 170 přátel

YouTube:

Obama: 90 026 registrovaných uživatelů, 164 274 76 zobrazení

McCain: 21 404 registrovaných uživatelů, 153 172 22 zobrazení

Clintonová: 14 521 registrovaných uživatelů, 168 931 3 zobrazení

Důsledky využití Internetu jsou:

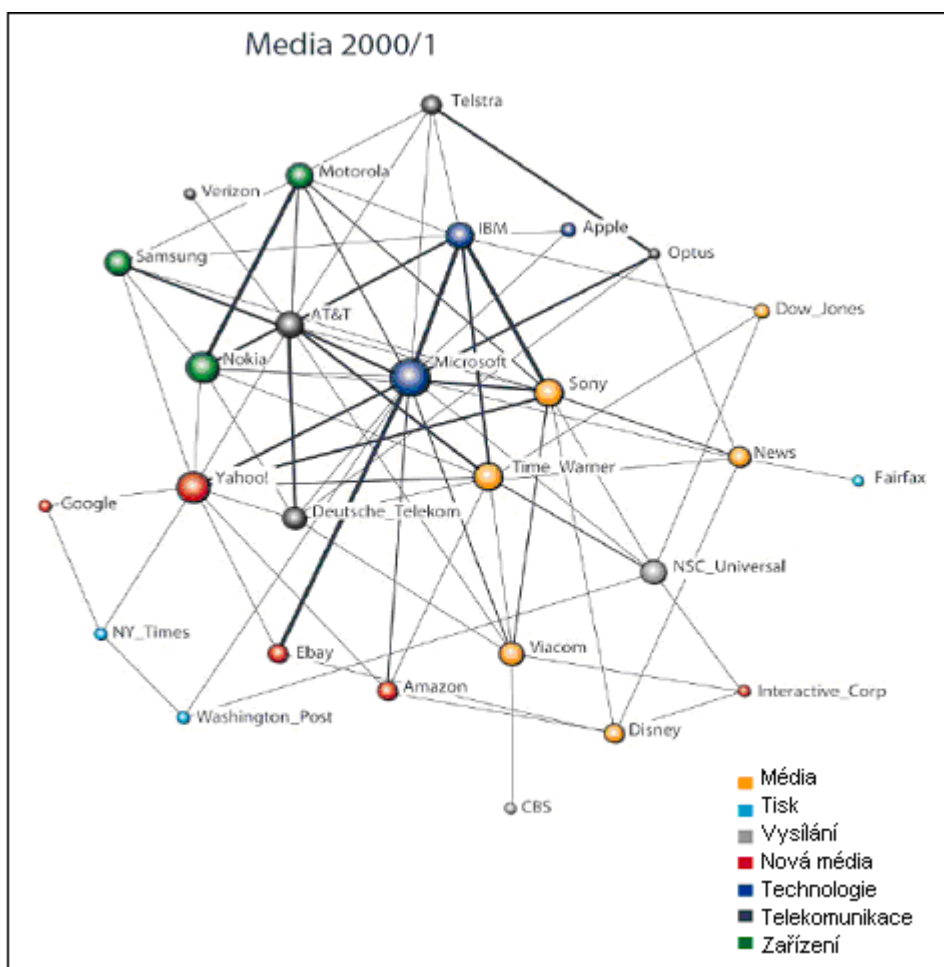
- výhoda rychlosti komunikace a šíření informací
- bližší vztah kandidáta s voliči
- lepší pochopení záměrů a cílů kandidáta
- finanční podpora
- možnost „vedení zdola“ místo klasického „vedení shora“ → vznik dobrovolnických organizací
- Obama: získal \$454,056,322 (v průběhu primárek)
- McCain: získal \$230,039,822

Shrneme-li současný stav, je zřejmé že:

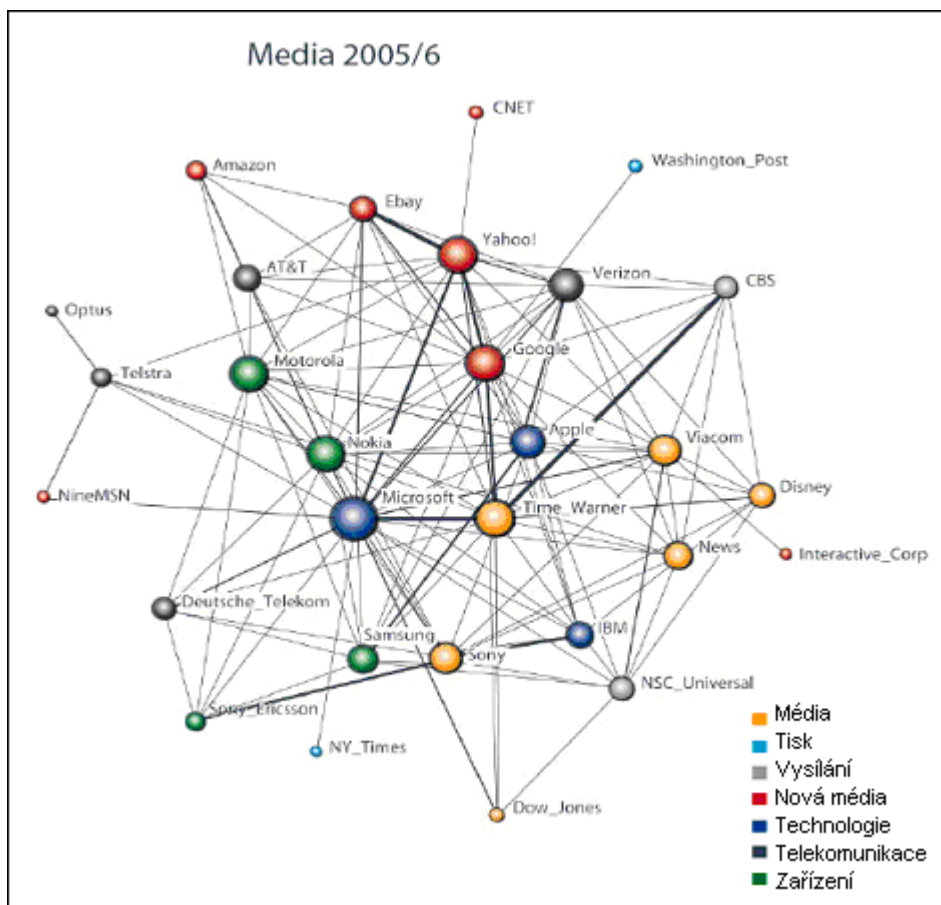
- Obama jako první využil možností internetu pro svoji kampaň
- oslovil mladší, bohatší a motivovanější skupinu voličů
- výsledkem je výrazně vyšší zisk financí na kampaň než protikandidáti
- v primárkách byly komunikační servery jedním z hlavních strůjků jeho vítězství
- i díky nové strategii má Obama momentálně více hlasů
- náklady na kampaň neustále rostou

Významnou roli sehrály rovněž systémy Facebook a MySpace v porážce republikánského kandidáta v listopadových presidentských volbách (2008) v USA.

Shrňeme-li a zobecníme-li současné trendy následující diagram, který byl zpracován na konferenci Future of Media Summit v roce 2006, představuje zajímavou analýzu vazeb v sektoru telekomunikací, médií a IT (TMT) mezi jednotlivými společnostmi. Diagram znázorňuje vazby mezi největšími a nejdůležitějšími subjekty na mediálním, telekomunikačním a IT trhu respektive podtrhuje nárůst vazeb mezi lety 2000 až 2006. Uzly grafu reprezentují klíčové společnosti z těchto tří oblastí a spojnice mezi jednotlivými body reprezentuje úzkost vazby mezi nimi. z grafu je více než patrné, že provázanost a konsolidace těchto tří trhů je značná a rychle se prohlubuje.



Vazby mezi nejvýznamnějšími subjekty v TMT sektoru v roce 2001



Vazby mezi nejvýznamnějšími subjekty v TMT sektoru v roce 2005

Závěr

Ukazuje se, že s současností probíhá nekontrolovaná integrace všech sítí, ať již jde o počítačové, telekomunikační, energetické, vládní, sociální, právní i ostatní. Pro marketing to znamená vznik nových marketingových kanálů a nových segmentů trhu (Second Life, YouTube, Skype, Facebook aj.), jejichž rozsah i vliv na novou ekonomiku, marketing i sociální sféru, zcela integrující tzv. starou ekonomiku, zatím nelze ještě odhadnout.

Použitá literatura

- [1] ALEVEN, V. (1997), Teaching Case Based Argumentation Through an Example and Models. PhD Thesis, The University of Pittsburgh. Přístup z internetu:
URL: <http://www.cs.cmu.edu/~aleven/aleven-ashley-aied97.ps>
- [2] ALISON Chorley and Trevor Bench-Capon, Developing Legal Knowledge Based Systems Through Theory Construction. Technical Report ULCS-03-013, Department of Computer Science, The University of Liverpool, 2003. Přístup z internetu:
URL: <http://www.csc.liv.ac.uk/research/techreports/tr2003/ulcs-03-013.pdf>
- [3] BUDIŠ, P., ŠTĚDRŮŇ B: Elektronické komunikace, Bratislava MagnetPress 2007
ISBN 978-80-89169-11-5
- [4] *Forbes* [online]. 2008 [cit. 2008-05-18]. Dostupný z WWW:
<http://www.forbes.com/lists/2008/18/biz_2000global08_The-Global-2000_Rank.html>.
- [5] FORET, Miroslav, Marketing pro začátečníky, Computerpress Brno 2008
ISBN 978-80-251-1942-6

- [6] FORET, Miroslav, Marketingová komunikace, Computerpress Brno, ISBN: 80-251-1041-9
- [7] HAVLÍČEK K., KAŠÍK M.: Marketingové řízení malých a středních podniků Management Press Praha 2005 ISBN 80-7261-120-8
- [8] KOTYK, J., Zabezpečení informačních technologií In: AUTOMATIZACE 5/2008 ISSN 0005-125X
- [9] POLČÁK R.: Právo na Internetu ,COMPUTERPRESS Brno 2007, ISBN 978-80-251-1777-4
- [10] SVĚTLÍK J.: Marketing pro evropský trh, Grada 2003 ISBN 80-247-0422-6
- [11] ŠTĚDRONĚ, Bohumír.: Künstliche Intelligenz; Problemlösung für die Zukunft ZUKUNFTE (Berlin) 49/2005, ISBN 0942 0436, str.44-45
- [12] ŠTĚDRONĚ, Bohumír.: Law for the future. International conference LEFIS, Firenze Italy, February 2006, www.lefis.org/meetings/general/firenze_2006/presentations/TXT72.pdf
- [13] ŠTĚDRONĚ, Bohumír.: Forecast for the Data Protection, In: Privacy Law and Business 3/2006. (100%) pp.8-9
<http://www.privacylaws.com/pdfs/newsletters/intnews84.pdf>
- [14] ŠTĚDRONĚ, Bohumír. New Trends in Data Protection. Brno 16.05.2007 – 16.05.2007. In: POLČÁK, Radim (ed.). *Law and Technology*. Brno : Masarykova univerzita, 2007, s. 209–215. ISBN n.
- [15] ŠTĚDRONĚ, Bohumír. *Manažerské řízení a informační technologie*. 1.vyd. Praha : Grada Publishing, 2007. 156 s. ISBN 978-80-247-2052-4.
- [16] STEDRON, B.: Forecast for Artificial Intelligence, FUTURIST (USA), March-April 2004, pp.24-25, ISSN 0016-3317
- [17] STEDRON, B. The possible Scenarios of the Data Protection, In: Datenschutz und Datensicherheit 11/2006. www.dud.de
- [18] VÁVRA, Oldřich, BOUČKOVÁ, Jana, JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, TLUČHOŘ, Jan, ČÁSLAVOVÁ, Eva, EXNER, Lubomír, KOUSALÍKOVÁ, Marcela, PTÁČNÍK, Petr, ZUZAŇÁK, Aleš, SOUKUP, Leoš, GROSOVÁ, Stanislava, TOMEK, Gustav, VÁVROVÁ Věra, ŠTĚDRONĚ, Bohumír. *Praktické marketingové aplikace*. 1. vyd. Praha : VŠE FPH, 2007. 194 s. ISBN 978-80-245-1307-2.
- [19] TOMEK, G., VÁVROVÁ V.: Řízení výroby a nákupu, nakladatelství GRADA 2007 ISBN / EAN 80-247-1479-0 / 9788024714790
- [20] TOMEK, G., VÁVROVÁ V.: Sřety marketingu, nakladatelství BECK 2007 ISBN / EAN 80-7179-887-8 / 9788071798873
- [21] Trevor Bench-Capon and Giovanni Sartor, a model of legal reasoning with cases incorporating theories and values. Artificial Intelligence. In Press, 2003 Přístup z internetu: URL: <http://www.csc.liv.ac.uk/~tbc/publications/ajjsartor.pdf>
- [22] VALENČÍK, R.: Teorie her a redistribuční systémy, VŠFS Praha 2008, ISBN 978-80-7408-002-9
- [23] VÍTEK, M: Ekonomika telekomunikací, ČVUT Praha 2006, ISBN 80-01-03019-9
- [24] WALKER, A.J. a kol.: Moderní personální management. Nejnovější trendy a technologie, Grada Publishing, Praha 2003, ISBN 80-247-0449-8
- [25] ZAMAZALOVÁ, M.a kol.: Nové trendy v marketingu. (CD ROM) Working Paper 1/2008. Praha: Oeconomica, 2008. 35 s. VŠE Praha
- [26] ZAMAZALOVÁ, M.: Vybrané projevy spotřebitelů ve vztahu k médiím. (CD ROM) In Vybrané pohledy na vybrané rozdíly ve spotřebním chování žen a mužů. Praha: Oeconomica, 2008. VŠE Praha

Nová právní úprava podnikání na kapitálovém trhu v ČR – plusy i minusy.

Jana Šturcová, Antonín Kubíček

Anotace.

Základním záměrem příspěvku je reagovat a zhodnotit provedenou právní úpravu podnikání na kapitálovém trhu v ČR, a to jak v souvislosti s transpozicí Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích investičních nástrojů (MiFID), ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES a dalších předpisů, tak i se situací, která v současné době charakterizuje stávající etapu – krizi, finančních trhů, a to jak v mezinárodní, tak i v národní dimenzi. Jako východisko pro naplnění zvoleného tématu považovali autoři za nezbytné formulovat, a to alespoň ve velmi stručné podobě, vlastní názor na význam a úlohu regulace a dohledu nad finančními trhy v jejich současné podobě a s výrazně modifikovanými základními cíli a následně pak kriticky analyzovat, podle jejich názoru nejvýznamnější kroky, které realizoval národní regulátor – MF, ČR, v procesu povinné transpozice výše uvedené Směrnice od českého práva.

Klíčová slova.

Regulace a dohled nad finančními trhy; integrita finančního trhu; výkonnost a efektivita regulace a dohledu; pozitivní a negativní regulace; produktová regulace; ochrana kapitálového trhu a investorů; trh s investičními nástroji MiFID; právo ES a jeho transpozice do práva ČR; přímo použitelné předpisy ES; profesionální zákazník; profesionální zákazník na žádost; novinka ve vymezení investičních nástrojů a služeb; informační povinnosti a jejich rozsah; změny v tržní infrastruktuře; provádění pokynů za nejlepších podmínek.

Úvod.

Současná situace na finančních trzích a její možné dopady na jejich další vývoj i na vývoj společenskoekonomického systému jako celku si nutně vyžaduje zabývat se kategoriemi, vztahy a procesy, u kterých dosud existují významné rozdíly v jejich chápání, oceňování i možných způsobech jejich praktického využití. Mezi tyto předměty zkoumání jednoznačně patří i regulace a dohled nad finančními trhy. Jakákoliv úvaha z této oblasti, což je i náš problém, se musí tedy alespoň rámcově dotknout této komplexní problematiky i když tento „dotyk“ může být někým chápán jako povrchní. Předem se omlouváme, ale jsme toho názoru, že vždy je úvodem třeba charakterizovat svůj přístup, aby bylo zřejmé z jakého „kadlubu“ budou vycházet nabízené výsledky provedených analýz i cíle, které jsou sledovány v definovaných doporučeních. v našem případě jde tedy o jednoznačné chápání regulace a dohledu jako organické součásti existence finančních trhů, ne tedy pouze jako o důsledek „specifického chování“ některých subjektů, které je svou „činností“ naplňují, ale jako něčeho co neomezuje, ale naopak pozitivně doplňuje jejich chování tak, aby byly schopny plnit své základní cíle. Právní normy, které jsme si dovolili v následujícím příspěvku posuzovat jsou, jako základní nástroj regulace, pak přirozeně z tohoto hlediska i posuzovány i když ne vždy jsme ochotni přijmout obecně přijatá řešení. v tom je tedy obsažena i novost našeho příspěvku.

Text

Současná situace na finančních trzích vyvolává, a to zcela pochopitelně, rozsáhlou množinu názorů hodnotících význam jejich regulace a dohledu, a to ze všech možných i nemožných zorných úhlů. Od názorů „Naší strategií je se s touto krizí razantně vypořádat“ (prezident G. W. Bush), až po „klouzačku k socialismu“ (senátor J. Hensarling) je možné se setkat, a to především v politických sférách, s tak různými návrhy, že některým ekonomům se začíná zdát, že dosavadní ekonomické teorie vyčerpaly svá pozitiva a je třeba začít se vším znovu. My sice takovéto názory nesdílíme, nicméně jsme toho názoru, že je nezbytné se pokusit o nová a jednoznačná vymezení postavení regulace a dohledu nad finančními trhy v kontextu

zachování jejich integrity jako základního cíle její existence. Postavení regulace a dohledu jako organických součástí tržního mechanismu, ne tedy jako něčeho co tento systém pouze doplňuje nebo dokonce narušuje, a to ve všech jejích racionálních podobách, je tedy nezbytné jednoznačně formulovat, a to aniž bychom „zneužívali“ současné situace, ale „pouze“ pro to, abychom se pokusili popsat či dokonce definovat její podstatu a cíle. Závažnost této snahy je pochopitelně mimo možnosti tohoto příspěvku, řešíme ji v rámci získaného interního grantu a pokusíme se i o získání grantu GAČR, nic méně již nyní jsme došli k názoru, že závěry Lamfalussyho procesu i na něj navazujícího procesu transpozice prováděcí směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích investičních nástrojů, ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES je ze své podstaty racionální, plně odpovídající dosažené úrovni integrace finančních, respektive jejich segmentu trhů s investičními nástroji. Tento závěr pochopitelně neznamená, že bychom vše, co je obsaženo ve výše uvedených směrnících, respektive co je výsledkem jejich transpozice do zákona č. 256/2004/ Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, považovali za optimální, jinak bychom pochopitelně ani neformulovali tento příspěvek, ale zároveň chceme i upozornit na slabá místa – mínusy, která mohou zbytečně způsobit další problémy a tak znovu otevřít diskusi o oprávněnosti či neoprávněnosti regulace a dohledu nad finančním trhem.

Základem výše uvedené Směrnice, dále jen MiFID, je zásadně nové chápání finančního investora – zákazníka a jeho vztahu k poskytovateli finančních služeb, především obchodníkovi s cennými papíry, významné rozšíření obsahu kategorií „Investiční nástroje a Investiční služby“, obsahu procesu „Komunikace se zákazníky“ a v neposlední řadě i změna v dosud existující tržní infrastruktuře, která se výrazně dotkne právě současné situace na českém trhu s investičními nástroji.

Předmětem úpravy je v novele uvedeného zákona zapracování příslušných předpisů Evropských společenství, návaznost na jejich přímo použitelné předpisy, úprava poskytování služeb v oblasti trhu s investičními nástroji, ochrana tohoto trhu a investorů a veřejná nabídka cenných papírů.

Zcela nově je v tomto zákoně definována kategorie „Profesionální zákazník“, kterým se zde rozumí nejen subjekty přímo vyjmenované nebo splňující stanovené podmínky, ale i osoba, které obchodník s cennými papíry požádá, aby s ní bylo zacházeno jako s profesionálním zákazníkem, a ten se žádostí souhlasí. Jeho souhlas je pochopitelně vázán na splnění řady podmínek, nicméně je podle našeho názoru možno tuto „novinku“ chápat jako jednu z nejdůležitějších změn ke kterým došlo v procesu regulace v posledním období, změnu která má v sobě významné prvky samoregulace a tedy i deregulace. i když jsou podmínky – kritéria, stanovená pro možnost získání postavení „profesionální zákazník na žádost“ velmi přísná a takových žádostí v našich krajích zřejmě mnoho nebude, je možno zařazení tohoto prvku „volnosti“ do striktních regulačních pravidel považovat za výrazný pozitivní krok do budoucna. v této souvislosti není možno pominout i to, že zákon umožňuje i opačný postup, tzn., že profesionální zákazník ze zákona se může s obchodníkem s cennými papíry dohodnout na jaké obchody nebo investiční služby nebude považován za profesionálního zákazníka.

Úloha obchodníka s cennými papíry nemá však pouze možné pozitivní dopady na zákazníky, ale i dopady negativní. Podle přijaté novely má totiž obchodník právo zákazníkovi sdělit, že jej za profesionálního zákazníka nepovažuje. i když je nezbytné aby z tohoto sdělení bylo zřejmé, jakého obchodu nebo obchodů s investičním nástrojem nebo jaké investiční služby se týká jsme toho názoru, že ač je tato reciprocita v jednání obchodníka vůči zákazníkovi pochopitelná bude nezbytné, aby byla přesněji upravena možnost jejího použití.

Pokud jde o úpravy v oblasti investičních nástrojů a investičních služeb jsme toho názoru, že byl velmi správně posílen princip „produktové regulace“, a to především tím, že mezi regulované investiční nástroje byla zařazena řada podrobněji definovaných derivátových

nástrojů, a to jak z oblasti finančních tak i komoditních, což vyjadřuje jak základní směr ve vývoji nových investičních nástrojů a nezbytnosti jejich pozitivní regulace jako základního principu předcházení možným problémům tak i trend komplexnějšího chápání finančních trhů, kde jako podkladová aktiva derivátů vystupují nejenom finanční nástroje a kategorie, ale i komodity. v oblasti investičních služeb považujeme za velmi pozitivní zařazení „poskytování investičních doporučení a analýz investičních příležitostí nebo podobných obecných doporučení týkajících se obchodování s investičními nástroji“ do doplňkových investičních služeb, a to včetně precizování jejich obsahu a dále i přesnější vymezení obsahu hlavní investiční služby „investiční poradenství týkající se investičních nástrojů“, která se stává v přijatém novém kontextu regulace jednou z nejvýznamnějších.

V nové právní úpravě pravidel činnosti a hospodaření obchodníka s cennými papíry je třeba jednoznačně pozitivně hodnotit zařazení § 11a Obchodník s cennými papíry je povinen poskytovat investiční služby s odbornou péčí a dále i ustanovení, že obchodník s cennými papíry je povinen průběžně ověřovat a pravidelně hodnotit přiměřenost a účinnost řídicího a kontrolního systému.

Nejvýznamnější změny novely oproti původnímu znění zákona jsou realizovány v oddílu: „Jednání obchodníka s cennými papíry se zákazníky“. v rámci obecných povinností při jednání se zákazníky je zdůrazněno, že obchodník s cennými papíry jedná kvalifikovaně, čestně, spravedlivě a v nejlepším zájmu zákazníků. Dílčí části tohoto oddílu se nazývají: Komunikace se zákazníky, Informování zákazníků, Vyžadování informací od zákazníků, Informace o pokynech a stavu majetku zákazníka a Informace o úvěrovém hodnocení.. Obsahy všech těchto pododdílů jsou zaměřeny v převážné míře na jednání obchodníka se zákazníkem, který není profesionálním zákazníkem a vyžaduje tedy daleko větší péči. Zdůrazňuje se zde například požadavek, aby obsah komunikace byl dostačující, přesný a nezdůrazňoval potenciální výnosy či výhody, které jsou spojeny s investiční službou nebo s investičním nástrojem, aniž by současně výrazně a objektivně neupozorňoval na všechna podstatná rizika, která jsou nebo mohou být s investiční službou nebo investičním nástrojem spojena. s nejvýznamnějšími částmi jednání se zákazníky a jejich informování je spojena i povinnost zpracovat příslušné prováděcí právní předpisy. Vyžadování informací od zákazníka je spojeno s poskytováním investiční služby obhospodařování majetku zákazníka, je-li jeho součástí investiční nástroj, na základě volné úvahy v rámci smluvního ujednání a služby investiční poradenství týkajících se investičních nástrojů. Obchodník s cennými papíry je povinen získat od zákazníka nezbytné informace – obsah těchto nezbytných informací stanoví prováděcí právní předpis, o jeho odborných znalostech a zkušenostech v oblasti investic, finančním zázemí a investičních cílech.

Jako zcela nová kategorie se v Hlavě věnované obchodníkovi s cennými papíry objevuje oddíl 9 nazvaný Systematická internalizace, která je v § 17a definována jako činnost obchodníka cennými papíry, který pravidelně a systematicky provádí pokyny zákazníků týkající se investičních nástrojů tak, že obchoduje se zákazníky na vlastní účet mimo regulovaný trh se sídlem v členském státě Evropské unie nebo mnohostranný obchodní systém provozovaný osobou se sídlem v členském státě Evropské unie. Systematická internalizace a mnohostranný obchodní systém se tak na tomto místě sledované právní normy objevují poprvé jako nové složky tržní infrastruktury, které by měly naše tržní podmínky přiblížit jejich podobě a možnostem v zemích Evropské unie. Podle našeho názoru, který bude rozpracován v následující části příspěvku, není však tento postup plně v souladu s možnostmi rozhodujícího podílu českých investorů a nebude moci kompenzovat ztrátu určitého tržního prostředí, které bylo pro naše podmínky typické (RMS).

Téměř zcela nově je formulovaná část pátá – Trh s investičními nástroji, které ve svém základním ustanovení - § 37 zdůrazňuje, že: „Organizátor regulovaného trhu je právnická osoba, která organizuje regulovaný trh na základě povolení České národní banky“, tedy žádný

burzovní, respektive neburzovní regulovaný trh. Další podnikatelská činnost organizátora regulovaného trhu může potom pouze spočívat v poskytování služeb souvisejících s finančním trhem nebo trhem komodit a to zejména v činnosti komoditní burzy (hle zde burza zůstává), v poskytování dalších služeb na finančním trhu podle jiných právních předpisů (zde nám jaksi chybí o které předpisy jde), v činnosti související s organizováním regulovaného trhu nebo provozování mnohostranného obchodního systému (a jsme opět u toho) a ve vzdělávací činnosti (zde si tedy přijde určitě na své). Na organizátora regulovaného trhu jsou v právní normě definovány organizační požadavky, mezi něž patří například zavést postupy pro řízení rizik, kterým je vystaven, zavést zásady a postupy pro zajištění řádného provozu jeho obchodních a jiných systémů, zavést pravidla obchodování, která zajišťují spravedlivé a řádné obchodování, zavést opatření zabraňující zneužívání trhu, zavést postupy pro vynucování plnění povinností stanovených pravidly obchodování a umožnit účastníkům jím organizovaného regulovaného trhu přístup k odpovídajícím informacím.

Za regulovaný trh je podle příslušných ustanovení zákona považován trh s investičními nástroji (§ 3 tohoto zákona), na kterém se obchoduje pravidelně a který má stanovená pravidla pro přijímání investičních nástrojů obchodování, pravidla obchodování a pravidla přístupu na tento trh, která jsou v souladu s uvedeným zákonem. Tento trh je musí být zároveň uvedený v seznamu regulovaných trhů členského státu Evropské unie. Za velmi významná ustanovení je nezbytné považovat i podmínky pro přijetí investičního nástroje k obchodování na regulovaném trhu a podmínky pro přijetí investičních cenných papírů k obchodování na regulovaném trhu (§ 56 a 57), které jsou formulovány velmi moderně, jednoznačně a navazují často na podmínky stanovené přímo použitelným předpisem Evropských společenství, například nařízení Komise (ES) č. 1287/2006.

Jako součást regulovaného trhu může organizátor organizovat oficiální trh s cennými papíry, který však musí splňovat speciální, přísnější podmínky pro přijetí cenného papíru k obchodování na tomto trhu, jako je například výše tržní kapitalizace u akcií, celková jmenovitá hodnota emise dluhopisu, je plně splacen emisní kurz těchto akcií nebo dluhopisů, alespoň 25% akcií, které mají být přijaty k obchodování na tomto trhu, je ve vlastnictví veřejnosti členských států Evropské unie, emise těchto akcií nebo dluhopisů byla vydána v jedné podobě a všechny její kusy mají stejnou jmenovitou hodnotu a organizátorovi nejsou známy okolnosti, které by v případě jejich přijetí obchodování na oficiálním trhu mohly vést k poškození investorů, k ohrožení jejich zájmu nebo k ohrožení důležitých veřejných zájmů.

Zcela nový je obsah Hlavy třetí uvedené části zákona – Obchodování v mnohostranném obchodním systému, jak jsme se již zmínili výše, nové složky tržní infrastruktury českého trhu obchodování s investičními nástroji. Za mnohostranný obchodní systém je považován trh s investičními nástroji, provozovaný obchodníkem s cennými papíry nebo organizátorem regulovaného trhu, který má stanovená pravidla pro přijímání investičních nástrojů k obchodování v tomto systému, pravidla obchodování v tomto systému a pravidla přístupu do tohoto systému, která jsou v souladu s tímto zákonem. Pokud jde o pravidla přístupu do tohoto obchodního systému, pak jsou obdobná s pravidly přístupu na regulovaný trh a kde mimo jiné je řečeno, že účastníkem může být kromě obchodníka s cennými papíry i jiná osoba, která je důvěryhodná a odborně způsobilá, má dostatečnou schopnost a způsobilost obchodovat, má vhodné organizační předpoklady a disponuje dostatečnými finančními zdroji, zejména s ohledem na zajištění vypořádání obchodů. Tento popis je sice „zcela vyčerpávající“ nicméně, a to přesto jak moc se snažíme, nám nedává odpověď kdo může či je tato jiná osoba. Určitě to ale není náš drobný investor, který se dosud „vyžíval“ v prostředí RM.- s a tak udržoval či překonával vazbu na Kuponovou privatizaci, svá mladší léta a dokazoval si, že něco stále ještě umí. Transpozici mnohostranného obchodního systému do české tržní infrastruktury tak v žádném případě nepovažujeme za omyl, ale zároveň jsme přesvědčeni, že

nebylo nezbytné rušit tu její součást, která byla výrazně spojena s historií restaurace českého kapitálového trhu, umožňovala s dostatečným komfortem účast drobných investorů na procesu finančního investování a zároveň v žádném případě neohrožovala jeho integritu či mohla vyústit v jeho zneužití.

Poslední změny v právní úpravě podnikání na kapitálovém trhu ke kterým se chceme vyjádřit jsou obsaženy v Hlavě III Části deváté zákona o podnikání na kapitálovém trhu a týkají se správních deliktů a přestupků. Celkově je možno provedené změny hodnotit velmi pozitivně, a to jak z hlediska jejich obsahu, jsou plně v souladu s transpozicí MiFID-u do české právní normy, tak i z hlediska formulačního, když proti původní úpravě působí mnohem celistvěji a jednoznačněji.

Závěr

Celkově je možno hodnotit novou právní úpravu podnikání na kapitálovém trhu v ČR jako zdařilou. Je to pochopitelně především díky kvalitě Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2004/39/ES ze dne 21. dubna 2004 o trzích finančních nástrojů, ve znění Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/31/ES a dalších příslušných předpisů, v žádném případě však není možno pominout význam práce našich legislativců a především specialistů na regulaci a dohled nad trhy s investičními nástroji, kteří převzali základní odpovědnost za správné pochopení názorů a stanovisek v těchto předpisech obsažených a zároveň i za jejich správnou transpozici do českého práva. Do těchto předpisů je podle našeho názoru zapracovaná nová filozofie regulace a dohledu, filozofie o které jsme již zmínili v úvodu a prvních odstavcích našeho příspěvku, filozofii, která je založena na snaze zvýšit výkonnost a efektivitu regulace a dohledu aniž by požadovala zvýšení jejího rozsahu, filozofii, která si je vědoma, že v regulaci se stále musí zvyšovat váha seberegulace a deregulace, která je pochopitelně z dlouhodobého hlediska prioritním záměrem a cílem. To pochopitelně nevylučuje, ale naopak vyžaduje aby v určitých krizových situacích byly aktivně hledány sofistikovanější metody i postupy v oblasti regulace a dohledu protože pouze ony mohou odpovídajícím způsobem zareagovat na sofistikovanost „na druhé straně barikády“. a o to přeci také jde. Pouhou osvětovou činností, i když má obrovský význam, veškeré problémy nelze vyřešit.

Použitá literatura:

Pavlát V., Kubíček A., Regulace a dozor nad kapitálovými trhy, VŠFS, o.p.s., Praha 2004, ISBN: 80-86754-13-8

Pavlát V. a kol., Kapitálové trhy, druhé vydání, Professional Publishing, Praha 2005, ISBN-80-86419-87-8

Úplné znění zákona č.256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu, ve znění pozdějších předpisů, ÚZ č.683, Sagit, Praha 2008

Konzultační materiál MF ČR, MiFID, Praha 2006

Loader D., regulation & compliance in operation, Elsevier Finance, Oxford 2004, ISBN 0 7506 5487 2

Autoři:

Jana Šturcová, Bc., VŠFS, Estonská 500, 101 00 Praha 10, 210 088 814, 9168@mail.vsfs.cz

Antonín Kubíček, doc.Ing.CSc., VŠFS, Estonská 500, 101 00 Praha 10, 210 088 814, antonin.kubicek@vsfs.cz

Teorie a praxe procesního řízení

David Tuček, Zuzana Tučková

Anotace

Model řízení, jenž je v literatuře označován, jako tradiční je založený na hierarchické dekompozici organizační struktury. Podnik je rozdělen na provozovny, odbory, úseky a každý jeho útvar má samostatnou agendu a svoje odpovědnosti. Útvary však často mají tendenci vytvářet kolem sebe bariéry, zejména komunikační a informační, čímž ohrožují celkovou kvalitu činností, které jsou klíčové pro prosperitu celé firmy. Oproti tomu procesní management je relativně nový pohled na organizaci, který rozhýbává aktivity mnoha podniků a je alternativou vůči útvarovému uspořádání. Procesní organizace se snaží organizovat a řídit práci jako ucelený proces, který je dále dekomponován na jednotlivé, vzájemně logicky provázané subprocessy.

Summary

The model of management, who is in literature called like traditional, is based on hierarchical decomposition of organizational structure. Company is divided on workroom, union, partitions and every formation of his has independent agenda and his responsibility. However the formation often have tendency create about themselves barrier, especially communications and informatics barrier. This is the reason why, they endanger general quality of the activities, which are key-account for prosperity of the whole firm. Compared to that, process management is relatively new view of organization that moves activities of many companies. Process organization tries organize and manage the work like comprehensive complex, that is of further distribute on individual subprocesses, which are logically linked.

Klíčová slova

Procesní řízení podniku, procesní modelování, reengineering podnikových procesů, ARIS (Architecture of Integrated Information Systems), ARIS Toolset, ARIS Business Architect, ERP (Enterprise Resource System).

Key words

Business Process Management, process modelling, Business Process Reengineering, ARIS (Architecture of Integrated Information Systems), ARIS Toolset, ARIS Business Architect, ERP (Enterprise Resource System).

Úvod

Problematika řízení podnikových procesů (Business Process Management - BPM) ve slovníku našich manažerů již zdomácněla. Komponenty procesního řízení představují souhrn nástrojů a technik, které mohou na trhu s globální konkurencí poskytnout konkurenční výhodu nejen velkým, ale i podnikům z kategorie malých a středních. Výsledkem uplatnění dále uváděných komponent je možné dosáhnout flexibility podnikových procesů, jež podnikům (jakékoliv velikosti) umožní rychleji a efektivně reagovat na změny na trhu a v podnikovém okolí vůbec.

Cíl

Tento příspěvek se sice ve své praktické ukázce zabývá problematikou procesního řízení v oblasti utilit, konkrétně energetiky, to však neznamená, že by poznatky níže uvedené byly využitelné pouze ve stejném či příbuzném odvětví.

Je známo, že procesní řízení je využíváno v řadě odvětví výrobní, nevýrobní i terciární sféry a jeho obecné zásady platí ve všech odvětvích stejně. Tuto skutečnost, můžeme podpořit i našimi (níže citovanými) výzkumy.

Ukázka příkladu budování procesně řízené organizace popsána formou případové studie je také důležitou součástí našeho článku. Jedná o stručné přiblížení procesu implementace procesního řízení ve společnosti Pražská energetika, a.s., konkrétně o přiblížení etapy modelování procesů společnosti.

1. BPM vs. BPR

Začneme ale raději od základů. Velmi často jsou manažeři, dokonce i v renomovaných časopisech postaveni před několik podobných termínů a pojmů, které se mohou na základě nepřesných informací zaměnit nebo přinejmenším nepřesně vyložit jejich správný obsah a podstatu. Jak je to tedy s pojmy Business Process Management (BPM) - **řízení**

podnikových procesů a Business Process Reengineering (BPR) **tzn. reengineering podnikových procesů**? Jak je to s jejich využitím v praxi? v této podkapitole bychom Vás rádi krátce, ale výstižně s těmito termíny a jejich náplní seznámili.

Z pohledu vývoje managementu a Business Process Managementu autoři jako např. King, Fingar, Smith ad. nabízí k pochopení souvislostí a rozdílů mezi oběma různá pojetí. Kupříkladu King rozlišuje čtyři vývojové vlny BPM [8].

Ve svých publikacích mezi ně uvádí:

- 1) **první vlna BPM** – byla zaměřena na neustálé zlepšování procesů a v mnohém se prolíná s filosofií TQM (Total Quality Management) - filosofií směřující k zvyšování produktivity za současného zvyšování jakosti a snižování ztrát z nejakostní výroby a zvyšování spokojenosti zákazníků. TQM je tedy systematické a důsledné uplatňování několika metod v rámci podnikové struktury, jasně zaměřené na jakost a spokojenost zákazníků. Jeden z mnoha pilířů, na kterém tato filosofie a výrazný směr v řízení kvality stojí je právě skutečnost, že těžiště je v procesu kontinuálního zlepšování podnikových procesů (Kaizen).
- 2) **druhá vlna BPM** - za tuto vlnu je považována právě orientace na Business Process Reengineering – neboli jen krátce Reengineering, což je směr managementu směřující k zásadní, radikální a převratné změně organizace používaných pracovních postupů či technologie. Očekávaným výsledkem je dosažení nikoli inkrementálního, ale radikálního vzrůstu výkonnosti organizace.
- 3) **třetí vlna BPM** – za kterou jsou tímto autorem považovány aktivity vedoucí k vytvoření procesně orientované organizace. Můžeme říci, uplatnění hlavních komponent procesního řízení, mezi které patří [9]:
 - určení klíčových (hlavních) procesů včetně určení vlastníků a zákazníků těchto procesů;
 - v rámci popisu procesů i jejich mapování a tvorbu procesních map (procesního modelu podniku) pro zachycení procesního systému řízení;
 - využití procesních map (modelů), pro hodnocení nákladové náročnosti procesů a zvyšování jejich efektivnosti;
 - trvalé zlepšování procesů a měření jejich výkonnosti;
 - kvalita je ve společnosti chápána hlavně jako požadavek standardů kvality, které vychází z procesního modelu;
 - informační technologie ve společnosti jsou podporou procesů;
 - zatímco procesní model tvoří základnu procesního řízení, strategické řízení je chápáno jako vrchol „pyramidy“ procesního řízení;
 - řízení kompetencí je chápáno jako systém umožňující obsazovat role v jednotlivých procesech (řídících i klíčových) takovými pracovníky, kteří pro ně mají adekvátní znalosti a schopnosti.Např. Hejduk pak uvádí jako klíčové:
 - procesní model;
 - trvale zlepšované procesy – postupy pro optimalizaci a zlepšování procesů;
 - strategické řízení;
 - řízení kompetencí;
 - řízení jakosti.
- 4) **čtvrtá vlna BPM** – je souhrn aktivit směřující k dosažení konkurenceschopnosti založené hlavně a výhradně na procesech.

Pro pochopení rozdílů a vazeb mezi BPM a BPR je dobré citovat i další autory, např. Scheer při uplatnění tohoto manažerského směru doporučuje nejdříve v organizaci implementovat procesní řízení a až poté se zaměřit na reengineering procesů na základě konkrétních priorit organizace [7].

Podle celé řady autorů např. Robsona a Ullaha [6] či poradenských společností: IDS Scheer, AP Partner Consulting a.s. [3], Plaut Consulting ČR ad. je pro zvýšení výkonnosti procesů podniku doporučována důsledná realizace několika kroků, na kterých se tito autoři ve značné míře shodují.

Tento postup lze v bodech definovat následovně:

- odsouhlasení základních pravidel v rámci nasazení procesního řízení;
- formulace smyslu takového projektu;
- identifikace a odsouhlasení kritických faktorů úspěchu;
- identifikace a odsouhlasení jednotlivých typů podnikových procesů;
- modelování jednotlivých typů podnikových procesů (podle kritických faktorů úspěchu) s využitím procesních týmů – vytvoření procesní mapy;
- stanovení priority procesů;
- měření výkonnosti procesů;
- optimalizace podnikových procesů;
- dále často následují projekty reengineeringu procesů, probíhající dle samostatných scénářů.

Z pohledu časového horizontu potom můžeme rozdělit přechod na procesní řízení do dvou fází:

1. Krátkodobá, rychlá fáze (v řádu měsíců), která má za úkol nastavení prostředí pro procesní řízení ve společnosti (tzv. modelace procesů) a dále realizaci změn:

- ve strategii;
- v procesech;
- v organizační struktuře;
- v motivačním systému;
- informačních technologií.

2. Dlouhodobý horizont probíhá řádově i několika let, můžeme ji nazvat i fází zlepšování a zahrnuje:

- akceptaci nového způsobu řízení zaměstnanci;
- změny podnikové kultury;
- nezbytné průběžné zlepšování procesů.

2. Proč procesní řízení?

Dále bychom v tomto článku nastínili důvody, které vedou podniky k zájmu o implementaci procesního řízení, protože přesné zhodnocení důvodů, které vedou podniky k využití prvků procesního řízení v jejich každodenní praxi, byly předmětem i realizovaných výzkumů publikovaných např. v našem článku na tomto setkání v r. 2007. Hlavním cílem procesního řízení je rozvíjet a optimalizovat denní chod společnosti způsobem, který definuje pracovní postup (proces) jako ucelený sled aktivit napříč podnikem, kde pro každý proces jsou definovány jeho vstupy, výstupy a odpovědnosti.

Tento způsob řízení definuje osobní zodpovědnost za proces i za každou aktivitu, nastavuje systém měření výkonnosti procesů a sleduje a vyhodnocuje každý proces.

Tyto aktivity musí být realizovány (implementovány) tak, aby:

- byla dodržována kvalita produkce daná měřenými parametry,
- byly optimálně využívány dostupné zdroje,
- byla průběžně zvyšována výkonnost podniku dle předem známých a měřených kritérií.

BPM tedy automatizuje podnikové procesy a je jim schopen zajistit potřebnou flexibilitu. Důvodů pro zavedení procesního řízení je celá řada, ale z praxe výrobních i nevýrobních podniků a organizací se dají vysledovat tyto základní důvody, jenž hovoří ve prospěch procesního řízení. Patří k nim bezesporu:

- nutnost reagovat na zásadní změny v podnikovém okolí,
- nutnost změny v podnikové organizační architektuře,
- podpora při vylučování procesů jenž nepřidávají hodnotu pro zákazníka,
- z důvodů nutnosti integrace (např. spojení operací, začlenění zákazníka do procesu výrobce, dodavatele do procesu výrobce),
- záměr certifikovat systém řízení kvality podle ISO 9001 [9].

Přínosy zavedení procesního řízení jsou přitom nesporné mezi nejdůležitější patří:

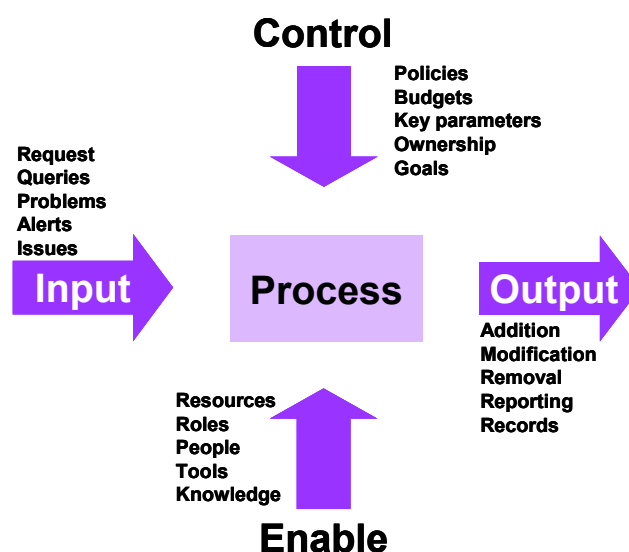
- transparentně a efektivně fungující procesy;
- procesně orientovaná organizační struktura podporující výkonnost procesů;
- zkrácení průběžných dob, snížení nákladů;
- schopnost pružně reagovat (vysoká konkurenceschopnost);
- fungující systém měření a vyhodnocování;
- motivování a zapojení zaměstnanci se zvyšujícími se znalostmi;
- fungující průběžné zlepšování procesů.

