

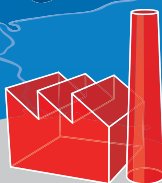
CENTRUM VÝZKUMU KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI ČESKÉ EKONOMIKY
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA MASARYKOVI UNIVERZITY

KONKURENČNÍ SCHOPNOST PODNIKŮ

(PRIMÁRNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ
EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ)

Ladislav Blažek a kolektiv

2007



KONKURENČNÍ SCHOPNOST PODNIKŮ

(PRIMÁRNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ)

Ladislav Blažek a kolektiv

BRNO 2007



**CENTRUM VÝZKUMU
KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI
ČESKÉ EKONOMIKY**



**MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA**

CENTRUM VÝZKUMU KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI ČESKÉ EKONOMIKY
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA MASARYKOVY UNIVERZITY

KONKURENČNÍ SCHOPNOST PODNIKŮ

(PRIMÁRNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ
EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ)

Ladislav Blažek a kolektiv

2007

BRNO 2007



Odborní garanti:

prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.
Ing. Ondřej Částek
Ing. Eva Kubátová
Mgr. Jiří Špalek, Ph.D.

Kolektiv autorů:

prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.
(obsahová redakce, 1, 2, 3, 12, 13)
Ing. Ondřej Částek (6)
Ing. Ivana Gregorová (8)
Ing. Eva Karpissová (5, 11)
Ing. Klára Kašparová (11)
Ing. Alena Klapalová (9)
Ing. Eva Kubátová (10)
doc. Ing. Petr Pirožek, Ph.D. (12)
doc. Ing. Petr Suchánek, Ph.D. (12)
Mgr. Marian Svoboda (3)
JUDr. Jindřiška Šedová, CSc. (7)
Mgr. Jiří Špalek, Ph.D. (4, 12)

Technická redakce:

Ing. Eva Kubátová

Recenzenti:

prof. Ing. Eva Kislingerová, CSc.
prof. Ing. Pavel Pudil, DrSc.

Publikace vznikla s podporou projektu MŠMT výzkumná centra 1M0524

© Ladislav Blažek a kolektiv, 2007

ISBN 978-80-210-4456-2

Obsah

1.	Úvod	11
Část I Metodická východiska a realizace empirického šetření na podnicích .. 13		
2.	Metodika empirického šetření	15
2.1.	Teoreticko-metodologická východiska	15
2.2.	Zdroje informací	28
2.3.	Koncepce dotazníku	
3.	Příprava a průběh empirického šetření	27
3.1.	Průběh terénní fáze empirického šetření	27
3.2.	Charakteristika základního a výběrového souboru	28
3.3.	Komparace základního a výběrového souboru podle kvótních proměnných ...	30
4.	Metodika a realizace statistického zpracování	35
4.1.	Příprava dat a jejich čištění	35
4.2.	Typy proměnných vstupujících do prezentovaných analýz	36
4.3.	Univarianní analýza dat	37
4.4.	Pokročilejší analýzy	38
Část II Primární analýza dat dle jednotlivých sekcí dotazníku		
5.	Factory konkurenceschopnosti podniku (A)	43
5.1.	Inovační aktivita	44
5.2.	Flexibilita	46
5.3.	Kvalita produktů	48
5.4.	Náklady na pracovní sílu	50
5.5.	Ostatní náklady	53
5.6.	Kvalifikace pracovníků	55
5.7.	Péče o zákazníky	57
5.8.	Přístup k finančním zdrojům	59
5.9.	Jméno firmy	61
5.10.	Konkurenční boj	63
5.11.	Vyjednávací síla odběratelů	65
5.12.	Vyjednávací síla dodavatelů	67
5.13.	Zájem vstoupit do pracovního poměru	70
5.14.	Korupce	72
5.15.	Podpora státních orgánů	74
5.16.	Podpora ze strany místních orgánů veřejné správy	76
5.17.	Trhy produktů	78
5.18.	Diskuse	81
6.	Souhrnná část (B1)	83
6.1.	Důležitost zájmových skupin (stakeholders)	83
6.2.	Teritoriální hledisko – ČR	93

6.3.	Teritoriální hledisko – zahraničí	95
6.4.	Míra decentralizace	96
6.5.	Stupeň řízení	105
6.6.	Koncernová struktura – mateřská společnost	106
6.7.	Koncernová struktura – dceřiné společnosti	107
6.8.	Diskuse	110
7.	Vlastníci, majetek (B2)	113
7.1.	Vlastnická struktura podniku	113
7.2.	Změny vlastnické struktury	116
7.3.	Zastoupení vlastníků v orgánech společnosti	119
7.4.	Členové top managementu z řad vlastníků	120
7.5.	Úroveň vybavení podniku hmotným majetkem	122
7.6.	Softwarové aplikace užívané podnikem	124
7.7.	Úroveň propojení softwarových aplikací v podniku	131
7.8.	Diskuse	133
8.	Zaměstnanci (B3)	135
8.1.	Počet a struktura zaměstnanců	135
8.2.	Fluktuace zaměstnanců	150
8.3.	Důvody fluktuace zaměstnanců	152
8.4.	Sledování důvodů fluktuace zaměstnanců	159
8.5.	Podíl pohyblivé složky mzdy	161
8.6.	Vliv výše pohyblivé složky na motivaci zaměstnanců	169
8.7.	Typy poskytovaných zaměstnaneckých výhod	171
8.8.	Vynakládané prostředky na zaměstnanecké výhody	184
8.9.	Vliv poskytovaných zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců	187
8.10.	Vynakládané prostředky na vzdělávání zaměstnanců	189
8.11.	Diskuse	191
9.	Odběratelé, zákazníci (B4)	195
9.1.	Typ uplatňované obchodní strategie	195
9.2.	Struktura odběratelů podle procentuálního podílu na tržbách	197
9.3.	Míra stability odběratelů	214
9.4.	Teritoriální struktura odběratelů podle procentuálního podílu na tržbách	220
9.5.	Specifičnost produktů	225
9.6.	Diskuse	231
10.	Dodavatelé (B5)	233
10.1.	Objem nákupu dle typu dodavatelů	233
10.2.	Stabilita dodavatelů	247
10.3.	Teritoria dodavatelů	257
10.4.	Specifičnost dodávek	261
10.5.	Kritéria výběru nového dodavatele	263
10.6.	Diskuse	274

11.	Společenská odpovědnost, kodexy, certifikáty (B6)	277
11.1.	Formy společenské odpovědnosti podniku	277
11.2.	Podporované oblasti	280
11.3.	Vlastnictví kodexů	282
11.4.	Vlastnictví certifikátů	284
11.5.	Diskuse	287
Část III	Východiska dalšího řešení	291
12.	Přístupy k analýze vztahů	293
12.1.	Měření hospodářské úspěšnosti analyzovaných podniků	293
12.2.	Seskupování analyzovaných podniků	294
12.3.	Hledání konfigurací faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost	296
13.	Závěr	299
14.	Použitá literatura	301



1. Úvod

Předložená publikace shrnuje výsledky empirického šetření konkurenční schopnosti podniků se sídlem v České republice. Dané šetření bylo realizováno v průběhu roku 2007 a bylo součástí výzkumných aktivit Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky.

Publikace je členěna do tří částí. Součástí publikace je příloha uvedená na CD.

První část je zaměřena na metodická východiska empirického šetření a zevrubnou analýzu průběhu jeho realizace. V návaznosti na předchozí etapy řešení jsou v této části shrnuty hlavní zásady metodického přístupu, včetně formulace předpokladů jeho úspěšné aplikace i upozornění na některá úskalí sběru informací a jejich vyhodnocení. Je zde formulována základní hypotéza a hlavní cíl výzkumu. Dále jsou uvedeny a zhodnoceny hlavní informační zdroje předmětného empirického šetření. Pozornost je věnována především dotazníku, který je hlavním nástrojem sběru dat. Samotný dotazník je uveden v příloze. V základní části práce je, v návaznosti na zvolený metodický přístup, uvedeno zdůvodnění koncepce dotazníku, včetně vysvětlení a zdůvodnění jednotlivých otázek.

Těžiště publikace tvoří část druhá prezentující výsledky primární analýzy dat získaných ze 432 podniků, které byly do empirického šetření a jeho vyhodnocení zahrnuty. Členění této části na jednotlivé kapitoly odpovídá členění jednotlivých sekcí dotazníku. Každá z kapitol obsahuje vyhodnocení jedné ze sekcí. Jde o sekci A – Faktory konkurenceschopnosti podniku, sekci B 1. – Souhrnná část, sekci B 2. – Vlastníci, majetek, sekci B 3. – Zaměstnanci, sekci B 4. – Odběratelé, zákazníci, sekci B 5. – Dodavatelé a sekci B 6. – Společenská odpovědnost, kodexy, certifikáty.

Výsledky primární analýzy jsou prezentovány jednotným způsobem, jednotlivé kapitoly mají shodnou strukturu. Člení se na kapitoly druhé úrovně, z nichž každá se váže k jedné otázce. Rovněž členění těchto kapitol na kapitoly třetí úrovně je provedeno dle jednotných pravidel.

Na třetí úrovni je nejprve vždy uvedena kapitola s názvem „Charakteristika otázky“ zachycující, v souladu s dotazníkem, přesný kód a text otázky a dále stručné informace o tom, co a jak se pomocí této otázky zjišťuje. Pokud je pro účely vyhodnocení odpovědí vytvořena nová proměnná, která v dotazníku není, je zde definována a vysvětlena.

Další kapitola třetí úrovně s názvem „Charakteristika odpovědí“ obsahuje číselné údaje charakterizující frekvence odpovědí za analyzovaný soubor podniků jako celek v podobě standardizovaných tabulek a standardizovaných grafů a dále komentář stručně interpretující uvedené číselné a grafické informace. V rámci analýzy je celkový soubor dále členěn dle

- odvětví, a to buď v podobě hrubšího členění na zpracovatelský průmysl a stavebnictví, nebo v některých případech v podobě jemnějšího členění, kdy odvětví zpracovatelského průmyslu je dále členěno na 19 pododvětví (oddílů)

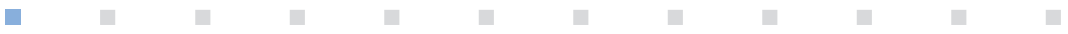
- ■ velikosti, a to na podniky s 50–99 zaměstnanci, se 100–249 zaměstnanci a s 250 a více zaměstnanci
- ■ právní formy, a to na společnosti s ručením omezeným a akciové společnosti.

■ ■ Tabulky s číselnými údaji za vyhodnocení těchto dílčích souborů jsou s ohledem na jejich velký rozsah vyčleněny do přílohy. Stručný komentář, poukazující zejména na rozdíly mezi odvětvími, velikostí a právní formou je však uveden spolu s komentářem hodnotícím soubor podniků jako celek v základní části publikace. V případě, že otázka dotazníku je složena z více podotázek, je na třetí úrovni kapitol interpretujících odpovědi více. Nejprve je uvedena kapitola vážící se k charakteristice odpovědí na otázku celkem, následují kapitoly vážící se k charakteristice odpovědí na jednotlivé podotázky.

■ ■ Na závěr vyhodnocení každé sekce dotazníku je uvedena kapitola druhé úrovně s názvem „Diskuse“, jejímž účelem je upozornit na zajímavá, resp. rozporná zjištění, shrnout dané poznatky a formulovat předběžné závěry.

■ ■ Třetí část publikace je věnována prvním krokům formulace metodiky pro další etapu řešení. Pozornost je zaměřena na metodickou přípravu vyhodnocení informací z primární analýzy výsledků empirického šetření s cílem nalezení faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost analyzovaných podniků.

Část I METODICKÁ VÝCHODISKA A REALIZACE EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ NA PODNICÍCH



2. Metodika empirického šetření

2.1. Teoreticko-metodologická východiska

2.1.1. Konkurenceschopnost a úspěšnost podniků

Pojem konkurenceschopnost podniků je v současné době pojmem značně frekventovaným, a to nejen v rovině odborné, ale i mimo ni, zejména v kontextu různých názorů, postojů či prohlášení spíše ideologického a politického charakteru. Za takové situace se vnímání obsahu tohoto pojmu stává značně mnohoznačným až vágním.

Není předmětem této práce předložit analýzu různých pojetí fenoménu konkurenceschopnosti tak, jak se objevují v odborné a populární literatuře. Je však potřeba uvést, jak je tento pojem chápán a používán v předložené práci.

Z podstaty obsahu pojmu konkurenceschopnost podniku vyplývá, že podnik je schopen obstát v soutěži s konkurenty na trhu (blíže Slaný, A. a kol. 2006 s. 16 a n.). Podnik konkurence schopný se na stávajícím trhu udrží, resp. dokáže na nový trh vstoupit, podnik konkurence neschopný se na stávajícím trhu neudrží, resp. na nový trh vstoupit nedokáže.

Samotný pojem konkurenceschopnost nám však nic neříká o tom, jak je podnik na trhu úspěšný. Říká pouze, principiálně vzato, že podnik je tak dobrý, že na daném trhu soutěžit může.

Je však evidentní, že v kontextu předmětného výzkumu se nelze zabývat pouze tím, zda ten který podnik je schopen na daném trhu soutěžit, ale je nezbytné nadto analyzovat s jakou úspěšností (či neúspěšností) a dále pak, co je příčinou této úspěšnosti (či neúspěšnosti).

Tím se dostáváme k pojmu konkurenční výhoda, resp. konkurenční nevýhoda. Má-li podnik konkurenční výhodu, pak to znamená, že je v něčem lepší, popř. se nalézá v lepších podmínkách než jeho konkurenti. To mu vytváří příležitost být na trhu úspěšnější než oni. Naproti tomu, pokud má podnik konkurenční nevýhodu, je v něčem horší, nebo se nalézá v horších podmínkách, než jeho konkurenti. Konkurenční nevýhoda je hrozbou neúspěšnosti, resp. přímo příčinou toho, že podnik na trhu s konkurenty prohrává.

V dalším kroku daného myšlenkového postupu se nabízí otázka, co je měřítkem úspěšnosti podniku na trhu. Dříve než se na danou otázku pokusíme odpovědět, je třeba zodpovědět jinou otázku: O jakém trhu se bavíme? Implicitně se má za to, že se jedná o konkurenci na trhu výrobků a služeb, kde podnik soutěží s jinými podniky o svoje stávající, resp. potenciální zákazníky. Podnik se snaží vítězit v boji o přízeň zákazníků nad producenty vyrábějícími stejné či podobné výrobky, resp. poskytujícími stejné či podobné služby. Tím posilovat svoje postavení na trhu, zvyšovat tržní podíl, vytvářet předpoklady pro zvyšování ziskové marže a pod. Takto je konkurence běžně chápána a hovoří-li se o konkurenceschopnosti podniků, má se na mysli obvykle právě toto.

Je však třeba připomenout, že na trhu výrobků a služeb předmětný podnik nevystupuje pouze jako dodavatel (producent), ale též jako odběratel. Nesoutěží tedy pouze s jinými dodavateli o svoje zákazníky (odběratele), ale též s jinými odběrateli o svoje dodavatele. Soutěží rovněž na jiných trzích: Na trhu práce soutěží s jinými zaměstnavateli o svoje stávající resp. potenciální zaměstnance, na trhu kapitálu soutěží s jinými podniky o zájem investorů a obdobně pak na finančním trhu o přízeň poskytovatelů úvěrů.

Nutno konstatovat, že pro konkurenceschopnost podniku a na ni se vážící úspěšnost je klíčová konkurenceschopnost na trhu jeho výrobků a služeb, protože jediné prostřednictvím prodeje jsou za vytvořenou hodnotu získávány potřebné finanční prostředky. Nicméně je třeba mít na paměti, že konkurenceschopnost na ostatních zmíněných trzích je, když ne vždy v krátkém období, tak jednoznačně v období dlouhém, jedním z nejdůležitějších faktorů ovlivňujících úroveň konkurenceschopnosti na trhu výrobků a služeb, které podnik realizuje.

2.1.2. Stakeholderský přístup

Uvedené trhy se vztahují ke skupinám subjektů, které mají s podnikem určité, zřetelné hodné vztahy. Tyto subjekty, které bývají označovány za stakeholdery, dávají do podniku určitý vklad a očekávají jeho zúročení. V opačné pozici je podnik, který očekává zúročení svého vkladu vůči stakeholderům.

V modelu, o který se opírá předmětná metodika (blíže Blažek, L., Doležalová, K., Klapalová, A., Šiška, L., 2005), se jedná o tyto stakeholdery:

- odběratele (zákazníky) a dodavatele, se kterými se podnik setkává na trhu výrobků či služeb
- zaměstnance, se kterými se podnik setkává na trhu práce
- vlastníky (investory), se kterými se podnik setkává na kapitálovém trhu
- věřitele, se kterými se podnik setkává na finančním trhu
- stát, regionální a municipální orgány veřejné správy.

Model předpokládá, že mezi předmětným podnikem a stakeholderem je vztah konkurenčně-kooperativní. Směna, která mezi podnikem a stakeholderem probíhá, musí být výhodná pro obě strany, tj. musí vést na obou stranách k dosahování očekávané úrovně hodnoty, která je z daného vztahu získávána. Pokud tomu tak není, pak ta strana, jejíž očekávání nejsou splněna, má tendenci hledat alternativní řešení: Stakeholder jiný podnik, podnik jiného stakeholdera.

Vraťme se však k otázce úspěšnosti a otázce jejího měření: Podnik je nástrojem podnikání. Podnikání je, jak známo, systematická činnost realizovaná za účelem dosahování zisku. Cílem podniku je tedy dosahování zisku, a to v dlouhodobé perspektivě. Úspěšnost je v kontextu předložené práce chápána ve smyslu hospodářské úspěšnosti a odráží se v tom, v jaké výši, v porovnání se svými konkurenty, vytváří předmětný podnik dlouhodobý zisk. V rámci našeho výzkumu jsou jako měřítko hospodářské úspěšnosti voleny ukazatele rentability, resp. další ukazatele reprezentující veličiny, které rentabilitu přímo či zprostředkovaně ovlivňují.

Lze tedy konstatovat, že konkurenceschopnost podniku a s ní spjatá konkurenční výhoda (či nevýhoda) je potenciál (schopnost) podniku uspět v hospodářské soutěži s jinými podniky. Výsledkem této soutěže je úspěšnost (či neúspěšnost) podniku, vyjádřená jeho hospodářskými výsledky a měřená finančními ukazateli.

Vztah mezi konkurenceschopností a úspěšností podniku je vztahem mezi příčinou a důsledkem. Při zkoumání tohoto vztahu je nezbytné počítat s časovou prodlevou mezi obdobími, kdy nastává působení faktorů a obdobími, kdy se vliv těchto faktorů projeví na hospodářské úspěšnosti.

Další skutečností, kterou je třeba brát v úvahu, je dosti obvyklý jev volatility ukazatelů vyjadřujících hospodářskou úspěšnost. Tato volatilita může být často způsobena náhodnými vlivy, přesněji řečeno faktory, které do množiny potenciálních faktorů daného šetření nejsou zahrnuty. Pokud by za takové situace byl daný ukazatel zjišťován pouze k jednomu období, mohlo by dojít ke značnému zkresení.

Obě jmenované skutečnosti vedou k požadavku sledovat a vyhodnocovat uvedené ukazatele i faktory, které je ovlivňují, ne k jednomu časovému období, ale v časových řadách. Tedy zabývat se nikoliv statistikou, ale dynamikou. Respektování tohoto požadavku ovšem je, s ohledem na dostupné informace v databázích a zejména pak na možnosti dotazníkového šetření¹, realizovatelné pouze v omezené míře. V provedeném empirickém šetření jsou ukazatele hospodářské úspěšnosti získávány a vyhodnocovány v časové řadě zachycující období pěti let. Dynamický aspekt informací vztahujících se ke konkurenceschopnosti, které jsou získávány především prostřednictvím dotazníku, je zabezpečen tak, že otázky jsou sice vztaženy k současné situaci, nicméně podstatná část otázek je též směřována na vývojový trend daného parametru (růst, stabilita, pokles) v posledních cca pěti letech a předpokládáný vývoj v příštích cca pěti letech. Na obou stranách daného vztahu, tj. na straně hospodářské úspěšnosti a na straně konkurenceschopnosti jde tedy nejen o sledování daných veličin v současnosti, ale též o rozpoznání jejich vývojových trendů.

V souladu se stakeholderským přístupem je v metodice empirického šetření strana konkurenceschopnosti zachycena v podobě parametrů zobrazujících jednotlivé skupiny stakeholderů a vztahy podniku k nim. Hlavním výzkumným problémem je analyzovat, které ze sledovaných parametrů jsou těmi faktory, které hospodářskou úspěšnost v podstatné míře ovlivňují.

2.1.3. Relativizace uvedených premis

Na tomto místě je však nezbytné výše uvedené premisy poněkud relativizovat. Předně je třeba poznamenat, že ve vztahu konkurenceschopnosti a hospodářské úspěšnosti nejde o jednoznačnou kauzalitu. Nutno totiž připomenout, že existuje i opačný vztah, který má zpravidla charakter pozitivní zpětné vazby. Platí například, že kvalitní motivační systém je jedním z faktorů konkurenceschopnosti, který pozitivně ovlivňuje hospodářskou úspěšnost. Platí však rovněž, že zpravidla pouze hospodářsky úspěšný podnik si může vybudování a dotování kvalitního motivačního systému dovolit. Je zřejmé, že tyto zpětnovazební smyčky analýzu konkrétní situace v daném podniku komplikují. To celkem jasně vyplývá z některých provedených šetření, popsanych v analyzované literatuře (blíže Gregorová, 2006, s. 94, nebo Kašparová, 2006 s. 212 a n.).

Dále je třeba upozornit, že do šetření je nutno vedle výše zmíněných parametrů zahrnout rovněž informace o vývoji řady veličin vztahujících se k vnějšímu obecnému a oborovému prostředí analyzovaných podniků, mezi něž nepochybně náleží vývoj HDP, měnového kurzu, vývoj právního rámce, významné události na světových trzích v předmětných odvětvích, resp. v odvětvích figurujících na straně vstupů či výstupů, vliv substitutů apod.

Rovněž je nezbytné mít na paměti, že v prvním přiblížení lze sice zjednodušeně říci, že hlavním cílem výzkumu a jeho vyhodnocení je potvrzení či vyvrácení hypotéz, že ten který parametr je faktorem konkurenceschopnosti, popřípadě též rozpoznání skutečnosti, že daný parametr je faktorem konkurenceschopnosti, i když taková hypotéza a priori formulována nebude. Takové pojetí je však do té míry zjednodušující, až se stává v podstatě chybným. Jednotlivé parametry podniku (resp. parametry jeho prostředí), tj. předpokládané faktory hospodářské úspěšnosti, nelze totiž vnímat a analyzovat parciálně, nýbrž vždy ve vzájemných souvislostech.

1 Blíže viz kap. 3.2.

Tak například při parciálním přístupu můžeme důvodně předpokládat, že růst kvalifikace pracovníků podporuje konkurenční schopnost podniku a tím pádem vede k jeho hospodářské úspěšnosti. Tato závislost se však výrazněji projeví pouze za existence řady předpokladů, mezi které například patří: práce v daném podniku vyžaduje vysokou kvalifikaci, kvalifikovaná pracovní síla je dostatečně motivována, kvalifikace se významnou měrou podílí na produktivitě práce a kvalitě výrobků či poskytovaných služeb, výrobky či služby nalézají uplatnění na trhu atd.

Je evidentní, že naznačené vztahy jsou v reálné praxi zpravidla velmi složité a jejich analýza nadmíru obtížná. Nicméně komplexní pojetí, tedy, mírně nadneseně řečeno, analyzování souvislosti „všeho se vším“, je jedinou cestou, jak daný problém vyřešit. Analyzování vlivu pouze jednoho, či několika málo parametrů na hospodářskou úspěšnost podniků, při abstrahování od ostatních, vede zpravidla k rozporným až chybným závěrům.

Příkladem může být šetření, při kterém by se analyzoval (parciálně) vliv marketingu na hospodářskou úspěšnost. Šetření může ukázat, že pozitivní efekt skvěle vedených reklamních kampaní se v hospodářském výsledku, k překvapení analytiků, neprojevuje. Důvody budou patrně ležet mimo zorný úhel této parciální analýzy: Podnik dejme tomu není schopen dostatečně rychle reagovat na zvýšenou poptávku, může jít o neúspěchy v jiných segmentech trhu, důvodem může být nutnost splácet mimořádné úvěry, nepříznivý vývoj devizového kurzu apod.

Je tedy evidentní, že mezi stupněm komplexnosti šetření a kvalitou jeho výsledků panuje vztah přímé úměrnosti. Faktory se neprojevují parciálně, ale ve vzájemných souvislostech.

2.1.4. Základní hypotéza a hlavní cíl výzkumu

V návaznosti na výše uvedené úvahy lze formulovat následující základní hypotézu celého řešení:

- Existuje významná závislost mezi určitým typem hospodářské úspěšnosti podniků a určitou typickou konfigurací faktorů, vytvářejících konkurenceschopnost podniků.
- Hlavním vědeckým cílem předmětného výzkumu je potvrzení této hypotézy a nalezení typických konfigurací faktorů vytvářejících určité typy hospodářské úspěšnosti podniků.

Výsledky obsažené v předložené práci znamenají splnění první etapy na cestě k tomuto cíli, etapy zaměřené především na sběr empirických dat a jejich primární analýzu. Výsledky potřebné k dosažení uvedeného cíle budou produktem druhé etapy řešení, která bude realizována v průběhu roku 2008.

2.2. Zdroje informací

Pro empirické šetření konkurenceschopnosti podniků jsou využívány dva základní zdroje:

- a) veřejně publikované informace
- b) informace z dotazníkového šetření.

2.2.1. Veřejně publikované informace

Z veřejně publikovaných informací jsou pro účely empirického šetření využity

- informace z webových stránek podniků
- analýzy publikované na webových stránkách ipoint.financninoviny.cz
- informace z obchodního rejstříku publikované na webových stránkách portal.justice.cz
- informace z databáze Albertina Data.

První tři z výše uvedených zdrojů slouží pro zpracování anotací podniků. Jedná se o jedno- až dvoustránkové materiály, zachycující za každý podnik ve stručné podobě tyto informace:

- Název podniku
- Identifikační číslo organizace (IČO)
- Založení a historie podniku
- Sídlo podniku
- Postavení ve struktuře (informace o tom, zda podnik je ovládanou, resp. ovládající osobou vč. identifikace ovládající osoby, resp. ovládané osoby či osob)
- Charakteristika produktů
- Základní kapitál
- Oborové zatřídění hlavní činnosti (OKEČ)
- Oborové zatřídění vedlejší činnosti (OKEČ)
- Obrat
- Zisk
- Počet zaměstnanců
- Další informace (např. získané certifikáty).

Anotace slouží k tomu, aby tazatelé, dříve než navštíví podnik a budou jednat s respondentem, získali o daném podniku základní informace. Dále budou využity jako jeden z informačních zdrojů při interpretaci výsledků empirického šetření ve druhé etapě řešení.

Informace z databáze Albertina Data zachycují za jednotlivé podniky data ekonomického charakteru, zpracovaná na základě roční účetní závěrky. Za jeden podnik se jedná o cca 250 údajů za rok. Z důvodu nedůslednosti při plnění vykazovací povinnosti některých podniků, je míra úplnosti údajů publikovaných v uvedené databázi dosti diferencovaná. Tato skutečnost je jedním z faktorů ovlivňujících strukturu výběrového souboru. Přednost je dána podnikům, kde ve struktuře údajů nechybí údaje nezbytné pro výpočet důležitých ekonomických ukazatelů, pomocí kterých lze hodnotit hospodářskou úspěšnost podniků a dále pak těm podnikům, kde existuje minimálně pětiletá ucelená řada těchto údajů.

2.2.2. Informace z dotazníkového šetření

Významným zdrojem primárních informací jsou, vedle veřejně dostupných informací z databází a webových stránek podniků, informace z dotazníků vyplněných respondenty ve spolupráci s tazateli.

Při koncipování dotazníku je třeba řešit optimalizaci jeho rozsahu. Čím je dotazník rozsáhlejší, tím více informací lze jeho prostřednictvím získat. Naproti tomu s rostoucí velikostí roste pracnost vyplnění dotazníku a spolu s tím klesá koncentrace respondenta i tazatele a v důsledku toho i kvalita získaných dat. Příliš rozsáhlý dotazník může dokonce potenciálního respondenta odradit od záměru se dotazníkového šetření vůbec zúčastnit.

Ve snaze o minimalizaci rozsahu je dotazník proto zaměřen téměř výlučně jen na ty informace, které nelze efektivně získat z veřejně dostupných zdrojů, popřípadě jiným způsobem. Účelem aplikace dotazníku není proto sběr co nejširšího spektra informací, ale především získání názorů a odhadů kvalifikovaných, strategicky uvažujících představitelů podniků. Tomuto účelu je podřízena celková koncepce dotazníku i formulace jednotlivých otázek.

2.3. Koncepce dotazníku²

Dotazník je koncipován pro interaktivní dialog tazatele s respondentem.

Je členěn na část A s názvem Faktory konkurenceschopnosti podniku a část B s názvem Charakteristika podniku. Část A obsahuje 20 otázek a 3 komentáře, což celkem představuje 36 položek. Část B obsahuje 39 otázek a 8 komentářů, s celkovým počtem 201 položek.

Účelem části A je přímé zjišťování názorů respondenta na konkurenceschopnost. Jedná se o aplikaci konceptu analýzy SWOT. V této části jsou k posouzení předloženy položky, které bývají obvykle považovány za faktory konkurenceschopnosti, jako například inovační aktivita, výše nákladů, kvalifikace pracovníků, péče o zákazníky, situace na trzích apod. Respondent má možnost dopsat a vyhodnotit další faktory, které v seznamu obsaženy nejsou. Jsou nejdříve dotazovány názory na vnitřní faktory, a to vždy v relaci vůči konkurentům. Je zjišťováno (na pětistupňové škále), jaká u jednotlivých položek tato relace je a rovněž (také na pětistupňové škále), jaký to má vliv na konkurenceschopnost podniku, tedy s jakou intenzitou daný faktor na konkurenceschopnost působí. Obdobně je koncipováno dotazování na vnější faktory konkurenceschopnosti.

Naproti tomu účelem části B je zjistit o podniku potřebná fakta. Metodika předpokládá, že statistické vyhodnocení hodnot sledovaných proměnných povede (ve smyslu hlavního vědeckého cíle předmětného výzkumu) k nalezení typických konfigurací faktorů vytvářejících určité typy hospodářské úspěšnosti podniků. Otázky jsou formulovány tak, aby k jejich zodpovězení nebylo většinou zapotřebí nějakého složitějšího vyhledávání v informačních databázích podniku. Celková koncepce se opírá o výše uvedená teoreticko-metodologická východiska, včetně návaznosti na stakeholderový přístup. Tomu odpovídá i vnitřní členění: v první ze sekcí jsou otázky směřovány především na posouzení důležitosti jednotlivých skupin stakeholderů pro předmětný podnik. Další sekce jsou zaměřeny na vlastníky a majetek, zaměstnance, odběratele (zákazníky) a dodavatele. Poslední sekce je zaměřena na společenskou odpovědnost podniku.

Je možno říci, že koncepce části B představuje „hlavní výzkumný tah“, zatímco část A lze považovat spíše za paralelu, sloužící pro porovnání dosažených výsledků.

2.3.1. Faktory konkurenceschopnosti podniku (Část A)

Jak už bylo zmíněno, tato část dotazníku je modifikací strategické analytické metody SWOT. Srovnávání hodnot jednotlivých vnitřních faktorů předmětného podniku s hodnotami těchto faktorů u konkurentů (viz. otázky A2. až A11.) představuje vymezování jeho silných a slabých stránek. Analýza vnějších faktorů (viz. otázky A12. až A20.) představuje vymezování příležitostí a hrozeb vážících se k vnějšímu prostředí předmětného podniku.

Vzhledem k tomu, že hodnocení vnitřních faktorů je pojímáno relativně vůči konkurentům, je velmi důležité, aby respondent formuloval, s kým se srovnává, tedy aby jasně stanovil konkurenty svého podniku, a to jak na domácím trhu, tak na trzích zahraničních.

Vymezení konkurentů – otázka A1.

Nejde zpravidla o úplný výčet všech konkurentů, ale o ty, které respondent považuje za nejvýznamnější. Při větší diverzifikaci výrobního programu může jít o různé trhy s různými konkurenty. Například: Trh piva a trh nealkoholických nápojů. Nebo: Trh pneumatik pro osobní automobily a trh pneumatik pro nákladní automobily. Pokud k takové diferenciaci dochází, je třeba to uvést do komentáře.

² Dotazník je uveden v elektronické podobě v příloze.

Předpokládá se, že procentuální podíly na trhu jsou uvedeny přibližně na základě odhadu. Údaje slouží pro charakteristiku monopolizace trhu, ke zjištění, kdo jsou „hlavními hráči“ a jakým „hráčem“ je předmětný podnik.

Jednodušší je obvykle definování konkurentů, kteří působí na domácím trhu. Nejedná se samozřejmě pouze o podniky se sídlem v České republice, ale rovněž o podniky se sídlem v zahraničí, které dané výrobky do České republiky dovážejí. Domácí trh je přesněji vymezitelný a respondent má o něm většinou přesnější informace

Složitější je zpravidla definování konkurentů na zahraničních trzích, a to zvláště za situace, kdy podnik vyváží do řady teritorií, kde se na řadě trhů střetává z velkým množstvím různých konkurentů. V takovém případě je třeba se věnovat pouze těm zahraničním trhům, které mají pro předmětný podnik strategický význam.

Vnitřní faktory konkurenceschopnosti – otázky A2. až A11.

Jde o odborný názor respondenta stran srovnání s nejdůležitějšími konkurenty, které uvedl v odpovědi na otázku A1. Nejedná se tedy o absolutní veličiny, ale vždy o srovnání hodnot těchto veličin u předmětného podniku s (průměrnými, resp. převažujícími) hodnotami u konkurentů.

Ve vztahu mezi hodnotami ve sloupci „Hodnocení Vašeho podniku“ a sloupcem „Vliv na konkurenceschopnost Vašeho podniku“

- pro položky tzv. výnosového typu (otázky A2., A3., A4., A7., A8., A9., A10.) obecně platí: čím vyšší hodnota, tím lépe pro konkurenceschopnost
- pro položky tzv. nákladového typu (otázky A5., A6.) obecně platí: čím vyšší hodnota, tím hůře pro konkurenceschopnost.

Při vyplňování dotazníku je však třeba mít na paměti, že nelze postupovat schématicky, neboť se jedná o dvě věci: hodnotu daného faktoru v relaci s konkurencí a o parciální vliv hodnoty tohoto faktoru na celkovou konkurenceschopnost předmětného podniku. Tento vliv může být v důsledku různosti konkrétních podmínek značně diferencován. Uveďme příklad hned pro první z dané skupiny otázek – pro otázku A2., vztahující se k inovační aktivitě: Obecně se dá předpokládat, že pokud bude mít předmětný podnik výrazně vyšší inovační aktivitu než konkurenti (hodnota „5“), pak to bude mít na jeho konkurenceschopnost jasně pozitivní vliv. Nemusí to však být vždy zcela jednoznačné. Jestliže se inovace výrobků setkávají s výrazně pozitivní odezvou na straně poptávky a má-li podnik dostatek prostředků k jejich realizaci, pak je všechno v pořádku a hodnota „5“ bude mít na konkurenceschopnost podniku „silně pozitivní vliv“. Pokud ale inovace potenciálně zákazníky nijak neosloví, k očekávanému zvýšení poptávky nedojde a o vyšší ceně tudíž nelze uvažovat, pak může daná inovační aktivita působit kontraproduktivně, tedy bude mít na konkurenceschopnost podniku spíše negativní vliv.

Obdobné příklady by bylo možno uvést u všech ostatních otázek vztahujících se k vnitřním faktorům konkurenceschopnosti.

Dlužno proto připomenout, že účelem této části dotazníku není vyjádřit (resp. potvrdit) výše uvedený obecný vztah, nýbrž vyjádřit právě konkrétní vztah, tedy diferencované působení jednotlivých faktorů na konkurenceschopnost v daných konkrétních podmínkách šetřeného podniku.

Vnější faktory konkurenceschopnosti – otázky A12. až A20.

Na rozdíl od předchozí skupiny nejde v této skupině otázek o porovnávání vnitřních faktorů předmětného podniku s vnitřními faktory konkurenčních podniků, ale o působení vnějších faktorů. Tedy o působení prostředí, které může, ale rovněž nemusí být pro předmětný podnik a konkurenty shodné.

To co bylo uvedeno o vztahu mezi hodnotami ve sloupci „Hodnocení Vašeho podniku“ a sloupcem „Vliv na konkurenceschopnost Vašeho podniku“ v případě vnitřních faktorů konkurenceschopnosti, platí analogicky i zde, a to tak, že

- pro položky tzv. výnosového typu (otázky A 15., A 17., A 18., A 20.) obecně platí: čím vyšší hodnota, tím lépe pro konkurenceschopnost
- pro položky tzv. nákladového typu (otázky A 12., A 13., A 14., A 16.) obecně platí: čím vyšší hodnota, tím hůře pro konkurenceschopnost.

Nicméně parciální vliv hodnoty každého z těchto faktorů na celkovou konkurenceschopnost předmětného podniku může být v důsledku různosti konkrétních podmínek značně diferencován, a to zpravidla více, než u vnitřních faktorů. To, co pro jeden podnik s ohledem na jeho vnitřní faktory (silné a slabé stránky) může být hrozbou, pro jiný podnik to může být rozvojovou příležitostí.

Například vysoký konkurenční boj představuje pro silný podnik šanci k potlačení konkuren-
tů a ovládnutí trhu, naopak pro slabý podnik znamená ohrožení jeho existence, resp. vytlačení z trhu. Podobně rozšíření trhů znamená potenciální zvýšení konkurenceschopnosti pouze pro ty podniky, které jsou schopny expandovat. Dalším příkladem je korupce. Vysoká korupce v podnikatelském prostředí znamená pro podniky, které korumpovat neumí, nebo nechtějí, vážné ohrožení, naproti tomu podniky realizující mafiánské praktiky mohou za takové situace získávat značnou konkurenční výhodu.

2.3.2. Charakteristika podniku (Část B)

Uvedená část je, jak již bylo zmíněno, členěna do šesti sekcí. První ze sekcí je B 1. „Souhrnná část“, dalšími sekcemi jsou: B 2. „Vlastníci, majetek“, B 3. „Zaměstnanci“, B 4. „Odběratelé, zákazníci“, B 5. „Dodavatelé“ a B 6. „Společenská odpovědnost, kodexy, certifikáty“. Jednotlivé sekce a v rámci nich pak jednotlivé otázky jsou koncipovány tak, aby prostřednictvím dotazníku mohly být zachyceny ty charakteristiky podniku, o nichž lze důvodně předpokládat, že ve svém souhrnu mohou mít podstatný vliv na konkurenceschopnost a hospodářskou úspěšnost podniku.

U všech proměnných sledovaných prostřednictvím dotazníku jsou zachycovány jejich stávající hodnoty. V části B je však nadto u podstatné části proměnných rovněž zachycována dynamika vývoje jejich hodnot. Vývojové trendy v minulosti (jde o interval přibližně pěti let) a předpokládaný vývojový trend v budoucnosti (jde rovněž o interval přibližně pěti let) jsou zachycovány pomocí symbolů „pokles“, „stagnace“ a „růst“³.

V dalších částech této práce, zabývajících se vyhodnocením odpovědí, jsou otázky resp. odpovědi vázány se k současnému stavu označeny písmenem „b“, k minulému trendu „a“ a k budoucímu trendu „c“. V případě trendů jsou znaky následně převedeny na číselné vyjádření, kde „1“ značí „pokles“, „2“ značí „stagnaci“ a „3“ značí „růst“.

Sekce B 1. „Souhrnná část“

Zaměřuje se především na zjišťování důležitosti skupin stakeholderů (otázka B 1.1.), a to nejen v současnosti, ale též vývoj této charakteristiky v uplynulých pěti letech a výhled tohoto vývoje na příštích pět let.

Další otázky směřují k vybraným organizačním charakteristikám. Jde především o zjišťování teritoriální koncentrace či dekoncentrace podniku, a to jak v České republice (otázka B 1.2.), tak v zahraničí (otázka B 1.3.). Předmětem zájmu je rovněž centralizace či decentralizace řízení.

3 Jemnější vyjádření dynamiky, jako např. „progresivní růst“, „lineární růst“, „degresivní růst“ „volatilita“ a pod. není využito, a to s ohledem na omezené časové možnosti dialogu tazatele s respondentem.

Respondenti jsou dotazováni, zda existují v rámci podniku relativně autonomní organizační jednotky a v čem jejich autonomie spočívá (otázka B 1.4.). U této charakteristiky je sledován jak stávající stav, tak vývojové trendy. Zjišťován je rovněž počet stupňů řízení (otázka B 1.5.) a dále pak postavení podniku v nadpodnikových strukturách (otázky B 1.6. a B 1.7.).

Sekce B 2. „Vlastníci, majetek“

Za stěžejní otázku této sekce lze považovat otázku vážící se k typu vlastnické struktury (otázka B 2.1.). Je nabídnuto 21 typů vlastnické struktury odvozených na základě typických kombinací velikostní struktury hlavních vlastníků, určení, zda vlastníkem je fyzická či právnická osoba, určení země vlastníka, určení, zda podnik je či není součástí koncernu a určení velikostní struktury dalších vlastníků. Lze předpokládat, že typ vlastnické struktury je faktorem ovlivňujícím v podstatné míře řadu dalších charakteristik podniku a v konečných důsledcích pak hospodářskou úspěšnost podniku. Nejde pouze o zjišťování stávajícího stavu vlastnické struktury, ale je sledován i její vývoj v posledních pěti letech a očekávaný vývoj v období příštích pěti let (otázka B 2.2.).

K dalším otázkám vážícím se k vlastníkům a jejich bezprostřednímu vlivu na řízení podniku patří otázka B 2.3. týkající se podílu zastoupení vlastníků v představenstvu a dozorčí radě společnosti a otázka B 2.4. týkající se zastoupení vlastníků v top managementu.

Zbývající tři otázky se vztahují ke hmotnému a nehmotnému majetku. Je sledována charakteristika průměrné úrovně vybavení podniku hmotným majetkem (otázka B 2.5.), a to jak v současnosti, tak i ve vývojovém trendu. Speciální pozornost je věnována softwarovým aplikacím (otázka B 2.6. a B 2.7.).

Sekce B 3. „Zaměstnanci“

Otázky obsažené v dané sekci jsou zaměřeny na strukturu a počty zaměstnanců podniku, dále pak na motivaci zaměstnanců a rozvoj jejich kvalifikace.

První z otázek (otázka B 3.1.) sleduje základní charakteristiky, a to počet pracovníků celkem, z toho počet technicko-hospodářských pracovníků a dělníků. V rámci podrobnějšího členění pak sleduje procentuální podíl žen a procentuální počet pracovníků s vysokoškolským vzděláním z celkového počtu pracovníků. Dále jsou sledovány další, již detailnější údaje, u kterých lze předpokládat, že by mohly být důležitými charakteristikami při hledání faktorů konkurenceschopnosti. Jedná se o počet řídicích pracovníků v členění na top management a ostatní management, počet technických pracovníků, pracovníků nákupu a prodeje a administrativních pracovníků. Sledováno je též zastoupení žen v top managementu a zastoupení cizinců v top managementu (zástupci zahraničního vlastníka) a v dělnických profesích (pracovníci z méně vyspělých zemích nahrazujících nedostatkové české dělníky). Otázka sleduje nejen stávající stav, ale též vývojové trendy.

Prostřednictvím otázek B 3.2., B 3.3. a B 3.4. je sledována fluktuace zaměstnanců a její příčiny. Další otázky se vztahují k motivačnímu systému. Jsou sledována pravidla určující poměr mezi pohyblivou a základní složkou mzdy, a to dle jednotlivých skupin pracovníků (otázka B 3.5) a jejich vliv na motivaci (otázka B 3.6.). Obě otázky sledují jak stávající stav, tak vývojové trendy. Pozornost je dále věnována zaměstnaneckým výhodám (otázka B 3.7.), prostředkům, které jsou na zaměstnanecké výhody vynakládány a vlivu zaměstnaneckých výhod na motivaci pracovníků (otázka B 3.8.). Jsou rovněž sledovány prostředky, které podnik vynakládá na vzdělávání (otázka B 3.9.).

Sekce B 4. „Odběratelé, zákazníci“

Úvodní otázka (B 4.1.) této sekce se váže k obchodní strategii podniku. V návaznosti na známý přístup M. Portera předkládá respondentovi k výběru ze čtyř strategií, a to „cost leadership“, „differentiation“, „cost focus“ a „differentiation focus“.

Další otázka (B4.2.) se ptá na strukturu odběratelů, cílem zachytit rysy distribučních cest. Základní položky této struktury jsou velkoobchod, maloobchod, zákazníci mimo koncern a zákazníci v rámci koncernu. Poslední z položek – zákazníci v rámci koncernu – je relevantní pouze pro podniky, které jsou součástí koncernu a část jejich produkce může sloužit jako dodávky pro jiné podniky tohoto koncernu. Zákazníci mimo koncern jsou pak všechny ostatní organizace, ke kterým jdou produkty sledovaného podniku přímo, bez využívání funkcí organizací velkoobchodu a maloobchodu. Dodávky jdoucí k těmto subjektům jsou pak členěny na dodávky pro další zpracování, dodávky dlouhodobého hmotného majetku a dodávky pro konečnou spotřebu. Je sledována nejen stávající situace podílu na tržbách u jednotlivých položek této struktury, ale též vývojové trendy těchto proporcí v minulosti i jejich výhled do budoucnosti.

Zajímavou charakteristikou je stabilita odběratelů, na kterou se ptá otázka B4.3. Vztahuje se k výše uvedeným položkám struktury odběratelů a je hodnocena na škále s krajními hodnotami „nízká stabilita“ – „vysoká stabilita“. Podobně jako u předchozí otázky je sledována nejen stávající situace, ale i vývojové trendy.

K teritoriálnímu členění zákazníků se váže otázka B4.4. Zákazníci jsou členěni na zákazníky k regionu (který je vnímán do vzdálenosti zhruba 50 km), z ostatního tuzemska a ze zahraničí. Zákazníci v zahraničí jsou pak členěni dle jednotlivých zemí či teritorií. Podobně jako v předchozích otázkách je sledována stávající situace podílu jednotlivých položek teritoriálního členění na tržbách i vývojové trendy těchto proporcí.

Poslední z otázek této sekce, otázka B4.5. se týká specifčnosti produktů. S ohledem na skutečnost, že u více diverzifikovaného výrobního programu se specifčnost jednotlivých produktů či jejich skupin může i dosti podstatně lišit, jsou čtyři kategorie od velmi specifických produktů až po velmi standardizované produkty a jsou sledovány podíly těchto kategorií na celkových tržbách podniku. I tato otázka zachycuje kromě stávající situace i dynamiku vývoje v posledních pěti letech a výhled do období příštích pěti let.

Sekce B 5. „Dodavatelé“

Tato sekce má z větší části podobnou koncepci jako sekce B4. Otázky na strukturu dodavatelů (B5.1.), stabilitu dodavatelů (B5.2.), teritoriální členění dodavatelů (B5.3.) a specifčnost dodávek (B5.4.) mají stejné pojetí jako otázky B4.2. až B4.5. týkající se odběratelů a zákazníků.

Odlíšná je otázka B5.5. týkající se hodnocení důležitosti kritérií při výběru nového dodavatele, resp. při hodnocení dodavatele stávajícího. Respondent hodnotí z nabídky osmi kritérií na pětistupňové škále od „zcela nedůležité kritérium“ až po „velmi důležité kritérium“. Může navíc dle vlastní volby uvést i další kritéria. Stejně jako ostatní otázky v této sekci zachycuje kromě stávající situace též dynamiku minulého i budoucího vývoje.

Sekce B 6. „Společenská odpovědnost, kodexy, certifikáty“

První z otázek uvedených v této sekci (B6.1.) se vztahuje k formám, kterými se podnik angažuje ve smyslu společenské odpovědnosti. Pod pojmem společenská odpovědnost se míní dobrovolné integrování sociálních a ekologických aspektů do podnikových činností a interakcí se stakeholdery podniku. Je nabídnuto šest forem společenské odpovědnosti (dárčovství, nadace, sponzoring aj.) a respondent se vyjadřuje zda tuto formu podnik realizuje či nikoliv. Respondent může uvést i další formy, které v nabídce nejsou uvedeny.

Navazující otázka (B6.2.) se ptá, ve kterých oblastech se podnik uvedenými formami angažuje. Respondent odpovídá na třístupňové škále s krajními hodnotami „vůbec, nebo jen epizodicky“ a „velmi významně a systematicky“. Podobně jako u předchozí otázky může respondent rozšířit nabídnuté oblasti angažování se podniku o další.

Třetí otázkou, která se bezprostředně váže ke společenské odpovědnosti (otázka B6.3.) je otázkou otevřenou. Respondent je tázán proč podnik vynakládá svoje úsilí a prostředky na uvedené aktivity.

Další z otázek, otázka B 6.4., se váže k vlastnictví a uplatňování kodexů. Respondenti jsou dotazováni, zda podnik vlastní etický kodex, nebo kodex správy (corporate governance), popřípadě zda je v podniku uplatňován nějaký jiný kodex, například kodex koncernu do kterého je podnik začleněn, oborový kodex, profesní kodex apod. Pokud podnik daný kodex nemá, zjišťuje se, zda s jeho zavedením uvažuje do cca jednoho roku.