Někteří zástupci konzultantských firem např. Michelfeit (IBM Global Services) tvrdí, že různý stav implementace procesního řízení, příp. různých standardů dočasně neumožňuje plně sdílet zdroje a vyžaduje některé zdroje dedikovat pro jednotlivé zákazníky [5]. Nabízí i řešení, při kterém se je možné těmto nevýhodám vyhnout při sledování všech atributů uvedených na obr. 1.

Často však organizace zůstanou stát v půli cesty. v průběhu implementace pověří správou procesů pracovníky zodpovědné za jednotlivé procesy, takzvané vlastníky procesů. v rutinním provozu, ale už podnik služeb těchto vlastníků procesů nevyužívá a nepřejde z tradičního liniového řídicího modelu na maticovou organizaci, kterou procení přístup vyžaduje.

Důvodů je celá řada. Jedním z nich je fakt, že **tradiční liniová vertikální řídicí struktura**, charakterizovaná existencí jednotlivých oddělení, je velice zakořeněná a přes zřejmé nedostatky, stále nejvíce využívaná. Jejími nevýhodami jsou vyšší izolovanost jednotlivých oddělení, nižší koordinovanost, často se pracuje pro uspokojení vedoucího a ne zákazníka, rozhodovací proces je pomalý.

Obr. 1 Jak se vyhnout některým chybám při implementaci PŘ



Zdroj: [5]

Pokud se ovšem **procesní řízení a maticová organizace** dobře zavedou, vede taková změna ke **zvýšené kooperaci při cíleném uspokojování potřeb zákazníka**. Tradiční linioví manažeři nezmizí, ale stávají se spíše poskytovateli zdrojů, především vyškolených kvalitních lidí pro procesy a jejich vlastníky. Tito školení odborníci pak mají zodpovědnost za průběh, měření, vyhodnocování a optimalizaci svých svěřených procesů [5].

Metodika tvorby a následná realizace strategie je však problematika velmi náročná, protože strategické procesy mají své specifické rysy, kterými se zásadně liší od taktického a operativního řízení. To samé platí, dle některých zdrojů, také o procesním přístupu [4]. Protože v případě, že jsou změny prováděny nesystémově a navíc se má za to, že proběhly, když se změnila organizační struktura, která se pojmenuje jako procesní, i když ve skutečnosti funguje ta stará. Takový povrchní postup vede jen ke vzniku chaosu a k uspíšení krachu firmy. Specifický problém, který se týká tradičních firem a souvisí s neschopností řídit změny, respektive implementovat procesní řízení, spočívá v tom, že nejsou schopny se přeorientovat z výrobní orientace na orientaci na zákazníka. Toho nebylo a není možné dosáhnout jen tím, že se vytvoří oddělení marketingu a prodeje a zbytek podniku se nadále chová tak, jak mu káže výrobní orientace. Mezi jednotlivými funkčními odděleními nadále existují bariéry, které způsobují neefektivnost, zpoždění, nekvalitu a ignorování potřeb zákazníka.

3. Mapování procesů ve společnosti Pražská Energetika a.s. (PRE)

Na příkladu této společnosti si přiblížíme uplatnění jedné z důležitých komponent procesního řízení - mapování procesů v rámci popisu procesů a tvorbu procesní mapy (procesního modelu podniku) pro zachycení procesního systému řízení. Jinými slovy procesní model zachycuje všechny podstatné objekty podnikové reality a jejich vazby.

Zdůrazníme hlavně klíčové rysy procesního modelování ve společnosti **PRE**. Přitom je však důležité uvést, že při realizaci procesního řízení je v organizaci nutné uplatnit i další komponenty procesního řízení, mezi které patří [9]:

- určení klíčových (hlavních) procesů včetně určení vlastníků a zákazníků těchto procesů;

- využití procesních map (modelů), pro hodnocení nákladové náročnosti procesů a zvyšování jejich efektivnosti;
- trvalé zlepšování procesů a měření jejich výkonnosti;
- kvalita je ve společnosti chápána hlavně jako požadavek standardů kvality, které vychází z procesního modelu;
- informační technologie ve společnosti jsou podporou procesů;
- zatímco procesní model tvoří základnu procesního řízení, strategické řízení je chápáno jako vrchol „pyramidy“ procesního řízení;
- řízení kompetencí je chápáno jako systém umožňující obsazovat role v jednotlivých procesech (řídících i klíčových) takovými pracovníky, kteří pro ně mají adekvátní znalosti a schopnosti.

3.1. Proč se v PRE rozhodli pro mapování procesů?

Společnost se musela vyrovnat s liberalizací obchodu s elektřinou, vstupem konkurence, stále stoupajícími požadavky externích zákazníků, ale i podněty, které vznikají vnitřním růstem firmy. Aktivní zvládnutí přeměny společnosti v odpovídajícím čase bylo a je podmínkou přežití a umožní ho jen velmi dobrá znalost všech vnitřních i vnějších vazeb a souvislostí podnikových procesů.

Pro společnost je nezbytné vytvářet celistvé podnikové procesy vycházející z potřeb trhu, s jednoznačnou odpovědností za jejich realizaci, plnící svůj hlavní cíl, na jedné straně plně uspokojit zákazníka, na straně druhé vytvořit zisk.

Tlak změn vnějšího a nakonec i vnitřního prostředí vedl vedení společnosti k uvědomění si nutnosti procesního pohledu na fungování PRE, a. s. Prvním krokem k úspěšnému provedení změn byla důkladná analýza současného stavu vlastních procesů a vazeb k okolí. Cílem projektu Mapování procesů tedy bylo **identifikovat procesy probíhající** ve společnosti PRE, zakreslit jejich průběh, popsat jejich vlastnosti a na jejich základě procesy vyhodnotit. To poskytlo základnu, podle které se následně rozhodovalo o dalším rozvoji firmy a postupu v řízení změn.

3.2. Co mapování procesů přineslo?

Řízení chodu společnosti velikosti PRE není jednoduchou záležitostí. Přehledné zakreslení procesů v několika úrovních podrobnosti se zaznamenáním klíčových vlastností a především vazeb umožní komplexní pohled na fungování společnosti. Této provázanosti lze využívat s výhodou právě k modelování a simulaci při posuzování veškerých důsledků změn v jedné části společnosti na ostatní části, změn jednoho procesu na jiné procesy tak, aby nedošlo k jejich "špatnému propojení". Každý proces by měl také mít nejen svého zákazníka, ale i svého vlastníka (správce), který odpovídá za jeho plynulé a kvalitní provádění a také za jeho průběžnou optimalizaci.

Poctivě zpracovaný model procesů není právě jednoduchý, a proto se pro zachycení výsledků používá různých SW nástrojů. Ve společnosti je využívány některé nástroje z platformy ARIS (Architecture of Integrated Information Systems), konkrétně ARIS Toolset (dnes ARIS Business Administrator), který umožňuje provázání různých úhlů pohledu na podnikovou realitu a redukci složitosti používáním hierarchických rozkladů [2].

3.3. Realizace projektu Mapování procesů

Procesní tým tohoto projektu čítal čtrnáct pracovníků a byl složený ze zástupců důležitých oblastí činnosti společnosti. v první fázi se jeho členové zabývali vlastním nalezením procesů bez ohledu na stávající organizační strukturu. Pro každý proces byl definován jeho hlavní cíl a byly provedeny SWOT analýzy. Tzn. popis silných a slabých stránek, další příležitosti rozvoje procesu, ale také identifikovány jeho možná ohrožení.

Poté nastala náročná fáze zakreslování jednotlivých procesů - návaznosti událostí a funkcí a přiřazování organizačních útvarů, nejdůležitějších dokumentů a aplikací, které činnost využívá. Práce probíhala formou schůzek, jejichž výsledky zakreslovali pracovníci firmy konzultační společnosti do prostředí ARIS. Nejdříve se provádělo mapování v hrubých rysech s pouhým přehledným zachycením procesu. Některé z funkcí pak byly rozvedeny a popsány v detailnějším pohledu. Způsob a hlavně věrohodnost zachycení procesů byla v několika kolech posuzována a modely doplňovány.

Při modelování podnikových procesů a jejich dalších analýzách a optimalizaci byla dodržena následující hierarchizace. Nejvýše se řadily tzv. skupiny procesů, na další úrovni stojí procesy a subprocessy, jenž je dále možné členit na činnosti, a pokud je třeba ještě dále na detaily činností.

Zároveň členové procesního týmu zjišťovali míru uspokojení požadavků interních zákazníků se stávajícím průběhem procesů. Následně byla jednotlivým procesům přiřazena jejich doba trvání a náklady a proběhl průzkum s cílem zjištění požadavků některých skupin externích zákazníků a dalších stakeholderů PRE. Poslední fází projektu je ohodnocení procesů.

3.4. Výsledky mapování procesů a pokračování projektu

Jak již bylo uvedeno v předchozích odstavcích, projekt mapuje současný stav. Popis stávajících procesů nelze v žádném případě zaměňovat s návrhy organizačních změn. Navíc organizační změny jen v dílčích částech nemusí přinést optimální celkovou organizační strukturu. Již v této době zjištěné skutečnosti ale ukazují na některá slabá místa v průběhu a vzájemných vazbách mezi procesy či v komunikaci uvnitř společnosti.

Východiskem pro **změny v rámci návazných projektů** nebude jen zpracovaný popis procesů, ale i jasně formulovaná strategie společnosti. Jedním z prvních kroků, který bude následovat po ukončení fáze mapování procesů, bude vyhodnocení a porovnání výsledků mapování s dosud formulovanými vizemi a cíli společnosti. v souvislosti se strategickými úkoly bude též nutné vypracovat standardy činností a pracovních postupů spolu s jednotným popisem funkcí - profesí.

Správně zmapované procesy též manažerům umožní zaměřit se na vyhledání a účelnou redukci činností a aktivit, které nepřinášejí žádnou hodnotu a které tudíž zatěžují daný proces zbytečnými náklady a nároky na čas. Uvedené kroky povedou k vypsání strategických projektů vedoucích k transformaci procesů s přesně stanovenými prioritami.

Závěr

Článek prezentuje kromě některých teoretických základů Business Process Managementu (BPM) - **řízení podnikových procesů** a Business Process Reengineeringu (BPR) - **reengineeringu podnikových procesů i projekt mapování procesů ve společnosti PRE**, který je důležitou základnou, na které se může stavět rozhodování o změnách v průběhu procesů. Tím se i v této společnosti podařilo přispět k naplnění cílů společnosti a jejímu úspěšnému postavení na trhu, což je možné pouze s procesy, které jsou prováděny co nejúčinněji, nejrychleji a s co nejmenšími náklady a nejvyšší kvalitou.

Literatura:

- [1] HRONKOVÁ, L., HOLOČIOVÁ, Z., Teorie průmyslových podnikatelských systémů I., UTB ve Zlíně, r. 2005, vydání druhé, ISBN 80-7318-270-X
- [2] Interní podklady společnosti PRE, a.s.
- [3] KARMAZÍN L. Reengineering podnikových procesů v praxi. In *Efektivnost podnikových procesů*. Sborník přednášek ze semináře, Zlín: Optimicon, s.r.o./ TIC s.r.o. 2006, s. 1-39.
- [4] MANAGEMENT CZ. *Největší problémy managementu*. [online]. TrimCon s.r.o, 2005-04-18 [cit. 2006-08-10]. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.management.cz/?nav=problmy-eeen&detail=nejvetsi-problemy-managementu>>.
- [5] MICHELFEIT S. *Procesní řízení IT z pohledu dodavatele*. [online]. [Praha (Česká republika)]: ČSSI, VŠE Praha, 2006-10-6 [cit. 2006-11-6]. Dostupné na World Wide Web: <http://www.cssi.cz/publ_si_clanek.asp?typ=1&kod=957>.
- [6] ROBSON, M., ULLAH, P. *Praktická příručka podnikového reengineeringu*. 1. vydání. Praha: Management Press, 1998. 178.s. ISBN 80-85943-64-6
- [7] SCHEER, W., A., KRUPPKE, H., JOST, W., KINDERMANN, H. *Agility by ARIS Business Process Management*. Berlin: Springer-Verlag, 2006. 281 p. ISBN 3-540-33527-7
- [8] ŠMÍDA, F. *Zavádění a rozvoj procesního řízení ve firmě*. 1 vydání. Praha. Grada Publishing, 2007. 293 s. ISBN 978-80-247-1689-4
- [9] TUČEK D. *Aspekty procesního řízení a koncepty řízení výroby českých průmyslových podniků*. Habilitační práce. UTB ve Zlíně, Fakulta managementu a ekonomiky, 2006. 253 s.

Kontaktní adresy autorů

doc. Ing. David Tuček, PhD.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav průmyslového inženýrství a informačních systémů
Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
Ústav podnikové ekonomiky
Mostní 5139
760 01 Zlín
Česká republika
tucek@fame.utb.cz
tuckova@fame.utb.cz

Zaměstnanost vs. nezaměstnanost – komparativní pohled v rámci zemí EU

Michal Tvrdoň

Anotace: Země Evropské unie si v rámci tzv. Lisabonské strategie stanovily v oblasti trhu práce několik priorit, mezi něž patří mimo jiné i snaha zvýšit zaměstnanost. První část příspěvku je věnována základní charakteristice trhů práce v zemích Evropské unie, tj. popisu tendencí vývoje pracovní síly. v rámci tohoto článku je také diskutována řada ukazatelů, které se týkají nezaměstnanosti, resp. zaměstnanosti. v článku jsou v rámci zemí EU komparovány základní ukazatele trhu práce, jako je míra zaměstnanosti, míra nezaměstnanosti, struktura zaměstnanosti dle odvětví, skladba nezaměstnanosti. Za účelem efektivnějšího porovnání autor vytvořil specifický čtyřúhelník, kdy se dá na základě jeho tvaru poměrně snadno porovnat aktuální situace na trhu práce v jednotlivých zemích Evropské unie. Autor se také snaží poukázat na to, že jednotlivé ukazatele je nutno zkoumat ve vzájemných souvislostech.

Klíčová slova: trh práce, nezaměstnanost, zaměstnanost, EU.

Úvod

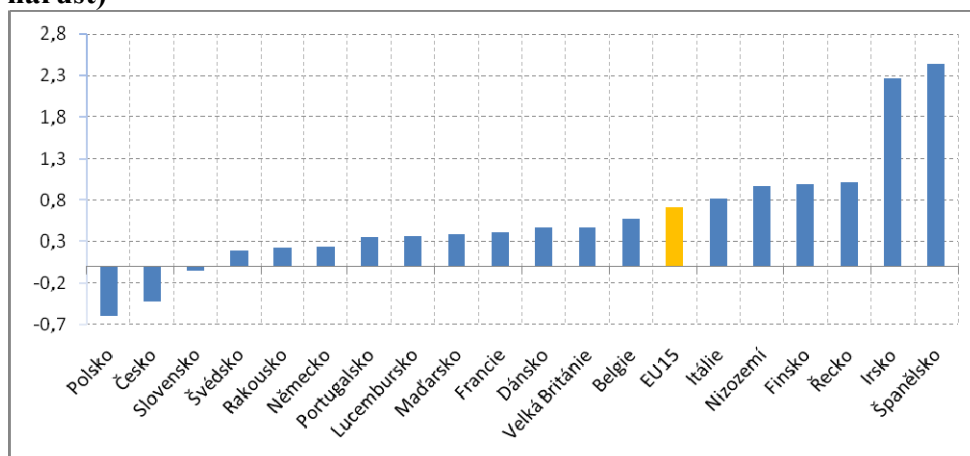
Cílem této stati je pomocí srovnávací analýzy charakterizovat základní vývojové tendence trhu práce v jednotlivých zemích EU. Sledované země bychom mohli rozdělit do dvou rozdílných skupin – tj. země V-4 (Polsko, Maďarsko, Česko a Slovensko) a původní země EU (v počtu 15 zemí). Země V-4 mají podobný historicko-ekonomický vývoj, kdy po pádu komunismu prodělaly tyto země ekonomickou transformaci. Jako vnější institucionální kotvu pro přechod k tržní ekonomice si tyto země stanovily Evropskou unii a členství v ní se mělo stát jakýmsi potvrzením úspěšného završení procesu transformace. i přesto můžeme pozorovat ve vývoji některých ukazatelů jisté odlišnosti, což je diskutováno v rámci tohoto příspěvku.

Vývoj jednotlivých ukazatelů

Míra zaměstnanosti dle metodologie OECD ukazuje procentní podíl zaměstnaných osob na celkovém počtu obyvatelstva v produktivním věku, tj. 15 až 64 let. z krátkodobého hlediska je tento ukazatel ovlivňován vývojem hospodářského cyklu (v recesi se zpravidla hodnota tohoto ukazatele snižuje, v období hospodářského růstu naopak zvyšuje). z dlouhodobého hlediska je pak tento ukazatel signifikantně ovlivňován působením hospodářské politiky vlády, a to v závislosti na tom, jak vláda podporuje vzdělávání či možnosti zaměstnávání žen. Míru zaměstnanosti můžeme vykazovat jednak bez rozdílu pohlaví, jednak jsme schopni spočítat míru zaměstnanosti pro muže a ženy zvlášť. Ve většině zemí se jednotlivé hodnoty pro obě pohlaví liší. Všechny tři ukazatele komparujeme v následující části příspěvku.

Nejdříve se věnujeme obecné míře zaměstnanosti, nerozlišujeme tedy pohlaví zaměstnané osoby. Jak je vidět v následujícím grafu, vývoj tohoto ukazatele (měřeno jako průměrný procentní meziroční nárůst), byl v jednotlivých zemích EU značně diferenciovaný. Ve sledovaném období let 1993-2006 se míry zaměstnanosti snížila ve třech členských zemích EU, konkrétně v Polsku, Česku a na Slovensku. Ve zbylých zemích se míra zaměstnanosti zvýšila, nejsignifikantněji pak v Irsku a ve Španělsku. Domníváme se, že hlavní příčinou poklesu v případě zemí Visegradské skupiny je složitý proces ekonomické transformace, který se musel nutně odrazit i v tomto ukazateli.

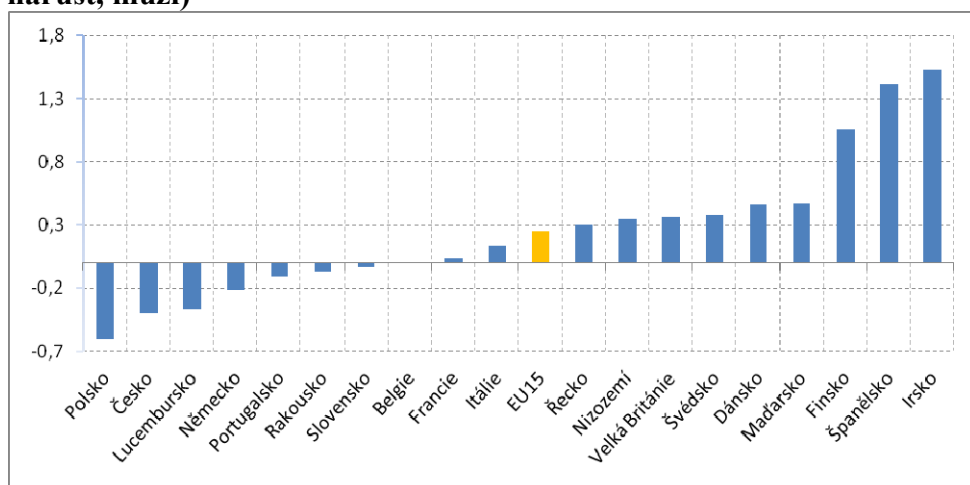
Graf 1 Vývoj míry zaměstnanosti (1993-2006, jako průměrný meziroční procentní nárůst)



Zdroj: OECD Factbook 2008

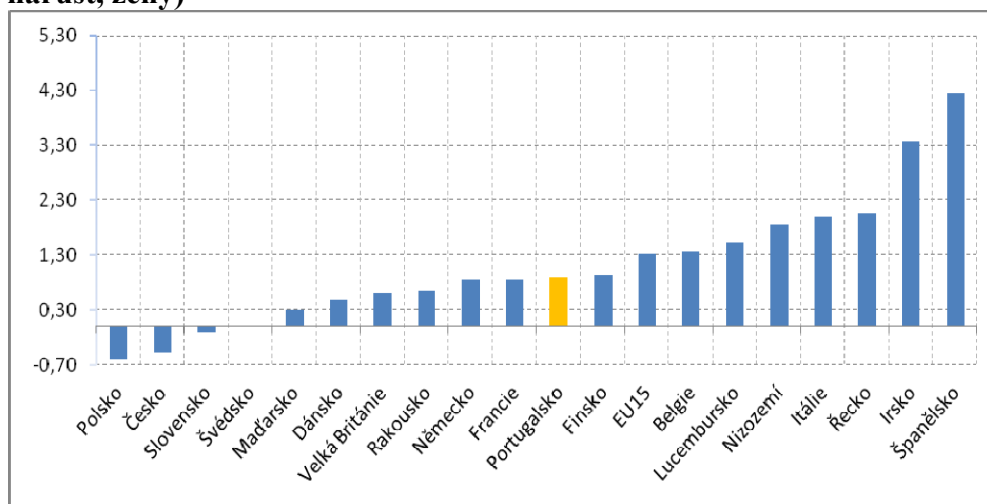
Další dva grafy ilustrují vývoj zaměstnanosti dle pohlaví (graf 2 - muži a graf 3 - ženy). v minulosti byl patrný u většiny zemí EU-15 odlišný trend ve vývoji zaměstnanosti jednotlivých pohlaví – zatímco v případě mužské populace byl zaznamenán v období let 1990-2003 trend mírného průměrného meziročního poklesu, tak v případě ženské populace naopak prakticky všechny státy zaznamenaly trend poměrně výrazného průměrného meziročního růstu (viz Tvrdouň 2007). Tento trend vyplýval ostatně i ze snahy EU zrovnoprávnit pracovní možnosti pro obě pohlaví, kdy na podporu programů plynula, a plyne, z ESF velká část finančních prostředků. u zemí V-4 byl zaznamenán pokles u obou pohlaví, v případě mužské populace byl tento trend výraznější. v posledních letech došlo k výraznému sladění vývoje míry zaměstnanosti u obou pohlaví. Nicméně však stále platí předchozí zjištění, tj. že u žen dosahuje většina zemí kladného meziročního přírůstku, zatímco u mužů je zemí se záporným meziročním růstem více než dvojnásobný počet. Při pohledu na vývoj v jednotlivých zemích zjistíme, že záporných hodnot u obou pohlaví dosahuje jen Polsko, Slovensko a Česko, jen u mužů je to pak ještě Lucembursko, Německo, Portugalsko, Rakousko.

Graf 2 Vývoj míry zaměstnanosti (1993-2006, jako průměrný meziroční procentní nárůst, muži)



Zdroj: OECD Factbook 2008

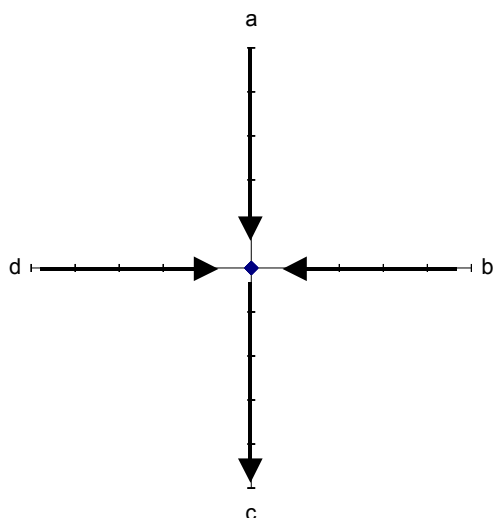
Graf 3 Vývoj míry zaměstnanosti (1993-2006, jako průměrný meziroční procentní nárůst, ženy)



Zdroj: OECD Factbook 2008

Pro vyjádření současného stavu na trhu práce se v odborné literatuře, stejně jako v médiích, zpravidla používá makroekonomický ukazatel míry nezaměstnanosti. v následující části autor nehodlá žádným způsobem zpochybňovat tento indikátor, spíše poukázat na to, že je potřeba ho chápat komplexněji, tj. podívat se i na jeho skladbu. Ne vždy totiž musí vysoké hodnoty znamenat a priori negativní signály vývoje ekonomiky neboli jinými slovy - dvě země se stejnou mírou nezaměstnaností na tom nemusejí být stejně „špatně“ nebo naopak stejně „dobře“. Aby mohl autor lépe ilustrovat na jednotlivých případech tento postřeh, zkonstruoval na základě dat z tabulky jednoduchý model n-úhelníku se čtyřmi osami (viz obrázek 1). **osa a** představuje míru nezaměstnanosti, **osa b** podíl dlouhodobé nezaměstnanosti (delší než 6 měsíců) na celkové nezaměstnanosti, **osa c** představuje míru zaměstnanosti a **osa d** podíl dlouhodobé nezaměstnanosti (delší než 1 rok) na celkové nezaměstnanosti. Zatímco na osách **a**, **b** a **d** se předpokládá směr do středu čtyřúhelníku (čím blíže středu se hodnota nachází, tím příznivějších hodnot v těchto ukazatelích trh práce dosahuje). Na ose **c** se předpokládá směr od středu čtyřúhelníku, což logicky znamená vyšší zaměstnanost v ekonomice. Nutno ale ještě podotknout, že je velmi důležitá **relace** osy **b** k ose **d**. Autor se totiž domnívá, že čím blíže jsou si rovné hodnoty na těchto osách a zároveň dosahují vysokých hodnot, tím více znamená nezaměstnanost závažný problém pro ekonomiku, respektive může představovat negativní faktor pro případný přizpůsobovací proces. Problém je o to víc závažnější, pokud kromě vysokých hodnot na těchto osách, je dosahována vysoká hodnota na ose **a**.

Obrázek 1: Konstrukce n-úhelníku zaměstnanosti



Následující tabulka představuje výchozí hodnoty pro jednotlivé osy čtyřúhelníku. Mezi země, s kterými komparujeme uvedené ukazatele dosažené v zemích Visegrádské čtyřky, jsme zařadili kromě původních zemí EU (kromě Lucemburska, pro které nebyly známy všechny ukazatele) také USA, jakožto zemi s tradičně flexibilním trhem práce.

Tabulka 1: Zaměstnanost vs. nezaměstnanost, 2007

	a	b	d	c
	Nezaměstnanost	Dlouhodobá nezaměstnanost - 6 měsíců a více	Dlouhodobá nezaměstnanost - 12 měsíců a více	Zaměstnanost
Belgie	7,5	68,1	50,0	61,6
Česká Republika	5,3	71,6	53,4	66,1
Dánsko	3,8	29,5	18,2	77,3
Finsko	6,9	37,9	23,0	70,5
Francie	8,3	61,0*	42,2*	64,4
Irsko	4,5	50,1	30,3	69,0
Itálie	6,1	65,4	49,9	58,7
Maďarsko	7,4	64,0	47,5	57,3
Německo	8,4	71,3	56,6	68,9
Nizozemí	3,2	59,1	41,7	74,1
Polsko	9,6	64,3	45,9	57,0
Portugalsko	8,0	67,6	47,3	67,8
Rakousko	4,4	44,2	26,8	71,4
Řecko	8,3	68,2	50,3	61,5
Slovensko	11,1	82,3	70,8	60,7
Španělsko	8,3	42,6	27,6	66,6
Švédsko	6,1	27,3	13,0	75,7
Velká Británie	5,3	41,5	24,7	72,3
USA	4,6	17,6	10,0	71,8

Poznámka: *údaje za rok 2006

Zdroj: OECD Employment Outlook 2008: Statistical Annex

Nejlépe se tato problematika demonstruje na dvou extrémních případech – Slovensku a USA. Již z obrázku je patrný markantní rozdíl ve tvaru stran čtyřúhelníku. Zatímco u USA jsou na všech osách příznivé hodnoty pro jednotlivé ukazatele zaměstnanosti, respektive nezaměstnanosti, v případě Slovenska se kumulují snad všechna možná negativa – vysoká míra nezaměstnanosti (oproti minulým rokům se jí ale podařilo výrazně snížit), vysoký podíl dlouhodobé nezaměstnanosti a nízká míra zaměstnanosti. k tomu je nutno navíc připočíst velmi negativní relaci dlouhodobé nezaměstnanosti delší než 6 měsíců k té, která je delší než 1 rok. Ta je sice výrazně nižší, musíme ale brát v potaz, že hodnota 70,8 % je ve srovnání s 10,0 % v případě USA víc než hrozná. Pokud se zamyslíme nad faktem, že Slovensko v současné době zažívá signifikantní hospodářský růst, je nasnadě si položit otázku: *jestliže v době tak vysokého hospodářského růstu činí dlouhodobá nezaměstnanost přes 80 % z celkové nezaměstnanosti, co by pro ekonomiku znamenal výrazný negativní asymetrický šok?* v návaznosti na probíhající finanční krizi, která se může projevit zvýšením nezaměstnanosti, může mít současná skladba nezaměstnanosti v budoucnu negativní vliv na schopnost ekonomiky obnovit hospodářský růst. Podobně jsou na tom i ostatní země Visegrádské čtyřky, i když hodnoty jsou nižší o několik procentních bodů. Ostatní země Evropské unie sice nedosahují tak extrémních hodnot, je ale potřeba upozornit, že stejná tendence (jednak vysoký podíl dlouhodobé nezaměstnanosti, jednak nepříliš se snižující podíl nezaměstnanosti delší než 1 rok oproti nezaměstnanosti delší než 6 měsíců) se objevuje u většiny zemí Evropské unie. Na druhé straně ale existují země, které dosahují příznivějších nejen absolutních čísel míry zaměstnanosti či nezaměstnanosti, ale i příznivější skladby nezaměstnanosti (Velká Británie, Švédsko, Dánsko či Irsko).

Jednotlivé čtyřúhelníky jsou součástí přílohy.

Závěr

Vývoj zaměstnanosti, resp. nezaměstnanosti, byl v posledních letech odrazem vývoje ekonomiky, tj. díky růstové fázi hospodářského cyklu se zvyšovala zaměstnanost, resp. snižovala nezaměstnanost (měřeno dle ukazatele míry nezaměstnanosti). Zvyšování zaměstnanosti, které je ostatně jedním z cílů Lisabonské strategie, však bylo u většiny zemí jen nepatrné. Naopak k výrazné změně došlo ve vývoji ukazatele míry nezaměstnanosti, a to zejména u zemí V4, u kterých se snížila téměř na polovinu oproti stavu z roku 2005. Vysvětlením tak markantního snížení je signifikantní hospodářský růst v těchto zemích, který byl oproti původním členským zemím EU vyšší. Zřejmě nejzávažnějším problémem fungování trhu práce v zemích EU, který může být i v konečném důsledku vyústěním dílčích problémů, je dlouhodobá nezaměstnanost. To se projevilo zejména tím, že i když byl v ČR a ostatních zemích V4 nastartován poměrně výrazný hospodářský růst, podíl dlouhodobé nezaměstnanosti vysoce převyšoval úroveň dosaženou v ostatních zemích EU. Autor se domnívá, že pokud je příliš mnoho nezaměstnaných bez práce déle než rok a po tak dlouhé době se z této pracovní síly stává segment, který je velmi obtížně zaměstnatelný a v podstatě přestávají být tyto nezaměstnaní součástí pracovní síly (stávají se z nich tzv. outsideři). Vycházejí z těchto skutečností se autor domnívá, že se v případě ČR nejedná o cyklickou nezaměstnanost, nýbrž o nezaměstnanost způsobenou systémovým nastavením, kdy se nezaměstnaným zkrátka nevyplatí pracovat, což je dáno zejména nastavením systému sociálních dávek. Vývoj světové ekonomiky v poslední době napovídá, že se přichází celosvětová recese, která se již začíná projevovat i na jednotlivých trzích práce. Lze proto předpokládat, že vývoj zaměstnanosti, resp. nezaměstnanosti se bude vlivem recese ubírat směrem zhoršování jednotlivých ukazatelů.

Seznam použité literatury

[1]OECD. 2008. OECD Employment Outlook 2008. [online][cit. 30.10. 2008]. Dostupné na <<http://www.oecd.org>>.

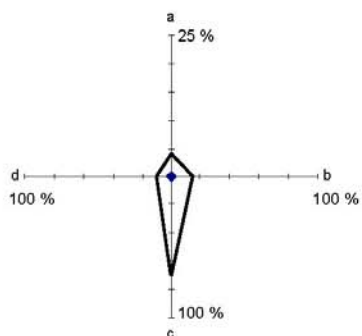
[2]OECD. 2008. OECD Factbook 2008.[online][cit. 30.10. 2008] Dostupné na <<http://oecd.org>>.

Kontaktní údaje

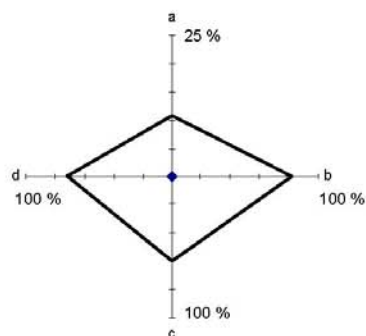
Michal Tvrdoň
Katedra ekonomie
Obchodně podnikatelská fakulta SU
Univerzitní nám. 1934/3
733 40 Karviná
Tel. 00420 596 398 460
Email: tvrdon@opf.slu.cz

Příloha: Jednotlivé čtyřúhelníky zaměstnanosti vs. nezaměstnanosti

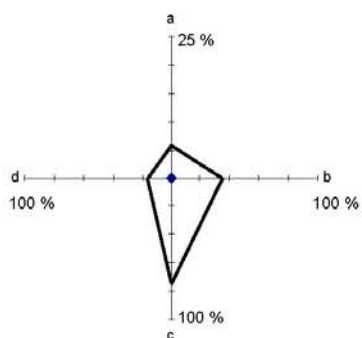
USA



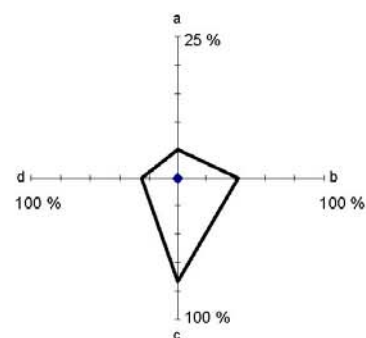
Slovensko



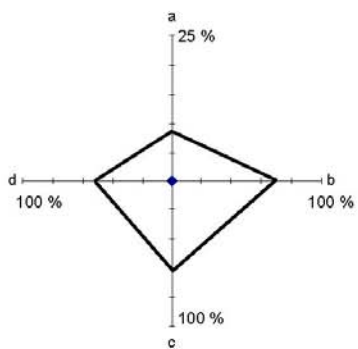
Švédsko



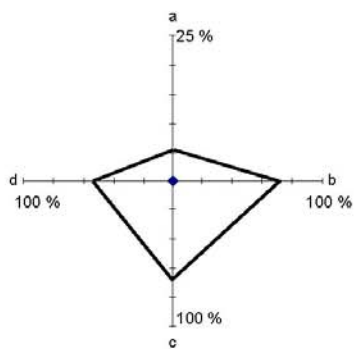
Velká Británie



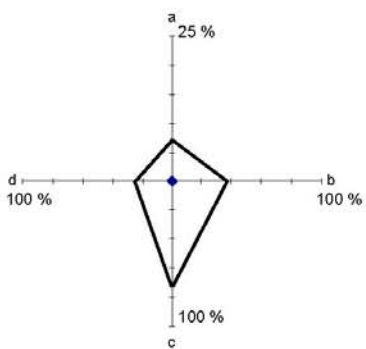
Belgie



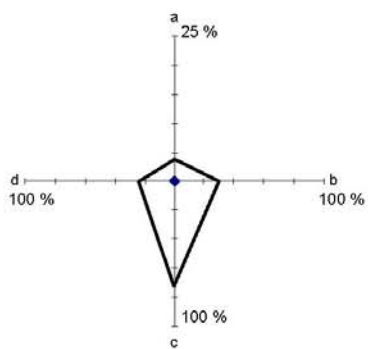
Česko



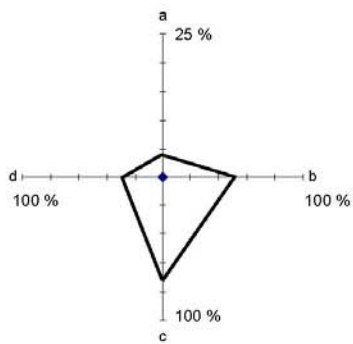
Finsko



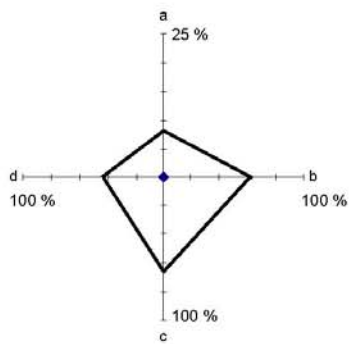
Dánsko



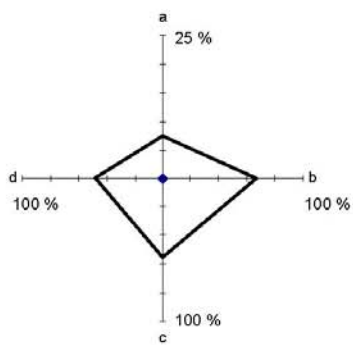
Irsko



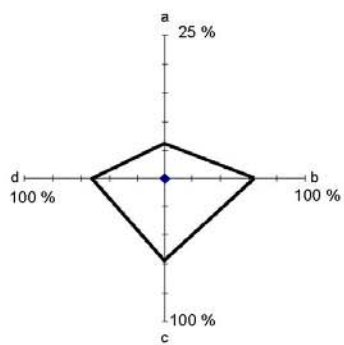
Francie



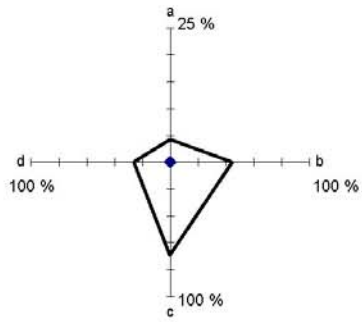
Maďarsko



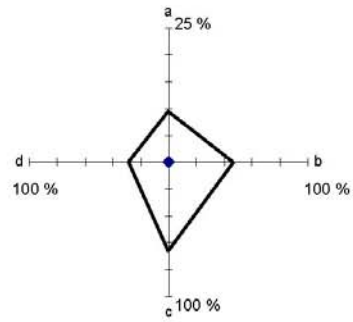
Itálie



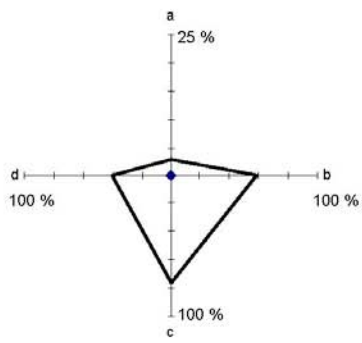
Rakousko



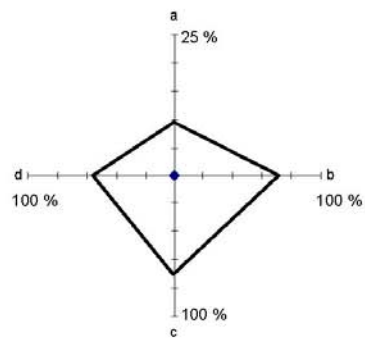
Španělsko



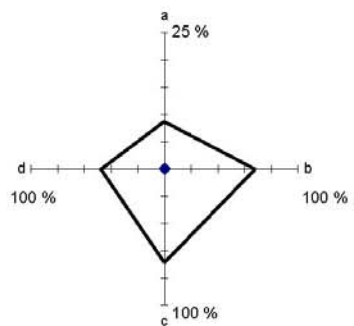
Nizozemí



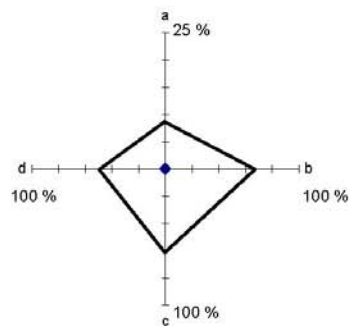
Německo



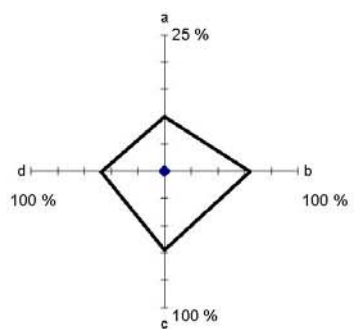
Portugalsko



Řecko



Polsko



Příklad vztahu veřejného a soukromého sektoru v cestovním ruchu

The example of private public partnership in tourist trade

Jiří Vaniček

Anotace: Příspěvek se zabývá problematikou rozvoje cestovního ruchu v mikroregionu (subregionu) Velké Dářko, kde se střetávají zájmy ochrany přírody, vlastníků lesních, vodních a zemědělských ploch a rozdílné zájmy jednotlivých obcí a podnikatelů na rozvoji cestovního ruchu. Vedle názoru návštěvníků jsou popsány názory zástupců veřejné správy, soukromých podnikatelů i hlavních vlastníků nemovitého majetku.

Summary: The paper deals with the development of tourism in the Velké Dářko microregion where the interests of various groups are in dispute; the groups include conservationists, owners of forests, lakes and agricultural areas, various municipalities and entrepreneurs who have different ideas about the development of tourism. There are the opinions of visitors, municipalities, businessmen, and owners of immovables.

Klíčová slova: *cestovní ruch, mikroregion, vlastnictví, spolupráce veřejného a soukromého sektoru.*

Key words: tourism, microregion, ownership, private public partnership.

1 Úvod

V červnu letošního roku dokončila Katedra cestovního ruchu na Vysoké škole polytechnické Jihlava marketingovou studii cestovního ruchu Subregionu Velké Dářko (severní část Českomoravské vrchoviny), která se mimo jiné zabývala i vztahem veřejného a soukromého sektoru. Příspěvek shrnuje některé poznatky získané z této studie ve výše uvedené oblasti.

Marketingová studie cestovního ruchu, na základě vypracované analýzy strany nabídky a poptávky a provedených průzkumů v období celého roku, poskytla marketingovou strategii pro další rozvoj cestovního ruchu subregionu, definovala cílové skupiny návštěvníků, navrhla způsob jednání vůči zákazníkům, identifikovala klíčové produkty pro cílovou skupinu, způsob marketingové komunikace a stanovila i distribuční kanály. Studie hledala optimální možnosti rozvoje cestovního ruchu Subregionu Velké Dářko, poukázala i na nedostatky z hlediska infrastruktury cestovního ruchu, spolupráce subjektů v této oblasti a další. Navrhla, kterým směrem by se měly ubírat investice do rozvoje cestovního ruchu subregionu a které by bylo možno financovat ze strukturálních fondů EU. Navrhla formy spolupráce zúčastněných subjektů a uvedla příklady investic, které by mohly přinést další rozvoj cestovního ruchu v Subregionu Velké Dářko. Budoucí rozvoj cestovního ruchu v subregionu není možný bez znalosti názorů hlavních aktérů, kteří budou mít rozhodující vliv při naplňování této strategie. Celá studie ztratí význam, pokud se s ní všichni hlavní aktéři neztotožní a nevezmou ji za svou a především projeví vůli ji naplnit.

Při našich návštěvách Subregionu Velké Dářko a při častých rozhovorech s hlavními aktéry jsme dospěli k závěru, že jeden z hlavních limitujících faktorů dalšího rozvoje cestovního ruchu v tomto území je vzájemná spolupráce. Víme, že ji nelze vynutit, ale pokud se to nepodaří, pak veškeré úsilí o naplnění této strategie je marné. Tento příspěvek se nemůže zabývat textem celé studie, ale zabývá se především rozбором názorů jednotlivých aktérů v území a významem jejich vzájemné spolupráce při efektivním rozvoji cestovního ruchu subregionu.

2 Základní profil a vymezení řešeného území

Subregion Velké Dářko vznikl v době, kdy se očekával vznik „zastřešujícího“ regionu s názvem „Žďársko“. v letech 1999 a 2000, ještě za existence okresních úřadů, proběhlo množství diskusí s cílem vytvořit základní členění Česka na turistické regiony. Ty měly být vytvořeny pro účely marketingu a propagace svého turistického potenciálu v tuzemsku i zahraničí. Do dnešní doby se však tento předpokládaný vývoj v severní části turistického

regionu Vysočina neuskutečnil, a tak naplánovaná hierarchicky nižší oblast se ve skutečnosti stala samostatnou jednotkou v rámci turistického regionu Vysočina, který je, podle oficiálních regionalizací agentury Czechtourism, identický s turistickou oblastí Vysočina.

Ukazuje to na nesourodost turistického členění tohoto území, kde město Žďár nad Sázavou je sice výrazné centrum cestovního ruchu oblasti, ale iniciativu společného úsilí k rozvoji převzaly okolní obce, jako více či méně periferní území pro cestovní ruch. Aktivita jejich představitelů se s odstupem času ukazuje jednak jako uznávající vůči pozici bývalého okresního města, jednak organizačně velmi prozíravá, protože problematiku rozvoje cestovního ruchu vzali ve správný čas a s potřebným předstihem do vlastních rukou.