Jsou rovněž zjišťovány certifikáty jakosti, které podnik získal, resp. usiluje o jejich získání do cca jednoho roku. Je uvedeno jedenáct certifikátů, od všeobecných (ISO 9000, ISO 14000) po speciální oborové. Respondent se vyjadřuje, zda daný certifikát podnik vlastní, či nevlastní. Pokud podnik vlastní další certifikáty, daný výčet se o ně doplní.

Poslední otázka (B 6.6.) zjišťuje, jaká významná ocenění podnik získal.



3. Příprava a průběh empirického šetření

3.1. Průběh terénní fáze empirického šetření

Empirického šetření se zúčastnilo přibližně 16% z celkového počtu obesaných podniků, což je zhruba trojnásobek průměrné hodnoty, které bývá u šetření obdobného typu dosahováno. Tento úspěch je třeba připsat na vrub pečlivé přípravě šetření a systematické operativní komunikaci s respondenty.

Dopis se žádostí o účast v dotazníkovém šetření byl zaslán na ověřenou adresu jmenovitě představiteli podniku (předsedovi představenstva, jednateři, či generálnímu řediteli). V dopise podepsaném vedoucím Centra výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky a vedoucím řešitelského kolektivu byl stručně objasněn smysl a cíl dané akce. Byla vyslovena garance stran anonymity primárních dat za jednotlivé podniky. Bylo dále přislíbeno zaslání zprávy s výsledky získanými z tohoto výzkumu, a to v podobě komentářů ke středním hodnotám a variabilitě sledovaných veličin za jednotlivé skupiny podniků. Byla rovněž nabídnuta možnost účasti na semináři k výsledkům šetření i případná další spolupráce.

Několik dní poté, co byl dopis odeslán, byl operátorkami spolupracující výzkumné organizace Augur Consulting navázán s představitelem podniku telefonický kontakt, s cílem dojednat termín přijetí tazatele a vyplnění dotazníku. Ukazuje se, že právě tento způsob vedl k relativně vysokému procentu podniků, které se šetření zúčastnily.

Dotazník byl vyplněn v rámci schůzky respondenta s tazatelem. Tazatelé byli speciálně vyškoleni za účelem zvládnutí způsobu jakým má být dotazník vyplněn i za účelem hlubšího pochopení smyslu celého dotazníkového šetření. Jak už bylo na jiném místě zmíněno, tazatel před návštěvou obdržel anotaci navštěvovaného podniku s uvedením základních charakteristik. Znalost těchto informací přispěla k dobré atmosféře při jednání s respondentem (respondenti zpravidla pozitivně oceňovali, že tazatel o jejich podniku již leccos ví) i ke správnému pochopení toho, co respondent tazateli sděluje.

Vyplnění dotazníku bylo z hlediska odborného i časového značně náročné. Poměrně často se stávalo, že respondent přizval k vyplňování dotazníku další specialisty, zejména ekonomy a personalisty. Občas došlo k tomu, že některé otázky (zejména týkající se struktury pracovníků) byly zodpovězeny dodatečně a zaslány poštou. Vyplnění dotazníku v rámci interakce s tazatelem zabralo v průměru 90 až 120 minut. V závěru vyplňování se někdy již projevovala únava z dlouhého jednání i nedostatek času na straně respondenta. Výsledky ukazují, že v důsledku časové a odborné náročnosti nebyly v některých případech otázky správně pochopeny, což se projevuje v nepřesných odpovědích. Navzdory tomu lze však kvalitu získaných informací hodnotit převážně pozitivně.

Po návštěvě respondenta doplnil tazatel ještě údaje o jednání (identifikaci respondenta, kontakt, dobu jednání a charakter průběhu jednání) a řádně vyplněný dotazník předal k dalšímu zpracování.

3.2. Charakteristika základního a výběrového souboru

V souladu s metodikou zpracovanou v předchozích etapách výzkumu uvedenou např. v publikacích Blažek, Doležalová, Klapalová, Šiška (2005), resp. Slaný a kol. (2006), byl základní soubor šetřených podniků vymezen podle

- teritoriálního hlediska – podniky se sídlem v České republice
- odvětvového hlediska – podniky náležející do sekce C až K dle Odvětvové klasifikace ekonomických činností ČSÚ (dále OKEČ)
- velikostního hlediska – podniky s počtem pracovníků 50 a více¹
- hlediska právní formy – akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným

Soubor podniků, které splňují výše vyjmenovaná kritéria, po vyloučení podniků v likvidaci, konkurzu nebo s informací o konkurzu nebo soudní exekuci, čítá dle informací ČSÚ, doplněných o údaje z firemní databáze podniků, počty uvedené v následující tabulce:

Tabulka č. 1: Podniky dle odvětví

Odvětví	Počet zaměstnanců			Celkem
	50–99	100–249	nad 250	
C – Dobývání nerostných surovin	17	18	12	47
D – Zpracovatelský průmysl	1 624	1 308	823	3 755
E – Výroba a rozvod elektřiny, plynu, vody	48	57	51	156
F – Stavebnictví	461	203	64	728
G – Obchod, opravy motorových vozidel a spotřebního zboží	682	315	106	1 103
H – Pohostinství a ubytování	129	67	22	218
I – Doprava, skladování, pošty a telekomunikace	177	112	99	388
J – Peněžnictví a pojišřovnictví	28	26	27	81
K – Činnosti v oblasti nemovitostí a jejich pronajímání, služby pro podniky, výzkum a vývoj	491	307	122	920
Celkem	3 657	2 413	1 326	7 396

S ohledem na disponibilní kapacity došlo v předmětném empirickém šetření k tomu, že široká odvětvová struktura byla redukována na dvě odvětví, která jsou tradičně považována za jádro odvětvové struktury národního hospodářství, a to na D – Zpracovatelský průmysl a na F – Stavebnictví. Do těchto dvou odvětví spadá 4483 podniků, což je více než 60% podniků náležejících do výše uvedeného souboru.

Předpokládá se, že podniky ve zbývajících odvětvích, představujících co do počtu necelých 40% celkového souboru, budou předmětem empirického šetření v další etapě výzkumu.

¹ Jako doplňující ukazatel pro určení velikosti byl zvolen obrat. Do šetřeného souboru byly vybírány podniky s 50 a více zaměstnanci nebo podniky s ročním obratem 50 a více mil. Kč.

Pro empirické šetření, provedené v této etapě výzkumu, je soubor 4483 podniků z odvětví zpracovatelského průmyslu a ze stavebnictví souborem, který se stal výchozím pro formulaci souboru základního.

S ohledem na kapacitní možnosti a při respektování přiměřené úrovně reprezentativnosti, byla velikost výběrového souboru stanovena na cca 450 podniků, což představuje přibližně 10% výše uvedeného souboru.

Při zařazování podniků do výběrového souboru nebylo možno využít náhodného výběru, protože účast na šetření podléhala souhlasu podniků se této akce zúčastnit. Na druhé straně nebylo možno realizovat samovýběr, tedy akceptovat bez rozdílu všechny podniky, které by byly ochotny se šetření zúčastnit. Takový přístup by totiž velmi snížil reprezentativnost výběrového souboru. Byl proto uplatněn kvótní způsob výběru.

S ohledem na skutečnost, že informace o podniku, potřebné pro následnou analýzu, se získávají nejen z dotazníku, ale též, jak již bylo výše uvedeno, z databáze Albertina Data, bylo nutno při výběru podniků, ve kterých by mělo proběhnout dotazníkové šetření zohlednit, do jaké míry a v jaké kvalitě jsou o nich v této databázi potřebné ekonomické informace k dispozici.

V návaznosti na dostupnost, komplexnost a kvalitu účetních informací v databázi Albertina Data, byly podniky rozděleny do následujících šesti skupin

Tabulka č. 2: Podniky dle komplexnosti účetních informací

Číslo skupiny	Komplexnost účetních informací	Počet podniků
1	Pět účetních závěrek, období 2001 až 2005	1 162
2	Pět účetních závěrek, období 2000 až 2004	576
3	Tři účetní závěrky, období 2003 až 2005	217
4	Tři účetní závěrky, období 2002 až 2004	509
5	Jedna účetní závěrka za rok 2005	89
6	Jedna účetní závěrka za rok 2004	264
Celkem		2 817

Skupiny jsou seřazeny v pořadí od podniků s nejkompexnějšími účetními informacemi k méně komplexním. Zbývajících 1666 podniků má v databázi informace do té míry nekomplexní, že jsou pro následnou analýzu nevyužitelné. Pro účely dalšího výzkumu považujeme výše uvedený soubor 2817 podniků za soubor základní.

Komplexnost informací představovala při výběru podniků ze základního souboru do souboru výběrového důležité vodítko. S ohledem na kapacitní zvládnutelnost dotazníkového šetření, zejména s ohledem na kapacitu tazatelů, bylo terénní šetření realizováno v několika vlnách, a to tak, že zpočátku byly osloveny podniky s nejkompexnějšími účetními informacemi tj. první skupina, v následujících vlnách pak byly postupně oslovovány podniky se stále nižší komplexností těchto informací. Došlo tak postupně k tomu, že byly osloveny téměř všechny podniky základního souboru.

Za kvótní proměnné byly, v návaznosti na výše uvedená vymezení předmětné množiny podniků, zvoleny teritorium, odvětví, velikost a právní forma.

Za účelem dosažení maximální reprezentativnosti výběrového souboru byla v průběhu jednotlivých vln terénního šetření kontrolována míra shody struktury tohoto souboru se strukturou základního souboru dle vybraných kvótních proměnných.

3.3. Komparace základního a výběrového souboru podle kvótních proměnných

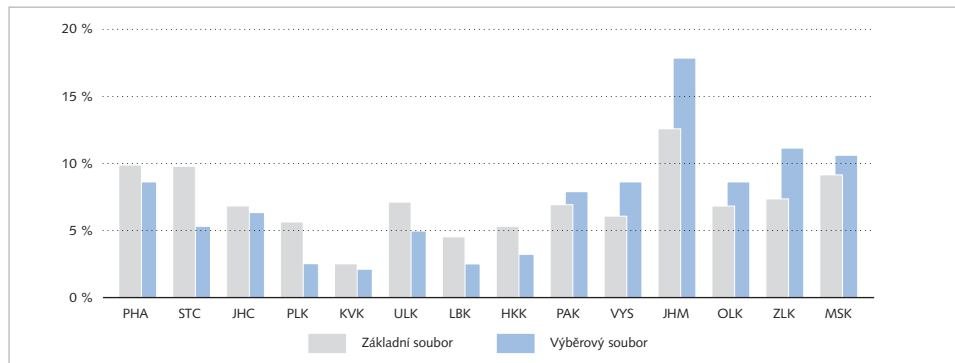
Základní soubor obsahuje, jak již bylo uvedeno, 2 817 podniků, výběrový soubor čítá 432 podniků.

V následujících tabulkách a grafech uvádíme komparaci základního a výběrového souboru podle krajského členění, odvětvového členění a právní formy podnikání. Je možno konstatovat, že míra shody uvedených struktur mezi základním a výběrovým souborem je vysoká, což pozitivně ovlivňuje reprezentativnost výběrového souboru.

Tabulka č. 3: Komparace základního a výběrového souboru podle krajského členění

Kraj	Skupina 1	Skupina 2	Skupina 3	Skupina 4	Skupina 5	Skupina 6	Celkem	Základní soubor %	Výběrový soubor %
PHA Hlavní město Praha	125	55	17	47	6	30	280	9,9	8,6
STC Středočeský kraj	121	55	18	50	2	27	273	9,7	5,3
JHC Jihočeský kraj	87	37	13	42	2	10	191	6,8	6,3
PLK Plzeňský kraj	66	34	10	18	9	21	158	5,6	2,5
KVK Karlovarský kraj	24	15	6	11	7	8	71	2,5	2,1
ULK Ústecký kraj	74	43	16	46	5	16	200	7,1	4,9
LBK Liberecký kraj	40	36	8	27	4	11	126	4,5	2,5
HKK Královéhradecký kraj	55	27	15	20	17	14	148	5,3	3,2
PAK Pardubický kraj	79	37	24	32	6	17	195	6,9	7,9
VYS Kraj Vysočina	70	42	13	25	3	15	168	6,0	8,6
JHM Jihomoravský kraj	144	70	29	57	10	41	351	12,5	17,8
OLK Olomoucký kraj	71	48	15	30	8	19	191	6,8	8,6
ZLK Zlínský kraj	92	28	18	45	8	16	207	7,3	11,1
MSK Moravskoslezský kraj	114	49	15	59	2	19	258	9,1	10,6
Celkem	1 162	576	217	509	89	264	2 817	100,0	100,0

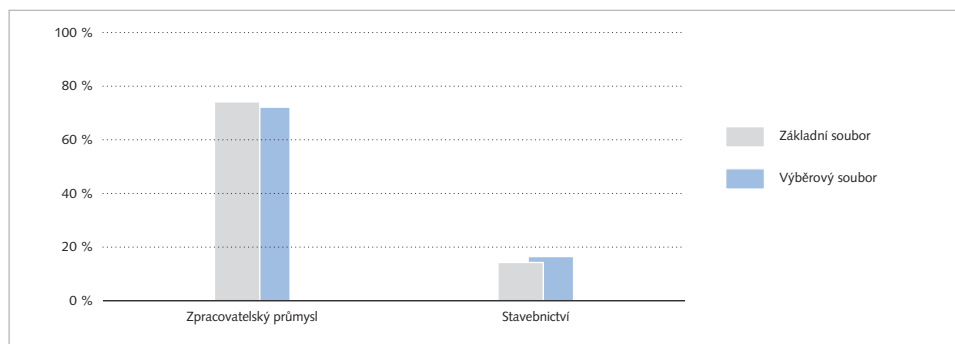
Graf č. 1: Komparace základního a výběrového souboru podle krajského členění



Tabulka č. 4: Komparace základního a výběrového souboru podle odvětvového členění – hrubá struktura

Odvětví	Skupina 1	Skupina 2	Skupina 3	Skupina 4	Skupina 5	Skupina 6	Celkem	Základní soubor %	Výběrový soubor %
Zpracovatelský průmysl	1 010	489	170	403	73	199	2344	83,2	80,8
Stavebnictví	152	87	47	106	16	65	473	16,8	19,2
Celkem	1 162	576	217	509	89	264	2817	100,0	100,0

Graf č. 2: Komparace základního a výběrového souboru podle odvětvového členění – hrubá struktura

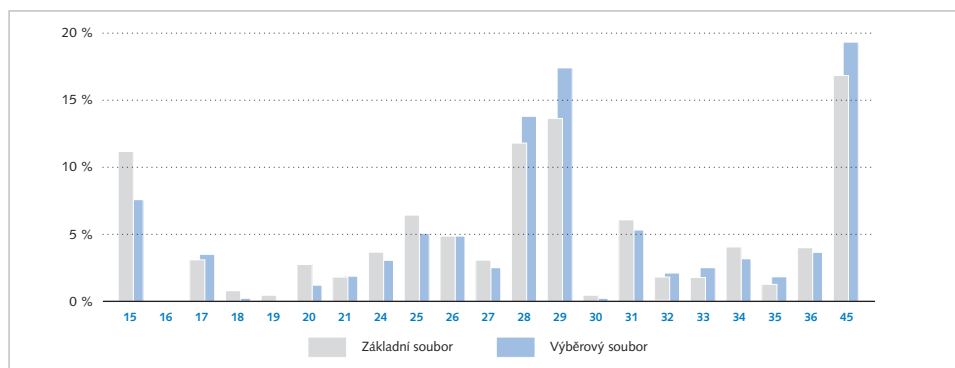


Tabulka č. 5: Komparace základního a výběrového souboru podle odvětvového členění – podrobná struktura

Odvětví	Skupina 1	Skupina 2	Skupina 3	Skupina 4	Skupina 5	Skupina 6	Celkem	Základní soubor %	Výběrový soubor %
D – Zpracovatelský průmysl									
15 – Výroba potravinářských výrobků a nápojů	132	93	17	41	6	25	314	11,2	7,6
16 – Výroba tabákových výrobků	1	0	0	0	0	0	1	0,0	0,0
17 – Výroba textilií a textilních výrobků	41	21	6	10	2	8	88	3,1	3,5
18 – Výroba oděvů, zpracování a barvení kožešin	5	7	1	3	2	1	19	0,7	0,2
19 – Činění a úprava usní, výroba brašňářských a sedlářských výrobků a obuvi	4	2	0	3	1	2	12	0,4	0,0
20 – Zpracování dřeva, výroba dřevařských, korkových, proutěných a slaměných výrobků kromě nábytku	26	14	7	15	4	11	77	2,7	1,2
21 – Výroba vlákniny, papíru a výrobků z papíru	21	13	5	4	2	6	51	1,8	1,9
24 – Výroba chemických látek, přípravků, léčiv a chemických vláken	50	19	8	13	3	10	103	3,7	3,2

Odvětví	Skupina 1	Skupina 2	Skupina 3	Skupina 4	Skupina 5	Skupina 6	Celkem	Základní soubor %	Výběrový soubor %
25 – Výroba pryžových a plastových výrobků	82	30	16	38	3	11	180	6,4	5,1
26 – Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků	85	19	6	16	2	9	137	4,9	4,9
27 – Výroba základních kovů a hutních výrobků	45	17	5	12	2	6	87	3,1	2,5
28 – Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení)	126	42	35	78	22	33	336	11,9	13,9
29 – Výroba a opravy strojů a zařízení j. n.	178	76	23	68	9	32	386	13,7	17,4
30 – Výroba kancelářských strojů a počítačů	4	1	2	3	0	2	12	0,4	0,2
31 – Výroba elektrických strojů a zařízení j. n.	69	43	13	32	3	13	173	6,1	5,3
32 – Výroba rádiových, televizních a spojových zařízení a přístrojů	19	12	6	8	4	3	52	1,8	2,1
33 – Výroba zdravotnických, přesných, optických a časoměrných přístrojů	16	14	1	13	3	8	55	2,0	2,5
34 – Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), výroba přívěsů a návěsů	45	33	12	17	2	4	113	4,0	3,2
35 – Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení	17	7	2	5	1	5	37	1,3	1,9
36 – Výroba nábytku; zpracovatelský průmysl j. n.	44	26	5	24	2	10	111	4,0	3,7
F – Stavebnictví									
45 – Stavebnictví	152	87	47	106	16	65	473	16,8	19,2
Celkem	1 162	576	217	509	89	264	2 817	100,0	99,5 ²

Graf č. 3: Komparace základního a výběrového souboru podle odvětvového členění – podrobná struktura

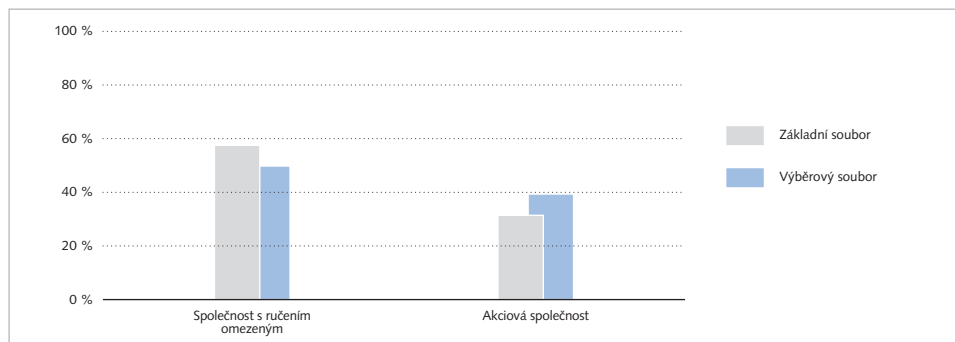


2 U dvou dotazníků bylo identifikováno jiné odvětvové začlenění.

Tabulka č. 6: Komparace základního a výběrového souboru podle právní formy podnikání

Text	Skupina 1	Skupina 2	Skupina 3	Skupina 4	Skupina 5	Skupina 6	Celkem	Základní soubor %	Výběrový soubor %
Společnost s ručením omezeným	604	375	155	421	66	197	1 818	64,5	56,0
Akiová společnost	558	201	62	88	23	67	999	35,5	44,0
Celkem	1 162	576	217	509	89	264	2 817	100,0	100,0

Graf č. 4: Komparace základního a výběrového souboru podle právní formy podnikání





4. Metodika a realizace statistického zpracování

Kapitola shrnuje základní metodiku statistických postupů, které byly provedeny před zahájením zpracování dat, stejně jako metody, jež byly pro toto zpracování použity a jejichž výsledky přináší následující kapitoly.

Jak jsme již poznamenali, primární matice obsahovala 440 podniků, z nichž bylo 8 vyloučeno ještě před zahájením čištění dat. Uvedené podniky byly vyloučeny z důvodu nesplnění základních podmínek, které byly položeny pro zařazení podniku do matice.¹ Výsledný výběrový soubor, který je základem našeho šetření tedy obsahuje 432 podniků.

4.1. Příprava dat a jejich čištění

Základem zpracování dat je ověření jejich kvality ve smyslu minimalizace možných nesrovnalostí, které jsou dány nepřesným, či chybným vyplněním, resp. následným kódováním dotazníku. Předpokladem kvality dat je pochopitelně kvalita samotného dotazníku. Otázky v dotazníku by proto měly být formulovány s ohledem na obecně přijímané zásady.²

Úvodní část zpracování dat se – tak jak je obvyklé – sestávala z

- kódování dat,
- jejich editování a
- čištění.

Data získaná v našem šetření byla převedena do elektronické podoby. Pro kódování dat byl zvolen program SPSS, přičemž otázky byly kódovány v logice dotazníku. Jedna z podstatných otázek, kterou je nutno řešit již při kódování dat, je způsob přepisu chybějících (nevyplněných) odpovědí. Ačkoli zásady zpracování dat jednoznačně rozlišují několik označení (dle důvodů) pro chybějící (nevyplněná data),³ rozhodli jsme se používat pouze jedné kategorie. Ať už k nevyplnění

1 Jednalo se o nedodržení odvětvové struktury podniku (do matice jsme zařadili jen podniky ze Zpracovatelského průmyslu a Stavebnictví), či velikosti podniku (zařazovali jsme pouze podniky nad 50 zaměstnanců).

2 Jedná se zejména o stručnost a jednoznačnost otázek, vyhnouti se zavádějícím otázkám apod. Více viz např. IAROSI (2006).

3 Obvykle se označují jako NA (not applicable=nepoužitelná), NP (not provided=neposkytnutá), DK (don't know=nevím) a REF (refuse to answer=odmítl odpovědět). Vztah mezi těmito typy označení chybějících hodnot proměnných uvádí IAROSI (2006).

odpovědi na danou otázku vedly respondenty jakékoliv důvody, všechny nevyplněné odpovědi jsou pro další zpracování označeny jako chybějící (missing). U jednotlivých otázek se tedy ve výstupech univariční (i pokročilejších) analýzy objevují různé počty odpovědí, neboť do analýz zahrnujeme pouze validní (neboli ne-chybějící) data.

Obě další etapy – editování a čištění dat – mají stejný cíl. Jejich úkolem je minimalizovat počet případných chyb ve vyplněných odpovědích. Jak jsme již uvedli, požadavek úplnosti dat (tedy minimalizace chybějících odpovědí) jsme ponechali pouze v nejjednodušší formě. Nevyplněné odpovědi nebyly rekódovány na varianty dle důvodů nevyplnění. Avšak druhou zásadu – konzistenci – již naše otázky plně splňují. Námí používaný dotazník obsahuje celou řadu otázek, jejichž odpovědi spolu logicky souvisí a vytváří celek. Jedná se zejména o ty otázky, kde je nabídnuto několik možností, přičemž výsledek by měl dávat celek (obvykle 100 %). Všechny tyto vazby byly v rámci čištění prověřeny a zajištěny. Konzistence pochopitelně také znamená, aby odpovědi byly vyplňovány tazateli jednotně.⁴

Chybné nebo nekonzistentní odpovědi, které vyplynou z výše uvedených dvou etap, je možno posoudit a očistit dvěma možnými způsoby – vyloučit z primární matice, či nahradit chybou hodnotou hodnotou správnou.

V rámci této fáze čištění dat jsme se drželi obecně přijímané zásady posvátnosti sesbíraných dat. Tato zásada ve stručnosti říká, že hodnoty uváděné v dotazníku je možno měnit jen v případech, kdy je „více než jasné“, že jsou chybné (IAROSSO, 2006). Stejně tak je nutno dodržovat zásadu „doplňování dat v nejmenší možné míře“. Jinými slovy, v souladu s výše uvedenou zásadou, vstupovat do primární matice jen v případech, kdy je nezpochybnitelné, že respondent hodlal na danou otázku odpovědět právě tímto způsobem.⁵

Výsledkem přípravné fáze zpracování dat tedy je primární matice s konzistentními daty, přičemž všechny logické vazby mezi nimi (uváděné v dotazníku) jsou splněny. Je tedy možné data použít pro další statistické zpracování.⁶

4.2. Typy proměnných vstupujících do prezentovaných analýz

V dotazníku, který byl základem našeho šetření, jsme využili několika typů proměnných. Kromě menšího množství otevřených otázek, obsahuje dotazník především uzavřené otázky. Uzavřené otázky respondentovi nabízejí různé (předem dané) varianty odpovědí. Na základě těchto typů odpovědí je možno rozlišit jednotlivé proměnné (které odpovědi na otázky v dotazníku zastupují) na několik typů.

Vzhledem k tomu, že různé typy proměnných je nutno v rámci jejich statistického vyhodnocování pojímat odlišně, a také k tomu, že mezi různými typy proměnných existují přímé vztahy, uvádíme nejprve jejich varianty:⁷

■ Nominální proměnné

Slouží k pojmenování (odsud nominální) a odlišení různých typů převážně kvalitativních znaků. Hodnotami tohoto typu proměnných jsou především texty, písmena, či znaky. S výjimkou

4 Všichni tazatelé byli z těchto důvodů vyškoleni. K dispozici měli také podrobný manuál pro vyplnění dotazníku.

5 Jak uvádí FELLEGI, HOLT (1976), cílem dotazníkových šetření je sbírání a ne vyrábění dat.

6 Jak jsme již poznamenali, toto zpracování bylo provedeno v programu SPSS, stejně jako všechny dále zmiňované analýzy.

7 Podrobněji viz např. BABBIE, HALLEY, ZAINO (2000).

tzv. binárních⁸ nelze s nominálními proměnnými provádět žádné aritmetické operace (sčítat, odčítat, apod.)

■ **Ordinální proměnné**

Jsou obdobou nominálních proměnných, tentokrát však můžeme jednotlivé hodnoty proměnné mezi sebou porovnávat na číselné ose (ve smyslu větší/menší). Lze je dále statisticky vyhodnocovat i s použitím aritmetických operací.⁹

■ **Intervalové proměnné**

Obecnější variantou ordinální proměnné jsou intervalové proměnné, které lze porovnat i z hlediska jejich vzájemné velikosti (tedy o kolik je jedna větší než jiná).

■ **Poměrové (podílové) proměnné**

Jsou obecnější variantou intervalových proměnných. Odlišují se tím, že umožňují i srovnání ve smyslu poměru (kolikrát je jedna proměnná větší než druhá). Poměrová proměnná má tedy (na rozdíl od intervalové) jednoznačný výchozí bod (bod nula).¹⁰

Nominální a ordinální proměnné jsou také společně označovány jako kvalitativní proměnné, zatímco poměrové a intervalové jsou řazeny mezi kvantitativní proměnné.

4.3. Univariční analýza dat

První etapa statistického vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření je označována jako univariční analýza (neboli třídění prvního stupně). Opírá se o prostý popis výsledků šetření dle jednotlivých otázek. Výsledky univariční analýzy našeho dotazníkového šetření mezi vybranými podniky jsou prezentovány především dvěma formami:

- jako četnosti výskytu jednotlivých odpovědí (pro ordinální a nominální proměnné),
- jako průměrné hodnoty odpovědí spolu s příslušnou směrodatnou odchylkou (pro intervalové a poměrové proměnné).

V prvním případě je základní veličinou absolutní resp. relativní četnost (absolutní četnost vztažená k celku) výskytu jednotlivých variant odpovědí. Podstatné pro správnou formulaci výsledků těchto analýz je vyloučení chybějících dat (missing values). V souladu s výše uvedeným vyčištěním matice dat, prezentuje univariční analýza pouze platné (valid) hodnoty četností. Udávané počty i procenta jsou tedy vztažena k počtu platných odpovědí tedy k celkovému počtu respondentů (432) mínus chybějící odpovědi (missing) u dané otázky.

V případech, kdy je to vhodné, jsou dále udávány i kumulativní četnosti (tedy četnosti dané varianty odpovědi a nižších variant). Kumulativních četností pochopitelně není možno využít pro nominální data.

Pro popis intervalových a zejména poměrových dat však nelze v případě univariční analýzy využít četností. Uvedené proměnné obvykle mohou nabývat širokého spektra hodnot. Vhodnější je v tomto případě využití základních popisných statistik – aritmetického průměru odpovědí a příslušné směrodatné odchylky. Tyto dvě statistické veličiny je nutno pojímat komplexně jako jeden

8 Typický příklad binární nominální proměnné je např. pohlaví, kdy proměnná může nabývat pouze dvou hodnot (muž, žena).

9 V námi použitým dotazníku patří mezi ordinální proměnné většina otázek. Jedná se např. o otázky zjišťující důležitost jednotlivých skupin Stakeholderů (na stupnici od 1=nedůležitá po 5=vysoce důležitá) v části B 1 dotazníku.

10 Tento typ proměnných je druhý nejčastější v námi použitým dotazníku. Poměrové proměnné jsou například ty, jež zjišťují počet pracovníků dle jednotlivých kategorií v části B 3 dotazníku.

celek. Směrodatnou odchylku (jako odmocninu z rozptylu) lze považovat za míru vypovídací schopnosti průměru (čím nižší, tím průměr lépe reprezentuje odpovědi na danou otázku).¹¹

Podobně jako v případě ordinálních a nominálních dat je možno základní statistiky univariační analýzy doplnit o další míry. Tradičním doplňkem výše uvedených základních proměnných (průměru a směrodatné odchylky) jsou zejména kvantily (percentily), které umožňují nahlédnout na strukturu souboru z hlediska procentního rozdělení odpovědí. Vzhledem k tomu, že se v podstatě jedná o kumulativní relativní četnosti, je jejich interpretace obdobná.

Oba uvedené typy základních popisných veličin jsou v následujících kapitolách těžištěm prezentovaných výsledků. Četnosti jsou uváděny za celý statistický soubor, a to jak v absolutním tak i v relativním vyjádření. V případě otázek, jejichž výstupem jsou intervalové či poměrové proměnné, jsou uváděny aritmetické průměry a související směrodatné odchylky. Mimo tyto dvě základní veličiny je popis tohoto typu proměnných doplněn i o modus (nejčtenější variantu odpovědi na danou otázku) a medián (variantu odpovědi, která stojí přesně uprostřed celého spektra odpovědí respondentů).

4.4. Pokročilejší analýzy

Další část statistického vyhodnocení námi provedeného dotazníkového šetření se opírá o analýzu druhého stupně. Zakládá se opět na analýze četností, tentokrát však uváděných odděleně v rámci jednotlivých podskupin podniků (respondentů). Výsledkem jsou tedy opět absolutní a relativní četnosti (resp. průměry a odchylky), které však tentokrát umožňují odděleně charakterizovat analyzované podskupiny respondentů. Mimo analýzy četností podskupin je často používáno bivariační analýzy, jejímž základem jsou křížové resp. kontingenční tabulky (crosstabs). Kontingenční tabulky udávají četnosti odpovědí tříděné podle dvou statistických znaků. Dosažené rozdíly mezi četnostmi v jednotlivých podskupinách tabulky je možno statisticky testovat.

Nejnámějším z těchto testů je Pearsonův χ^2 test.¹² Testovanou (nulovou) hypotézou je vzájemná nezávislost hodnot v řádcích a sloupcích. Samotné testování nezávislosti vychází z předpokladu, že pravděpodobnost, že dané pozorování spadne do konkrétní buňky kontingenční tabulky, je součinem marginálních pravděpodobností. Na základě marginálních pravděpodobností lze vypočítat očekávaný počet pozorování v dané buňce křížové tabulky (odpovídající nezávislosti dat). Tento počet následně porovnáme s počtem skutečných pozorování. Hypotézu nezávislosti pak lze odmítnout v případě, že se tyto dvě hodnoty liší (ze statistického hlediska). Pokud hypotézu na základě χ^2 testu zamítneme (s danou statistickou významností), lze konstatovat, že mezi četnostmi studovaných dvou proměnných existuje vztah.¹³

V případě intervalových a poměrových veličin se namísto analýzy četností a kontingenčních tabulek využívá srovnání průměrných hodnot odpovědí na danou otázku. K ověření významnosti případných rozdílů průměrných hodnot mezi jednotlivými podskupinami lze nejjednodušeji využít statistických t-testů.

Základem našich analýz je dvouvýběrový t-test, jehož nulovou hypotézou je, že průměr ve dvou analyzovaných (pod)skupinách¹⁴ je shodný. V případě, že lze (s danou statistickou významností)

11 Směrodatná odchylka v podstatě ukazuje průměrnou vzdálenost hodnot od jejich aritmetického průměru. Čím nižší je tato hodnota, tím jsou data semknutější okolo aritmetického průměru.

12 Mimo Pearsonův χ^2 test jsme v případech, kdy nebyly zajištěny jeho předpoklady (zejména normalita dat), využili i alternativních testů. Jedná se například o Mann-Whitneyho test.

13 Pochopitelně pouze při současném splnění základních předpokladů testu, např. dostatečného počtu pozorování spadajících do jednotlivých políček tabulky. Za dostatečný počet se obvykle považuje počet 5 pozorování.

14 Např. firmy s českým a zahraničním vlastníkem.

odmítnout tuto hypotézu, můžeme usuzovat na odlišné průměrné odpovědi daných podskupin vzhledem k dané otázce. Neboli, lze konstatovat, že se odpovědi na danou otázku u zkoumaných podskupin (statisticky významně) odlišují. T-test lze pochopitelně opět využít pouze při splnění celé řady předpokladů. Základní z nich je normalita analyzovaných dat.¹⁵

V případě, že porovnáváme aritmetické průměry u většího počtu podskupin (či mezi jednotlivými otázkami) nelze již využít dvojitý t-testu. Nejznámější metodou je analýza rozptylu ANOVA. Analýza rozptylu je založena na třech základních předpokladech:

- nezávislost pozorování
- normální rozložení v populaci¹⁶
- homogenitu rozptylů v populaci.¹⁷

Jiný pohled na výše uvedené míry závislosti mezi dvěma (či více) proměnnými přináší **korelační analýza**. Korelační analýza slouží k popsání intenzity závislosti dvou různých proměnných. S ohledem na různé typy proměnných je také nutno používat odlišné míry této závislosti.

Nejznámějšími měrami korelace jsou Pearsonův a Spearmanův koeficient. Pearsonův koeficient je využíván zejména pro analýzu intervalových a poměrových proměnných a vyžaduje splnění podmínky normality a linearitu rozdělení zkoumaných proměnných. Spearmanův koeficient se pak využívá zejména pro měření vztahu mezi dvěma ordinálními proměnnými. Mimo uvedené dva koeficienty existuje celá řada dalších měř intenzity závislosti. Např. pro měření závislosti mezi nominálními proměnnými lze využít Kramerovo V.¹⁸

Výše uvedených pokročilejších analýz jsme využili zejména pro podrobnější nahlédnutí do struktury odpovědí v rámci vybraných skupin respondentů (podniků). Z hlediska předmětu šetření jsme se rozhodli pro všechny otázky v dotazníku využít následujících třídících znaků:

- Jednotlivé typy OKEČ (jak v základním dělení na zpracovatelský průmysl a stavebnictví, tak i v podrobnějším členění dle jednotlivých podskupin).
- Právní forma vlastníka (fyzické a právnické osoby).
- Velikost podniku (50–99 zaměstnanců, 100–249 zaměstnanců a větší než 250 zaměstnanců).

Následující kapitoly tedy přinášejí pro tyto tři třídící znaky příslušné kontingenční tabulky. Všechny tabulky byly podrobeny statistickému testování na základě některého z výše uvedených testů (zejména Pearsonova χ^2 testu). V testu jsou zdůrazněny jen ty výsledky, u nichž byla nalezena statistická významnost u pozorovaných rozdílů.

Mimo uvedené tři proměnné jsou v následujících kapitolách využity i další třídící znaky. I v tomto případě je základem analýzy kontingenční tabulka a následné testování významnosti rozdílů v ní uváděných. Jednotlivé třídící znaky jsou však pro jednotlivé části dotazníku specifické a jsou tedy v každé z následujících kapitol odlišné. V tomto smyslu se také mohou lišit statistické testy, či míry závislosti použité pro posouzení rozdílů.

V případě intervalových či poměrových veličin jsou namísto kontingenčních tabulek uváděny průměrné hodnoty a směrodatné odchylky v jednotlivých skupinách. Významnost případných

15 V případě, že tuto podmínku nelze dodržet, je nutno pro testování využít některého z neparametrických testů – například Man-Whitney testu. Blíže viz např. RABUŠIC, MAREŠ (2003).

16 Požadavek normality rozdělení činí obvykle největší problémy. Z těchto důvodů je tato podmínka často oslabena na požadavek vyloučení extrémní nenormality dat. V případech, že data nesplňují ani tento požadavek (jsou tedy výrazně nenormálně rozložena), je nutno využít některého z neparametrických testů (např. Kruskal-Wallis testu). Podrobněji např. FINK (1995)

17 Shoda rozptylů v populaci je nejčastěji ověřována dle Levenova testu pro homogenitu rozptylů.

18 Více viz např. MAREŠ, RABUŠIC (2003)

rozdílů je zjišťována především na základě t-testu, případně posuzována pomocí měr závislosti, zejména vhodných korelačních koeficientů (viz výše).

Následující kapitoly tedy přinášejí výsledky základní analýzy statistického souboru 432 podniků, které se zúčastnily našeho dotazníkového šetření. Uváděné výsledky se opírají především o univariační analýzu dat. Kapitoly tak přinášejí vyčerpávající pohled na strukturu odpovědí respondentů. V textu kapitol jsou dále prezentovány nejvýznamnější výsledky bivariační analýzy ve formě kontingenčních tabulek či srovnání průměrů. Kompletní výsledky tohoto typu analýz jsou uvedeny v příloze. V souladu s výše uvedenými metodickými zásadami jsou prezentovány výsledky zkontrolovaných a očištěných dat.

Část II PRIMÁRNÍ ANALÝZA DAT DLE JEDNOTLIVÝCH SEKČÍ DOTAZNÍKU



5. Faktory konkurenceschopnosti podniku (A)

V této kapitole jsou zkoumány vnitřní a vnější faktory konkurenceschopnosti. Podkapitoly 5.1. až 5.9. se zaměřují na vnitřní faktory, tedy takové, které má podnik možnost ovlivňovat a které se nalézají uvnitř daného podniku. Patří sem činitelé vědeckého technického rozvoje, marketingové a distribuční faktory, dále pak faktory výroby a jejího řízení, podnikové a pracovní zdroje a finanční a rozpočtové aspekty podnikání. V otázkách A2. až A12. bylo zjišťováno, jak daný podnik hodnotí úroveň endogenních faktorů konkurenceschopnosti, a to v porovnání s konkurenty. Respondenti odpovídali na škále „1 – výrazně nižší“ až „5 – výrazně vyšší“. Dále respondent odhadoval, jaký vliv má úroveň daného faktoru na konkurenceschopnost podniku. Bylo možné zvolit odpovědi na pětibodové škále „silně negativní vliv“ až „silně pozitivní vliv“.

V podkapitolách 5.10. až 5.17. jsou zkoumány vnější faktory konkurenceschopnosti. Jsou to aspekty, které působí na podnik z vnějšku a podnik nemá možnost je ovlivnit, nebo je tato možnost jen omezená, nepřímá. Respondenti v otázkách 5.10. až 5.17. uváděli, jak vnímají vyjmenované exogenní faktory konkurenceschopnosti v prostředí, kde působí jejich podnik. Dotazovaní vybírali z odpovědí „1 – velmi nízký(á)“ až „5 – velmi vysoký(á)“. Dále respondenti také uváděli, jaký vliv má úroveň daného faktoru na konkurenceschopnost podniku. Byly nabídnuty odpovědi na škále „silně negativní vliv“ až „silně pozitivní vliv“. Je dobré zde připomenout, že odpovědi této části výzkumu vyjadřují vždy subjektivní názor respondenta.

5.1. Inovační aktivita

5.1.1. Charakteristika otázky

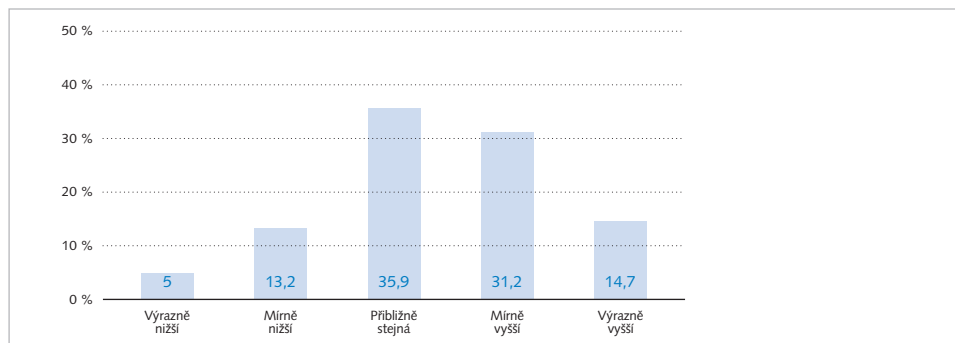
A2. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, inovační aktivitu Vašeho podniku v oblasti rozvoje svých produktů (výrobků či služeb)?

5.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 7: Úroveň inovační aktivity – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	21	5,0
Mírně nižší	56	13,2
Přibližně stejná	152	35,9
Mírně vyšší	132	31,2
Výrazně vyšší	62	14,7
Celkem	423	100,0

Graf č. 5: Úroveň inovační aktivity – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A2. byla vysoká – téměř 98%, neodpovědělo v absolutním vyjádření 9 respondentů.

V odpovědích byla respondenty využita celá škála. Průměr hodnot je 3,4, slovně vyjádřeno – nachází se mezi možnostmi „přibližně stejná“ a „mírně vyšší“. Hodnota směrodatné odchylky odpovědí je 1,04.

Nejméně respondentů (5%) přiznalo inovační aktivitu na výrazně nižší úrovni oproti konkurenci. Naopak nejčastěji byla udávána přibližně stejná aktivita (35,9%) a často se vyskytuje i mírně vyšší aktivita v oblasti rozvoje nových produktů (31,2%). Téměř 15% respondentů uvádí výrazně vyšší inovační aktivitu.

Zkoumáme-li úroveň inovační aktivity dle oboru činnosti, tzn. porovnáváme průmysl zpracovatelský a stavební, pak lze konstatovat, že nejvyšší procento podniků v obou skupinách uvádí přibližně srovnatelnou aktivitu ve srovnání s konkurencí, nicméně v oboru stavebnictví je zastoupení

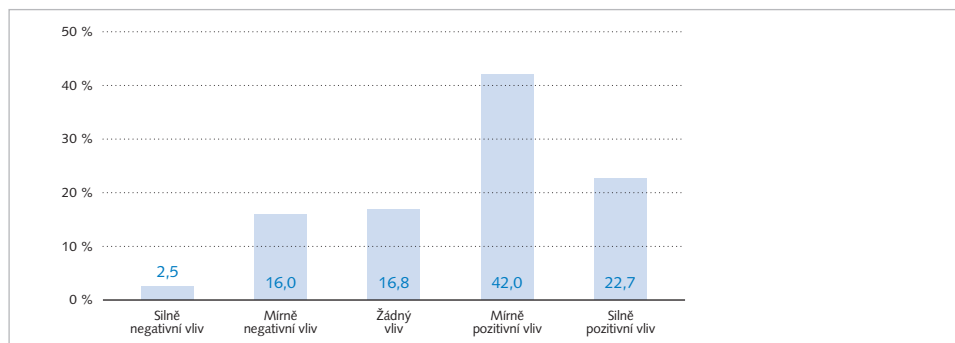
tohoto názoru vyšší (45,1%) oproti zpracovatelskému průmyslu (33,7%). Ostatní hodnoty jsou soustředěny okolo tohoto maxima velmi srovnatelně.

Dále bylo zjišťováno, zda existují rozdíly v odpovědích podniků různé velikosti. Je třeba konstatovat, že zde neexistují významné rozdíly mezi procentuálním zastoupením jednotlivých odpovědí v rámci skupin podniků různé velikosti. Úroveň inovační aktivity nesouvisí ani s právní formou organizace. Odpovědi v rámci společností s. r. o. a akciových společností mají opět podobné procentuální zastoupení.

Tabulka č. 8: **Vliv inovační aktivity na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	10	2,5
Mírně negativní vliv	64	16,0
Žádný vliv	67	16,8
Mírně pozitivní vliv	168	42,0
Silně pozitivní vliv	91	22,7
Celkem	400	100,0

Graf č. 6: **Vliv inovační aktivity na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku zodpovědělo 92,5% respondentů. Byly využity všechny možnosti odpovědí a průměr hodnot je roven 3,7 – lze tedy říci, že se v průměru respondenti přiklání k odpovědi „mírně pozitivní vliv“. Směrodatná odchylka odpovědí je 1,07.

Nejvíce podniků (42%) vnímá inovační aktivitu jako spíše pozitivní faktor konkurenceschopnosti a dalších 22,7% podniků se dokonce domnívá, že tento aspekt má výrazně pozitivní vliv na jejich konkurenceschopnost. 16,8% respondentů uvádí nulový vliv a přibližně stejné procento podniků (16%) mírně negativní vliv inovační aktivity. Silně negativně z pohledu konkurenceschopnosti je inovační činnost vnímána jen ve 2,5% podniků.

V rámci skupin dle oboru činnosti se ukázalo víceméně podobné zastoupení jednotlivých odpovědí. Poukázat lze snad jen na skutečnost, že podniky zpracovatelského průmyslu zastávají ve

vyšší míře názor, že inovační aktivita má výrazně pozitivní vliv na konkurenceschopnost (25,3 % oproti 11,1 % ve stavebnictví).

Zkoumáme-li, jak podniky vnímají vliv inovační aktivity, dle velikosti podniku, pak zjišťujeme, že velká část podniků s více jak 250 zaměstnanci (48,7 %) udává mírně pozitivní vliv inovační aktivity. Tato odpověď je nejvíce zastoupena i u podniků s méně zaměstnanci, ale ne již tak výrazně (35,6 % u podniků s 50–99 zaměstnanci a 41,7 % u podniků se 100–249 zaměstnanci). U těchto subjektů jsou odpovědi více rozprostřeny i mezi další možnosti. Právní forma nemá zásadní vliv na vnímání vlivu inovační aktivity podniku na konkurenceschopnost.

5.2. Flexibilita

5.2.1. Charakteristika otázky

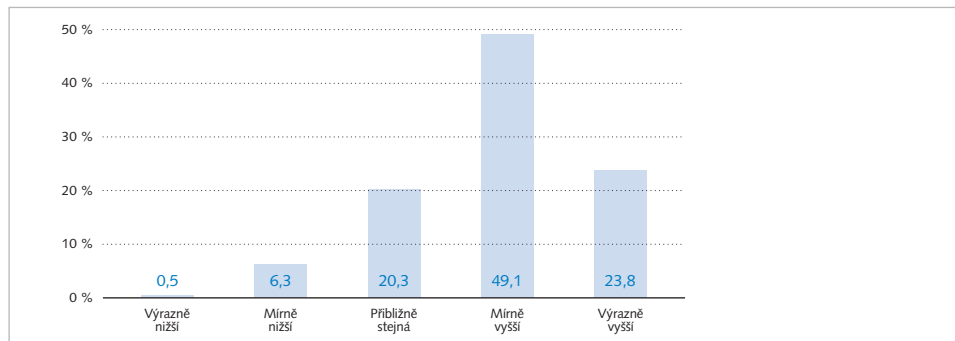
A3. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, schopnost Vašeho podniku pružně přizpůsobovat své produkty požadavkům zákazníků?

5.2.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 9: Schopnost pružného přizpůsobení se požadavkům zákazníka – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	2	0,5
Mírně nižší	27	6,3
Přibližně stejná	87	20,3
Mírně vyšší	210	49,1
Výrazně vyšší	102	23,8
Celkem	428	100,0

Graf č. 7: Schopnost pružného přizpůsobení se požadavkům zákazníka – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

V otázce A3. byla dosažena míra zodpovězení plných 99%. Pouze 4 respondenti ze 432 tuto otázku vynechali. Respondenti opět využili celou škálu odpovědí. Průměr hodnot je 3,9 a lze tedy říci, že se podniky v průměru přiklánějí k názoru, že jejich schopnost pružně reagovat na požadavky zákazníků je na mírně vyšší úrovni ve srovnání s konkurencí. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,85, odpovědi jsou tedy poměrně homogenní.

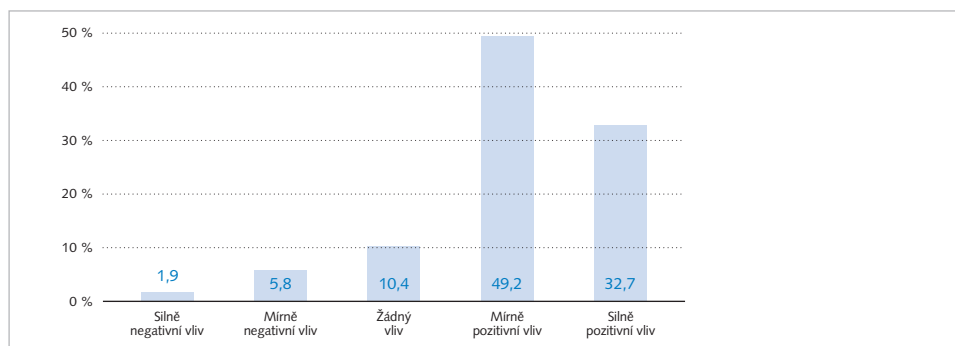
Téměř 50 % podniků uvádí mírně vyšší pružnost a dalších 25 % dokonce výrazně vyšší pružnost oproti konkurenci. Je tedy znát, že si podniky poměrně hodně věří ve schopnosti reagovat na měnící se požadavky zákazníků. Dále 20 % podniků odhaduje úroveň flexibility vůči požadavkům zákazníků na přibližně stejné úrovni ve srovnání s konkurencí. Jen velmi málo respondentů (celkově 6,8%) se domnívá, že je jejich podnik v této oblasti na nižší úrovni než konkurenční subjekty.

V rámci zpracovatelského průmyslu a stavebnictví jsou zastoupení jednotlivých odpovědí relativně obdobná. Podniky různé velikosti vnímají svoji schopnost reagovat na požadavky zákazníků poměrně podobně. Také právní forma podniků neovlivňuje zásadně to, jak je vnímána flexibilita podniku vůči přáním zákazníků.

Tabulka č. 10: **Vliv pružného přizpůsobení se požadavkům zákazníka na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	8	1,9
Mírně negativní vliv	24	5,8
Žádný vliv	43	10,4
Mírně pozitivní vliv	203	49,2
Silně pozitivní vliv	135	32,7
Celkem	413	100,0

Graf č. 8: **Vliv pružného přizpůsobení se požadavkům zákazníka na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Otázka byla zodpovězena téměř 96% podniků. Žádnou možnost nevybralo, v absolutním vyjádření, 19 respondentů. Byla opět využita celá škála odpovědí. Průměr je roven hodnotě 4 a směrodatná odchylka má hodnotu 0,92.

Je zde vidět silný příklon k pozitivnímu vlivu flexibility na konkurenceschopnost, celkově se tak vyjádřilo téměř 82 % respondentů, z toho 49,2 % volilo možnost „mírně pozitivní vliv“ a 32,7 % uvádí „silně pozitivní vliv“. Ostatní odpovědi již nemají tak výrazné zastoupení, 10,4 % respondentů se domnívá, že pružnost nemá vliv na flexibilitu a pro zbylých 7,7 % podniků je schopnost přizpůsobit se požadavkům zákazníka vnímána jako negativní faktor jejich konkurenceschopnosti.

Rozložení odpovědí se v rámci oborů činnosti příliš neliší, nicméně lze si všimnout, že stavební podniky udávají častěji mírný vliv pružnosti na konkurenceschopnost (56,5 % oproti 47,5 % ve zpracovatelském průmyslu), zatímco podniky zpracovatelské udávají častěji silný vliv tohoto aspektu na jejich úspěšnost (35 % oproti 22,4 % ve stavebnictví).

Vliv pružnosti na konkurenceschopnost podniku je vnímán obdobně v rámci skupin podniků různé velikosti. Zkoumáme-li rozvrstvení odpovědí dle právní formy, je zřejmé, že zde neexistují rozdíly.

5.3. Kvalita produktů

5.3.1. Charakteristika otázky

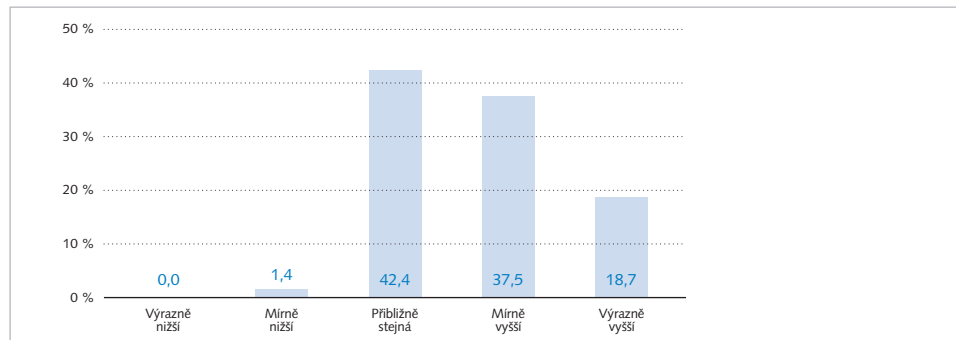
A4. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, kvalitu produktů Vašeho podniku?

5.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 11: Úroveň kvality produktů – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	0	0,0
Mírně nižší	6	1,4
Přibližně stejná	181	42,4
Mírně vyšší	160	37,5
Výrazně vyšší	80	18,7
Celkem	427	100,0

Graf č. 9: Úroveň kvality produktů – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A4. byla opět velmi vysoká – téměř 99%. Otázku nezodpovědělo, absolutně vyjádřeno, pouze 5 respondentů. V této otázce nebyla respondenty využita celá škála odpovědí, žádný podnik nezvolil variantu „1 – výrazně nižší“. Průměrná hodnota je zhruba 3,7, což znamená, že se v průměru respondenti přiklání k odpovědi „4 – mírně vyšší“. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,77, opět je tedy možné konstatovat homogenitu odpovědí.

Zanedbatelná část podniků (1,4%) uvádí mírně nižší úroveň kvality. Nejčastěji respondenti uvádějí stejnou (42,4%) a mírně vyšší kvalitu produkce (37,5%). Výrazně vyšší kvalitu produkce oproti konkurenci uvádí 18,7% podniků.

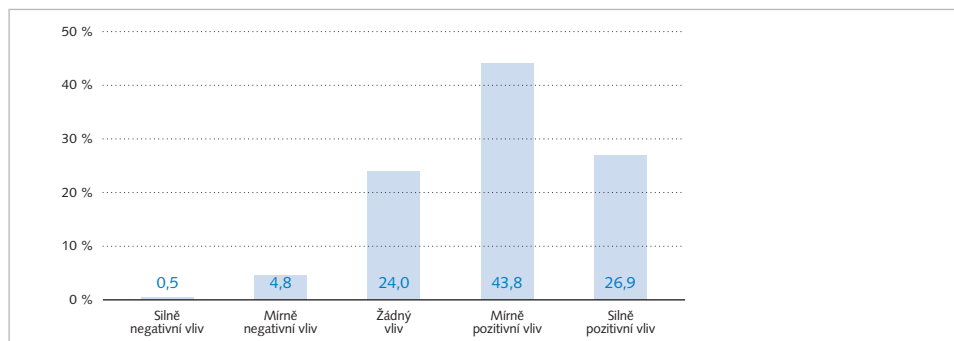
Zkouáme-li zastoupení odpovědí v rámci oborů činnosti, pak lze konstatovat, že podniky zpracovatelského průmyslu se nejčastěji domnívají, že kvalita jejich produkce je srovnatelná s konkurenční (44,4%), zatímco stavební podniky nejčastěji uvádějí mírně vyšší kvalitu svojí produkce ve srovnání konkurenty (52,5%).

Odpovědi byly zkoumány také z hlediska velikosti podniků a je zřejmé, že se zastoupení odpovědí v rámci skupin různě velkých podniků významně neliší. Z hlediska rozdělení podniků dle právní formy lze opět konstatovat víceméně podobné zastoupení odpovědí. Společnosti s ručním omezeným se ale častěji domnívají, že kvalita jejich produkce je na výrazně vyšší úrovni oproti konkurenci (23,1% oproti 13,2% u akciových společností).

Tabulka č. 12: **Vliv kvality produktů na konkurenceschopnost– výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	2	0,5
Mírně negativní vliv	20	4,8
Žádný vliv	99	24,0
Mírně pozitivní vliv	181	43,8
Silně pozitivní vliv	111	26,9
Celkem	413	100,0

Graf č. 10: **Vliv kvality produktů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Na tuto otázku odpovědělo téměř 96 % respondentů. Respondenti využili všechny nabízené možnosti odpovědí, nicméně odpověď „silně negativní vliv“ byla vybrána jen dvěma respondenty z celkového počtu 413 dotázaných. Průměr odpovědí má hodnotu 3,91 a směrodatná odchylka je rovna 0,86.

Přes 70 % respondentů uvádí pozitivní vliv kvality produktů na konkurenceschopnost podniku, z toho 43,8 % vnímá tento vliv jako mírný a 26,9 % jako silný. Ve 24 % podniků nemá kvalita produktů dopad na konkurenceschopnost. Zhruba 5 % respondentů se domnívá, že kvalita jejich produktů negativně ovlivňuje jejich konkurenceschopnost.

Odpovědi byly dále analyzovány z hlediska oboru činnosti a bylo zjištěno, že podniky ve zpracovatelském průmyslu i ve stavebnictví vnímají vliv kvality produkce na svoji konkurenceschopnost obdobně.

V rámci skupin dle velikosti podniku nebyly zjištěny významné rozdíly mezi zastoupením jednotlivých odpovědí. Právní forma taktéž nemá vliv na zkoumaný faktor.

5.4. Náklady na pracovní sílu

5.4.1. Charakteristika otázky

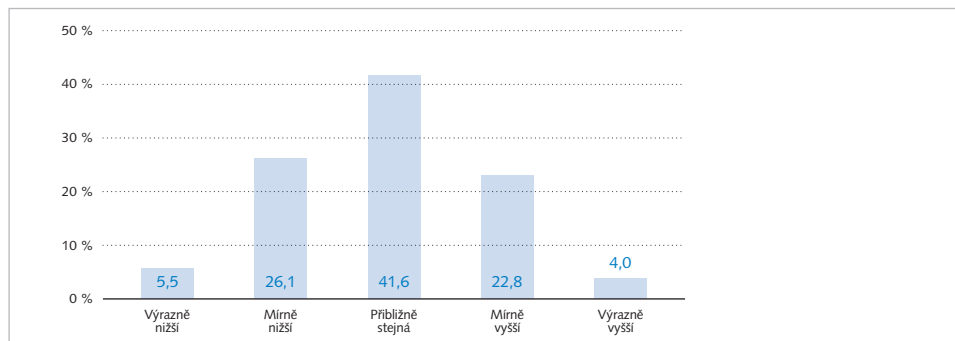
A5. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, náklady na pracovní sílu ve Vašem podniku?

5.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 13: **Náklady na pracovní sílu – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	23	5,5
Mírně nižší	110	26,1
Přibližně stejné	175	41,6
Mírně vyšší	96	22,8
Výrazně vyšší	17	4,0
Celkem	421	100,0

Graf č. 11: Náklady na pracovní sílu – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku A5. zodpovědělo 97,5% respondentů, 2,5%, tedy absolutně 11 ze 432 podniků tuto otázku vynechalo. Respondenti využili celou škálu možných odpovědí. Průměr má hodnotu 2,9, respondenti se tedy přiklání k odpovědi „přibližně stejné“ náklady na pracovní sílu. Směrodatná odchylka je rovna 0,93.

Nejvyšší počet respondentů (41,6%) uvedlo přibližně stejné náklady na pracovní sílu ve srovnání s konkurenty. Dále jsou často udávány mírně nižší (26,1%) a mírně vyšší (22,8%) náklady na práci. Krajní možnosti pak uvádí vždy jen malá část dotázaných.

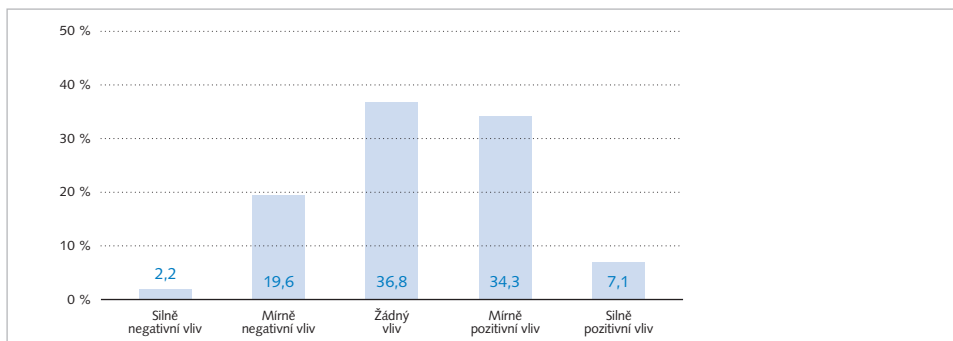
V rámci oborů činnosti udává větší část podniků zpracovatelského průmyslu nižší náklady na pracovní sílu ve srovnání s konkurencí (celkově 35,6%) oproti stavebnictví, kde nižší pracovní náklady uvedlo celkově jen 14,8% respondentů. Ve stavebnictví naopak výrazně vyšší část podniků hodnotí své pracovní náklady stejně vysoké, jako má konkurence (59,3%) oproti zpracovatelskému průmyslu, kde takto odpovědělo 37,3% podniků.

Zkoumáme-li, jak různě velké podniky hodnotí své náklady na pracovní sílu, pak je zastoupení odpovědí poměrně podobné. Rozdíl lze spatřovat v tom, že větší část podniků s více jak 250 zaměstnanci vnímá tyto své náklady jako výrazně nižší (10,2%), zatímco stejnou odpověď zvolilo jen 3,3% podniků s 50–99 zaměstnanci a 3,5% podniků s 100–249 zaměstnanci. Na druhou stranu podniky menší a střední udávají přibližně stejné náklady na pracovní sílu ve srovnání s konkurencí častěji než podniky s více jak 250 pracovníky. Při rozdělení podniků dle právní formy nebyly zjištěny významné rozdíly v procentuálním zastoupení jednotlivých odpovědí.

Tabulka č. 14: Vliv nákladů na pracovní sílu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	9	2,2
Mírně negativní vliv	80	19,6
Žádný vliv	150	36,8
Mírně pozitivní vliv	140	34,3
Silně pozitivní vliv	29	7,1
Celkem	408	100,0

Graf č. 12: **Vliv nákladů na pracovní sílu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky je 94,4 %, absolutně vyjádřeno 408 z celkového počtu 432 podniků.

Respondenti využili všechny nabízené možnosti odpovědí, průměrná hodnota jejich odpovědí je rovna 3,2 a standardní odchylka má hodnotu 0,92.

Nejvíce podniků (36,8 %) se domnívá, že náklady na pracovní sílu nemají vliv na konkurenceschopnost. Dále 34,3 % dotázaných uvádí mírně pozitivní vliv a 19,6 % naopak mírně negativní vliv. Krajní možnosti odpovědí. jsou voleny jen velmi malým počtem respondentů.

Při rozdělení podniků dle oboru činnosti bylo zjištěno, že ve zpracovatelském průmyslu a stavebnictví je vliv nákladů na práci na konkurenceschopnost vnímán poněkud odlišně. Stavební podniky nejčastěji uvádí, že náklady na práci nemají žádný vliv na jejich úspěšnost (52,6 %). Tento názor ale zastává jen 33,1 % podniků ve zpracovatelském průmyslu. Podniky zpracovatelské nejčastěji uvádí mírně pozitivní vliv (36,3 %), zatímco stavební podniky takto odpovídají méně často (25 %). Zastoupení ostatních odpovědí je poměrně podobné.

Dále analyzujeme, jak souvisí velikost podniku s vnímáním vlivu nákladů na pracovní sílu na konkurenceschopnost. Podniky s 50–99 zaměstnanci a 100–249 zaměstnanci se nejčastěji domnívají, že faktor nákladů na pracovní sílu nemá žádný vliv na konkurenceschopnost (v obou skupinách je zastoupení této odpovědi přes 40 %). Naproti tomu nejvíce podniků s více jak 250 zaměstnanci udává mírně pozitivní vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost (42,4 %). Maxima těchto skupin jsou tedy jiná, nicméně ostatní zastoupení odpovědí se vyvíjejí poměrně obdobně.

Právní forma nemá vliv na zastoupení jednotlivých odpovědí u této otázky.

5.5. Ostatní náklady

5.5.1. Charakteristika otázky

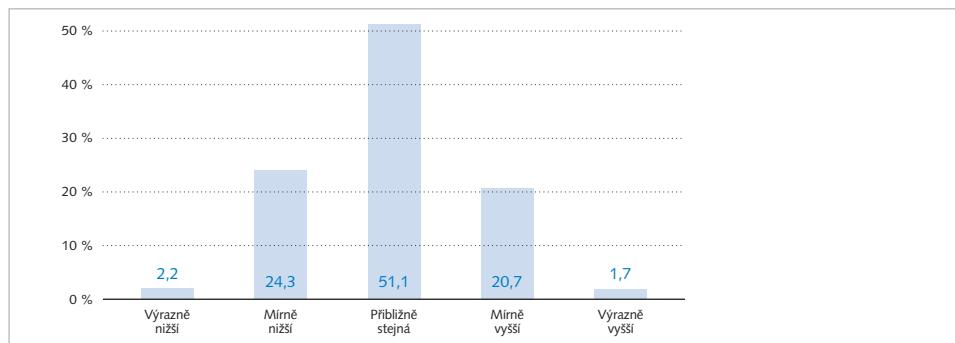
A6. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, ostatní náklady ve Vašem podniku?

5.5.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 15: Ostatní náklady – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	9	2,2
Mírně nižší	101	24,3
Přibližně stejné	212	51,1
Mírně vyšší	86	20,7
Výrazně vyšší	7	1,7
Celkem	415	100,0

Graf č. 13: Ostatní náklady – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Otázka byla zodpovězena z 96 %, nevyjádřilo se 17 podniků. Respondenti zde opět využili všechny možné odpovědi. V průměru volili odpověď „3 – přibližně stejné“ ostatní náklady ve srovnání s konkurenty. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,77.

Rozložení odpovědí je velmi podobné jako v případě nákladů na pracovní sílu. Nejvíce podniků (51,1 %) volí „zlatou střední cestu“ a domnívá se, že jejich ostatní náklady jsou srovnatelné s konkurencí. Dále respondenti často uvádí mírně nižší (24,3 %) a mírně vyšší ostatní náklady (20,7 %) oproti konkurenci. Krajní odpovědi – výrazně nižší či výrazně vyšší úroveň ostatních nákladů – volí jen velmi malá část podniků v řádu jednotek procent.

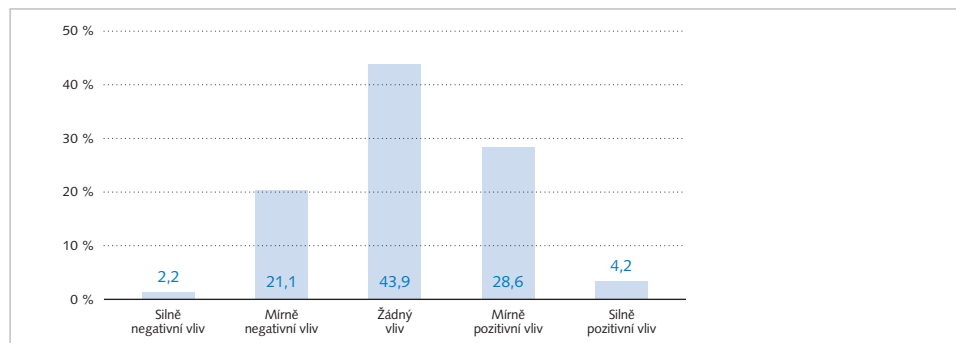
Zkoumáme-li rozdělení četností odpovědí v rámci zpracovatelského průmyslu a stavebnictví, pak lze konstatovat, že zpracovatelský průmysl vnímá tyto náklady jako mírně vyšší častěji (22,8 %) nežli stavebnictví (11,5 %). Ve stavebnictví vyšší procento podniků hodnotí ostatní náklady jako srovnatelné s konkurencí (60,3 %) oproti zpracovatelskému průmyslu (49 %).

V rámci skupin podniků různé velikosti nedochází k významným rozdílům v procentuálním zastoupení odpovědí. Také právní forma nemá vliv na hodnocení ostatních nákladů ve srovnání s konkurencí.

Tabulka č. 16: **Vliv ostatních nákladů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	9	2,2
Mírně negativní vliv	85	21,1
Žádný vliv	177	43,9
Mírně pozitivní vliv	115	28,6
Silně pozitivní vliv	17	4,2
Celkem	403	100,0

Graf č. 14: **Vliv ostatních nákladů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku zodpovědělo přes 93 % respondentů. Všechny možnosti odpovědí byly využity, průměr hodnot je 3,1 a směrodatná odchylka má hodnotu 0,86.

Situace je podobná jako v otázce vlivu nákladů na pracovní sílu. Také faktor ostatní náklady nemá, dle mínění respondentů, žádný vliv na konkurenceschopnost podniku, což uvedlo plných 43,9 % dotazovaných. Další respondenti vnímají aspekt ostatních nákladů vůči konkurenceschopnosti mírně pozitivně (28,6%) a jiní mírně negativně (21,1 %).

Rozdíly mezi zpracovatelským průmyslem a stavebnictvím nejsou v této otázce nijak markantní. Neexistují zásadní rozdíly ani v rámci skupin podniků dle velikosti. Právní forma nemá zásadní vliv na vnímání působení ostatních nákladů na konkurenceschopnost.

5.6. Kvalifikace pracovníků

5.6.1. Charakteristika otázky

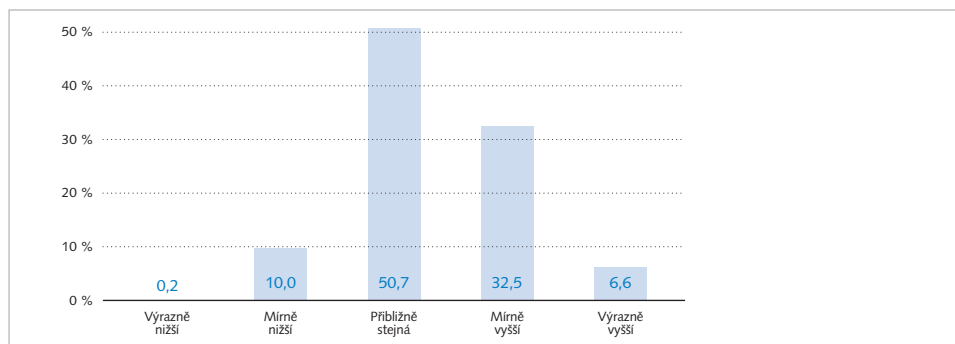
A7. Jak hodnotíte, v porovnání s konkurenty, ostatní náklady ve Vašem podniku?

5.6.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 17: Úroveň kvalifikace pracovníků – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	1	0,2
Mírně nižší	42	10,0
Přibližně stejná	214	50,7
Mírně vyšší	137	32,5
Výrazně vyšší	28	6,6
Celkem	422	100,0

Graf č. 15: Úroveň kvalifikace pracovníků – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A7. je téměř 98 %. V absolutním vyjádření neodpovědělo 10 respondentů z celkového počtu 432 podniků.

Respondenti opět využili celou škálu odpovědí, ale nutno poznamenat, že odpověď „výrazně nižší“ byla označena jen jedním respondentem. Průměr odpovědí má hodnotu 3,4, slovně vyjádřeno na pomezí odpovědí „přibližně stejná“ a „mírně vyšší“. Směrodatná odchylka má v tomto případě hodnotu 0,8.

Je zřejmé, že se respondenti jednoznačně přiklání ke srovnatelné (50,7 %) a mírně vyšší (32,5 %) úrovni kvalifikace pracovníků ve srovnání s konkurenčními subjekty. Výrazně vyšší úroveň kvalifikace zaměstnanců uvádí 6,6 % dotázaných subjektů.

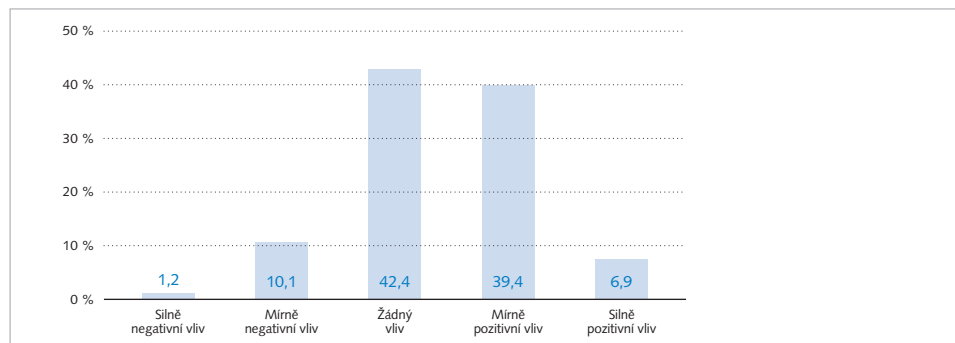
Při rozdělení dle oboru činnosti je pořadí zastoupení odpovědí shodné, nejčastěji hodnotí obě skupiny úroveň kvalifikace jako srovnatelnou s konkurencí. Příklon k této odpovědi je výrazněji ve stavebních podnicích (59,7 % oproti 48,5 % ve zpracovatelském průmyslu). V rámci skupin

podniků rozdělených dle velikosti nebyly zjištěny významné rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí. Zkoumáme-li zastoupení odpovědí dle právní formy, pak nenalzáme žádné významné rozdíly, procenta jednotlivých odpovědí jsou v tomto případě až překvapivě podobná.

Tabulka č. 18: **Vliv kvalifikace pracovníků na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	5	1,2
Mírně negativní vliv	41	10,1
Žádný vliv	172	42,4
Mírně pozitivní vliv	160	39,4
Silně pozitivní vliv	28	6,9
Celkem	406	100,0

Graf č. 16: **Vliv kvalifikace pracovníků na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Tato otázka byla zodpovězena celkem 94 % respondentů. Byly využity všechny nabízené možnosti odpovědí a průměrná hodnota je 3,4. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,81, lze tedy říci, že respondenti byli poměrně homogenní ve svých odpovědích.

Poměrně zajímavé je zjištění, že nejvíce respondentů (42,4 %) se domnívá, že úroveň kvalifikace zaměstnanců nemá vliv na konkurenceschopnost. Dalo by se to vysvětlit tím, že se ve zkoumaném vzorku jedná o výrobní podniky. Mírně pozitivní vliv kvalifikace pracovníků na konkurenceschopnost uvedlo 39,4 % respondentů. Mírně negativní vliv zaznamenalo 10,1 % respondentů a silně pozitivní vliv pak 6,9 % dotázaných.

V rámci zpracovatelského průmyslu a stavebnictví je zastoupení odpovědí podobné. Ve skupinách dle velikosti podniku neexistují významnější rozdíly v procentuálním zastoupení odpovědí. Vnímání vlivu kvalifikace na konkurenceschopnost není nijak ovlivněno ani právní formou daného podniku.

5.7. Péče o zákazníky

5.7.1. Charakteristika otázky

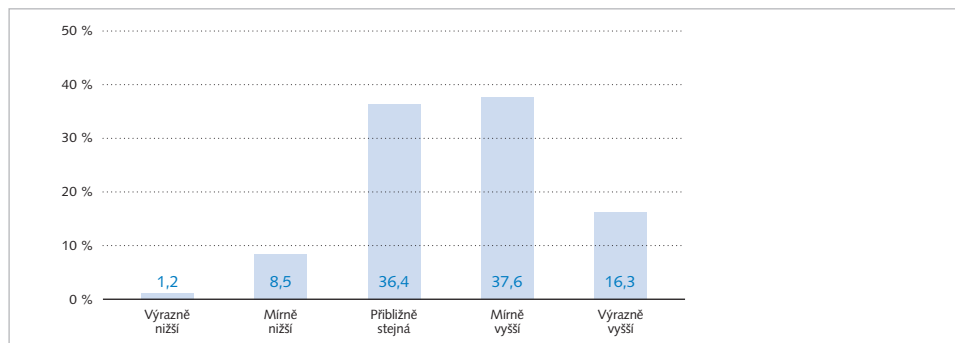
A8. Jaká péče je, v porovnání s konkurenty, věnována zákazníkům Vašeho podniku?

5.7.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 19: Péče o zákazníky – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	5	1,2
Mírně nižší	36	8,5
Přibližně stejná	154	36,4
Mírně vyšší	159	37,6
Výrazně vyšší	69	16,3
Celkem	423	100,0

Graf č. 17: Péče o zákazníky – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

V otázce A8. byla opět dosažena vysoká míra zodpovězení – plných 98 % respondentů zvolilo některou z možností. Otázku nezodpovědělo, v absolutním vyjádření, 9 podniků. Byly opět využity všechny možnosti odpovědí. Průměrná hodnota je 3,6, tedy – slovně vyjádřeno – na pomezí možností „přibližně stejná“ a „mírně vyšší“ péče o zákazníka. Hodnota směrodatné odchylky odpovědí je v tomto případě rovna 0,9.

Je zřejmé, že podniky se v oblasti péče o zákazníky hodnotí poměrně kladně. Jen zhruba 10 % podniků vnímá úroveň svojí péče o zákazníka na nižší úrovni v porovnání s konkurencí. Okolo 37 % respondentů hodnotí tuto oblast ve svém podniku jako srovnatelnou s jinými subjekty a přibližně stejné procento podniků hodnotí péči o zákazníky jako mírně vyšší oproti konkurenčním subjektům. Poměrně hodně respondentů (16,3 %) dále vnímá úroveň péče o klienty ve svém podniku na výrazně vyšší úrovni ve srovnání s konkurenty.

Zkoumáme-li odpovědi respondentů v rámci skupin dle oboru činnosti, pak lze opět konstatovat, že trend odpovědí podniků zpracovatelského průmyslu a stavebnictví je podobný a neexistují výrazné rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí.

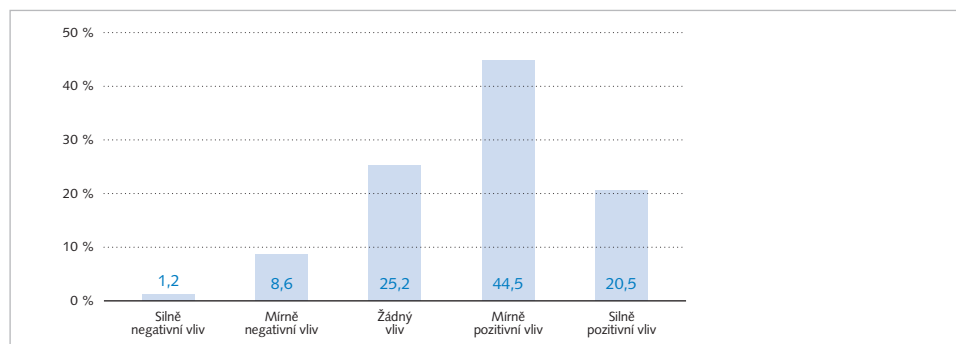
Velikost podniku rovněž nemá vliv na vnímání péče o zákazníky, různé velké podniky opět odpovídali víceméně podobně.

Právní forma daného podniku také neovlivňuje odpovědi respondentů v této oblasti.

Tabulka č. 20: **Vliv péče o zákazníky na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	5	1,2
Mírně negativní vliv	35	8,6
Žádný vliv	103	25,2
Mírně pozitivní vliv	182	44,5
Silně pozitivní vliv	84	20,5
Celkem	409	100,0

Graf č. 18: **Vliv péče o zákazníky na konkurenceschopnost– výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Tuto část otázky zodpovědělo bezmála 95 % respondentů. Byly využity všechny možné odpovědi, nicméně odpověď „silně negativní vliv“ volilo absolutně jen 5 respondentů. Průměrná hodnota odpovědí je 3,7, tedy příklon k „pozitivnímu vlivu“. Směrodatná odchylka odpovědí má hodnotu 0,92.

Dalo se očekávat, že faktor péče o zákazníky bude hodnocen jako kladně ovlivňující konkurenceschopnost organizace. K tomuto se přiklonilo celkem 65 % respondentů, z nichž větší část (44,5 %) udává mírný vliv a zbylé podniky (20,5 %) udávají silně pozitivní vliv. Žádný vliv faktoru péče o zákazníky na konkurenceschopnost nezaznamenává 25,2 % podniků a v 8,6 % podniků působí tento aspekt dokonce mírně negativně.

Stavební podniky volí častěji (55,1 %) odpověď „mírně pozitivní vliv“ oproti zpracovatelským podnikům (42 %). Nicméně jedná se o maxima v obou skupinách a další hodnoty jsou kolem nich soustředěny obdobně. Velikost podniku, zdá se, nemá vliv na vnímání daného faktoru na

konkurenceschopnost. Trend odpovědí je shodný a zastoupení odpovědí je podobné i ve skupinách dle právní formy daného podniku.

5.8. Přístup k finančním zdrojům

5.8.1. Charakteristika otázky

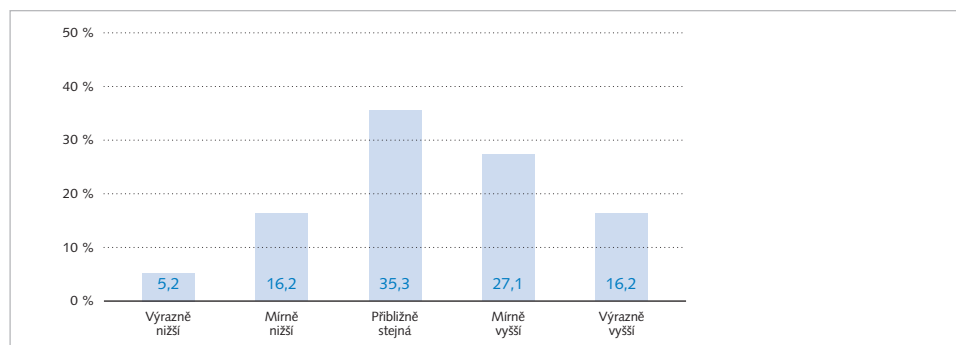
A9. Jaký přístup má, v porovnání s konkurenty, Váš podnik ke zdrojům financování?

5.8.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 21: **Přístup ke zdrojům financování – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	21	5,2
Mírně nižší	65	16,2
Přibližně stejný	142	35,3
Mírně vyšší	109	27,1
Výrazně vyšší	65	16,2
Celkem	402	100,0

Graf č. 19: **Přístup ke zdrojům financování – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení otázky A9. byla 93 %, zbývajících 7 % činí v absolutním vyjádření 30 podniků. Respondenti opět využili celou škálu nabízených odpovědí. Průměr hodnot je 3,3 a směrodatná odchylka je v tomto případě rovna hodnotě 1,09.

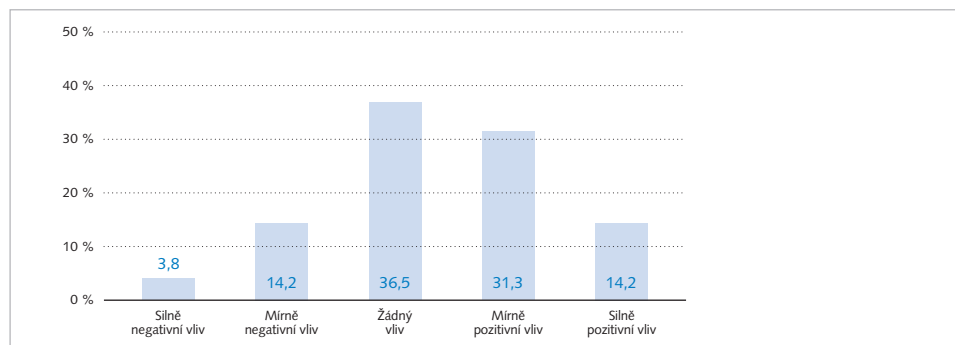
Nejvíce respondentů (35,3 %) hodnotí přístup svého podniku k finančním zdrojům jako srovnatelný s konkurencí. Dále velká část podniků (27,1 %) uvádí lepší přístup ke zdrojům a dalších 16,2 % podniků posuzuje svoje možnosti získání financí dokonce jako výrazně lepší ve srovnání s konkurencí. Z hlediska oboru činnosti lze vyčíst mírnou tendenci obtížnějšího přístupu podniků zpracovatelského průmyslu k finančním zdrojům oproti stavebnictví.

V rámci skupin dle velikosti podniku si lze všimnout mírného rozdílu mezi subjekty s 50–99 zaměstnanci na jedné straně a podniky se 100–249 zaměstnanci a s více jak 250 zaměstnanci na straně druhé. Je znát, že menší podniky udávají častěji obtížnější přístup ke zdrojům (celkově 27,5%) oproti větším subjektům (celkově 17,2% podniků se 100–249 zaměstnanci a 21% podniků s více jak 250 zaměstnanci). Naopak podniky s více jak 100 zaměstnanci uvádí ve větší míře snadnější přístup ke zdrojům (celkově 36,7% u podniků s 50–99 zaměstnanci oproti 47,2% podniků se 100–249 zaměstnanci a 44,5% subjektů s více jak 250 zaměstnanci). Z hlediska právních forem nebyl zjištěn rozdíl v přístupu k finančním zdrojům.

Tabulka č. 22: **Vliv přístupu k finančním zdrojům na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	15	3,8
Mírně negativní vliv	56	14,2
Žádný vliv	143	36,5
Mírně pozitivní vliv	123	31,3
Silně pozitivní vliv	56	14,2
Celkem	393	100,0

Graf č. 20: **Vliv přístupu k finančním zdrojům na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení otázky byla 91% ze vzorku. Respondenti vybírali ze všech nabízených odpovědí, průměrná hodnota odpovědi je 3,4 a směrodatná odchylka se rovná 1.

Přístup k finančním zdrojům nejčastěji podniky vnímají jako faktor, který neovlivňuje jejich konkurenceschopnost (36,5%). Velká část podniků (31,3%) jej ale z tohoto hlediska vnímá mírně pozitivně. Silně pozitivně ovlivňuje tento faktor konkurenceschopnost ve 14,2% podniků a stejně velká část respondentů uvádí mírně negativní vliv. Silně negativní vliv na konkurenceschopnost má přístup k financím ve 3,8% podniků.

Dále bylo zjišťováno, jaké je zastoupení odpovědí v rámci oborů činnosti. Stavební podniky o něco intenzivněji udávají pozitivní vliv přístupu k finančním zdrojům na konkurenceschopnost (celkově 56,8%) oproti podnikům zpracovatelského průmyslu (celkově 42,9%). Rozdělíme-

li podniky z hlediska velikosti, pak se nevyskytují významné rozdíly v procentuálním zastoupení odpovědí. Vnímání vlivu přístupu k financím na konkurenceschopnost není ovlivněno právní formou podniku.

5.9. Jméno firmy

5.9.1. Charakteristika otázky

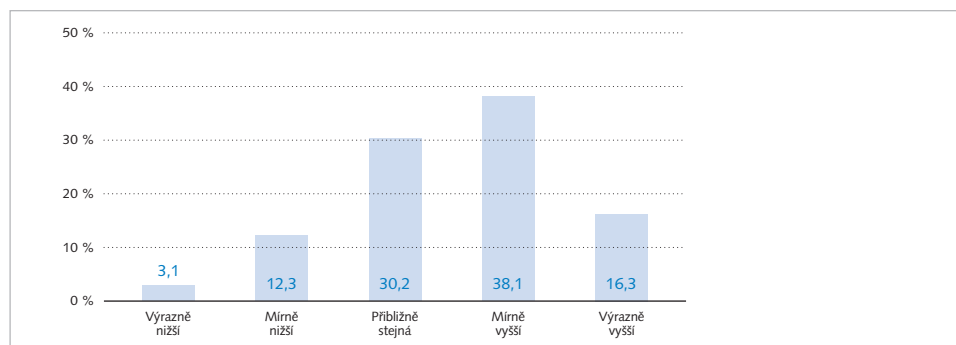
A10. Jak je ceněno, v porovnání s konkurenty, jméno (resp. značka) Vašeho podniku?

5.9.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 23: **Cenění jména firmy – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Výrazně nižší	13	3,1
Mírně nižší	52	12,3
Přibližně stejně	128	30,2
Mírně vyšší	162	38,1
Výrazně vyšší	69	16,3
Celkem	424	100,0

Graf č. 21: **Cenění jména firmy – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení otázky A10. byla 98%. Otázka zůstala nezodpovězena osmi respondenty. Dotázaní využili všechny nabízené možnosti odpovědí. Průměrná hodnota odpovědí je 3,5, slovně vyjádřeno – nachází se mezi možnostmi „přibližně stejně“ a „mírně vyšší“. Směrodatná odchylka nabývá hodnoty 1.

Z odpovědí je patrné, že podniky převážně hodnotí jméno (značku) svého podniku jako kladně vnímané. Jako méněcenné – výrazně nebo jen mírně – oproti konkurenci vnímá své jméno jen zhruba 15% dotázaných. Dále 30,2% vnímá jméno firmy ceněné rovnocenně s konkurencí a vůbec nejvyšší počet respondentů (38,1%) se domnívá, že jméno podniku je ceněno mírně více než

jméno konkurenčních subjektů. Zbývající dotázaní (16,3 %) vnímají jméno svého podniku jako výrazně více ceněné ve srovnání s konkurencí.

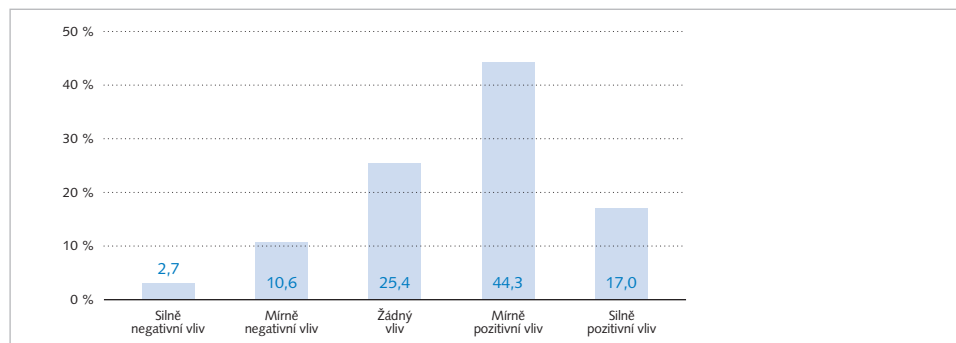
Při rozdělení podniků dle oboru činnosti se ukazuje, že se podniky ve zpracovatelském průmyslu častěji domnívají, že jejich jméno je ceněno méně ve srovnání s konkurencí (celkově 17,2%) oproti stavebnictví (celkově 7,4%). V souladu s tímto stavební podniky naopak uvádí, že jejich jméno je ceněno výše oproti konkurenci (celkově 70,4%), zatímco zpracovatelské podniky tyto odpovědi volí méně často (celkově 50,7%).

Při rozdělení dle velikosti podniku se neprojevily významné rozdíly mezi skupinami podniků, nicméně je znát, že podniky se 100–249 zaměstnanci hodnotí častěji své jméno jako lépe vnímané oproti konkurenci, srovnáme-li odpovědi s podniky s 50–99 zaměstnanci a více jak 250 zaměstnanci. Právní forma víceméně nemá vliv na to, jak je ceněno jméno podniku.

Tabulka č. 24: **Vliv cenění jména podniku na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	11	2,7
Mírně negativní vliv	43	10,6
Žádný vliv	103	25,4
Mírně pozitivní vliv	180	44,3
Silně pozitivní vliv	69	17,0
Celkem	406	100,0

Graf č. 22: **Vliv cenění jména podniku na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Tuto otázku zodpovědělo celkem 94% respondentů, vynechalo ji v absolutním vyjádření 26 podniků. Všechny nabízené odpovědi byly využity. Průměrná hodnota odpovědí je 3,6 a směrodatná odchylka se pohybuje okolo 0,98.

Jak bylo řečeno výše, velká část respondentů se domnívá, že jméno jejich podniku je vnímáno kladně. Je zřejmé, že tato skutečnost bude mít pozitivní vliv na konkurenceschopnost, což uvádí přes 60% dotázaných, z toho 44,3% přiznává mírný vliv a 17% respondentů uvádí dokonce silně pozitivní působení jména podniku na jeho konkurenceschopnost. Ve 25,4% podniků jméno

žádným způsobem neovlivňuje úspěšnost podniku. Zhruba 13 % se domnívá, že jejich jméno či značka působí dokonce negativně na jejich konkurenceschopnost.

V rámci zpracovatelského průmyslu a stavebnictví je znát, v souladu s vyhodnocením předchozí části otázky, že stavebnictví hodnotí vliv jména podniku častěji pozitivně (celkově 72,7%) ve srovnání se zpracovatelským průmyslem (celkově 58,6%).

Z hlediska velikosti podniku se ukázalo, že podniky se 100–249 zaměstnanci vnímají vliv jména podniku o něco málo častěji jako pozitivní z hlediska konkurenceschopnosti, což souvisí i s výsledky předchozí části otázky. Právní forma podniku evidentně nesouvisí s vnímáním vlivu ocenění jména firmy.

5.10. Konkurenční boj

5.10.1. Charakteristika otázky

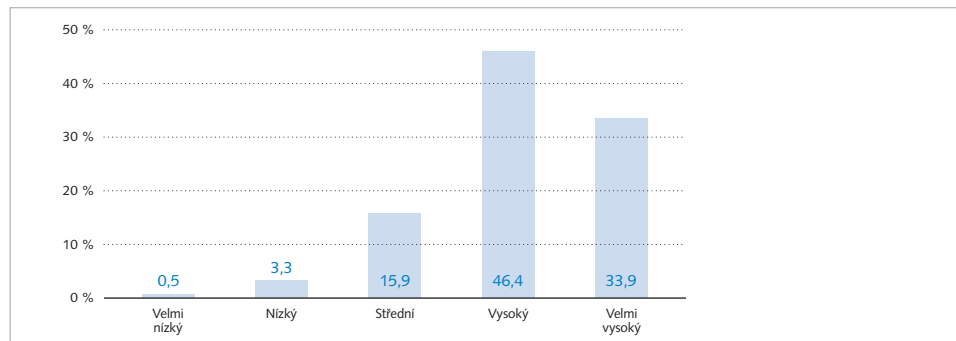
A12. Konkurenční boj na trzích produktů, kde působí Váš podnik, je:

5.10.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 25: **Konkurenční boj na trhu – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízký	2	0,5
Nízký	14	3,3
Střední	68	15,9
Vysoký	199	46,4
Velmi vysoký	145	33,9
Celkem	428	100,0

Graf č. 23: **Konkurenční boj na trhu – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

V otázce A 12. byla dosažena vysoká míra zodpovězení, plných 99 % respondentů zvolilo některou z možností. Otázku nezodpověděly jen 4 subjekty. Byly zvoleny všechny nabízené možnosti odpovědí, ale odpověď „1 – velmi nízký“ byla označena jen dvěma respondenty. Průměr se ustálil na hodnotě 4,1, což lze slovně interpretovat jako „vysoký konkurenční boj“. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,81, což značí poměrně homogenní odpovědi.

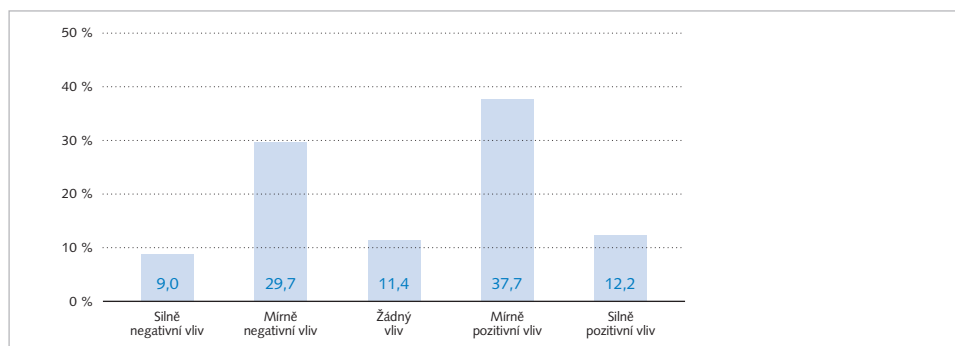
U této otázky je znát velmi jednoznačný příklon ke skutečnosti, že konkurenční boj na trzích je opravdu výrazný. Celkově přes 80 % podniků hodnotí konkurenční boj na trhu jako vysoký (46,4 %) nebo dokonce velmi vysoký (33,9 %). Necelých 16 % se domnívá že na příslušném trhu je konkurenční boj střední. Velmi malá část respondentů uvádí nízký nebo velmi nízký konkurenční boj na jejich trzích (celkem 3,8 % podniků).

V rámci oborů činnosti podniky vnímají konkurenční boj velmi obdobně, procentuální zastoupení odpovědí je ve stavebnictví a zpracovatelském průmyslu podobné. Podobná situace je i mezi skupinami podniků různé velikosti. Neexistují zde významné rozdíly v hodnocení konkurenčního boje v prostředí. Četnosti odpovědí podniků různých právních forem se také výrazně neodlišují.

Tabulka č. 26: **Vliv konkurenčního boje na trhu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	37	9,0
Mírně negativní vliv	122	29,7
Žádný vliv	47	11,4
Mírně pozitivní vliv	155	37,7
Silně pozitivní vliv	50	12,2
Celkem	411	100,0

Graf č. 24: **Vliv konkurenčního boje na trhu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku zodpovědělo 95 % respondentů ze zkoumaného vzorku. Všechny nabízené možnosti odpovědí byly využity. Průměrná hodnota zvolených odpovědí je 3,14. Směrodatná odchylka je zde vyšší než u jiných otázek, její hodnota je 1,22.

Lze si všimnout velmi zajímavého rozložení četností odpovědí. Zatímco u ostatních otázek části A dotazníku byla znát tendence respondentů více či méně se přiklánět ke „zlatému středu“, nyní je rozložení četností odlišné. Nejvíce se respondenti přiklánějí k mírně pozitivnímu vlivu konkurenčního boje (37,7%) a dále pak k mírně negativnímu vlivu (39,7%). Četnosti ostatních odpovědí se pohybují okolo 10%. Příčiny takového rozdělení odpovědí mohou být různé, např. současná úspěšnost podniku na trhu apod. Roli zde jistě hraje i subjektivní posouzení celé situace respondentem, někdo může vnímat velký konkurenční boj na trhu jako výzvu a jiný jako hrozbu.