Subregion vznikl jako přirozená formace obcí, spojených historickými i kulturními tradicemi, pozoruhodným přírodním fenoménem, ale také společnými problémy (včetně cestovního ruchu). Hlavním důvodem založení byla možnost operativnějšího a schůdnějšího řešení těchto problémů a efektivnějšího čerpání finančních prostředků k rozvoji z krajského a státního rozpočtu i z fondů Evropské unie.

Do Subregionu Velké Dářko patří následující obce: Vojnův Městec, Škrdlovice, Polnička, Světnov, Cikháj, Karlov, Radostín.

Přírodní atraktivita jsou nejvýznamnější skupinou atraktivit pro cestovní ruch v subregionu, protože Žďárské vrchy, ve kterých subregion leží, jsou symbolem nejen čistého přírodního prostředí, ale také místem zachování četných, často i jedinečných, přírodních památek geologických, botanických i zoologických. Chráněnou krajinnou oblastí prochází hlavní evropská rozvodnice dělící oblast na severozápadní část (asi 54%) - odvodňovanou řekami Chrudimkou, Sázavou a Doubravou do Severního moře a jihovýchodní část (asi 46%) - z níž jsou odváděny vody Svratkou a Oslavou do Černého moře. Vedle těchto toků zde pramení řada drobnějších potoků, které vytvářejí poměrně hustou říční síť chráněného území. Její zvláštností jsou četná nevýrazná rozvodí s bifurkacemi vod do obou úmoří. Na vodních tocích oblasti, zejména v povodí Sázavy, Oslavy a Doubravy, byly od středověku budovány četné rybníky. v současné době je funkčních 187 rybníků různé velikosti, z nichž největší je Velké Dářko o rozloze 205 ha a celkovém objemu 3,56 mil.m³ vody. v CHKO Žďárské vrchy jsou vyhlášena k ochraně maloplošná území, která představují 4 národní přírodní rezervace, 9 přírodních rezervací a 36 přírodních památek.

Území dnešního Subregionu Velké Dářko bylo poměrně dlouho zapomenutým krajem. Přes rozlehlé lesy a prales s bažinatou půdou vedl pravděpodobně již kolem roku 997 jeden ze tří průchodů hraničním hvozdem mezi Moravou a Čechami, tzv. Libická stezka. Vlastní osídlování kraje započalo teprve v druhé polovině 13. století za přispění žďárského kláštera, s jehož osudy jsou nerozlučně spjaty dějiny obcí v regionu.

Největším sídlem subregionu je městys Vojnův Městec se 727 trvalými obyvateli. Druhým největším sídlem je obec Polnička, která má pouze o deset trvale nebo dlouhodobě přihlášených obyvatel méně. Žádné ze sídel není městem, do kategorie velkých obcí (od 500 do 1000 obyvatel) spadají již zmíněná sídla Vojnův Městec, Polnička a také obec Škrdlovice. Všechna ostatní sídla patří do kategorie malé obce. Radostín, Cikháj, Račín a Karlov jsou dokonce tzv. malé obce (mají méně než 200 obyvatel).

Trend osídlení zkoumaného území koresponduje s celorepublikovým trendem poklesu počtu obyvatel. Celé území má negativní index populačního vývoje – je zde zřetelný dlouhodobý pokles počtu obyvatel regionu – za posledních sto let počet obyvatel pokles skoro o polovinu. v posledních letech ale došlo ve většině zkoumaných sídel k mírnému nárůstu počtu obyvatel (kromě Radostína a Karlova, kde počty stále klesají), nejvýraznější nárůst lze pozorovat v Polničce (od roku 2001 zde přibýlo 121 obyvatel).

Podle informací, které poskytly samy obce, je celkový počet stálé lůžkové kapacity subregionu pro současné počty turistů a návštěvníků přiměřený. Jedině v obcích Karlov a Škrdlovice však v období letní turistické sezony počty ubytovaných vzrůstají natolik, že je

zde využívána i sezónní lůžková kapacita. Celoroční stravovací služby jsou, kromě obce Světnov, ve všech ostatních členech subregionu. v obcích Polnička a Škrdlovice se navíc během hlavní sezony cestovního ruchu možnosti stravování značně rozšiřují.

Tab. 1: Přehled ubytovacích a stravovacích kapacit v Subregionu Velké Dářko:

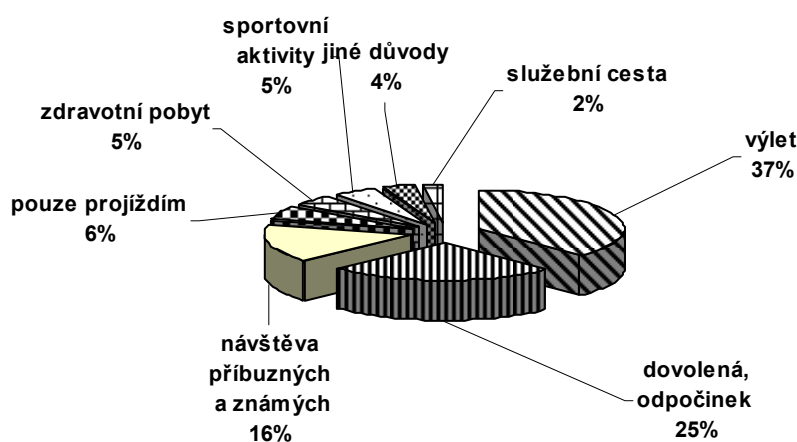
Název Městys - Obce	Počet lůžek		Počet míst u stolu	
	stálých	sezónních	stálých	sezónních
Cikháj	73	0	60	0
Karlov	18	46	60	0
Polnička	131	0	210	250
Račín	48	0	95	0
Radostín	19	0	73	0
Světnov	40	0	0	0
Škrdlovice	216	30	290	300
Škrdlovice ve výstavbě	40	0	50	0
Vojnův Městec	0	0	80	0
Celkem	585	76	918	550

Celkový počet turistů, kteří v roce 2005 navštívili kraj Vysočinu, dosáhl hodnoty 389 135. Oproti roku 2000 se tak jednalo o mírné snížení (-1 %). v rámci celé ČR ve stejném období došlo k celkovému navýšení počtu turistů o 14 %. Zahraničních turistů v tomto období přijelo o 2 % méně, úbytek domácích turistů pak byl necelé 1 %. Průměrné hodnoty v ČR u zahraničních turistů vykazaly růst o 33 % a u domácích turistů došlo ke snížení o 1 %.

V důsledku všeobecného trendu zkracování pobytů ve sledovaném období došlo i v kraji Vysočina k poklesu celkového počtu přenocování, a to o 36 %. Průměr pozorovaný v České republice představoval pokles o 9 %. Tento pokles byl zapříčiněn především zkrácením pobytů domácích hostů, kteří snížili celkový počet ubytování o 41 %. u zahraničních hostů pak lze sledovat mírný nárůst o 2 %. Vývoj v rámci republiky představoval nárůst počtu přenocování u zahraničních turistů o 26 % a pokles počtu přenocování u domácích turistů o 27 %.

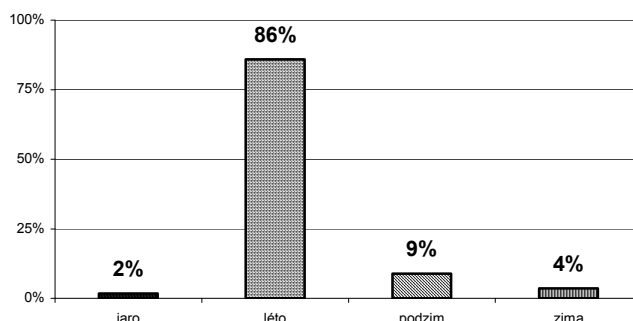
Na obrázcích 1 až 4 jsou uvedeny některé výsledky průzkumu mezi návštěvníky subregionu. Hlavním důvodem návštěvy je krátkodobý výlet (37%) a dále i to, že čtvrtina návštěvníků zde tráví dovolenou.

Obr. 1: Hlavní důvod návštěvy subregionu Velké Dářko



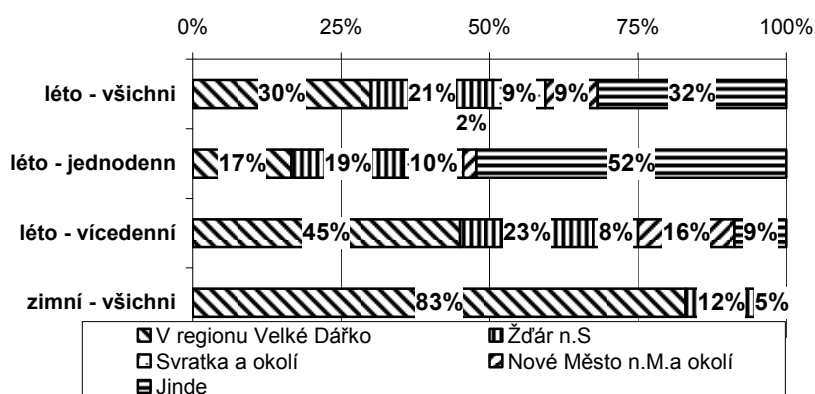
Z obrázku 2 je patrné, že většina návštěvníků přijíždí pouze v létě. Při zimním průzkumu sice preference letní návštěvy uvedli pouze dvě pětiny respondentů, ale i zimní návštěvníci jezdí do Subregionu Velké Dářko nejčastěji v létě.

Obr. 2: V kterém ročním období zpravidla přijedete?

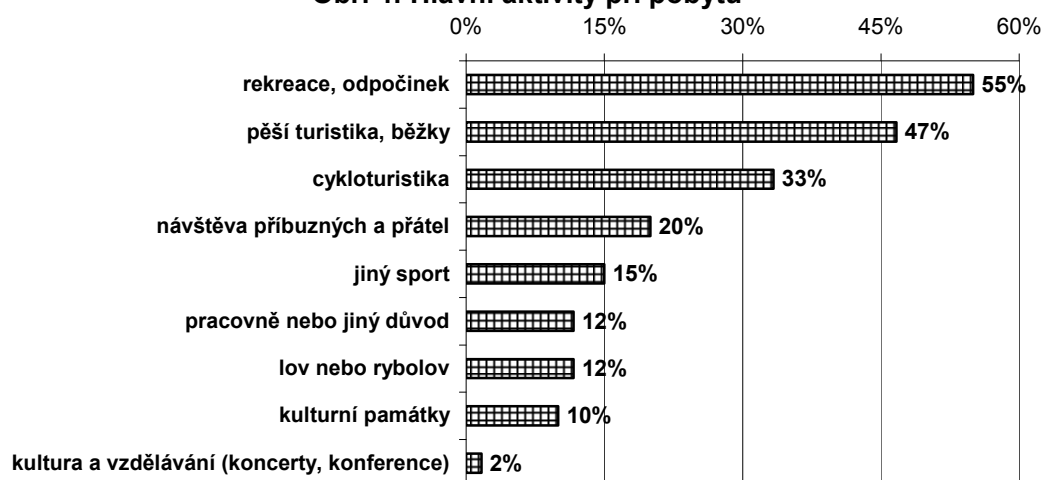


Je potěšitelné, že většina vícedenních turistů se ubytuje právě v regionu Velké Dářko nebo v blízkém Žďáru nad Sázavou a nebo ve spádové oblasti Velkého Dářka, výletníci přijíždějí z větší vzdálenosti (obr. 3). v zimním období lze v regionu potkat prakticky jen návštěvníky, kteří jsou zde také ubytováni.

Obr. 3: Kde bydlíte?



Mezi hlavní aktivity, které návštěvníci regionu provozují, jsou rekreace, odpočinek a cykloturistika (obr.4). Pěší turistika a běžky představují kategorii pro letní i zimní průzkum. v tomto průzkumu jde samozřejmě pouze o pěší turistiku. v zimním období patří mezi hlavní aktivity vedle rekreace a odpočinku běžky.

Obr. 4: Hlavní aktivity při pobytu

V tabulce 2 jsou průměrné denní výdaje jednoho návštěvníka regionu Velké Dářko. Je patrné, že regionu dávají přednost rezidenti, kteří se snaží náklady minimalizovat a nejsou ochotni příliš utrácet.

Tabulka 2: Průměrné denní výdaje návštěvníků (1. sloupec léto, 2. sloupec zima)

Za ubytování (Kč)	192	234
Za stravování (Kč)	228	218
Vedlejší výdaje (Kč)	225	233
Celkem (Kč)	644	685

S využitím údajů získaných z marketingového výzkumu návštěvníků v Subregionu Velké Dářko jsme se pokusili odhadnout počet návštěvníků, kteří navštívili subregion. Odhady jsou v tabulce 3. Celkový počet návštěvníků byl odhadnut na 41 000, z toho turistů (vícedenních návštěvníků) bylo asi 19 000. z tohoto pohledu je turistů v zimě více než v létě. Při podrobnějším zkoumání je však patrné, že většina přijíždí v období března až květen a na skutečně zimní období (prosinec až únor) by jich zhruba připadlo 8 až 9 tisíc. Jestliže podle údajů ČSÚ navštívilo Kraj Vysočina v roce 2005 asi 400 000 turistů, pak podíl subregionu tvoří asi 5 % z tohoto počtu turistů.

Tabulka 3: Odhad počtu návštěvníků Subregionu Velké Dářko v roce 2007/8

	počet lůžek	podíl ubytovaných	doba pobytu (dny)	vytíženost lůžek	počet návštěvníků	počet turistů	počet výletníků
léto	361	0,3	4,3	0,65	27 000	8 000	19 000
zima	361	0,83	3,3	0,26	14 000	11 000	3 000
Odhad počtu návštěvníků, turistů a výletníků za rok					41 000	19 000	22 000

3 Postoje hlavních subjektů v subregionu

a) Názory CHKO Žďárské vrchy

Špatný stav naučné stezky kolem Velkého Dářka, je nutné zlepšit spolupráci mezi CHKO Žďárské vrchy, vedením Subregionu Velké Dářko a majitelem významných vodních a lesních ploch v subregionu, definitivní identifikace prameniště řeky Sázavy a Svratky v oblasti Subregionu Velké Dářko, problematika zřízení ekologického a návštěvnického centra v oblasti subregionu.

Žádost o grant na rekonstrukci naučné stezky musí podat vedení Subregionu Velké Dářko, které zároveň vypracuje projekt – Správa CHKO žádost o grant písemně podpoří a doporučí. Vlastní práce mohou provést odborní zaměstnanci dr.R.Kinského.

Identifikace pramene řek Sázavy a Svratky: Dosud nevyřešený problém. Zástupci CHKO konstatovali, že problém je nyní z jejich iniciativy řešen.

Problematika zřízení ekologického a návštěvnického centra: CHKO plánuje výstavbu zařízení v lokalitě Radostín (příp.Škrdlovice). Plánovaný rok zahájení výstavby je 2009, uvedení do provozu – rok 2010, odhadované náklady výstavby (včetně vybavení) činí 10 000 000,- Kč. Odhadované roční náklady na provoz: 1 000 000,-Kč. Nároky na personál (počet 8), mzdy: 1 440 000,- Kč. Správa CHKO by uvítala, kdyby provoz střediska zajistila správa Subregionu Velké Dářko.

b) Názory největšího majitele nemovitostí v subregionu (rodina Kinských)

Spolupráce mezi majitelem a Subregionem Velké Dářko: Konstatováno, že jednání probíhají, v lednu uskutečněna porada se starosty (bez výstupu ve formě písemného zápisu).

Kritizovaná čistota vody ve Velkém Dářku: Chov ryb je množstevně optimalizován. Tmavé zbarvení vody není způsobeno rybí osádkou, ale rašelinovým podkladem a okolím. Dále bylo připomenuto že do rybníku vtékají odpadní vody z obcí Škrdlovice (přes čističku) a Karlov (bez čističky). Upozorněno i na problematiku nedostatečně vybavených toalet u rekreačních zařízení v úseku hráze Velkého Dářka. u rybníka Nového je situace podstatně kritičtější – u 350 chat odtékají odpadní vody ze žump do centrálního kanálu – odtud bez úprav do Nového rybníka.

Rekonstrukce naučné stezky kolem Velkého Dářka: v případě získání grantu na opravu stezky, jsou jejich zaměstnanci připraveni celou akci odborně a ve vysoké kvalitě provést.

Rodina Kinských je pro rozšíření cestovního ruchu v oblasti, ale cestou zkvalitňování služeb návštěvníkům a důraznější ochranou přírody. Uvažuje o stavbě vlastního vzorového rekreačního zařízení. Staví se negativně k projektu velké holanské domové zástavby ve Škrdlovicích. Pokud bude realizován – nedovolí úpravy břehů Velkého Dářka formou různých technických mol pro kotvení lodí atd.

c) Názory starostů

Reprezentanti samosprávy obcí považují za nejvýznamnější atraktivitu pro cestovní ruch okolní přírodu, lesy a cyklotrasy. Za nejvýznamnější atraktivitu Subregionu Velké Dářko pak především rybník Velké Dářko, okolní přírodu, cykloturistiku a přírodní rezervace. Investice obcí do cestovního ruchu činily ve sledovaném období necelých 9 milionů Kč. Rozvoj cestovního ruchu v obcích jejich představitelé hodnotí jako spíše nekoordinovaný.

Názory obyvatel obcí na rozvoj cestovního ruchu většinou nejsou vyhodnocovány, otázkou je, zda jsou vyhodnocovány vůbec. Za dosud málo známé turistické atraktivitu vhodné ke zviditelnění pro rozvoj cestovního ruchu jsou uváděny: historie těžby rašeliny, historie výroby oceli, rybník Jordán, zaniklé železárně a uhlířské tradice.

Spolupráce s ostatními obcemi je většinou občasná nebo příležitostná, pravidelně probíhá pouze ve třech případech. Spolupráce obcí s podnikateli je rovněž občasná a příležitostná, pravidelná pouze v jednom případě. Požadovaná role samosprávy v řízení a koordinaci rozvojových aktivit je nejednotná, mírně převažuje role silná nad slabou.

V regulaci cestovního ruchu v území a v tvorbě produktů cestovního ruchu je preferována role slabá, v poskytování ubytovacích služeb a v provozu informačních a rezervačních systémů se střetávají výrazně protichůdné názory. v propagaci území převažuje role silná, v rozvoji lidských zdrojů pro cestovní ruch naopak role slabá.

d) Názory podnikatelů

Z dvaceti tázaných podnikatelských subjektů má 80 % celoroční provoz a typem zařízení převažuje stravování a ubytování formou penzionu. Kapacita zařízení je přes jedno sto pokojů

s tři sta šedesáti lůžky. Vytíženost lůžkové kapacity je nejvyšší v letních měsících (červen-srpen), nejméně v zimním období (prosinec-únor). Vytíženost ve výzkumem sledovaném sektoru vykazuje mírný růst. Prvořadá orientace mezi návštěvníky směřuje k turistům a rodinám s dětmi.

Za nejvýznamnější atraktivity v Subregionu Velké Dářko je mezi podnikateli považována cykloturistika a příroda. Investice sledovaných subjektů do infrastruktury a služeb cestovního ruchu činily v období sledovaném výzkumem necelé čtyři miliony Kč. Jejich dopad není příliš markantní, rozmělnuje se na zvýšení počtu návštěvníků, jejich spokojenosti, ale také na udržení základního provozu vůbec.

Rozvoj cestovního ruchu v obci je podnikateli hodnocen jako spíše nekoordinovaný či těžko posouditelný. Neznámé turistické atraktivity jsou téměř shodné s uvedenými názory představitelů samosprávy. Navíc je uváděna pouze Střelnice Světnov. Doporučení na zvýšení atraktivnosti směřují zejména k vylepšení propagace atraktivit subregionu, rozšíření cyklotras a k propojení tras běžeckých.

S obcí spolupracuje příležitostně polovina tázaných subjektů, druhá polovina pouze občas nebo vůbec. Spolupráce s ostatními podnikateli je rovněž spíše příležitostná. Role samosprávy v řízení a koordinaci rozvojových aktivit je pro podnikatele rozporuplná, polovina tázaných se přiklání k roli silné, polovina k roli slabé až vůbec nezasahující.

V regulaci cestovního ruchu, v tvorbě produktů cestovního ruchu, v poskytování ubytovacích služeb a v rozvoji lidských zdrojů pro cestovní ruch převažuje role slabá až nezasahující. v provozu informačních a rezervačních systémů naopak role silná.

Mezi subjekty významné pro cestovní ruch v obci jsou podnikateli převážně uváděny penziony a hotely, mimo obec pak celkově Subregion Velké Dářko, rybník Řeka, sklářské hutě Karlov a Škrdlovice a stravovací zařízení (restaurace a občerstvení).

Negativní vliv na podnikání je nejvíce mezi podnikateli přisuzován ceně vstupů, výrazné sezónnosti a špatné dostupnosti finančních zdrojů. Podnikatelské projekty vykazují široké spektrum aktivit směřujících zejména k rozšíření provozu, zvýšení ubytovacích kapacit, rekonstrukcím stávajících objektů a zkvalitnění služeb.

4 Závěry

Z průzkumu vyplynulo, že subregion navštěvují převážně obyvatelé kraje Vysočina a nebo návštěvníci ze sousedních krajů. Subregion nemá zatím předpoklady stát se významnou destinací inomingového cestovního ruchu. Pokud však budou realizována opatření, která jsou navržena, je předpoklad, že si tuto dosud neobjevenou destinaci oblíbí i zahraniční turisté.

Pokud chce subregion naplnit svou vizi „Subregion Velké Dářko – vstupní brána do Žďárských vrchů, ekologicky nejčistší oblasti České republiky“, je k tomu třeba vytvořit podmínky, aby přesvědčili návštěvníka, že tomu tak skutečně je. Musí jednak dále zvyšovat čistotu životního prostředí a vybudovat atraktivity cestovního ruchu, které tento záměr podpoří. Dále je třeba vytvořit podmínky pro koupání návštěvníků v hlavní turistické sezóně v kvalitní čisté vodě a umožnit jim relaxaci po návratu z letních i zimních turistických výletů.

Jeden z hlavních faktorů, které brání dalšímu rozvoji cestovního ruchu v subregionu je jeho nedostatečné řízení, prakticky neexistující spolupráce subjektů, které jsou nebo mohou být zainteresovány na jeho rozvoji. Dalším problémem je nedostatečná propagace regionu. Při tvorbě produktů CR a při marketingové komunikaci doporučujeme se zaměřit na vybrané segmenty trhu a cílové skupiny. Při jejich výběru jsme vycházeli z výsledku provedených marketingových šetření, ale i podle možností, které může subregion návštěvníkům nabídnout. Proto jsou v této oblasti navrhovaná následující opatření:

- Vytvoření vlastních webových stránek subregionu a jejich pravidelná aktualizace.
- Identifikace pramenů řek Sázavy a Svratky a vybudování s tím spojených turistických atraktivit.

- Vytvoření organizace pro cestovní ruch v subregionu včetně partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem a obsazení funkce manažera této organizace, jehož hlavní náplní bude příprava projektů subregionu a produktů cestovního ruchu.
- Vydání propagačních materiálů o subregionu včetně možnosti využití stávajících materiálů CHKO k propagaci subregionu, vydání společného kalendáře, zajištění výroby suvenýrů, které připomenou tradici některých řemeslných výrob v subregionu.
- Vzdělávací akce pro podnikatele a pracovníky v cestovním ruchu, certifikace ubytovacích zařízení.
- Technický stav naučné stezky, ani značení, ani informace na tabulích neodpovídají místu, které patří do seznamu evropsky významných lokalit NATURA 2000. Rekonstrukce trasy i rekonstrukce informačního systému je naprosto nezbytná.

Seznam použité literatury

1. Vaníček, J. a kol.: Marketingová studie cestovního ruchu subregionu Velké Dářko. Závěrečná zpráva. Vysoká škola polytechnická 2008
2. Vaníček, J., Janoušková, E.: Marketingový výzkum v regionálním rozvoji cestovního ruchu. REGIO 2007 Konkurenceschopnost podniků, měst a regionů. Sborník z konference. ISBN 978-80-7043-633-2
3. Vaníček, J.: Plánování a regionální rozvoj cestovního ruchu v podmínkách České republiky. Studijní texty pro projekt „Podpora CR v podmínkách EU a ČR“. VŠPJ Jihlava 2007

Kontaktní adresa autora:

doc.RNDr.Jiří Vaníček,CSc, Vysoká škola polytechnická Jihlava, Tolstého 16, 586 01 Jihlava, tel. 567 141 130, Fax 567 300 727, email: vanicek@vspj.cz

Zvyšovanie konkurencieschopnosti územia

Increasing of the territorial competitiveness

Anna Vaňová

Abstrakt

Z vývoja v druhej polovici 20. storočia je zrejme, že konkurenčný boj medzi kontinentmi, krajinami a ich územiaми neustále rastie. Proces globalizácie, rastúcej flexibility a mobility pracovnej sily a kapitálu, individualizmu, substitúcie produktov a nasýtenosti trhov sprevádza rastúca konkurencia území a ich úsilie presadiť sa na trhu území. v snahe zabezpečiť prosperitu územia ich správcovia vyvíjajú aktivity orientované na zvýšenie príťažlivosti územia, s cieľom pritiahnúť do územia kapitál – ľudský, finančný alebo materiálny. v tomto konkurenčnom boji sú úspešnejšie tie územia, ktoré koordinujú svoje materiálne, personálne, finančné zdroje a vytvárajú konsenzus pri tvorbe rozvojových stratégií územia ich zosúladovaním so stratégiami a aktivitami rozhodujúcich subjektov v území. Nevyhnutným základom konkurencieschopnosti územia na trhu a jeho trvalo udržateľného rozvoja je poznanie konkurencie a na jej základe budovanie dlhodobo udržateľnej konkurenčnej výhody prostredníctvom strategického marketingového plánovania .

Kľúčové slová: marketing územia, strategické marketingové plánovanie, konkurencieschopnosť územia, samospráva, marketingový mix, investície.

Summary

Globalisation and related phenomena together with the integrative processes in Europe brings also opportunities for the economics of the regions and their development. Among such ones belong especially the possibilities of the inflow of foreign investments, the use of European funds and others. In the municipal and regional competitiveness the importance of co-operation and achieving the synergic effects come increasingly into focus. Main holders of marketing in the territory are the municipal and regional government authorities as well as the associations of the municipalities and companies and his role is to build the competitiveness territory. The important role in this process has strategic marketing planning of territory development.

Key words: territorial marketing, strategic marketing planning, competitiveness of the territory, investments, marketing mix, municipal and regional government.

1. Úvod

Začlenenie Slovenska do Európskej únie okrem iného spôsobilo, že nastali zmeny v spoločensko-ekonomickom systéme, ktoré majú dopad na rozvoj obcí, miest a územných celkov a životnú úroveň ich obyvateľov. Tieto zmeny nastolili mnohé výzvy, ale aj problémy, s ktorými je potrebné sa vyrovnáť, predovšetkým na miestnej a regionálnej úrovni. Súvisí to s paradoxom posledných desaťročí. Je ním skutočnosť, že napriek silnejúcej globalizácii vývoj smeruje k presunu úloh a kompetencií súvisiacich s rozvojom území z centrálnej úrovne na úroveň miestnych a regionálnych inštitúcií.

Napriek neustále rastúcemu tlaku a významu konkurencie v podmienkach územného rozvoja v odbornej literatúre absentujú komplexné teoretické poznatky k problematike budovania konkurenčnej výhody z pohľadu marketingu územia, rovnako ako sa tejto téme venuje nedostatok pozornosti v praxi na úrovni územných samospráv, osobitne miestnych samospráv.

Prísun investícií do určitého územia má v súčasnosti veľký význam v krajinách, ktoré prechádzajú procesom transformácie, najmä v oblasti štrukturálnych zmien. Tie podporujú ekonomický rast tým, že málo produktívne oblasti ekonomiky sa redukujú a vysoko produktívne oblasti expandujú. Zvýšená investičná aktivita v území spôsobuje nielen expanziu produktívnych oblastí ekonomiky, ale dochádza aj k nárastu pracovných príležitostí

a kúpyschopnosti obyvateľstva, postupne rastie životná úroveň obyvateľov. To má za následok rast ceny územia, zlepšenie imidžu, ďalší prílev investícií a z toho vyplývajúci hospodársky, ekonomický a sociálny rozvoj územia.

Investície domácich subjektov sú v období transformácie ekonomiky minimálne. Preto sa kladie dôraz na zahraničné investície plynúce do určitého územia, ako aj do národného hospodárstva. Zahraniční investori si vyberajú územie - krajinu, región, mesto, obec, pozemok, v ktorej sa rozhodnú investovať. Z tohto dôvodu je potrebné vytvoriť im také podmienky, aby práve „naše“ územie bolo tým, v ktorom budú investovať. Dôležité je aby územie malo vytvorené stabilné politické, ekonomické a spoločenské podmienky, pretože práve tieto zahraniční investori podrobne skúmajú.

2. Cieľ, materiál a metódy

Problematike budovania konkurenčnej schopnosti a konkurenčnej výhody územia na úrovni miestnych samospráv sa vo vedeckej a odbornej domácej a zahraničnej literatúre nevenuje pozornosť. Pomerne dobre je problematika konkurenčnej schopnosti a konkurenčnej výhody rozpracovaná na úrovni krajín, príp. regiónov (Porter, 1998, 2000, Skokan, 2004), avšak len s dôrazom na rozvoj ekonomických činností. Tu treba zdôrazniť problém, na ktorý sme v tejto literatúre narazili. Ide o skutočnosť, že regióny nie sú v tejto literatúre vymedzené jednoznačne. Pojem región tu znamená popis veľmi odlišných priestorových útvarov, či už charakteru subnárodného (v zmysle časti územia jedného štátu), národného (v zmysle zoskupenia štátov) alebo nadnárodného (predstavuje územia dvoch a viac štátov). V tomto príspevku regiónom rozumieme vyššie územné celky spravované regionálnou samosprávou.

Cieľom príspevku je na základe odbornej vedeckej literatúry definovať teoretické východiská konkurenčnej schopnosti územia na úrovni miestnych a regionálnych samospráv, poukázať na opodstatnenosť využívania strategického marketingového plánovania pri budovaní konkurencieschopnosti územia a na základe marketingového výskumu primárnych a sekundárnych zdrojov definovať konkurenčnú výhodu a vymedziť faktory konkurenčnej výhody územia pre cieľový segment investorov a podnikateľov.

Pri spracovaní príspevku sme teoretické východiská spracovali na základe štúdia domácej a zahraničnej odbornej a vedeckej literatúry. Faktory konkurenčnej výhody sme vymedzili na základe vlastného prieskumu primárnych a sekundárnych zdrojov.

3. Výsledky a diskusia

Rozvoj územia je všeobecne považovaný za dôležitý rozmer životaschopnosti územia. Z tohto dôvodu je potrebné vytvárať predpoklady pre tvorbu rozvojových aktivít pre subjekty, ktoré ekonomicky oživia územia. Príprava vhodných podmienok pre rozvoj územia založený na budovaní konkurenčnej schopnosti územia si vyžaduje cieľavedomý a systematický prístup založený na participácii a konsenze miestnych predstaviteľov a občanov. Vychádza zo spoločnej predstavy o budúcnosti územia a predstavuje tvorivý proces, cieľavedomú činnosť, orientovanú na dosahovanie špecifických výhod územia na trhu v porovnaní s konkurenciou.

Budovanie konkurenčnej schopnosti územia je súčasťou marketingovej stratégie rozvoja územia. Tvorba marketingovej stratégie je súčasťou širšieho procesu, ktorý nazývame strategické marketingové plánovanie (Vaňová, 2006).

3.1. Strategické marketingové plánovanie rozvoja územia

Možnosti rozvoja územia sú ovplyvnené viacerými faktormi, napr. charakterom územia, vonkajším prostredím, prácou verejnej správy a ďalších inštitúcií uplatňujúcich marketing územia. „Od marketingu územia sa očakáva, že dostane územie do povedomia verejnosti, že prispeje k jeho presadeniu sa na trhu území, čo zabezpečí rozvoj a prosperitu územia. To môže zároveň posilniť pozitívny vzťah verejnosti k územiu a samospráve, ktorá ho spravuje“ (Vaňová, 2000, s. 15).

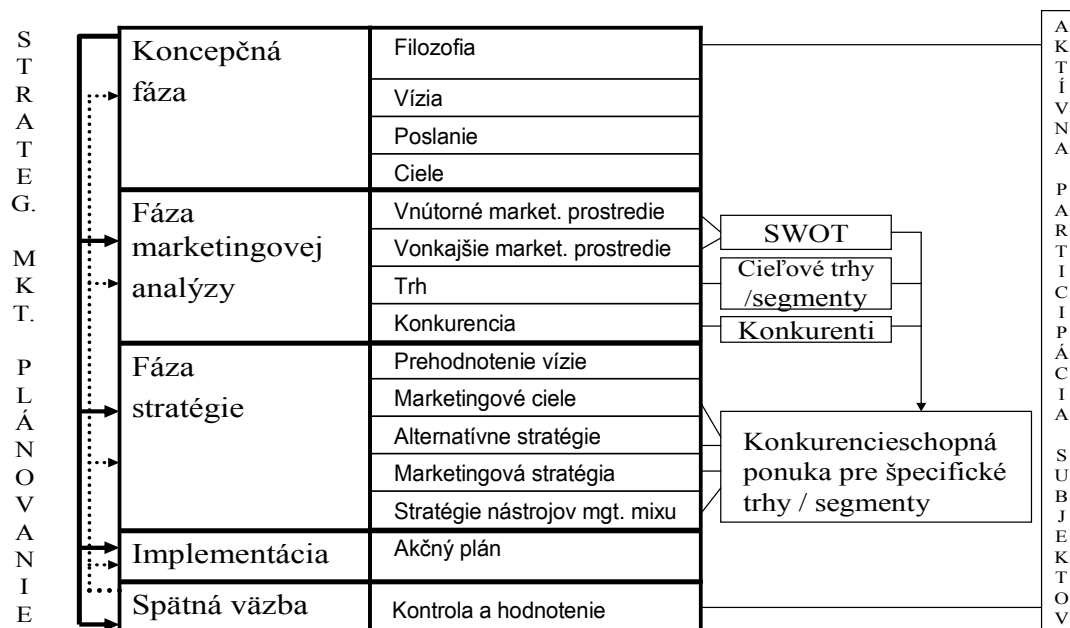
„Úlohou strategického marketingového plánovania v území je zabezpečiť z hľadiska perspektívy efektívne uspokojenie komerčných a nekomerčných potrieb, požiadaviek a očakávaní súčasných a potenciálnych zákazníkov územia, a to zhodnotením a optimálnym využitím jeho potenciálu. Súčasne treba zohľadniť možné zmeny na trhu, vo vonkajšom a konkurenčnom prostredí, presadiť územie na trhu prostredníctvom udržateľnej konkurenčnej výhody územia, pri súčasnom rešpektovaní verejného záujmu.“ Proces marketingového strategického je založený na definovaní vízie a poslania územia, územnej politiky, vymedzení všeobecných cieľov, analýze východiskového stavu územia, analýze silných a slabých stránok, možností a ohrození rozvoja územia, analýze konkurencie a svetových trendov, analýze trhu, identifikovaní cieľových segmentov a ich potrieb, zladení ponuky územia s potrebami trhu vytvorením optimálnej marketingovej stratégie rozvoja územia, jej úspešnej realizácii a nepretržitej kontrole. Nevyhnutným predpokladom budovania konkurencieschopnosti územia je dosiahnutie konsenzu medzi predstavami verejných a súkromných subjektov, ich úzka spolupráca a participácia v procese tvorby a realizácie konkurenčnej stratégie rozvoja územia (Vaňová, 2006, s. 55).

Na základe nášho skúmania a skúseností sme strategický marketingový plánovací proces v marketingu územia rozdelili na päť fáz – koncepcnú fázu, fázu analýzy, fázu stratégie, fázu realizácie a fázu kontroly a hodnotenia (obr. 1). Jednotlivé fázy na seba nadväzujú, pričom každá osobitne je predmetom hodnotenia a kontroly, tzv. systému spätnej väzby (Vaňová, 2006, s. 55 – 88).

Marketingové strategické plánovanie sa od konvenčného strategického plánovania odlišuje predovšetkým tým, že vychádza sa z dopytu na trhu namiesto sústredenia sa na vnútornú orientáciu, podrobne spracovaná analýza vnútorného a vonkajšieho prostredia vytvára predpoklady pre efektívny rozvoj územia vo vzťahu k potrebám trhu, zahŕňa špecifické stratégie pre cieľové trhy (turistov, obchodných cestujúcich, podnikateľov a investorov, obyvateľov) a stratégie nástrojov marketingového mixu (produkt, cena, dostupnosť, marketingová komunikácia a človek), je založené na prispôbení konkurenčnej pozície územia meniacim sa podmienkam na trhu, pomocou využívania marketingových nástrojov výrazne zlepšuje komunikáciu medzi stranou ponuky a dopytu, investície je možné realizovať s maximálnym efektom pre územie aj spoločnosť, pomáha zamedziť aktivitám, ktoré sú nežiadúce z hľadiska dlhodobej prosperity územia.

Nevýhody vyplývajúce z realizácie strategického marketingového plánovania možno vyjadriť v podobe rizika v súvislosti s konkurenčnými aktivitami. Riziko spočíva v tom, že okrem snahy byť lepším a presadiť sa na trhu, dochádza aj k vyhocovaniu vzťahov. Konkurencia má na vývoj trhu ako takého síce pozitívny dopad, ale na druhej strane pre vývoj územia môže snaha predbehnúť konkurenciu priniesť negatívne dôsledky až do takej miery, že by mohlo dôjsť k znehodnoteniu tých zdrojov územia, ktoré tvoria jeho podstatu. Riziko v súvislosti s komercializáciou niektorých aktivít spojených s rozvojom územia spočíva v tom, že nad snahami efektívnej politiky rozvoja územia prevládne komerčná stránka v podobe prioritnej túžby po zisku. Rizikom je aj skutočnosť, že niektoré výhody z rozvoja územia sa stanú výhodami iba pre určitú skupinu jednotlivcov.

Obrázok č. 1 Proces marketingového strategického plánovania



Zdroj: Vlastné spracovanie

Dôležitou súčasťou budovania konkurenčnej schopnosti územia je marketingová analýza, ktorá významnou mierou ovplyvňuje tvorbu konkurenčných stratégií.

Pri klasickom plánovaní rozvoja územia analýza zahŕňa analýzu vonkajšieho a vnútorného prostredia, pričom celkom absentuje analýza trhu a konkurencie. A práve analýza trhu a konkurencie predstavujú významné východiská konkurencieschopnosti územia.

V minulosti bolo strategické marketingové plánovanie zamerané predovšetkým na potreby zákazníkov. Úspešnosť územia v konkurencii s inými územiaми vo významnej miere závisí od schopnosti analyzovať správanie a zmeny v potrebách a požiadavkách súčasných aj potenciálnych zákazníkov na trhu, rovnako ako od schopnosti uspokojiť ich potreby a očakávania lepšie ako konkurencia.

Územie ako multifunkčný produkt uspokojuje rôzne potreby rôznych užívateľov, čo zvyšuje potrebu vhodného rozdelenia trhu na segmenty. Pre každé územie je dôležité identifikovať tie skupiny zákazníkov, ktorých potreby a očakávania dokáže ponukou najlepšie uspokojiť. Aby to bolo možné, je potrebné dôsledne ich vymedziť, spoznať ich charakteristiky a potreby a následne vytvoriť ponuku, ktorá ich osloví. Týmto spôsobom sa profilujú konkurenčné vzťahy. Strategický úspech územia je závislý na segmentácii trhu, zacielení a umiestnení ponuky územia na konkrétne časti celkového trhu.

V 80. rokoch minulého storočia bola do strategických úvah ako rovnocenná dimenzia popri orientácii na zákazníkov zahrnutá aj orientácia na konkurenciu. Jedným z dôvodov záujmu o konkurenciu bol viditeľný prechod od pokojného rozvoja k agresívnej súťaži.

Marketingová analýza konkurencie je založená na porovnaní predmetného územia s inými územiaми na základe trhového prístupu alebo prístupu z hľadiska ponuky. Cieľom marketingovej analýzy konkurencie je dôsledne spoznať konkurenčné územia, porovnať ich a vlastné možnosti a vytvoriť jedinečnú ponuku, konkurenčnú výhodu alebo výhody, ktoré budú len ťažko napodobiteľné.

Aj keď je význam konkurencie pre rozvoj územia zrejмый, v praxi sa reálnemu hodnoteniu konkurentov zvyčajne venuje minimálna pozornosť. Často je dôvodom buď subjektívne presvedčenie manažmentu územia, že konkurenciu a jej správanie pozná alebo rezignácia, ktorej dôvodom je rozsah skúmania konkurencie.

Analýzu konkurencie je možné uskutočniť výskumom primárnych alebo sekundárnych informácií a ich kombináciou. Zdrojom informácií pre sekundárny zber údajov môže byť predovšetkým desk research formou prieskumu dostupných materiálov o vybratej konkurencii z internetových zdrojov, rôznych databáz, rešerší z tlače, obchodného registra, registra obcí a pod.

Zdrojom primárnych informácií je primárny výskum vo vlastnom území medzi zákazníkmi územia a testy priamej konkurencie s monitorovaním vybraných kritérií.

Výstupom analýzy konkurencie je získanie profilu konkurencie, na základe ktorého manažment územia určí hlavných konkurentov, vedľajších a alternatívnych konkurentov, ich správanie, porovnanie vlastného územia a priamych konkurentov, porovnávací analýza SWOT každého významného konkurenta, porovnanie výkonnosti, ako východiska pre návrhy zmien v štruktúre produktov, cien, dostupnosti územia, marketingovej komunikácie, ľudského činiteľa a návrh kooperačných možností a väzieb, tak aby bolo možné vytvoriť jedinečnú ponuku, konkurenčnú výhodu, ktorá je len ťažko napodobiteľná a najst' najvhodnejší spôsob, ako o tom dať vedieť súčasným a potenciálnym zákazníkom.

Konkurenčná výhoda územia je dôležitým východiskom pre zaujatie pozície územia na trhu, pretože ho robí atraktívnejším v očiach zákazníkov. Preto je dôležité porovnať typ a charakter zákazníkov územia so zákazníkmi konkurencie a pohľad týchto zákazníkov na predmetné územie a konkurenčné územia. Výsledkom tohto procesu by malo byť stanovenie jednej alebo niekoľkých konkurenčných výhod územia a potvrdenie ich akceptácie cieľovým trhom alebo trhmi.

3.2. Faktory konkurencieschopnosti územia na základe segmentácie trhu

Kľúčovým prvkom konkurencieschopnosti území sú faktory konkurenčnej výhody. Konkurenčnú výhodu ako prvý definoval I. Ansoff (1965). Tvrdil, že úspešnú stratégiu možno vytvoriť hľadaním „jedinečných príležitostí, ktoré by podniku poskytlí silnú konkurenčnú výhodu“.

Konkurenčnou výhodou v marketingu územia rozumieme významnú, výhodu, špecifickú prednosť, výnimočnú schopnosť v kvalite alebo kvantite alebo spôsobe využitia potenciálu územia, ktorú má územie oproti svojim konkurentom a ktorá mu umožňuje realizovať väčšiu hodnotu než dosahuje konkurencia na rovnakom trhu. Poznanie a využitie konkurenčnej výhody je predpokladom úspechu územia na trhu. Konkurenčná výhoda je výsledkom strategického riadenia.

Kvalita faktorov konkurenčnej výhody prezentuje výhody alebo nevýhody oproti iným územiám. Často sú prehodnocované formou tzv. benchmarkingových štúdií, ktorých cieľom je identifikovať podmienky pre investovanie, alokovanie zdrojov, podnikateľských aktivít, bývanie, dovolenku a pod. Menia sa v čase, v závislosti od ekonomiky a transformácie produkčného systému, ktoré ovplyvňujú ponuku a dopyt na trhu.

Z pohľadu marketingu územia je dôležité analyzovať faktory konkurenčnej výhody územia predovšetkým z pohľadu nástrojov marketingového mixu vo vzťahu k cieľovému trhu, segmentom alebo segmentu a následne ich porovnať s konkurenciou.

Pokiaľ sa podnikateľský subjekt rozhodne vybudovať novú prevádzku alebo sa presťahovať, proces výberu má dve fázy. Prvá fáza zahŕňa výber krajiny, regiónu a následne v druhej fáze sa uskutočňuje výber konkrétneho územia.

Prvá fáza zahŕňa vyhľadávanie a eventuálny výber krajiny alebo regiónu, ktorý ponúka požadované ekonomické výhody. Regionálny výber sa zakladá na všeobecných

ekonomických kritériách spojených s výrobnými faktormi ako pracovná sila, doprava, trhy a materiály. Relatívna dôležitosť faktorov samozrejme závisí od typu odvetvia a špecifických potrieb podnikateľského subjektu alebo investora. Niektoré faktory sú významné viac, iné menej. Čoraz dôležitejšími sa pri rozhodnutiach o umiestnení alebo expanzii podnikateľských subjektov a investičných zámerov na konkrétnom území stávajú neekonomické faktory, ako je kvalita všeobecného vzdelania, odbornosť a profesionalita pracovnej sily, politická a ekonomická stabilita, moderné telekomunikácie, dobrá infraštruktúra, rekreačné aktivity, nákupné možnosti, kultúrne inštitúcie a všeobecné faktory kvality života. Rastie tiež význam environmentálnych faktorov, ako kvalita vody, čistý vzduch, ale tiež faktorov, ktoré ovplyvňujú budúcnosť investície alebo podnikania z hľadiska legislatívy upravujúcej predpisy v oblasti čistoty vzduchu, vody, nakladania s chemikáliami a odpadom a pod.