Obor činnosti zásadním způsobem neovlivňuje zastoupení jednotlivých odpovědí. V rámci podniků různé velikosti také nebyly zjištěny významné rozdíly v procentuálním zastoupení odpovědí na tuto otázku. Vnímání vlivu konkurenčního boje na konkurenceschopnost není ovlivněno ani právní formou organizace.

5.11. Vyjednávací síla odběratelů

5.11.1. Charakteristika otázky

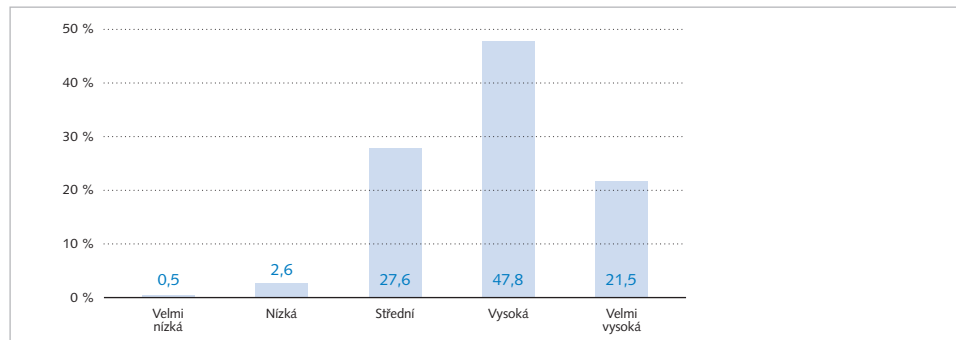
A13. Vyjednávací síla odběratelů Vašeho podniku je:

5.11.2. Charakteristika odpovědi na otázku celkem

Tabulka č. 27: Vyjednávací síla odběratelů – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízká	2	0,5
Nízká	11	2,6
Střední	118	27,6
Vysoká	205	47,8
Velmi vysoká	92	21,5
Celkem	428	100,0

Graf č. 25: Vyjednávací síla odběratelů – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A13. byla opět vysoká, zhruba 99%, neodpověděli absolutně jen 4 respondenti. Všechny nabízené možné odpovědi byly vybrány, nicméně odpověď „1 – velmi nízká“ byla vybrána jen dvěma 2 respondenty. Průměr odpovědí se ustálil na hodnotě 3,9, tedy – slovně vyjádřeno – vysoká vyjednávací síla. Směrodatná odchylka má hodnotu 0,78, což značí poměrně homogenní odpovědi.

Je zřejmé, že podniky jednoznačně vnímají sílu odběratelů jako střední a vyšší, jako nízkou ji hodnotí jen zanedbatelná část dotázaných (celkem 2,6% ze vzorku). Nejčastěji podniky vnímají sílu odběratele jako vysokou (47,8%) a jako střední (27,6%). Relativně velká část respondentů dále uvedla velmi vysokou vyjednávací sílu odběratelů (21,5%).

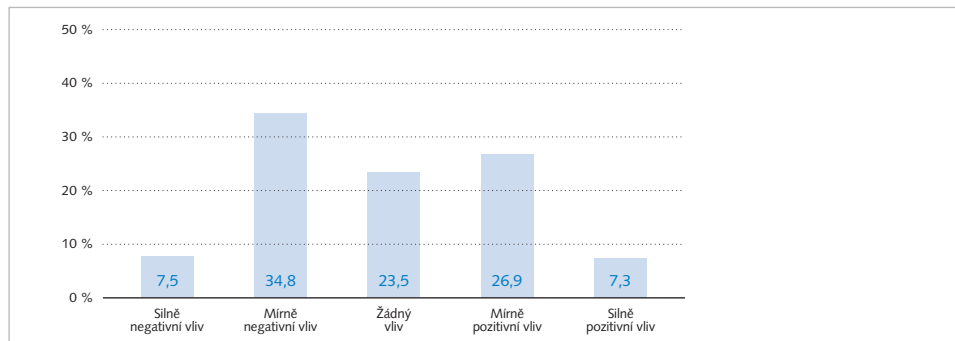
V této otázce byly zjištěny poměrně zásadní rozdíly v hodnocení podniků zpracovatelského průmyslu a stavebních podniků. Velká část stavebních firem (73,2%) hodnotí sílu odběratelů jako střední, a jen 14,6% ji vnímá jako vysokou či velmi vysokou. Naproti tomu podniky zpracovatelského průmyslu uvádí nejčastěji vysokou sílu odběratelů (47,8%) a poměrně velká část ji dokonce hodnotí jako velmi vysokou (22%). Poměrně zřetelně se tedy projevuje skutečnost, že v podnicích zpracovatelských je vyjednávací síla odběratelů vysoká, zatímco ve stavebnictví je spíše střední.

Při rozdělení podniků dle velikosti se neprojevily výrazné rozdíly v hodnocení vyjednávací síly odběratelů. Právní forma podniku nehraje roli v hodnocení vyjednávací síly odběratelů.

Tabulka č. 28: **Vliv vyjednávací síly odběratelů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	31	7,5
Mírně negativní vliv	144	34,8
Žádný vliv	97	23,5
Mírně pozitivní vliv	111	26,9
Silně pozitivní vliv	30	7,3
Celkem	413	100,0

Graf č. 26: **Vliv vyjednávací síly odběratelů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení této části otázky je téměř 96 % zkoumaného vzorku. Respondenti opět vybírali ze všech nabízených možností, průměrná hodnota odpovědí je rovna 2,91 a směrodatná odchylka má v tomto případě hodnotu 1,05.

Respondenti hodnotili vliv faktoru vyjednávací síla odběratele poměrně různorodě. Nejvíce podniků (34,8 %) uvádí, že tento aspekt působí na konkurenceschopnost spíše negativně. Naproti tomu další velká skupina podniků (26,9 %) hodnotí vliv síly odběratele jako spíše pozitivní. Žádný vliv na konkurenceschopnost nemá tento faktor ve 23,5 % podniků. Krajní možnosti, tedy silný vliv (kladný či záporný) uvedlo vždy něco málo přes 7 % respondentů.

Vzhledem k výsledkům předchozí části otázky dle oboru činnosti je trochu překvapivé, že v tom, jak stavebnictví a zpracovatelský průmysl hodnotí vliv vyjednávací síly odběratelů, není mezi těmito dvěma skupinami velký rozdíl v zastoupení odpovědí. Dále bylo zjištěno, že velikost podniku nehraje roli v tom, jak podniky vnímají vliv síly odběratelů na konkurenceschopnost. Také v rámci skupin dle právní formy nejsou velké rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí.

5.12. Vyjednávací síla dodavatelů

5.12.1. Charakteristika otázky

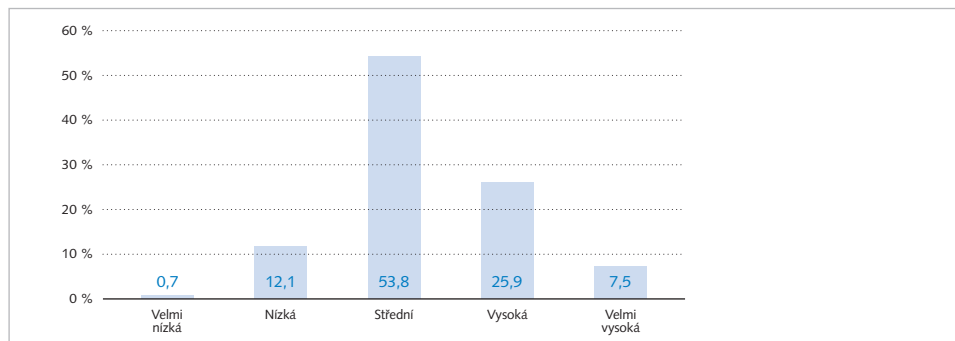
A14. Vyjednávací síla dodavatelů Vašeho podniku je:

5.12.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 29: Vyjednávací síla dodavatelů – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízká	3	0,7
Nízká	52	12,1
Střední	230	53,8
Vysoká	111	25,9
Velmi vysoká	32	7,5
Celkem	428	100,0

Graf č. 27: Vyjednávací síla dodavatelů – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

V otázce A 14. bylo dosaženo vysoké míry zodpovězení, přes 99 % zkoumaného vzorku. Byly využity všechny nabízené možnosti, průměr se ustálil na hodnotě 3,3 a směrodatná odchylka odpovědí je rovna hodnotě 0,8, respondenti odpovídali poměrně homogenně.

Velká část respondentů (53,8 %) se shodla na střední vyjednávací síle dodavatelů. Dále poměrně významná část vzorku (25,9 %) hodnotí sílu dodavatele jako vysokou. Další odpovědi jsou již méně zastoupeny. Nízkou vyjednávací sílu dodavatelů konstatovalo 12,1 % podniků a 7,5 % respondentů vnímá tento faktor jako velmi výrazný.

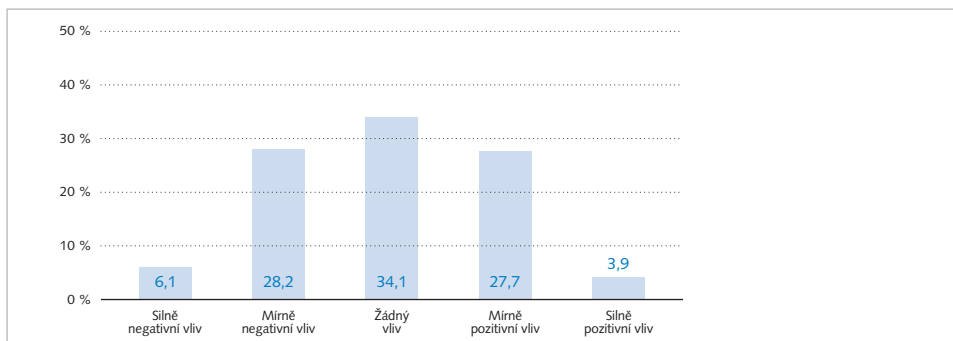
I v této otázce byly zjištěny určité rozdíly v rámci oborů činnosti. Ve stavebnictví uvádí podniky častěji nižší vyjednávací sílu dodavatelů (20,5 %) oproti zpracovatelskému průmyslu (celkově 11 %). Analogicky uvádí zpracovatelské podniky ve vyšší míře vysokou vyjednávací sílu dodavatele (celkově 36,5 %) oproti stavebnictví (20,5 %).

Při rozdělení dle velikosti podniků nebyly zjištěny významné rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí. Právní forma také nemá vliv na hodnocení vyjednávací síly dodavatelů ze strany podniků.

Tabulka č. 30: Vliv vyjednávací síly dodavatelů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	25	6,1
Mírně negativní vliv	116	28,2
Žádný vliv	141	34,1
Mírně pozitivní vliv	114	27,7
Silně pozitivní vliv	16	3,9
Celkem	412	100,0

Graf č. 28: Vliv vyjednávací síly dodavatelů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.
Odpovědi v procentech



Komentář

Bylo dosaženo míry zodpovězení této otázky přes 95 % zkoumaného vzorku. Vybrány byly všechny nabízené možné odpovědi. Průměrná hodnota odpovědí je rovna 3, což slovně vyjádřeno znamená odpověď „žádný vliv“. Směrodatná odchylka odpovědí je zde rovna hodnotě 0,98.

Odpovědi ve středu škály jsou poměrně stejnoměrně zastoupeny. Nejčastěji podniky nepozorují vliv vyjednávací síly dodavatelů na konkurenceschopnost (34,1%). Téměř shodné procento podniků vnímá mírný vliv síly dodavatelů na konkurenceschopnost, a to buď v negativním smyslu (28,2%) nebo v pozitivním smyslu (27,7%). Výrazný vliv tohoto faktoru uvádí jen velmi malá část respondentů.

Zkoumáme-li rozložení odpovědí v rámci oborů činnosti, pak lze konstatovat, že zpracovatelské podniky ve větší míře uvádí negativní vliv tohoto faktoru na konkurenceschopnost (celkově 37,7%) oproti podnikům stavebním (celkově 19,3%). Stavební podniky naopak častěji uvádějí střední vliv síly dodavatelů (42,3%, zatímco tuto odpověď volí 32,3% zpracovatelských podniků) a také mírně pozitivní vliv (34,6% oproti 26% podniků zpracovatelského průmyslu).

Vnímání působení vyjednávací síly dodavatelů není ovlivněno velikostí podniku. Mezi společnostmi s r. o. a akciovými společnostmi taktéž nebyly zjištěny rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí.

5.13. Zájem vstoupit do pracovního poměru

5.13.1. Charakteristika otázky

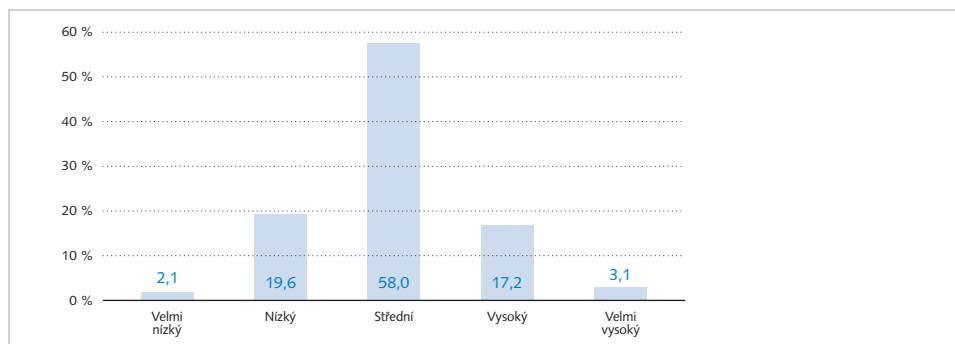
A15. Zájem vstoupit do pracovního poměru ve Vašem podniku je:

5.13.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 31: Zájem vstoupit do pracovního poměru – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízký	9	2,1
Nízký	83	19,6
Střední	246	58,0
Vysoký	73	17,2
Velmi vysoký	13	3,1
Celkem	424	100,0

Graf č. 29: Zájem vstoupit do pracovního poměru – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A 15. přesahuje 98 % zkoumaného vzorku. Respondenti využili ve svých odpovědích všechny nabízené možnosti, nicméně krajní varianty „1 – velmi nízký“ a „5 – velmi vysoký“ byly zvoleny jen velmi zanedbatelnou částí podniků. Průměrná hodnota je rovna 3 a směrodatná odchylka nabývá hodnoty 0,76, což lze považovat za relativně homogenní hodnocení respondentů.

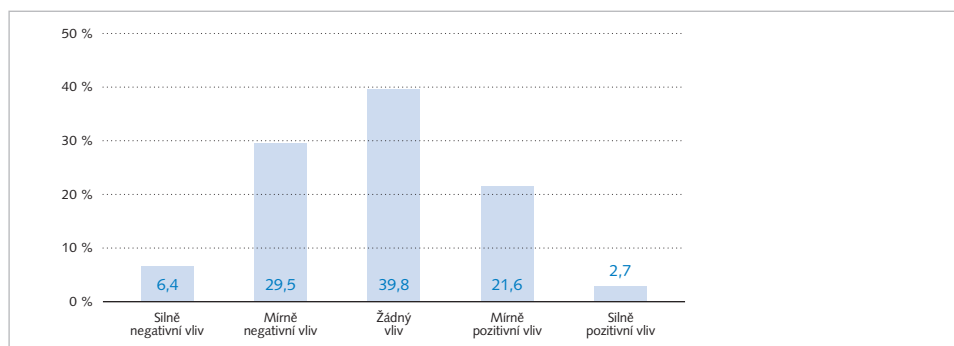
Nejvíce respondentů (58%) uvádí střední míru zájmu pracovat v jejich podniku. Nízký zájem o práci v daném podniku přiznává 19,6% respondentů. Naproti tomu 17,2% respondentů se domnívá, že jejich podnik je z hlediska pracovních příležitostí atraktivní a zájem o práci je tedy vysoký. Stavební podniky ve větší míře uvádějí střední zájem o práci (73,2% oproti 54,5% ve zpracovatelském průmyslu). Zpracovatelské podniky častěji konstatují nízký zájem o práci v jejich organizaci (celkově 23,9% oproti 12,2% ve stavebnictví).

Zájem vstoupit do pracovního poměru není ovlivněn velikostí daného podniku. Maximální zastoupení má ve skupinách podniků dle velikosti vždy odpověď „střední“ zájem o práci a ostatní hodnoty jsou soustředěny kolem tohoto maxima víceméně podobně v rámci daných skupin. Právní forma podniku rovněž nemá vliv na míru zájmu vstoupit do pracovního poměru v daném podniku.

Tabulka č. 32: **Vliv zájmu vstoupit do pracovního poměru – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	26	6,4
Mírně negativní vliv	120	29,5
Žádný vliv	162	39,8
Mírně pozitivní vliv	88	21,6
Silně pozitivní vliv	11	2,7
Celkem	407	100,0

Graf č. 30: **Vliv zájmu vstoupit do pracovního poměru – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Tuto otázku zodpovědělo celkem 94,2% respondentů, vynechalo ji v absolutním vyjádření 25 podniků. Opět byly zvoleny všechny možnosti, průměrná hodnota odpovědi je 2,85 a směrodatná odchylka je rovna 0,92.

Vliv zájmu o práci na konkurenceschopnost je převážně mírný nebo žádný. Krajní možnosti, tedy silný vliv tohoto faktoru, jsou zastoupeny výrazně méně. Respondenti nejčastěji uvádí, že zájem o práci v daném podniku nemá žádný vliv na jejich konkurenceschopnost (39,8%). Další podniky uvádí mírně negativní působení tohoto faktoru (29,5%) a mírně pozitivní vliv udává 21,6% respondentů.

Vliv zájmu o práci v daném podniku na konkurenceschopnost hodnotí poněkud odlišně skupiny podniků dle oborů činnosti. Větší část stavebních podniků (53,2%) se domnívá, že zájem o práci nemá žádný vliv na konkurenceschopnost, stejný názor zastává jen 36,7% podniků zpracovatelských. Ty naopak ve větší míře hodnotí vliv zájmu o práci v daném podniku jako negativní (celkově 38,8% oproti 23,4% podniků stavebních).

Velikost organizace neovlivňuje významně hodnocení vlivu tohoto faktoru na konkurenceschopnost. Právní forma nemá žádný vliv na to, jak podniky hodnotí vliv zájmu o práci v jejich podniku na konkurenceschopnost.

5.14. Korupce

5.14.1. Charakteristika otázky

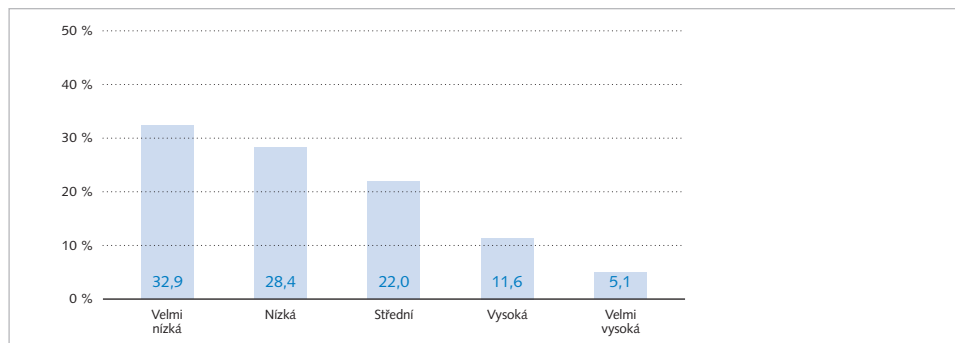
A16. Korupce v prostředí, ve kterém podniká Váš podnik, je:

5.14.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 33: **Korupce v prostředí – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízká	136	32,9
Nízká	117	28,4
Střední	91	22,0
Vysoká	48	11,6
Velmi vysoká	21	5,1
Celkem	413	100,0

Graf č. 31: **Korupce v prostředí – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení otázky A16. je téměř 96% ze zkoumaného vzorku. Průměrná hodnota odpovědí je rovna 2,3 a směrodatná odchylka nabývá hodnoty 1,18, což značí vyšší různorodost odpovědí ve srovnání s ostatními otázkami této části dotazníku.

Je velmi zřetelný klesající trend zastoupení odpovědí od možnosti „velmi nízká“ k možnosti „velmi vysoká“. Celkově 61,3% dotázaných konstatovalo nízkou korupci na příslušném trhu. Nejvíce respondentů (32,9%) se domnívá, že v prostředí, ve kterém podnik působí, je míra korupce velmi nízká a dalších 28,4% respondentů ji vnímá jako nízkou. Střední korupci udává 22% dotázaných a vysokou či velmi vysokou korupci v prostředí vnímá celkově přes 16% respondentů.

V této otázce se vyskytují významné rozdíly v odpovědích mezi jednotlivými obory činnosti. Podniky zpracovatelského průmyslu hodnotí nejčastěji korupci jako velmi nízkou (38,6%) nebo nízkou (30,5%). Naproti tomu stavební podniky nejčastěji uvádějí střední (32,8%) a vysokou míru korupce v prostředí (26,6%). Lze tedy vyčíst zřetelné vnímání vyšší korupce v oboru stavebnictví oproti zpracovatelskému průmyslu.

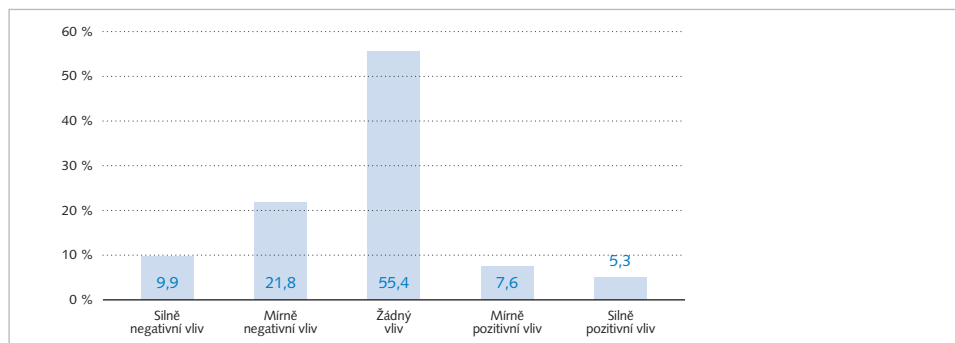
V rámci skupin podniků dle velikosti nejsou rozdíly tak výrazné, nicméně lze vyčíst nižší korupci ve skupině podniků s 50–99 zaměstnanci oproti podnikům s vyšším počtem zaměstnanců.

Poněkud rozdílné rozložení odpovědí je v tomto případě zřejmé i v rozdělení dle právní formy podniku. Společnosti s ručením omezeným udávají nejčastěji velmi nízkou míru korupce (38,7%) a každá další možná odpověď má vždy řádově o 10% nižší procentuální zastoupení. Odpovědi akciových společností jsou velmi rovnoměrně rozloženy mezi velmi nízkou (25,7%), nízkou (29,5%) a střední míru korupce (27,3%).

Tabulka č. 34: **Vliv korupce v prostředí na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	39	9,9
Mírně negativní vliv	86	21,8
Žádný vliv	218	55,4
Mírně pozitivní vliv	30	7,6
Silně pozitivní vliv	21	5,3
Celkem	394	100,0

Graf č. 32: **Vliv korupce v prostředí na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky je 91%. Průměr odpovědí má hodnotu 2,8 a směrodatná odchylka je rovna 0,92.

Dochází zde k poměrně výrazné shodě respondentů na skutečnosti, že korupce v prostředí nemá žádný vliv na konkurenceschopnost daného podniku. Uvedlo to plných 55,4% dotazovaných. Část podniků (21,8%) pak konstatuje mírně negativní vliv tohoto faktoru na jejich konkurenceschopnost a necelých 10% uvádí dokonce silně negativní působení korupce. To lze chápat

■ tak, že takové podniky působí v prostředí, kde, chtějí-li být úspěšné, je třeba vynakládat určité finanční zdroje na získávání zakázek apod. Pokud tyto zdroje vynaložit nechtějí, pak je jejich konkurenceschopnost snížena. Zhruba 13 % respondentů uvádí naopak pozitivní vliv korupce na konkurenceschopnost.

■ Dále bylo analyzováno rozložení odpovědí v rámci skupin vytvořených dle oboru činnosti. Negativní vliv tohoto faktoru pociťují zejména podniky stavební (celkově 50,7 %), podniky zpracovatelského průmyslu toto konstatují méně často (27,6 %). Nejvyšší četnosti mají v obou skupinách odpovědi „žádný vliv“, tuto odpověď zvolilo ve zpracovatelském průmyslu 58,2 % podniků a ve stavebnictví 42,3 % respondentů.

■ Z hlediska velikosti podniku pociťují negativní vliv korupce nejvíce podniky s 50–99 zaměstnanci (39,1 %). Nejvyšší procento podniků ve všech skupinách volilo odpověď „žádný vliv“. Právní forma podniku nemá v tomto případě vliv na zastoupení jednotlivých odpovědí.

5.15. Podpora státních orgánů

5.15.1. Charakteristika otázky

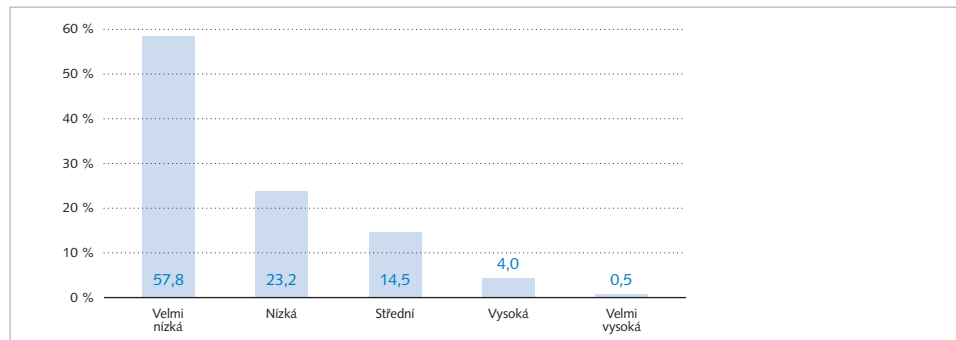
■ **A17.** Podpora Vašeho podniku ze strany státních orgánů je:

5.15.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

■ Tabulka č. 35: Podpora státních orgánů – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízká	247	57,8
Nízká	99	23,2
Střední	62	14,5
Vysoká	17	4,0
Velmi vysoká	2	0,5
Celkem	427	100,0

■ Graf č. 33: Podpora státních orgánů – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky A17. byla opět velmi vysoká – téměř 98% zkoumaného vzorku se k otázce vyjádřilo. Byly využity všechny nabízené možnosti odpovědí, nicméně velmi vysokou podporu uvedly jen 2 podniky. Průměrně byla zvolena hodnota 1,7 a směrodatná odchylka je rovna hodnotě 0,9.

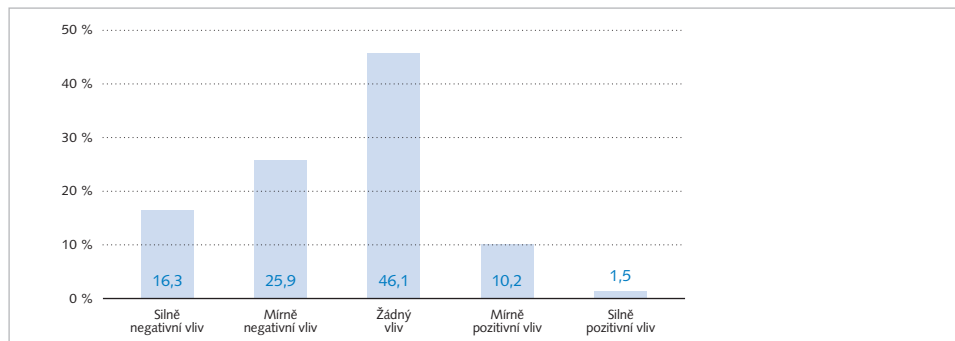
Podniky zde vyjádřily velmi jednotný názor, že podpora státních orgánů je velmi nízká (57,8%) nebo nízká (23,2%). Celkově se tedy přes 80% respondentů domnívá, že podpora státu je nedostatečná. Část podniků (14,5%) hodnotí podporu státu jako střední. Jen velmi malá část dotazovaných (celkově 4,5%) udává vysokou míru tohoto faktoru. Podniky zpracovatelského průmyslu a stavebnictví vnímají podporu státních orgánů podobně, zastoupení jednotlivých odpovědí v těchto skupinách je téměř shodné.

Zkoumáme-li hodnocení podpory podniku ze strany státních orgánů z pohledu různě velkých podniků, pak zde nejsou výrazné rozdíly v zastoupení odpovědí. Snad jen podniky s 50–99 zaměstnanci vnímají častěji podporu státu jako velmi nízkou (65,4%). Trend odpovědí v rámci těchto skupin je shodný. Z hlediska rozdělení podniků dle právní formy nebyly zjištěny významné rozdíly v zastoupení jednotlivých odpovědí.

Tabulka č. 36: **Vliv podpory státních orgánů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	67	16,3
Mírně negativní vliv	106	25,9
Žádný vliv	189	46,1
Mírně pozitivní vliv	42	10,2
Silně pozitivní vliv	6	1,5
Celkem	410	100,0

Graf č. 34: **Vliv podpory státních orgánů na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku zodpovědělo téměř 95 % respondentů, vynechalo ji 22 respondentů. Všechny nabízené odpovědi byly více či méně využity. Průměrná hodnota odpovědí je rovna 2,6 a směrodatná odchylka nabývá hodnoty 0,93.

Podniky se poměrně výrazně shodují na domněnce, že míra státní podpory nemá žádný vliv na jejich konkurenceschopnost (46,1 %). Další velká část respondentů (celkově 42,2 %) se domnívá, že tento aspekt negativně ovlivňuje úspěšnost podniku. Necelých 12 % hodnotí vliv podpory státních orgánů jako pozitivní. Při rozdělení dle oboru činnosti nebyly zjištěny významné rozdíly v procentuálním vyjádření odpovědí mezi zpracovatelským průmyslem a stavebnictvím.

Ve skupinách dle velikosti podniku nejsou opět velké rozdíly. Lze si ale všimnout, že vyšší podíl podniků s 50–99 zaměstnanci pocituje negativní vliv státní podpory (celkově 49,1 %) ve srovnání s podniky nad 250 zaměstnanců (celkově 34,1 %). Podniky s více jak 250 zaměstnanci se zase jednoznačněji (oproti malým podnikům) přiklánějí k tomu, že míra státní podpory nemá žádný vliv na jejich konkurenceschopnost (54,5 %). Právní forma nemá vliv na to, jak respondent vnímá působení státní podpory na konkurenceschopnost podniku.

5.16. Podpora ze strany místních orgánů veřejné správy

5.16.1. Charakteristika otázky

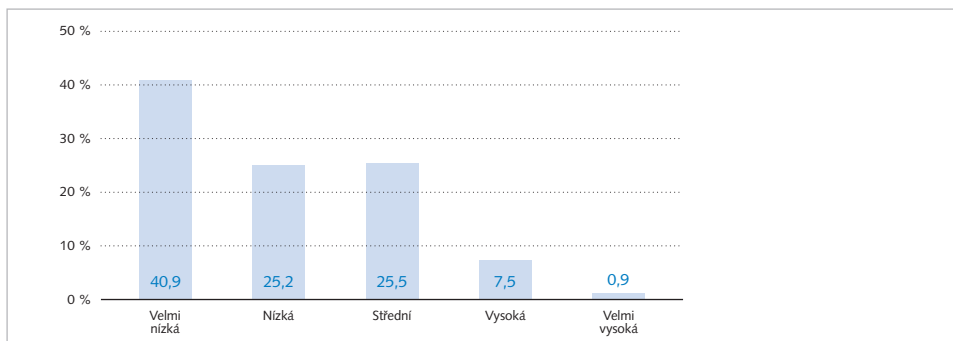
A18. Podpora Vašeho podniku ze strany místních orgánů veřejné správy je:

5.16.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 37: **Podpora ze strany místních orgánů veřejné správy – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi nízká	173	40,9
Nízká	107	25,2
Střední	108	25,5
Vysoká	32	7,5
Velmi vysoká	4	0,9
Celkem	424	100,0

Graf č. 35: Podpora ze strany místních orgánů veřejné správy – výběrový soubor celkem.
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázka A 18. byla zodpovězena opět vysokým počtem respondentů, míra zodpovězení je přes 98% zkoumaného vzorku. Průměr vybraných odpovědí nabývá hodnoty 2 a směrodatná odchylka je rovna 1,02.

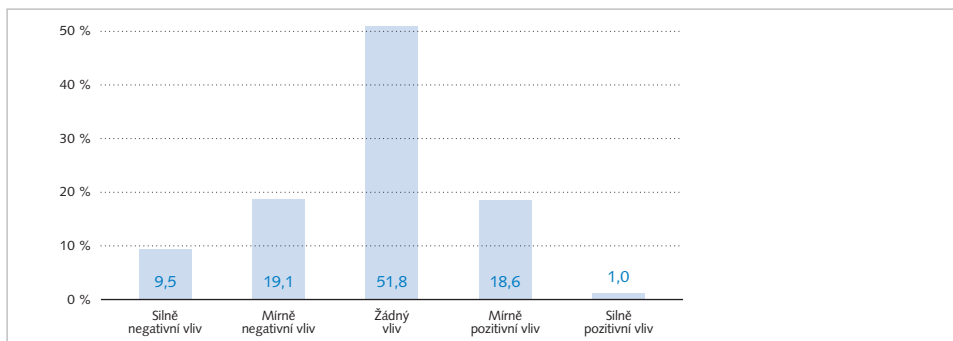
Rozložení odpovědí je do jisté míry obdobné jako u otázky A 17. zkoumající podporu státních orgánů. Nicméně v otázce podpory veřejné správy je znát nižší stejnorodost odpovědí. Nejvíce respondentů (40,9%) se opět domnívá, že je podpora velmi nízká, zastoupení této odpovědi ale již není tak vysoké jako v otázce A17. Dále respondenti konstatovali, v téměř shodném procentuálním zastoupení, že se jim podpora veřejné správy zdá nízká (25,2%) nebo střední (25,5%). Vysokou míru tohoto faktoru uvádí celkem jen 8,4% podniků.

V rámci skupin dle oboru činnosti je rozložení četností odpovědí podobné. Velikost podniku také zásadně neovlivňuje rozložení odpovědí, nicméně je opět znát, že podniky s 50–99 zaměstnanci pociťují intenzivněji nízkou podporu orgánů veřejné správy. Zkoumáme-li výsledné odpovědi z hlediska právní formy, pak zjišťujeme, že se ani zde nevyskytují významné rozdíly v četnostech odpovědí.

Tabulka č. 38: Vliv podpory místních orgánů veřejné správy – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	39	9,5
Mírně negativní vliv	78	19,1
Žádný vliv	212	51,8
Mírně pozitivní vliv	76	18,6
Silně pozitivní vliv	4	1,0
Celkem	409	100,0

Graf č. 36: Vliv podpory místních orgánů veřejné správy – výběrový soubor celkem.
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázka byla zodpovězena téměř 95 % respondentů. Byly zvoleny všechny nabízené možnosti, nicméně zastoupení odpovědi „silně pozitivní vliv“ je zanedbatelné. Průměrná hodnota je rovna 2,8. Směrodatná odchylka je 0,87, což značí relativní homogenitu odpovědí.

Velká část respondentů (51,8 %) uvádí, že podpora veřejné správy nemá na jejich úspěšnost žádný vliv. Ostatní respondenti konstatují mírně negativní vliv (19,1 %) nebo mírně pozitivní vliv (18,6 %). Dále se 9,5 % podniků přiklání dokonce k výraznému negativnímu vlivu tohoto aspektu na konkurenceschopnost.

V rámci skupin dle oboru činnosti je trend odpovědí podobný a největší část podniků ve zpracovatelském průmyslu i ve stavebnictví se domnívá, že podpora veřejné správy nemá žádný vliv na konkurenceschopnost podniku. Také různá velikost podniku výrazně neovlivňuje zastoupení jednotlivých odpovědí. Neexistuje souvislost mezi právní formou podniku a vnímáním vlivu podpory veřejné správy.

5.17. Trhy produktů

5.17.1. Charakteristika otázky

A20. Trhy produktů, kde působí Váš podnik se:

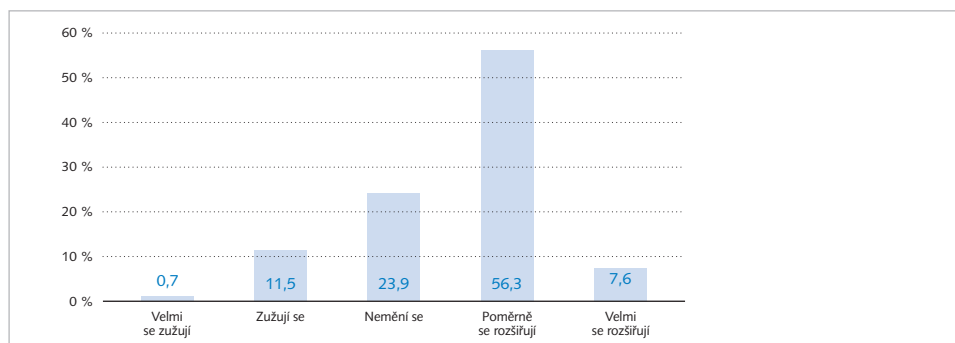
V otázce bylo zjišťováno, zda se trhy produktů, na kterých podnik působí, zužují či naopak rozšiřují. Respondentům byly nabídnuty možné odpovědi na škále „1 – velmi zužují“ až „5 – velmi rozšiřují“. Dále bylo cílem otázky zjistit, jak příslušná změna trhu ovlivní konkurenceschopnost daného podniku. Respondenti vybírali z možných odpovědí na škále „1 – silně negativní vliv“ až „5 – silně pozitivní vliv“.

5.17.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 39: Změny trhu – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Velmi se zužují	3	0,7
Zužují se	47	11,5
Nemění se	98	23,9
Poměrně se rozšiřují	231	56,3
Velmi se rozšiřují	31	7,6
Celkem	410	100

Graf č. 37: Změny trhu – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Opět byla dosažena vysoká míra zodpovězení této otázky, téměř 95 %. Respondenti využili všech nabízených možností odpovědí, nicméně možnost „velmi se zužují“ byla vybrána jen zanedbatelnou částí dotazovaných. Průměrná hodnota je rovna 3,6, tedy na pomezí odpovědí „nemění se“ a „poměrně se rozšiřují“. Směrodatná odchylka odpovědí v této otázce je rovna 0,81.

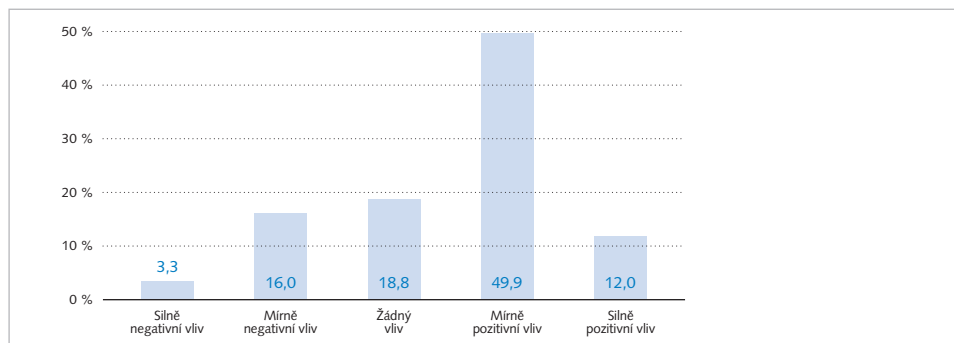
Velká část dotázaných se domnívá, že trhy produktů se spíše rozšiřují (56,3 %). Jiné podniky se domnívají, že se trhy dané produkce nemění (23,9 %). Poměrně malá část respondentů má pocit, že se trhy zužují (celkově 11,5 %).

Při rozdělení podniků dle oboru činnosti, na zpracovatelské a stavební, nebyly nalezeny významné rozdíly v procentuálním zastoupení jednotlivých odpovědí. Dále bylo analyzováno rozložení odpovědí mezi podniky různé velikosti a nebyly zjištěny zásadní rozdíly v zastoupení odpovědí. Právní forma také nemá vliv na rozložení odpovědí v této otázce.

Tabulka č. 40: **Vliv změny trhu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Silně negativní vliv	13	3,3
Mírně negativní vliv	64	16,0
Žádný vliv	75	18,8
Mírně pozitivní vliv	199	49,9
Silně pozitivní vliv	48	12,0
Celkem	399	100

Graf č. 38: **Vliv změny trhu na konkurenceschopnost – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení této otázky dosáhla hodnoty 92,4% podniků. Respondenti vybírali ze všech nabízených odpovědí. Průměrně byla zvolena hodnota 3,5, tedy na pomezí odpovědí „žádný vliv“ a „mírně pozitivní vliv“. Směrodatná odchylka má v tomto případě hodnotu 0,81.

Největší a poměrně výrazná část podniků se domnívá, že příslušná změna trhu má spíše pozitivní vliv na konkurenceschopnost (49,9%). Ostatní odpovědi jsou výrazně méně zastoupeny. Část respondentů uvádí, že změny trhu nemají na konkurenceschopnost podniku žádný vliv (18,8%). Další dotázaní uvádí mírně negativní vliv (16%) a silně pozitivní vliv (12%).

Rozdělíme-li podniky dle oboru činnosti, pak nebyly nalezeny významné rozdíly v odpovědích mezi zpracovatelským a stavebním průmyslem. Zkoumáme-li rozložení odpovědí ve skupinách podniků různé velikosti, pak nejsou zjištěny významné rozdíly v procentuálním zastoupení zvolených odpovědí. Právní forma rovněž nemá vliv na procento zastoupení jednotlivých odpovědí.

5.18. Diskuse

V části nazvané „Faktory konkurenceschopnosti podniku“ byly zkoumány vnitřní a vnější faktory podnikání, které na podnik působí. Respondenti v rámci této části hodnotili vždy úroveň příslušného faktoru a také jeho vliv na konkurenceschopnost podniku.

Je třeba si uvědomit, že vyjadřování se daného respondenta k faktorům konkurenceschopnosti je ovlivněno řadou činitelů. Dotazovaný vnímá situaci různorodě podle toho, jak silný je jeho podnik v současnosti, jaké má postavení na trhu, jaký je podíl lidské práce v podniku atd. Těchto aspektů je skutečně mnoho. Dále je potřeba zmínit i subjektivní náhled konkrétního tazatele na úroveň příslušných faktorů a jejich vliv na konkurenceschopnost.

V otázkách, kde respondenti hodnotili inovační aktivitu, pružnost a kvalitu produkce svého podniku je nejčastěji znát příklon ke stejné a mírně vyšší úrovni ve srovnání s konkurencí. Vliv těchto faktorů na konkurenceschopnost podniku je pak nejčastěji vnímán jako mírně pozitivní.

Dotazovaní dále hodnotili úroveň nákladů na práci a ostatních nákladů. Nejvíce respondentů se domnívá, že náklady jsou zhruba na stejné úrovni jako u konkurence. Tento aspekt často nemá buď žádný vliv nebo působí na konkurenceschopnost mírně pozitivně.

Dalšími faktory, ke kterým se respondenti vyjádřili, byly kvalifikace pracovníků, péče o zákazníky, přístup ke zdrojům financování a jméno podniku. Dotazovaní nejčastěji vnímají úroveň zmíněných aspektů jako srovnatelnou nebo mírně vyšší ve srovnání s konkurencí. Vliv těchto činitelů na konkurenceschopnost ve velké části podniků buď není žádný nebo je hodnocen jako mírně pozitivní.

Vnější faktory byly zkoumány obdobně. Korupční boj je, dle mínění podniků, nejčastěji vysoký nebo dokonce velmi vysoký. Projevuje se zde různorodost pojetí této skutečnosti, neboť část respondentů vnímá tuto situaci jako mírně pozitivní a část jako mírně negativní. Vyjednávací síla odběratelů i dodavatelů je hodnocena především jako vysoká, ale část podniků je vnímá jako střední. Obě tyto veličiny buď nemají žádný vliv na konkurenceschopnost nebo působí jen mírně.

Respondenti dále uvádějí střední míru zájmu vstoupit do pracovního poměru v jejich podniku, tento faktor opět nemá žádný vliv nebo jen mírný. Korupce se podnikům jeví jako nízká a nemá povětšinou žádný vliv na konkurenceschopnost. Podpora státních orgánů i orgánů veřejné správy je poměrně jednotně hodnocena jako nízká. Ani tento aspekt nemá výrazný vliv na konkurenceschopnost podniků.

Každá otázka byla dále zkoumána z hlediska oboru činnosti, velikosti a právní formy. Z hlediska oboru činnosti byla analyzována dvě velká odvětví, zpracovatelský průmysl a stavebnictví. V některých otázkách nebyla nalezena souvislost mezi zastoupením odpovědí a příslušným odvětvím. Zřejmě nejvýznamnější rozdíly byly následující. Ve zpracovatelském průmyslu hodnotí více podniků náklady na práci jako nižší ve srovnání s konkurencí, stavební podniky posuzují tyto náklady spíše jako srovnatelné. To platí i pro ostatní náklady. Stavební podniky vnímají lépe svoje jméno oproti podnikům zpracovatelského průmyslu. Rozdíly jsou i v hodnocení vyjednávací síly odběratelů. Velká část stavebních podniků vnímá sílu odběratelů jako střední, zatímco zpracovatelské podniky udávají spíše vysokou vyjednávací sílu odběratelů. Velikost podniku a právní forma neovlivňují zásadním způsobem vnímání faktorů konkurenceschopnosti.

Respondenti se často přiklánějí k odpovědím ze středu nabízeného spektra, krajní odpovědi byly voleny v menší míře. Často tedy dotazovaní uvádí srovnatelnou úroveň vnitřních faktorů ve srovnání s konkurencí a střední míru vnějších faktorů. Krajní odpovědi měly vysoké zastoupení jen v malém množství otázek.



6. Souhrnná část (B1)

6.1. Důležitost zájmových skupin (stakeholders)

6.1.1. Charakteristika otázky

B1.1. Uveďte, jakou důležitost mají níže uvedené zájmové skupiny (stakeholders) pro Váš podnik.

V otázce se jedná o zjišťování důležitosti přikládané vyjmenovaným skupinám stakeholderů. Respondenti uvádí úroveň důležitosti jednotlivých zájmových skupin na škále „1 – nedůležitá zájmová skupina až 5 – vysoce důležitá zájmová skupina“ pro stávající situaci (proměnné x37b–x43b) a zároveň také označují minulý a odhadují budoucí trend, obojí na škálách „sledovaná veličina převážně rostla, zůstávala stejná, nastával pokles“, respektive „lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst, zůstane stejná, nebo nastane pokles“.

Zájmové skupiny byly stanoveny tyto: Vlastníci (x37), Zaměstnanci (x38), Zákazníci (x39), Dodavatelé (x40), Věřitelé (x41), Stát (x42), Komunita v okolí podniku (x43)¹.

Všechny proměnné získané z otázky B 1.1 jsou ordinálními proměnnými². Proměnné x37b–x43b mohou být s ohledem na velikost škály 1–5 považovány i za kvazi intervalové.

1 Viz. předchozí fáze výzkumu a zprávy z nich jsou v publikacích: Blažek L., Doležalová, K., Klapalová, A. (2005); Blažek, L. a kol. (2005).

2 Významy stupňům 2, 3 a 4 byly přiděleny až pro interpretaci, nebyly součástí dotazníku. Proměnnou tedy nelze považovat za nominální.

6.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 41: Ukazatele centrálních tendencí proměnných x37b až x43b – výběrový soubor celkem

	x37b Vlastníci – Stávající situace	x38b Zaměstnanci – Stávající situace	x39b Zákazníci – Stávající situace	x40b Dodavatele – Stávající situace	x41b Věřitelé – Stávající situace	x42b Stát – Stávající situace	x43b Komunita v okolí podniku – Stávající situace
Průměr	4,47	4,03	4,65	3,78	2,75	2,39	2,61
Medián	5,00	4,00	5,00	4,00	3,00	2,00	3,00
Modus	5	4	5	4	3	1	3
Sm. odchylka	0,88	0,90	0,61	0,90	1,22	1,21	1,15
Rozptyl	0,77	0,81	0,37	0,81	1,48	1,47	1,32

Komentář

U všech proměnných otázky B 1.1. bylo dosaženo velmi vysoké míry zodpovězení otázek. U otázek na současný stav bylo procento chybějících odpovědí nižší než 1,2 (tj. 1–5 z 432), u otázek na trendy bylo nižší než 7 (absolutně 19–29 z 432).

Výjimkou byla skupina věřitelů, kde pro současný stav byla tato hodnota 3,5 % (15 z 432) a pro trendy přes 9 % (39 z 432). Tato skutečnost by se dala interpretovat tak, že věřitelé nejsou některými respondenty vnímáni jako samostatná zájmová skupina.

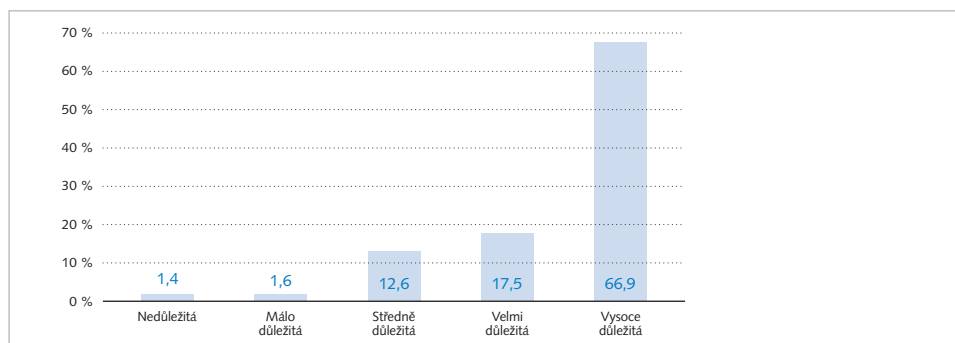
K hodnocení důležitosti jednotlivých skupin můžeme použít aritmetický průměr. Proměnné můžeme považovat za intervalové a ačkoli rozložení hodnot jsou do jisté míry zešikmena, dává nám průměr výstižnější informaci, než medián. Zároveň nejsou mezi průměry, mediány a mody výrazné rozdíly. Z výše uvedené tabulky je tedy patrné, že skupinou vnímanou jako vysoce důležitou jsou zákazníci, jejichž průměrné hodnocení je nejvyšší, což je doplněno i zdaleka nejnižší směrodatnou odchylkou. Jen mírně nižší hodnotu mají vlastníci, za nimiž s výrazným odstupem následují zaměstnanci a dále dodavatelé. Tyto dvě skupiny by již bylo třeba hodnotit jen jako velmi důležité. Věřitelé a komunita v okolí podniku jsou pak průměrem mezi nízkou a střední důležitostí, pro střední důležitost se však můžeme přiklonit i na základě modu a mediánu. Skupinou, která je v základním souboru hodnocena jako nejméně významná, je stát s průměrem sice 2,36, ale mediánem 2 a modem dokonce 1. Se snižujícími se hodnotami průměru u posledních skupin také vzrůstá směrodatná odchylka, což je s ohledem na škálu a polohu průměrů v ní logické.

6.1.3. Charakteristika odpovědí – důležitost vlastníků [pol. x37b]

Tabulka č. 42: **Důležitost vlastníků. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	6	1,4
Málo důležitá	7	1,6
Středně důležitá	54	12,6
Velmi důležitá	75	17,5
Vysoce důležitá	287	66,9
Celkem	429	100,0

Graf č. 39: **Důležitost vlastníků. Odpovědi v procentech**



Komentář

Ve většině případů (70%) byla důležitost vlastníků v minulosti stejně velká jako v současnosti. 5% podniků uvedlo klesající tendenci, naproti tomu téměř 25% rostoucí trend. Do budoucna se předpokládá obdobná dynamika důležitosti vlastníků. Lze konstatovat, že důležitost vlastníků jako zájmové skupiny je velmi vysoká (67% hodnocení 5, dalších 30% hodnocení 4 a 3, zbývající hodnocení jsou zanedbatelná) a zhruba ve čtvrtině případů se v budoucnosti bude ještě zvyšovat.

Při hodnocení důležitosti vlastníků dle oboru činnosti je patrné, že mezi zpracovatelským průmyslem a stavebnictvím neexistují podstatnější rozdíly. Rozdíl mezi průměry 0,07 bodu znamená pouze 1,4% na bodovací škále a i rozložení četností do jednotlivých kategorií je podobné.

Hodnotíme-li odpověď na danou otázku s ohledem na velikost podniků, lze pozorovat trend mírného růstu (rozdíl mezi krajními hodnotami je jen 1,8% škály) důležitosti vlastníků s růstem podniku. Poněkud výraznější je tento trend v kategorii vysoce důležitá zájmová skupina (rozdíl 4% škály mezi krajními hodnotami).

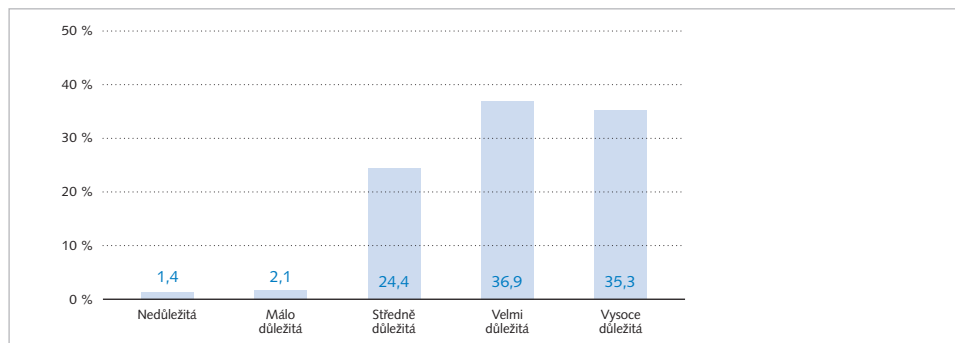
Zajímavé je rozdělení podle právní formy. Ukazuje se, že u akciových společností mají vlastníci vyšší důležitost. Podle průměru se sice jedná o rozdíl jen 3,6% škály, ale v kategorii vysoce důležitá zájmová skupina je to už 8% škály.

6.1.4. Charakteristika odpovědí – důležitost zaměstnanců [pol. x38b]

Tabulka č. 43: Důležitost zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	6	1,4
Málo důležitá	9	2,1
Středně důležitá	105	24,4
Velmi důležitá	159	36,9
Vysoce důležitá	152	35,3
Celkem	431	100,0

Graf č. 40: Důležitost zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Většina podniků uvádí, že důležitost v minulosti byla stejná jako v současnosti. V přibližně 6 % případů byla vyšší a ve 30 % byla nižší. Do budoucna předpokládají podniky buď zachování stejné úrovně (55,4 %), nebo růst důležitosti (43 %). Nejvíce podniků považuje zaměstnance za velmi důležitou skupinu, ale významně jsou zastoupeny i kategorie vysoce a středně důležitá skupina.

Při rozdělení podniků do skupin podle oborů jsou rozdíly v průměru sice malé (2,6 % škály), ale rozdělení četností ukazuje, že ve stavebnictví jsou zaměstnanci častěji hodnoceni jako vysoce důležití (41 % vs. 33,9 %).

Hodnocení podle velikosti podniku ukazuje trend poklesu důležitosti zaměstnanců s růstem podniku. Průměry důležitosti tak klesají od 4,15 (podniky 50–99 zaměstnanců) přes 4,02 (100–249 zaměstnanců) po 3,91 (250 a více zaměstnanců). Rozložení četností odpovědí v jednotlivých kategoriích důležitosti tento trend potvrzuje. Tuto závislost důležitosti zaměstnanců na velikosti podniku lze považovat za statisticky významnou, avšak velmi slabou. Na hladině významnosti 0,027 je síla závislosti měřena koeficientem Kendallovo tau-c – 0,095.

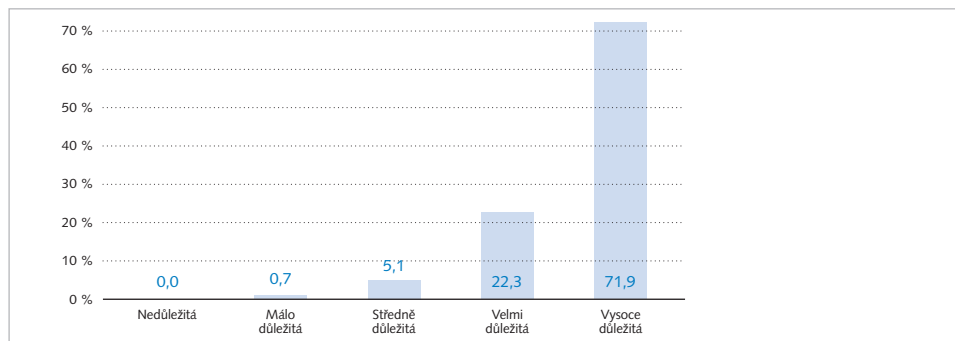
U rozdělení podle právní formy je vyšší důležitost zaměstnanců ve společnostech s ručením omezeným (o 6 % škály). Tento fakt ale může souviset i s velikostí podniku, protože mezi podniky nad 250 zaměstnanců je dvakrát více akciových společností, než společností s ručením omezeným.

6.1.5. Charakteristika odpovědi – důležitost zákazníků [pol. x39b]

Tabulka č. 44: Důležitost zákazníků. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	0	0,0
Málo důležitá	3	0,7
Středně důležitá	22	5,1
Velmi důležitá	96	22,3
Vysoce důležitá	310	71,9
Celkem	431	100,0

Graf č. 41: Důležitost zákazníků. Odpovědi v procentech



Komentář

Zhruba v polovině (54,4 %) podniků byla v minulosti důležitost zákazníků stejná jako v současnosti. Ve 42,9 % podniků pak tato důležitost v minulosti rostla. Ačkoliv 71,9 % podniků hodnotí zákazníky dnes jako vysoce důležité (22,3 % jako velmi, 5,1 % středně a 0,7 % málo důležité), polovina podniků předpokládá, že důležitost zákazníků ještě poroste a polovina, že bude stejná. Žádný ze 432 podniků nevnímá zákazníky jako nedůležitou zájmovou skupinu.

Ve zpracovatelském průmyslu je průměr důležitosti zákazníků o 3,4 % škály vyšší, než ve stavebnictví. V kategorii vysoce důležitá zájmová skupina je tento rozdíl 13 procentních bodů.

Při rozdělení podniků podle velikosti průměry důležitosti nevykazují trend a rozdíly jsou velmi malé. Nejnižší důležitost (4,61) zákazníkům přisuzují podniky kategorie 250 a více zaměstnanců, nejvyšší pak kategorie 100–249 (4,68). Mezi podniky s 50–99 zaměstnanci je pak průměrem 4,66.

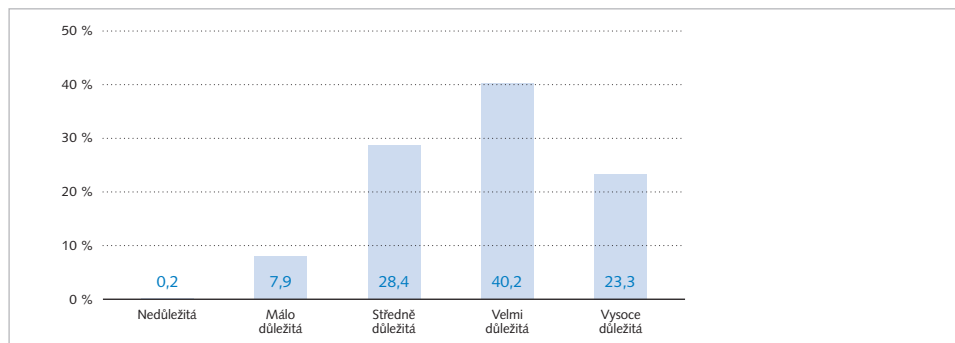
Téměř shodný průměr jako největší podniky vykazují akciové společnosti, je to 4,62. Společnosti s ručením omezeným se pak podobají spíše kategorii 100–249 zaměstnanců s průměrem 4,68.

6.1.6. Charakteristika odpovědí – důležitost dodavatelů [pol. x40b]

Tabulka č. 45: Důležitost dodavatelů. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	1	0,2
Málo důležitá	34	7,9
Středně důležitá	122	28,4
Velmi důležitá	173	40,2
Vysoce důležitá	100	23,3
Celkem	430	100,0

Graf č. 42: Důležitost dodavatelů. Odpovědi v procentech



Komentář

Dvě třetiny podniků uvádí stejnou důležitost dodavatelů dnes jako v minulosti. Ve více než čtvrtině tato důležitost byla nižší a v cca 6 % vyšší. Dnes vnímá dodavatele nejvíce podniků jako velmi důležité (40%), téměř čtvrtina jich pak vnímá dodavatele jako vysoce důležité a více než čtvrtina jako středně důležité. Málo důležitý jsou dodavatelé jen pro 7,9% podniků.

Důležitější jsou dodavatelé ve zpracovatelském průmyslu (3,82), a to o 4% škály, což dokladují i četnosti v kategoriích vysoce a velmi důležitá zájmová skupina, které jsou pro zpracovatelský průmysl 65,3% a pro stavebnictví 51,8%.

Při rozdělení podniků podle velikosti mají dodavatelé nejvyšší důležitost u podniků o 100–249 zaměstnancích (3,90) a nejnižší u podniků o 250 a více zaměstnancích (3,62). Mezi podniky s 50–99 zaměstnanci bylo průměrné hodnocení 3,80.

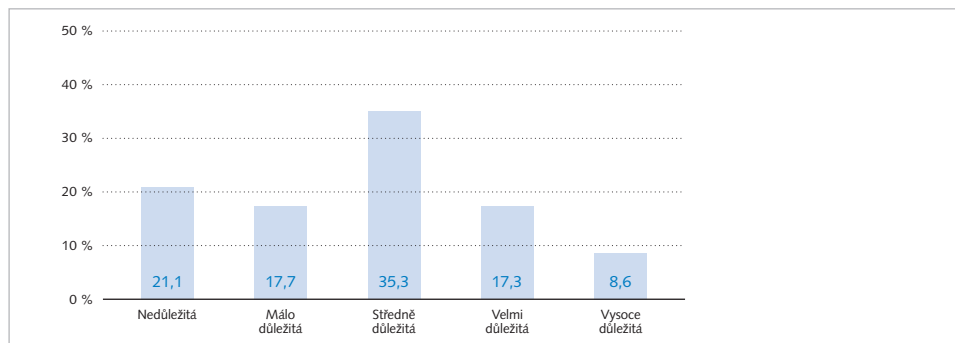
Rozdíl v důležitosti dodavatelů mezi akciovými společnostmi (3,76) a společnostmi s ručením omezeným (3,80) je minimální, pouze 0,8% škály. Rozdělení četností je tak v obou skupinách přibližně stejné a je podobné rozložení ve výběrovém souboru jako celku.

6.1.7. Charakteristika odpovědí – důležitost věřitelů [pol. x41b]

Tabulka č. 46: Důležitost věřitelů. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	88	21,1
Málo důležitá	74	17,7
Středně důležitá	147	35,3
Velmi důležitá	72	17,3
Vysoce důležitá	36	8,6
Celkem	417	100,0

Graf č. 43: Důležitost věřitelů. Odpovědi v procentech



Komentář

72,5 % podniků uvádí stejnou důležitost věřitelů dnes jako v minulosti. 11 % uvádí, že jejich důležitost rostla, kdežto 16 %, že klesala. Nejvíce podniků pak vnímá současnou důležitost věřitelů jako střední, a to 35,3 %. Cca polovina tohoto počtu posuzuje podniky jako málo důležité (17,7 %) nebo naopak velmi důležité (17,3 %). 21,1 % podniků pak označuje věřitele za nedůležitou zájmovou skupinu a jen 8,6 % za vysoce důležitou zájmovou skupinu.

Věřitelé jsou výrazně důležitější ve stavebnictví (průměr 2,98), než ve zpracovatelském průmyslu (2,69). To se projevuje i v rozdělení četností. 68,3 % respondentů ze stavebnictví uvádí důležitost střední a vyšší, zatímco ve zpracovatelském průmyslu je to jen 59,4 % podniků. Uvedené rozdíly však nejsou statisticky významné.

Při rozdělení podniků podle velikosti jsou rozdíly menší, lze ale sledovat trend poklesu důležitosti věřitelů s růstem podniků. U podniků s 50–99 zaměstnanci je průměr 2,88, u podniků se 100–249 zaměstnanci 2,72 a u podniků s 250 a více zaměstnanci jen 2,64. Výrazně se tento trend odráží v četnostech podniků označujících věřitele za vysoce důležité. Tyto četnosti postupně klesají s růstem velikosti podniků od 14,4 % přes 7,2 % k 4,8 %. Sledovaná závislost ale není příliš silná, hodnota koeficientu Spearmanova rho je minimální, pouze 0,035 na hladině významnosti 0,045.

Zajímavé je, že přes nižší důležitost věřitelů ve velkých podnicích je v akciových společnostech důležitost věřitelů vyšší (2,79), než ve společnostech s ručením omezeným (2,71). A to přesto, že právě dvě třetiny těchto velkých podniků jsou mezi akciovými společnostmi. Rozdíl je ale velmi

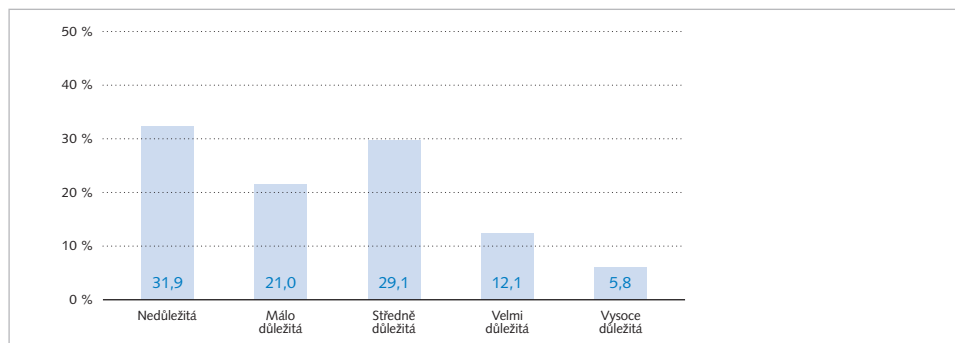
malý (1,6% škály) a četnosti v obou skupinách mají proto téměř stejné rozložení, které je tudíž obdobné jako v celém výběrovém souboru.

6.1.8. Charakteristika odpovědí – důležitost státu [pol. x42b]

Tabulka č. 47: **Důležitost státu. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	137	31,9
Málo důležitá	90	21,0
Středně důležitá	125	29,1
Velmi důležitá	52	12,1
Vysoce důležitá	25	5,8
Celkem	429	100,0

Graf č. 44: **Důležitost státu. Odpovědi v procentech**



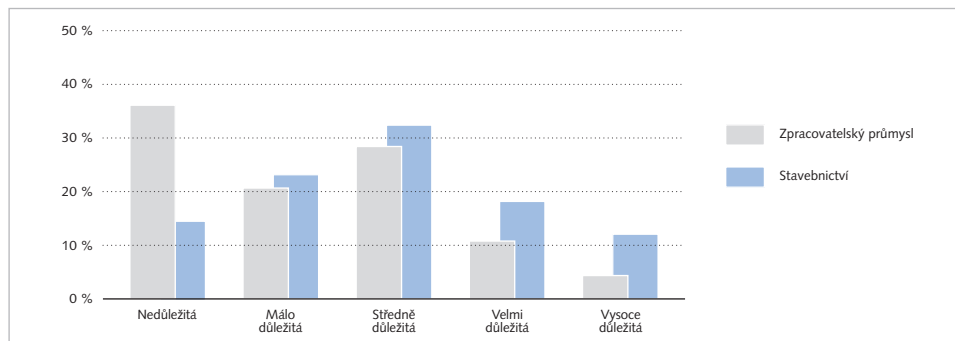
Komentář

Rozložení četností v rámci trendů je u důležitosti státu velmi podobné jako u důležitosti věřitelů. V 17,4% důležitost státu klesala, v 72,5% byla stejná a v 10,2% rostla. Předpokládané budoucí trendy jsou téměř stejné.

Stát je pro podniky nejméně důležitou zájmovou skupinou. Průměrné hodnocení je sice 2,34, tedy více, než málo důležitá zájmová skupina, respondenti ale odpovídali nejčastěji, že stát je pro ně nedůležitá zájmová skupina (31,9%). Druhou nejčastější odpovědí bylo středně důležitá zájmová skupina (29,1%) a dále už s výraznějšími odstupy málo (21%), velmi (12,1%) a vysoce (5,8%) důležitá zájmová skupina.

Stát je výrazně důležitější pro podniky ve stavebnictví. Průměrné hodnocení je tu 2,9 oproti 2,27 ve zpracovatelském průmyslu. Že je velmi odlišné i rozložení četností v jednotlivých kategoriích důležitosti, je zřejmé i z modů, ty jsou středně důležitá zájmová skupina ve stavebnictví, ale pouze nedůležitá zájmová skupina ve zpracovatelském průmyslu. Závislost je statisticky významná na hladině 0,001 a síla závislosti měřena koeficientem Eta je 0,208.

Graf č. 45: Důležitost státu v jednotlivých oborech činnosti



Co se týče důležitosti státu v závislosti na velikosti podniku, nelze vyslovit jednoznačný závěr. Zatímco podle průměru spíše důležitost státu klesá s růstem velikosti podniku (2,40 v obou kategoriích do 250 zaměstnanců a 2,36 mezi podniky nad 250 zaměstnanců) a zatímco mediány jsou ve všech skupinách podniků stejné (2), tak nejčtenější hodnoty jsou mezi podniky do 250 zaměstnanců v kategorii nedůležitá zájmová skupina, ale mezi podniky nad 250 zaměstnanců v kategorii středně důležitá zájmová skupina. Nejednoznačnosti odpovídá také závěr testů. Jejich výsledky nejsou statisticky významné, a proto nelze zamítnout nulovou hypotézu o neexistenci rozdílů v základním souboru.

Tabulka č. 48: Důležitost státu v závislosti na velikosti podniku

	50–99 zaměstnanců		100–249 zaměstnanců		250 a více zaměstnanců	
	Absolutně	Procentně	Absolutně	Procentně	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	43	33,9	57	32,8	37	28,9
Málo důležitá	24	18,9	34	19,5	32	25,0
Středně důležitá	36	28,3	49	28,2	40	31,3
Velmi důležitá	14	11,0	24	13,8	14	10,9
Vysoce důležitá	10	7,9	10	5,7	5	3,9
Celkem	127	100,0	174	100,0	128	100,0

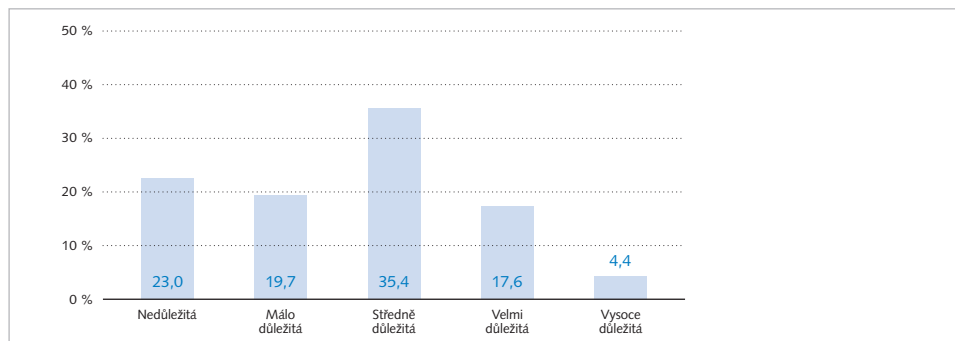
Při rozdělení do skupin podle právní formy už mezi podniky výrazné rozdíly nejsou. Mezi akciovými společnostmi je sice podle průměru stát vnímán jako méně důležitý, ale jen minimálně (rozdíl 1 % škály). Tomu odpovídá i velmi podobné rozložení četností, kdy nejčtenější kategorií je tak nedůležitá zájmová skupina a druhou nejčtenější středně důležitá zájmová skupina. Nižší důležitost státu mezi akciovými společnostmi může být způsobena tím, že je mezi nimi více velkých společností, pro které je stát méně důležitý, než pro ostatní podniky.

6.1.9. Charakteristika odpovědí – důležitost komunit v okolí podniku [pol. x43b]

Tabulka č. 49: Důležitost komunit v okolí podniku. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nedůležitá	98	23,0
Málo důležitá	84	19,7
Středně důležitá	151	35,4
Velmi důležitá	75	17,6
Vysoce důležitá	19	4,4
Celkem	427	100,0

Graf č. 46: Důležitost státu. Odpovědi v procentech



Komentář

76,9% podniků uvádí stejnou důležitost komunit³ v minulosti jako v současnosti, v 15,1% byla nižší a v 7,9% vyšší. Do budoucna předpokládá růst 18,3%, stagnaci 76,8% a pokles jen 4,9% podniků.

Současná důležitost je pak v nejvíce podnicích vnímána jako střední (35,4%). Ve 23% podniků byly komunity označeny za nedůležitou zájmovou skupinu, v 19,7% a 17,6% za málo, respektive velmi důležitou zájmovou skupinu. Pouze v 4,4% byly komunity označeny jako vysoce důležitá skupina.

Rozdíl průměrů důležitosti mezi podniky při rozdělení dle oboru činnosti je jen 0,15 bodu, tedy 3% škály. Vyšší je přitom důležitost komunit ve stavebnictví (2,73). Malému rozdílu v průměrech odpovídá i obdobné rozložení četnosti v jednotlivých kategoriích důležitosti, které se blíží rozdělení v celém výběrovém vzorku.

U závislosti na velikosti podniku lze sledovat trend velmi mírného růstu důležitosti komunit s růstem velikosti podniku, nicméně rozdíly jsou velmi malé (mezi krajními hodnotami do 1% škály): 2,60 u podniků s 50–99 zaměstnanci a u podniků se 100–249 zaměstnanci a 2,63 u podniků nad 250 zaměstnanců. Rozložení četnosti v jednotlivých kategoriích důležitosti je opět ve všech kategoriích obdobné a blíží se rozložení ve výběrovém vzorku.

3 Dále v textu této kapitoly bude uváděn pouze výraz „komunity“. Bude se však jednat pouze o komunity v okolí podniků, v souladu s vymezením stakeholderských skupin v tomto výzkumu.

Nejvýraznějších rozdílů je dosaženo při rozdělení podniků podle právní formy podnikání. Mezi společnostmi s ručením omezeným je průměrné hodnocení komunit 2,58, kdežto mezi akciovými společnostmi 2,65. V akciových společnostech byly komunity častěji hodnoceny jako velmi důležité (19% vs. 16,4%) a málo důležité (23,3% vs. 16,8%), a zároveň méně často jako nedůležité (19,6% vs. 25,6%) a středně důležité (36,6% vs. 33,9%). Přes pozorovaný rozdíl nejsou provedené testy statisticky významné.

6.2. Teritoriální hledisko – ČR

6.2.1. Charakteristika otázky

B1.2. Má Váš podnik samostatné provozovny v České republice, jejichž sídlo je jinde než sídlo podniku?

Tato otázka se snaží zjišťovat územní rozložení kapacit podniku. To je sice určeno už sídlem podniku, ale předpokladem zde je, že sídlo podniku nemusí být místem, kde se uskutečňuje např. výroba, poskytování služeb nebo obchodování.

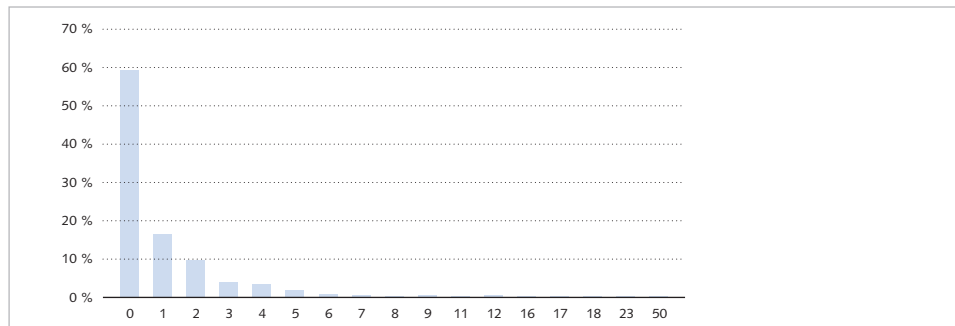
Nabízené odpovědi jsou Ne, Ano a Počet provozoven. V matici zde byly zavedeny dvě proměnné. x_{44a} je dichotomická a sleduje pouze odpovědi Ne = 1, Ano = 2. x_{44b} je naopak intervalová proměnná a zaznamenává počet provozoven. Logické je sloučení do umělé proměnné, která bude sledovat počet provozoven s tím, že do x_{44b} vstoupí údaj Ne z x_{44a} jako 0. Otázka B 1.2 je dále doplněna sídly provozoven včetně počtu zaměstnanců, přičemž maximální počet takto popsaných provozoven je 5 (x_{45} – x_{49}).

6.2.2. Charakteristika odpovědí

Tabulka č. 50: Počet samostatných provozoven v ČR – výběrový soubor

	Počet podniků	
	Absolutně	Procentně
0	252	60,1
1	69	16,5
2	42	10,0
3	17	4,1
4	15	3,6
5	9	2,1
6	2	0,5
7	2	0,5
8	1	0,2
9	2	0,5
11	1	0,2
12	2	0,5
16	1	0,2
17	1	0,2
18	1	0,2
23	1	0,2
50	1	0,2
Celkem	419	100,0

Graf č. 47: Počet samostatných provozoven v ČR – výběrový soubor



Komentář

Podíl chybějících odpovědí je u této otázky cca 3 %, což je relativně dobrý výsledek. 252 podniků, tedy 60,1 % z těch, které otázku zodpověděly, uvedlo, že samostatnou provozovnu nemají. U zbývajících podniků se pak počet samostatných provozoven pohyboval od jedné do padesáti, typicky do pěti (36,2 %). Jen 3,8 % podniků uvedlo více než pět provozoven. Nejčastějším případem, odhlédneme-li do podniků bez samostatných provozoven, jsou podniky s jednou provozovnou (16,5 %).

Rozdělení podniků podle oboru činnosti ukazuje, že ve stavebnictví jsou podniky se samostatnými provozovny mnohem častější (51,9%), na rozdíl od zpracovatelského průmyslu, kde je takových podniků jen 36,7%. Výsledky provedeného testu však nejsou statisticky významné.

Ze získaných dat je zřejmé, že počet samostatných provozoven silně závisí na velikosti podniku, což je logické. Mezi podniky s 50–99 zaměstnanci je jen 31,2% podniků se samostatnými provozovny, se 100–249 zaměstnanci 39,4% a s více než 250 zaměstnanci už 47,3%. Byla testována závislost počtu samostatných provozoven na nekategorizované velikosti podniku a měřena Pearsonovým R dosáhla hodnoty 0,463 na hladině významnosti 0,01.

Značný rozdíl je i mezi společnostmi s ručením omezeným (34,7% podniků se samostatnými provozovny) a akciovými společnostmi (46,2% podniků se samostatnými provozovny). Tento fakt však může být způsoben i tím, že mezi akciovými společnostmi je více podniků (45,8% vs. 17,4%) nad 250 zaměstnanců. Závislost byla potvrzena hodnotou koeficientu Eta 0,153 na hladině významnosti 0,006.

6.3. Teritoriální hledisko – zahraničí

6.3.1. Charakteristika otázky

B1.3. Má Váš podnik samostatné provozovny, jejichž sídlo je v zahraničí?

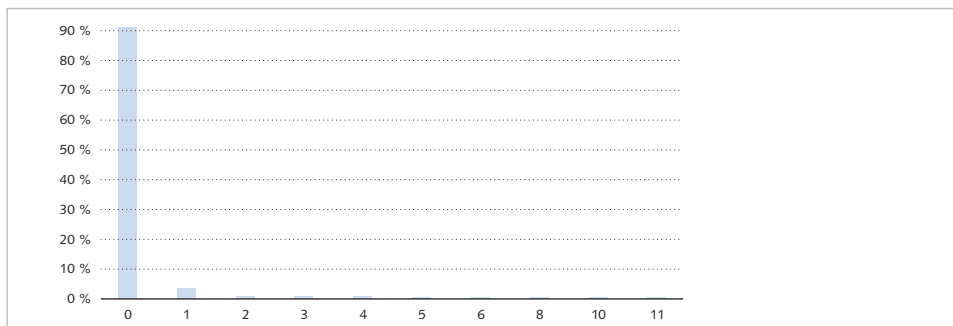
Tato otázka se snaží zjišťovat územní rozložení kapacit podniku v zahraničí. Nabízené odpovědi jsou Ne, Ano a Počet provozoven. V matici zde byly zavedeny dvě proměnné. x_{51a} je dichotomická a sleduje pouze odpovědi Ne = 1, Ano = 2. Proměnná x_{51b} je naopak intervalová a zaznamenává počet provozoven. Stejně jako u otázky B 1.2 je logické sloučení do umělé proměnné, která bude sledovat počet provozoven s tím, že do x_{51b} vstoupí údaj Ne z x_{51a} jako 0. Otázka B 1.3 je dále doplněna zeměmi, do kterých jsou provozovny dislokovány, včetně počtu zaměstnanců, přičemž maximální počet takto popsaných provozoven je 4 (x_{52} – x_{55}).

6.3.2. Charakteristika odpovědí

Tabulka č. 51: Počet samostatných provozoven v zahraničí – výběrový soubor

	Počet podniků	
	Absolutně	Procentně
0	373	91,2
1	16	3,9
2	6	1,5
3	5	1,2
4	4	1,0
5	1	0,2
6	1	0,2
8	1	0,2
10	1	0,2
11	1	0,2
Celkem	413	100,0

Graf č. 48: Počet samostatných provozoven v zahraničí – výběrový soubor



Komentář

Procento chybějících odpovědí je u této otázky 4,4. 91,2% podniků, které otázku zodpověděly, pak uvádí, že nemá provozovnu v zahraničí. 3,9% podniků má pouze jednu provozovnu a 3,7 dvě až čtyři provozovny v zahraničí. Více než čtyři (nejvýše bylo zaznamenáno 11 provozoven) má jen jedno procento podniků.

Z hlediska oborové příslušnosti jsou podíly podniků se zahraničními provozovnami velmi obdobné, ve stavebnictví jich je 10,8% a ve zpracovatelském průmyslu 8,9%.

Při rozdělení podniků podle velikosti se ukazuje závislost počtu zahraničních provozoven na velikosti podniků. Jen 7,3% podniků s 50–99 zaměstnanci a 7,8% podniků se 100–249 zaměstnanci, zato 14,6% podniků nad 250 zaměstnanců má zahraniční provozovny. Tuto závislost potvrzuje hodnota Pearsonova R 0,154 na hladině významnosti 0,01.

Mezi společnostmi s ručením omezeným jsou zahraniční provozovny méně časté (8,2%) než mezi akciovými společnostmi (11,7%).

6.4. Míra decentralizace

Tato otázka se skládá ze dvou částí, z nichž první zjišťuje obdobným způsobem jako předchozí dvě otázky, zda má podnik autonomní organizační jednotky (divize, závody apod.), tedy míru decentralizace. Druhá část zkoumá způsob, jakým je tato autonomie realizována.

6.4.1. Charakteristika otázky – míra decentralizace

B1.4. Existují ve Vašem podniku relativně autonomní organizační jednotky (divize, závody, apod.)?

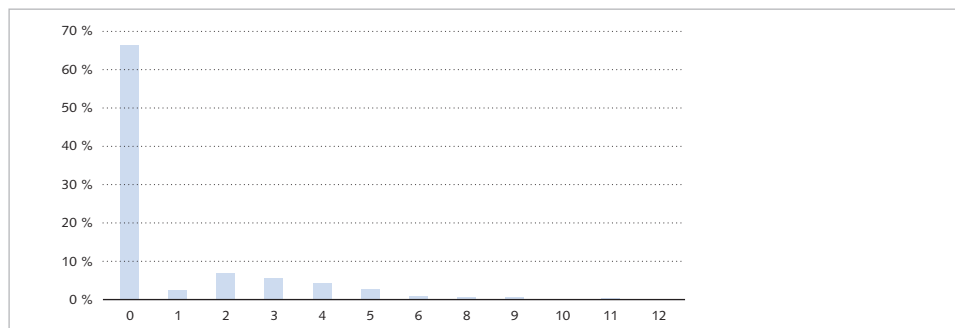
Opět je použita forma odpovědi jako v předchozích otázkách, tedy vzniklá proměnná $x57a$ může nabývat hodnot 1 = Ne a 2 = Ano a proměnná $x57b$ znamená počet provozoven. Opět se jedná o dichotomickou a intervalovou proměnnou a byla vytvořena umělá intervalová proměnná sloučením $x57a$ a $x57b$.

6.4.2. Charakteristika odpovědí

Tabulka č. 52: Počet autonomních organizačních jednotek – výběrový soubor

	Počet podniků	
	Absolutně	Procentně
0	269	66,1
1	15	3,7
2	33	8,1
3	29	7,1
4	23	5,7
5	18	4,4
6	9	2,2
8	4	1,0
9	3	0,7
10	1	0,2
11	2	0,5
12	1	0,2
Celkem	407	100,0

Graf č. 49: Počet autonomních organizačních jednotek – výběrový soubor



Komentář

Otázku zodpovědělo 94,2% podniků. 66,1% z nich uvedlo, že nemají autonomní organizační jednotky. Z rozložení četností odpovědí se pak ukazuje, že pokud podniky autonomní organizační jednotky mají, tíhnou k více než jedné. Nejčetnějším případem jsou podniky se dvěma autonomními organizačními jednotkami (8,1%), následují se třemi (7,1%). Více než pět autonomních organizačních jednotek už má ale méně než 5% podniků.

Stejně jako u samostatných provozoven v ČR se ukazuje závislost existence autonomních organizačních jednotek na oboru podnikání. Ve stavebnictví je téměř dvakrát více podniků s autonomními organizačními jednotkami (50%), než ve zpracovatelském průmyslu (32,7%). Rýsuje se zde možná souvislost se samostatnými provozovnami, a to závislost existence autonomních organizačních jednotek na existenci samostatných provozoven. Podle provedeného testu je skutečně tato závislost statisticky významná (Spearmanovo rho 0,325 na hladině významnosti 0,01).

Zřejmý je trend růstu autonomních organizačních jednotek s růstem podniků. U podniků s 50–99 zaměstnanci má autonomní organizační jednotky jen 27,2% podniků, v kategorii 100–249 zaměstnanců 35,1% a v kategorii nad 250 zaměstnanců 46,1%. Tuto závislost lze potvrdit Pearsonovým R s hodnotou 0,251 na hladině významnosti 0,01.

Akciové společnosti mají samostatné organizační jednotky častěji (43%), než společnosti s ručením omezeným (30,6%). Existenci vztahu, ačkoli slabého, potvrzuje koeficient Eta (0,164) na hladině významnosti 0,037.

6.4.3. Charakteristika otázky – způsob decentralizace

B1.4. Pokud ve Vašem podniku existují relativně autonomní organizační jednotky, jak je tato autonomie realizována?

Nabídnuto bylo těchto šest oblastí: **x58**: Plánování výrobního programu, **x59**: Jednání s odběrateli, **x60**: Plánování materiálových vstupů, **x61**: Jednání s dodavateli, **x62**: Plánování rozvoje pracovních sil, **x63**: Výběr a přijímání pracovníků. Respondenti označovali jak stávající stav na pěti-bodové škále s naznačeným významem: 1 – nízká autonomie, 3 – střední autonomie a 5 – vysoká autonomie, tak minulý a odhadovaný budoucí trend.

6.4.4. Charakteristika odpovědi

Tabulka č. 53: Ukazatele centrálních tendencí proměnných **x58b–x63b** ve výběrovém souboru

	x58b Plánování výrobního programu	x59b Jednání s odběrateli	x60b Plánování materiálových vstupů	x61b Jednání s dodavateli	x62b Plánování rozvoje pracovních sil	x63b Výběr a přijímání pracovníků
Průměr	3,22	3,49	3,42	3,32	3,15	3,48
Medián	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Modus	3	5	3	3	3	3
St. odchylka	1,38	1,36	1,25	1,26	1,26	1,21
Rozptyl	1,91	1,86	1,57	1,60	1,59	1,45

Komentář

K hodnocení způsobu uplatňování decentralizace můžeme, stejně jako u důležitosti zájmových skupin, použít aritmetický průměr. Proměnné lze považovat za intervalové a i když jsou rozložení hodnot většinou zešikmena, dává nám průměr podrobnější informaci, než medián, který je, až na jednu výjimku, pro všechny předdefinované způsoby stejný (3).

Jak je vidět, respondenti uváděli míru autonomie v jednotlivých oblastech střední, snad kromě jednání s odběrateli, kde je sice průměrné skóre 3,49, ale střední hodnotou je 4 a nejčastější dokonce 5, což můžeme interpretovat jako spíše vysoká autonomie. Nejnižší míra autonomie panuje v oblasti plánování rozvoje pracovních sil (3,15). Přesto je míra decentralizace v příbuzné oblasti výběru a přijímání pracovníků jen těsně na druhém místě s hodnotou 3,48. Ostatní oblasti následují s víceméně stejnými odstupy, tedy plánování materiálových vstupů (3,42), jednání s dodavateli (3,32) a plánování výrobního programu (3,22).

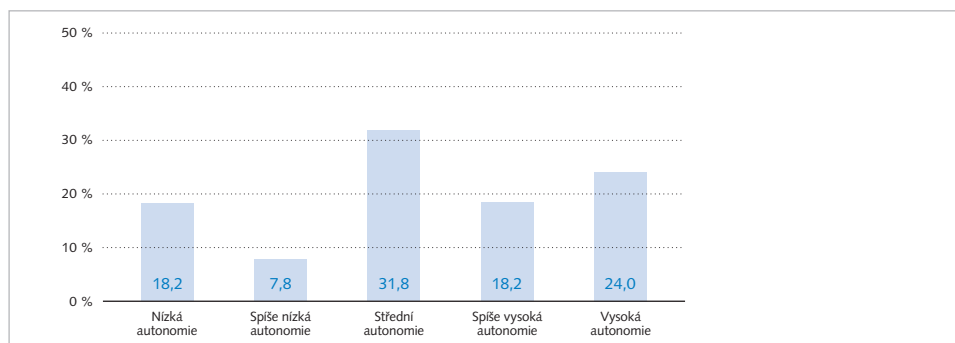
Tyto otázky byly relevantní pro ty podniky, které mají autonomní jednotky. Odpovědělo na ně 154 podniků.

6.4.5. Charakteristika odpovědí – míra autonomie v plánování výrobního programu [pol. x58b]

Tabulka č. 54: Míra autonomie v plánování výrobního programu. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	28	18,2
2 Spíše nízká autonomie	12	7,8
3 Střední autonomie	49	31,8
4 Spíše vysoká autonomie	28	18,2
5 Vysoká autonomie	37	24,0
Celkem	154	100,0

Graf č. 50: Míra autonomie v plánování výrobního programu



Komentář

Nejvíce podniků uvádělo v oblasti plánování výrobního programu střední autonomii (31,8%), ostatní podniky pak tendovaly spíše ke krajním hodnotám, a to 24% k vysoké a 18,2% k nízké a autonomii. Spíše vysokou autonomii uvedlo také 18,2% podniků a spíše nízkou 7,8%.

Podle oboru podnikání se autonomie nijak výrazně neliší, průměrná míra ve stavebnictví je 3,15 a ve zpracovatelském průmyslu 3,25. Rozdíl je ale jen 2% škály.

U rozdělení podle velikosti podniku je zřejmý trend růstu autonomie s růstem velikosti podniku. Mezi podniky s 50–99 zaměstnanci je průměrná míra autonomie 2,62, kdežto u podniků se 100–249 zaměstnanci už 3,38 a mezi podniky s 250 a více zaměstnanci 3,40. Tuto pozorovanou závislost potvrzují provedené testy, hodnota koeficientu Somersovo D je 0,149 na hladině významnosti 0,026.

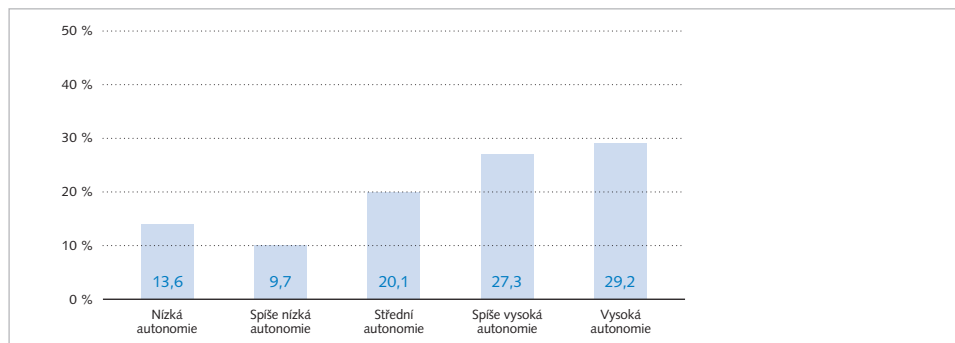
Ve společnostech s ručením omezeným je míra autonomie v plánování výrobního programu (3,15) o cca 3% škály nižší než v akciových společnostech (3,28). Tento rozdíl není výrazný, navíc část z něj může vysvětlit závislost autonomie v této oblasti na velikosti podniku.

6.4.6. Charakteristika odpovědí – míra autonomie v jednání s odběrateli [pol. x59b]

Tabulka č. 55: Míra autonomie v jednání s odběrateli. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	21	13,6
2 Spíše nízká autonomie	15	9,7
3 Střední autonomie	31	20,1
4 Spíše vysoká autonomie	42	27,3
5 Vysoká autonomie	45	29,2
Celkem	154	100,0

Graf č. 51: Míra autonomie v jednání s odběrateli



Komentář

Jednání s odběrateli je oblastí, ve které uváděli respondenti nejvyšší míru autonomie. Rozložení četností se tak liší od ostatních oblastí, nejčetnější kategorií je vysoká autonomie (29,2%), střední hodnotou spíše vysoká autonomie (27,3%). I dále četnosti klesají, přes 20,1% u střední autonomie k 9,7% v kategorii spíše nízká autonomie. Tendence ke krajním hodnotám se ale ukazuje i zde, nízkou autonomii uvádí 13,6% podniků.

Relativně velký (5,2%), při porovnání s jinými kritérii nebo oblastmi autonomie, je rozdíl v autonomii jednání s dodavateli mezi jednotlivými obory. Ve zpracovatelském průmyslu je výrazně nižší (3,42), než ve stavebnictví (3,68). Provedené testy však nejsou statisticky významné.

V závislosti na velikosti podniku trend vysledovat nelze, u podniků s 50–99 zaměstnanci je sice průměr nejnižší (3,27), ale nejvyšší je u podniků se 100–249 zaměstnanci (3,66) a mezi těmito hodnotami je průměr podniků s 250 a více zaměstnanci (3,43).

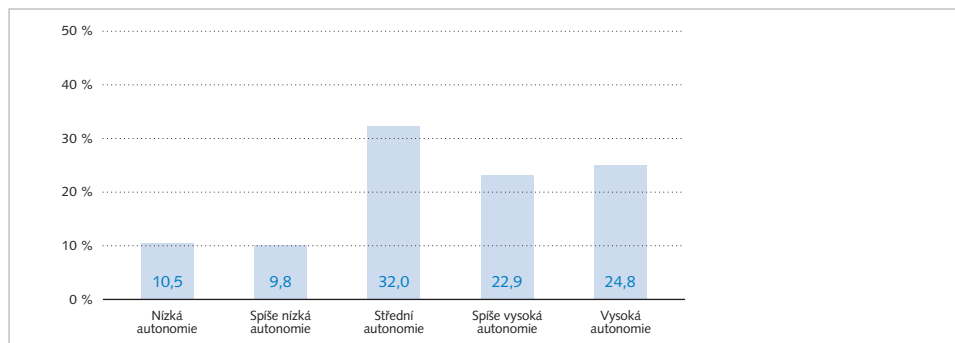
Obdobně jako u předchozí oblasti je i v jednání s odběrateli mezi podniky s rozdílnou právní formou cca 3% škály, tentokrát je ale vyšší ve společnostech s ručením omezeným (3,58) a nižší v akciových společnostech (3,41).

6.4.7. Charakteristika odpovědí – míra autonomie v plánování materiálových vstupů [pol. x60b]

Tabulka č. 56: Míra autonomie v plánování materiálových vstupů. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	16	10,5
2 Spíše nízká autonomie	15	9,8
3 Střední autonomie	49	32,0
4 Spíše vysoká autonomie	35	22,9
5 Vysoká autonomie	38	24,8
Celkem	153	100,0

Graf č. 52: Míra autonomie v plánování materiálových vstupů



Komentář

V této oblasti realizace autonomie jsou hodnoty četností rozloženy tak, jak je to typické i pro většinu ostatních oblastí. Nejčetnější kategorií je střední autonomie (32%) a dále se hodnocení soustřeďuje ke krajním hodnotám: 24,8% vysoká autonomie a 10,5% nízká autonomie, mezi nimiž a střední autonomií jsou méně četné mezistupně spíše vysoká autonomie (22,9%) a spíše nízká autonomie (9,8%).

Rozdíl v míře autonomie v plánování materiálových vstupů je mezi podniky jednotlivých oborů minimální, menší než 1% škály, ve stavebnictví je průměrná hodnota 3,45 a ve zpracovatelském průmyslu 3,41.

Při rozdělení podle velikosti podniku opět průměry míry autonomie nevykazují trend, ale pohybují se od nejnižšího průměru (3,12) u podniků 50–99 zaměstnanců přes nejvyšší (3,68) u podniků 100–249 zaměstnanců po střední (3,31) u podniků s 250 a více zaměstnanci. Rozdíly mezi krajními hodnotami jsou poměrně výrazné, 11,2% škály.

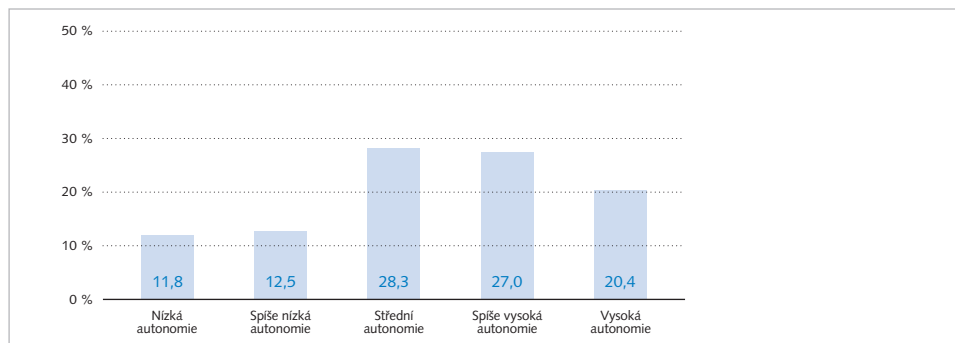
Stejně výrazný je i rozdíl mezi akciovými společnostmi (3,19) a společnostmi s ručením omezeným (3,68), zde 9,8% škály. Testy však buď nejsou statisticky významné (Cramerovo V) nebo s nulovou závislostí (Lambda při hladině významnosti 0,058).