Druhá etapa rozhodovania o výbere územia zahŕňa výber konkrétneho územia v rámci zvoleného regiónu. Proces výberu sa upriamuje na špecifické prednosti územia.

Za normálnych okolností je výber konkrétneho územia výsledkom spolupráce s poradenskými a konzultačnými spoločnosťami a realitnými kancelárkami. Výber sa zvyčajne zúži na dve alebo tri územia, ktoré sa porovnávajú. Rozhodujúci význam na konečný výber územia majú okrem ekonomických faktorov hlavne neekonomické faktory, rôzne stimuly alebo dokonca subjektívne faktory.

Podľa odbornej literatúry (Maier, Todtling, 1997, s. 52, Kotler, et al., 1999, s. 43) a našich skúseností zvažuje trh podnikateľov a investorov pri výbere vhodného územia predovšetkým miestny pracovný trh, politickú stabilitu, možnosti obchodovania, dostupnosť kapitálu, dane, legislatívu, kvalitu vzájomnej spolupráce a schopnosť efektívnej komunikácie s predstaviteľmi územia, význam a charakter podpory zo strany vlády alebo správcov územia, ekonomické podmienky v území, charakter a kvalitu infraštruktúry, dostupnosť územia, životnú úroveň v území, miestnu kultúru, tradície, možnosti vzdelávania, jazyk, atraktivnosť prostredia, kvalitu života, schopnosť lokality poskytnúť špecifické výhody, stimuly, pozitívny postoj komunity k rozvoju podnikania a pod.

V nasledujúcej tabuľke prezentujeme faktory konkurenčnej výhody územia na trhu podnikateľov a investorov podľa typu územia, v závislosti od toho, či ide o hodnotenie krajiny až po konkrétny priestor, podľa ich zaradenia do sústavy nástrojov marketingového mixu.

Tabuľka 1 Faktory konkurenčnej výhody územia na trhu podnikateľov a investorov z hľadiska nástrojov marketingového mixu

Priestorová rovina	Krajina	Región	Mesto/obec	Pozemok
PRODUKT	<ul style="list-style-type: none"> * politická stabilita * stálosť legislatívneho prostredia * legislatíva * potenciálna exportná základňa * hospodárska stabilita * možnosti telekomunikácií * kvalita VŠ vzdelania * kvalita života v území 	<ul style="list-style-type: none"> * hospodárska štruktúra * dodávatelia * služby * vysoké školstvo * rekreačné aktivity 	<ul style="list-style-type: none"> * inovač. potenciál * životný štandard * vysoké školstvo * rekreačné aktivity * nákupné možnosti * kultúrne inštitúcie * vysoké školstvo * kvalita ŽP * miestna hospodár. politika 	<ul style="list-style-type: none"> * vybavenie infraštruktúrou * kvalita ŽP
CENA	<ul style="list-style-type: none"> * finančná stabilita * potenciálna * ziskovosť 	<ul style="list-style-type: none"> * mzdy * kapitálové náklady 	<ul style="list-style-type: none"> * miestne formy podpory * mzdy 	Cena

	<ul style="list-style-type: none"> * náklady * menová konvertibilita * dopravná sieť a infraštruktúra * inflácia * štátna podpora na úrovni regiónov * daňový systém 	* regionálna podpora		
DOSTUPNOSŤ	<ul style="list-style-type: none"> * geografická poloha * dostupnosť trhov EU * napojenie na medzinárodný dopravný koridor 	<ul style="list-style-type: none"> * prístup na trhy * rozloha 	dopravný prístup	<ul style="list-style-type: none"> * poloha * rozloha
MARKETING. KOMUNIKÁCIA	<ul style="list-style-type: none"> * dostupnosť informácií * kvalita informácií * imidž 	<ul style="list-style-type: none"> * dostupnosť informácií * kvalita informácií * imidž 	*dostupnosť a kvalita informácií	
ČLOVEK	<ul style="list-style-type: none"> * význam domáceho trhu * kvalifikovaná pracovná sila * odbory 	<ul style="list-style-type: none"> * charakter pracovných síl * odbory * dynamika trhu * možnosti spolupráce s VŠ 	<ul style="list-style-type: none"> * kvalita a kvantita pracovných síl * profesionalita predstaviteľov územia 	

Zdroj: Vlastné spracovanie

Tabuľka prezentuje výsledky niekoľkých výskumov uskutočnených v rokoch 1999 – 2006 medzi malými a strednými podnikateľmi vo Švajčiarsku, Nemecku, Francúzsku, Taliansku a USA v rámci projektu "Regional Monitoring of Economic, Ecological and Social Sustainability Against an International Background" a výskumu medzi mladými podnikateľmi v Rakúsku, Južnom Nemecku, východnom Francúzsku, severnom Taliansku a Švajčiarsku a vlastných výskumov uskutočnených v rokoch 2005 a 2007 na vzorke 50 náhodne vybraných podnikateľských a investorských subjektov. Podnikateľské subjekty a investori odpovedali na otázky, ktoré sa týkali využívania marketingových nástrojov samosprávami na podporu podnikania a investovania.

Slovensko je podľa viacerých štatistík v súčasnosti jedným z najprogresívnejšie sa rozvíjajúcich regiónov v strednej a východnej Európe. v oblasti rozvoja podnikania a prísunu investícií zaznamenáva v posledných rokoch výrazný pokrok.

Z výsledkov prieskumu napríklad vyplynulo, že využívanie akýchkoľvek metód a nástrojov, s výnimkou marketingovej komunikácie je na úrovni našich samospráv nedostatočné. Aplikáciu tých nástrojov, ktoré sa používajú možno označiť len za priemernú až nedostatočnú.

Podnikateľov a investorov pri príchode do územia vo výraznej miere ovplyvňujú charakteristiky ako výhodná dopravná poloha, dostupnosť trhov a blízkosť vstupov potrebných na podnikanie, kvalita pracovnej sily a zázemie pre vzdelávanie.

Respondenti považujú za nevýhodu predovšetkým neustále rastúce ceny nehnuteľností, nevyhovujúcu kvalitu dopravnej infraštruktúry, málo dynamickú a progresívnu komunálnu politiku a pod.

Výsledky prieskumu nás viedli k formulovaniu nasledovných návrhov na úrovni marketingových nástrojov:

- *produkt* - ponuku územia je potrebné prispôbiť potrebám trhu pri súčasnom rešpektovaní ochrany životného prostredia, vhodným nástrojom sú predovšetkým prieskumy trhu, či už z primárnych alebo sekundárnych zdrojov,
- *cena* - v rámci miestnej samosprávy je potrebné vytvoriť „systém regulácie“ cien nehnuteľností prostredníctvom cenových máp,
- *dostupnosť* - potrebné je dobudovať a skvalitniť dopravnú infraštruktúru,
- *z hľadiska marketingovej komunikácie je potrebné:*
 - skvalitniť informačné a poradenské služby pre podnikateľov a investorov,
 - zlepšiť kvalitu a dostupnosť informácií cez internet, využitím najmodernejších technológií (3D),
 - jednoznačne vyprofilovať a posilniť imidž jednotlivých území pomocou cielenej prezentácie doma a v zahraničí, vrátane poskytovaných služieb,
 - uverejňovať pravidelne tlačové správy v médiách o dianí a možnostiach v územiach, o pripravovaných plánoch a pod.,
- *človek* – dôraz je potrebné klásť na aktívnu komunikáciu a spoluprácu všetkých subjektov zainteresovaných na rozvoji daného územia a koordináciu všetkých aktivít. Ľudský činiteľ je nevyhnutnou súčasťou marketingového mixu územia. Bez príspevia ľudí v samosprávach a ďalších jednotkách organizačno-inštitucionálneho usporiadania by boli ostatné marketingové nástroje len ťažko realizovateľné.

4. Záver

Globalizácia, jej sprievodné javy a vplyvy spolu s integračnými procesmi prebiehajúcimi v Európe prinášajú územiám a ich rozvoju mnoho príležitostí. Patria sem najmä možnosti prílevu zahraničných investícií, čerpania fondov Európskej únie, výmeny skúseností a ďalšie.

S prejavmi globalizácie a udržaním konkurencieschopnosti území čoraz viac vystupuje do popredia význam spolupráce a vytvárania synergických efektov medzi subjektmi. v globálnom prostredí sa eliminuje význam podnikateľských subjektov a malých samosprávnych útvarov ako jednotlivcov a rastie význam kooperácie, partnerstva a participácie. Zvyšovanie konkurencieschopnosti území si preto vyžaduje aplikáciu trhového prístupu k rozvoju územia, ktorý predstavuje marketingový prístup.

Cieľom príspevku bolo definovať základné pojmy konkurenčnej schopnosti územia a vymedziť základné faktory konkurenčnej výhody územia pre trh investorov. Cieľ príspevku sme jeho obsahom naplnili.

Teoreticky a metodologicky príspevok nadväzuje na ciele projektu VEGA č. 1/2545/05 „Determinanty efektívnosti územnej samosprávy“, riešeného na Katedre regionálneho rozvoja a verejnej správy Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici.

Použitá literatúra

BAK BASEL. The Location Factors of the IBC Performance Database. 2003.

MAIER, G. - TÖDTLING, A. F. Regionálna a urbanistická ekonomika: Teória lokalizácie a priestorová štruktúra. Bratislava: Elita, 1997, s. 52.

KOTLER, P. - ASPLUND, CH. - REIN, I. - HAIDER, D.H. 1999. Marketing Places Europe. Prentice Hall, 1999. ISBN 0 273 64442 4.

PORTER, M.E. 1998. The Competitive Advantage of Nations. New York : The Free Press, 1998. ISBN 0-684-84147-9.

- PORTER, M.E. Locations, Clusters and Company Strategy. In: Clark, G.L., et al. (eds.): The Oxford Handbook of Economic geography. Oxford, 2000. s. 253-274.
- SKOKAN, K. 2004. Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji. Ostrava : Repronis, 2004. ISBN 80-7329-059-6
- STANKOWSKY, J. Direktinvestitionen in Osteuropa. Wien. 1996.
- VAŇOVÁ, A. 2000. Marketing územia. In VAŇOVÁ, A. - BERNÁTOVÁ, M. 2000. Marketing pre samosprávy. Marketing územia. Banská Bystrica : Ekonomická fakulta UMB, 2000. 180 s. ISBN80-8055-337-8.
- VAŇOVÁ, A. 2006. Strategické marketingové plánovanie rozvoja územia. Banská Bystrica : EF UMB, 2006. s. 126. ISBN 80-8083-301-X

Adresa autorky:

doc. Ing. Anna Vaňová, PhD.
Katedra regionálneho rozvoja a verejnej správy
Ekonomická fakulta UMB
Tajovského 10
Banská Bystrica
e-mail: anna.vanova@umb.sk
tel.: 0042188/4462015

Korupce a paradigma nové institucionální ekonomie

Corruption and paradigm of the neš institutional economics

JOLANA VOLEJNÍKOVÁ

Anotace

Cílem předloženého příspěvku je pojednat o problematice korupce a její možné interpretaci uvnitř teoretické ekonomie. Zaměření příspěvku se opírá o přesvědčení, že i ekonomická teorie by měla podobné způsoby ekonomického jednání analyzovat. Předložený příspěvek se zaměřuje pouze na dílčí, vybranou část celé problematiky. v rámci příspěvku je diskutována problematika definování korupce v kontextu paradigmatu Nové institucionální ekonomie. Toto paradigma v mnoha aspektech modifikuje a doplňuje paradigma neoklasické ekonomie a poskytuje tak vhodný teoreticko metodologický rámec pro analýzu problematiky korupčního jednání. Výchozím metodologickým východiskem je přístup D.Northa a jeho klasifikace institucí a organizací. Poukázáno je i na hospodářsko-politické implikace dané problematiky s ohledem na reálný zájem o kvalitu institucionálního prostředí v soudobých ekonomikách.

Summary

The problems of corruption and its possible interpretation inside theoretically economics is aim of this article. Paper has conviction that economic theory should analyse similar method of economic behaviour. The paper is specialized only to partial and choice part of whole problems. Problems of corruption definition in context of paradigm of New institutional economics is discussed within the paper. This paradigm modifies and supplements paradigm of neo-classic economics in many aspects. The paradigm offers right theoretically and methodological framework for analyse of problems of corruption behaviour. D. North's access and his classification of institution and organization are starting methodological solution. The paper adverts also to economic and politically inference of the problems in the light of real concern about quality of institutional milieu in economies of the day.

Klíčová slova

ekonomie, institucionální ekonomie, korupce, instituce, formální instituce, neformální instituce, organizace

Key words

economics, New institutional economics, corruption, institutions, formal institutions, informal institutions, organizations

ÚVOD

Kdyby nebyly příležitosti ke korupčnímu chování, kdyby lidé nenabízeli, nevyžadovali nebo nepřijímali úplatky, nebyla by ani korupce. Opak je však pravdou. Korupce se stala běžnou v různých formách a v různých oblastech života společnosti, s různou intenzitou se pak projevuje bez ohledu na politický, hospodářský či náboženský systém, bez ohledu na stupeň ekonomické vyspělosti země či stupeň jejího zapojení do mezinárodní ekonomické integrace. Korupce má také *mnoho dimenzí*. Zasahuje do ekonomiky, je problémem kulturním, morálním, právním, sociálním a politickým. Jedná se o *skrytý jev*, který se velice těžko odhaluje a dokazuje. Je to fenomén, který *se nedá přesně změřit* a neexistuje jednotka, která by jasně ukázala, v jakém množství se korupce vyskytuje. Všechny uvedené charakteristiky tvoří jev, který je svou podstatou zcela specifický. Ze všech uvedených atributů korupce také vyplývá, jak velmi těžké je zjistit škody, které korupce způsobuje. a právě z těchto důvodů je třeba vytvářet proti korupci opatření, která by měla charakter vestavěných stabilizátorů a ne pouze jednotlivých kauzálních tahů. „Z důvodu *nelegálního charakteru této problematiky se uplácení státních úředníků v ekonomické literatuře nevěnuje téměř žádná pozornost. Ekonomická věda by ale měla analyzovat všechny aspekty směny, ať je již tato směna legální, či nelegální*“, uvádí Murray Rothbard v knize „Ekonomie státních zásahů“ [16:171]. Položili

jsme si proto otázku, zda a jak může ve výše uvedených souvislostech pomoci ekonomická teorie? Předložený příspěvek analyzuje v tomto kontextu pouze dílčí, vybranou část celé problematiky, které je obecně v české ekonomické literatuře věnováno minimum pozornosti. Téma a zaměření předloženého pojednání bylo voleno i s ohledem na skutečnost, že si v letošním roce připomínáme 100 let od narození jednoho z předních „starých“ amerických institucionalistů J.K.Galbraittha.

TEORETICKO METODOLOGICKÁ VÝCHODISKA

Cílem předloženého příspěvku je pojednat o problematice korupce a její možné interpretaci uvnitř teoretické ekonomie. Naše prvotní úvaha vychází ze skutečnosti, že ačkoliv je korupce jev nelegální, představuje velmi častý způsob ekonomického jednání. Jako takový pak významně ovlivňuje průběh a výsledky ekonomických transakcí a fungování tržního mechanismu. Argumentace k tomu, zda se vůbec má obecná ekonomie tímto jevem zabývat je podrobně rozvedena v publikaci [19]. v kontextu námi vymezeného cíle se v tomto příspěvku jako účelné jeví vymezit teoreticko-metodologická východiska celé problematiky ve dvou rovinách. v rovině první bude nezbytné definovat a terminologicky objasnit samotný pojem „korupce“. v rámci druhé roviny pak bude pojednáno o institucionální ekonomii, v jejíž perspektivě lze problematiku korupce teoreticky uchopit.

Zaměříme se nejprve na **definování pojmu „korupce“**. Lze konstatovat, že v minulosti byla učiněna řada pokusů, které na korupci nahlížely z odlišných úhlů pohledu, a proto každý z nich plně nezohledňoval nebo podcenil některý z jejích aspektů. v současnosti nejjednodušší a zároveň nejpoužívanější definice, kterou poprvé ve svých studiích použila Světová banka, popisuje korupci jako „...zneužití veřejné pravomoci (síly) k soukromému prospěchu“ [17]. Tímto vymezením by se však předmět našeho zájmu výrazně zúžil, neboť korupce se vyskytuje i v soukromém sektoru a její důsledky jsou zde stejně závažné jako ve veřejné sféře. Lze dokonce říci, že kdykoliv, kdy fyzická nebo právnická osoba v souvislosti se svým postavením obstará za odměnu jiné fyzické či právnické osobě, nebo skupině osob, určitou výhodu, přičemž jsou porušována zákonná, tržní či etická pravidla, můžeme hovořit o korupci. Např.Tanzi [18] proto definuje korupci mnohem obecněji, jako „...úmyslné nedodržování odtazitého vztahu a osobní nezainteresovanosti.“ z uvedeného plyne, že vymezení pojmu „korupce“ není zdaleka jednotné (podrobněji viz. literatura [19]). Někteří autoři [1] dokonce považují korupci v zásadě za subjektivní koncepci, která se časem mění tak, že ji nelze podle jejich názoru definovat obecně přijatelným způsobem. v důsledku uvedeného dosud neexistuje jediná, všeobecně přijímaná definice korupce, která by byla akceptovaná v řadách širší odborné i laické veřejnosti. Implikace nacházíme i v oblasti práva, kdy např.v českém právním řádu není pojem „korupce“ dosud definován a jako takový se zpravidla považuje za synonymum pojmu „úplatkářství“. Tento termín pak, z lingvistického hlediska představuje původní český výraz, jehož jakákoliv podoba není ve světě používána.¹⁸⁷ v tomto *užším slova smyslu* vyjadřuje korupce vztah mezi dvěma subjekty, jednotlivci či institucemi, z nichž jeden subjekt nabízí a zpravidla i poskytuje druhému určitou formu

¹⁸⁷ Původní český výraz „uplatiti“ znamenal slovní ekvivalent dnešního „zaplatit“. Pro „podplácení“ nebo-li „kupování si prospěchu“ existovaly v Čechách už před rokem 1500 různé výrazy. Pro úplatek, tedy dar mající zajistit prospěch podplácením, se používal výraz (*h*)*alafanc* (např. „z Loun slyšíme stížnost, že ... z halafance konšel neoprávněně povolil měšťanovi vařit pivo“). Toto slovo se dostalo do staročeské slovní zásoby z italštiny (*all'avanzo* - znamená ku prospěchu) přes němčinu (*alevanz* - znamená podvod). Staří Čechové používali také výraz „koláč“. Protože úplatky byly „nespravedlivé“ i „spravedlivé“, nazývaly se ty nespravedlivé také „*křiví koláči*“. [21]

odměny za poskytnutí či příslib neoprávněné výhody. Druhý subjekt pak očekává, že mu za tuto poskytnutou výhodu bude poskytnuta slíbená materiální či nemateriální odměna. Úplatkářství potom představuje pouze jednu z forem korupčního chování. Tato forma má i charakter jednání protiprávního a naplňuje tak znaky skutkové podstaty konkrétního trestného činu. Podle [2] však „*podobně jako v zemích západní Evropy, jsou i u nás do korupce zahrnovány i případy klientelismu, nepotismu a prodeje pozic vydírání ze strany úředníků nebo politiků, zpronevěra veřejných prostředků či zneužívání postavení a moci k vlastnímu prospěchu*“. v kontextu s tímto tvrzením i my se domníváme, že korupci je nezbytné definovat v této dimenzi, tedy jako *korupci v širším slova smyslu*. Korupci tedy chápeme jako způsob chování, který **představuje výsledek racionální kalkulace dvou ekonomických subjektů, umožňující vzájemně výhodnou směnu založenou na principu užitku.**

Druhé teoreticko-metodologické východisko našeho zkoumání představuje **paradigma institucionální ekonomie**. Institucionalismus jako směr ekonomické teorie má své kořeny v dílech amerických institucionalistů v první polovině 20.století (viz.mimo jiné i v úvodu zmíněný J.K.Galbraith), nicméně dynamický rozvoj této větve ekonomického myšlení můžeme pozorovat od 60.let 20.století. Ekonomové hovoří v této souvislosti o **Nové institucionální ekonomii**. v teoretické rovině reagoval tento směr ekonomického myšlení na absenci institucionálního rámce v neoklasickém analytickém systému „...*při analýze ekonomické výkonnosti v čase se přijímaly dva mylné předpoklady: za prvé, že instituce nejsou důležité a za druhé, že čas není důležitý*“ [14:441]. Na rozdíl od „starých“ amerických institucionalistů však neoinstitucionalisty vedla snaha modifikovat tradiční neoklasickou ekonomii doplněním jejího analytického rámce o úlohu institucí, neboť podle nových institucionalistů „...*instituce hrají zásadní roli při utváření ekonomického chování lidí i při dosahování určité ekonomické výkonnosti, (...), instituce se samy v čase mění a mnohdy reagují na působení ekonomických činitelů*“ [17:248]. Paradigma neoinstitucionalismu sahá až k myšlenkám Adama Smithe, který zdůrazňoval důležitost stabilního právního rámce a ochrany vlastnických práv jako podmínek fungování neviditelné ruky trhu. Produktivita zemí je závislá na specializaci a dělbě práce, specializace je možná jen tehdy, existuje-li směna. Specializace a produktivita systému bude tím vyšší, čím budou nižší náklady na směnu (tedy transakční náklady), které jsou determinovány institucemi dané země, jejím právním, politickým, sociálním či vzdělávacím systémem, kulturou atd. Předmětem institucionální ekonomie je pak zachytit význam tohoto institucionálního uspořádání pro ekonomickou výkonnost země. Analytickým rámcem institucionální ekonomie je modifikace neoklasické ekonomie. Je využit klíčový ekonomický princip – princip vzácnosti a konkurence a také analytické nástroje mikroekonomické teorie, modifikovány jsou však předpoklad racionality. *Člověk smluvních vztahů (contractual man)* maximalizuje svoji užitečnost v rámci daného institucionálního uspořádání. Disponuje *omezenou racionalitou*, existuje ve světě transakčních nákladů, vlastnických práv a omezených, časově asymetrických informací. Aby se mohl v takovém prostředí rozhodovat, musí být vytvořena určitá *pravidla*. Ta jsou součástí kultury, tvoří se cestou pokusů a omylů během historického vývoje a předávají se z generace na generaci. Kultura je souhrnem dovedností, hodnot, norem a zvyků, které umožňují jednotlivcům identifikovat se s určitou společností. Kultura usnadňuje komunikaci mezi jednotlivci a zajišťuje kontinuitu společenského vývoje: „*Kultura poskytuje klíč k trajektorii v průběhu času, což je pojem, který se používá pro deskripci silného vlivu minulosti na přítomnost a budoucnost*“ [14:446]. Podle neoinstitucionálního konceptu jsou tedy ideologie, náboženství a morální hodnoty pro pochopení ekonomického chování lidí významné. Jednotlivci mohou navíc maximalizovat svůj blahobyt i na úkor ostatních (např.podvody, šizením apod. - tzv.*oportunismus*), což ve světě omezených

informací a omezené racionality představuje významný problém, protože nelze nepoctivého jedince předem rozeznat. v tomto kontextu představuje kultura korupce jednu z klíčových „kulturních proměnných“, kterou je nezbytné v rámci různých společností a kultur zkoumat. k ekonomické stagnaci a poklesu budou směřovat země s korupční kulturou, individualistickými sklony jednání a neochotou se učit. Naproti tomu společnosti s vyspělou kulturou osobní cti, sklonem k solidaritě a inovativnosti, budou realizovat ekonomický vzestup a růst.

VLASTNÍ ANALÝZA

Podle pojetí organizací a institucí¹⁸⁸ se kterými Nová institucionální ekonomie pracuje a podle toho, jakým způsobem představitelé jednotlivých přístupů doplňují nebo modifikují tradiční neoklasickou ekonomii, bylo v Nové institucionální ekonomii rozlišeno několik směrů.¹⁸⁹

Domníváme se, že v souvislosti s interpretací problému korupce v prostředí Nové institucionální ekonomie se jako produktivní jeví přístup rozvíjený zejména D. C. Northem¹⁹⁰, který pracuje s ekonomickými a politickými pravidly a s institucemi jako s endogenními veličinami a jako jednotící prvek zde zavádí pojem transakční náklady. Instituce chápe jako „*pravidla hry ve společnosti (...), lidmi navržená omezení, jež ovlivňují lidské vztahy*“ [3:3]. Jsou to omezení, „...*jež na sebe lidé uvalují*“ [13:5]. Takové instituce mohou být:

Formální - mají *zákonnou podobou*. Jedná se o celý právní rámec ekonomiky, který upravuje ekonomické chování lidí. Nejdůležitější je v tomto směru instituce *vlastnických práv, právní ochrana vlastnictví, smluvní právo, občanské právo, pracovní a sociální právo* atd. Mezi formální instituce také patří *politické instituce* jakými jsou *ústava a zákony* upravující politická a občanská práva. Vliv formálních institucí na efektivnost subjektů ekonomiky je zprostředkovaný, avšak značný.

Neformální - ustálené zvyky, tradice, obyčej, tabu, kodexy chování, budování sociálních sítí (např. na rodinném či příbuzenském základě), vše co nazýváme „kulturou“ dané společnosti. Podle Northe to jsou „*sociálně přenášené informace, které jsou součástí kultury*“ [13:37]. Neformální omezení mohou být [13:40]:

- ⇒ rozšířením a modifikací formálních pravidel,
- ⇒ sociálně sankcionovanou normou chování,
- ⇒ vnitřně vynucovanými pravidly chování.

¹⁸⁸ Existuje řada alternativních definic tohoto jevu. Známé je např. dělení institucí *podle instrumentality* na ceremoniální (statusové) tj. ústava a základní lidská práva a instrumentální tj. nástroje a techniky pro řešení problémů [Bush, 1987]. Bush dokládá, že, při převaze ceremoniálních institucí je pro společnost velmi obtížná absorpce nových znalostí. Bariéry zde tvoří tradice (závazek minulosti), závazek do budoucna a tzv. Lysenkův efekt tj. úsilí dosáhnout instrumentálně nedosažitelných výsledků přes ceremoniálně uznané vzorce chování – tj. korupce a manipulací s vědou pro ideologické účely. Engerman, Sokoloff [2003] vysvětlují instituce jako specifické organizace nebo pravidla, jež kontrolují nebo omezují lidské chování. Za klíčové instituce pokládají definování a vynutitelnost vlastnických práv mezi vládou a soukromými subjekty a jednotlivci uvnitř společnosti. Širší pohled přináší Hall, Jones [1999], hovoří o sociální infrastruktuře, kterou tvoří instituce společně s vládními politikami. Sociální infrastruktura determinuje prostředí, v němž jednotlivci nabývají dovednosti a firmy akumulují kapitál a vytvářejí výstup. Jejím základním úkolem je ochrana produkce výrobců před neefektivním využíváním výrobních zdrojů.

¹⁸⁹ Blíže k tomu např. islandský ekonom Thráinn Eggertsson In *Economic Behavior and Institutions*. Cambridge, Cambridge University Press, 1990.

¹⁹⁰ Americký ekonom Douglass C. North byl oceněn Nobelovou cenou za ekonomii v roce 1993 (společně s Robertem W. Fogelem) „za průkopnickou práci při analýze transakčních nákladů a jejich odrazu v růstu vlády a za vytvoření obecného modelu institucionálních změn a jeho aplikaci na hospodářské dějiny západní civilizace“.

Instituce tedy představují množinu formálních a neformálních politických, ekonomických a sociálních pravidel (včetně jejich vynucování). Instituce tím, že provádějí výběr mezi jednáním, které povoleno je a které povoleno není, působí na smýšlení a jednání ekonomických subjektů, spoluutvářejí jejich preference a očekávání a činí tak určité chování předvídatelným a dané prostředí stabilnějším. ***z hlediska našeho zájmu je pak podstatné, že instituce by měly být natolik kvalitní, aby umožnily relativně rovný přístup k ekonomickým zdrojům pro co nejvíce subjektů ekonomiky, a současně by měly být schopné vytvářet mechanismy zabraňující různým podvodům proti konkurenčnímu chování a morálnímu hazardu.*** Tyto požadavky jsou nezbytné, neboť kvalita institucí spoluurčuje úroveň konkurence a společně se standardními ekonomickými omezeními a použitými technologiemi determinuje výrobní a transakční náklady¹⁹¹ a tím i ziskovost a uskutečnitelnost různých ekonomických aktivit.

„Pokud instituce představují pravidla hry, organizace a podnikatelé jsou hráči“ [14:444]. **Organizace** „...vznikají v důsledku příležitostí poskytnutých institucionálním rámcem. Pokud činí institucionální rámec ziskovým pirátstvím, potom začnou vznikat pirátské organizace, pokud činí ziskovou produktivní činnost, potom vzniknou organizace – firmy, které se zabývají výrobními činnostmi“ [14:444]. North [13:5] definuje organizace jako „...vzájemně propojené skupiny aktérů jednajících pod tlakem jistých institucí“. Jsou to skupiny jednotlivců, hierarchické struktury, které vznikají na základě určitých institucí, fungují na jejich základě nebo slouží k jejich vynucování. Organizace mohou být *ekonomické* (podniky, banky, investiční fondy, družstva, odbory), *politické* (politické strany, vláda, Parlament, ministerstva, místní správní orgány), *společenské* (církve, občanská sdružení) a *vzdělávací* (školy, univerzity).

V tržním prostředí, kde na sebe vzájemně působí organizace a instituce se odehrávají *změny*. Jde o neustálý postupný proces, který je výsledkem rozhodování jednotlivců v organizacích. Většina těchto rozhodnutí je stabilních, probíhá rutinně na základě zvyku či konvence, takže odpovídá očekávanému modelu chování jednotlivců. Některá rozhodnutí však hranice očekávaného jednání překračují, postupně vedou ke změně vztahů mezi jednotlivci a organizacemi a následně i ke změně formálních a neformálních pravidel. Nutnost změny institucí vyplývá v mnoha případech z toho, že se stávají překážkou při zvyšování životní úrovně obyvatel (např. v pojetí Veblena instituce často iracionálně omezují a nesprávně orientují tvůrčí aktivity subjektů). Jedná se tedy o velmi širokou problematiku, která souvisí s otázkou *institucionální změny*. Podle Northe existují dva základní zdroje institucionálních změn: změna relativních cen a změna preferencí (např. jestliže někteří účastníci trhu nabudou přesvědčení, že si mohou polepšit změnou neformálních pravidel). Změnu obecně North vnímá jako „*přízpusobování se souboru pravidel, norem a donucení napříč prostorem i časem*“ [13:83]. Změna formálních institucí, např. změna pravidel alokačního mechanismu, je relativně snadná a rychlá. Naproti tomu u neformálních institucí je třeba počítat s delším obdobím. Williamson [20] např. předkládá různé hierarchické úrovně institucí, kterým přiřazuje různá časová období.¹⁹² Změna neformálních omezení je více postupná a podvědomá, protože souvisí s vývojem alternativních modelů chování, shodujících se s nově chápanými výhodami a náklady. Závislost institucí v dané zemi a době na historickém vývoji jejího institucionálního uspořádání zakládá „*stezka závislosti*“ (path dependency). i přes

¹⁹¹ Podle D.C. Northe transakční náklady vznikají z důvodu nákladnosti a asymetričnosti informací spojených zvláště s ochranou vlastnických práv a vynutitelností smluv. Tyto náklady způsobené fungováním ekonomického systému jsou důležitým determinantem ekonomického výkonu země.

¹⁹² Na prvním hierarchickém stupni společnosti (1) existuje dlouhodobě stabilní sociální struktura, která se mění po revolucích nebo společenských krizích (100-1000 let). Druhý stupeň (2) představují instituce měnící pravidla hry (formální instituce) v časovém období (10-100 let). (3) stupeň tvoří instituce týkající se hry samotné (společenské smlouvy), které se mění v období (1-10 let). Na posledním (4) hierarchickém stupni se nacházejí instituce, které se vztahují k alokačnímu mechanismu (regulace, kontrola), které je možné měnit operativně.

změnu formálních institucí zůstávají neformální instituce ještě po dlouhou dobu nezměněné, takže mezi neformálními omezeními a novými formálními pravidly vzniká určité pnutí. Podle Northe mají ekonomiky s dlouhou tradicí stabilních politických a ekonomických pravidel sebezáchovnou tendenci se rozvíjet, na rozdíl od ekonomik, jejichž dědictvím je nerovnováha a neschopnost rozvinout společenské normy obvyklé v demokratické společnosti. Zavedení formálních institucí vede k odlišným výsledkům mezi jednotlivými zeměmi. Stát jako garant a spoluvůrce základních institucí, by měl cestou racionální hospodářské politiky ovlivňovat tyto institucionální změny tak, aby došlo k poklesu transakčních nákladů a k růstu ekonomické výkonnosti dané země.

Změna institucí znamená i změnu existujících organizací a/nebo vytváření organizací nových, které ve vzájemném působení s institucemi podněcují institucionální změny. Klíčovou roli zde sehrává *konkurence*, která nutí organizace investovat do perspektivních znalostí a dovedností, jejichž povahu institucionální prostředí zpětně určuje. North vyvozuje, že s plynutím času neefektivní instituce zaniknou a postupně dojde ke vzniku efektivních forem ekonomických, politických a sociálních organizací. Zásadním dlouhodobým zdrojem změn institucí v čase je tedy *proces učení*, který vede ke změnám chybných modelů chování, determinuje tempo změn institucí a závisí na míře konkurence mezi organizacemi. Vysoký stupeň monopolizace ekonomiky bude mít za následek menší stimulaci k učení, pravidla jednání mezi účastníky trhu budou strnulejší a tím bude existovat více podnětů ke korupčním formám jednání. Odstraňování nebo uvolňování institucionálních bariér konkurence bude naopak zvyšovat intenzitu učení, instituce se budou měnit rychleji a prostoru pro korupci bude ubývat. Směr ekonomických změn pak bude záviset na představách jednotlivých hráčů o očekávaných přínosech, které budou realizovat na základě získání nových znalostí o ostatních hráčích v ekonomice a na základě změny původních modelů chování.

Z uvedeného plyne, že pro dosažení efektivního fungování trhu je nutné, aby jednotliví účastníci znali správné způsoby k dosažení svých cílů. Jde o to správně odhadnout chování ostatních hráčů a v případě chybného předpokladu pohotově využít zpětné informační vazby. Ti, kteří své původně chybné modely opraví, mají šanci v konkurenci přežít, avšak ti co se nepřizpůsobí, budou z trhu vyloučeni. Efektivnost trhu tedy znamená, že struktura tržních institucí nebude apriori nikoho zvyhodňovat. North však sám upozorňuje na skutečnost, že „(...) *Instituce nejsou nezbytně či dokonce obvykle vytvářeny tak, aby byly společensky efektivní. Naopak, instituce či přinejmenším formální pravidla jsou vytvářena tak, aby sloužila zájmům těch, kteří mají dostatečnou vyjednávací moc nová pravidla vytvářet*“ [14:443]. Dochází tak ke zvyšování transakčních nákladů pro ostatní účastníky, podle jejichž představ instituce nebyly vytvořeny. Jednotlivci tak jednají na základě asymetrických informací a nesprávných modelů chování odvozených z jejich omezené racionality. Zpětná informační vazba je nedokonalá a nevede k opravě chybných rozhodnutí. Trh funguje neefektivně a přežívají pouze ti, kteří mají přístup k informacím a/nebo ti, pro které byly instituce vytvořeny tak, aby právě jejich modely chování byly životaschopné. Tím se opět dostává do popředí otázka úspěšnosti tlaku různých zájmových skupin a neefektivnost politických trhů, která se takto přelévá na trhy ekonomické. Příliš mnoho institucí vzniklých na základě zájmu lobbyistických skupin vede např. ke vzniku různých neprůhledných vlastnických struktur, které dovolují převádět kapitál z jednoho subjektu na jiný, umožňují nedostát svým závazkům a ochraňovat tak ztrátové podniky před jistým krachem. Bohužel, je „*častou a smutnou zkušeností ekonomické historie, že vyhýbání se zákonům a jejich obcházení ... bylo vždy důsledkem laxního „enforcement“, selhávání státu v oblasti vymáhání a vynucování práva a spravedlnosti, a dříve či později se tato laxnost společensky vymstila*“ [12:23].

Jak bylo zmíněno výše, v institucionální ekonomii jde v současné době především o vyhodnocení **vlivu institucí či institucionálních faktorů na celkovou ekonomickou výkonnost dané země**. Reálný zájem o institucionální charakteristiky ekonomik se v rovině hospodářsko-politické praxe prosadil počátkem 90.let minulého století. Původně šlo zejména o otázky ekonomické výkonnosti a dlouhodobého růstu zemí. Zvýšený zájem o roli institucí pak vyvolal proces transformace centrálně plánovaných ekonomik. Empirické analýzy a výzkum v této oblasti se začaly orientovat na identifikaci rozdílů v ekonomické výkonnosti mezi zeměmi či skupinami zemí právě na základě institucionálních faktorů. „*Vzestup a pád Sovětského svazu a světového komunismu nejsme schopni objasnit s pomocí nástrojů neoklasické analýzy. k řešení současných problémů rozvoje bychom však měli přistoupit s pomocí institucionálního a kognitivního přístupu. (...) nová politická ekonomie zaměřovala svoji pozornost především na Spojené státy americké a rozvinuté společnosti. Naléhavým úkolem výzkumu je modelovat třetí svět a komunity ve východní Evropě*“ [14:449]. v tomto směru lze konstatovat, že zejména **analýza neformálních institucí** začíná před vědci otevírat nejenom široké spektrum problémů, se kterými se soudobé ekonomiky na různých stupních svého hospodářského rozvoje potýkají, ale i množství otázek, úkolů a výzev pro generace příští. Ačkoliv problematika korupce, jako způsobu chování ekonomických hráčů, představuje v tomto širokém spektru morální dimenze hospodářství, zvyků, tradic a konvencí pouze určitou podmnožinu, dosavadní teoretické a empirické studie dostatečně dokládají negativní dopady korupce na ekonomickou výkonnost států a současně varují před hysterzi tohoto jevu v soudobých ekonomikách.¹⁹³ „*Korupce má dvě macechy – lidskou slabost a neúčinné instituce. Povšiml si toho už Montesquieu: Existují dva druhy korupce. Jeden, když lid vůbec nedodržuje zákony a druhý, když ho korumpují samotné zákony. Je to nemoc nevyléčitelná, neboť tkví v samotném léku*“ [10:7]. v teoretické rovině je to právě metodologický přístup Nové institucionální ekonomie, který umožňuje uchopit problém korupce v široké dimenzi reálných ekonomických struktur a vztahů. z **perspektivy zorného úhlu Nové institucionální ekonomie můžeme korupční chování vymezit jako odchylku od formálních pravidel. Tam, kde je korupce silně zakořeněna zvykem či tradicí, patří tento způsob chování k široké síti neetických neformálních institucí.** Korupce nestojí „vně“ ekonomického systému, ale existuje-li, pak existuje jako endogenní instituce, a jako taková představuje svébytný systém s vlastní kulturou a tradicí. Korupce „...funguje jako sociální systém, má své vlastní pravidla hry, vnitřní mechanismy svého vývoje podmiňující jeho sílu, pronikavost a rychlost šíření ve společnosti“ [6:19]. To pochopitelně snižuje efektivitu boje s korupcí. Např. pokusy, které byly vedeny za účelem eliminace korupce cestou personální výměny zkorumpovaných lidí selhaly a ukázaly se jako vysoce neúčinné. Když do stejných, nezměněných poměrů (institucí) dosadíte nové, „čisté“ lidi (hráče), budou se velmi rychle chovat stejně korupčně jako jejich předchůdci nebo z místa odejdou. Součástí korupce jsou tedy korupční normy, pravidla a vazby vzájemné důvěry, bez jejichž dodržování by korupce nebyla možná (je potřeba znát správné lidi na správném místě). Tato korupční pravidla a normy si nacházejí své místo zpravidla tam, kde existují „bílá místa“ jako poruchy v systému formálního institucionálního uspořádání. Podle sociologické literatury, např.[5:461], dochází k poruchám oficiálního normativního systému společnosti (k tzv. *sociální dezorganizaci*) ve třech základních podobách:

1. Ve společnosti (nebo v některé její oblasti) existuje několik protikladných pravidel, přičemž aktérům není dostatečně zřejmé, které mají upřednostňovat. Tendence ke korupčnímu jednání vychází ze zjištění, že právě toto chování jim přináší největší zisk.
2. Dodržování oficiálních norem nevede k příslušným výsledkům nebo odměně.

¹⁹³ k identifikaci vlivu korupce na ekonomickou výkonnost zemí se v široké míře využívají tzv. indexy korupce.

3. Situace, kdy oficiální pravidla zcela chybí. Tato situace je charakteristická např. pro transformační období postkomunistických zemí, kde staré normy již neplatí a nové ještě nebyly vytvořeny.

Selhání formálních institucí otevírá prostor pro šíření korupčních norem jako institucí neformálních. z pohledu zúčastněných hráčů se však jedná o racionální reakci na realitu systému, neboť existující (popř. vůbec neexistující) instituce nepředstavují pro hráče motivační faktor, takže korupční jednání se v této situaci jeví jako ekonomicky racionální. Vzhledem k tomu, že korupce má svá vlastní pravidla, normy a mechanismy šíření, korupční instituce a formální instituce si konkurují. Korupce může nakonec suplovat úlohu institucí formálních (např. situace chudých zemí třetího světa nebo období reálného socialismu, kdy různé zakonzervované interpersonální vazby snižují nejistotu neefektivních trhů).¹⁹⁴ Při opakovaných korupčních akcích jsou navíc korupční normy reprodukovány a samy korupční systém řídí. Postupně pronikají na veřejnost, kde kolem sebe šíří *korupční klima*, jako „*soubor kolektivních představ, popřípadě kulturních vzorů, které zneužívání veřejných pravomocí, dávání a brání úplatků činí pro obyvatele dané země samozřejmým a zvykově omluvitelným aktem*“ [6:74]. Korupční klima tak pomáhá etablovat korupční transakce jako legitimní způsob chování. Ke stabilizačním prvkům korupčního systému je nutno připočítat i odhalené a zveřejněné korupční aféry vrcholných veřejných představitelů (nebo i mediálně známých osob, vrcholových sportovců apod.) a také existenci dlouhodobě otevřených a dosud nepotrestaných korupčních kauz. Ke stabilitě korupčního systému napomáhá i **formalizace korupce**. Formalizaci neformálních korupčních pravidel mohou zainteresovaní hráči docílit např. lobbyngem (např. za prosazení omezení konkurence na určitém trhu nebo za prosazení měkkého protikorupčního zákonodárství apod.). k tomu přispívá zejména klientská síť, zvláště, jsou-li mezi zainteresovanými hráči politici, soudci, představitelé vrcholné veřejné správy obecně. Tyto skutečnosti na jedné straně stabilizují a posilují existující korupční systém, na straně druhé *mění očekávání subjektů o chování jejich protihráčů* a tím korupční systém *dynamizují*. Důsledkem bude zvyšování rovnovážné hladiny korupce v příštím období a růst transakčních nákladů.

Korupce, ať už jako nahodilá forma ignorance závazků vůči státu a právu, nebo jako substituční systém formálních institucí, působí nelegálně ve skryté podobě. z hlediska dlouhého období však vykazuje značnou stabilitu spojenou se sítí neformálních sociálních vazeb (klientelismus, protekce, nepotismus) a potřebná institucionální změna se pak prosazuje velmi těžko. „...*Marginální změny mohou v čase přivést k řešením, které – jakmile jednou převáží (...) jsou jaksi uzavřeny v sobě („lock-in“), a vedou potom k určité zvláštní cestě do budoucnosti*“ [12:27]. Síla bývalé závislosti, síla skutečnosti, že korupční instituce, které společnost zdědila, mají schopnost přežít je značná. v této souvislosti nelze nezmínit situaci v mladých tržních ekonomikách, jako je česká. Právě v oblasti korupce lze totiž závislost na trajektorii velmi dobře sledovat. Ačkoliv formální pravidla i společenské normy existují už více jak patnáct let, korupce si našla nové formy, prosazování formálních pravidel je nedůsledné, pravidla se nedodržují a/nebo jsou vůbec opomíjena. Vytvořené instituce potom přirozeně nemohou plnit účel, který by plnit měly a ekonomika nemůže fungovat po vzoru ekonomik vyspělých demokracií. North v této souvislosti uvádí, že: „*Ekonomiky, které přijmou formální pravidla jiné ekonomiky, se budou v důsledku odlišných neformálních norem a pravidel jejich dodržování svoji výkonností výrazně lišit od výkonnosti této ekonomiky. z toho plyne, že přenesení formálních politických a ekonomických pravidel úspěšných západních ekonomik do třetího světa a do východoevropských ekonomik není postačující podmínkou dobré ekonomické výkonnosti*“ [14:449].

¹⁹⁴ Frič v této souvislosti rozlišuje čtyři stadia pronikání korupce do společnosti: (1) stadium náhodné korupce, (2) stadium spontánně regulované korupce, (3) stadium organizované korupce a (4) stadium systémové korupce. Blíže In Frič [6].