6.4.8. Charakteristika odpovědí – míra autonomie v jednání s dodavateli [pol. x61b]

Tabulka č. 57: Míra autonomie v jednání s dodavateli. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	18	11,8
2 Spíše nízká autonomie	19	12,5
3 Střední autonomie	43	28,3
4 Spíše vysoká autonomie	41	27,0
5 Vysoká autonomie	31	20,4
Celkem	152	100,0

Graf č. 53: Míra autonomie v jednání s dodavateli



Komentář

V této oblasti realizace autonomie jsou hodnoty četností rozloženy nejrovnoměrněji. Navíc postupně klesají od nejčetnější střední autonomie (28,3%) ke krajním hodnotám, i když různým tempem. Spíše nízkou autonomii uvádí jen 12,5% a nízkou autonomii 11,8% podniků, kdežto spíše vysoká autonomie se vyskytovala ve 27% a vysoká autonomie ve 20,4% podniků.

Ve stavebnictví je autonomie v této oblasti značně vyšší (3,69), než ve zpracovatelském průmyslu (3,19), a to o 10% škály. Provedené testy však nejsou statisticky významné.

Na rozdíl od předchozích dvou oblastí je nyní nejnižší uváděná autonomie mezi podniky s 250 a více zaměstnanci (3,07). Nejvyšší však stále zůstává mezi podniky se 100–249 zaměstnanci (3,61), u podniků s 50–99 zaměstnanci je 3,24. Rozdíl mezi krajními hodnotami tak činí 10,8% škály.

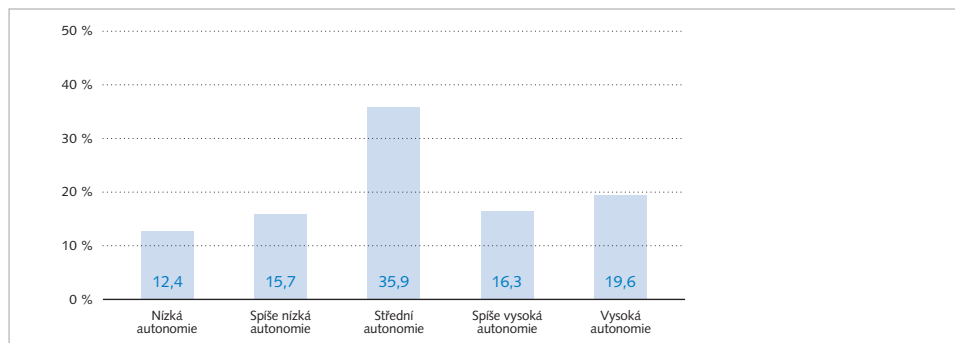
V akciových společnostech je opět míra autonomie nižší (3,09), než ve společnostech s ručením omezeným (3,57), a to o 9,6% škály. Závislost měřena Cramerovým V má sílu 0,226 ale při hladině významnosti pouze 0,1.

6.4.9. Charakteristika odpovědí – míra autonomie v plánování rozvoje pracovních sil [pol. x62b]

Tabulka č. 58: Míra autonomie v plánování rozvoje pracovních sil. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	19	12,4
2 Spíše nízká autonomie	24	15,7
3 Střední autonomie	55	35,9
4 Spíše vysoká autonomie	25	16,3
5 Vysoká autonomie	30	19,6
Celkem	153	100,0

Graf č. 54: Míra autonomie v plánování rozvoje pracovních sil



Komentář

V této oblasti uplatňování autonomie je sice nejčetnější kategorie střední autonomie (35,9%) jako v ostatních oblastech, v ostatních kategoriích jsou četnosti ale podstatně vyrovnanější okolo patnáctiprocentní úrovně. Nízkou autonomii tak uvedlo 12,4%, spíše nízkou 15,7%, spíše vysokou 16,3% a vysokou 19,6% podniků.

Průměrné hodnoty se podle oboru téměř neliší, ve zpracovatelském průmyslu to je 3,14 a ve stavebnictví 3,18, tedy 0,8% škály.

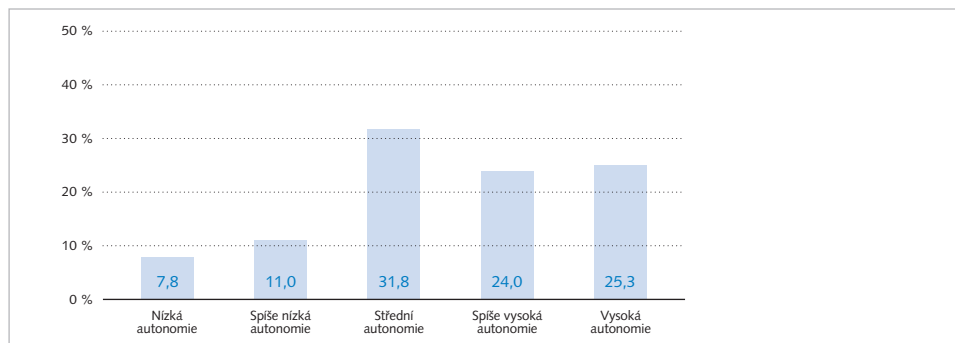
U společností s 50–99 zaměstnanci je průměrné hodnocení 2,97, tedy jako obvykle nejnížší při srovnání podle velikosti. U společností se 100–249 zaměstnanci je míra autonomie opět nejvyšší, a to 3,25 a mezi těmito hodnotami leží autonomie největších podniků s průměrem 3,15. Rozdíly mezi krajními hodnotami jsou v porovnání s ostatními oblastmi nízké, a to 5,6% škály. Nezvykle malý rozdíl je i mezi společnostmi s ručením omezeným (3,25) a akciovými společnostmi (3,06), pouze 3,8% škály.

6.4.10. Charakteristika odpovědí – míra autonomie ve výběru a přijímání pracovníků [pol. x63b]

Tabulka č. 59: Míra autonomie ve výběru a přijímání pracovníků. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Nízká autonomie	12	7,8
2 Spíše nízká autonomie	17	11,0
3 Střední autonomie	49	31,8
4 Spíše vysoká autonomie	37	24,0
5 Vysoká autonomie	39	25,3
Celkem	154	100,0

Graf č. 55: Míra autonomie ve výběru a přijímání pracovníků



Komentář

Opět je nejčetnější kategorie střední autonomie (31,8%), ale relativně vysokému průměru odpovídají četnosti v kategoriích spíše vysoká (24%) a vysoká (25,3%) autonomie. Spíše nízkou a nízkou autonomii pak uvedlo 11%, resp. 7,8% podniků.

V jednotlivých oborech činnosti se míra autonomie ve výběru a přijímání pracovníků neliší nijak výrazně, ve stavebnictví činí její průměr 3,58 a ve zpracovatelském průmyslu 3,45, tedy o 2,6% škály.

Autonomie v této oblasti je nejnižší u společností s více než 250 zaměstnanci (3,42), ale jen nepatrně po autonomii ve společnostech s 50–99 zaměstnanci (3,45). Jako obvykle je nejvyšší autonomie ve společnostech se 100–249 zaměstnanci, ale nijak výrazně (3,56). Rozdíl mezi krajními hodnotami je opět nízký, 2,8% škály. Obdobně malý rozdíl je mezi společnostmi s ručením omezeným (3,53) a akciovými společnostmi (3,43).

6.5. Stupeň řízení

6.5.1. Charakteristika otázky

B1.5. Kolik stupňů řízení (v hlavní linii) má Váš podnik?

Z této otázky vznikla ordinální proměnná **x64**. Protože nejčastější i střední hodnoty byly u všech podmnožin podle zvolených kritérií stejné, je k hodnocení možné použít buď průměru nebo rozložení četností, přičemž průměr je přesnější. Tazatelé i respondenti byli upozorněni, že se jedná o počet vedoucích mezi dělníkem hlavní výroby a ředitelem podniku včetně v hlavní linii řízení a za první stupeň je považován v této řadě první přímý nadřízený dělníka.

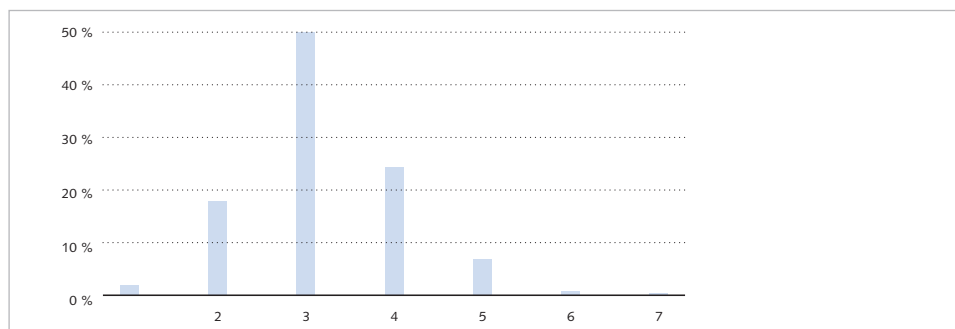
Lze například ověřovat předpoklad, že nižší poměr počtu stupňů řízení k počtu zaměstnanců (proměnná **x86b**) znamená vyšší pružnost a tedy i vyšší konkurenceschopnost.

6.5.2. Charakteristika odpovědi

Tabulka č. 60: Počet stupňů řízení – výběrový soubor

	Počet podniků	
	Absolutně	Procentně
1	5	1,2
2	74	17,5
3	211	50,0
4	102	24,2
5	26	6,2
6	3	0,7
7	1	0,2
Celkem	422	100,0

Graf č. 56: Míra autonomie ve výběru a přijímání pracovníků



Komentář

Otázka byla zodpovězena z více než 97%. Několik podniků uvedlo počet stupňů řízení 1. Tyto hodnoty by měly být znovu ověřeny ve vyplněných dotaznících, hodnota 1 by totiž znamenala nulový stupeň řízení, tedy ředitel podniku by byl přímý nadřízený dělníka v hlavní linii řízení. Nejvíce podniků (211), tedy přesně polovina, uvedlo počet stupňů řízení tři. Dva stupně má

17,2% podniků, čtyři stupně 24,2%, pět stupňů už jen 6,2% a šest nebo sedm stupňů necelé procento podniků.

Při rozdělení podle oborů činnosti jsou pozorované rozdíly minimální. Průměr se liší jen o 0,11 bodu (ve stavebnictví je vyšší), rozložení četnosti je obdobné, hodnoty se soustřeďují okolo počtu stupňů řízení tři. Ve stavebnictví, kde je méně pozorování, nejsou zastoupeny stupně 1, 6 a 7.

Můžeme pozorovat vcelku logický fakt závislosti počtu řízení na velikosti podniku. S růstem podniku roste průměrný počet stupňů řízení od 2,89 u podniků s 50–99 zaměstnanci přes 3,14 u podniků se 100–249 zaměstnanci po 3,58 u podniků s více než 250 zaměstnanci. Nejčtenější hodnotou s růstem podniku a šest a sedm stupňů je zastoupeno jen v největších podnicích. Síla této závislosti měřena Spearmanovým rho je 0,337 na hladině významnosti 0,01.

Mezi společnostmi s ručením omezeným je nižší průměrný počet stupňů řízení, a to o 0,28 bodu, než u akciových společností. Tento rozdíl je podle Mann-Whitneyho testu statisticky významný na hladině významnosti 0,002. Patrně to souvisí s větší velikostí podniků. Průměrná velikost společnosti s ručením omezeným ve zkoumaném vzorku je 200 zaměstnanců, zatímco mezi akciovými společnostmi 392 zaměstnanců.

6.6. Koncernová struktura – mateřská společnost

6.6.1. Charakteristika otázky

B1.6. Je váš podnik součástí koncernu?

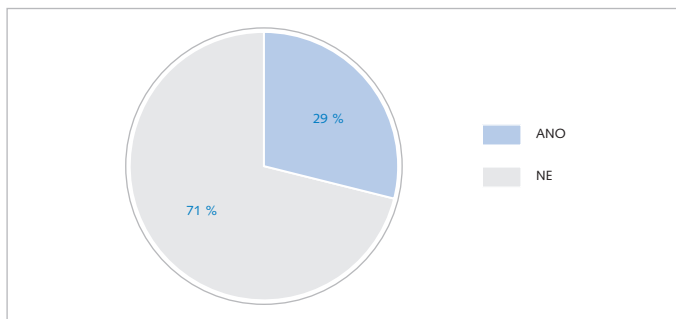
Předpokladem, který by měla tato otázka testovat, je, že začlenění podniku do koncernové struktury může mít značný vliv na některé faktory formující konkurenceschopnost. Nabízené odpovědi jsou Ne, Ano a Název koncernu. V matici byla zavedena dichotomická proměnná x_{65} . Tato otázka byla ještě doplněna požadavkem na uvedení země sídla koncernu.

6.6.2. Charakteristika odpovědí

Tabulka č. 61: Počet podniků, které jsou součástí koncernu – výběrový soubor

	Počet podniků	
	Absolutně	Procentně
Ano	123	28,9
Ne	302	71,1
Celkem	425	100,0

Graf č. 57: Počet podniků, které jsou součástí koncernu



Komentář

Otázku zodpovědělo více jak 98 % podniků. Z nich 28,9% uvedlo, že jsou součástí koncernu.

Ve zpracovatelském průmyslu je součástí koncernu podstatně více podniků (31,8%), než ve stavebnictví (17,1%). Síla závislosti měřená koeficientem Phi je $-0,128$ na hladině významnosti 0,008.

Při rozdělení podle velikosti podniků se ukazuje, že do koncernové struktury se řadí spíše větší podniky. Mezi podniky s 50–99 zaměstnanci jich je jen 16,9%, 100–249 zaměstnanci 24,3% a více než 250 zaměstnanci už téměř polovina, 46,9%. Síla závislosti měřená koeficientem Cramerovo V je 0,268 na hladině významnosti 0,001.

Ve společnostech s ručením omezeným je naopak podíl podniků příslušejících do koncernové struktury téměř shodný (29%), jako u akciových společností (28,9%).

6.7. Koncernová struktura – dceřiné společnosti

6.7.1. Charakteristika otázky

B1.7. Kolik dceřiných společností má Váš podnik?
Z toho s kapitálovou účastí Vašeho podniku nad 50 %?

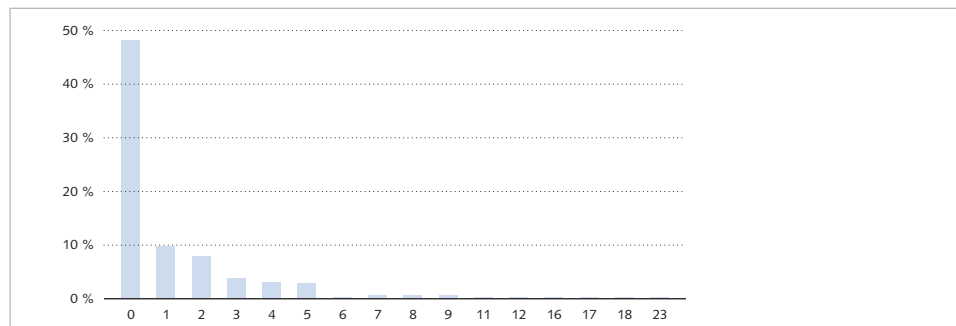
Tato otázka sestává ze dvou částí. V první z nich je zjišťován počet podniků s dceřinými společnostmi celkem, ve druhé pak počet podniků s dceřinými společnostmi, v nichž má dotazovaný podnik kapitálovou účast vyšší, než 50%. V následujícím textu budou obě části vyhodnocovány společně.

6.7.2. Charakteristika odpovědí

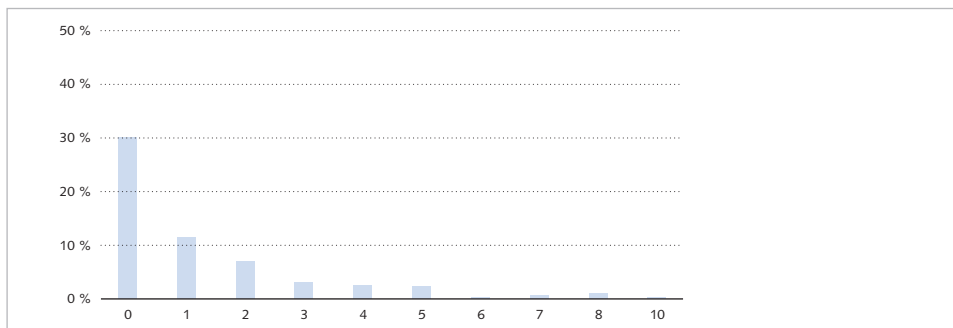
Tabulka č. 62: Počet dceřiných společností v podnicích – výběrový soubor

	Počet podniků s dceřinými společnostmi		Počet podniků s dceřinými společnostmi s kap. úč. nad 50 %	
	Absolutně	Procentně	Absolutně	Procentně
0	207	47,9	130	30,1
1	43	10,0	50	11,6
2	34	7,9	30	6,9
3	17	3,9	12	2,8
4	14	3,2	10	2,3
5	13	3,0	9	2,1
6	1	0,2	1	0,2
7	3	0,7	2	0,5
8	3	0,7	3	0,7
9	3	0,7	1	0,2
10	1	0,2	–	–
12	1	0,2	–	–
20	1	0,2	–	–
28	1	0,2	–	–
34	1	0,2	–	–
105	1	0,2	–	–
Celkem	344	79,6	248	57,4
Chybějící odpovědi	88	20,4	184	42,6
Celkem	432	100,0	432	100,0

Graf č. 58: Počet dceřiných společností v podnicích



Graf č. 59: Počet dceřiných společností s kapitálovou účastí nad 50 % v podnicích



Komentář

Tyto otázky byly zodpovězeny pouze z necelých 80 %, respektive 57,4 % (kapitálová účast nad 50 %). Vzhledem k charakteru otázky a k míře zodpovězení všech předcházejících otázek této části dotazníku (typicky více, než 98 %) můžeme ale předpokládat, že naprostá většina chybějících odpovědí znamená, že daný podnik dceřiné společnosti nemá.

Lze tedy konstatovat, že dceřiné společnosti vůbec nemá až 68,3 % podniků ze zkoumaného vzorku. Pokud podniky dceřiné společnosti uvedly, pak nejčastěji jednu (10 %). Více než jednu, ale nejvíce pět dceřiných společností uvedlo 18 % podniků a více než pět dceřiných společností už jen 3,5 % podniků. Jeden podnik uvedl 105 dceřiných společností. Z toho dceřiné společnosti s kapitálovou účastí nad 50 % vlastní pouze 27,3 % podniků a opět se jedná typicky o jednu dceřinou společnost (11,6 %).

Při srovnání podniků podle oborů činnosti je zřejmé, že mnohem častější jsou dceřiné společnosti ve stavebnictví. V tomto oboru uvádí dceřiné společnosti 44,6 % (36,1 % s kapitálovou účastí nad 50 %) oproti 28,7 % (25,2 % s kapitálovou účastí nad 50 %) podniků ze zpracovatelského průmyslu. Závislost počtu dceřiných společností na oboru činnosti má ovšem měřena koeficientem Eta sílu jen 0,028 na hladině významnosti 0,01. Pro dceřiné společnosti s účastí nad 50 % je to ale už 0,203 na hladině významnosti 0,07.

Ukazuje se jasný trend závislosti počtu podniků s dceřinými společnostmi na velikosti podniku. Zatímco mezi podniky s 50–99 zaměstnanci je takových podniků pouze 19,5 % (15,6 % s kapitálovou účastí nad 50 %), tak mezi podniky se 100–249 zaměstnanci je to už 26,9 % (22,9 % s kapitálovou účastí nad 50 %) a u podniků s více než 250 zaměstnanci už dokonce 50,4 % (45 % s kapitálovou účastí nad 50 %). Tyto závislosti potvrzují i testy, měřeno Somersovým D je síla závislosti 0,225 na hladině významnosti 0,001 pro dceřiné společnosti obecně a pro dceřiné společnosti s kapitálovou účastí nad 50 % 0,239 na stejné hladině významnosti.

Akciové společnosti vlastní dceřiné společnosti více než dvakrát častěji (44,2 %), než společnosti s ručením omezeným (21,9 %). Ještě výraznější rozdíl je u dceřiných společností s kapitálovou účastí nad 50 %, a to 40,5 % vs. 16,9 %. To může samozřejmě souviset s velikostí akciových společností a elaborační analýza by měla určit, na kolik tuto závislost vysvětluje velikost podniku a nakolik právní forma podniku. Pro dceřiné společnosti obecně je ale síla závislosti zanedbatelná, koeficient Eta má hodnotu 0,026 na hladině významnosti 0,01. Pro dceřiné společnosti s kapitálovou účastí nad 50 % je tato síla už 0,175 na hladině významnosti 0,001.

6.8. Diskuse

Z části věnované důležitosti stakeholderům vyplývá zajímavé zjištění. Jako vysoce důležitou zájmovou skupinu označovali respondenti nejčastěji zákazníky. Až na druhém místě pro ně byli vlastníci. V tuto chvíli však nelze vyvozovat závěry, že uspokojování zájmů zákazníků jsou při rozhodování manažerů nadřazeny uspokojování zájmů vlastníků, případně, že pozornost manažerů je přednostně zaměřena na zkoumání zájmů zákazníků, před zkoumáním zájmů vlastníků. Tuto otázku bude snad možné zodpovědět po hlubších analýzách vztahů více proměnných i z dalších částí dotazníku.

Dalším zajímavým poznatkem je, že určitá část podniků neodpověděla na otázku týkající se důležitosti věřitelů. Chybějících odpovědí u této zájmové skupiny bylo až třikrát více, než u ostatních. Dalo by se proto říci, že někteří respondenti nepovažují věřitele za samostatnou zájmovou skupinu, což může souviset s tím, že žádné dlouhodobé úvěry nemají a ani s nimi do budoucna nepočítají. Zda a jak to souvisí se strukturou cizích zdrojů, může být zkoumáno v další fázi výzkumu.

Nepřímo úměrná závislost na velikosti podniku se ukazuje u těchto zájmových skupin: věřitelé, zaměstnanci a stát; u zájmové skupiny zaměstnanci jde navíc o statisticky významnou závislost. Opačným směrem je na velikosti podniku závislá důležitost zákazníků a komunit v okolí podniku. Pozorované rozdíly v průměrech jsou ale velmi nízké.

V závislosti na oboru činnosti se jeví jako výrazné rozdíly v důležitosti státu a věřitelů. U obou těchto zájmových skupin je jejich důležitost vyšší v očích podniků ze stavebnictví. V případě důležitosti státu se jedná o statisticky významný rozdíl. Souvisí patrně se značným podílem státních zakázek ve stavebnictví.

Při rozdělení podniků do skupin podle právní formy byl nalezen nápadný rozdíl pouze u komunit v okolí podniku, kdy u akciových společností je jejich důležitost vyšší, než u společností s ručením omezeným.

Počet samostatných provozoven v ČR se ukázal být závislý na všech zvolených kritériích. Statisticky významné rozdíly pak byly nalezeny u vztahu velikost podniku – počet provozoven (silná pozitivní závislost) a u vztahu právní forma – počet provozoven (více provozoven v akciových společnostech). U samostatných provozoven v zahraničí se potvrzuje už jen závislost na velikosti podniku, a to samozřejmě stejným směrem.

U počtu autonomních organizačních jednotek je zjevná a logická souvislost se samostatnými provozovnami. Proto i zde se ukázala závislost této proměnné na všech zvolených kritériích, statisticky významná pak byla ve vztahu velikost podniku – počet autonomních organizačních jednotek (pozitivní závislost) a právní forma – počet autonomních organizačních jednotek (více autonomních jednotek mezi akciovými společnostmi).

Co se týče oblastí realizace autonomie, dominuje oblast jednání s odběrateli, kde je sice průměrné skóre 3,49, ale střední hodnotou je 4 a nejčastější hodnotou dokonce 5, což můžeme interpretovat jako spíše vyšší míru autonomie. U ostatních oblastí se průměry pohybují v rozmezí 3,15 (plánování rozvoje pracovních sil) až 3,48 (výběr a přijímání pracovníků) s mody a mediány vždy „střední míra autonomie“.

Míra autonomie v plánování výrobního programu statisticky významně souvisela s velikostí podniku, v plánování materiálových vstupů a jednání s dodavateli se ukázaly výrazné rozdíly mezi jednotlivými právními formami podnikání (mezi společnostmi s ručením omezeným byla míra autonomie v obou případech vyšší) a v plánování materiálových vstupů i podle oboru činnosti (ve stavebnictví vyšší míra autonomie), nicméně žádný z těchto vztahů nebyl statisticky významný.

Ukázalo se také, že zdaleka nejčastější počet stupňů řízení v hlavní linii je tři. Tuto hodnotu uvedla plná polovina respondentů. Jak bylo očekáváno, počet stupňů řízení souvisí s velikostí

podniků a tato pozitivní závislost je statisticky významná. To samé platí i o závislosti na právní formě podnikání. Zde však můžeme předpokládat, že hlavním důvodem skutečnosti, že akciové společnosti mají v průměru více stupňů řízení souvisí hlavně s faktem, že tuto formu má většina společností velkých.

Cca 29% podniků uvedlo, že jsou dceřinou společností jiné společnosti. Tento jev je mnohem častější ve zpracovatelském průmyslu a mezi většími podniky. Oba tyto vztahy jsou statisticky významné.

Téměř 32% podniků ze zkoumaného vzorku uvádí, že vlastní alespoň jednu dceřinou společnost (27% podniků vlastní dceřinou společnost s kapitálovou účastí nad 50%). Výrazné rozdíly se projevovaly jak mezi obory činnosti (více dceřiných společností mezi podniky ve stavebnictví), tak mezi právními formami podnikání (více dceřiných společností v akciových společnostech), ale i v závislosti na velikosti podniku – růst počtu dceřiných společností s růstem velikosti podniku. Tyto vztahy byly ověřeny jako statisticky významné.



7. Vlastníci, majetek (B2)

7.1. Vlastnická struktura podniku

7.1.1. Charakteristika otázky

B2.1. Uveďte typ vlastnické struktury Vašeho podniku.

Je nabídnuto 21 typů vlastnické struktury. Jednotlivé typy vlastnické struktury (x70) jsou formulovány v návaznosti na proporce vlastnických podílů hlavních vlastníků, charakter právní subjektivity vlastníků (fyzické či právnické osoby), zemi vlastníků (pokud není předepsána, je třeba ji doplnit), dále na skutečnost, zda podnik je či není součástí koncernu a konečně též v návaznosti na strukturu minoritních vlastníků. Pod položkou „jiná vlastnická struktura“ (ř. 22) je možno uvést takovou vlastnickou strukturu, kterou pod uvedené typy nelze zařadit.

Jednotlivé typy vlastnické struktury uvedené v dotazníku jsou konkrétně definovány takto:

Tabulka č. 63: Typy vlastnické struktury

Typ	Velikostní struktura hlavních vlastníků	Práv. sub. vlastníka ¹	Země vlastníka	Součást koncernu	Velikostní struktura ostatních vlastníků
01	Jediný vlastník	FO		NE	–
02	Jediný vlastník	PO		NE	–
03	Jediný vlastník	PO		ANO	–
04	Majoritní vlastník	FO		NE	několik minoritních vlastníků
05	Majoritní vlastník	PO		NE	několik minoritních vlastníků
06	Majoritní vlastník	PO		ANO	několik minoritních vlastníků
07	Majoritní vlastník	FO		NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
08	Majoritní vlastník	PO		NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
09	Majoritní vlastník	PO		ANO	mnoho minoritních a drobných vlastníků
10	Několik velkých vlastníků	FO	CZ	NE	–
11	Několik velkých vlastníků	FO + PO	CZ	NE	–

¹ fyzická osoba (FO) nebo právnická osoba (PO)

Typ	Velikostní struktura hlavních vlastníků	Práv. sub. vlastníka ¹	Země vlastníka	Součást koncernu	Velikostní struktura ostatních vlastníků
12	Několik velkých vlastníků	PO	CZ	NE	–
13	Několik velkých vlastníků	FO		NE	–
14	Několik velkých vlastníků	FO + PO		NE	–
15	Několik velkých vlastníků	PO		NE	–
16	Několik velkých vlastníků	FO	CZ	NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
17	Několik velkých vlastníků	FO + PO	CZ	NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
18	Několik velkých vlastníků	PO	CZ	NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
19	Několik velkých vlastníků	FO		NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
20	Několik velkých vlastníků	FO + PO		NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
21	Několik velkých vlastníků	PO		NE	mnoho minoritních a drobných vlastníků
22	Jiná vlastnická struktura				

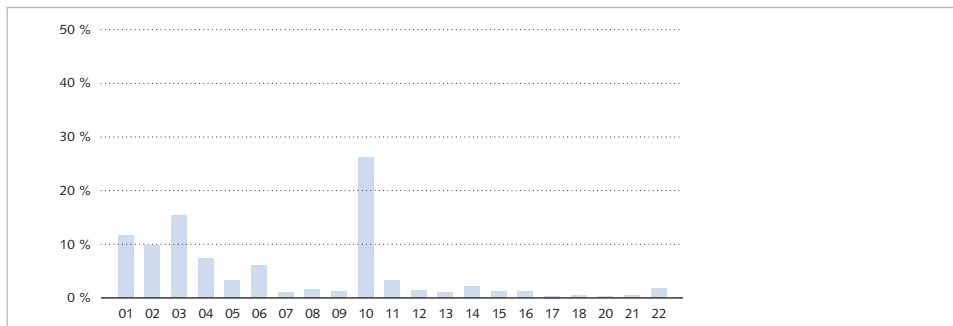
7.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 64: **Typ vlastnické struktury podniku – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

Typ		Odpovědi	
		Absolutně	Procentně
01	Jediný vlastník	51	11,9
02	Jediný vlastník	43	10,1
03	Jediný vlastník	67	15,7
04	Majoritní vlastník	33	7,7
05	Majoritní vlastník	15	3,5
06	Majoritní vlastník	26	6,1
07	Majoritní vlastník	5	1,2
08	Majoritní vlastník	7	1,6
09	Majoritní vlastník	6	1,4
10	Několik velkých vlastníků	115	26,9
11	Několik velkých vlastníků	14	3,3
12	Několik velkých vlastníků	6	1,4
13	Několik velkých vlastníků	4	0,9
14	Několik velkých vlastníků	10	2,3
15	Několik velkých vlastníků	5	1,2
16	Několik velkých vlastníků	5	1,2
17	Několik velkých vlastníků	2	0,5
18	Několik velkých vlastníků	2	0,5
20	Několik velkých vlastníků	1	0,2

Typ		Odpovědi	
		Absolutně	Procentně
21	Několik velkých vlastníků	2	0,5
22	Několik velkých vlastníků	8	1,9
Celkem	Jiná vlastnická struktura	427	100,0

Graf č. 60: Typ vlastnické struktury – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

U této otázky bylo dosaženo velmi vysoké míry zodpovězení (98,8% z celkového počtu 432 podniků). Z celé škály typů vlastnické struktury je u všech sledovaných podniků nejčastěji zastoupen typ 10, tj. podnik s několika velkými vlastníky – fyzickými osobami z České republiky, nezačleněný do koncernu, který se vyskytuje celkem u 115 podniků z celkového počtu 427 podniků, tj. ve 26,9%. Další typy vlastnických struktur jsou již zastoupeny méně výrazně. V pásmu 10–16% se vyskytují ještě typy 03, tj. podnik s jediným vlastníkem – právnickou osobou začleněný do koncernu, (15,7%), typ 01, tj. podnik s jediným vlastníkem – fyzickou osobou nezačleněný do koncernu, (11,9%) a typ 02, tj. podnik s jediným vlastníkem – právnickou osobou nezačleněný do koncernu, (10,1%). Dále lze zmínit ještě typy 04, tj. podnik s majoritním vlastníkem – fyzickou osobou s několika minoritními vlastníky nezačleněný do koncernu, (7,7%) a typ 06, tj. podnik s majoritním vlastníkem – právnickou osobou, s několika minoritními vlastníky, začleněný do koncernu, (6,1%). Ostatní typy jsou již zastoupeny zcela výjimečně.

Pokud se na podniky podíváme podrobněji podle oboru jejich činnosti, v našem případě jde o porovnání zpracovatelského průmyslu jako celku se stavebnictvím, pak je vidět, že dominantní typ vlastnické struktury (typ 10) se ve stavebnictví projevuje daleko výrazněji než ve zpracovatelském průmyslu, a sice u 43,4% podniků, zatímco ve zpracovatelském průmyslu je to jen 23% podniků. Dále je zřejmé, že u stavebních podniků je ve srovnání s podniky zpracovatelského průmyslu ve větší míře zastoupen typ vlastnické struktury s jediným vlastníkem – fyzickou osobou (01). Další výraznější rozdíly jsou patrné při sledování účasti podniku v koncernu. Podniky ve stavebnictví, zejména podniky s jediným vlastníkem, nebývají ve většině případů součástí koncernu. Pozornost zasluhuje skutečnost, že hlavními vlastníky podniků ve stavebnictví jsou v převážné většině případů české fyzické nebo právnické osoby. U dalších výrazněji zastoupených typů vlastnických struktur podniků, členěných podle oborové příslušnosti, není podstatný rozdíl.

Při členění podniků dle velikosti se výraznější odlišnosti projevují zejména mezi podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců a podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců. V prvních z těchto skupin dominuje typ 10 (35,4%). Výrazněji je též zastoupen typ 01 (16,8%). Naproti tomu u podniků s 250 a více zaměstnanci se nejčastěji vyskytuje typ 03 (28,1%). To znamená, že velké podniky mají v převážné míře jednoho vlastníka – právnickou osobou a jsou začleněny do koncernu. Ve

srovnání s podniky s 50–99 zaměstnanci jsou podniky s 250 a více zaměstnanci v menší míře zastoupeny u typu 01 a 10, tzn. podniků, jejichž hlavními vlastníky je jediná fyzická osoba nebo skupina fyzických osob. Zatímco podniky s 50–99 zaměstnanci jsou převážně vlastněny větším počtem vlastníků, podniky s 250 a více zaměstnanci mají ve více než 40% jen jednoho vlastníka, zpravidla právnickou osobu. Tyto podniky se odlišují i mírou začlenění do koncernu. Více jak 40% velkých podniků je součástí koncernu. U podniků s 100–249 zaměstnanci je patrný větší rozptyl jednotlivých typů vlastnické struktury. V této skupině podniků se nejčastěji vyskytuje typ 10. Jinak se zastoupení podniků členěných dle velikosti v jednotlivých typech vlastnické struktury výrazněji od celého výběrového souboru podniků neodlišuje.

Zastoupení podniků členěných podle jejich právní formy je téměř v celé škále jednotlivých typů vlastnické struktury podniku shodné bez významnějších odchylek ve srovnání s hodnotami celého výběrového souboru podniků. Výraznou odlišností mezi společnostmi s ručením omezeným a akciovými společnostmi je procentuální zastoupení výskytu typů vlastnické struktury 07 až 09, tj. typů s majoritním vlastníkem a mnoha minoritními a drobnými vlastníky. Z celkového počtu 239 společností s ručením omezeným je zaznamenán pouze jeden případ (0,4%). Naproti tomu z celkového počtu 188 akciových společností činí tento podíl 9%. Podstatné rozdíly jsou v zastoupení typu vlastnické struktury 10. Akciové společnosti mají vlastnickou strukturu tvořenou velkými vlastníky – fyzickými osobami pouze v 18,6%, naopak společnosti s ručením omezeným tento typ preferují v 33,5%.

V další fázi vyhodnocování šetření podniků budou jednotlivé typy vlastnické struktury postupně ještě konkretizovány, zejména pokud jde o zemi hlavního vlastníka, resp. vlastníků. V prezentovaném hodnocení je země hlavního vlastníka konkrétně uváděna pouze u některých typů vlastnické struktury. Zpravidla jde o typy vlastnické struktury, kdy hlavním vlastníkem, resp. vlastníky jsou výlučně české fyzické nebo právnické osoby.

7.2. Změny vlastnické struktury

7.2.1. Charakteristika otázky

B2.2. Změnila se v uplynulých cca pěti letech vlastnická struktura Vašeho podniku?
Očekáváte, že se vlastnická struktura bude měnit v cca pěti letech?

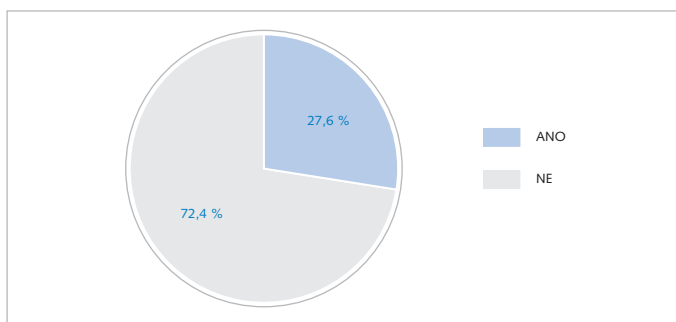
Otázka je zaměřena na zjišťování minulých a budoucích trendů ve vývoji vlastnické struktury výběrového souboru podniků. Změny jsou sledovány u všech typů vlastnické struktury. Respondenti uvádí změny typu vlastnické struktury jejich podniku odpovědí „ano“ nebo „ne“. Jde o zjištění, zda současná vlastnická struktura podniků odráží dlouhodobější vývojové trendy, nebo zda je důsledkem změn předchozích pěti let.

7.2.2. Charakteristika odpovědí na otázku [pol. x71a]

Tabulka č. 65: **Změna vlastnické struktury– výběrový soubor celkem. Minulý trend. Odpovědi absolutně a v procentech**

Minulý trend	Absolutně	Procentně
Ne	304	72,4
Ano	116	27,6
Celkem	420	100,0

Graf č. 61: **Změna vlastnické struktury – výběrový soubor celkem. Minulý trend. Odpovědi v procentech**



Komentář

Otázka byla zodpovězena z více než 97%. Většina podniků (72,4%) z výběrového souboru uvedla, že v posledních cca pěti letech nedošlo ke změně typu jejich vlastnické struktury.

Při členění podle oboru činnosti uvádějí podniky ve zpracovatelském průmyslu četnost změn typu vlastnické struktury ve výši 28,2%, podniky ve stavebnictví vykazují nižší hodnotu, a to 25,0%.

Analýza podle velikostní struktury ukázala určité, i když ne příliš výrazné rozdíly. Podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců vykazují relativně nejnižší četnost změn typu vlastnické struktury (28,8%). Následuje skupina podniků o velikosti 100–249 zaměstnanců s četností změn ve výši 29,2%. Největší četnost změn typu vlastnické struktury vykazují podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců (30,2%).

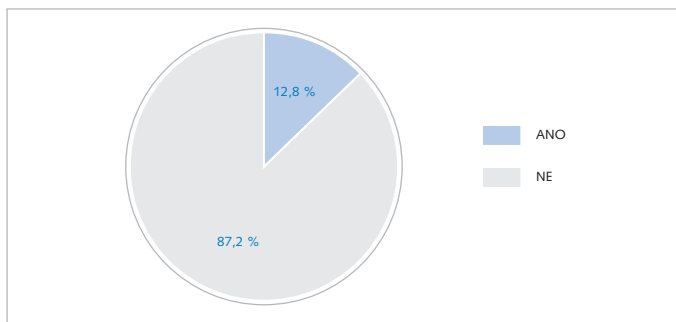
Poměrně značné rozdíly v četnosti změn typů vlastnické struktury jsou patrné při analýze podle právní formy. Společnosti s ručením omezeným vykazují četnost změn ve výši pouhých 20,0%, naproti tomu akciové společnosti vykazují hodnotu podstatně vyšší (37,3%).

7.2.3. Charakteristika odpovědí na otázku [pol. x72a]

Tabulka č. 66: **Změna vlastnické struktury – výběrový soubor celkem. Budoucí trend. Odpovědi absolutně a v procentech**

Budoucí trend	Absolutně	Procentně
Ne	355	87,2
Ano	52	12,8
Celkem	407	100,0

Graf č. 62: **Změna vlastnické struktury – výběrový soubor celkem. Budoucí trend. Odpovědi v procentech**



Komentář

Otázka byla zodpovězena 94% respondentů. Většina podniků (87,2%) uvedla, že v následujících cca pěti letech změnu typu vlastnické struktury neočekává.

Při členění podle oboru činnosti předpokládají podniky ve zpracovatelském průmyslu změny typu vlastnické struktury ve 12,7% případů, podniky ve stavebnictví v 13,3% případů.

Analýza podle velikostní struktury ukázala, podobně jako u analýzy minulého trendu určité, tentokrát již trochu výraznější rozdíly. U podniků o velikosti 50–99 zaměstnanců se očekává změna typu vlastnické struktury pouze v 9,0% případů. Podniky o velikosti 100–249 zaměstnanců předpokládají, že dojde ke změně v 13,3% případů. Největší četnost změn typu vlastnické struktury předpokládají podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců (15,8%).

Jisté rozdíly v četnosti změn typů vlastnické struktury jsou patrné při analýze podle právní formy. Společnosti s ručením omezeným předpokládají četnost změn ve výši 11,2%, akciové společnosti ve výši 14,9%.

7.3. Zastoupení vlastníků v orgánech společnosti

7.3.1. Charakteristika otázky

B2.3. Jakým podílem z celkového počtu jsou v následujících orgánech Vaší akciové společnosti zastoupeni vlastníci, jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %?

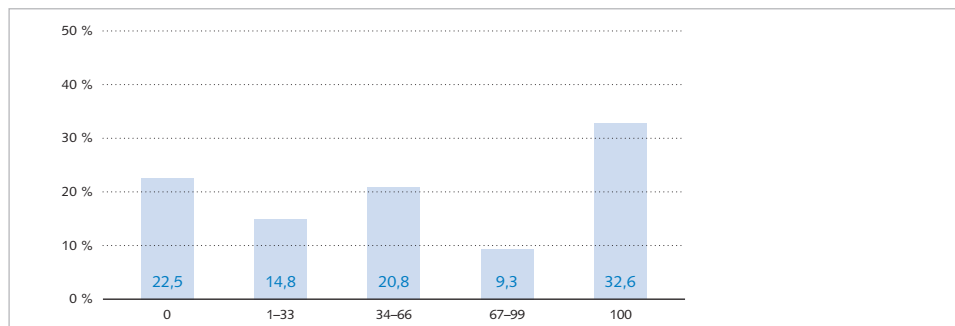
Respondenti uvádějí podíl, jakým jsou vlastníci, jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %, zastoupeni v orgánech společnosti, a to představenstvu společnosti (x73a) a dozorčí radě společnosti (x73b). Podíl vlastníků je uváděn v % z celkového počtu členů příslušného orgánu společnosti. Procentuální zastoupení vlastníků je členěno do pěti skupin, a to 0 %, 1–33 %, 34–66 %, 67–99 % a 100 %.

7.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku [pol. x73a]

Tabulka č. 67: Zastoupení vlastníků v představenstvu společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech

% zastoupení	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0	41	22,5
1–33	27	14,8
34–66	38	20,8
67–99	17	9,3
100	59	32,6
Celkem	182	100,0

Graf č. 63: Zastoupení vlastníků v představenstvu společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi v procentech



Komentář

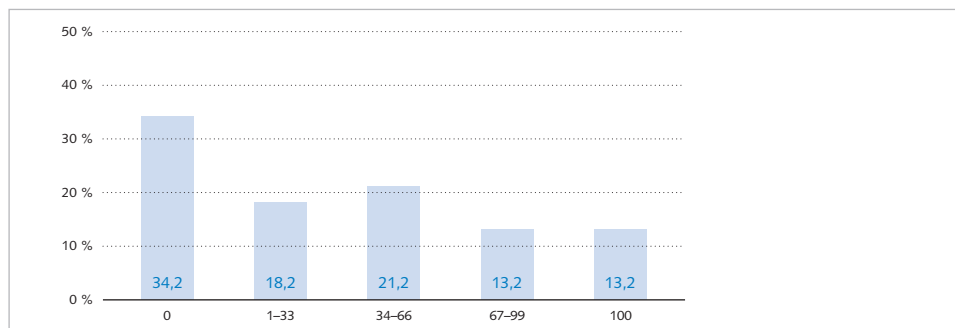
Otázku zodpovědělo pouze 182 respondentů z výběrového souboru podniků. Zastoupení vlastníků v představenstvu společnosti se ve výběrovém souboru podniků nejčastěji vyskytuje ve dvou mezích případech. Vlastníci mají v představenstvu 100% zastoupení v 59 případech nebo naopak nemají žádné zastoupení v 41 případech. Zbývajících zhruba 45 % případů se nalézá mezi těmito dvěma extrémními polohami.

7.3.3. Charakteristika odpovědí na otázku [pol. x73b]

Tabulka č. 68: Zastoupení vlastníků v dozorčí radě společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech

% zastoupení	Absolutně	Procentně
0	60	34,2
1–33	32	18,2
34–66	37	21,2
67–99	23	13,2
100	23	13,2
Celkem	175	100,00

Graf č. 64: Zastoupení vlastníků v dozorčí radě společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi v procentech



Komentář

Otázka byla zodpovězena 175 respondenty. V zastoupení vlastníků v dozorčí radě společnosti ve výběrovém souboru podniků dominuje případ zastoupení, kdy vlastníci nemají žádné zastoupení v dozorčí radě, a to u 60 podniků. Počet podniků v případě 100% zastoupení činí 23. U ostatních zastoupení se jedná o nejvíce o případ s 34% až 66% zastoupením vlastníků, které dosahuje 21,2% podniků. Zbývajících zhruba 31,4% případů se nalézá mezi těmito uvedenými polohami.

7.4. Členové top managementu z řad vlastníků

7.4.1. Charakteristika otázky

B2.4. Kolik členů top managementu je zároveň vlastníky, jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %?

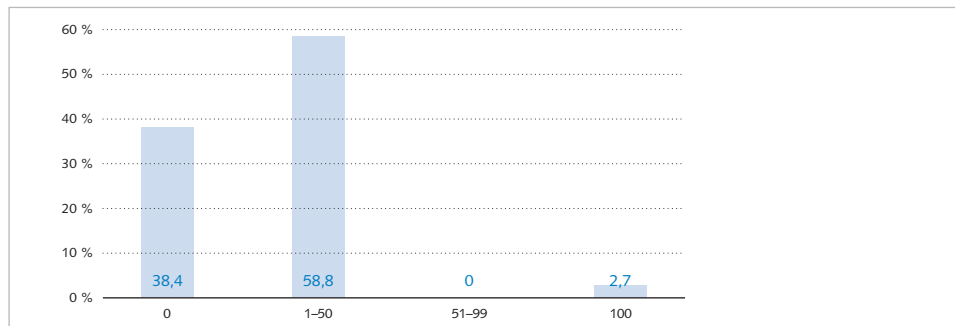
Respondenti uvádějí podíl, jakým jsou vlastníci, jejichž vlastnický podíl přesahuje 5 %, zastoupeni v top managementu společnosti (x74). Podíl vlastníků je uváděn v % z celkového počtu členů top managementu. Respondent uvádí podíl zastoupení na škále „0%“ – nulové zastoupení vlastníků v top managementu společnosti až „100%“ – sto procentní zastoupení vlastníků v top managementu společnosti.

7.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x74]

Tabulka č. 69: Zastoupení vlastníků v top managementu společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech

% zastoupení	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0	155	38,4
1–50	238	58,8
51–99	0	0
100	11	2,7
Celkem	404	100,0

Graf č. 65: Zastoupení vlastníků v top managementu společnosti – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech



Komentář

Otázka byla zodpovězena z více než 93 %. Z výpovědí je patrné, že zastoupení vlastníků v top managementu je nízké. V intervalu od 0 do 50% zastoupení vlastníků v top managementu se pohybuje 97,2% podniků. Přitom 38,4% respondentů uvedlo, že v top managementu jejich podniku nejsou vlastníci zastoupeni vůbec. Zastoupení vlastníků nad 50% se vyskytlo pouze v 2,7% případech, a to tam, kde všichni členové top managementu byli vlastníky.

U podniků členěných podle oborové činnosti lze spatřovat některé výraznější rozdíly. Nulové zastoupení vlastníků v top managementu je vyšší u podniků ve zpracovatelském průmyslu (43,6%), naopak nižší podíl se vyskytuje u podniků ve stavebnictví (16,7%).

Skupiny podniků členěné podle velikosti se výrazně neodlišují. Značná část podniků bez ohledu na jejich velikost nemá v top managementu zastoupeny vlastníky vůbec a pokud ano, pak se toto zastoupení pohybuje v rozmezí 1–6%. Jisté odlišnosti jsou patrné u podniků s 250 a více zaměstnanci, a to v případě nulového zastoupení vlastníků v top managementu. To vykazuje u dané velikostní skupiny více jak 58% podniků. Naproti tomu 100% zastoupení neudává žádný z těchto podniků. Jiné typy zastoupení jsou okrajové.

Podniky členěné podle právní formy udávají obdobnou strukturu zastoupení vlastníků v top managementu, jakou mají podniky podle velikosti. Dříve uvedené odlišnosti v zastoupení u velkých podniků korespondují v tomto případě s odlišnostmi, které zaznamenáváme v zastoupení vlastníků v top managementu u akciových společností.

7.5. Úroveň vybavení podniku hmotným majetkem

7.5.1. Charakteristika otázky

B2.5. Na jaké úrovni je vybavení Vašeho podniku hmotným majetkem?