ZÁVĚRY a DOPORUČENÍ

Úroveň a vnímání korupce v ekonomikách bývalého sovětského bloku označila Zpráva Světové banky ve WDR (2002) za jednu z pěti klíčových okolností, které by měly vysvětlit, proč dobře fungující instituce v rozvinutých tržních ekonomikách nemusí vést ke stejným výsledkům v těchto zemích a zemích třetího světa. Zároveň lze konstatovat, že velmi vhodné metodologické předpoklady umožňující vědecky seriózní zkoumání ekonomických dimenzí korupce představuje právě paradigma Nové institucionální ekonomie. Soudobá ekonomická literatura již přináší i mnohé aplikace mikroekonomických analýz, které se orientují právě na problematiku korupce a úplatkářství (jedná se zejména o četné aplikace v rámci institucionálního konceptu teorie firmy a tzv. teorie zastoupení). Máme za to, že významnost korupce v ekonomickém životě lidí, ať už je ekonomickými subjekty jakkoliv vnímána, vážnější a hlubší zájem ekonomické obce vyžaduje. Zatím všechno nasvědčuje tomu, že právě přístup rozvíjený Novou institucionální ekonomikou bude ten, kterým vědecká ekonomická obec do této oblasti významně vstupuje. Nejnovější tendence v dané oblasti ukazují i na velmi produktivní propojení **Nové institucionální ekonomie s novou sociální ekonomikou**. Sociologické zdroje mohou značně zvýšit poznávací hodnotu institucionální ekonomické teorie a to navzdory tomu, že se v případě ekonomie a sociologie jedná o dvě naprosto odlišné vědy. v současné době obě disciplíny pojí zájem o roli formálních a neformálních institucí, v nichž, jak jsme se pokusili v předchozím textu doložit, zaujímá korupce velmi důležité místo. Vědci obou badatelských polí věří, že v sociálním a ekonomickém životě hrají instituce klíčový význam. Je zřejmé, že zkoumání institucí bude bezesporu potřeba věnovat ještě značného úsilí i času a teprve až budoucnost potvrdí platnost slov R.Coase [3], že „...až to vše skončí, hlavní proud ekonomického myšlení se stane tím, co dnes nazýváme novou institucionální ekonomikou“.

Literatura:

- [1] ANECHIARICO, F., JACOBS, J.B. *The Pursuit of Absolute Integrity: How Corruption Control Makes Government Ineffective*. University of Chicago Press, Chicago, s. 3-5, 1996.
- [2] BOHATÁ, M.: Korupce není jen uplácení. *Mladá fronta dnes*. Praha 8.10.2003, s.A/5.
- [3] COASE, R.H. The Problem of Social Cost. *The Journal of Law and Economics*. University of Chicago Press, October 1960, vol.III., s. 44.
- [4] COASE, R. H. Nová institucionální ekonomie. *Centrum pro sociálně tržní ekonomiku*. Září 2004. [on line]. Dostupné z [www <http://www.cste.wz.cz/cste.htm>](http://www.cste.wz.cz/cste.htm).
- [5] COHEN, A.K. The Study of Social Disorganization and Deviant Behavior. *Sociology today: Problems and Prospects*. Ed., by R.K.Merton, L.Broom and L.S.Cottrell: New York 1965, s. 461-484.
- [6] FRIČ, P. a kol. *Korupce na český způsob*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství G plus G, Praha, 1999. 302 s. ISBN 80-86103-26-9.
- [7] HELLMANN J., JONES, G., KAUFMANN, D. Seize the State, Seize the Day: State Capture, Corruption and Influence in Transition Economies. In *World Bank policy research working paper*, 2000, No. 2444. [on line], [cit.2006-07-10], dostupné z [www: http://www.worldbank.org/wbi/governance](http://www.worldbank.org/wbi/governance).
- [8] HOLMAN, R. a kol. *Dějiny ekonomického myšlení*. 1.vyd. Praha: C.H.Beck, 1999. 544 s. ISBN 80-7179-238-1.
- [9] LAMBSDORFF, J.G. *The New Institutional Economics of Corruption*. First Publisher 2005 by Routledge – Taylor & Francis Group. 258 s. ISBN 0-415-33368-7.
- [10] LOMBARD, P. *Neřest a ctnost. Portréty z dějin korupce*. 1.vyd. Praha: Themis, 2001. 245 s. ISBN 80-85821-71-0.
- [11] MLČOCH, L. *Institucionální ekonomie*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 1996. 124 s. ISBN 80-7184-270-2.
- [12] MLČOCH, L. *Zastřená vize ekonomické transformace*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 1997. 117 s. ISBN 80-7184-423-3.

- [13] NORTH, D. C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press, 1990, 152 s. ISBN 0-521-39734-0.
- [14] NORTH, D.C. Vývoj ekonomické výkonnosti v čase. *Politická ekonomie*. Praha: VŠE, č.4., 1994. s. 441-450.
- [15] NORTH, D.C. Institucionální struktury a transformační procesy. *Politická ekonomie*. Praha: VŠE, č.5., 1995. 579-584.
- [16] ROTHBARD, N.M. *Ekonomie státních zásahů*. 1.vyd. Praha: Liberální institut. MegaPrint Praha. 2001. 464 s. ISBN 80-86389-10-3.
- [17] SOJKA, M. *Dějiny ekonomických teorií*. 2. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1998. ISBN 80-7079-705-3.
- [18] TANZI, V. *Corruption Around the World*. Washington, D.C.: IMF, In Staff Paper No.4. 1998, [on line] [cit.2006-07-12], dostupné z www: <http://www.imf.org/external/Pubs/FT/staffp/1998/12_98/pdf/tanzi.pdf>.
- [19] VOLEJNÍKOVÁ, J. *Korupce v ekonomické teorii a praxi*. 1.vyd. Praha: Profess Consulting, s.r.o. 2007. 390 s. ISBN 978 80-7259-055-1.
- [20] WILLIAMSON, O.E. The New Institutional Economics: Taking Stocks, Looking Ahead. *Journal of Economic Literature*, 2000, no.3, s.595-613.
- [21] ŽÁK, L. Evropa a úpadek. *Insolence 2006*. [on line].
Dostupné z www: <<http://www.insolence.cz/doma/ev05026.htm>>.

Kontaktní adresa :

doc.Ing.Jolana Volejníková, Ph.D.
Univerzita Pardubice, Fakulta ekonomicko-správní, Ústav ekonomie,
Studentská 84
532 10 Pardubice
tel: 466 036 162
e-mail: Jolana.Volejnikova@upce.cz

Porovnání příjmů v krajích ČR

Luboš Marek, Michal Vrabec

Anotace

V tomto článku autoři porovnávají příjmy v jednotlivých krajích České republiky za období let 2000 – 2008, tedy za dobu existence „nových“ krajů. Prováděné srovnání se týká především vývoje absolutní výše příjmů, reprezentované průměrným příjmem. Dále je věnována pozornost srovnání z hlediska kvantilových měr a z hlediska variability příjmů a změn v jednotlivých letech. Jsou spočítány a porovnány Giniho indexy na úrovni jednotlivých krajů za uvedené období.

Klíčová slova

příjmy, průměr, kvantily, variabilita, směrodatná odchylka, Giniho index

Úvod

Ve svém článku analyzujeme vývoj příjmů v krajích České republiky za období let 2000 – 2008. Toto časové období se tedy vztahuje k existenci „nově“ definovaných krajů. Pracujeme s údaji za druhé čtvrtletí příslušného roku, protože toto čtvrtletí má v celém roce nejstabilnější fond pracovní doby. Rozsah vzorku se za uvedené období zhruba zdojnásobil. Zatímco v roce 2000 činil rozsah okolo 1 mil. pozorování, v roce 2008 narostl až na zhruba 2 miliony. Zdrojem dat je firma Trexima, která provádí příslušná šetření pro ČSÚ. Srovnání, které provádíme, se týká především vývoje absolutní výše příjmů, reprezentované průměrným příjmem. Vývoj v čase jsme však posuzovali i z hlediska kvantilových měr a z hlediska variability. Pro uvedené příjmy jsme v jednotlivých krajích spočítali Giniho index a rovněž posoudili jeho vývoj v čase. Přínos této analýzy spatřujeme zejména v tom, že sledujeme vývoj příjmů za celou dobu existence nově vymezených krajů a ve výpočtu Giniho indexu právě na úrovni krajů. Giniho index na úrovni krajů je, alespoň pokud je nám známo, publikován vůbec poprvé.

Metodika

Při analýze jsme používali pouze základní statistické popisné charakteristiky. Celá analýza byla prováděna v programech MS Excel a SAS 9.1.3.

Popisné charakteristiky

Nejprve jsme spočítali základní popisné charakteristiky. Jednotlivé charakteristiky jsou většinou snadno identifikovatelné dle názvu, u těch méně zřejmých mají názvy následující význam:

StDev - směrodatná odchylka,

D1 – první decil (10% kvantil),

Q1 – dolní kvartil (25% kvantil),

Q3 - horní kvartil (75% kvantil),

D9 – poslední decil (90% kvantil),

Pro většinu uvedených charakteristik jsme sledovali jejich vývoj v čase.

Vývoj průměrného příjmu

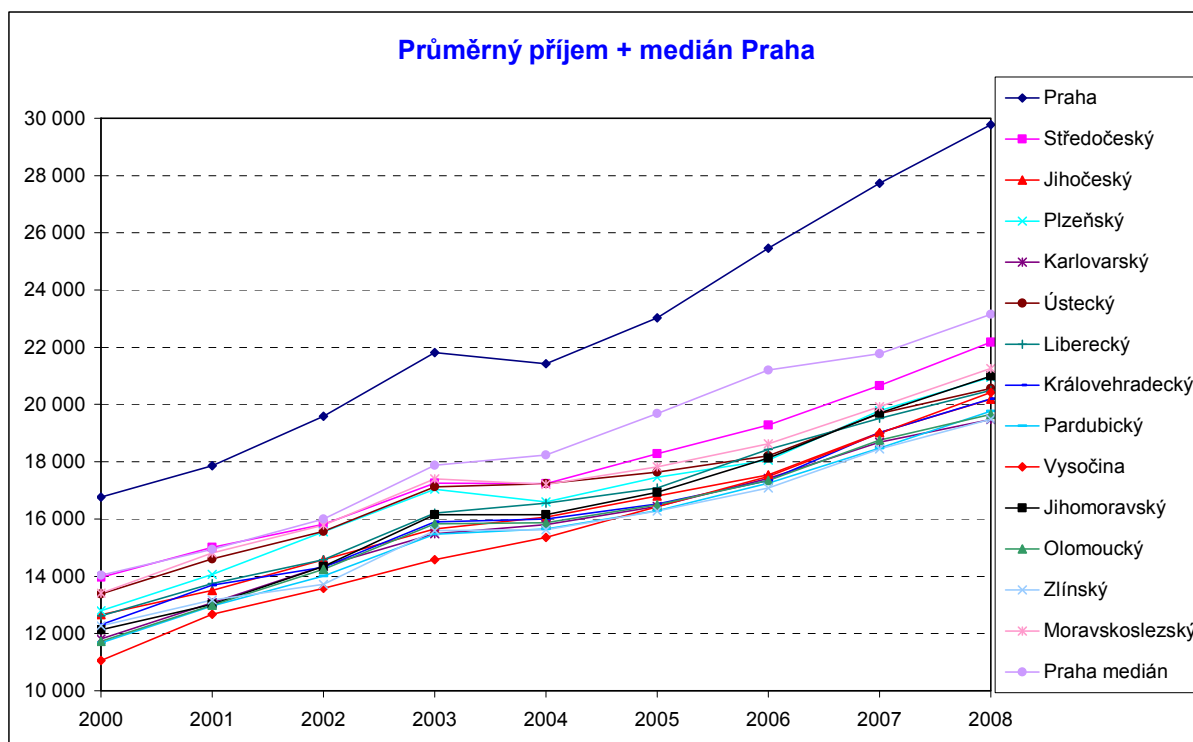
Hodnoty průměrných příjmů jsou uvedeny v Tabulce 1, jejich grafické znázornění je obsaženo v Obrázku 1. Hodnoty jsou uváděny v Kč/měs.

Z tabulky i z grafu je patrný lineární růst příjmů. Výrazně od všech ostatních se odlišuje Hlavní město Praha, což ovšem není nijak překvapivé. Na co je však třeba upozornit je fakt, že medián příjmů v Praze je po celé sledované období větší, než je průměrný příjem v kterémkoliv z krajů. To opravdu svědčí o vyjímečném postavení Prahy v rámci celého srovnání. Graf

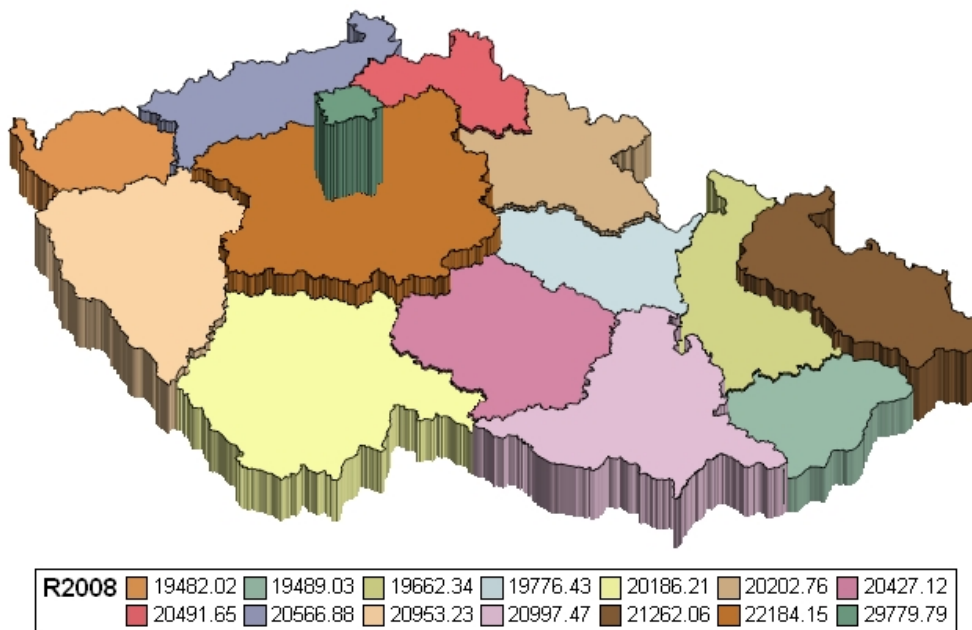
jako takový nemá příliš velkou vypovídací schopnost ohledně studia rozdílů mezi jednotlivými kraji, neboť data v krajích jsou velmi podobná a data na grafu tudíž splývají. z tohoto důvodu uvádíme ještě graf ve formě mapy jednotlivých krajů včetně číselných údajů, které se nám jeví jako přehlednější.

Tabulka 1: Průměrný příjem v krajích

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Hlavní město Praha	16 760	17 865	19 592	21 813	21 424	23 027	25 463	27 727	29 780
Středočeský kraj	13 969	15 011	15 821	17 247	17 238	18 287	19 281	20 662	22 184
Jihočeský kraj	12 661	13 506	14 581	15 655	16 061	16 808	17 550	19 013	20 186
Plzeňský kraj	12 792	14 060	15 558	17 046	16 604	17 458	18 059	19 779	20 953
Karlovarský kraj	11 807	13 079	14 362	15 488	15 806	16 438	17 414	18 678	19 482
Ústecký kraj	13 386	14 607	15 565	17 124	17 232	17 645	18 206	19 681	20 567
Liberecký kraj	12 616	13 747	14 572	16 213	16 557	17 086	18 436	19 521	20 492
Královehradecký kraj	12 310	13 688	14 312	15 907	16 004	16 530	17 349	19 026	20 203
Pardubický kraj	11 677	12 961	14 010	15 475	15 657	16 289	17 248	18 478	19 776
Vysočina kraj	11 057	12 672	13 583	14 584	15 355	16 424	17 485	18 986	20 427
Jihomoravský kraj	12 132	13 014	14 344	16 154	16 156	16 925	18 129	19 704	20 997
Olomoucký kraj	11 730	12 998	14 242	15 832	15 877	16 495	17 344	18 751	19 662
Zlínský kraj	12 266	13 167	13 716	15 600	15 629	16 278	17 084	18 453	19 489
Moravskoslezský kraj	13 406	14 817	15 793	17 403	17 207	17 827	18 627	19 925	21 262



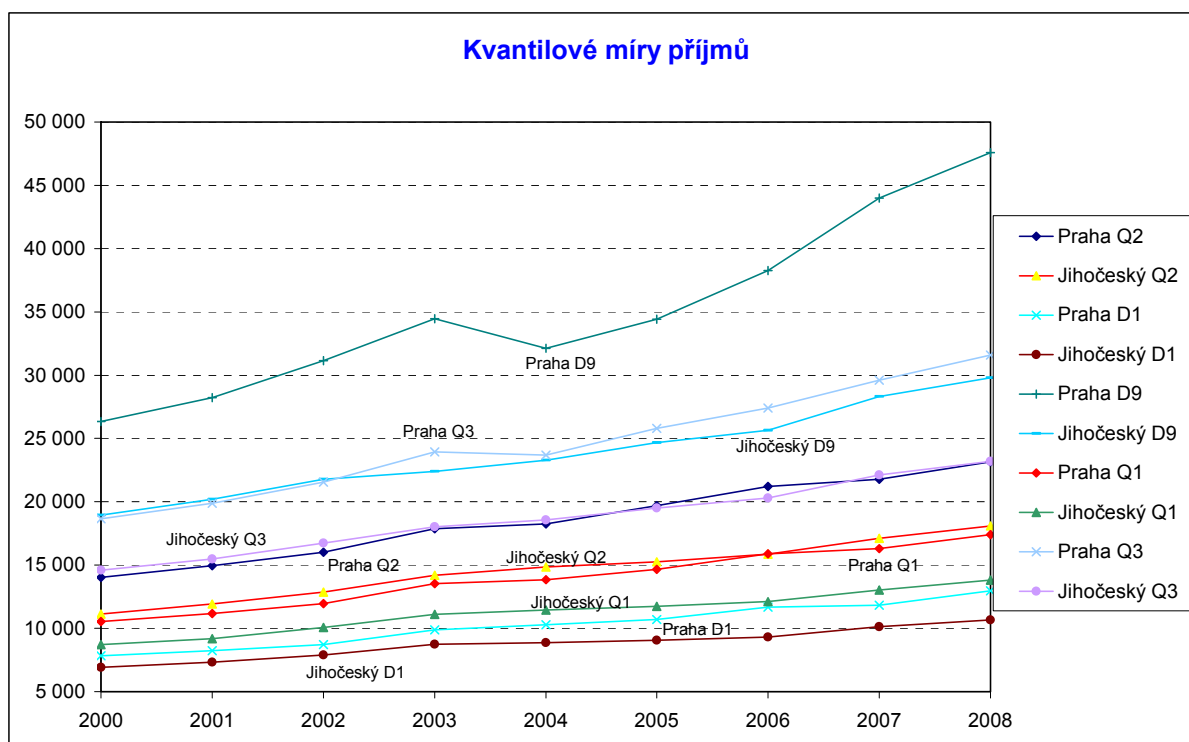
Obrázek 1: Vývoj průměrných příjmů v krajích ČR



Obrázek 2: Průměrné příjmy v krajích ČR – rok 2008

Kvantilové míry příjmu

Na obrázku 3 jsou porovnány 10%, 25%, 50%, 75% a 90% kvantily příjmů pro Jihočeský kraj a Prahu. Jihočeský kraj jsme vybrali jako „typického“ zástupce všech dalších krajů. Opět je vidět obrovský rozdíl mezi Prahou a ostatními kraji. 75% kvantil v Praze je větší 90% kvantil v Jihočeském kraji. Téměř splývají hodnoty dolního kvartilu za Prahu a mediánu za kraj Jihočeský, stejně tak velmi blízko sebe se nacházejí horního kvartilu za kraj Jihočeský a mediánu za Prahu.

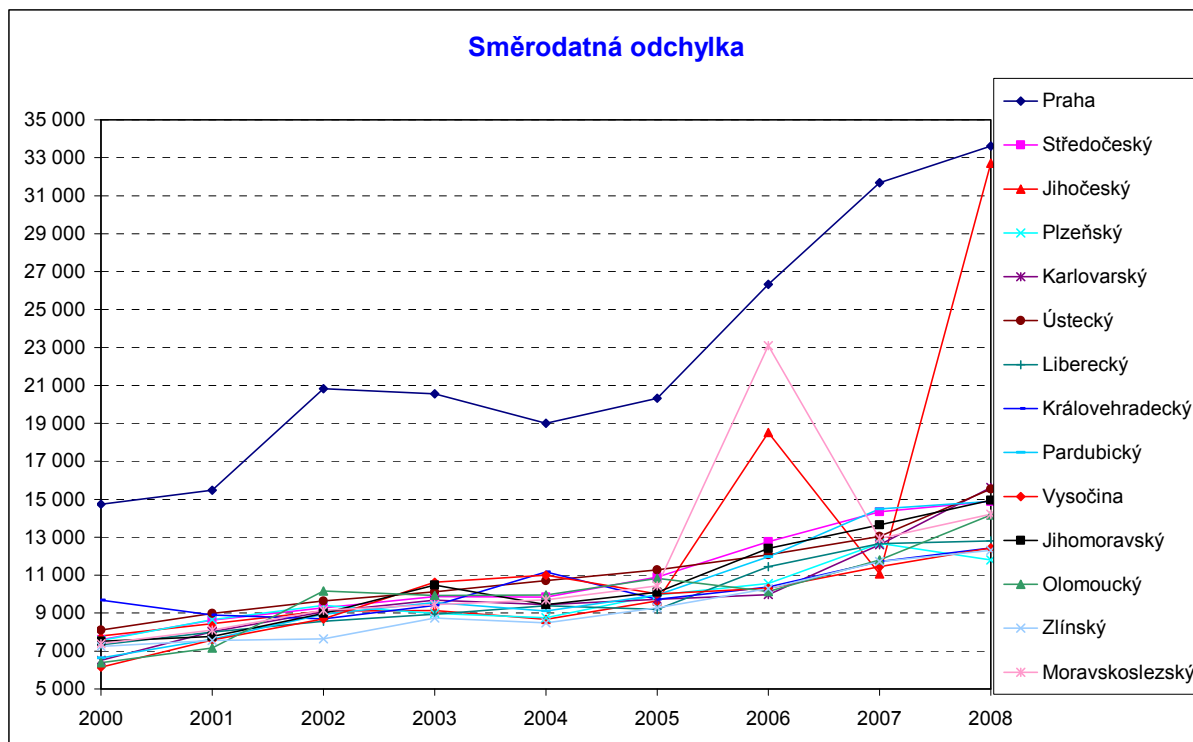


Obrázek 3: Kvantily za Prahu a Jihočeský kraj

Variabilita příjmů

Variabilitu příjmů měříme směrodatnou odchylkou. Její vývoj v čase můžeme posoudit na obrázku 4 a v tabulce 2. Pro variabilitu platí obdobné závěry jako pro průměrný příjem:

- variabilita příjmů v čase trvale roste, což svědčí o zvětšující se diferenciaci příjmů,
- vývoj variability v čase je zhruba lineární,
- velmi atypická jsou data za rok 2006 pro Jihočeský a Středočeský kraj, stejně tak jako hodnota pro kraj Jihočeský za rok 2008. Pro takováto odlehlá pozorování neexistuje žádný rozumný důvod. Zcela jistě se nejedná o chybu ve zpracování dat, spíše bude chyba v primárních datech, která však nemáme k dispozici.

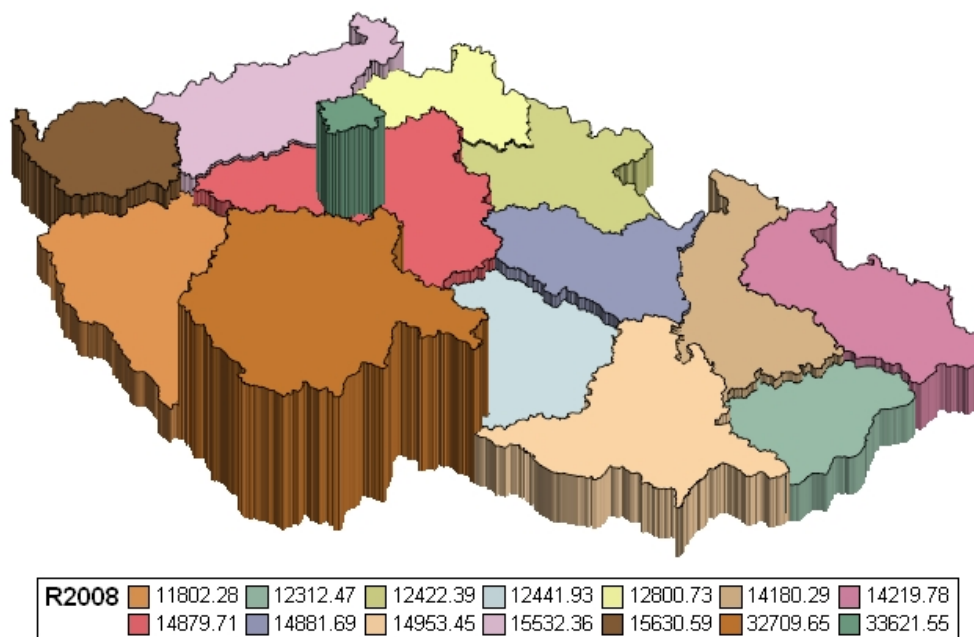


Obrázek 4: Variabilita příjmů

Variabilitu opět znázorňujeme v podobě map jednotlivých krajů, která má pro toto srovnání lepší vypovídací schopnost, než pouhý bodový graf.

Tabulka 2: Variabilita příjmů v krajích

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Hlavní město Praha	14 743	15 469	20 837	20 548	19 003	20 318	26 336	31 681	33 622
Středočeský kraj	7 599	8 634	9 290	9 860	9 855	10 891	12 758	14 336	14 880
Jihočeský kraj	7 789	8 435	9 117	9 137	8 666	9 643	18 515	11 070	32 710
Plzeňský kraj	7 556	8 645	9 410	8 986	8 759	9 956	10 572	12 692	11 802
Karlovarský kraj	6 510	8 024	9 063	9 688	9 457	9 725	9 971	12 605	15 631
Ústecký kraj	8 112	8 988	9 636	10 128	10 704	11 273	12 075	13 032	15 532
Liberecký kraj	7 330	8 010	8 563	8 957	9 387	9 192	11 448	12 660	12 801
Královehradecký kraj	9 690	8 904	8 700	9 400	11 178	9 716	10 366	11 713	12 422
Pardubický kraj	6 644	7 625	8 945	9 558	9 121	9 951	11 972	14 498	14 882
Vysočina kraj	6 158	7 592	8 695	10 625	10 999	10 011	10 310	11 437	12 442
Jihomoravský kraj	7 524	7 761	8 985	10 475	9 449	10 095	12 410	13 652	14 953
Olomoucký kraj	6 386	7 156	10 161	9 939	9 958	10 835	10 147	11 806	14 180
Zlínský kraj	7 252	7 559	7 646	8 727	8 482	9 273	10 288	11 715	12 312
Moravskoslezský kraj	7 397	8 103	9 150	9 454	9 696	10 440	23 105	12 943	14 220



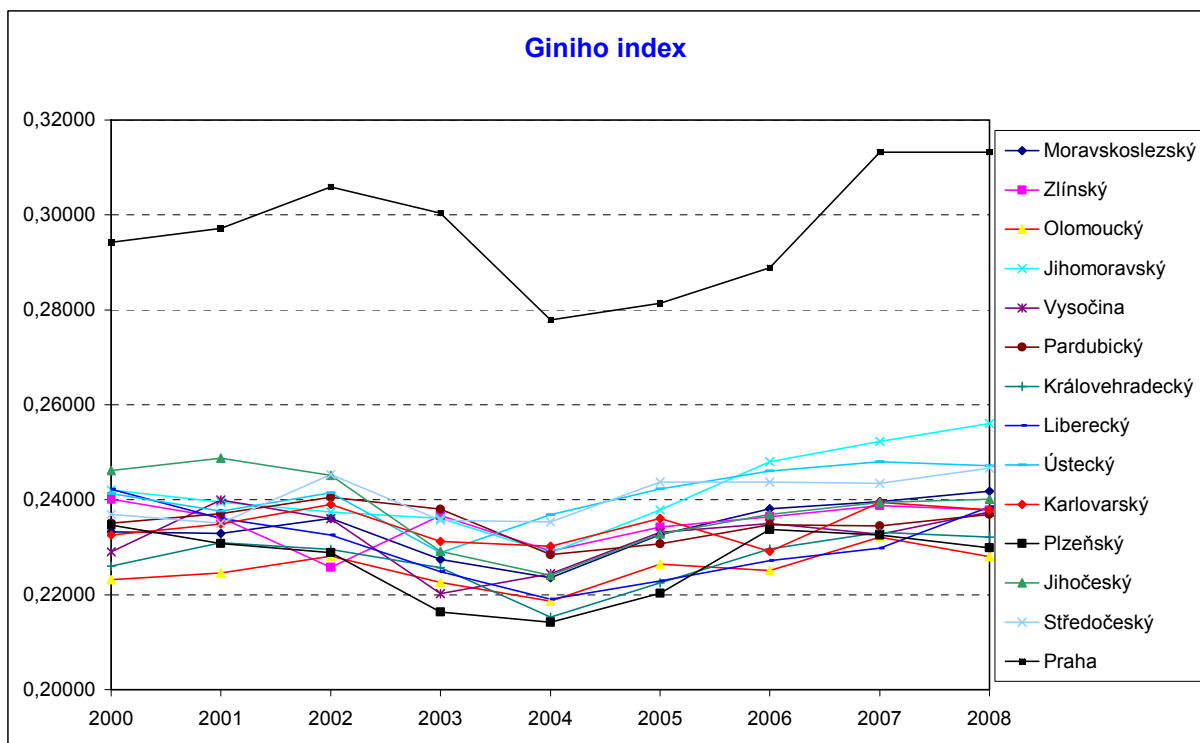
Obrázek 5: Variabilita příjmů v krajích ČR – rok 2008

Giniho index

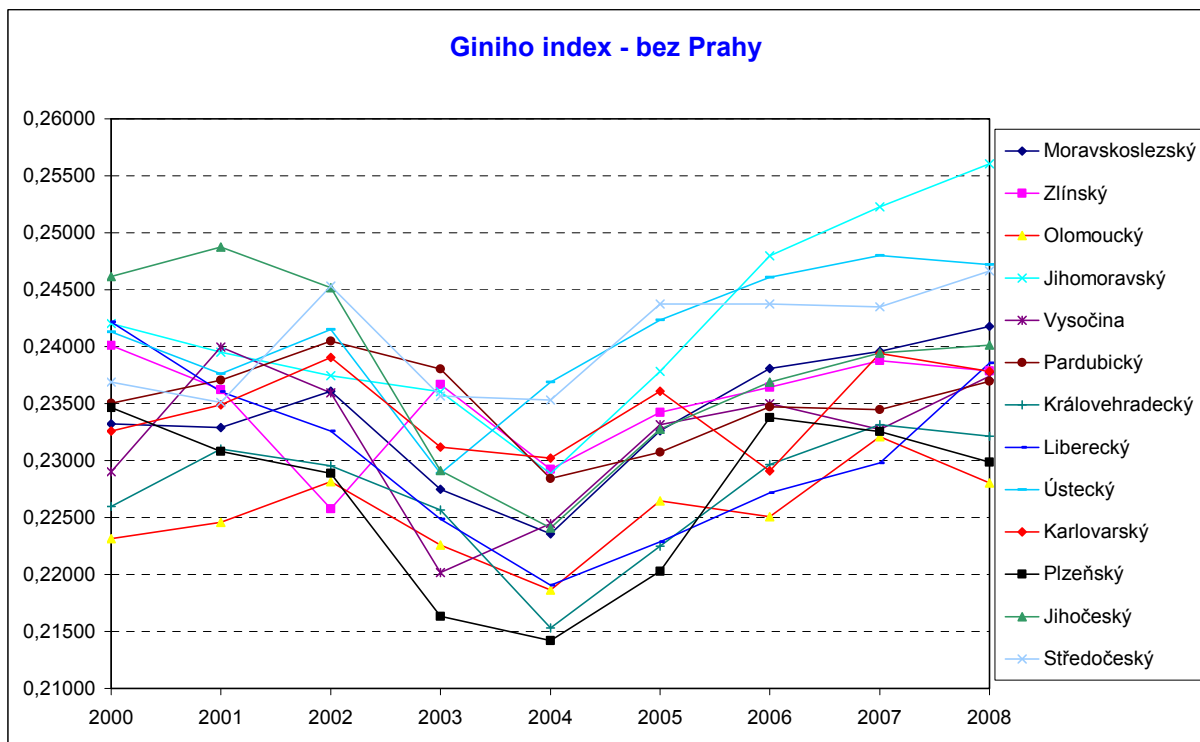
Při konstrukci Giniho indexu jsme postupovali obvyklým způsobem. Konkrétně jsme měli k dispozici velmi podrobné intervalové rozdělení příjmů (členěné po 500 Kč) ve tvaru (jedná se pouze o malý výřez ze skutečné tabulky dat), ze kterého jsme při výpočtu vycházeli:

interval příjmů	četnost
...	...
9500-10000	38 869
10000-10500	40 711
10500-11000	42 825
11000-11500	43 666
11500-12000	45 960
12000-12500	47 603
...	...

První graf (Obrázek 6) zachycuje vývoj Giniho indexu v jednotlivých krajích ze celé období let 2000-2008. Opět je patrný velký rozdíl mezi Prahou a ostatními kraji. Tentokrát lze ale vysledovat i poměrně výrazné rozdíly v jednotlivých krajích. To je patrné z dalšího obrázku 7, ve kterém nebyla Praha do grafu zařazena.



Obrázek 6: Vývoj Giniho indexu v jednotlivých krajích



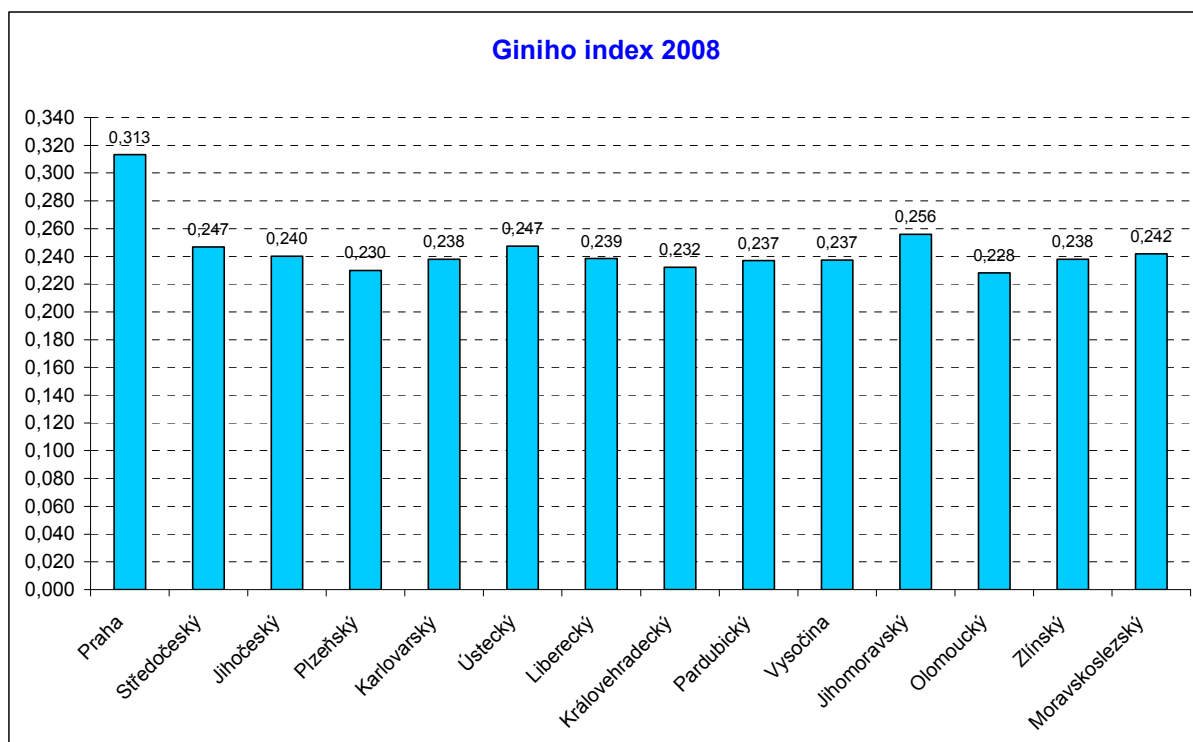
Obrázek 7: Vývoj Giniho indexu v jednotlivých krajích – bez Prahy

Další uvedené hodnoty Giniho indexu v tabulce, grafu i mapách se vztahují k roku 2008.

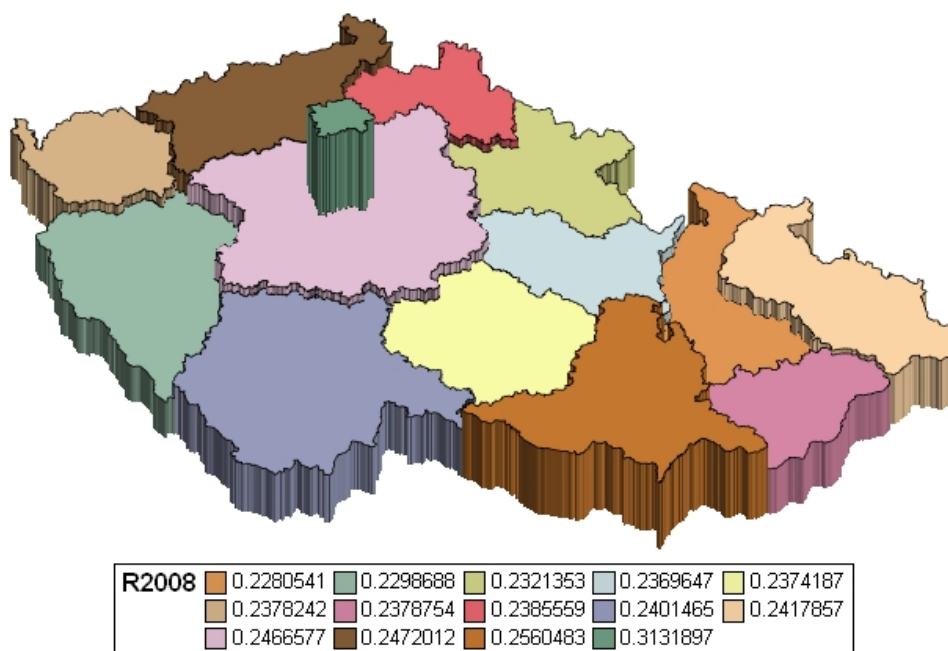
Tabulka 3: Giniho index 2008

	2008
Hlavní město Praha	0,313
Středočeský kraj	0,247
Jihočeský kraj	0,240
Plzeňský kraj	0,230
Karlovarský kraj	0,238
Ústecký kraj	0,247
Liberecký kraj	0,239
Královehradecký kraj	0,232
Pardubický kraj	0,237
Vysočina kraj	0,237
Jihomoravský kraj	0,256
Olomoucký kraj	0,228
Zlínský kraj	0,238
Moravskoslezský kraj	0,242

Je tedy zřejmé, že míra přerozdělování je, co se týče příjmů, zdaleka nejvyšší v Praze. Hodnota 0,313 je srovnatelná s hodnotou Giniho indexu ve vyspělých zemích západní Evropy.



Obrázek 8: Giniho index v krajích ČR v roce 2008



Obrázek 9: Giniho index v krajích ČR – rok 2008

Závěr

Z výše uvedených výpočtů, tabulek a grafů lze pro příjmy v krajích učinit několik důležitých závěrů:

- průměrné příjmy v jednotlivých krajích rostou lineárně, i když na různých úrovních,
- nejrychlejší růst je v Praze,
- Praha se odlišuje ve všech charakteristikách velmi výrazně od ostatních krajů,
- obecně roste variabilita mezd, což svědčí o zvyšující se diferenciaci mezd (největší diferenciaci mezd je pochopitelně v Praze),
- Giniho index zaznamenal pokles v roce 2002-2004, od té doby sice velmi pomalu, ale přesto narůstá jeho hodnota Giniho indexu,
- v mezinárodním srovnání patří kraje ČR spíše do skupiny s nízkou hodnotou Giniho indexu, jeho hodnota zdaleka nedosahuje průměru zemí OECD. To se však netýká Prahy, u které byla hodnota tohoto indexu v roce 2008 0,313, což je srovnatelné s vyspělými zeměmi.

Literatura

Bartošová, J.: Pravděpodobnostní model rozdělení příjmů v České republice. Acta Oeconomica Pragensia 15(1) Statistické a matematické metody v ekonomii, Oeconomica, Praha, 2007, s.7-12, ISSN 0572-3043.

Marek, L., Vrabec, M.: Lognormal distribution as model for salaries. Trutnov 30.08.2006 – 03.09.2006. In: *AMSE 2006 [CD-ROM]*. Praha : FIS VŠE, 2006, s. 1–7.

OECD Factbook 2006: Economic, Environmental and Social Statistics - ISBN 92-64-03561-3 - © OECD 2006.

Doc. RNDr. Luboš Marek, CSc.
Katedra statistiky a pravděpodobnosti
Fakulta informatiky a statistiky
Vysoká škola ekonomická v Praze
marek@vse.cz
tel.: 224 095 481

Mgr. Michal Vrabec, CSc.
Katedra statistiky a pravděpodobnosti
Fakulta informatiky a statistiky
Vysoká škola ekonomická v Praze
vrabec@vse.cz
tel.: 224 095 481

K možnostem měření nepřímých administrativních nákladů zdanění

On the Possibility of the Measurement of the Indirect Administration Cost of the Taxation

Václav Vybíhal

Anotace

Příspěvek se zabývá teoreticko-metodologickými a praktickými otázkami měření nepřímých administrativních nákladů (tzv. vyvolaných nákladů) zdanění v podmínkách České republiky. Reaguje na možné přístupy měření těchto nákladů publikované v tuzemské a zahraniční literatuře. Autor doporučuje uplatnit pro měření nákladů soukromého sektoru vyvolaných daňovým systémem tzv. výdajovou metodu. Vymezuje ze strukturálního hlediska náklady (výdaje), které lze bez arbitrážních předpokladů přiřadit daňovému systému. Zabývá se kardinálním metodickým problémem, tj. jakou část nákladů na vedení účetnictví či vedení mzdové agendy lze zahrnout do celkové výše kvantifikovaných nepřímých administrativních nákladů zdanění. Nedílnou součástí příspěvku je rovněž identifikace faktorů, které vedou k nezbytné klasifikaci daňových subjektů z hlediska specifik vyvolávajících formování struktury a kvantifikace absolutní úrovně nepřímých administrativních nákladů zdanění.

Summary

The paper deals with theoretical and practical issues of methodology and measurement of indirect administrative costs (so-called compliance costs) of taxation in the Czech Republic. It is responding to possible approaches to measuring these costs published in domestic and foreign literature. The author recommends exercise for measuring the cost of the private sector caused by the tax system, the so-called expenditure method. He defines structurally costs (expenses), which can be with no arbitration assumptions assigned to tax system. It deals with the basic methodological problem, that is what part of the cost of accounting and payroll management may be included in the total amount of indirect administrative costs of taxation. An integral part of the contribution is also identifying of factors that lead to the necessary tax classification of entities in terms of the specifics of causing the formation of structures and quantification of the absolute level of indirect administrative costs of taxation.

Klíčová slova

Nepřímé administrativní náklady zdanění, vyvolané náklady zdanění, výdajová metoda, náklady daňového systému, vedení účetnictví, mzdová agenda, Česká republika.

Keywords

Indirect administrative costs of taxation, compliance costs of taxation, expenditure method, the cost of the tax system, accounting, payroll, Czech Republic.

Úvod a cíl práce

Daňový systém je nepochybně nezbytným faktorem fungování moderní společnosti. v daňové teorii jsou kodifikovány požadavky kladené na daňový systém. Jedním z těchto požadavků je efektivnost zdanění. v této souvislosti je třeba sledovat náklady spojené s výběrem a správou daní vznikající na straně veřejného sektoru a rovněž náklady spojené s identifikací základů daní a jejich odvodem vznikající na straně soukromého sektoru. Tzv. nepřímé administrativní náklady (označované rovněž pojmem „vyvolané náklady zdanění“) vznikají pochopitelně i v podnicích operujících na území ČR a podléhajících předpisům této daňové jurisdikce. v klasickém pojetí jde především o náklady spojené s vyplněním daňového přiznání, vedení evidence pro účely stanovení základu daně, činnosti související s registrací daně, předáním přiznání správci daně, úhradou daně, náklady spojené se studiem daňové problematiky včetně zvládnutí frekventovaných změn v této oblasti, část nákladů vynaložených na vedení účetnictví, mzdové agendy a pojistného na sociální a zdravotní pojištění, část nákladů na

hardware a software, nákladů na kancelářské prostory, energii a údržbu a v neposlední řadě nákladů na zpracování účetnictví a daňových přiznání externími subjekty, aj.

Aktuálnost tohoto příspěvku je především v tom, že růst kvantitativní úrovně těchto nákladů v podmínkách ČR zejména v důsledku frekventovaných změn v daňových předpisech negativně působí, kromě jiného, na konkurenceschopnost firem v tržním prostředí. Publikace je rovněž příspěvkem ke zdokonalení dosud uplatňovaných metodik měření administrativních nákladů zdanění.

Cílem příspěvku je zdokonalit metodiku měření nepřímých administrativních nákladů zdanění v podmínkách ČR zejména s ohledem na možnosti kvantifikace nákladů na vedení účetnictví, resp. daňové evidence a mzdové agendy.

Materiál, metodika a návaznost na publikovanou literaturu.

Problematika měření nepřímých administrativních nákladů zdanění patří dlouhodobě mezi stěžejní zájmovou oblast teorie daní. Jedná se totiž o náklady, jejichž břemeno nese soukromý sektor, tedy poplatníci a plátcí daně, fyzické a právnické osoby. Náklady jsou označovány za nepřímé administrativní náklady proto, že jsou důsledkem transferu určité části administrativních nákladů potřebných na správu a výběr daní směrem od státu k daňovému subjektu. Uvedené náklady vyvolává daňový systém (odtud název vyvolané náklady zdanění) a pokud by neexistovaly daně, nevznikaly by ani administrativní náklady zdanění. Pro každou firmu znamenají tyto náklady významnou položku ve struktuře celkových nákladů, i když nesouvisejí ani s výrobou ani s odbytem. Jejich nárůst může dokonce vést ke snížení jejich konkurenceschopnosti na trhu. Proto je důležité věnovat problematice měření těchto vyvolaných nákladů zdanění potřebnou pozornost.

Teoreticko-metodologickou základnou pro měření nepřímých administrativních nákladů jsou poznatky publikované v tuzemské i zahraniční literatuře.

Požadavek na měření vyvolaných nákladů zdanění vyplývá už z práce Smitha z roku 1776 (překlad, 2001). Autor dokonce mezi vyvolané náklady zdanění řadí i tzv. psychické náklady, vyvolané existencí daňového systému (cituji „časté návštěvy, protivné prohlídky výběrčích daní, šikanování, křivdy“).

Měření nepřímých administrativních nákladů je z metodického hlediska poměrně komplikované, stejně i tak při konkrétním provádění empirického výzkumu. v klasickém pojetí zahrnují tyto náklady nejen náklady související s vyplněním a předložením daňových přiznání, ale i část nákladů na vedení daňové evidence nebo vedení účetnictví (tyto údaje jsou nezbytné pro stanovení základu daně) a část nákladů na vedení mzdové agendy (část aktivit mzdové účetní spojených se stanovením zálohy na daň, výše pojistného a ročního zúčtování záloh na daň a daňového zvýhodnění na děti).

Z prací které publikovali Sandford, Godwin a Hardwick (1989) a Sandford (1995) vyplývá, že zhruba 60 % z nákladů na vedení účetnictví lze považovat za vyvolaný náklad zdanění. k podobnému závěru dospěla i Vítková (2002), která uvádí, že údaje získané z účetnictví jsou rozhodující pro stanovení základu daně z příjmů poplatníka. Autorka přitom používá jako vyvolaný náklad úroveň 60 % z nákladů na vedení účetnictví, a to pro fyzické osoby

a neakciové společnosti do obratu 50 mil. Kč. Obdobné závěry vyplývají i z publikací Vítková a Vítek (2002), Pudil, Vybíhal, Vítek a Pavel (2004).

Pokud jde o materiál a metodiku, lze doporučit na základě dosavadních zkušeností autora s měření vyvolaných nákladů zdanění v podmínkách ČR, uplatnit tzv. výdajovou metodu a konkrétní měření provádět osobně přímo u daňových subjektů formou dotazníkového šetření.

Dosažené výsledky.

Na základě podrobného studia problematiky měření nepřímých administrativních nákladů zdanění a v souladu se zkušenostmi nabytými při měření vyvolaných nákladů zdanění v podmínkách České republiky v letech 2002 až 2008 je třeba konstruktivně vymezit podíl nákladů na vedení daňové evidence, resp. vedení účetnictví, na celkovém objemu vyvolaných nákladů zdanění. v tomto příspěvku zaměřujeme pozornost na fyzické osoby.

V případě fyzických osob se při stanovení základu daně v převážné většině případů vychází z tzv. vedení daňové evidence. Položme si otázku, zda fyzická osoba, pokud by nemusela tuto evidenci pro daňové účely ze zákona vést, zda by ji skutečně vedla. Na tuto otázku odpovídá 92 % respondentů, že nikoliv.

Zdanění fyzických osob však neznamená pouze zdaňovat příjmy fyzických osob z podnikání a z jiné samostatné výdělečné činnosti, ale i ostatní druhy příjmů, např. příjmy ze závislé činnosti své nebo svých zaměstnanců, příjmy z kapitálového majetku, příjmy z pronájmu a tzv. ostatní příjmy. Vymezení jednotlivých dílčích základů daně, dále pak přesná identifikace výdajů, které jsou výdaji na dosažení, zajištění a udržení příjmů, zobrazení majetku a odpisů, posouzení možnosti osvobození příjmů od daně a různé úpravy základu daně formující poměrně složitou konstrukci základu daně jsou časově i finančně náročnou činností vedoucí k potřebě dodatečného zdroje k financování vzniklých vyvolaných nákladů zdanění.

S ohledem na výše uvedené skutečnosti a výsledky realizovaných interview u jednotlivých respondentů, navrhuji u fyzických osob vedoucích daňovou evidenci uplatnit ve struktuře nepřímých administrativních nákladů zdanění následující skutečnosti (podíl nákladů na vedení daňové evidence na vyvolaných nákladech v %) – tab. 1 :

Tab. 1 Navržený podíl výdajů na vedení daňové evidence na vyvolaných nákladech zdanění.

Vymezení fyzické osoby	Podíl na vyvolaných nákladech zdanění (%)
Bez zaměstnanců a do 5 mil. Kč obratu	100
Bez zaměstnanců a obratu 5 až 10 mil. Kč	95
Bez zaměstnanců a obratu nad 10 mil. Kč	90
Fyzické osoby zaměstnávající 1 až 25 osob	85
Fyzické osoby zaměstnávající 26 až 50 osob	80
Fyzické osoby zaměstnávající 51 až 75 osob	75
Fyzické osoby zaměstnávající 76 až 100 osob	70
Fyzické osoby zaměstnávající nad 100 osob	65

Pramen : vlastní návrh autora.

V případě, že fyzická osoba vede účetnictví, může vedení účetnictví potencionálně sloužit i k jiným účelům, než ke stanovení základu daně z příjmů (např. pro účely řízení, kontroly, hospodaření vnitropodnikových jednotek apod.). s ohledem na tuto skutečnost navrhuji přiřadit nákladům na vedení účetnictví následující podíl na vyvolaných nákladech zdanění (tab. 2) :

Tab. 2 Navržený podíl nákladů na vedení účetnictví na vyvolaných nákladech zdanění.

Vymezení fyzické osoby	Podíl na vyvolaných nákladech zdanění (%)
Bez zaměstnanců a do 5 mil. Kč obratu	100
Bez zaměstnanců a obratu 5 až 10 mil. Kč	95
Bez zaměstnanců a obratu nad 10 mil. Kč	90
Fyzické osoby zaměstnávající 1 až 25 osob	80
Fyzické osoby zaměstnávající 26 až 50 osob	70
Fyzické osoby zaměstnávající 51 až 75 osob	60
Fyzické osoby zaměstnávající 76 až 100 osob	50
Fyzické osoby zaměstnávající nad 100 osob	40

Pramen : vlastní návrh autora.

Je zřejmé, že u fyzických osob se bude pohybovat podíl nákladů na vedení účetnictví na vyvolaných nákladech zdanění zejména v kategoriích 70 až 100 %. u poplatníka, který není účetní jednotkou a stanovuje výdaje procentem z příjmů, lze předpokládat, že evidence příjmů a dalších zákonem stanovených položek potřebných ke stanovení základu daně z příjmů, bude součástí vyvolaných nákladů zdanění ze 100 %.

Závěr a diskuse.

Zdokonalování metodiky měření nepřímých administrativních nákladů zdanění (tzv. vyvolaných nákladů zdanění) patří mezi velmi důležité aktivity směřující k neustálému zpřesňování postupu měření těchto nákladů v praxi. z teoretického i praktického hlediska je třeba sledovat tyto náklady nejen ve vztahu k daním z příjmů (fyzických i právnických osob), ale i k ostatním daním, které hradí fyzické i právnické osoby (zejména daň z přidané hodnoty, daň silniční, daň z nemovitostí). Vyvolané náklady zdanění je však třeba sledovat ve všech odvětvích podnikatelského prostředí, neboť tyto informace umožňují ucelenější pohled na problematiku efektivnosti ve zdanění, přičemž je třeba ctít požadavek, aby daně byly co nejvíce distorzní a nepůsobily zbytečně negativně na ekonomické chování daňových subjektů.

Pokud jde o vyvolané náklady související se mzdovou agendou, jsou v tomto případě vyvolané náklady zdanění zcela přesunuty na zaměstnavatele, který administruje nejen odvod zálohy na daň z příjmů ze závislé činnosti, ale i roční zúčtování záloh na daň a daňového zvýhodnění na dítě a odvod pojistného na veřejné zdravotní pojištění, na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti. Zaměstnavatel se však musí postarat o správné posouzení příjmů, které nejsou předmětem daně, příjmů osvobozených od daně, položek snižujících základ daně (tzv. nezdanitelných částí základu daně) a poměrně širokého vějíře slev na dani. v této souvislosti lze akceptovat publikovaný výrok (Sandford,1995), že zhruba

20 % nákladů na vedení mzdové agendy včetně výpočtu jednotlivých složek mzdy, pojistného a záloh na daň lze považovat za vyvolané náklady zdanění.

Je třeba si uvědomit, že každé zvyšování absolutní úrovně vyvolaných nákladů zdanění může do určité míry působit negativně i na konkurenceschopnost podniků na trhu. k tomu může významně přispívat i častá frekvence změn v daňových předpisech, která, dle vlastních poznatků, úroveň vyvolaných nákladů zdanění zvyšuje.

Ukazuje se, že měření vyvolaných nákladů zdanění je metodicky, časově i finančně velmi náročnou činností, která si i přes tento výrok zaslouhuje odborného zájmu. To proto, že zejména v zahraničí je ze strany renomovaných vědeckých osobností tomuto tématu věnována adekvátní pozornost. Je třeba vzít rovněž v úvahu, že existence daňového systému je nezbytným faktorem fungování národního hospodářství moderní společnosti. Zdanění soukromých statků je historicky osvědčeným způsobem financování veřejných potřeb. Očekává se, že v demokratické společnosti se finanční vztahy mezi soukromým a veřejným sektorem formují jako vztahy průhledné, společensky potřebné, kontrolovatelné a efektivní. v rámci efektivnosti je pak třeba poměřit výnos daňového systému s náklady, které je nezbytně nutné vynaložit na jeho fungování, tj. především na výběr, správu a vymáhání daní.

Závěrem lze konstatovat, že vyvolané náklady zdanění zahrnují především takové náklady, jejichž nezbytnost je evidentní a které musí podnikatelský subjekt vynaložit zejména z titulu naplnění zákonných daňových povinností. Do úrovně vyvolaných nákladů zdanění se mohou však promítnout i náklady, které vyplývají z vlastního rozhodnutí daňového subjektu na bázi dobrovolnosti a jsou spojeny např. s daňovým plánováním, poradenstvím, přičemž tento typ daňových nákladů může přinášet bezprostředně nebo zprostředkovaně efekt v podobě úspory daňové povinnosti ve prospěch podnikatelského subjektu, tj. nositele vyvolaných nákladů zdanění.

Seznam použité literatury

- [1] **KUBÁTOVÁ,K.** Daňová teorie a politika. Praha : ASPI Publishing, 2006. 279 s. ISBN 80-7357-205-2.
- [2] **PUDIL,P. – VYBÍHAL,V. – VÍTEK,L. - PAVEL,J.** Zdanění a efektivnost. Praha : Eurolex Bohemia, 2004. 158 s. ISBN 80-86861-07-4.
- [3] **SANDFORD,C.** Tax Compliance Costs - Measurement and Policy. Bath : Fiscal Publications in Association with The Institute for Fiscal Studies, 1995, 293 s.
- [4] **SANDFORD,C.-GODWIN,M.-HARTDWICK,P.** Administrative and compliance Costs of Taxation. Bath : Fiscal Publications, 1989.
- [5] **SMITH,A.** Pojednání o podstatě a původu bohatství národů. Praha : Liberární institut, 2001.
- [6] **VÍTKOVÁ,J.** Administrativní a vyvolané náklady zdanění. [Doktorská disertační práce]. Praha, VŠE, 2002. s. 150.
- [7] **VÍTKOVÁ,J. – VÍTEK,L.** Společenské vyvolané náklady zdanění . Acta Oeconomica Pragensia, č. 1, roč. 10, 2002, s. 15 – 21, ISSN 0572-3043.
- [8] **VYBÍHAL,V.** k problematice měření vyvolaných nákladů zdanění. In . Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference „Firma a konkurenční prostředí 2004“. Sekce 5., 10.-11.3.2004. Brno : MZLU, 2004. s. 206-213. ISBN 70-7302-077-7.

Aktivity soukromých a veřejných škol v nabídce vzdělávání v sociální oblasti

Activities of private and state schools in an offer of education in a social field

Mirka Wildmannová

Abstrakt

Postavení pracovníků v oblasti sociálních služeb nebylo dříve upraveno žádným právním předpisem. Až zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, s účinností od 1.1.2007 vymezuje kvalifikační předpoklady pro výkon povolání sociálního pracovníka. Doplnění vzdělání lze vykonat v různých vzdělávacích zařízeních, které mají akreditaci, tzn. jde především o veřejné školy a soukromé vzdělávací instituce.

Cílem příspěvku je analýza kvalifikační znalostní úrovně pracovníků v sociálním zabezpečení a zjištění, jaké další nároky jsou na tyto pracovníky kladeny v souvislosti se zavedením nového zákona. Dalším dílčím cílem je analýza vztahu různých vzdělávacích subjektů, které se podílí na vzdělávání v sociální oblasti.

Klíčová slova

Sociální zabezpečení, sociální činnost, sociální pracovník, kvalifikace, vzdělávání, akreditace

Abstract

The status of social field workers hadn't been regularized till 2006 by any legal enactment. As far as a law number 108/2006 Sb., social services law, effective since 1.1.2007 delimits eligibilities for exercise of a profession of social workers. The education may be completed at various educational institutions disposing an accreditation i.e. mainly state schools and private educational institutions.

The aim of the paper is to analyze a level of eligibilities and a level of knowledge of workers in a social security system and to find which other requirements are imposed on the workers within the context of an implementation of the new law. Another partial aim is to analyze a relation between various educational entities which participate on education in a social field.

Keywords

Social security, social activity, social worker, qualification, education, accreditation

Úvod

Cílem příspěvku je poukázat na to, že v nové právní úpravě zákona o sociálních službách je zakomponováno **kritérium kvalifikačních předpokladů pro výkon pracovníka v sociální oblasti**. Na pracovníky v oboru sociálního zabezpečení jsou kladeny zvýšené požadavky na znalostní a dovedností potenciál a na výkon sociálního pracovníka a jejich dalšího profesního rozvoje.

Příspěvek čerpá z dotazníkových šetření a řízených rozhovorů s pracovníky v různých oblastech sociálního zabezpečení a z dostupných materiálů z internetových stránek a z publikací Ministerstva práce a sociálních věcí. Dotazníkové šetření bylo provedeno v termínu únor – duben 2008.

1. Pracovníci v sociálních službách

V sociálních službách vykonávají odbornou činnost nejen sociální pracovníci, ale i pracovníci v sociálních službách, jejichž činnost je také vymezena zákonem č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Jsou to pracovníci, kteří vykonávají přímou obslužnou péči o osoby v ambulantních nebo pobytových zařízeních sociálních služeb, základní výchovnou nepedagogickou činnost a pečovatelskou činnost v domácnosti osoby. Působí zde i zdravotničtí, pedagogičtí a další odborní pracovníci, kteří přímo poskytují sociální služby. Činnost zdravotnických

a pedagogických pracovníků je však upravena jinými předpisy. u zdravotnických pracovníků je to zákon č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povolání a u pedagogických pracovníků zákon č. 563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících.¹⁹⁵

2. Odborné předpoklady pro výkon sociálního pracovníka

Odborně způsobilý k výkonu povolání sociálního pracovníka je dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách ten, kdo :

- získal vyšší odborné vzdělání absolvováním vzdělávacího programu akreditovaného podle zvláštního právního předpisu¹⁹⁶ v oborech vzdělání, které jsou zaměřeny na sociální práci a sociální pedagogiku, sociální pedagogiku, sociální a humanitární práci, sociální práci, sociálně právní činnost, charitní a sociální činnost;
- vystudoval vysokou školu v bakalářském nebo magisterském studijním programu zaměřeném na sociální práci, sociální politiku, sociální pedagogiku, sociální péči nebo speciální pedagogiku, akreditovaném podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Pokud pracovník ukončil vysokoškolské vzdělání v jiné než sociální oblasti, je povinen absolvovat akreditované vzdělávací kurzy v oblastech zaměřených na sociální práci a sociální pedagogiku, sociální pedagogiku, sociální a humanitární práci, sociální práci, sociálně právní činnost, charitní činnost a sociální činnost, sociální politiku, sociální pedagogiku nebo speciální pedagogiku. Akreditované vzdělávací kurzy musí být v celkovém rozsahu nejméně 200 hodin a pracovník musí absolvovat praxi při výkonu povolání sociálního pracovníka v trvání nejméně 5 let.

Vysokoškolské nebo vyšší odborné vzdělání není požadováno u těch pracovníků, kteří ukončili střední vzdělání s maturitní zkouškou v oboru sociálně právním nejpozději 31. prosince 1996. Musí však absolvovat akreditované vzdělávací kurzy v oblastech vztahující se k sociální problematice, stejně jako pracovník, který nemá vysokoškolské vzdělání sociálního zaměření, v celkovém rozsahu nejméně 200 hodin a vykonat praxi při výkonu povolání sociálního pracovníka v délce nejméně 10 let.

U manželského a rodinného poradce je požadováno vysokoškolské vzdělání získané řádným ukončením studia jednooborové psychologie nebo magisterského programu na vysoké škole humanitního zaměření. Současně se vyžaduje absolvování postgraduálního výcviku v metodách manželského poradenství a psychoterapie v rozsahu minimálně 400 hodin nebo obdobného dlouhodobého psychoterapeutického výcviku akreditovaného ve zdravotnictví.

Při poskytování sociálních služeb ve zdravotnických zařízeních ústavní péče má odbornou způsobilost k výkonu povolání sociálního pracovníka též sociální pracovník a zdravotně sociální pracovník, který získal způsobilost k výkonu zdravotnického povolání podle zákona č. 96/2004 Sb., o nelékařských zdravotnických povolání.

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách nabyt účinnosti od 1. ledna 2007. Zaměstnanec, který k tomuto dni vykonával činnosti sociálního pracovníka a nesplňuje odborné předpoklady dané zákonem, je povinen si je doplnit ve lhůtě 7 let ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona. Toto nařízení platí v případě, že nezískal střední vzdělání s maturitní zkouškou

¹⁹⁵ Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách

¹⁹⁶ Zákon č. 561/2004 Sb., školský zákon

v oboru sociálně právním. Jestliže však dosáhl středního vzdělání a maturitní zkoušku složil v oboru sociálně právním, lhůta na doplnění kvalifikace je 10 let ode dne nabytí účinnosti tohoto zákona. u osob, které sice nemají požadovanou kvalifikaci, ale dosáhly věku 50 let a k 1. 1. 2007 vykonávaly profesi sociálního pracovníka, se tento kvalifikační předpoklad považuje za splněný.

Vzhledem k náročnosti práce sociálního pracovníka je třeba si získané znalosti neustále obnovovat, upevňovat a doplňovat. Proto je zákonem předepsaná povinnost dalšího vzdělávání a doplňování kvalifikace. Vzdělávání může být uskutečňováno formou specializačního vzdělávání zajišťovaného vysokými školami a vyššími odbornými školami. Tato forma navazuje na získanou odbornou způsobilost k výkonu povolání sociálního pracovníka. Nebo se pracovník účastní akreditovaných kurzů, absolvuje odborné stáže v zařízeních sociálních služeb, případně se účastní školicích akcí. Dokladem o absolvování dalšího vzdělávání a prohlubování kvalifikace je osvědčení vydané vzdělávacím zařízením, které dané vzdělávání pořádalo.¹⁹⁷

3. Akreditace vzdělávacích zařízení a vzdělávacích programů

Další vzdělávání se uskutečňuje ve vzdělávacích zařízeních na základě akreditace vzdělávacích zařízení a vzdělávacích programů udělené ministerstvem. Vzdělávacími zařízeními jsou nejen zařízení školské soustavy, tzn. vysoké školy a vyšší odborné školy, ale i další instituce, které poskytují vzdělání dospělých určené sociálním pracovníkům a pracovníkům v sociálních službách. Jedná se o vzdělávací zařízení právnických a fyzických osob.

O akreditaci vzdělávacích zařízení a jejich vzdělávacích programů pro oblast sociálních služeb rozhoduje Ministerstvo práce a sociálních věcí. Akreditaci uděluje na základě písemné žádosti, která obsahuje jméno, příjmení, místo trvalého nebo hlášeného pobytu. Je-li žadatelem fyzická osoba je nutné uvést identifikační číslo, pokud bylo přiděleno. v případě žádosti právnické osoby se musí uvést obchodní firma nebo název, sídlo, popřípadě umístění organizační složky, identifikační číslo a statutární orgán. Součástí žádosti je i oprávnění ke vzdělávací činnosti např. podle zákona č. 561/2004 Sb., školský zákon nebo zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách. Žadatel přiloží přehled o dosavadní činnosti, název, druh a formu vzdělávacího programu, který hodlá uskutečňovat, doklady o materiálním a technickém zabezpečení vzdělávacího programu. Připojí seznam fyzických osob, které se budou podílet na vzdělávání, doloží jejich odbornou způsobilost nebo osvědčení o uznání odborné kvalifikace a předpokládané náklady na jednoho účastníka.

Žadatelé na udělení akreditace nemají právní nárok. Ministerstvo žádost posoudí a pokud rozhodne kladně, udělí ji na dobu 4 let. Akreditaci nelze převést a nepřechází na právního nástupce. Činnost akreditovaných vzdělávacích zařízení při uskutečňování akreditovaných programů je ze strany ministerstva kontrolována, a pokud je zjištěno, že zařízení nesplňuje podmínky, za nichž mu byla akreditace udělena a nedodrží vzdělávací program, může být rozhodnuto o jejím odejmutí. Akreditované zařízení může také o odejmutí akreditace požádat samo.¹⁹⁸ Byla-li akreditace udělena a některé podmínky se změny, musí vzdělávací instituce změnu uvést a doložit do 14 dnů na Odbor sociálních služeb ministerstva. Pokud se jedná o zásadní změny, může být instituce vyzvána k předložení nové žádosti o akreditaci.¹⁹⁹

¹⁹⁷ Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách

¹⁹⁸ Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách

¹⁹⁹ Metodika hodnocení žádosti o akreditaci. [online]. Dostupné z :

Každé akreditované vzdělávací zařízení vede evidenci vydaných osvědčení. Informace o vzdělávacích zařízeních, kterým byla akreditace udělena a dobu, na kterou byla udělena zveřejňuje Ministerstvo práce a sociálních věcí v elektronické podobě způsobem umožňujícím dálkový přístup. Zveřejnění podléhají i zařízení, kterým bude akreditace odejmuta.²⁰⁰ Od začátku roku 2007 bylo ministerstvem uděleno 213 akreditací vzdělávacích programů v rámci kvalifikačních kurzů pro pracovníky v sociálních službách, 240 akreditací vzdělávacích programů v rámci celoživotního vzdělávání sociálních pracovníků a 176 akreditací vzdělávacích institucí.²⁰¹

4. Možnosti vzdělávání v sociální oblasti

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách je první zákon, který stanovuje kvalifikační požadavky pro sociální pracovníky a pracovníky v sociálních službách. Před jeho platností této oblasti nebyla věnována zvlášť velká pozornost a velká většina těchto pracovníků měla pouze středoškolské vzdělání. Obory věnované sociální problematice se vyučovaly především na středních školách. s postupem času a vývojem společnosti, kdy se začaly objevovat nové problémy, jejichž řešení si vyžadovalo jiný přístup a na pracovníky byly kladeny stále větší nároky, přeneslo se vzdělávání zaměřené na sociální práci i na vyšší odborné a vysoké školy. Současné kvalifikační požadavky, především u sociálních pracovníků, vyžadují absolvování právě vyšší odborné nebo vysoké školy. v České republice se vzdělávání v oblasti sociální práce věnují školy střední, vyšší odborné a vysoké.

- **Střední školy**

Prvním stupněm vzdělávání po základní škole je střední vzdělávání. Téměř v každém kraji jsou střední školy směřující své absolventy k práci v sociálních službách. Nabízí různé obory sociální péče, sociální činnosti, vychovatelství, výchovné a humanitární činnosti a jiné. Vzdělávání v jednotlivých školách se uskutečňuje podle školních vzdělávacích programů. Doba studia je 4 roky a je zakončeno maturitní zkouškou. Obory mohou být nabízeny i formou nástavbového studia v délce 2 roky nebo formou zkráceného studia v délce 1 – 2 roky v denní formě. Nástavbové studium je určeno pro absolventy středního vzdělání s výučním listem a zkrácené studium pro uchazeče, kteří získali střední vzdělání s maturitní zkouškou v jiném oboru vzdělání.

Tato úroveň vzdělání je však dostačující a splňuje kvalifikační předpoklady určené pouze pro pracovníky v sociálních službách. Pro ty, kteří chtějí pracovat jako sociální pracovníci, je nedostačující a musí proto dále studovat buď vyšší odbornou nebo vysokou školu.

- **Vyšší odborné školy**

Vyšší odborné školy zaměřené na vzdělávání v sociální oblasti jsou dle zřizovatele soukromé, veřejné nebo církevní. Jsou rozmístěny zhruba po celé České republice, nejen v Praze a Brně, ale i například v Olomouci, Brandýse nad Labem, Jihlavě, Dubí, Prachaticích, Domažlicích, Kroměříži... Jsou zde nabízeny různé obory připravující absolventy k výkonu povolání v oblasti sociální práce.

http://www.mpsv.cz/files/clanky/3494/Metodika_hodnoceni_zadosti_o_akreditaci.pdf [cit. 7. 4. 2008]

²⁰⁰ Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách

²⁰¹ Seznam institucí a vzdělávacích programů akreditovaných na MPSV ČR. [online]. Dostupné z:

http://www.mpsv.cz/files/clanky/3949/akreditace_MPSV-25022008.pdf [cit. 7. 4. 2008]

Vzdělávací programy v příslušném oboru vzdělání vyšší odborné školy podléhají akreditaci, kterou uděluje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy na základě žádosti. Vzdelávací program je posuzován z hlediska obsahového a odborného. Musí v něm být stanoveny konkrétní cíle, forma, délka a obsah vzdělávání, jeho organizační uspořádání, profil absolventa, vyučovací jazyk, podmínky průběhu a ukončování vzdělávání. Je nutné uvést i podmínky pro vzdělávání studentů se speciálními vzdělávacími potřebami. Dále musí být uvedeny podmínky materiální, personální a organizační, podmínky bezpečnosti práce a ochrany zdraví a podmínky zdravotní způsobilosti uchazeče ke vzdělání. Pokud je po posouzení programu akreditační komisí vydáno nesouhlasné stanovisko, akreditace není udělena. Je-li program akreditován, zapíše se pro příslušnou vyšší odbornou školu do školského rejstříku a škola může přijímat uchazeče ke vzdělávání, konat výuku, zkoušky a přiznávat označení absolventa vyšší odborné školy.

Akreditace se uděluje na dobu rovnající se nejvýše dvojnásobku délky vzdělávání v denní formě studia, platnost lze i opakovaně prodloužit. Škola může v průběhu realizování akreditovaného vzdělávacího programu požádat o jeho změnu. Výmazem příslušného oboru vzdělání ze školského rejstříku akreditace vzdělávacího programu zaniká. Vyšší odborné vzdělávání navazuje na střední vzdělávání a úspěšným ukončením se dosáhne stupně vyššího odborného vzdělání. Délka je 3 roky v denní formě včetně odborné praxe. Ukončuje se absolutoriem a označení absolventa je „diplomovaný specialista“ (zkráceně „DiS“).²⁰²

- **Vysoké školy**

Vzdělávání sociálních pracovníků převzaly rovněž vysoké školy. v České republice je 26 veřejných vysokých škol, z nichž 11 jich na některé ze svých fakult nabízí bakalářské nebo magisterské studijní programy věnované sociální oblasti. Je to Univerzita Karlova v Praze, Univerzita Palackého v Olomouci, Masarykova univerzita v Brně, Univerzita v Hradci Králové, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ostravská univerzita v Ostravě, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem, Západočeská univerzita v Plzni, Technická univerzita v Liberci, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně a Slezská univerzita v Opavě. Soukromé vysoké školy se v této oblasti příliš neangažují.

Studijní programy podléhají akreditaci, kterou uděluje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. Pokud není studijní program akreditován, nelze přijímat uchazeče o studium, konat výuku, zkoušky ani přiznávat akademické tituly. Akreditace je udělena na základně posouzení žádosti, která obsahuje název vysoké školy, která bude studijní program uskutečňovat, název, typ, formu a cíl studia, členění studijního programu na studijní obory, charakteristiku oborů a profil absolventa příslušného studijního oboru. Obsahuje charakteristiku studijních předmětů, pravidla a podmínky pro vytváření studijních plánů, standardní dobu studia, podmínky, které v průběhu studia musí student splnit, obsah státních zkoušek, udělovaný akademický titul. Nejméně na standardní dobu studia musí být doloženy doklady o personálním, finančním, materiálním, technickém a informačním zabezpečení studijního programu. Součástí je i záměr rozvoje studijního programu a předpokládaný počet přijímaných uchazečů.

Pokud vysoká škola neposkytuje záruku řádného zajištění výuky, studijní program neodpovídá požadavkům dle zákona nebo není dostatečně zabezpečen po stránce personální, přístrojové, informační, finanční nebo materiálně-technické, ministerstvo akreditaci neudělí. Akreditace se uděluje na dobu nejvýše 10 let. Platnost lze i opakovaně prodloužit. Vysoká

²⁰² Zákon č. 561/2004 Sb., školský zákon

škola může během uskutečňování programu požádat o akreditaci jeho rozšíření. Zrušením studijního programu akreditace zaniká.

Studium na vysoké škole může probíhat formou prezenční, distanční nebo kombinovanou, v bakalářském nebo magisterském studijním programu. Doba studia bakalářského programu je nejméně 3 a nejvýše 4 roky. Absolventům je udělen titul „bakalář“ (ve zkratce „Bc.“). Magisterský studijní program navazuje na bakalářský a standardní doba studia je nejméně 1 a nejvýše 3 roky. Pokud to vyžaduje charakter studijního programu, nemusí navazovat na bakalářský studijní program. Potom je standardní doba studia nejméně 4 nejvýše 6 roků. Absolventům v oblasti studia zaměřeném na sociální práci se uděluje titul „magistr“ (ve zkratce „Mgr.“). Absolventi, kteří získali titul Mgr., mohou vykonat v téže oblasti státní rigorózní zkoušku. Po jejím vykonání je jim v oblasti humanitních, pedagogických a společenských věd udělen titul „doktor filozofie“ (ve zkratce „PhDr.“).²⁰³

- **Celoživotní vzdělávání**

Sociální pracovníci a pracovníci v sociálních službách se mohou vzdělávat i v rámci celoživotního vzdělávání. Vzdělávací programy mohou být poskytovány vysokými školami, vyššími odbornými školami nebo jinými vzdělávacími institucemi. o absolvování studia v rámci celoživotního vzdělávání je účastníkům vydáno osvědčení.

Přehled některých vzdělávacích programů v rámci celoživotního vzdělávání v sociální oblasti je umístěn na webových stránkách Ministerstva práce a sociálních věcí ČR. v současné době je zveřejněna nabídka 26 programů. Nabídka obsahuje název a cíl vzdělávacího programu, vzdělavatele, místo konání a termín, cílovou skupinu, pro niž je program určen, časový rozsah, metody a formy vzdělání, cenu a vstupní podmínky, kapacitu účastníků a jména lektorů. Součástí je i informace o udělené akreditaci. Tato databáze a její aktualizace však závisí na jednotlivých vzdělávacích institucích, zda podají žádost o umístění v databázi, z toho důvodu zde nejsou zveřejněny všechny vzdělávací programy a vzdělávací instituce.²⁰⁴

5. Analýza vzdělání sociálních pracovníků

V roce 2004 byla Ministerstvem práce a sociálních věcí vypracována analýza týkající se pracovní náplně a počtu sociálních pracovníků ve státní správě. z výsledků bylo zjištěno, že celkový počet sociálních pracovníků, kteří jsou zaměstnáváni v různých oblastech státní správy byl přibližně 10 870. v oblasti sociálně-právní ochrany dětí bylo zaměstnáno celkem 1 623 pracovníků. Jednalo se o terénní pracovníky, sociální pracovníky pro náhradní rodinnou péči, pracovníky pro problematiku CAN (týrání a zneužívání dětí), kurátory pro děti a mládež a sociální terapeutky. Na pozici zprostředkovatelů a poradců ve službách zaměstnanosti bylo zaměstnáno 2 352 osob, dávkových specialistů státní sociální podpory 2 800 a 2 812 sociálních pracovníků v dávkách sociální péče.

V resortu Ministerstva vnitra působili sociální pracovníci ve třech oblastech, a to ve Správě uprchlických zařízení, v azylovém řízení a ve správní radě. Celkový počet byl 176 pracovníků. v resortu školství, mládeže a tělovýchovy byl zjištěn počet 749 sociálních

²⁰³ Zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách

²⁰⁴ MPSV ČR. [online]. Dostupné z

http://www.mpsv.cz/VZ_list.php?p=1&program=&nazev=&rg=&OK=Vyhledat [cit. 9. 4. 2008]

pracovníc ve speciálních školách, školských poradenských zařízení a v zařízeních ústavní či ochranné výchovy. v resortu spravedlnosti bylo zaměstnáno 120 sociálních pracovníků, 173 úředníků probační a mediační služby a 51 jejich asistentů.

Analýzou bylo také zjištěno, že v oblasti dávek sociální péče chybí cca 3 000 zaměstnanců a cca 270 pracovníků na pozici zprostředkovatelů a poradců ve službách zaměstnanosti. Situace byla také nevyhovující v oblasti sociálně právní ochrany dětí. Počet chybějících pracovníků této oblasti však nebyl uveden.²⁰⁵

Vzhledem k tomu, že analýza byla prováděna k 31. 12. 2003 a potřeba sociálních pracovníků vzrůstá, mohou být současné údaje jiné. Situaci ovlivňuje i skutečnost, že pro výkon této profese jsou již zákonem předepsané odborné předpoklady. Navíc analýza nezahrnuje sociální pracovníky nestátního neziskového sektoru. Ministerstvo práce a sociálních věcí prozatím neuveřejnilo aktuálnější informace, které by se týkaly tak podrobné analýzy.

Ve Statistické ročence z oblasti práce a sociálních věcí za rok 2006 Ministerstvo práce a sociálních věcí zveřejnilo stav pracovníků a jejich úroveň vzdělání na odděleních sociálně právní ochrany dětí (OSPOD) v České republice. Na této pozici bylo evidováno celkem 1 614 pracovníků. z tohoto počtu 4 pracovníci měli základní vzdělání, 533 pracovníků středoškolské – sociálně právní (SP), 423 pracovníků jiné střední vzdělání, 237 pracovníků vyšší odborné SP, 25 pracovníků jiné vyšší odborné vzdělání, 202 pracovníků vysokoškolské a vysokoškolské SP 190 pracovníků.

V rámci OSPOD bylo v České republice 416 kurátorů pro mládež, z nichž měl 1 základní vzdělání, 112 středoškolské SP, 127 jiné střední vzdělání, 54 vyšší odborné SP, 7 jiné vyšší odborné, 63 vysokoškolské a 52 vysokoškolské vzdělání SP. Mimo OSPOD působil 89 kurátorů pro mládež. z nich 26 mělo středoškolské vzdělání SP, 10 jiné střední, 16 vyšší odborné SP, 1 jiné vyšší odborné, 18 vysokoškolské, 18 vysokoškolské SP vzdělání.²⁰⁶ Údaje jsou obsaženy v následující tabulce 1.

Tabulka 1: Dosažené vzdělání sociálních pracovníků

Vzdělání zaměstnanců	Pracovníci OSPOD celkem	Kurátoři v rámci OSPOD	Kurátoři mimo OSPOD
Základní	4	1	0
Střední škola soc. právní	533	112	26
Jiné střední	423	127	10
Vyšší odborné soc. právní	237	54	16
Jiné vyšší odborné	25	7	1
Vysokoškolské	202	63	18
VŠ sociálně právní	190	52	18
Celkem	1 614	416	89

Pramen: Statistická ročenka z oblasti práce a sociálních věcí 2006. MPSV, Praha 2007

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách vstoupil v platnost až v roce 2007 a z výše uvedených údajů je zřejmé, že z celkového počtu 1 614 pracovníků na odděleních OSPOD by požadavky odborné způsobilosti, které vyplývají z tohoto zákona, splňovalo pouze 427

²⁰⁵ MPSV ČR. [online]. Dostupné z <http://mpsv.cz/cs/863> [cit. 22. 4. 2008]

²⁰⁶ MPSV. *Statistická ročenka z oblasti práce a sociálních věcí 2006*. MPSV, Praha 2007. ISBN 978-80-86878-54-6. [online]. Dostupné z http://www.mpsv.cz/files/clanky/4896/rocenka_akt.pdf [cit. 24. 4. 2008]

pracovníků. u kurátorů pro mládež by z celkového počtu 416 pracujících v rámci OSPOD splňovalo pouze 106 a u kurátorů mimo OSPOD z celkem 89 pracovníků pouze 34. Vzhledem k náročnosti jejich práce bylo zavedení tohoto zákona, který upravuje odborné předpoklady pro výkon profese sociálního pracovníka, nutností. Pokud uvedení pracovníci budou chtít nadále v této oblasti pracovat, budou si muset vzdělání doplnit v souladu s požadavky vymezenými zákonem.

6. Dotazníkové šetření

Pro získání potřebných informací bylo rozesláno 300 dotazníků, z nichž bylo získáno od oslovených pracovníků zpět celkem 186 vyplněných dotazníků. z uvedeného počtu bylo 70 dotazníků ze sociálních odborů obecních, městských nebo krajských úřadů, 64 dotazníků z neziskových organizací, pouze 34 dotazníků z církevních zařízeních poskytující sociální služby a 18 dotazníků bylo z původně zařazených úřadů práce. Další úřady práce jak již nebyly osloveny.

Graf 1: Počet respondentů dotazníkového šetření



Pramen: vlastní zpracování

6.1. Nejvyšší dosažené vzdělání při nástupu do současného zaměstnání

Předpoklady pro výkon sociálního pracovníka splňují ti pracovníci, kteří dosáhli vyššího odborného vzdělání nebo vysokoškolského vzdělání týkající se sociální oblasti. z vybraných tří objektů, ve kterých bylo provedeno dotazníkové šetření, požadavek odborné způsobilosti k výkonu povolání splňovalo 41,43 % pracovníků sociálních odborů úřadů, 29,41 % pracovníků zařízení církví a 31,25 % pracovníků neziskových organizací, kteří absolvovali vyšší nebo vysokou školu v oborech zaměřených na sociální oblast. Nedostačující vzdělání mělo celkem 58,57 % pracovníků sociálních odborů úřadů, 70,59 % pracovníků zařízení církví a 68,75 % pracovníků v neziskových organizací. Tito pracovníci absolvovali pouze úplné střední všeobecné nebo úplné střední odborné vzdělání nebo vyšší odbornou školu,

případně vysokou školu, ale jiného než požadovaného zaměření. Celkově při nástupu do současného zaměstnání převažovali pracovníci, kteří nesplňovali požadovanou kvalifikaci. Nejvyšší procentní ukazatel byl u pracovníků církevních zařízení. z celkového počtu 168 dotazovaných pracovníků vzdělání splňuje pouze 59 pracovníků, tj. 35,12 %.

Tabulka 2: Nejvyšší dosažené vzdělání při nástupu do zaměstnání

Dosažené vzdělání	Sociální odbory úřadů		Zařízení církví		Neziskové organizace		Úřady práce	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Úplné střední všeobecné	8	11,42	5	14,71	14	21,88	4	22,22
Úplné střední odborné	28	40,00	7	20,59	16	25,00	6	33,33
Vyšší odborné – soc. oblast	12	17,14	7	20,59	5	7,81	0	0
Vyšší odborné – jiné	3	4,29	4	11,76	8	12,5	3	16,67
Vysokoškolské – soc.oblast	17	24,29	3	8,82	15	23,44	1	5,56
Vysokoškolské – jiné	2	2,86	8	23,53	6	9,37	4	22,22
Celkem	70	100	34	100	64	100	18	100

6.2.Délka praxe v sociální oblasti

Pro výkon práce sociálního pracovníka mají velký význam znalosti získané praxí a praktické dovednosti. v dotazníkovém šetření byla rozdělena délka praxe na etapy po pěti letech. Cílem bylo zjistit, zda v uvedených třech institucích působí pracovníci, kteří se věnují sociální práci delší dobu nebo v této oblasti začínají. s menším počtem let praxe působí pracovníci převážně v neziskových organizacích, kde největší procento pracovníků je s praxí do 5 let, a to téměř polovina - 43,75 % a naopak pracovníků s praxí 16 – 20 let pouze 3,12 % a s praxí nad 21 let 4,69 %. Také pracovníci církevních zařízení zaměstnávají větší část pracovníků s kratší praxí. Největší část jejich pracovníků, a to 38,24 % jsou s praxí 6 – 10 let a 35,29 % je pracovníků s praxí do 5 let. Pracovníci s praxí 16 – 20 let a 21 a více tvoří pouze 8,82 %. u pracovníků sociálních odborů obecních, městských nebo krajských úřadů jsou pracovníci rozdělení podle délky praxe téměř rovnoměrně. Největší část tvoří pracovníci s praxí do 5 let, a to 24,28 % a pracovníci s praxí nad 21 let – 22,86 %.

Skutečnost, že v neziskových organizacích a v církevních zařízeních pracují pracovníci s nejmenší délkou praxe, může být důsledkem poměrně krátkého působení těchto organizací v sociální oblasti.

Tabulka 3: Délka praxe v sociální oblasti

Délka praxe v sociální oblasti	Sociální odbory úřadů		Zařízení církví		Neziskové organizace		Úřady práce	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Do 5 let	17	24,28	12	35,29	28	43,75	2	11,11
6 – 10 let	14	20,00	13	38,24	18	28,13	4	22,22
11 – 15 let	14	20,00	6	17,65	13	20,31	2	11,11
16 – 20 let	9	12,86	1	2,94	2	3,12	3	16,67
21 a více	16	22,86	2	5,88	3	4,69	7	38,89
Celkem	70	100	34	100	64	100	18	100

6.3. Požadavek na doplnění vzdělání

Podle provedeného průzkumu u všech objektů dotazníkového šetření více než polovina sociálních pracovníků nespĺňuje požadované vzdělání. Další otázka v dotazníku byla zaměřena na zjištění, zda od nich zaměstnavatel požaduje jeho doplnění. Na základě šetření vyplynulo, že u pracovníků sociálních úřadů pouze u 34,29 % je vyžadováno doplnění si kvalifikace. u pracovníků zařízení církví je požadováno doplnění si vzdělání u 67,65 % pracovníků a u pracovníků neziskových organizací v 50 % případů.

Tabulka 4: Požadavek na doplnění vzdělání

Požadavek na vzdělání	Sociální odbory úřadů		Zařízení církví		Neziskové organizace		Úřady práce	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %	počet	v %
Ano	24	34,29	23	67,65	32	50,00	0	0
Ne	46	65,71	11	32,35	32	50,00	18	100
Celkem	70	100	34	100	64	100	18	100

Nejmenší požadavky jsou kladeny na pracovníky sociálních odborů úřadů. Důvodem může být, že sociální pracovníci obecních, městských nebo krajských úřadů tvoří převážně pracovníci s délkou praxe kolem 20 let, tzn. že je u nich předpoklad, že dosáhli věku 50 let. v tomto případě, i když by neměli požadovanou kvalifikaci a k 1. 1. 2007 vykonávali profesi

sociálního pracovníka, by se u nich odborné předpoklady dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, považovaly za splněné a nebylo by vyžadováno další studium.

Z celkového počtu pracovníků sociálních odborů úřadů, u kterých není vyžadováno další studium, jich 65,22 % odborné předpoklady splňuje a 34,78 % sice nesplňuje, ale většina z nich dosáhla věku 50 let. v církevních zařízeních a neziskových organizacích již mají pracovníci, u kterých není vyžadováno doplnění vzdělání dalším studiem, požadované odborné předpoklady pro výkon práce sociálního pracovníka splněny. Pouze u malého procenta se vzdělání nevyžaduje z důvodu dosažení 50 let pracovníka.