Respondent uvádí, na jaké úrovni převažují rozhodující složky hmotného majetku tj. stroje, zařízení, ostatní technické prostředky, budovy a další složky, důležité pro funkceschopnost a dosahování cílů společnosti. Respondent uvádí úroveň důležitosti na škále sledované úrovně vybavení podniku hmotným majetkem takto: „1“ zastaralé, na hranici morální a fyzické životnosti až „5“ na špičkové úrovni pro stávající situaci (x75b).

7.5.2. Charakteristika odpovědí na otázku [pol. x75b].

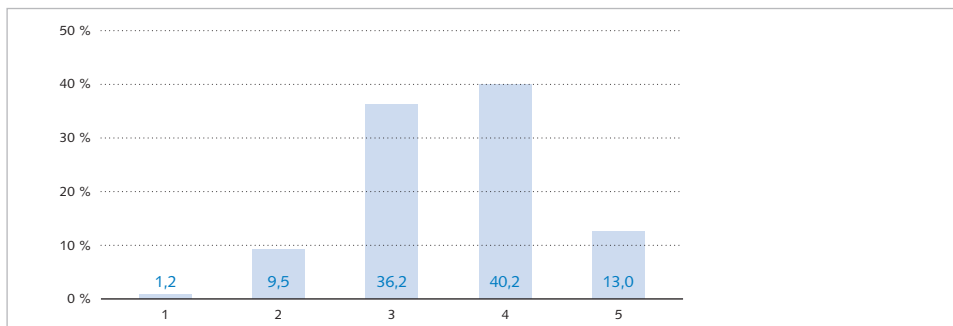
Tabulka č. 70: Ukazatele centrálních tendencí proměnné x75b – výběrový soubor celkem

	x75b Úroveň hmotného majetku – Stávající situace
Průměr	3,54
Medián	4,00
Modus	4,00
Sm. odchylka	0,88
Rozptyl	0,77

Tabulka č. 71: Úroveň vybavení podniku hmotným majetkem – výběrový soubor celkem.
Odpovědi absolutně a v procentech

	Absolutně	Procentně
1 Zastaralé, na hranici morální a fyzické životnosti	5	1,2
2	40	9,5
3	153	36,2
4	170	40,2
5 Na špičkové úrovni	55	13,0
Celkem	423	100,0

Graf č. 66: Úroveň hmotného majetku podniku – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 98 % podniků. Velká většina podniků hodnotí svoji současnou úroveň vybavení hmotným majetkem 4 (v 40,2%) nebo 3 (v 36,2%). Z ostatních hodnocení lze ještě zmínit hodnocení ve špičkové kvalitě (13%), ostatní jsou zanedbatelná. Ze získaných dat logicky vyplývá, že hodnoty mediánu, modu a průměru jsou velmi blízké a naopak směrodatná odchylka a rozptyl jsou naopak malé (nižší než jeden stupeň ve škále hodnocení). Pozitivním zjištěním je, že prakticky 90 % podniků svou úroveň vybavení hmotným majetkem hodnotí v rozmezí 3–5, tj. na velmi dobré až špičkové úrovni.

V rámci členění podle oborové příslušnosti na podniky zpracovatelského průmyslu a podniky ve stavebnictví lze říci, že hodnoty podniků zpracovatelského průmyslu se velmi blíží hodnotám za výběrový soubor jako celek. U podniků ve stavebnictví je určitý rozdíl v tom, že hodnocení na špičkové úrovni je spíše výjimečné, ale o to výraznější je hodnocení úrovně hmotného majetku na druhém nejvyšším stupni (4). Tento rozdíl se odráží v nižším průměru úrovně majetku u podniků zpracovatelského průmyslu a snížení modu těchto podniků na úroveň 3. Medián zůstává pro oba typy podniků stejný, u podniků ze zpracovatelského průmyslu se však díky odchýlkám mezi modem, mediánem a průměrem zvýšila směrodatná odchylka a rozptyl.

Při členění podniků podle velikosti je vidět, že podniky s 250 a více zaměstnanci mají podle očekávání vyšší průměrné hodnocení úrovně vybavení hmotným majetkem než menší podniky, na druhé straně jejich údaje vykazují větší rozptyl. Zejména v kategorii podniků s nejnižším počtem zaměstnanců je rozptyl údajů minimální, což je zřejmě dáno omezeními malých podniků.

Pokud dělíme podniky podle právní formy, pak se ukazuje, že společnosti s ručením omezeným mají poněkud vyšší průměrné hodnocení své úrovně vybavení hmotným majetkem než akciové společnosti. U akciových společností je dokonce nižší i medián, modus je pro oba typy stejný.

Všechny zmíněné rozdíly jsou však velmi malé. Celkově lze hodnotit vybavenost podniků jako mírně nadprůměrnou (zhruba 3,5 na pětistupňové hodnotící škále) bez výraznějších odchylek u podniků různé velikosti, oborového zaměření a právní formy.

V posledních pěti letech zhruba 60 % podniků vykazovalo růst úrovně vybavení hmotným majetkem, pokles nebyl nikdy větší než 13 %, ve stavebnictví byl pokles zaznamenán dokonce jen u 2,6 % podniků. Očekávání budoucích trendů vidí respondenti mnohem optimističtěji. Zhruba 75 % podniků bez ohledu na oborovou činnost, velikost nebo právní formu očekává růst úrovně vybavení hmotným majetkem. Přibližně čtvrtina předpokládá stejnou úroveň, jakou má v současnosti a pokles očekává naprosté minimum podniků (0,6–1,6%).

7.6. Softwarové aplikace užívané podnikem

7.6.1. Charakteristika otázky

B2.6. Které z níže uvedených softwarových aplikací užívá Váš podnik?

Respondent uvádí důležitost softwarových aplikací užívaných podnikem pro stávající situaci (x76a–x83a) a zároveň odhaduje budoucí trend jejich zavedení či obměny do cca jednoho roku (x76b–x83b), obojí označením „ne“ nebo „ano“.

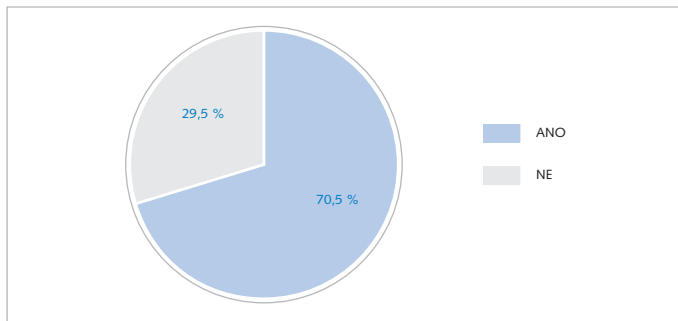
Softwarové aplikace užívané podnikem byly stanoveny tyto: Moduly MRP /řízení výroby/ (x76a), Moduly pro personální agendy (x77a), Moduly pro účetní agendy (x78a), Moduly CRM /řízení vztahu se zákazníky/ (x79a), Moduly SCM /řízení dodavatelského řetězce/ (x80a), Moduly MIS /podpora rozhodování manažerů/ (x81a), Intranet (x82a), Kancelářské aplikace /MS Office apod./ (x83a).

7.6.2. Charakteristika odpovědí – Moduly MRP– řízení výroby [pol. x76a]

Tabulka č. 72: **Moduly MRP (řízení výroby) – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	289	70,5
Ne	121	29,5
Celkem	410	100,0

Graf č. 67: **Moduly MRP (řízení výroby) – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 95 % podniků. Moduly MRP (řízení výroby) jsou zavedeny a užívány ve většině podniků (v 70,5 %).

V rámci členění podle oborové příslušnosti na podniky zpracovatelského průmyslu a podniky ve stavebnictví lze říci, že hodnoty podniků zpracovatelského průmyslu (74,5 %) se velmi blíží hodnotám za výběrový soubor jako celek. U podniků ve stavebnictví jsou uvedené softwarové aplikace užívány pouze zhruba polovinou podniků (53,2 %).

Při hodnocení využívání softwarové aplikace v podnicích členěných dle velikosti existují výraznější rozdíly. Je možné konstatovat, že s velikostí podniku roste i naléhavost užívání tohoto modulu řízení. Zatímco ve skupině podniků s 250 a více zaměstnanci je užíván v 81,5% případů, ve skupině podniků s 50–99 zaměstnanci jen v 50,4% případů.

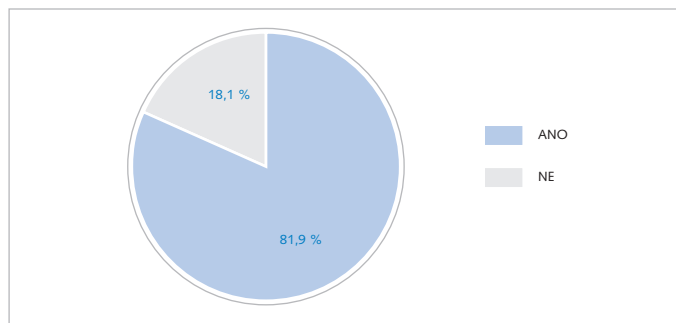
Pokud hodnotíme podniky podle právní formy, pak se ukazuje, že větší četnost aplikací je v akciových společnostech (v 74,3%). Zdá se však, že pravým důvodem této skutečnosti není právní forma, ale velikost podniku. Hodnocení budoucích trendů signalizuje, že podniky, které dosud aplikaci neuvžívají, ji hodlají zavést.

7.6.3. Charakteristika odpovědí – Moduly pro personální agendy [pol. x77a]

Tabulka č. 73: **Moduly pro personální agendy – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	335	81,9
Ne	74	18,1
Celkem	409	100,0

Graf č. 68: **Moduly pro personální agendy – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech**



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 95% podniků. Moduly pro personální agendy jsou zavedeny a užívány ve většině podniků (v 81,9%). Při členění podniků podle oboru činnosti na podniky zpracovatelského průmyslu a podniky ve stavebnictví, nejsou mezi oběma skupinami větší rozdíly.

Při hodnocení využívání této softwarové aplikace v podnicích členěných dle velikosti existují výraznější rozdíly. V menší míře tuto aplikaci využívají podniky s 50–99 zaměstnanci (76,4%), zatímco nadprůměrné zastoupení pozorujeme u podniků s 250 a více zaměstnanci (88,6%).

Pokud dělíme podniky podle právní formy, pak se ukazuje, že větší význam této softwarové aplikace je přikládán ze strany akciových společností (v 86,3%), což opět spíše souvisí se skutečností, že akciové společnosti jsou v průměru větší než společnosti s ručením omezeným.

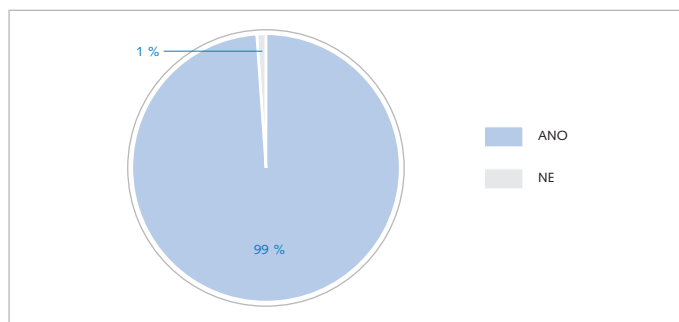
Hodnocení budoucích trendů nasvědčuje tomu, že podniky, které dosud aplikaci neuvžívají, ji většinou hodlají zavést, s výjimkou některých podniků s 50–99 zaměstnanci.

7.6.4. Charakteristika odpovědí – Moduly pro účetní agendy [pol. x78a]

Tabulka č. 74: **Moduly pro účetní agendy – výběrový soubor. Odpovědi v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	413	99,0
Ne	4	1,0
Celkem	417	100,0

Graf č. 69: **Moduly pro účetní agendy – výběrový soubor celkem**



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 96% podniků. Z odpovědí respondentů vyplývá, že moduly pro účetní agendy jsou zavedeny a užívány téměř ve všech podnicích (v 99,1%). Při analýze z hlediska oborového zaměření zjišťujeme, že ve stavebnictví je 3,8% podniků, které moduly pro účetní agendy neužívají. Patrně se jedná o případy, kdy účetnictví je zabezpečováno externě.

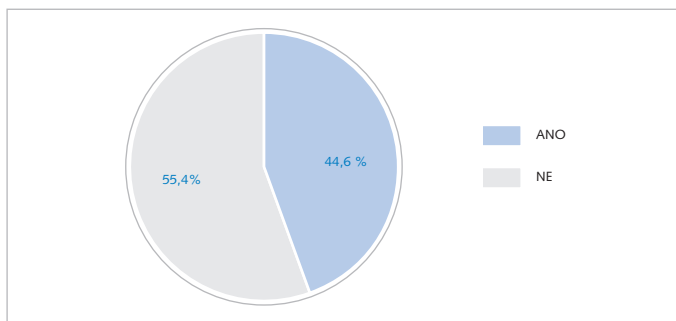
Při analýze dle velikosti a dle právní formy nejsou zřejmé žádné výraznější rozdíly.

7.6.5. Charakteristika odpovědí – Moduly CRM (řízení vztahu se zákazníky) [pol. x79a]

Tabulka č. 75: Moduly CRM (řízení vztahu se zákazníky) – výběrový soubor. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	181	44,6
Ne	225	55,4
Celkem	406	100,0

Graf č. 70: Moduly CRM (řízení vztahu se zákazníky) – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 94 % podniků. Moduly CRM jsou užívány méně než v polovině podniků (44,6 %).

U podniků členěných podle oboru činnosti, zaznamenáváme výraznější odlišnost od průměru u podniků ve stavebnictví, které užívají moduly CRM v 36%. Budoucí trendy nasvědčují zájem o obnovu nebo zavedení těchto modulů téměř u jedné třetiny podniků (kromě podniků ve stavebnictví a podniků s nižším počtem zaměstnanců, u nichž je zájem nižší).

Při hodnocení podniků dle velikosti jsou mezi jednotlivými skupinami podniků patrné jisté rozdíly. Nejvíce využívají tyto modely podniky s 100–249 zaměstnanci (46,4%), v nejmenší míře jsou akceptovány podniky s 50 až 99 zaměstnanci (v 18,2%). V budoucnu podniky všech tří velikostních skupin uvažují o obnově nebo zavedení těchto modulů.

Pokud hodnotíme podniky podle právní formy, využívají tuto softwarovou aplikaci v menší míře společnost s ručením omezeným (41,9%), ve větší míře pak akciové společnosti (48,0%).

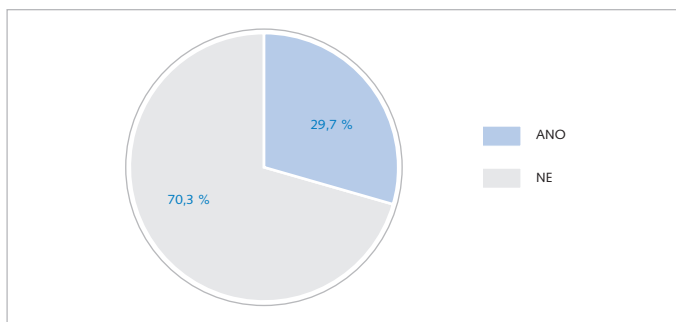
Hodnocení budoucích trendů nasvědčuje tomu, že podniky, které dosud softwarovou aplikaci nevyužívají, uvažují o jejím zavedení v příštích letech.

7.6.6. Charakteristika odpovědí – Moduly SCM (řízení dodavatelského řetězce) [pol. x80a]

Tabulka č. 76: **Moduly SCM (řízení dodavatelského řetězce) – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	116	29,7
Ne	275	70,3
Celkem	391	100,0

Graf č. 71: **Moduly SCM (řízení dodavatelského řetězce) – výběrový soubor. Odpovědi v procentech**



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo pouze 90% podniků. Moduly SCM jsou využívány ve srovnání s ostatními sledovanými softwarovými aplikacemi nejméně (v 29,7%). Dokonce ani hodnocení budoucích trendů nenaznačuje naději na vyšší dynamiku aplikace těchto modulů.

Při analýze dle oboru činnosti, jsou mezi podniky zpracovatelského průmyslu a podniky ve stavebnictví patrné větší rozdíly. Zatímco podniky zpracovatelského průmyslu se od hodnot výběrového souboru příliš neodlišují, podniky ve stavebnictví vykazují hodnoty podstatně nižší (18,9%).

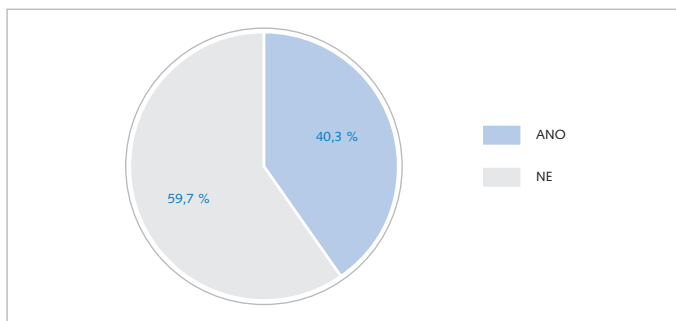
Větší rozdíly nalézáme i při hodnocení podniků dle velikosti. Zatímco více než polovina podniků o velikosti 250 a více zaměstnanců tyto moduly využívá (54,2%), podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců nedosahují ani poloviční hodnoty (22,2%). Pokud hodnotíme podniky podle právní formy zjišťujeme mezi podniky jen nepatrné rozdíly.

7.6.7. Charakteristika odpovědí – Moduly MIS (podpora rozhodování manažerů) [pol. x81a]

Tabulka č. 77: **Moduly MIS (podpora rozhodování manažerů) – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	158	40,3
Ne	234	59,7
Celkem	392	100,0

Graf č. 72: **Moduly MIS (podpora rozhodování manažerů) – výběrový soubor celkem.**
Odpovědi v procentech



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo pouze 90% podniků. Moduly MIS využívají podniky z celkového výběrového souboru ve 40,3%. Hodnocení budoucích trendů nevyznělo příliš optimisticky, neboť signalizuje zhruba 20% nárůst zájmu o obnovu nebo zavedení této softwarové aplikace.

Mezi podniky ve zpracovatelském průmyslu a podniky ve stavebnictví nejsou podstatné rozdíly. Zanedbatelné rozdíly ukazují i budoucí trendy využívání modulů MIS.

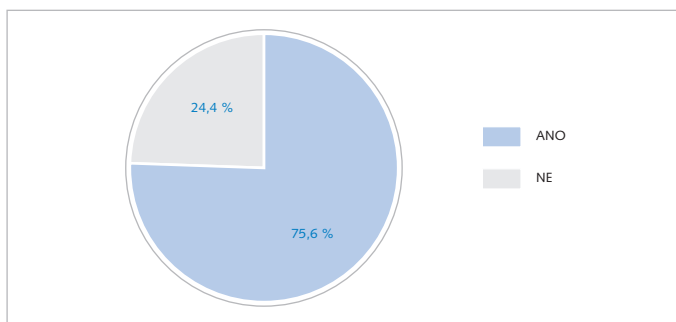
S většími rozdíly se setkáváme až při hodnocení podniků dle velikosti. Zatímco polovina podniků s 250 a více podniky tyto moduly preferuje a užívá (54,2%), podniky s 50–99 zaměstnanci nedosahují ani poloviční hodnoty (25,6%). Asi pětina podniků všech tří velikostních skupin uvažuje v příštích pěti letech o obnově nebo zavedení modulů MIS. Při hodnocení podle právní formy jsou rozdíly zanedbatelné.

7.6.8. Charakteristika odpovědí – Intranet [pol. x82]

Tabulka č. 78: Intranet – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	313	75,6
Ne	101	24,4
Celkem	414	100,0

Graf č. 73: Intranet – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Ze souboru sledovaných podniků otázku zodpovědělo téměř 95 % podniků. Z odpovědí respondentů vyplynulo, že Intranet má zavedeno více jak 75,6 % podniků z celého výběrového semináře.

Při hodnocení z oborového hlediska jsou ve využívání Intranetu jisté rozdíly. Podniky zpracovatelského průmyslu využívají Intranet v 77,4 % případů, stavební podniky v 65,5 % případů. Z odpovědí respondentů na otázku budoucího vývoje lze vyvodit větší zájem o zavedení Intranetu právě u podniků ve stavebnictví.

Výrazné rozdíly se ukazují při hodnocení podniků z hlediska velikosti. Ve využívání Intranetu dominují podniky s 250 a více zaměstnanci (89,8 %), sestupně pak dále podniky se 100–249 zaměstnanci (70,7 %). Nejméně je Intranet využíván v podnicích s 50–99 zaměstnanci (67,5 %). Rozdíly existují i při využívání Intranetu ve společnostech s ručením omezeným (67,4 %) a akciových společnostech (85,9 %).

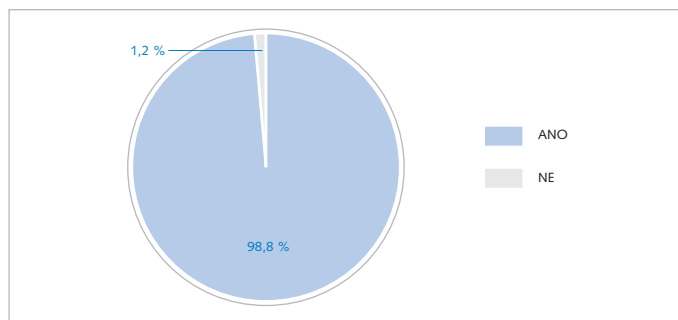
Hodnocení budoucích trendů nasvědčuje, že podniky, které dosud softwarovou aplikaci nepotvrdily, uvažují o jejím zavedení v příštích letech. Dá se tedy předpokládat, že Intranet by měl být využíván v budoucnu ve více jak 90 % podniků.

7.6.9. Charakteristika odpovědí – Kancelářské aplikace (MS Office apod.) [pol. x83a]

Tabulka č. 79: Kancelářské aplikace (MS Office apod.) – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	417	98,8
Ne	5	1,2
Celkem	422	100,0

Graf č. 74: Kancelářské aplikace – MS Office apod. – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Na otázku odpovědělo téměř 97% podniků. Kancelářské aplikace má zavedeno více jak 98% podniků, které na danou otázku odpověděly. Obecně platí, že mezi podniky bez ohledu na jejich oborovou činnost, velikost a právní formu neexistují významné rozdíly.

7.7. Úroveň propojení softwarových aplikací v podniku

7.7.1. Charakteristika otázky

B2.5. Je propojení softwarových aplikací, které používá Váš podnik, vyhovující?

Jde o zjištění, zda podnik využívá softwarové aplikace způsobem, který je schopen podniku přinášet maximální synergické efekty. Jednou ze základních podmínek realizace těchto efektů je vyhovující propojení všech používaných softwarových aplikací.

Respondent uvádí, zda je propojení softwarových aplikací, které podnik používá, vyhovující. Uvádí úroveň důležitosti na škále „1“ zcela nevyhovující až „5“ plně vyhovující (x84).

7.7.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x84]

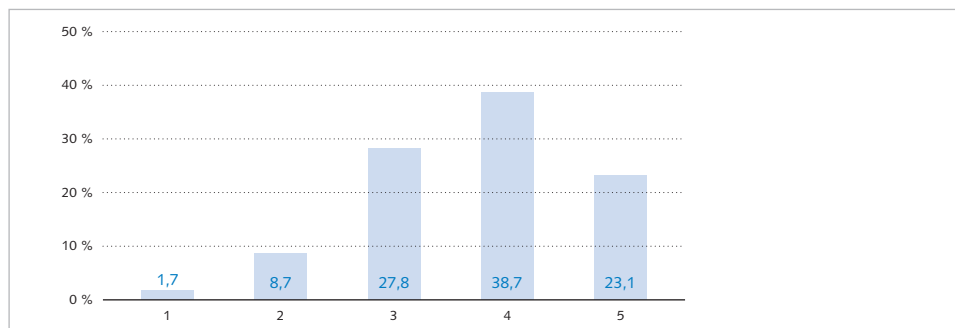
Tabulka č. 80: Ukazatele centrálních tendencí proměnné x84 – výběrový soubor celkem

	x84 Úroveň propojení softwarových aplikací v podniku
Průměr	3,72
Medián	4,00
Modus	4,00
Sm. odchylka	0,96
Rozptyl	0,93

Tabulka č. 81: Úroveň propojení softwarových aplikací v podniku – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Zcela nevyhovující	7	1,7
2	37	8,7
3	118	27,8
4	164	38,7
5 Plně vyhovující	98	23,1
Celkem	424	100,0

Graf č. 75: Úroveň propojení softwarových aplikací v podniku – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Otázku zodpovědělo 98 % podniků z výběrového souboru celkem. Velká část podniků hodnotí svoji současnou úroveň propojení softwarových aplikací v podniku 4 (v 38,7%) nebo 3 (v 27,8%). Pozitivním zjištěním je, že téměř čtvrtina podniků hodnotí softwarové aplikace a jejich propojení jako plně vyhovující (v 23,1%). Ostatní hodnocení jsou zanedbatelná.

Tabulka č. 82: Statistická vyhodnocení úrovně propojení softwar. aplikací v podniku.

	Celek	OKEČ Zprac. průmysl	OKEČ Stavebnictví	Velikost podniku 50–99	Velikost podniku 100–249	Velikost podniku > 250	Právní forma a.s.	Právní forma s.r.o.
Průměr	3,72	3,73	3,72	3,76	3,71	3,73	3,68	3,76
Medián	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Modus	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Sm. odchylka	0,96	0,96	0,97	0,93	1,00	0,95	0,95	0,97
Rozptyl	0,93	0,93	0,94	0,86	1,01	0,90	0,91	0,95

Při členění podniků podle oboru činnosti, jejich velikosti a právních forem nejsou významnější rozdíly. Ze získaných dat logicky vyplývá, že hodnoty mediánu, modu a průměru jsou velmi blízké a naopak směrodatná odchylka a rozptyl jsou malé (nižší než jeden stupeň ve škále hodnocení, výjimkou jsou pouze podniky se 100–249 zaměstnanci). Kladně lze hodnotit zjištění, že téměř 90 % podniků svoji úroveň propojení softwarových aplikací v podniku hodnotí v rozmezí 3–5, tj. jako vyhovující až plně vyhovující úroveň. Na pětibodové škále stupnice, kde číslo 5 je nejvyšší stupeň, je ve sledovaném souboru podniků průměr mezi 3,54 až 3,76, medián je ve všech případech 4 a modus je s výjimkou stavebnictví také 4.

7.8. Diskuse

V této je vyhodnocena sekce B2. dotazníku, vztahující se k vlastnické struktuře, participaci vlastníků na řízení, k úrovni hmotného majetku a užívanému softwaru jako důležité složce nehmotného majetku.

Vlastnická struktura podniku významným způsobem ovlivňuje utváření určitého modelu vlastnictví. Jednotlivé modely vlastnictví uplatňované v zemích s tržní ekonomikou umožňují různé mechanismy prosazování zájmu vlastníků. Podle Kučery (2005, str. 255) vztah vlastníků k podniku a zájmy vlastníků je možné zkoumat ve dvou základních rovinách. Významné jsou jednak zájmy vlastníků ve vztahu k ostatním stakeholderům a jednak zájmy vlastníků mezi sebou navzájem.

Zájmy samotných vlastníků jsou důležité především z pohledu velikostní struktury hlavních vlastníků podniku a jejich typu. I když zájmy vlastníků vůči zájmům ostatních stakeholderům mají zpravidla výsadní postavení (Suchánek 2005, str. 273), zájmy samotných vlastníků jsou většinou diverzifikované podle jejich příslušnosti k určitému typu, event. skupině společníků. Zásadní rozdíly v postavení a zájmech vlastníků vyplývají z velikosti podílu jejich majetkové účasti na podniku. Zvláštní skupinu vlastníků z tohoto pohledu tvoří minoritní a drobní vlastníci. Jsou svébytnou skupinou, často považovanou za problematickou. Minoritní nebo drobní vlastníci většinou disponují pouze formálním právem podílet se na kontrole, zatímco faktické možnosti prosazení vlastního názoru mají jen velice omezené.

Závěry průzkumů, které sledovaly a analyzovaly české podnikatelské prostředí v 90. letech, vypovídají o tom, že v ČR v 90. letech dominoval model vlastnictví odvozený od typu podniku s majoritním vlastníkem a drobnými akcionáři. Pro účely námi sledované charakteristiky stakehoderské struktury podniku je podstatné, že tento model byl v ČR aplikován ve specificky „české“ podobě. Dominance tohoto modelu a jeho uplatňování v českém podnikatelském prostředí vedlo ke specifickému uplatňování vlastnictví a utváření specifických zájmů vlastníků (Mejstřík 2000, str. 5).

Z vyhodnocení otázky týkající se typu vlastnické struktury vyplývá, že nejčtenější zastoupení v analyzovaném souboru (26,9%) mají podniky s několika českými vlastníky – fyzickými osobami, bez účasti drobných vlastníků. Ten se uplatňuje zejména u podniků menších. Druhým nejčastěji se vyskytujícím typem vlastnické struktury jsou podniky vlastněné právnickou osobou, které jsou součástí koncernu (15,7%). Tento typ je dominující u podniků velkých. Výše zmíněný typ vlastnické struktury, charakteristický pro 90. léta, nezaujímá v současnosti již žádné významnější postavení.

Zjišťování zastoupení vlastníků v orgánech společnosti a v top managementu je důležité pro posouzení způsobu a intenzity uplatňování vlivu vlastníků na řízení podniku. Provedené šetření ukazuje na velké rozdíly v zastoupení vlastníků akciových společností v jejich představenstvu a dozorčí radě. Co se týká zastoupení vlastníků v top managementu, je poměrně nízké. Objektivní posouzení však vyžaduje hlubší analýzu, která bude předmětem dalšího výzkumu.

Podle provedeného šetření je úroveň vybavení hmotným majetkem analyzovaných podniků na nadprůměrné úrovni. Projevuje se zde nesporný vliv investiční politiky nadnárodních společností vlastnících řadu sledovaných podniků, růst ekonomické síly a rovněž změna orientace podnikových strategií na zvyšování technického vybavení výroby s cílem snížit náklady a zvýšit kvalitu.

Analýza softwarových aplikací ukazuje na celkový pokrok v dané oblasti. Některé z aplikací jsou uplatňované téměř ve všech podnicích, jako například moduly personální agendy, moduly účetní agendy či kancelářské aplikace. Jiné moduly jsou rozšířené zatím méně. Důvodem je potřeba, resp. efektivnost aplikace těchto modulů s ohledem na specifické podmínky jednotlivých podniků, či připravenost podniků tento software zavést a využívat.

8. Zaměstnanci (B3)

8.1. Počet a struktura zaměstnanců

8.1.1. Charakteristika otázky

B3.1. Uvedte počty zaměstnanců Vašeho podniku dle níže specifikovaných skupin.

Tato otázka zjišťuje strukturu a počet zaměstnanců v tom kterém podniku. Respondenti měli uvést jednak počet všech zaměstnanců (x86) v podniku, jednak kolik procent z tohoto celkového počtu tvoří ženy (x87) a pracovníci s vysokoškolským vzděláním (x88). Dále měli v souladu se statistickým výkazem uvést počet THP (x89) a dělníků (x98), přičemž u THP se dále vyžadovalo rozčlenění na vrcholový management (x90), nižší management (x93) a ostatní THP (x94). U vrcholového managementu se zjišťoval počet žen (x91) a počet cizinců (x92) a u ostatních THP počet technických pracovníků (x95), pracovníků nákupu a prodeje (x96) a administrativních pracovníků (x97). Nakonec se ještě k dotvoření kompletní struktury zaměstnanců podniku zjišťoval procentní podíl cizinců ze zaměstnanecké skupiny dělníci (x99).

U každé skupiny zaměstnanců se uváděla jejich absolutní četnost, nebo procentní vyjádření četnosti, a také se uváděl minulý trend a budoucí očekávaný trend vývoje jejich počtu.

Jelikož proměnné uvádějící počty nejsou pro vzájemné srovnání příliš vhodné, vytvořili jsme nové proměnné, které jsou vyjádřením podílu k příslušné skupině zaměstnanců¹. Takto vyjádřené podíly z celkového počtu zaměstnanců (v případě THP a dělníků) nebo z příslušných zaměstnaneckých skupin (ostatní proměnné kromě x86b – celkem zaměstnanců) jsou vhodné pro srovnávání v rámci skupin dle OKEČ, velikosti podniku a právní formy. Následně se takto vyjádřené proměnné pro lepší vyhodnocování ještě kategorizovaly do pěti kategorií resp. intervalů 0–19%, 20–39%, 40–59%, 60–79%, 80–100%.

U otázek, které již byly vyjádřeny jako podíl z celkového počtu zaměstnanců (otázka x87b a x88b) nebo z počtu dělníků (x99b), se nevytvářela nová proměnná a původní proměnné byly pouze kategorizovány do uvedených pěti kategorií.

¹ Např. proměnná x90b_re je podíl zaměstnanců ve vrcholovém managementu k technicko-hospodářským pracovníkům celkem.

8.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x86b]

Tabulka č. 83: Ukazatelé centrálních tendencí proměnných x86b až 99b – výběrový soubor celkem

	x86b Celkem zaměstnanců	x87b Podíl žen	x88b Podíl pracovníků s VŠ vzděláním	x89b THP	x90b Vrcholový management	x91b Počet žen	x92b Počet cizinců
Průměr	284,28	27,31	11,33	85,14	5,37	0,79	0,20
Medián	144,5	20	7,8	40	5	0	0
Modus	70	10	5	50	5	0	0
Sm. odchylka	470,260	21,380	13,243	172,501	3,334	1,176	0,721
Rozptyl	221 144,039	457,113	175,370	29 756,692	11,117	1,383	0,519

	x93b Nižší management	x94b Ostatní THP	x95b Techničtí pracovníci	x96b Pracovníci nákupu a prodeje	x97b Administrativní pracovníci	x98b Dělníci	x99b Podíl cizinců
Průměr	17,46	63,07	28,46	14,51	18,57	199,71	2,58
Medián	10	25	10	6	7	101,5	0
Modus	10	10	3	2	4	55	0
Sm. odchylka	31,091	153,284	85,660	61,008	48,391	350,698	7,480
Rozptyl	966,640	23 495,852	7 337,654	3 721,971	2 341,646	122 988,833	55,948

Komentář

U proměnných v rámci otázky B 3.1. bylo dosaženo rozdílné míry zodpovězení otázek. U otázky zjišťující celkový počet zaměstnanců byla míra zodpovězení otázky 100%. U ostatních otázek se míry zodpovězení různí. Nejvyšší procento chybějících odpovědí (kolem 10%) je u proměnné zjišťující podíl cizinců z dělnických pozic a u proměnné zjišťující počet technických pracovníků z ostatních THP. U otázek zjišťujících trendy je tomu hůř a průměrné procento missing values je až 25% (u proměnných zjišťujících počet nebo podíl cizinců – x92a,b a x99a,b).

K hodnocení počtu zaměstnanců a jejich struktury můžeme použít aritmetický průměr. Průměrný počet zaměstnanců v námi zkoumaném vzorku podniků je 284 zaměstnanců. Jednotlivé podskupiny nemá smysl pro výběrový soubor jako celek popisovat, ale bude o nich podrobně pojednáno níže. Průměrný počet zaměstnanců v podnicích zpracovatelského průmyslu je 303 zaměstnanců, ve stavebních podnicích to bylo 206. Průměrný počet zaměstnanců ve skupině podniků od 50 do 99 zaměstnanců² byl 74 zaměstnanců, ve skupině podniku od 100 do 249 zaměstnanců byla průměrná hodnota 152 a v poslední skupině s 250 a více zaměstnanci byl průměr 673 zaměstnanců. Blíže informace k jednotlivým skupinám zaměstnanců dle členění podle OKEČ, velikosti podniku a právní formy jsou v dalším textu u příslušné zaměstnanecké skupiny.

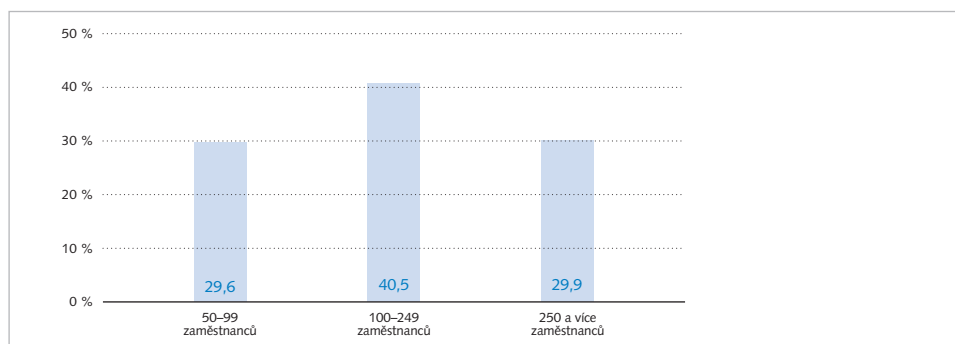
2 I když zkoumaný vzorek podniků byl podmíněn počtem zaměstnanců vyšším než 50 včetně, pro účely našeho výzkumu jsme nakonec začlenili do vzorku podniků i 6 podniků, které tuto podmínku nesplňovaly (s počtem zaměstnanců vyšším než 40), které ale splňovaly všechny ostatní podmínky stanovené pro zkoumaný soubor.

8.1.3. Charakteristika odpovědí – celkem počet zaměstnanců [pol. x86b]

Tabulka č. 84: Počet zaměstnanců celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
50–99 zaměstnanců	128	29,6
100–249 zaměstnanců	175	40,5
250 a více zaměstnanců	129	29,9
Celkem	432	100,0

Graf č. 76: Počet zaměstnanců celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Z celkového zkoumaného souboru je 128 podniků ze skupiny podniků od 50 do 99 zaměstnanců, 175 podniků od 100 do 249 zaměstnanců a 129 podniků s 250 a více zaměstnanci. Ve většině případů (44%) počet zaměstnanců rostl, ve 29% případů byl v minulosti počet zaměstnanců stejný jako nyní a ve 27% případů počet zaměstnanců klesl. Do budoucna 49% podniků předpokládá spíše nárůst počtu zaměstnanců, 43% očekává stejný stav a 8% jejich pokles.

Při hodnocení počtu zaměstnanců dle OKEČ³ v obou skupinách podniků je nejvíce podniků ze skupiny podniků od 99 do 249 zaměstnanců. Ve stavebnictví je to 46% a ve zpracovatelském průmyslu 39% dotázaných podniků z daného odvětví. Ve skupině podniků od 50 do 99 zaměstnanců je 35% stavebních podniků a 28,5% podniků zpracovatelského průmyslu a ve skupině podniků se 250 a více zaměstnanci je 19% stavebních a 32,5% zpracovatelských podniků. Z toho plyne, že podniky zpracovatelského průmyslu v našem vzorku podniků jsou spíše „střední“ (100–249 zaměstnanců) a „velké“ (250 a více zaměstnanců) a stavební podniky spíše „menší“ (50–99 zaměstnanců) a „střední“ (100–249 zaměstnanců).

Dle právní formy má 46% akciových společností 250 a více zaměstnanců, 35% z nich patří do skupiny podniků od 100 do 249 zaměstnanců a 19% do skupiny podniků s 50 až 99 zaměstnanci. Společnosti s ručením omezeným jsou nejvíce zastoupeny ve skupině od 100 do 249 pracovníků (45%), 38% z nich mají od 50 do 99 zaměstnanců a „pouze“ 17% z nich mají 250 a více zaměstnanců. Je vidět jasná tendence, že akciové společnosti jsou do počtu zaměstnanců větší než společnosti s ručením omezeným, v námi zkoumaném vzorku podniků.

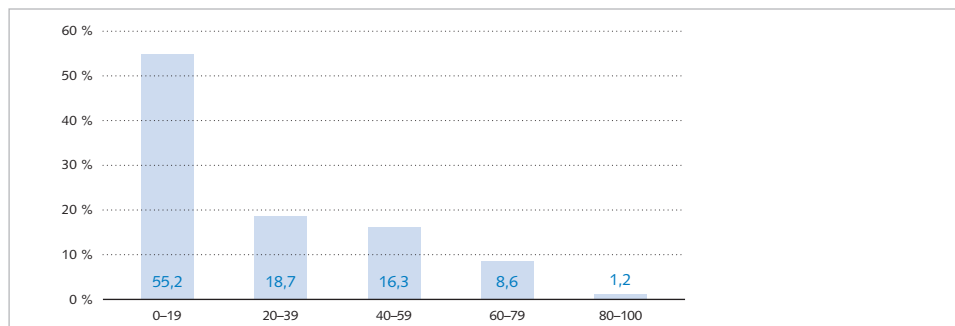
3 Jedná se pouze o „hrubé“ členění na odvětví stavebnictví (OKEČ 45) a zpracovatelský průmysl (OKEČ 15–37).

8.1.4. Charakteristika odpovědí – podíl žen z celkového počtu zaměstnanců [pol. x87b]

Tabulka č. 85: Podíl žen z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	230	55,2
20–39	78	18,7
40–59	68	16,3
60–79	36	8,6
80–100	5	1,2
Celkem	417	100,0

Graf č. 77: Podíl žen z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Většina respondentů (55%) uvedla poměrně nízký podíl žen a to 0–19% z celkového počtu zaměstnanců. V minulosti byla podle většiny respondentů (72%) situace stejná, podle 18% respondentů počet žen spíše rostl a podle 10% klesl. Do budoucna lze předpokládat, že situace bude velmi podobná. Většina respondentů (82%) předpokládá stejný podíl žen a pouze 4% předpokládají jejich pokles.

Když sledujeme podíl žen v podnicích členěných dle OKEČ, až 94% stavebních podniků uvedlo, že počet žen je v intervalu od 0–19%, 5% respondentů z těchto podniků uvedlo procento žen v intervalu od 20–39% a pouze 1% pak spadá do intervalu od 40–59%. Možnost, že podíl žen v podniku je vyšší než 60%, nevedl žádný z respondentů z této skupiny. U zpracovatelského průmyslu je rozložení odpovědí rovnoměrnější, i když i zde je nejpočetnější zařazení do intervalu od 0–19% (ve 46% podniků). Od 20–39% žen z celkového počtu zaměstnanců uvedlo 22%, 40–59% 20%, 60–79% 11% a možnost, že žen je 80–100% z celkového počtu zaměstnanců, uvedla 2% z respondentů z tohoto odvětví.

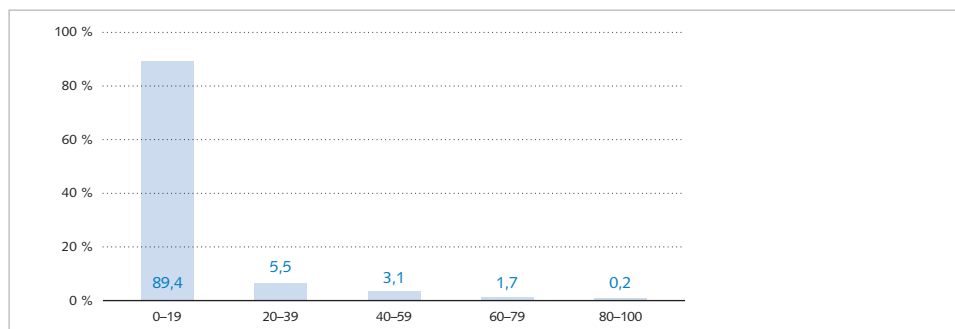
Co se týče velikosti podniku nebo právní formy, vliv těchto faktorů na podíl žen z celkového počtu zaměstnanců jsme nepozorovali.

8.1.5. Charakteristika odpovědí – podíl pracovníků s VŠ vzděláním z celkového počtu zaměstnanců [pol. x88b]

Tabulka č. 86: Podíl VŠ vzdělaných pracovníků z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	373	89,4
20–39	23	5,5
40–59	13	3,1
60–79	7	1,7
80–100	1	0,2
Celkem	417	100,0

Graf č. 78: Podíl VŠ vzdělaných pracovníků z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Většina respondentů uvedla, že podíl vysokoškolsky vzdělaných zaměstnanců je menší než 20 % z celkového počtu zaměstnanců. Co se týče srovnání s minulostí, většina respondentů uvedla stejnou situaci (61 %). Růst podílu VŠ vzdělaných na celkovém počtu zaměstnanců uvedlo 32 % respondentů a pokles 7 %. Do budoucna naopak většina (55 %) předpokládá nárůst podílu vysokoškolsky vzdělaných zaměstnanců, 44 % předpokládá stejný stav a pouze 1 % očekává pokles tohoto podílu.

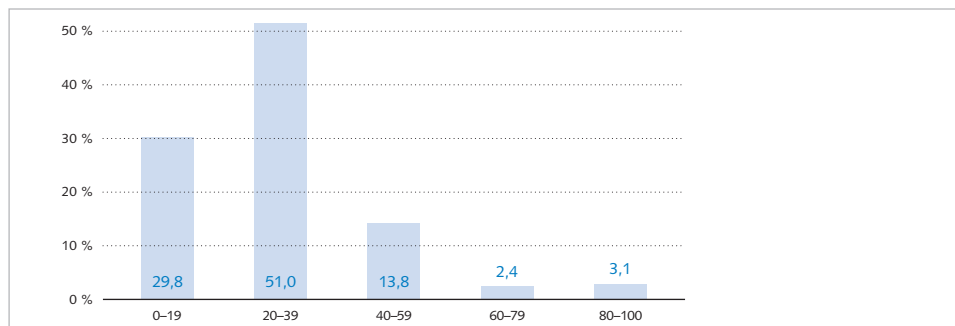
Rozdíly mezi podniky členěné dle OKEČ v počtu vysokoškoláků nepozorujeme. Rozdíly mezi podniky, při vyhodnocování této otázky, nejsou patrné ani při členění podle velikosti podniků ani dle jejich právní formy.

8.1.6. Charakteristika odpovědí – počet technickohospodářských pracovníků z celkového počtu zaměstnanců [pol. x89b]

Tabulka č. 87: Podíl THP z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	125	29,8
20–39	214	51,0
40–59	58	13,8
60–79	10	2,4
80–100	13	3,1
Celkem	420	100,0

Graf č. 79: Podíl THP z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejčastěji uváděný podíl technicko-hospodářských pracovníků z celkového počtu zaměstnanců (51 %) se nachází v intervalu od 20–39 %. 51 % respondentů uvádí, že tomu tak bylo i v minulosti a 68 % respondentů uvádí totéž i pro předpokládaný vývoj do budoucnosti. 31 % respondentů uvedlo, že došlo k jejich nárůstu, kdežto 18 % tvrdilo opak. Nárůst počtu těchto zaměstnanců předpokládá 26 % a pokles 8 % respondentů.

Významnější souvislosti jsme při členění podniků dle OKEČ nebo dle velikosti podniku nepozorovali.

Na základě členění podniků dle právní formy můžeme vyvodit, že v akciových společnostech je zaměstnáno více THP pracovníků na počet zaměstnanců celkem, než je tomu u společností s ručením omezeným⁴.

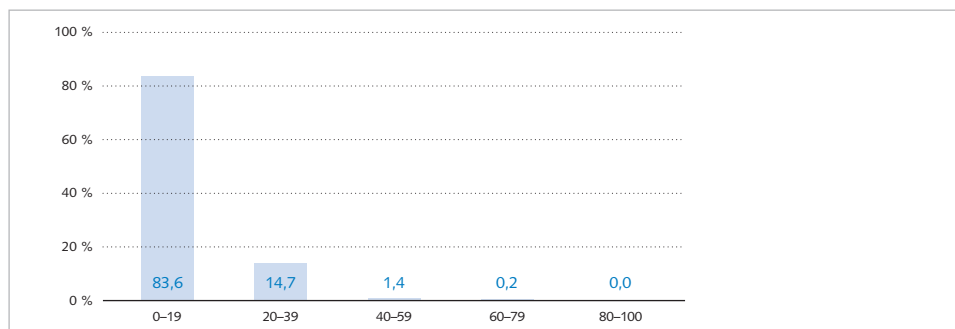
4 V akciových společnostech je průměrná hodnota původní proměnné, tzn. průměrný počet THP pracovníků 89 a průměrná hodnota rekódované proměnné vyjadřující podíl THP z celkového počtu zaměstnanců je 32. Ve společnostech s ručením omezeným je průměrný počet THP 68, a jejich podíl na celkovém počtu zaměstnanců je 28 %.

8.1.7. Charakteristika odpovědí – podíl zaměstnanců ve vrcholovém managementu z THP [pol. x90b]

Tabulka č. 88: Podíl pracovníků ve vrcholovém managementu z THP celkem. Odpovědi absolutně a v procentech⁵

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	347	83,6
20–39	61	14,7
40–59	6	1,4
60–79	1	0,2
80–100	0	0,0
Celkem	415	100,0

Graf č. 80: Podíl pracovníků ve vrcholovém managementu z THP celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

V tomto případě nejčastěji respondenti uváděli, že vrcholový management tvoří méně než 20 % technickohospodářských pracovníků a žádný z respondentů nevěděl, že by vrcholový management tvořil více než 80 % THP. Většina respondentů (78 %) uvedla, že situace byla stejná i v minulosti a předpokládají, že bude stejná i v budoucnu (91 %). Pokles oproti minulosti uvedlo 12 % a nárůst 10 % respondentů. Pouze 3 % do budoucna předpokládají pokles, nárůst tohoto podílu očekává 6 % respondentů.

Co se týče členění podniků dle OKEČ, vliv odvětví na podíl vrcholového managementu na celkovém počtu THP jsme nepozorovali.

U členění podniků dle velikosti se jeví jistá souvislost, a to, že čím je podnik větší, tím je procento zaměstnanců ve vrcholovém managementu z THP menší (v 5 % podniků ze skupiny od 50 do 99 zaměstnanců je zaměstnáno ve vrcholovém managementu více než 40 % ze všech THP, v podnicích ze skupiny od 100 do 249 zaměstnanců je to pouze 0,5 % těchto podniků a z podniků 250 a více zaměstnanců žádný nezaměstnává ve vrcholovém managementu více než 40 % z THP).