Tabulka 5: Pracovníci, u který není vyžadováno doplnění odborných předpokladů

Odborné předpoklady	Sociální odbory úřadů		Zařízení církví		Neziskové organizace	
	počet	v %	počet	v %	počet	v %
	Splněné odborné předpoklady	30	65,22	10	90,91	23
Nesplněné odborné předpoklady	16*	34,78	1**	9,09	9***	28,12
Celkem	46	100	11	100	32	100

* z celkového počtu 11 pracovníků dosáhlo věku 50 let

** pracovník dosáhl věku 50 let

*** z celkového 5 pracovníků dosáhlo věku 50 let

Závěr

Dle zákona je odborně způsobilý pro výkon sociálního pracovníka ten, kdo má vyšší nebo vysokoškolské vzdělání zaměřené na sociální oblast. Protože tyto požadavky nebyly před rokem 2007 dány zákonem, pracovali v této pozici z velké většiny lidé pouze se středoškolským vzděláním. Pro zjištění současného stavu bylo provedeno dotazníkové šetření zaměřené na vzdělanost pracovníků působících ve sféře sociálního zabezpečení.

Z výsledků dotazníkového šetření je patrné, že v sociální oblasti jsou zaměstnány především ženy. s rozvojem poskytování sociálních služeb nestátním neziskovým sektorem se zapojení mužů pomalu zvyšuje. Získané výsledky dokazují, že mnozí pracovníci již začali dále studovat, jiní to stále ještě odkládají na pozdější dobu. Možností volby dalšího studia je mnoho, protože vyšší odborné a vysoké školy nabízejí dostatečné množství studijních programů zaměřených na tuto problematiku.

Seznam literatury:

- KREBS, Vojtěch. *Sociální politika*. 3. přeprac. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2005. 502 s.
ISBN 80-7357-050-5
- Koudelková, L.: *Nové požadavky na vzdělávání pracovníků v sociálním zabezpečení*,
bakalářská práce, ESF MU Brno 2008
- MATOUŠEK, Oldřich a kol. *Metody a řízení sociální práce*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003.
384 s. ISBN 80-7178-548-2
- Večeřa, M. *Sociální stát. Východiska a přístupy*. 2 vyd. Praha: SLON, 2001, 112 s.
ISBN 80-85850-16-8 (str. 88)
- Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách
Zákon č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře
Zákon č. 561/2004 Sb., školský zákon
Zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách
Zákon č. 312/2002 Sb., o úřednících územních samosprávných celků
Vyhláška č. 505/2006 Sb., k provedení zákona o sociálních službách
Vyhláška č. 182/1991 Sb., kterou se provádí zák. o soc. zabezp. a zák. ČNR o působnosti
orgánů ČR v soc. zabezpečení

Kontakt

Ing. Mirka Wildmannová, Ph.D.

Katedra veřejné ekonomie
Ekonomicko-správní fakulta
Masarykova univerzita Brno
Lipová 41a
Tel.: 549 49 85 14
e-mail: mirkaw@econ.muni.cz

Životní cyklus a vědecká výkonnost českých ekonomů

Life Cycle and Scientific Performance of Czech Economists

Tomáš Wroblowský

Anotace:

Cílem příspěvku je analýza vývoje publikační aktivity českých ekonomů v průběhu životního cyklu, resp. v průběhu akademické kariéry. Na vzorku padesáti ekonomů je dokumentováno, že publikační aktivita dosahuje maximálních hodnot mezi 40 – 45. rokem života a poté vytrvale klesá. Co se vztahu k fázi akademické kariéry týče, je v souladu s očekáváním publikační aktivita maximální v intervalu těsně před obhájením doktorské práce a cca 5 let poté.

Summary:

The aim of this paper is an analysis of publication activity related to the life cycle, or to the academic career, respectively. Using the sample of 50 economists, it is documented that publication activity reaches its peak between the age 40-45 and then continuously declines. When the relationship to the phase of academic career is examined, the publication activity reaches its maximum values in interval starting just before the dissertation and ending some five years after it.

Klíčová slova: životní cyklus, vědecká výkonnost, publikační aktivita, scientometrie

Keywords: Life Cycle, Scientific Performance, Publication Activity, Scientometrics

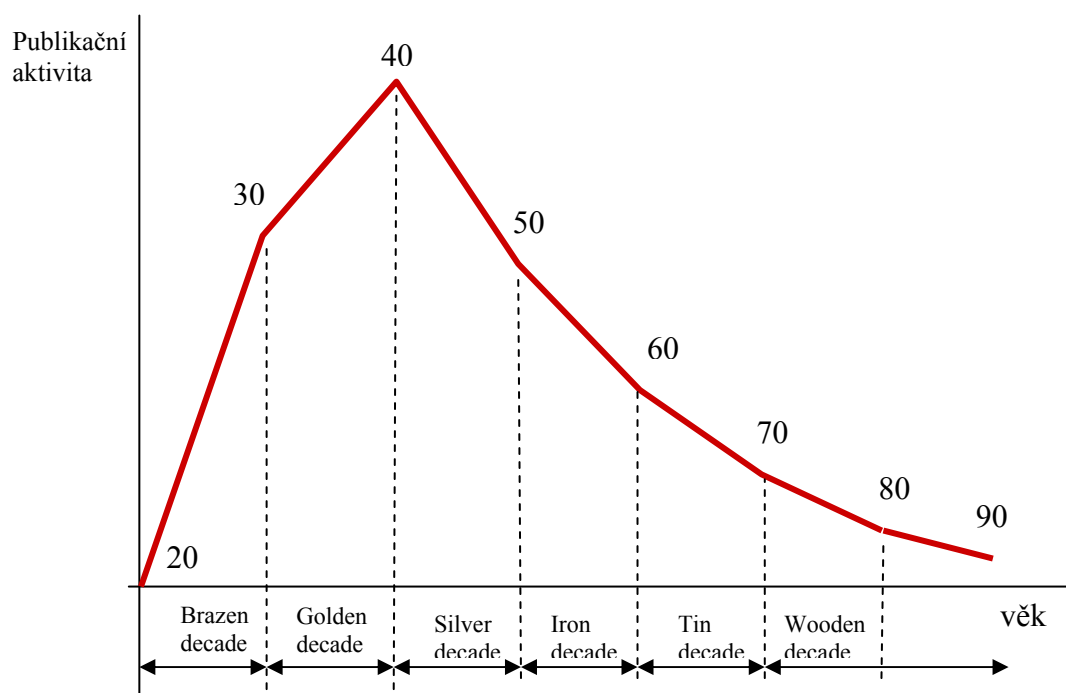
Úvod

V posledních několika letech se v Česku objevilo několik studií, které se snaží různými postupy hodnotit vědeckou výkonnost českých ekonomů, resp. výkonnost akademických institucí (viz např. Turnovec, 2005 a 2007, Macháček a Kolcunová, 2005 a 2007 či Műnich, 2006). Tyto studie vyvolaly mezi širší odbornou veřejností rozsáhlou diskusi, zda a jakým způsobem je vůbec možné „produkcí“ vědců objektivně hodnotit. Na rozdíl od výše zmíněných studií si tento příspěvek neklade za cíl hodnocení a srovnávání publikační aktivity jednotlivých ekonomů (resp. akademických pracovišť), ale zkoumání vývoje publikační aktivity českých ekonomů v průběhu životního cyklu. Tento příspěvek vznikl jako součást řešení projektu „Výzkumné aktivity a vztahové sítě v české komunitě akademických ekonomů“ (GA 402/07/0342)), který je podporován Grantovou agenturou České republiky.

George Miller Beard byl pravděpodobně prvním, kdo upozornil na možnou souvislost mezi věkem vědců a jejich publikační aktivitou (Beard, 1874, 1881). Podle něj publikační aktivita vědců od určitého věku (cca 40 let) vytrvale klesá. Dochází k závěru, že 70% publikací je vytvořeno před dosažením věku 45 let. Dosažené výsledky zdůvodňuje na dnešní poměry velmi prostou úvahou, že stejně jako tělo, i lidský mozek se s věkem vyvíjí a od určitého okamžiku se jeho schopnosti začínají snižovat. Na základě zjištěné „produktivity“ v jednotlivých dekádách života mezi dvaceti a osmdesáti lety pak Beard přiřadil těmto životním etapám přívlastky „mosazná“, „zlatá“, „stříbrná“, „železná“, „cínová“ a „dřevěná“, viz následující obrázek²⁰⁷.

²⁰⁷ Protože původní Beardovo označení v angličtině umožňuje více možných překladů, je v grafu použito originální pojmenování bez překladu.

Obrázek 1: Grafické znázornění tzv. Beardova zákona



Zdroj: Beard (1874), úprava autor

Rovněž Lehman (1953) a po něm řada dalších (např. Goodwin a Sauer, 1995) potvrzují, že vývoj publikační aktivity v čase má tvar obrácené U-křivky. Naopak Cole (1979) a jiní docházejí k závěru, že publikační aktivita vědců zůstává v průběhu životního cyklu konstantní²⁰⁸.

Nabízí se tedy otázka, zda, resp. v jaké míře se tzv. Beardův zákon projevuje v komunitě českých (resp. v Česku působících) ekonomů.

Metodika výzkumu

Výzkum byl proveden na vzorku padesáti ekonomů, kteří se umístili v „TOP 50 v ČR působících ekonomů podle publikačního skóre“ (viz Turnovec, 2005). Vzorek byl takto vybrán záměrně, protože u zkoumaných ekonomů lze předpokládat dostatečně významný počet dostatečně kvalitních publikačních výstupů. Volba vzorku však s sebou nese i nevýhody – značná část ekonomů ještě svým věkem nedosahuje na konec sledovaného intervalu (24-64 let). Důsledky této skutečnosti budou popsány v následujícím textu. Za zmínku dále stojí skutečnost, že v Turnovcově „rankingu“ jsou zahrnuti nejen takzvaní „hardcore“ ekonomové, ale i vědci, kteří se svým zaměřením pohybují na hraně mezi ekonomii a jinými disciplínami, které s ekonomii více či méně souvisejí (jedná se např. o statistiky, matematiky, sociology a podobně).

Jako publikační výstupy byly použity veškeré publikace sledovaných ekonomů, které byly ke konci roku 2007 zařazeny v databázi ISI-Web of Knowledge. Jedná se tedy pouze o články publikované v tzv. „impaktovaných časopisech“. s tímto přístupem může být spojen problém v souvislosti se specifickým vývojem vědy v postkomunistických zemích. Starší ekonomové měli pravděpodobně „za mlada“ před rokem 1990 mnohem menší šanci

²⁰⁸ Cole však připouští, že publikační aktivita vědců zůstává v průběhu životního cyklu konstantní zejména v případě špičkových vědců. Obrácená U-křivka může být podle něj způsobena vědci, které označuje jako „perishable scientists“, tedy vědci, kteří publikují jen v omezené míře.

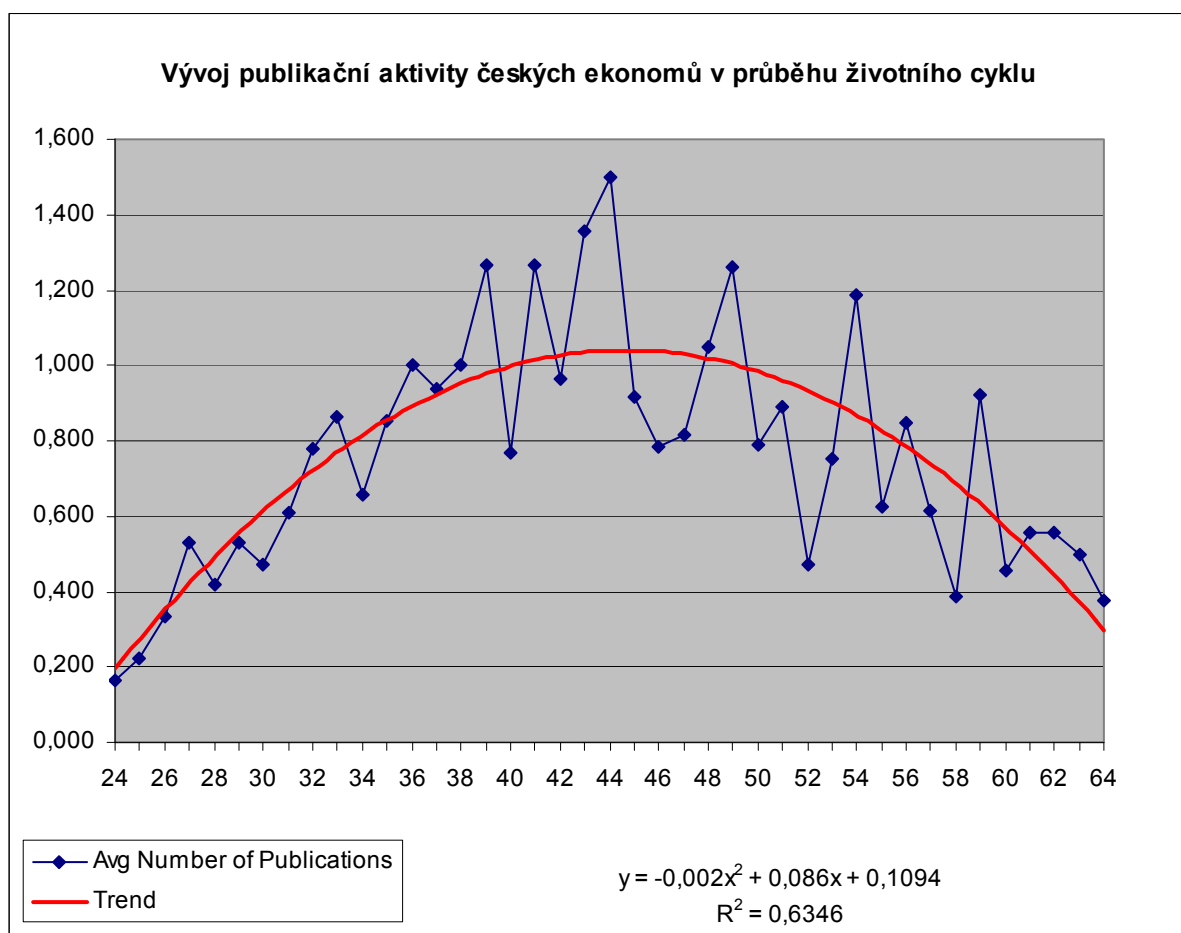
publikovat v impaktovaných časopisech než jejich mladší kolegové dnes. Je tedy možné, že dosažené výsledky budou mírně vychýleny. Tento problém je však podle mého názoru plně kompenzován tím, že zvolený přístup nezahrnuje mezi publikace např. konferenční příspěvky pochybné kvality či články otištěné v časopisech bez recenzního řízení.

U všech ekonomů byl zjištěn rok narození²⁰⁹ a následně v intervalu 24-64 let přiřazen ke konkrétnímu věku počet publikací v daném roce života. u jednotlivých publikací nebyla nijak zohledněna jejich kvalita (např. zohledněním impact faktoru příslušného periodika, výzkum nicméně probíhá). Vzhledem k tomu, že nebylo možné zjistit mentální podíly jednotlivých autorů v případě publikací s více autory, byl publikační výstup přiřazen všem autorům.

Dosažené výsledky

Pro jednotlivé roky života ve zkoumaném intervalu byly vypočteny průměrné hodnoty počtu publikací. Vývoj těchto průměrných hodnot dokumentuje graf č. 1.

Graf 1: Vývoj publikační aktivity českých ekonomů v průběhu životního cyklu



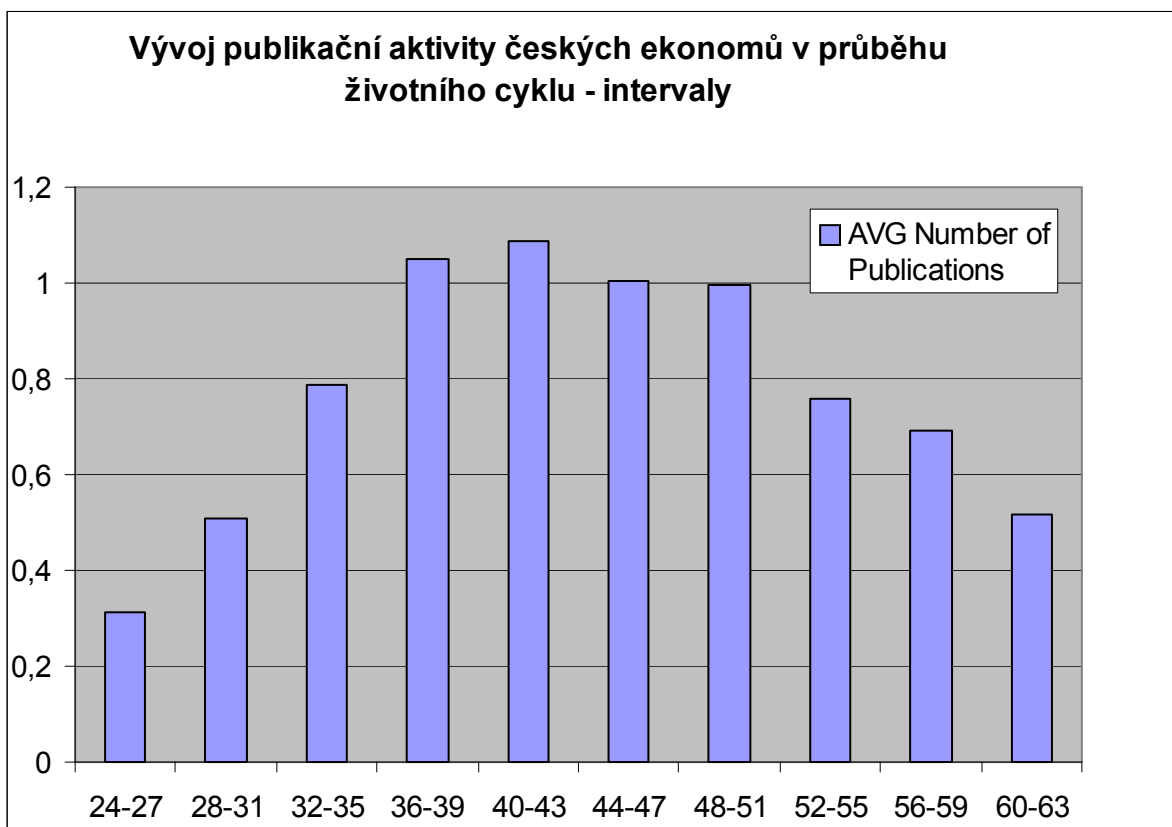
Z prezentovaného grafu je patrné, že nejvyššího počtu publikací dosahují čeští ekonomové v průměru ve věku 44 let a od tohoto okamžiku vykazují klesající tendenci. Je potřeba upozornit na již zmíněný fakt, že velká část ekonomů ve vzorku ještě nedosáhla věku 64 let. To znamená, že průměr počtu publikací ve vyšších věcích je vypočten z menšího počtu

²⁰⁹ Na tomto místě bych rád poděkoval všem kolegům, kteří mi laskavě poskytli údaje o svém roce narození.

hodnot než tentýž průměr pro jednotlivé věky na začátku zkoumaného intervalu. Přestože tento fakt nijak neovlivňuje správnost vypočtených průměrů, může ovlivnit vypovídací schopnost dosažených výsledků. Jestliže věku 58+ dosáhlo pouze 27% vzorku, potom jakákoli extrémní hodnota u jednoho konkrétního ekonomu může výrazně ovlivnit průměrný počet publikací pro daný věk²¹⁰. Získané výsledky je tak třeba interpretovat obezřetně.

Tvar obrácené U-křivky v grafickém vyjádření dobře dokumentuje také rozdělení jednotlivých věků do intervalů. Pokud bychom zvolili čtyřleté intervaly, přičemž první zkoumanou hodnotou věku je opět 24 let (tedy věk, kdy nejdříve mohou studenti úspěšně ukončit magisterské studium), bude grafické znázornění závislosti mezi věkem a publikační aktivitou vypadat následovně.

Graf 2: Vývoj publikační aktivity českých ekonomů v průběhu životního cyklu - intervaly



I z tohoto grafu je patrné, že čeští ekonomové jsou z hlediska počtu publikací nejproduktivnější okolo čtyřicátého roku života a v následujících obdobích jejich produktivita významným způsobem klesá.

Modifikace výzkumu – fyzický věk vs. akademická kariéra

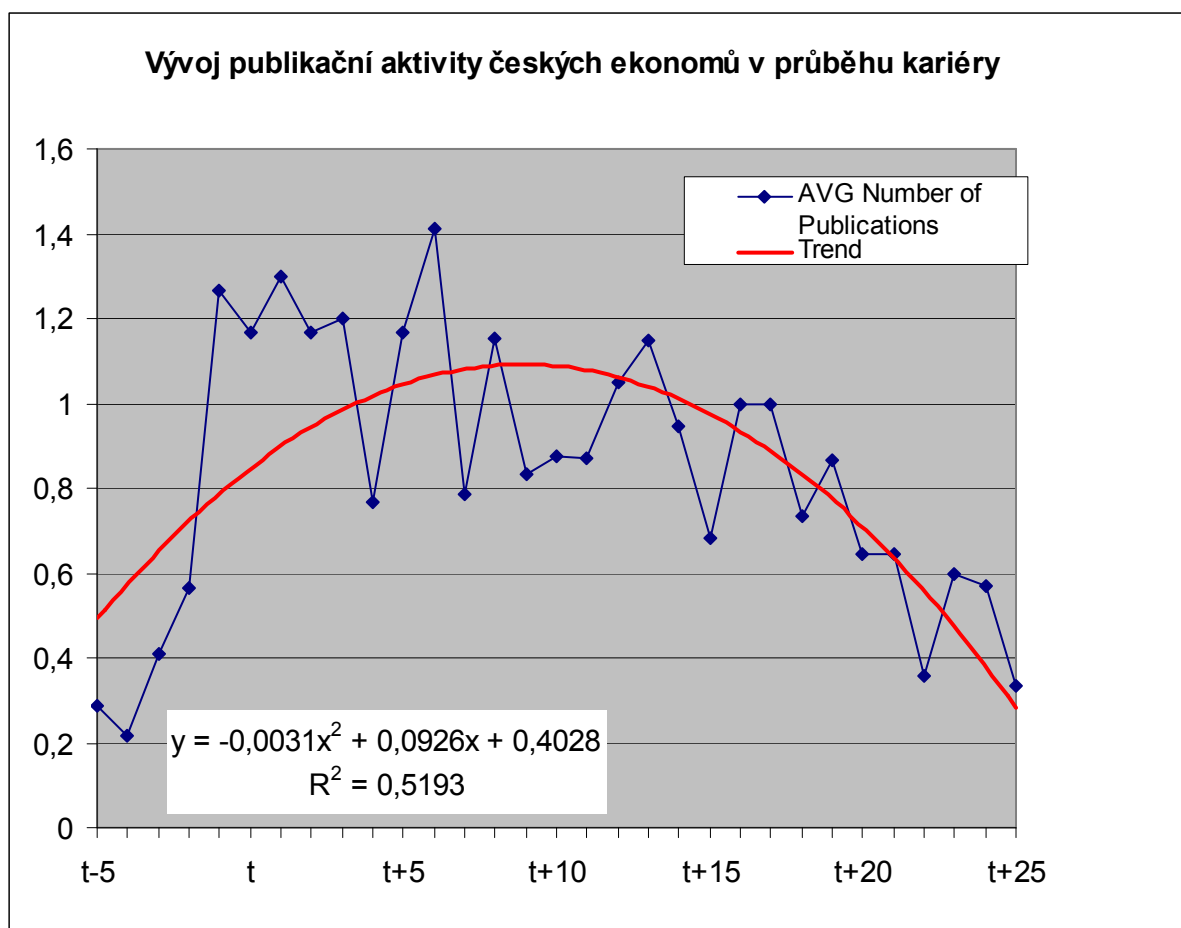
Z dnešního pohledu se může jevit výše uvedené Beardovo zdůvodnění existence obrácené U-křivky jako nedostačující. Přeci jen, věk nemusí být nezbytně limitujícím faktorem pro výkonnost vědce a lze se setkat i s názorem, že věk a vědecká výkonnost by měly vykazovat pozitivní korelaci. Moderní ekonomická teorie tak obrácenou U-křivku

²¹⁰ Průměrný počet publikací tak kupříkladu výrazně „ustřelil“ ve věku 59 let, kdy jeden z ekonomů vykázal 5 publikací v daném roce a tím významně zkreslil výsledný průměr.

zdůvodňuje jinými způsoby, přičemž nejčastějším zdůvodněním bývá existence klesajících mezních výnosů z investic do lidského kapitálu.

Alternativní možností výzkumu je tedy zkoumání závislosti publikační aktivity nikoli na fyzickém věku ekonomů, ale na fázi jejich akademické kariéry. Pro analýzu byla použita data ze stejného zdroje, pouze interval byl změněn na období 5 let před obhájením dizertační (resp. ekvivalentní) práce až 25 let po jejím obhájení. Vztah publikační aktivity a fáze akademické kariéry dokumentuje následující graf.

Graf 3: Vývoj publikační aktivity českých ekonomů v průběhu kariéry



Je patrné, že publikační aktivita českých ekonomů v průměru poměrně dramaticky roste v období zpracovávání dizertační práce a udržuje se na relativně vysokých hodnotách v ještě cca 5 let poté. i pak, stejně jako v případě závislosti na fyzickém věku, dochází k jejímu poklesu.

Za zmínku stojí porovnání maximálních hodnot dosažených pomocí obou přístupů. Zatímco maximální počet publikací je dosažen ve věku 44 let, jedná se v průměru o 6 let po obhájení doktorské dizertační práce. Tento fakt může být opět způsoben jistými specifiky postkomunistických zemí. Zatímco dnes dosahují čeští ekonomové-akademici na titul Ph.D. cca okolo třicátého roku života, značná část starších ekonomů ve vzorku dosáhla na doktorský či ekvivalentní titul v mnohem pozdějším věku.

Závěr

Publikační aktivita českých ekonomů v zásadě kopíruje již 130 let starý „Beardův zákon“. Od čtyřiačtyřicátého roku života se publikační aktivita vytrvale snižuje. Obdobný průběh vykazuje i vztah publikační aktivity vzhledem k fázi akademické kariéry. Všechny tyto výsledky jsou v zásadě v souladu s ekonomickou teorií, přesto je nutné tyto výsledky interpretovat s rozvahou. Je velmi pravděpodobné, že jiná metodika výzkumu by mohla přinést odlišné závěry.

Námětem pro další výzkum zůstává například zkoumání obdobných vztahů při zohlednění kvality jednotlivých publikací či mentálních podílů jejich autorů. Rovněž existuje prostor pro nahrazení použitého elitářského přístupu (tedy zahrnutí pouze publikací v impaktovaných časopisech) přístupem egalitárním. Rovněž se nabízí rozčlenění vzorku podle určitých kritérií (např. věk, dosažená vědecká hodnota, pohlaví, mateřská instituce a podobně), to však může narazit na problém s příliš malým vzorkem. v každém případě se jedná o oblast, která si podrobnější výzkum nepochybně zaslouží.

Seznam použité literatury:

- COLE, S. (1979): Age and Scientific Performance. *American Journal of Sociology*, Vol 84, pp. 958-977.
- DALEN, H.P. Van (1997): Measuring Giants and Dwarfs – Assessing the Quality of Economists. *Scientometrics*, Vol 38, pp. 231-252
- GOODWIN, T. H. – SAUER, R. D. (1995): Life Cycle Productivity in Academic Research: Evidence from Cumulative Publication Histories of Academic Economists. *Southern Economic Journal*, Vol 62, pp. 728-743
- GREGOR, M. (2006): Hodnocení ekonomických pracovišť a ekonomů: Koho, proč, čím a jak. *Politická ekonomie*, Vol. 54, No. 3, pp. 394 - 414
- GREGOR, M. – SCHNEIDER, O. (2005): The World is Watching: Rankings of Czech and Slovak Economic Departments. *Finance a úvěr – Czech Journal of Economics and Finance*, Vol 55, No. 11-12, pp. 518 - 530
- LEHMAN, H. C. (1953): *Age and Achievement*. Princeton University Press, Princeton
- MACHÁČEK, M. – KOLCUNOVÁ, E. (2005): Jak se v ČR žije kandidátům na docenty a profesory? Analýza publikačních aktivit v ekonomických disciplínách. *Finance a úvěr – Czech Journal of Economics and Finance*, Vol 55, No. 11-12, pp. 563-577
- MACHÁČEK, M. – KOLCUNOVÁ, E. (2008): Hirschovo číslo a žebříčky českých ekonomů. *Politická ekonomie*, Vol. 56, No. 2, pp.
- MUNICH, D. (2006): Measuring Economics Research in the Czech Republic, a Comment. *Finance a úvěr – Czech Journal of Economics and Finance*, Vol. 56, No. 11-12, pp. 522-533
- OSTER, S. – HAMERMESH, D. S. (1998): Aging and Productivity among Economists: Note. *Review of Economics and Statistics*, Vol. 80, No. 1, pp. 154-156
- TURNOVEC, F. (2005): Institucionální vědecký kapitál a individuální výkonnost ekonomů v ČR. *Finance a úvěr – Czech Journal of Economics and Finance*, Vol 55, No. 11-12, pp.531 – 546
- TURNOVEC, F. (2007): Publication Portfolio of the Czech Economists and Problems of Rankings. *Ekonomický časopis*, Vol. 55, No. 7, pp. 623 - 645

Autor:

Ing. Tomáš Wroblowský, Ph.D.
Katedra ekonomie
Ekonomická fakulta VŠB-TU
Sokolská 33
70121 Ostrava
tel: 59 699 2281
e-mail: tomas.wroblowsky@vsb.cz

Komunismus věčně živý... a zlé pryč!

Communism for ever... and deliver us from evil!

Miroslav Zelinský

Slovenský filozof Slavoj Žižek formuluje ve své esejistické knize *Mor fantazií (1998)* aktuální přítomnost totalitářské ideologie v myslích a projevech těch, kteří byli jejími tvůrci, vykonavateli, ale i oběťmi. Pracuje s pojmem transideologické jádro, kterým označuje „místo“, ve kterém je jedinec zdánlivě uchráněn vlivu ideologického působení. Opak je však v tomto případě pravdou, čím více si myslíme, že jsme na ideologii nezávislí, tím více jí v daném okamžiku a na daném místě podléháme. Zajímá nás z tohoto úhlu pohledu nejen míra, ale i příčiny, podoby a především potenciální recepční důsledky současné reklamní produkce, která využívá komunistickou ikonografii. Těmto úvahám předchází terminologické vymezení pojmu advertfakt.

In his book of essays *The Plague of Phantasies (1998)* the Slovenian philosopher Slavoj Žižek defines the current presence of a totalitarian ideology in minds and manifestations of those who were its creators and agents but also its victims. He uses the term "transideological kernel", which means a place where an individual is seemingly safe from ideological influence. However, this safe space does not in fact exist, because the more we think we are independent from an ideology, the more we are influenced by it at that certain moment and place. Considering this perspective, we are interested not only in extent, but also reasons, forms and especially potential consequences of present advertising production which is based on Communist iconography. The approach in this talk will be informed through the definition of the term "advertfact".

Klíčová slova: estetická funkce, advertfakt, ideologie, Slavoj Žižek, transideologické jádro, recepční estetika,

Keywords: aesthetic funktion, ideology, advertising, advertfact, Slavoj Žižek, transideological kernel, reception aesthetics

Problematiku interpretace reklamy ve srovnání s artefakty volného umění lze odvodit z klíčových postulátů strukturální estetiky, resp. z jejího základního výdobytku, totiž pojmu funkce.¹

z recepčního hlediska je umělecké dílo, artefakt interpretačně, významově otevřený, každá doba, každý nový interpret identifikují v uměleckém díle nové významové potenciality, a tento proces není u skutečných děl nikdy uzavřen. Funkčnost reklamy a tedy i její recepční potenciál je právě opačný – význam musí být identifikovatelný a jednoznačně vyložitelný. Za tento základní přístup je ovšem nutné tu a tam vykročit, jako třeba v našem dnešním případě, a použít interpretační metody, které odhalí i skryté, ne pouze referenční a také nediskurzivní významy. Reklama, či přesněji advertfakt, je součástí našeho veřejného prostoru, působí na nás, a to často i tehdy, když o to nestojíme, je dobré rozumět i jejím záměrně či nikoliv skrytým významům.

v advertfaktech pak rozhodně nikdy není estetická funkce dominantní (to by potom nebyla reklamou, ale estetickým předmětem s úplně jinými „právy“ a „povinnostmi“ vůči svému sociálnímu okolí). Nicméně přítomna je a zaslouží si proto zkoumání svých proporcí, podob, funkcí, recepčních vlivů.

Jako inspirativní možnost se např. nabízí zkoumání rozdílů mezi užitím již existujícího uměleckého díla nebo tvůrčího postupu ve struktuře advertfaktu (na intertextovém, citačním principu, např.), ale i přítomností estetické funkce an sich (např. umění portrétu – kosmetika, šperky, fotografického krajinářství – automobily, outdoorové oděvy a obuv, cestovní agentury - umění filmového střihu apod.) Samostatnou kapitolu by v tomto směru uvažování sehrávala identifikace a interpretace narativních postupů, sledování vztahů mezi fabulí a syžetem

příběhů ztvárněných v reklamních kampaních, role a podoby pointy reklamních story, estetizace jazykových prostředků atd. atd.

Používám pro označení „subjektu“ reklamního sdělení, pro nositele reklamní informace, pro reklamní komunikát pojmu *advertfakt*. 2

Tento termín je vytvořen stejně etymologicky průhledně jako artefakt. *Advertere* latinsky znamená všímat si, obracet (třeba i ve významu obrátit pozornost), *factum* rovná se čin, skutek, událost. Samozřejmě, že za významovou průhlednost první části pojmu může rozšíření anglického pojmu pro reklamu, ať už jí rozumíme konkrétní produkt nebo jev, tedy *advertising* nebo *advertisement*.

Advertfakt je a zároveň není s artefaktem symetrický a analogický. Společnou mají svou materiální (tedy také textovou, zvukovou nebo multimediální podobu), společný bude i recepční proces, který bude vyžadovat, aby ve vnímatelově psychice byl význam materiální části *advertfaktu* konkretizován, rozvíjen, a v důsledku vlastně vytvářen v průběhu recepčního procesu. Vztah mezi významem a smyslem *advertfaktu* a jeho materiální realizací nebude ovšem mít onu složitou povahu jako v případě uměleckého díla. Počet konkretizací – tím pojmem rozumíme v kontextu strukturální estetiky realizaci *advertfaktu* v recipientovi – je omezený, spíš nižší než vyšší, a *advertfakt* sám o sobě působí spíše opakováním než svou jedinečnou existencí.

Advertfakt nám tak svou povahou sugeruje tvořenost, srozumitelnost a především znakovost. Je dvojsložkový, má své signifiant a signifié, označující a označované, a především hlavní funkci znakovou, vystupuje jako zástupce něčeho jiného, což je sám princip semiotiky a estetiky.

Co nás vlastně vede k tomuto troufalému pokusu snažit se přivést do diskurzu nový pojem? Je to především pojmová diverzita, významová divergence a konfúznost v obecné a přítomné debatě o jevech a produktech reklamního světa. Setkáváme se s pojmy reklama, reklamní sdělení, reklamní komunikát, ale často nám je synonymicky a synekdochicky zastupují už žánrová označení billboard, spot apod., ale pro řadu z nich dnes ještě ani název nemáme, resp. používáme opisná vyjádření jako reklama v mobilním telefonu apod. Žánrových členění je asi nejvíce, ovšem bez onoho funkčního hlediska, které je v analýze a interpretaci nezbytné.

v reklamním prostředí se pracuje s pojmy příliš významově širokými, nebo naopak příliš specifickými a nevyužitelnými v okamžiku generalizace. Tak např. samotný pojem reklama je pojmem velmi vágním, bezhraničním, je nadán vysokou mírou metaforizace a významové rozvolněnosti. Představuje jednotlivý jev i celý proces, slovní spojení reklamní sdělení jen mluví o povaze informace, bez reflexe tvaru a žánru.

Nejde mi rovněž o to, a to budiž řečeno hodně hlasitě, přemlouvat reklamní firmy, aby svým výrobkům říkaly *advertfakty*. Náš pojem je metajazykový, je určen k mluvení a psaní o reklamě z hlediska reflexivního, analytického, interpretačního.

Pojem *advertfakt* tedy podle našeho názoru umožňuje zastřešit svět reklamních sdělení, je dostatečně významově průhledný, sdělný a obecný, není svázán v analogiích s žádnou ideologickou, profesní nebo teoretickou orientací. Je dostatečně pružný, aby se pod něj vlezl inzerát i celá reklamní kampaň.

Pro dnešní příležitost jsme zvolili analýzu a interpretaci tří specifických *advertfaktů*, aktuálně přítomných ve veřejném prostoru. Všechny tři, jak k tomu odkazuje titul našeho příspěvku, užívají, citují, parafrázuji, prostě před-stavují před naše oči prvky komunistické rétoriky i ikonografie. Každý z nich jiným způsobem zkrátka těží z potenciální znalosti diskurzu režimu, který byl před skoro dvěma desítkami let zbaven své legitimacy.

Obecně se lze v aktuální společenské debatě dosíci tří podob užití komunistické rétoriky a ikonografie.

1. pro propagaci vlastní ideologie – zde ani v rámci odborného příspěvku nechceme dělat reklamu, příkladů ze svého širšího i bližšího okolí známe docela dost. Možná postačí webový odkaz: www.ksm.cz
2. pro vyjádření odporu k ideologii. Zde musí být ovšem intenzivně zřejmá ironická, parodická modalita:



3. v reklamním prostředí pro propagaci něčeho, co s předmětem ideologie nesouvisí, co ale využívá některých vlastností ideologie, ať skutečných nebo mytizovaných či stereotypizovaných

Mezi těmito třemi způsoby užití jako by zela nepřekročitelná propast. Resp. mezi dvěma prvně jmenovanými na jedné straně a tím třetím, který je v centru našeho zájmu především na straně opačné. Věc se má ale, podle Slavoje Žižka, kontroverzního slovinského filozofa a jedné z nejprovokativnějších a zároveň nejinspirativnějších myslitelských osobností doby přelomu milénia, je všechno samozřejmě tak trochu jinak. „Ideologická identifikace se nás skutečně zmocňuje právě tehdy, když si zachováváme vědomí, že s ní nejsme úplně identičtí, že se pod ní skrývá mnohotvárná lidská osobnost: postoj ‘ne všechno je ideologie, za ideologickou maskou jsem také lidskou bytostí’ je vlastní formou ideologie, formou její praktické účinnosti.“³

Podstatou každé ideologie je vytvořit v tomto smyslu prostor pro autentickou lidskou existenci uvnitř sebe samé, v nacismu se bylo lze např. identifikovat s ideou pospolitosti,

v komunismu snad ještě snadněji s vizí sociálně spravedlivého uspořádání společenských a především výrobních vztahů. Jako v oku uragánu lze v tomto, jak říká Žižek, „transideologickém jádru“ bytovat do té míry, že přesvědčím i sám sebe o autenticitě a dokonce i přirozenosti své afirmace, svého souhlasu s idejemi a principy „velkého díla“. Ale jen jako v oku uragánu, kdo překročí onu pohyblivou a exaktně neurčitelnou hranici, dostává se do ničivého víru nejen destruktivního, ale i sebedestruktivního. Metafora uragánu se v tomto smyslu jeví jako velmi vhodnou, protože uragán ničí, ale zároveň sám svou energii spotřebovává, a tedy ničí i sám sebe.

Jak to vše souvisí s naším příspěvkem? Určitě nechceme říct, a to ani po těchto volbách!, že komunistická ideologie naplno funguje v myslích velké části obyvatel tohoto sdíleného geoprostoru. Spíše mi jde o to, jak k potvrzení historické legitimacy hnutí prokazatelně směřujícího k potlačování lidských práv a svobod, v duchu závěrečné zprávy senátní komise v čele s Jaroslavem Štětinou, přispívá i soudobý reklamní průmysl, jakým způsobem pravděpodobně nevědomky parazituje na do značné míry tragické zkušenosti několika generací, jakým způsobem případně využívá symboliky, která byla domovem v našem společenském diskurzu let 1948-1989. Jsme si také vědomi fázového posunu mezi aktuálností zkoumaného materiálu a v čase vzdálené atmosféře ideologie předlistopadového režimu.

Jde o natolik specifický případ, že si můžeme při výkladu obecných tezí dovolit porušit tradiční metodologický postup a zmínit nejprve několik slov o recepční situaci. Přesněji – zajímá nás recepční určení – jistě se počítá s publikem, kterému použítá symbolika něco říká. Jejímž působení bylo vystaveno v době, kdy jsme již „brali rozum“. Tedy jaké signály nám advertfakty takto vystavené vysílají, co říkají **diskurzivně i nediskurzivně**. 4

1. Vezměme to od případu nejjednoduššího. Trutnovská stavební firma Pórobeta propaguje zdící systémy QPOR různě distribuovaným sloganem Lidé zděte! Zde se jedná o parodickou parafrázi závěru Reportáže psané na oprátce, jednoho z nejkontroverznějších semi-falzifikátů novodobé české literární historie. Odkaz umučeného národního hrdiny, jak jej dobová rétorika nejčastěji představovala, po celá desetiletí fungoval v nejširším společenském povědomí jako bojová výzva k ostražitosti nejen ve vztahu k německým okupantům, tedy negativně, ve smyslu buďte na stráži před někým, ale především ve významu ostrahy něčeho. Rozuměj hodnot režimu, v jehož jméně hrdina položil svůj život. Tato možná zbytečně široká explikace k drobné jazykové hříčce byla nutná pro osvětlení významového kontextu, na který se výzva stavební firmy ... odvolává. Významově tedy nemá s původním apelem nic společného, jediným účelem je zaujmout zákazníka vtípem. Musí ovšem počítat s odběrateli ve věku dnešních třicátníků nikoliv mladšími. a to je docela významná a solventní skupina.

2. Lenin – akronym vzniklý z prvních slabik sloganu LEpší s NIžšími Náklady. Firma z Frýdku-Místku. Sděluje se nám, že výrobek má oproti jiným stejného druhu některé výhody, kvalitu a cenu. a sděluje se nám to prostřednictvím odkazu na duchovního otce totalitářské ideologie a především na významy s ním spojované v době, kdy tato ideologie ovládala polovinu Evropy. Především jde o trvanlivost výrobku, mluví se zde o věčných časech, stejně jako o hypotetickém trvání společnosti, která se bude zásadami leninismu řídit. Téma věčnosti je pro totalitní rétoriku obou největších totalitních režimů XX. st. velmi frekventované, oba ji přejímají samozřejmě z biblické, především evangelijní mytologie, z učení o věčném trvání ráje. Hitlerova Třetí říše měla trvat tisíc let, po dvanácti letech ji převálcovala spojenecká vojska, Leninův koncept zasáhl celé dvacáté století, jeho rezidua vidíme dodnes na nejrůznějších místech veřejného prostoru od Čukotky až po východní břeh Labe. Oba násilnické režimy našly svůj konec relativně brzy a jejich věčnost měla trvanlivost velmi omezenou. To je ovšem jistě vlastnost, kterou firma vyrábějící plastová okna zdůrazňovat nechtěla.

Je tedy, nebo, podle těchto věcných, ale papírových argumentů by měla být tato reklama kontraproduktivní právě v nediskurzivním, skrytém významu špatného konce. Takto ale jistě nezafunguje, firma se na trhu drží, obchoduje, existuje. Proč to funguje proti naznačenému věcnému předpokladu? Takové analytické čtení reklamy, které jsme naznačili, není adekvátní její roli a funkci. Musíme se uchýlit k argumentu strukturální estetiky, která říká, že skutečné umělecké dílo má nevyčerpatelné množství interpretací, je recepčně otevřené, neukončené. v okamžiku, kdy tomu tak není, nejsme ve styku s artefaktem, ale produktem. Reklama naopak, byť by i postupů umělecké tvorby využívala, musí se dobírat jasného závěru, musí být recepčně uzavřená, nesmí nebo přinejmenším neměla by nabízet významové možnosti, místa sémantického nedourčení si může dovolit v dílčích aspektech, nikoliv v pointě. To je jeden z klíčových rozdílů mezi artefaktem a advertfaktem.



3. Klíčovým slovem v leninské reklamě, nahlas nevysloveným, bylo slovo revoluce. v posledním dnešním příkladu, reklamě na novou Dacii Sandero, je vysloveno explicitě. Podívejme se na ně blíže. Nakládáme s ním totiž podobně jako se slovem filozofie, snesli jsme je z piedestalu klíčové vědy a dnes si můžeme dopřát filozofii výroby, filozofii fotbalové hry, ale třeba také filozofii sekání trávy. a podobně s revolucí. Slovník spisovného jazyka českého říká, že revoluce je „zásadní změna, převrat společenského řádu spojený s převzetím politické moci novou, historicky pokrokovou společenskou tříd, často prováděný ozbrojeným povstáním.“ Ale také obecněji náhlá a velká změna v různých oborech činnosti, náhlá a hluboká přeměna vůbec. a v podobném duchu mluví i standardní jazykové slovníky anglické i německé, arciže bez onoho dovětku o pokrokovosti, který ve slovníku SJČ zůstává, protože prostě nové vydání naší slovní zásoby nemáme.

<http://news.auto.cz/aktuality/dacia-sandero-lenin-marx-castro-a-che-guevara-propagujirumunskou-novinku-video.html>

Fidel Castro přichází pěšky do chátrajícího domu postaveného v koloniálním stylu, při vstupu se setkává s nudícím se Leninem, který civí do monitoru počítače, v druhé místnosti se (v širší verzi) povaluje na posteli Gándhí, v další hrají stolní fotbalík Martin Luther King a Rosa Luxemburková a na verandě sedí vedle sebe Che Guevara a majestátní Marx. Slogan říká: „Je čas na další revoluci. Je čas dát lidem, co potřebují.“ Řešením hádanky je samozřejmě nová Dacia Sandero.

Symbolicky je tak revoluce personifikována do představitelů širokého intelektuálního, ideového, mravního i výkonného spektra. Vyvolávají tak konotace, které jdou nekompromisně proti propagovanému produktu. Schválně: dodnes nepochopitelně populární „tričkově“ emblematický terorista Che Guevara, kolem kterého se rozvinula, díky předčasné smrti, čekistická aureola hrdiny chladné hlavy, čistých rukou a horoucího srdce. Pervertovaný romantik Karel Marx a živá mrtvola Fidela Castra. Nechtěně nekrofilní stylizace reklamy nondiskurzivně říká, že produkt je mrtvý dříve než se dostal na trh, což půjde pravděpodobně proti dumpingové skutečnosti.

Na závěr lze pravděpodobně konstatovat, že použití rétorických figur a ikonografických prvků komunistické ideologie z let před listopadem 1989 je recipienty advertfaktů chápáno jako důležitý inovativní postup, který upoutává pohráváním si s prvky, které jsou domovem na několika hranicích: na hranici zákona o propagaci hnutí směřujících k potlačování práv a svobod, byť tato pozice tak rozhodně není většinovou společností pocíťována, na hranici nauseatické diagnózy, přeloženo do laického jazyka, prostě se vám chce, když vidíte některé historické osobnosti, zvracet, a konečně na hranici diskurzivních a interpretačních možností standardních metodologií XX. století. Řečeno tedy s Wittgensteinem, o čem nelze mluvit, o tom lze jen mlčet. a tuto maximu jsem já dnes porušil, za což se v závěru svého vystoupení všem zúčastněným hluboce omlouvám.

Literatura:

1. Mukařovský, Jan: Estetická funkce, norma a hodnota jako sociální fakty, in: Studie, Host, Brno 2007
2. Zelinský, Miroslav, mezinárodní konference (Ko)média, Zlín 2007, nepublikováno
3. Žižek, Slavoj: Mor fantázií, Kaligram, Bratislava 1998, s, 47.
4. Hubermann, Georg-Didi: Fra Angelico-Unaehnlichkeit und Figuration, Taschenbuch, Berlin 1995

doc. PhDr. Miroslav Zelinský, CSc.
Fakulta multimediálních komunikací UTB
Štefánikova 2431
760 01 Zlín
00420576034173
zelinsky@fmk.utb.cz

Human resources in health care – an international comparative view

Lidské zdroje ve zdravotnictví v mezinárodním kontextu

Andrea Žejdlová

Abstract

Health care is a labour-intensive industry, and human resources are the most important input into the provision of health care, and the largest proportion of health care expenditure. The planning of supply of and demand for human resources in healthcare is a neglected topic characterised by significant methodological weaknesses which have been discussed for decades but not resolved. In most healthcare systems, workforce planning is driven by healthcare expenditure. Typical workforce planning systems ignore variations in practice and the possibility of changing productivity, skill mix and substitution. Healthcare policy makers increasingly recognise the need for more integrated planning of human resources in healthcare.

Key words: *financing, human resources, health care, planning*

Abstrakt

Zdravotnictví je trhem s velkým důrazem na lidské zdroje, které jsou nejdůležitějším vstupem, mají také největší podíl na výdajích ve zdravotnictví. Plánování poptávky po lidských zdrojích ve zdravotnictví a jejich nabídky je zanedbávaným tématem, charakteristické významnými slabými stránkami v oblasti metodologie. Tato problematika je již po dlouhou dobu diskutována ale nikoliv vyřešena. Ve většině systémů zdravotní péče je plánování lidských zdrojů řízeno dle výše výdajů na zdravotní péči. Typické systémy plánování lidských zdrojů ignorují varianty aplikovatelné do praxe a možnosti jak změnit produktivitu, schopnosti a možnou záměnu. Činitelé ustanovující zdravotní politiku stále více zjišťují potřebu pro integrované plánování lidských zdrojů ve zdravotnictví.

Klíčová slova: *financování, lidské zdroje, zdravotnictví, plánování*

Introduction

It is remarkable that the market for human resources in health care has been relatively under-researched and under-managed in all developed countries health systems.

The market for human resources in health care, like any other labour market, is made up of an interaction between demand and supply. The demand for human resources in health care is derived from patients' demand for health services, which in turn is derived from the population's demand for 'health'. These demands are assumed to be related to the overall size and structure of a population, to patient expectations of health care and to the income of society.

The supply of human resources in health care is determined by many factors, including the income and perceived status of health professionals, and the relationship between different health professionals in terms of skill mix, and use of complements and substitutes. External factors also influence labour supply, such as the European Union's working time directive, which regulates the labour supply of doctors in specialist and training grades.

In the freely operating labour markets discussed in textbooks, wages (the price of labour) adjust to create an equilibrium, matching the supply of and demand for labour. The market for

health care human resources is not a free market for several reasons. There is substantial public sector regulation of all health care markets, entry to the labour market is highly constrained by licensing and professional regulation, and wages are often negotiated nationally for groups of health professionals, making 'price' inflexible in response to changing demand and/or supply. Consequently, the price mechanism does not create equilibrium, and other mechanisms for matching supply and demand have to be used. This has meant that many countries have systems of planning health care human resources, particularly the medical workforce.²¹¹

1. Financing and delivery of health care in five countries

The five countries chosen for this article are following: Australia, France, Germany, Sweden and the United Kingdom. These represent the three 'worlds of welfare capitalism' (following Esping-Andersen 1990): social democratic (Sweden), corporatist (France, Germany) and liberal (Australia, UK). They also include health systems dominated by national taxation (UK, Australia), local taxation (Sweden) and social insurance (France, Germany). The countries were chosen to represent diversity in funding structures, systems of provision, payment mechanisms and their approach to central planning. Australia pays doctors by a fee-for-service system, as does France in the ambulatory sector; Sweden and Germany have a strong regional element to health care planning and in Australia and the UK policy makers are attempting to develop a more strategic approach to health workforce planning.

Although all five countries are dominated by public finance, they have differing systems of funding. Australia, UK and Sweden are all funded primarily from general taxation. Australia has an earmarked health tax, as well as funds from general taxation. France and Germany are funded primarily from social insurance, although in recent years France has replaced the employee portion of social insurance with a proportional income tax. The role of out-of-pocket payments and private insurance varies between the countries. Australia encourages private insurance through tax subsidies to insure, and tax penalties are applied for not insuring privately, although they have rescinded an earlier policy of 'opting out' of the earmarked health tax. France has substantial out-of-pocket payments, but these are largely covered by additional voluntary or complementary health insurance, which is held by over 90 per cent of the population.

Australia, UK and Sweden all have primarily publicly owned and administered hospitals and systems of delivery of secondary care. In Australia, there are five yearly agreements negotiated to pay the publicly funded hospitals. UK maintains a purchaser-provider split, although purchasers and providers are both in the public sector. There are also three-yearly agreements between the funders and providers of hospital care.

In France, hospital care dominates the provision of health services, and there are public and private not-for-profit hospitals. The public sector owns 65 per cent of the beds. Hospital budgets are capped as part of a global budget from the health insurance scheme, but these caps are often exceeded and deficits occur (currently there is a deficit of over 3 billion Euros). There is a gradual move towards DRG funding of hospitals.

In comparison with the centralised systems of Australia, France and the UK, Sweden and Germany have more decentralised systems of health care finance and delivery. In Sweden, finance and provision are dominated by the county councils, and in Germany it is dominated by the regional or occupational sickness funds.

²¹¹ Barer M. New opportunities for old mistakes. *Health Affairs* 2002; 21 (1): 169-171.

Payment systems for medical staff also differ in the five countries. In Australia, most medical services are provided by private practitioners paid by fee-for-service with a fixed rate of reimbursement. In France, most general practitioners and specialists in the ambulatory sector are paid fee-for-service, while staff in public hospitals are salaried. Ambulatory care in Germany is organised on the basis of office-based physicians, and in both ambulatory and hospital care medical staff are paid fee-for-service. In Sweden and the UK, public hospital doctors are all salaried, but hospital doctors in the private sector are paid fee-for-service. In Sweden, primary health-care physicians are also salaried, but in the UK a mixed payment system exists, primarily capitation but with target payments and some fee-for-service, and in recent years 20 per cent of GPs have moved to salaries. Capitation also exists for French primary care physicians who agree to be 'referring GPs' (a kind of gate-keeper), but this affects only 10% of GPs and 1% of patients.

The review explores the implications of different systems of health care delivery for human resource planning, and aims to derive lessons from international experience.

The objectives of the review are:

- To categorise systems of finance and delivery of health care in each major component of health care systems, and apply the categorisation scheme to five countries' health care systems.
- To identify systems of human resource planning, and to relate the finance and delivery systems to the way in which human resources are planned for each component of the system in each country.
- To contribute to development of indicators of effectiveness and efficiency of human resources in health care systems, in order that these can be related to the categorisation of finance and delivery, and the human resources planning systems, of each country.

2. Planning health human resources in five countries

Four of the five countries (Australia, France, Sweden and UK) have policies of central control of the size of the medical workforce, through controlling the intake of medical schools (or, in the case of France, controlling the number of students that enter the second year of study in medical school). This does not happen in Germany, where although there is some central planning of the quantity of hospitals, there is no planning of the workforce within them. The 34 medical schools in Germany notify a central agency of the places they have available, but the central agency cannot influence capacity. In the four countries with central planning of the medical workforce, appropriate numbers are determined by a relatively crude forecasting method, based on the existing supply of doctors, changes in supply such as likely retirements and other losses to the profession, and a prediction of the future demand for health care. Demand predictions tend to be based on demographic change, assuming that the same doctor / patient ratio is required for future generations. The same four countries also plan the supply of nursing and some other health professional workforces, tending to use an even more crude approach, again by controlling university intake. There is very little evidence of a systematic approach to training a workforce in health administration and management. Only Australia appears to be developing an integrated approach to health workforce planning, but this is a policy in its early stages, and so far exists largely in principle rather than in practice.

2.1. Indicators of effectiveness and efficiency of health human resources planning

There are a number of potential indicators of the success or failure of systems of planning of human resources in health care, which could be used to create a 'gold standard' system. These include:

- The existence of 'shortages' and 'surpluses' of health professionals at national level, measured objectively and with reference to clear and integrated objectives of human resource planning. All five countries tend to report a cycle of 'shortages' and 'surpluses', particularly of doctors and nurses but the nature and causes of these are not analysed systematically, they are rarely related to other health professional workforces, and they are not assessed with regard to planning systems and their success or failure. More objective measures of shortage and surplus could include vacancy rates, growth of the workforce, unemployment rates, real wage rates, rates of return and overtime, but these indicators are of mixed value.
- The existence of 'shortages' and 'surpluses' of health professionals in parts of the health care system – in particular problems of geographical and specialty distribution of staff. Again all five countries have some levels of inequity in staffing across geographic regions and between specialties, which tend not to be addressed in the overall planning system. a 'gold standard' system would include indicators of inequity as well as total aggregated human resources.
- Indicators of success of health services as employers: this could include rates of recruitment, retention, return and early retirement of health professionals.
- Performance of the health care workforce. This would ideally be measured in terms of health outcomes, but in practice it is measured, if at all, in terms of process (e.g. activity rates such as number of patients or patient episodes treated). a 'gold standard' planning system would consider performance and productivity of health human resources in terms of patient outcomes, or at least in terms of activity with some indicators of quality of health care.

Current indicators of effectiveness and efficiency of health human resources planning appear to be rather limited. Australia has assessed the processes of medical workforce planning, in terms of provision of advice, involvement of stakeholders and development of methods and data collection, but no countries assess clearly the outcomes of workforce planning, in terms of whether or not forecasts were fulfilled, and if not, why not. To assess the effectiveness and efficiency of health human resources, the information base has to be improved in all five health care systems. There are currently insufficiently developed indicators of success and failure, and even when information exists, it is under-used, perhaps due to the relative power of the medical profession, compared with health care planners and policy makers. The casual approach to measurement and management ensures that observable inefficiencies in practice are neither challenged nor mitigated.²¹²

²¹² Zurn P., DalPoz M., Stilwell B., Adams O.: Imbalances in the health workforce: briefing paper. World Health Organization, March 2002.

Conclusion

Workforce planning is remarkably consistent across countries and health care systems. This consistency appears to be the product of the conservatism of policy makers, constrained by the political reality of the health care market place, and of limited appreciation of economic issues in the health labour market. Internationally the medical profession has used its market power to maintain high relative levels of remuneration, high rates of return to investment in medical education over the life cycle, and substantial professional autonomy. The latter has ensured continuation of various well-known phenomena, such as variations in medical practice, delivery of inappropriate care and the lack of systematic measurement and management of health outcomes and medical errors. These problems have been well described for decades but not managed in any health care reform process worldwide.²¹³

References

- BARER M. *New opportunities for old mistakes*. Health Affairs 2002; 21 (1): 169-171.
- BLOOR K., MAYNARD A.: *Planning human resources in health care: Towards an economic approach. An international comparative review*, March 2003
- ZURN P., DALPOZ M., STILWELL B., ADAMS O.: *Imbalances in the health workforce: briefing paper*. World Health Organization, March 2002.

Ing. Andrea Žejdlová

ZČU v PLzni, Fakulta ekonomická

Hradební 22

35011 Cheb

E-mail: zejdlova@keu.zcu.cz

Tel: 776 31 22 21

²¹³ Bloor K., Maynard A.: *Planning human resources in health care: Towards an economic approach. An international comparative review*, March 2003

Analýza vývoje vybraných indikátorů kvality života v okrese Znojmo

Trend analysis of selected indicators quality of live
in Znojmo region

Iva Živělová, Milan Palát

Anotace

Príspevek se zaměřuje na hlavní indikátory kvality života v okrese Znojmo, a to jak z pohledu přírodních, tak sociálních a kulturních zdrojů, jejichž využití se odráží v ekonomické výkonnosti posuzovaného regionu. Indikátory kvality života z pohledu přírodních zdrojů posuzují přírodní podmínky, zejména zemědělsky obhospodařované a zalesněné plochy. Sledování sociálních a kulturních zdrojů je orientováno zejména na lidské zdroje, a to jednak z pohledu demografického vývoje, věkové struktury obyvatelstva, zaměstnanosti a přírůstku či úbytku obyvatel, ale také z pohledu občanské vybavenosti, technické infrastruktury apod. Ekonomická výkonnost regionu je dána především rozvojem podnikatelských aktivit, souvisejících se strukturou podnikatelské sféry, a to jak z pohledu zastoupení předmětu činnosti, tak i z pohledu právních forem podnikání.

Klíčová slova

region, kvalita života, přírodní zdroje, sociální aspekty, ekonomická výkonnost

Summary

The paper is aimed at main factors of the quality of life in the district of Znojmo, namely from the viewpoint of natural, social and cultural resources. Their use reflects in the economic efficiency of the assessed region. From the aspect of natural resources, indicators of the quality of life assess natural conditions, particularly agricultural land and forested areas. Monitoring the social and cultural resources is concentrated on human resources, namely from the point of view of demographic development, age structure of the population, employment rate and population growth but also from the aspect of civic facilities, technical infrastructure etc. Economic efficiency of the region is particularly given by the development of business activities related to the structure of a business sphere, viz. from the point of view of the subject of activities as well as legal forms of business.

Key words

region, quality of life, natural resources, social aspects, economic performance

Úvod

S rozvojem lidské společnosti se zvyšuje i kvalita života obyvatel. Ne však stejným tempem ve všech regionech, pro současný vývoj je charakteristické spíše prohlubování hospodářských a sociálních rozdílů mezi jednotlivými regiony. Kvalita života se odráží v životní úrovni obyvatel. Rozdíly v životní úrovni obyvatel nejsou závislé jen na schopnostech a iniciativě jejich obyvatel, ale také na ekonomické struktuře a přírodních zdrojích. Identifikace a analýza daného stavu regionu a nalezení a posouzení zdrojů jejich střednědobého i dlouhodobého rozvoje je předpokladem úspěšného rozvoje regionu.

Príspevek uvádí dílčí výsledky výzkumu řešeného v rámci výzkumného záměru č. MSM 6215648904 Česká ekonomika v procesech integrace a globalizace a vývoj agrárního sektoru a sektoru služeb v nových podmínkách evropského integrovaného zemědělství, tématického směru 05 Sociálně ekonomické souvislosti trvale udržitelného multifunkčního zemědělství a opatření agrární a regionální politiky“ na MZLU v Brně.

Cíl a metodika

Cílem příspěvku je analýza vývoje kvality života v okrese Znojmo v letech 2000 až 2007 a komparace vybraných ukazatelů okresu Znojmo s průměrnými hodnotami Jihomoravského kraje. Kvalita života je posuzována jak z pohledu přírodních, tak sociálních a kulturních zdrojů, jejichž využití se odráží v ekonomické výkonnosti posuzovaného regionu.

Indikátory kvality života z pohledu přírodních zdrojů posuzují strukturu půdy, zejména podíl zemědělsky obhospodařované plochy a zalesněných ploch. Sledování sociálních a kulturních zdrojů je orientováno na lidské zdroje, a to jednak z pohledu demografického vývoje, věkové struktury obyvatelstva, zaměstnanosti a trhu práce, ale také z pohledu občanské vybavenosti. Ekonomická výkonnost regionu je dána především rozvojem podnikatelských aktivit, souvisejících se strukturou podnikatelské sféry, a to jak z pohledu zastoupení předmětu činnosti, tak i z pohledu velikosti podniků (ŽIVĚLOVÁ, JÁNSKÝ 2007).

Vzhledem k tomu, že okres tvoří jednotlivé obce, je pozornost zaměřena i na hodnocení obcí, které jsou rozděleny podle počtu obyvatel do 6 skupin, v nichž, v návaznosti na dostupné statistické údaje, je rovněž sledována struktura půdy, přírůstky či úbytky obyvatel, počty podnikatelských subjektů, hodnocena je i vybavenost obcí.

Pro statistickou analýzu uvedených indikátorů kvality života v okrese Znojmo bylo použito intervalů spolehlivosti, metod regresní a korelační analýzy a metodických postupů hodnocení z práce PALÁT et al. (2007).

Výsledky a diskuse

Okres Znojmo patří mezi největší okresy České republiky, zahrnuje celkem 144 obcí, z toho 4 obce se statutem města. Počet obyvatel v okresním městě je téměř 35 000. Ve větších obcích, nad 5 000 obyvatel, žije pouze 35,7% obyvatel. z hospodářského hlediska je okres Znojmo okresem zemědělsko průmyslovým. v uplynulém desetiletí, podobně jako v celé České republice, vstoupil do mnoha podniků na území okresu zahraniční kapitál. v tomto období také některé podniky nevydržely tlak konkurence a zanikly. Okres Znojmo dosahuje vysoké nezaměstnanosti, která se prohlubuje v zimních měsících, kdy klesá zájem o pracovníky v zemědělství, stavebnictví a službách. Vývoj na trhu práce patří k důležitým, i když ne jediným, indikátorům kvality života v regionu.

K důležitým charakteristikám kvality života patří přírodní zdroje. Přírodní zdroje představují ty části živé i neživé přírody, které člověk využívá nebo může využívat k uspokojení svých potřeb. Nejdůležitějším přírodním zdrojem, a také základním výrobním faktorem, je půda. Proto je v oblasti přírodních zdrojů sledování zaměřeno zejména na půdu. Rozsah půdy je dán celkovou výměrou regionu. Základní charakteristiky okresu Znojmo jsou uvedeny v tabulce 1.

Rozloha okresu Znojmo činí 22,0% z celkové plochy Jihomoravského kraje. 68% celkové plochy okresu Znojmo zaujímá zemědělská půda, tj. 108 638 hektarů. Jihomoravský kraj obecně patří ke krajům s rozvinutou zemědělskou výrobou, o čemž svědčí i vysoké procento zornění. Okres Znojmo patří k okresům s nejvyšším % zornění, které zde dosahuje okolo 91% a orná půda vykazuje výměru 99 048 ha. Na 2,5%, tj. 2 844 ha jsou pěstovány trvalé travní porosty a na 3 758 hektarech zahrady a ovocné sady. Okres Znojmo patří ke kukuřičné výrobní oblasti, která je velmi teplá a suchá, převládají nejproduktivnější půdy, vhodné pro

pěstování kukuřice na zrno, cukrovky, velmi kvalitních pekařských pšeníc, sladovnických ječmenů a většiny teplomilných plodin.

Tabulka 1 Bilance půdy v okrese Znojmo

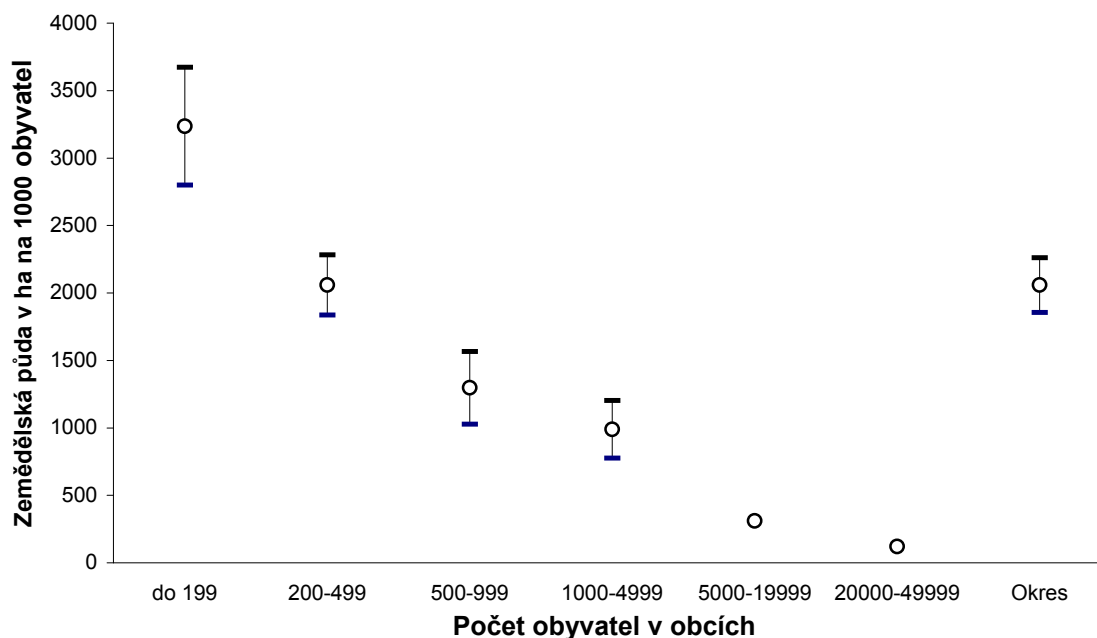
Ukazatel	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Rozloha celkem (km ²)	1 637	1 637	1 637	1 637	1 637	1 590
% zemědělské půdy	69,2	69,2	69,0	69,0	68,9	68,3
z toho % orné půdy	91,8	91,6	91,6	91,5	91,4	91,2
% nezemědělské půdy	30,8	30,8	31,0	31,0	31,1	31,7
z toho % lesní půdy	69,7	69,7	69,4	69,4	69,2	69,6

Pramen: ČSÚ

Nezemědělská půda zaujímá 50 400 hektarů, z toho 35 076 hektarů, tedy 69,6%, tvoří lesní plochy. Lesy pokrývají 22,1% plochy okresu, a řadí ho tak na předposlední místo v zalesněných plochách kraje. Lesnatost i její druhová skladba je velmi nerovnoměrná. v severní a severozápadní části okresu najdeme lesy převážně smrkové, pro střední část jsou charakteristické lesy smíšené a směrem k jihu a východu převládají lesy listnaté.

Vzhledem k tomu, že okres Znojmo je okresem s velkým zastoupením zemědělské výroby, je v obr. 1 intervalem spolehlivosti vyjádřena průměrná výměra zemědělské půdy připadající na 1000 obyvatel v jednotlivých velikostních skupinách obcí.

Obr. 1 Výměra zemědělské půdy na 1000 obyvatel podle velikostních skupin obcí v okrese Znojmo.



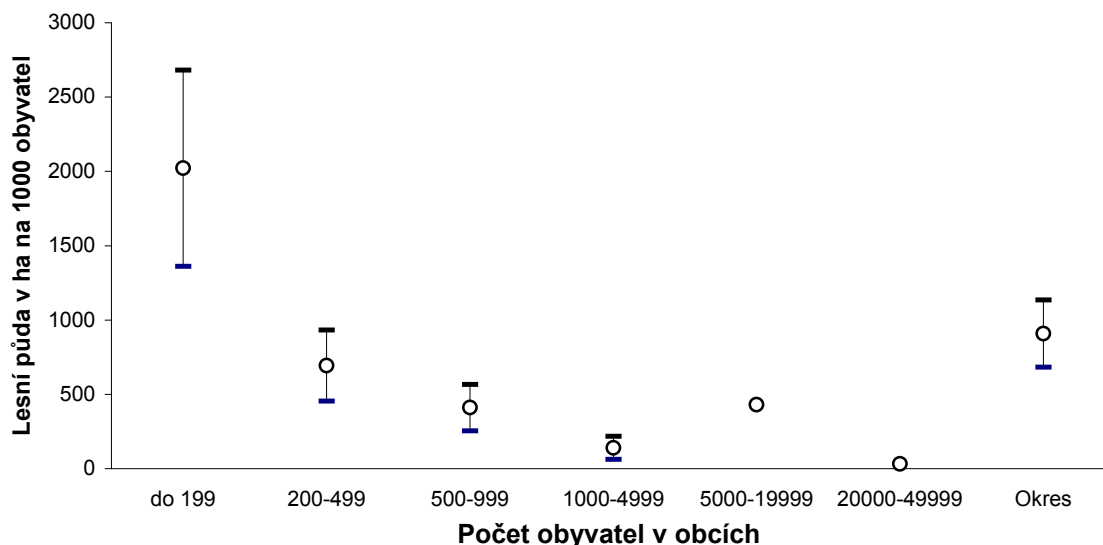
Pozn.: Intervaly spolehlivosti pro $P=0,05$

Z údajů je zřejmé, že průměrné hodnoty okresu, představující zhruba 2 ha zemědělské půdy na 1 obyvatele, dosahují obce ve velikostní skupině 200 - 499 obyvatel. v obcích s nejmenším počtem obyvatel (do 199) přesahuje výměra zemědělské půdy na 1 obyvatele 3 ha. Výměra

zemědělské půdy, připadající na 1 obyvatele, však nemá vliv na počet subjektů, zabývajících se v příslušné obci zemědělskou činností.

Na zaměstnanost v obci může mít i vliv výměra lesní půdy, která však z pohledu Jihomoravského kraje, jak bylo již vedeno, řadí okres na poslední místa. Opět se projevují velké rozdíly mezi jednotlivými skupinami obcí, jak je zřejmé z obr. 2.

Obr. 2 Výměra lesní půdy na 1000 obyvatel podle velikostních skupin obcí v okrese Znojmo.



Pozn.: Intervaly spolehlivosti pro $P=0,05$.

Sociální rozvoj okresu je podmíněn lidským potenciálem. Ten lze měřit různými ukazateli, z nichž byly využity ukazatele počtu obyvatel celkem, hustota obyvatel daná počtem obyvatel připadajících na km^2 , podíl městského obyvatelstva i průměrný věk obyvatel. k základním charakteristikám patří i celkový přírůstek obyvatel, daný přírůstkem stěhováním a přirozeným přírůstkem. Vybrané charakteristiky uvádí tabulka 2.

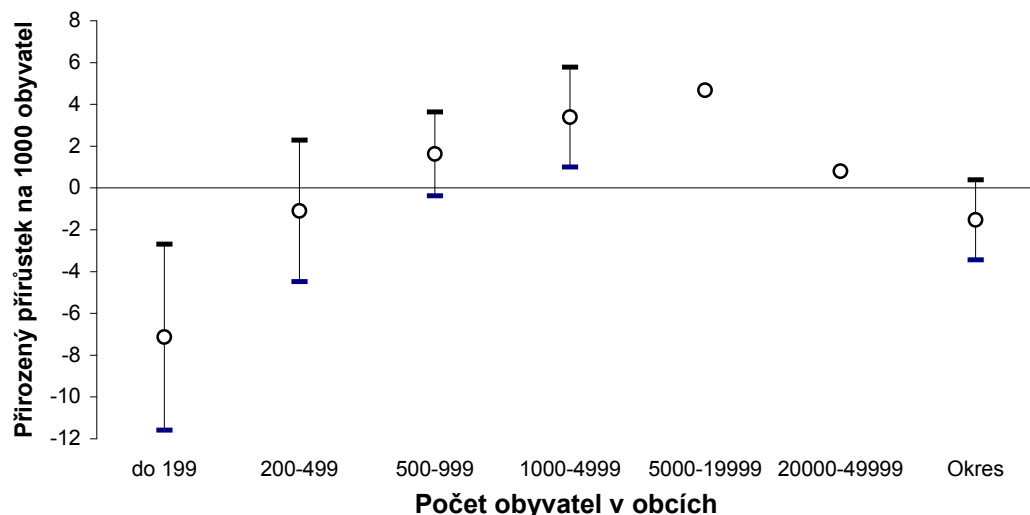
Tabulka 2 Vybrané demografické ukazatele v okrese Znojmo

Ukazatel	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Počet obyvatel (k 31.12.)	114 061	114 114	114 218	114 262	114 391	112 828
Podíl městského obyvatelstva v %	41,9	41,7	41,5	41,4	41,2	42,7
Hustota obyvatelstva (osoby/ km^2)	70	70	70	70	70	71
Průměrný věk obyvatel	38,3	38,6	38,9	39,2	39,5	39,7
Celkový přírůstek (úbytek) obyvatel (v ‰)	0,3	0,3	0,9	0,5	1,1	.
Přirozený přírůstek (úbytek) obyvatel (v ‰)	-0,9	-0,8	-1,2	-1,2	-0,8	.
Migrační přírůstek (úbytek) obyvatel (v ‰)	1,2	1,1	2,1	1,7	1,9	.

Pramen: ČSÚ

Vzhledem k tomu, že k 31. 12. 2007 počet obyvatel Jihomoravského kraje činil 1 140 534 osob, dosahuje podíl obyvatel okresu Znojmo necelých 10%. v posledním roce sledované časové řady dochází k poklesu počtu obyvatel, což je dáno především přirozeným úbytkem obyvatel. Tento vývoj nekorresponduje s celkovým vývojem počtu obyvatel v České republice, který, po stagnaci v minulých letech začal vykazovat, i když mírný, ale přece jenom přírůstek. Zajímavé jsou rozdíly ve změnách počtu obyvatel v obcích okresu Znojmo, které jsou patrné z obr. 3.

Obr. 3 Přirozený přírůstek obyvatel podle velikostních skupin obcí v okrese Znojmo



Pozn.: Intervaly spolehlivosti pro $P=0,05$.

Z údajů v uvedeném obrázku je zřejmé vylidňování menších obcí, v nichž dochází k úbytku obyvatel. Obdobná tendence je charakteristická pro celý okres Znojmo, kde průměrný přirozený úbytek vykazuje $-0,8$ v posledním roce sledované časové řasy. Úbytek počtu obyvatel v okrese Znojmo však nahrazuje přírůstek stěhováním, který činil ve stejném období $1,9$. Obce s počtem obyvatel od 500 do 999 obyvatel vykazují růst, který je největší ve skupině obcí vykazujících 1 000 až 4 999 obyvatel.

K zásadním změnám nedochází ve vývoji věkové struktury obyvatel okresu Znojmo, kdy okres Znojmo je okresem s nejnižším průměrným věkem svých obyvatel v rámci Jihomoravského kraje, v posledních letech však průměrný věk mírně roste. To je charakteristický rys pro celou Českou republiku, kde v posledním roce sledované časové řady dosahuje průměrný věk již 40,2 let.

K významným faktorům, ovlivňujícím kvalitu života v regionu, patří zejména občanská vybavenost. Tu je možno posuzovat např. dostupností lékařské péče, rozvojem bytové výstavby i nabídkou zařízení, umožňujících občanům regionu jejich kulturní a společenské vyžití.

Dostupnost lékařské péče je v okrese Znojmo srovnatelná s ostatními okresy Jihomoravského kraje. Na 1 000 obyvatel okresu Znojmo připadá 2,9 lékařů, což je obdobný podíl, jako v ostatních okresech, s výjimkou Brna-města, kde je, z logických důvodů, podíl daleko vyšší.

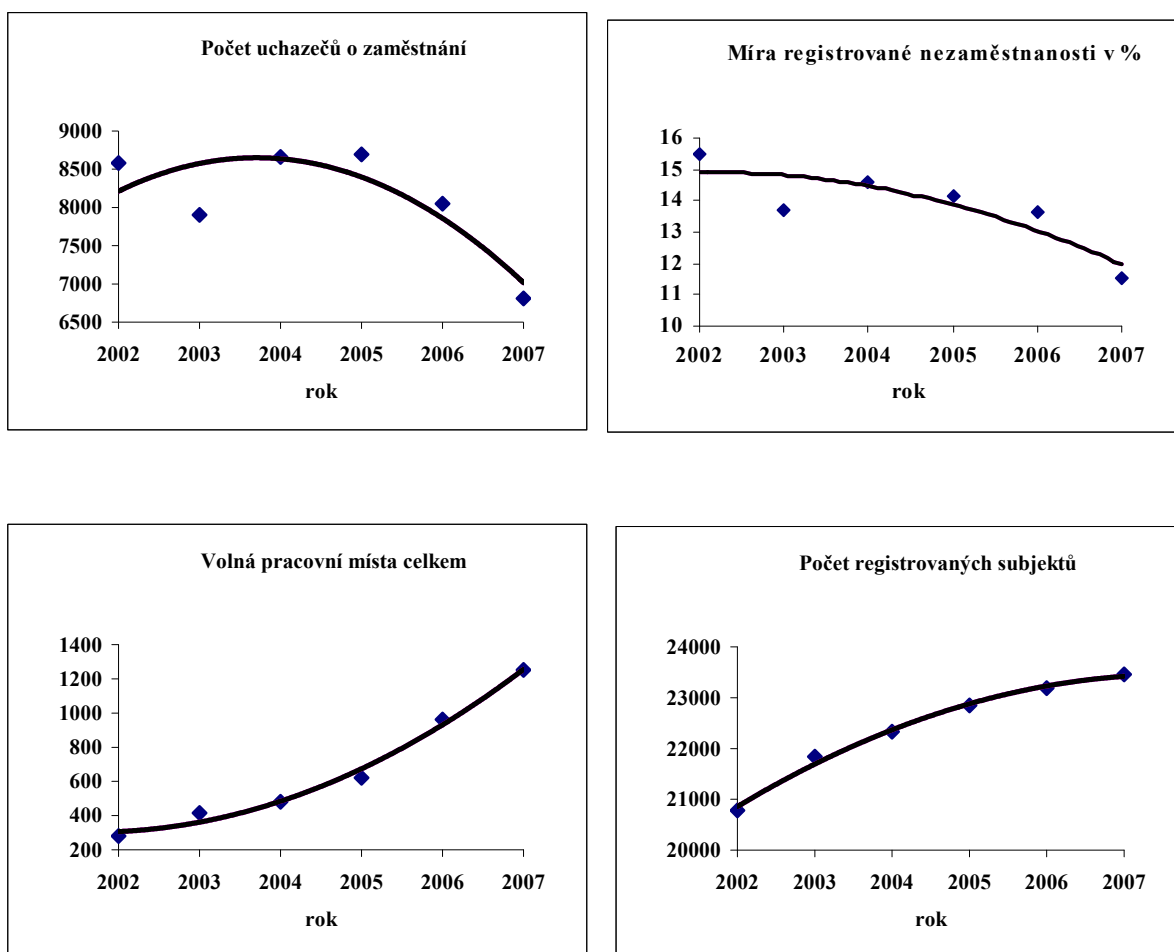
Počet dokončených bytů na 1 000 obyvatel byl v roce 2006, podle posledních dostupných údajů, v okrese Znojmo 3,5, což odpovídá průměrnému počtu v celém Jihomoravském kraji. v ostatních okresech se hodnota tohoto ukazatele pohybovala od 1,6 (okresy Břeclav a Hodonín) do 5,3 (okres Blansko).

Při hodnocení dopravní infrastruktury lze konstatovat, že na území okresu Znojmo převažují silnice III. třídy, kterých je celkem 559 km, silnic II. třídy 385 km a I. třídy pouze 70 km. Za nevýhodu lze považovat, že přes území okresu nevede dálnice.

I v nejmenších obcích okresu, do 199 obyvatel, jsou občanům dostupné služby veřejných knihoven, v převážné většině obcí potom i kulturní zařízení. Převážná většina obcí má vybudována hřiště, větší obce potom nabízejí možnost využití tělocvičen.

Důležitým indikátorem kvality života je vývoj na trhu práce. k základním charakteristikám patří ukazatele míra registrované nezaměstnanosti, počet uchazečů o zaměstnání, počet volných pracovních míst, který souvisí s počtem podnikatelských subjektů. Vývoj uvedených ukazatelů v okrese Znojmo v letech 2002 až 2007 je zřejmý z obr. 4.

Obr. 4 Vývoj ukazatelů trhu práce v okrese Znojmo



Pozn.: Vyrovnáno kvadratickou regresní funkcí

Míra nezaměstnanosti v okrese Znojmo je nejvyšší v celém Jihomoravském kraji, pozitivním jevem však je, že v posledních letech dochází k velmi významnému poklesu. v Jihomoravském kraji činila v roce 2007 průměrná nezaměstnanost 6,92%, což je pokles oproti roku 2006 o 2%. v okrese Znojmo došlo ve stejných letech také k poklesu o téměř 2%, v roce 2007 vykazuje okres Znojmo průměrnou míru nezaměstnanosti 11,53%. Průměrné tempo úbytku je z dlouhodobějšího časového pohledu 1,58%. i přesto okres Znojmo zůstává okresem s nejvyšší mírou nezaměstnanosti v Jihomoravském kraji. Roste však trvale počet nabízených volných míst, průměrné tempo přírůstku je téměř 35%. Velmi významně se tak snížil počet uchazečů o 1 volné pracovní místo, který v roce 2002 vykazoval v průměru 30,5 uchazečů a roce 2007 již jen 5,4,

Nabídka volných pracovních míst souvisí s počtem podnikatelských subjektů, nabízejících zaměstnání. Vývoj jejich počtu v okrese Znojmo byl patrný již z obr. 4. Počet registrovaných subjektů se zvýšil z 20 783 v roce 2002 na 23 460 v roce 2007, kdy z celkového počtu 17,9% představovaly právnické osoby a 82,1% osoby fyzické. v právnických osobách převažují obchodní společnosti, ve fyzických osobách živnostníci. z pohledu předmětu činnosti je převaha podniků zaměřujících se na stavební činnost, dále na průmysl a zemědělství, nejvíce podnikatelů se zaměřuje na obchod.

Ekonomické výsledky podnikatelských subjektů, působících v daném regionu, se odráží v přínosu regionu k tvorbě hrubého domácího produktu. *Hrubý domácí produkt* je definován jako tržní hodnota finálních statků vyrobených v příslušné zemi za dané časové období. Za finální statky jsou považovány ty produkty, které jsou konečným výsledkem výrobního procesu. Přínos regionu k tvorbě hrubého domácího produktu je možno měřit několika ukazateli. k nim patří zejména podíl hrubého domácího produktu regionu na celovém hrubém domácím produktu státu, hrubý domácí produkt připadající na 1 obyvatele regionu a hrubý domácí produkt připadající na 1 zaměstnance v regionu. Významným ukazatelem pro mezinárodní srovnání a zejména pro určení způsobilosti regionů pro čerpání finanční a jiné pomoci ze strukturálních fondů EU je hrubý domácí produkt příslušného regionu připadající na 1 jeho obyvatele, přepočtený dle parity kupní síly měny. Vybrané údaje o ukazatelích využívajících hrubý domácí produkt jsou uvedeny v tabulce 3. Vzhledem k dostupným statistickým údajům, které jsou zjišťovány pouze za kraje, je uveden vývoj vybraných ukazatelů HDP v Jihomoravském kraji.

Tabulka 3 Ukazatele hrubého domácího produktu v Jihomoravském kraji

Ukazatel	2002	2003	2004	2005	2006
Jihomoravský kraj					
Tvorba HDP v regionu (v mil. Kč)	248 763	264 721	283 352	302 309	323 553
Podíl HDP regionu (v %)	10,3	10,3	10,2	10,2	10,0
HDP na 1 obyvatele (v tis. Kč)	222	235	251	267	286
HDP na 1 zaměstnance (v tis. Kč)	.	605	648	671	734
HDP na 1 obyvatele v paritě kupní síly (v PPS)	13 956	13 809	14 744	15 951	16 923

Pramen: ČSÚ

Jak je zřejmé z údajů v tabulce 3, v Jihomoravském hrubý domácí produkt roste, kopíruje zhruba vývoj HDP v České republice. Jihomoravský kraj se podílí na hrubém domácím produktu státu přibližně 10%. Růst je stabilní a rovnoměrný, zhruba 5% ročně. v přepočtu na 1 obyvatele nedosahuje Jihomoravský kraj průměrných hodnot v ČR ani v jednom z uvedených ukazatelů. Vzhledem k tomu, že průměrné hodnoty za celou Českou republiku velmi ovlivňují hodnoty vykazované v hlavním městě Praze, patří Jihomoravský kraj k regionům z pohledu přínosu k tvorbě HDP k regionům nejlepším.

Závěr

Cílem analýzy kvality života v regionech je jednak získání poznatků o aktuálním stavu daného regionu, vyjádřeného prostřednictvím různých ukazatelů, vedle toho však i získání poznatků o rozdílech v sociálně ekonomické úrovni jednotlivých regionů, které mohou být vhodně volenými nástroji regionální politiky odstraněny či alespoň zmírněny.

Okres Znojmo patří k regionům zemědělskopřmyslovým. v souvislosti s transformací podniků v posledních desetiletích vlivem konkurenčních tlaků celá řada podniků zanikla, jiné však našly své uplatnění na trhu. v oblasti zemědělství vznikla řada rodinných farem. Všechny změny ovlivnily situaci na trhu práce, kde pro okres Znojmo je charakteristická vysoká nezaměstnanost, která v rámci Jihomoravského kraje dosahuje nejvyšších hodnot. Ta je zřejmě také důvodem, že obyvatelstvo se přesunuje z nejmenších obcí do větších, což potvrzuje celkový přírůstek obyvatel, ovlivněný zejména přírůstkem migračním.

Občanská vybavenost okresu Znojmo je na standardní úrovni, srovnatelné s ostatními okresy Jihomoravského kraje jak v oblasti zdravotnictví, tak školství, dopravní obslužnosti apod. i nejmenší obce nabízejí svým občanům služby veřejných knihoven, možnost sportovního vyžití, ve větších obcích potom i bazény, domy s pečovatelskou službou, apod.

LITERATURA

Kolektiv autorů: Úvod do regionálních věd a veřejné správy. Vydavatelství a nakladatelství

Aleš Čeněk, s.r.o., Plzeň 2004, 447 s. ISBN 80-86473-80-5

PALÁT, M., BODEČKOVÁ, B., MACA, E.: Development of production intensity of Czech agriculture in 1998-2004 and its short-term forecast. *Acta univ. Agric. et Silv. Mendel. Brun.*, 2007, vol. LV, no 3, pp 85-95. ISSN 1211-8516

ŽIVĚLOVÁ, I., JÁNSKÝ, J. Vybrané problémy řešení disparit mezi regiony. In *Agrární perspektivy XVI. Evropské trendy v rozvoji zemědělství a venkova*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, PEF, 2007, s. 549-558. ISBN 978-80-213-1675-1

Statistická ročenka České republiky 2003 - 2007 [on-line]. <http://www.czso.cz/>

KONTAKTNÍ ADRESA

Prof. Ing. Iva Živělová, CSc., zivelova@mendelu.cz, Prof. Ing. Milan Palát, CSc., palat@mendelu.cz, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Česká republika

Nové trendy – nové nápady 2008

3. mezinárodní vědecká konference

pořádaná Soukromou vysokou školou ekonomickou Znojmo

Sborník příspěvků

První vydání, Znojmo 2008

Za věcnou správnost, odbornou úroveň i jazykovou úpravu abstraktů odpovídají autoři.

Příspěvky byly oponentovány vedoucími jednotlivých sekcí:

Prof. PhDr. Miroslavem Foretem, CSc.

Prof. PhDr. Kamilem Fuchsem, CSc.

Ing. Mirkou Wildmannovou, Ph.D.

ISBN 978-80-903914-8-2

<http://www.svse.cz>

e-mail: info@svse.cz