5 U této proměnné se vyskytly případy, kdy respondenti uváděli vyšší počet zaměstnanců ve vrcholovém managementu než byl počet THP celkem. Tyto odpovědi respondentů byly pro účely analýzy a následného vyhodnocení vyloučeny z odpovědní matice a byly stanoveny jako missing values. To stejné platí i pro proměnnou x93b nižší management a x94b ostatní THP.

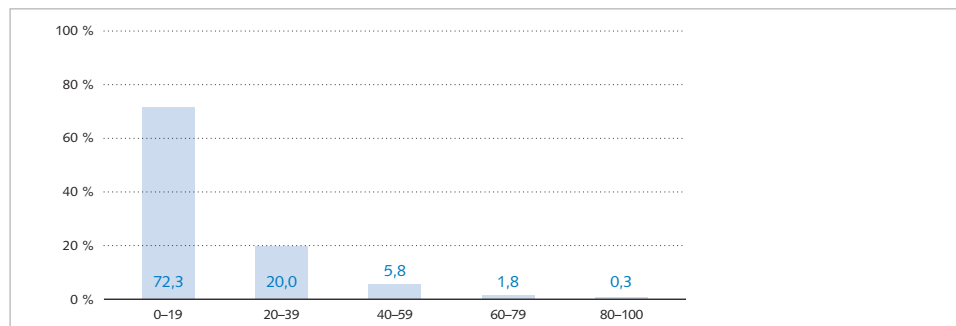
Podíl zaměstnanců ve vrcholovém managementu z THP je vyšší u společností s ručením omezeným než u akciových společností.⁶ Akciové společnosti jsou mnohem více zastoupeny v intervalu 0–19% z THP (91%) než společnosti s ručením omezeným (77%), kdežto ty jsou více zastoupeny v dalších intervalech s vyšším procentem z THP.

8.1.8. Charakteristika odpovědí – z toho počet žen ve vrcholovém managementu [pol. x91b]

Tabulka č. 89: Podíl žen ve vrcholovém managementu. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	289	72,3
20–39	80	20,0
40–59	23	5,8
60–79	7	1,8
80–100	1	0,3
Celkem	400	100,0

Graf č. 81: Podíl žen ve vrcholovém managementu. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejvíce podniků (72%) uvedlo, že procento žen ve vrcholovém vedení nepřesahuje 20%. Stejně tak tomu bylo dle 85% respondentů i v minulosti. Podle 9% jejich počet rostl, podle 6% respondentů naopak klesal. Do budoucna až 90% respondentů nepředpokládá změnu. 9% očekává nárůst počtu žen ve vrcholovém vedení a pouze 1% pokles tohoto počtu.

V odpovědích respondentů členěných dle odvětví nejsou patrné velké rozdíly, pouze v odvětví stavebnictví se neobjevil případ, kdy by podíl žen ve vrcholovém vedení překročil nebo se rovnal 40%. Ve zpracovatelském průmyslu bylo v intervalu od 40–59% zastoupeno 7% podniků, v intervalu od 60–79% 2% a dokonce 0,3% respondentů uvedlo, že podíl žen ve vrcholovém vedení je vyšší nebo rovno než 80%. Z toho se dá vyvodit, že ve zpracovatelském průmyslu jsou ženy ve vrcholovém vedení zastoupeny mnohem více než je tomu ve stavebnictví.

⁶ Tento fakt souvisí s velikostí podniku, kdy obvykle platí, že akciové společnosti jsou větší, než společnosti s ručením omezeným.

Na základě členění podniků dle velikosti můžeme konstatovat, že čím je podnik menší, tím větší je procento žen ve vrcholovém vedení podniku. Kategorii, kde je podíl žen ve vrcholovém managementu vyšší nebo roven 80%, zvolilo 1% respondentů z podniků od 50 do 99 zaměstnanců a žádný z větších podniků. V kategorii od 60–79% žen ve vrcholovém vedení to byly 4% podniků s 50 až 99 zaměstnanci, 2% podniků se 100 až 249 zaměstnanci a žádný podnik s počtem zaměstnanců 250 a více. V kategorii od 40–59% bylo 10% podniků s 50 až 99 zaměstnanci, 5% podniků se 100 až 249 zaměstnanci a 3% podniků s počtem zaměstnanců 250 a víc ze zkoumaného souboru.

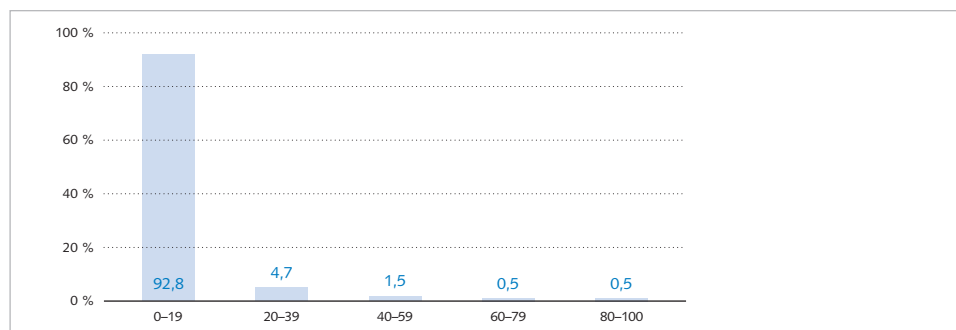
Závislost mezi procentem žen ve vrcholovém vedení a jeho právní formou jsme nepozorovali.

8.1.9. Charakteristika odpovědí – z toho počet cizinců ve vrcholovém managementu [pol. x92b]

Tabulka č. 90: Podíl cizinců ve vrcholovém managementu. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	373	92,8
20–39	19	4,7
40–59	6	1,5
60–79	2	0,5
80–100	2	0,5
Celkem	402	100,0

Graf č. 82: Podíl cizinců ve vrcholovém managementu. Odpovědi v procentech



Komentář

Až 93% respondentů uvedlo, že cizinců ve vrcholovém vedení podniku je méně než 20%. Stejně procento dotázaných uvedlo že tomu tak bylo i v minulosti a 91% z nich předpokládá, že tomu tak bude i v budoucnu. Jejich nárůst z minulosti uvedly 3%, pokles 4% respondentů. Naopak, do budoucna předpokládá jejich nárůst 7% respondentů, kdežto pokles jen 2%.

Při členění dle odvětví vidíme, že ve stavebnictví se neobjevil případ, kdy by podíl cizinců ve vrcholovém vedení dosáhl nebo přesáhl 40%. Celkově se dá tvrdit, že počet cizinců ve vrcholovém vedení je častější v zpracovatelském průmyslu než ve stavebnictví.

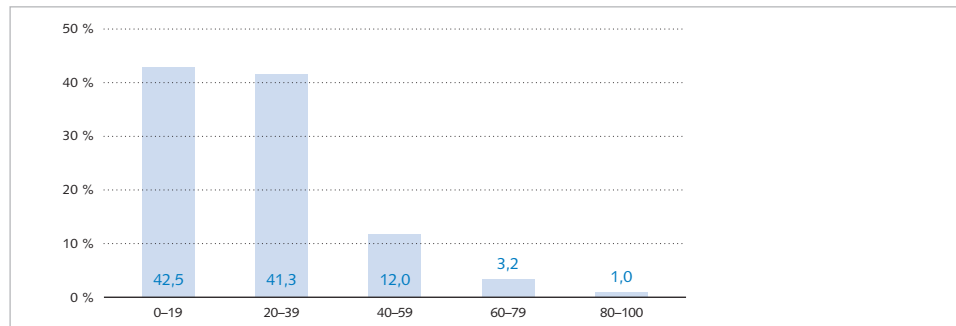
Podle členění dle velikosti podniku se projevila mírná tendence, že čím je podnik větší, tím větší je podíl cizinců ve vrcholovém vedení. Při členění podle právní formy nepozorujeme žádné podstatné rozdíly.

8.1.10. Charakteristika odpovědí – podíl zaměstnanců v nižším managementu z THP [pol. x93b]

Tabulka č. 91: Podíl pracovníků v nižším managementu z THP celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	174	42,5
20–39	169	41,3
40–59	49	12,0
60–79	13	3,2
80–100	4	1,0
Celkem	409	100,0

Graf č. 83: Podíl pracovníků v nižším managementu z THP celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

V této otázce 43 % respondentů uvedlo, že zaměstnanců na úrovni nižšího managementu je méně než 20 % z celkem THP. 42 % uvedlo, že jich je od 20–39 %, 12 % od 40–59 %, 3 % od 60–79 % a 1 % respondentů uvedlo, že jich je více nebo rovno 80 % THP. 65 % respondentů uvedlo, že tomu tak bylo i v minulosti, 24 % uvedlo nárůst tohoto podílu oproti minulosti a 11 % jejich pokles. Do budoucna 76 % předpokládá stejnou situaci, 20 % respondentů předpokládá růst a 4 % pokles podílu nižšího managementu na THP celkem.

Tříděním odpovědí na tuto otázku dle odvětví zjišťujeme, že v intervalech s podílem nižšího managementu do 40 % THP jsou více zastoupeny podniky zpracovatelského průmyslu, kdežto od 40 % nižšího managementu na THP jsou více zastoupeny podniky stavebního průmyslu. Z toho se dá soudit, že ve stavebnictví je vyšší procento nižšího managementu v THP, než v průmyslu zpracovatelském.

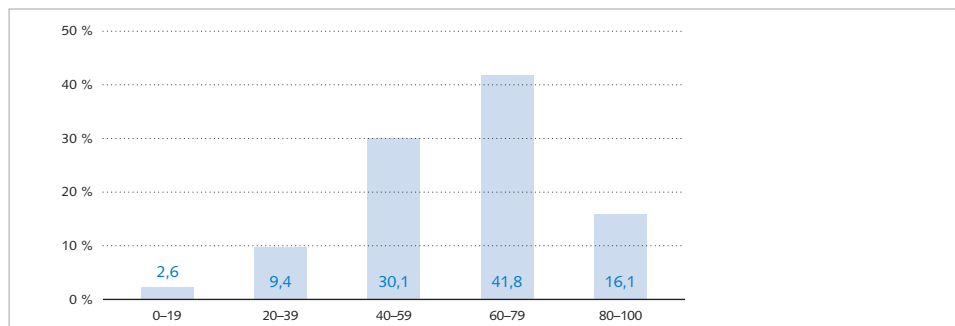
Podle třídění dle velikosti podniku a právní formy nepozorujeme žádné souvislosti s podílem nižšího managementu na THP celkem.

8.1.11. Charakteristika odpovědí – podíl zaměstnanců na pozicích ostatní technicko-hospodářští pracovníci z THP [pol. x94b]

Tabulka č. 92: Podíl pracovníků ostatní THP z THP celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	10	2,6
20–39	37	9,4
40–59	118	30,1
60–79	164	41,8
80–100	63	16,1
Celkem	392	100,0

Graf č. 84: Podíl pracovníků ostatní THP z THP celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Ostatních THP pracovníků je podle většiny respondentů (42 %) nejčastěji 60–79 % z celkem THP pracovníků. Co se týče trendů, jak minulého tak budoucího, většina uvedla stejnou situaci (58 % oproti minulosti a 67 % ji předpokládá do budoucna), případně nárůst tohoto podílu (25 % respondentů uvedlo nárůst oproti minulosti a 28 % předpokládá nárůst do budoucna).

Při členění odpovědí na tuto otázku dle OKEČ jsme zjistili, že v našem vzorku podniků platí, že respondenti ze stavebních podniků více uváděli menší než 60 % podíl ostatních THP z THP celkem, než podniky zpracovatelského průmyslu. Ty naopak častěji než stavební podniky uvádějí, že procento ostatních THP z THP je rovno nebo vyšší než 60 %.

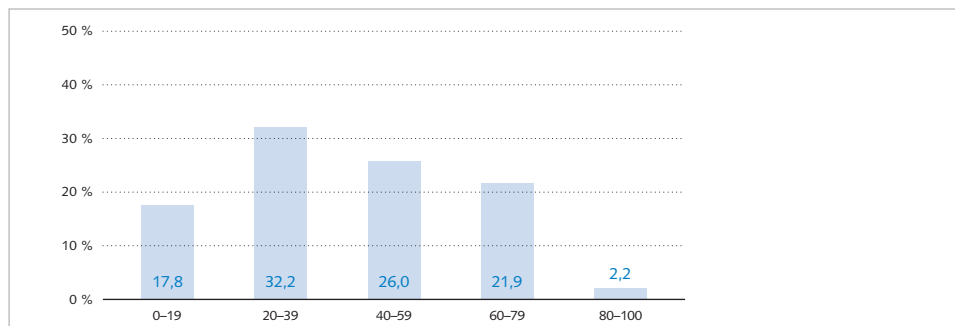
Stejně tak se projevila mírná tendence, že čím je podnik větší, tím je i procento ostatních THP z THP celkem vyšší. Hodnotu proměnné 1 (0–19 %) uvedla 4 % podniků od 50 do 99 zaměstnanců, 3 % podniků od 100 do 249 zaměstnanců a 2 % podniků s 250 a více zaměstnanci. Hodnotu 5 (80–100 %) volilo naopak 12 % podniků od 50 do 99 zaměstnanců, 12,5 % podniků od 100 do 249 zaměstnanců a 25 % podniků s 250 a více zaměstnanci. Vliv právní formy se na podíl ostatních THP neprojevil.

8.1.12. Charakteristika odpovědí – podíl technických pracovníků z ostatních THP [pol. x95b]

Tabulka č. 93: Podíl technických pracovníků z ostatních THP⁷. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	65,0	17,8
20–39	118,0	32,2
40–59	95	26,0
60–79	80	21,9
80–100	8	2,2
Celkem	366	100,0

Graf č. 85: Podíl technických pracovníků z ostatních THP. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejvíce respondentů (32 %) uvedlo, že podíl technických pracovníků z celkového počtu ostatních THP patří do intervalu 20–39 %. Většina respondentů také uvedla, že v minulosti tomu bylo stejně (60 %) a v budoucnu tomu bude také tak (64 %). Nárůst počtu technických pracovníků oproti minulosti uvedlo 27 % a pokles 13 %. Respondenti pak do budoucna spíše předpokládají nárůst (34 %) než pokles (pouze 2 %).

Souvislosti mezi podílem technických pracovníků z ostatních THP celkem a OKEČ, velikostí podniku či právní formou jsme nepozorovali.

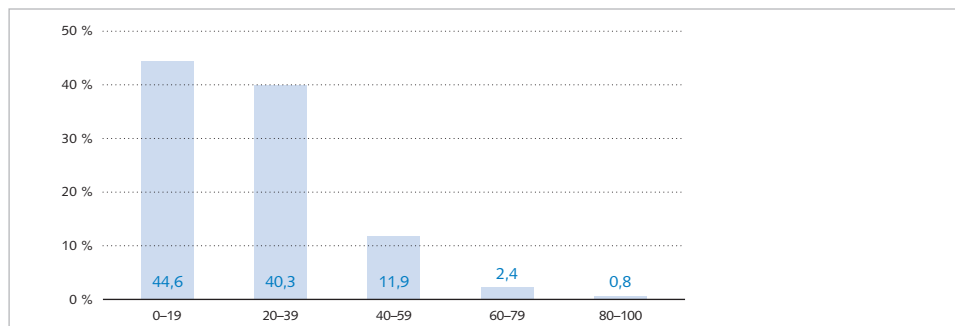
⁷ U této proměnné se opět vyskytlo poměrně hodně případů, kdy respondenti uváděli vyšší počet technických pracovníků než ostatních THP celkem. Tyto odpovědi respondentů byly pro účely analýzy a následného vyhodnocení vyloučeny z odpovědní matice a byly stanoveny jako missing values. To stejné platí i pro proměnnou x96b pracovníky nákupu a prodeje a x97b administrativní pracovníky.

8.1.13. Charakteristika odpovědí – podíl pracovníků nákupu a prodeje z ostatních THP [pol. x96b]

Tabulka č. 94: Podíl pracovníků nákupu a prodeje z ostatních THP. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	165	44,6
20–39	149	40,3
40–59	44	11,9
60–79	9	2,4
80–100	3	0,8
Celkem	370	100,0

Graf č. 86: Podíl pracovníků nákupu a prodeje z ostatních THP. Odpovědi v procentech



Komentář

Pro počet pracovníků nákupu a prodeje z ostatních THP respondenti velmi často (ve 45 %) uváděli číslo, odpovídající po přepočtu na podíl z ostatních THP intervalu 0–19 %. Podle 64 % respondentů tomu tak bylo i v minulosti. 25 % respondentů uvedlo oproti minulosti nárůst a 10 % pokles. Do budoucna se také nejvíce předpokládá stejná situace (69 %), nárůst očekává 28 % a pokles pouze 3 % respondentů.

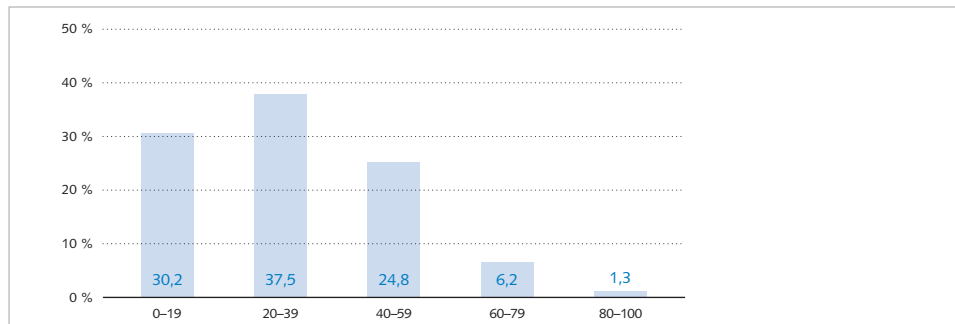
Největší část stavebních podniků (61 %) uvedla, že pracovníci nákupu tvoří pouze 0–19 % z ostatních THP, 34 % stavebních podniků uvedlo, že tato skupiny pracovníků tvoří 20–39 % z ostatních THP a další hodnoty této proměnné (podíl pracovníků nákupu a prodeje roven nebo větší než 40 %) se vyskytly jen velice málo (5 % stavebních podniků). U podniků zpracovatelského průmyslu byly odpovědi rovnoměrněji rozloženy. 0–19 % pracovníků nákupu a prodeje z ostatních THP uvedlo 41 % respondentů z této skupiny podniků, 20–39 % 42 %, 40–59 % 14 %, 60–79 % 2 % a konečně 80–100 % 1 % respondentů z tohoto odvětví. Významné rozdíly mezi podniky rozdělené dle velikosti nebo právní formy jsme při analýze této proměnné nepozorovali.

8.1.14. Charakteristika odpovědí – podíl administrativních pracovníků z ostatních THP [pol. x97b]

Tabulka č. 95: Podíl administrativních pracovníků z ostatních THP. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	112	30,2
20–39	139	37,5
40–59	92	24,8
60–79	23	6,2
80–100	5	1,3
Celkem	371	100,0

Graf č. 87: Podíl administrativních pracovníků z ostatních THP. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejvíce respondentů uvedlo, že administrativní pracovníci tvoří 20–39% z ostatních THP. Opět většina respondentů (63%) uvádí, že stejný počet těchto pracovníků byl i v minulosti. 18,5% uvádí jejich přírůstek a stejné procento respondentů jejich pokles oproti minulosti. Do budoucna 77% respondentů předpokládá stejnou situaci, 12% jejich nárůst a 11% respondentů pokles jejich počtu.

Podle členění odpovědí na tuto otázku dle OKEČ, žádné podstatné rozdíly mezi podniky u této proměnné nepozorujeme. Podle průměrů je podíl administrativních pracovníků z ostatních THP vyšší u stavebních podniků (2,27) než u podniků zpracovatelského průmyslu (2,07).

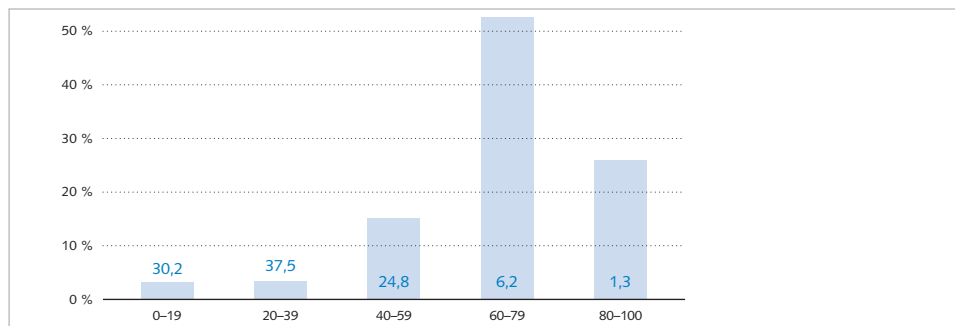
Rozdílly mezi podíly administrativních pracovníků z ostatních THP v podnicích členěných dle velikosti, se neprojeví a stejně tak je tomu při členění dle právní formy.

8.1.15. Charakteristika odpovědí – podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců [pol. x98b]

Tabulka č. 96: Podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech⁸

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	14	3,3
20–39	14	3,3
40–59	63	15,1
60–79	218	52,2
80–100	109	26,1
Celkem	418	100,0

Graf č. 88: Podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejčastějším (52%) intervalem proměnné podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců byl respondenty uváděn interval 60–79%. Ve srovnání s minulostí je tento podíl spíše vyšší (růst uvedlo 40% respondentů), 33,5% respondentů pak uvedlo stejnou situaci a 26,5% pokles tohoto podílu. Do budoucna se očekává zejména jejich nárůst (47% respondentů), 44% očekává stejný podíl dělníků a 9% jejich pokles.

Pokud srovnáme průměrné hodnoty kategorizované proměnné (3,97 pro zpracovatelský průmysl a 3,82 pro stavebnictví) nebo proměnné vyjadřující podíl dělníků na počtu zaměstnanců (69,7 pro zpracovatelský průmysl a 67,8 pro stavebnictví), můžeme konstatovat, že průměrný podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců je mírně vyšší u podniků zpracovatelského průmyslu než ve stavebních podnicích.

Při členění podniků dle velikosti se projevila mírná tendence, že čím je podnik větší, tím je podíl dělníků na celkovém počtu zaměstnanců vyšší. Naznačují to průměrné hodnoty proměnné vyjadřující podíl dělníků na celkovém počtu zaměstnanců (65 u podniků od 50 do 99 zaměstnanců, 70,7 pro podniky od 100 do 249 a 71,6 pro podniky s více než 250 zaměstnanci).

Právní forma na podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců podstatný vliv nemá.

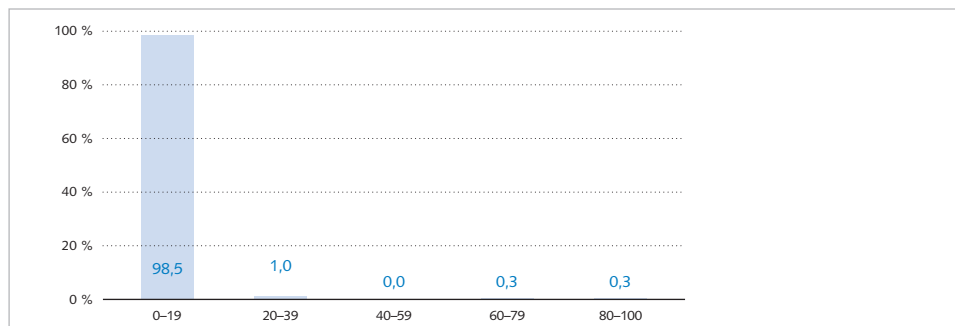
⁸ Jak bylo zmíněno na začátku této kapitoly, byla vytvořena nová proměnná, která vyjadřuje podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců, kategorizovaná do pěti kategorií.

8.1.16. Charakteristika odpovědí – podíl cizinců z počtu dělníků [pol. x99b]

Tabulka č. 97: Podíl cizinců z počtu dělníků zaměstnaných v podniku. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	382	98,5
20–39	4	1,0
40–59	0	0,0
60–79	1	0,3
80–100	1	0,3
Celkem	388	100,0

Graf č. 89: Podíl cizinců z počtu dělníků zaměstnaných v podniku. Odpovědi v procentech



Komentář

Při dotazování na podíl cizinců z dělnických pozic nejvíce respondentů uvedlo interval od 0 do 19%. Více nebo rovno 60% cizinců v dělnických pozicích uvedly 0,3% respondentů, kdežto 40–59% neuvedl žádný z respondentů. Stejnou situaci v minulosti uvedlo 78% respondentů, nárůst podílu cizinců uvedlo 14% a jejich pokles 8%. 73% respondentů předpokládá do budoucna stejnou situaci, 26% jejich nárůst a pouze 1% jejich pokles.

Podle OKEČ, velikosti podniku a právní formy se neprojeví žádné rozdíly mezi podniky v podílu cizinců na počtu dělníků.

8.2. Fluktuace zaměstnanců

8.2.1. Charakteristika otázky

B3.2. Jak velká je fluktuace ve Vašem podniku?

Vyšší míra fluktuace zaměstnanců je jednak projevem nespokojenosti zaměstnanců a jednak je zdrojem poměrně vysokých dodatečných nákladů podniku. I když není prokázáno, že by spokojenost zaměstnanců vedla ke zvýšení jejich produktivity a tím přispívala i ke zlepšení ekonomických ukazatelů podniku, dá se předpokládat, že podnik, který určitým způsobem pečuje o své

zaměstnance a vytváří příjemné pracovní prostředí, zaznamenává i nižší míru fluktuace, která je spojena s nižšími dodatečnými náklady na nábor a výběr a zaškolování nových zaměstnanců. Na druhou stranu, v některých oborech nízké personální náklady a s tím spojena vyšší fluktuace mohou znamenat konkurenční výhodu. Tuto otázku jsme tedy do dotazníku zařadili proto, abychom zjistili, jestli fluktuace zaměstnanců ovlivňuje úspěšnost a konkurenceschopnost podniku.

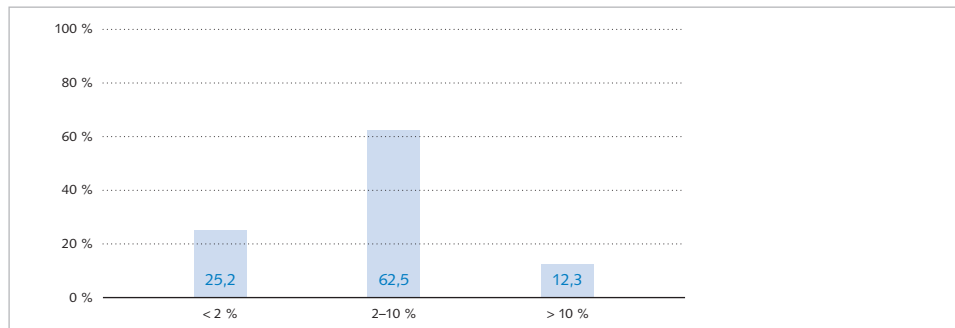
U této otázky se zjišťovala stávající situace, kde respondent měl zvolit mezi 1 – nízkou či zanedbatelnou mírou fluktuace (do 2%), 2 – střední mírou fluktuace (2–10%) a 3 – vysokou mírou fluktuace (nad 10%). Dále se zjišťoval i minulý a budoucí trend, kde se minulá a předpokládaná budoucí míra fluktuace srovnávala s fluktuací stávající.

8.2.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x100b]

Tabulka č. 98: **Míra fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
< 2 %	107	25,2
2–10 %	265	62,5
> 10 %	52	12,3
Celkem	424	100,0

Graf č. 90: **Míra fluktuace. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení této otázky byla poměrně vysoká (98%). Průměrná hodnota byla 1,87, což znamená, že respondenti volili nejčastěji střední míru fluktuace od 2 do 10% (63%) nebo nízkou míru fluktuace menší než 2% (25%). Většina respondentů (70%) uvedla, že v minulosti byla míra fluktuace stejná, 19% respondentů uvedlo oproti minulosti její nárůst a 11% pokles. 78% respondentů také do budoucna předpokládá stejnou míru fluktuace jako je stávající a po 11% respondentů předpokládají její nárůst a její pokles.

Průměr stavebních podniků jen nepatrně vyšší (1,87) než u podniků zpracovatelských (1,88). Podle rozložení četností také nejsou mezi podniky obou odvětví patrné podstatné rozdíly.

Při členění podniků dle velikosti se jeví, že čím je podnik větší, tím je průměrná hodnota dosažené fluktuace vyšší. 36% podniků se zaměstnanci od 50 do 99 uvedlo fluktuaci do 2%, stejně tak 23% podniků s počtem zaměstnanců od 100 do 249 a 17% podniků s 250 a více zaměstnanci. Naopak fluktuaci nad 10% uvedlo 9% podniků od 50 do 99 zaměstnanců, 12% podniků se

100 až 249 zaměstnanci a 17% podniků s 250 a více zaměstnanci. Podle toho se dá tvrdit, že velikost podniku má na fluktuaci zaměstnanců vliv a platí, že čím je podnik větší, tím je vyšší i fluktuace zaměstnanců.

Ve zkoumaném vzorku podniků mají akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným hodnoty četností v jednotlivých kategoriích stejné, tudíž právní forma podniku nemá (mezi zkoumanými podniky) vliv na fluktuaci zaměstnanců.

8.3. Důvody fluktuace zaměstnanců

8.3.1. Charakteristika otázky

B3.3. Pokud zaměstnanec odchází z vlastní iniciativy, které důvody ho k tomu vedou?

K tomu, abychom mohli fluktuaci sledovat a ovlivňovat její výši, potřebujeme znát důvody, které k ní nejčastěji vedou. V této otázce jsme proto respondentům nabídli 6 nejčastějších důvodů fluktuace (x101 – reorganizace a nutnost přeškolení, x102 – nízký plat, x103 – nezajímavá práce, x104 – nedostatečné možnosti kariérního růstu, x105 – špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným, x106 – osobní důvody (rodinné, zdravotní apod.), x107 – jiné důvody), přičemž měli prostor uvést ještě jiný důvod/důvody než uvedené. U každého důvodu měli respondenti uvést, zda se tento důvod vyskytuje a pokud ano, jestli často (hodnota 3) nebo jen občas (hodnota 2) nebo že se nevyskytuje (hodnota 1).

8.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x101–x107]

Tabulka č. 99: Ukazatelé centrálních tendencí proměnných x101 až x107 – výběrový soubor celkem

	x101 Reorganizace a nutnost přeškolení	x102 Nízký plat	x103 Nezajímavá práce	x104 Nedostat. možnosti kariér. růstu	x105 Špatné vztahy	x106 Osobní důvody	x107 Jiné důvody
Průměr	1,23	2,05	1,46	1,52	1,52	2,11	2,37
Medián	1	2	1	1	1	2	2
Modus	1	2	1	1	1	2	3
Sm. odchylka	0,490	0,688	0,577	0,578	0,556	0,596	0,661
Rozptyl	0,240	0,473	0,333	0,334	0,310	0,356	0,437

Komentář

U proměnných otázky B 3.3 byla míra zodpovězení otázek od 96 % (x106 osobní důvody) po 23 % (x107 jiné důvody). To, že otázka x107 má nejnižší míru zodpovězení plyne z toho důvodu, že její vyplnění nebylo povinné a odpovídali na ni pouze ti respondenti, kteří chtěli uvést důvod/důvody, které jim nebyly v možnostech nabídnuty. Když použijeme k hodnocení jednotlivých důvodů fluktuace zaměstnanců aritmetický průměr, zjistíme, že nejvyšší je právě u proměnné x107 jiné důvody. Dá se to vysvětlit tím, že většina respondentů nebrala tuto otázku za obligatorní a „jiný důvod“ uváděli pouze v případech, kdy se tento důvod v podniku opravdu alespoň občas vyskytl, či vyskytoval často (v těchto případech nebyla vůbec uváděna hodnota 1 – nevyskytuje se). Jak je

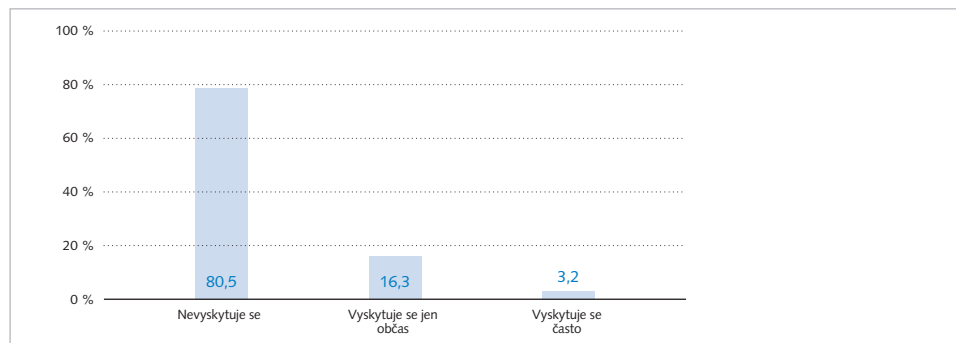
ale patrné z tabulky níže, někteří respondenti (10 případů) považovali i tuto otázku za obligatorní, tudíž v případech, že žádné jiné než uvedené důvody fluktuace v podniku nezaznamenali uvedli hodnotu této proměnné 1. Když pomíneme tento „důvod“, nejčastěji se vyskytujícím důvodem fluktuace zaměstnanců se jeví „osobní důvody“ s průměrem 2,11 a „nízký plat“ s průměrem 2,05. Zajímavé je, že právě tyto dva důvody mají i nejvyšší míru zodpovězení, což může znamenat, že je respondenti považovali za více důležité. Tyto výsledky nejsou nijak překvapivé, nízký plat a nespokojenost s ním bývají opravdu spolu s osobními důvody hlavními důvody dobrovolného odchodu zaměstnanců z podniku. Nejméně častým důvodem (s nejnižší průměrnou hodnotou) se ukázal důvod „reorganizace a nutnost přeškolení“ (s průměrem 1,23), „nezajímavá práce“ (1,46) a pak „nedostatečné možnosti kariérního růstu“ a „špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným“ (1,52).

8.3.3. Charakteristika odpovědí na otázku – reorganizace a nutnost přeškolení [pol. x101]

Tabulka č. 100: Reorganizace a nutnost přeškolení jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	326	80,5
Vyskytuje se jen občas	66	16,3
Vyskytuje se často	13	3,2
Celkem	405	100

Graf č. 91: Reorganizace a nutnost přeškolení jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech



Komentář

Jak bylo již řečeno, tento důvod fluktuace se vyskytuje vůbec nejméně z uvedených. Tomu odpovídá i to, že 81 % respondentů uvedlo, že se tento důvod nevyskytuje vůbec a jen ve 3 % případů se vyskytuje často.

Odvětví, velikost či právní forma podniku nemají vliv na rozložení četnosti tohoto důvodu fluktuace. Přeci jen, častěji se tento důvod vyskytuje v odvětví zpracovatelském (průměrná hodnota je rovna 1,24) než ve stavebnictví (1,18).

Podle průměru by se dalo usuzovat že podniky s 250 a více zaměstnanci tento důvod zaznamenávají častěji (1,26) než podniky s počtem zaměstnanců od 100 do 249 (1,23) a podniky s počtem zaměstnanců od 50 do 99 (1,19), podle četnosti tomu tak úplně není.

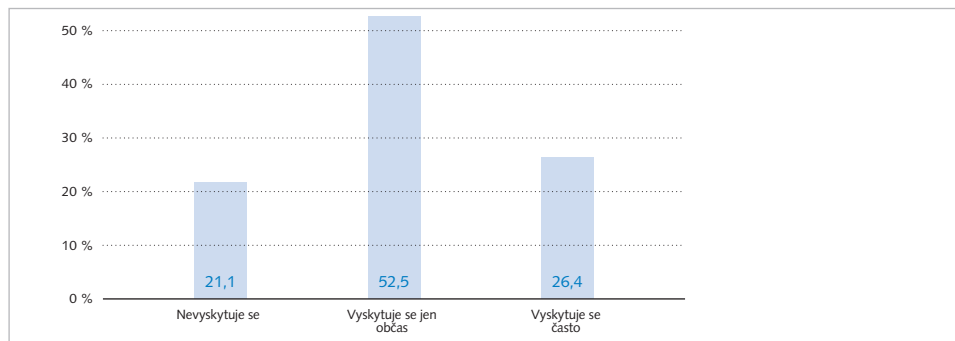
Rozložení četností i porovnání průměrů nasvědčuje tomu, že v akciových společnostech se tento důvod fluktuace zaměstnanců vyskytuje častěji než ve společnostech s ručením omezeným.

8.3.4. Charakteristika odpovědí na otázku – nízký plat [pol. x102]

Tabulka č. 101: Nízký plat jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	87	21,1
Vyskytuje se jen občas	217	52,5
Vyskytuje se často	109	26,4
Celkem	413	100

Graf č. 92: Nízký plat jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech



Komentář

Tento důvod, jak již bylo řečeno výše se vyskytuje v podnicích poměrně často. Pouze 21 % respondentů uvedlo, že se tento důvod nevyskytuje v jejich podniku vůbec.

Pokud srovnáváme odvětví, při tomto důvodu neexistují vůbec žádné rozdíly mezi stavebnictvím a zpracovatelským průmyslem.

Pokud jde o velikost podniku, zde existuje určitá tendence že čím je podnik větší, tím se tento důvod fluktuace objevuje častěji (průměrná hodnota podniků od 50 do 99 zaměstnanců je 1,96, podniků se 100 až 249 2,05 a podniků s 250 a více zaměstnanci 2,15).

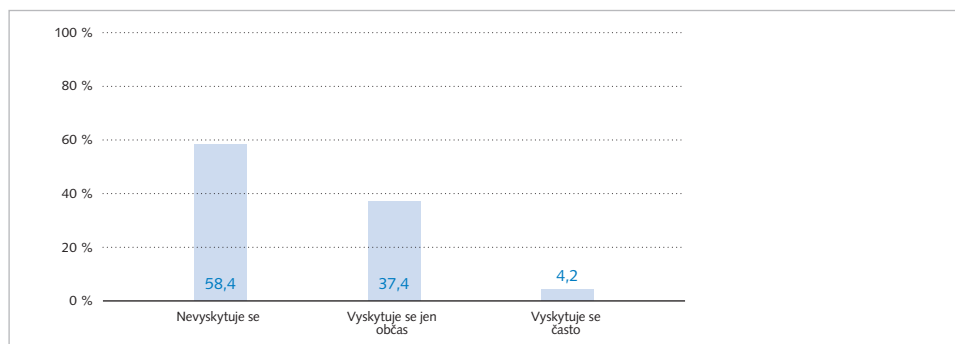
Stejná souvislost existuje i při členění dle právní formy, jak podle srovnání průměrů, tak četností. U akciových společností se tento důvod objevuje častěji (průměrná hodnota společnosti s ručením omezeným je 1,99 a u akciové společnosti je to 2,13).

8.3.5. Charakteristika odpovědí na otázku – nezajímavá práce [pol. x103]

Tabulka č. 102: Nezajímavá práce jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	236	58,4
Vyskytuje se jen občas	151	37,4
Vyskytuje se často	17	4,2
Celkem	404	100

Graf č. 93: Nezajímavá práce jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech



Komentář

Téměř 60% respondentů uvedlo, že se nezajímavá práce jako důvod fluktuace v jejich podniku nevyskytuje a pouze 4% respondentů uvedla, že se vyskytuje často.

Při členění odpovědí podniků dle OKEČ nacházíme určité rozdíly. Ve zpracovatelském průmyslu se tento důvod fluktuace vyskytuje častěji než ve stavebních podnicích (41% respondentů ze zpracovatelského průmyslu uvedlo, že se tento důvod vyskytuje občas a 5% zvolilo odpověď často, u stavebních podniků to bylo pouze 21% a 3% a když porovnáme průměry, zpracovatelský průmysl má průměr 1,5 a stavebnictví 1,27).

I při tomto důvodu fluktuace platí, že se vyskytuje častěji v podnicích s 250 a více zaměstnanci, než v podnicích s méně než 250 zaměstnanci. Průměr podniků s 250 a více zaměstnanci je 1,58, v podnicích se 100–249 zaměstnanci 1,48 a v podnicích s 50 až 99 zaměstnanci 1,31).

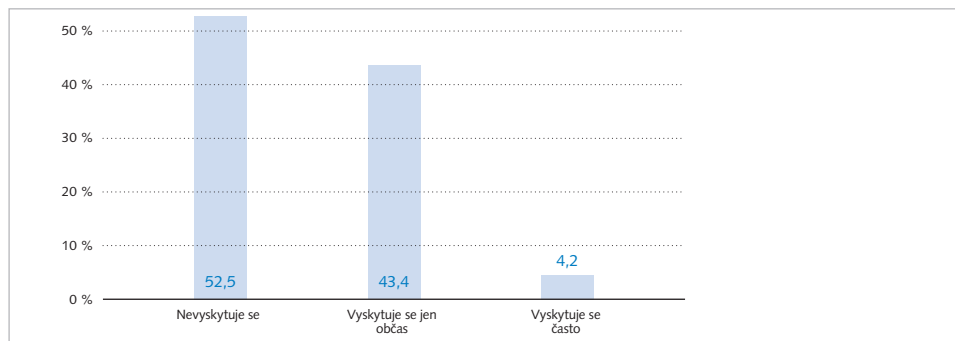
Tento důvod se vyskytuje častěji v akciových společnostech (průměr 1,52) než ve společnostech s ručením omezeným (1,41).

8.3.6. Charakteristika odpovědí na otázku – nedostatečné možnosti kariérního růstu [pol. x104]

Tabulka č. 103: **Nedostatečné možnosti kariérního růstu jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	214	52,5
Vyskytuje se jen občas	177	43,4
Vyskytuje se často	17	4,2
Celkem	408	100

Graf č. 94: **Nedostatečné možnosti kariérního růstu jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech**



Komentář

Ani tento důvod fluktuace zaměstnanců se nevyskytuje příliš často (možnost, že se tento důvod vyskytuje často uvedla pouze 4% respondentů, přičemž možnost, že se nevyskytuje vůbec uvedlo 53% respondentů).

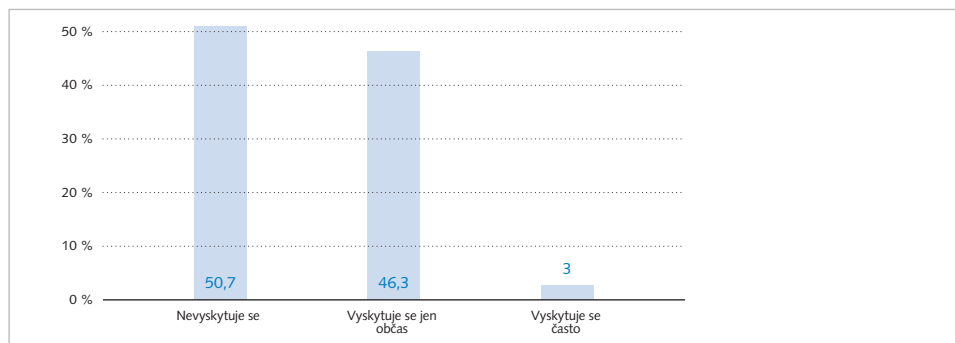
Rozdíly mezi podniky, členěnými podle OKEČ, velikosti a právní formy, jsou minimální. Přesto častěji k fluktuaci z důvodu nedostatečného kariérního růstu dochází ve stavebnictví (hodnota průměru 1,56 oproti 1,51 ve zpracovatelském průmyslu), ve velkých podnicích s 250 a více zaměstnanci (hodnota průměru 1,60 oproti 1,54 v podnicích od 100 do 249 zaměstnanců a 1,41 v podnicích od 50 do 99 zaměstnanců) a v akciových společnostech (hodnota průměru 1,54 oproti 1,50 ve společnostech s ručením omezeným).

8.3.7. Charakteristika odpovědí na otázku – špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným [pol. x105]

Tabulka č. 104: Špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	205	50,7
Vyskytuje se jen občas	187	46,3
Vyskytuje se často	12	3
Celkem	404	100

Graf č. 95: Špatné vztahy se spolupracovníky, resp. s nadřízeným jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech



Komentář

Špatné vztahy, jako důvod odchodů zaměstnanců z podniku, se podle odpovědí respondentů vyskytují často pouze ve 3 % zkoumaných podniků a nevyskytují se vůbec u nadpoloviční většiny zkoumaných podniků.

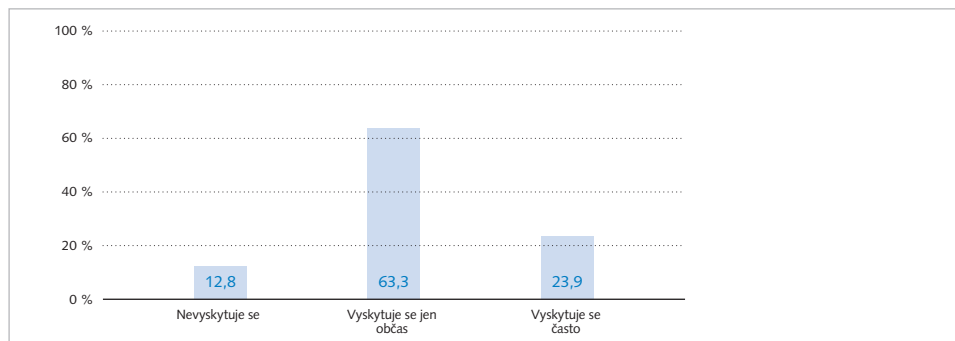
Zde jsou rozdíly mezi podniky podle jednotlivých členění ještě menší než v předešlém případě ale platí stejné tendence, že k fluktuaci z důvodu špatných vztahů na pracovišti dochází častěji ve stavebnictví (hodnota průměru 1,53 oproti 1,52 ve zpracovatelském průmyslu), ve velkých podnicích s 250 a více zaměstnanci a v podnicích od 100 do 249 zaměstnanců (hodnota průměru 1,58 oproti 1,39 v podnicích od 50 do 99 zaměstnanců) a v akciových společnostech (hodnota průměru 1,55 oproti 1,50 ve společnostech s ručením omezeným).

8.3.8. Charakteristika odpovědí na otázku – osobní důvody (rodinné, zdravotní apod.) [pol. x106]

Tabulka č. 105: **Osobní důvody (rodinné, zdravotní apod.) jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	53	12,8
Vyskytuje se jen občas	262	63,3
Vyskytuje se často	99	23,9
Celkem	414	100

Graf č. 96: **Osobní důvody (rodinné, zdravotní apod.) jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech**



Komentář

Osobní důvody (například rodinné nebo zdravotní důvody) se jako důvody odchodů zaměstnanců z podniků vyskytují poměrně často (pouze 13 % respondentů uvedlo, že se tento důvod nevyskytuje vůbec).

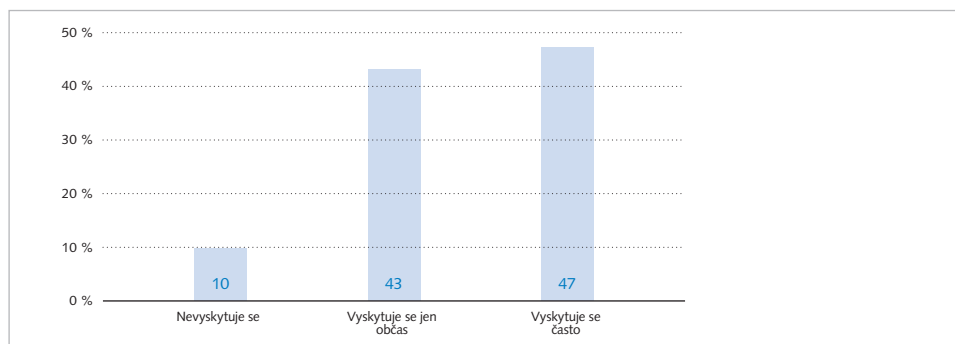
Dle členění podniků dle OKEČ nejsou mezi podniky rozdíly. Dle členění podniků podle velikosti se projevila mírná tendence, že u větších podniků se vyskytuje tento důvod odchodu častěji než v menších podnicích a také je tento důvod častější, i když ne výrazně, u akciových společností než u společností s ručením omezeným.

8.3.9. Charakteristika odpovědí na otázku – jiné důvody [pol. x107]

Tabulka č. 106: Jiné důvody jako důvod fluktuace. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nevyskytuje se	10	10
Vyskytuje se jen občas	43	43
Vyskytuje se často	47	47
Celkem	100	100

Graf č. 97: Jiné důvody jako důvod fluktuace. Odpovědi v procentech



Komentář

Na tuto otázku odpovědělo pouze 23 % respondentů. To, že hodnotu 1 – nevyskytuje se uvedlo pouze 10 % respondentů souvisí s tím, co již bylo zmíněno, že ti, co uváděli „jiné důvody“, tyto důvody v podniku i zaznamenávají.

Respondenti nejčastěji uváděli „jiné důvody“ jako: „nutnost dojíždění“, „odchod do důchodů“, „fyzicky náročná práce“, „neochota pracovat“, „stěhování“ nebo „touha zkusit něco jiného“.⁹

8.4. Sledování důvodů fluktuace zaměstnanců

8.4.1. Charakteristika otázky

B3.4. Sledují se a vyhodnocují se systematicky důvody odchodů zaměstnanců z podniku?

Tato otázka byla do dotazníku zahrnuta, protože systematické zjišťování a vyhodnocování důvodů dobrovolných odchodů zaměstnanců z podniku, může sloužit jako dobrý nástroj k jejich ovlivňování a tím k předcházení fluktuace.

Respondenti měli na tuto otázku zvolit odpověď 1 – ano nebo 2 – ne.

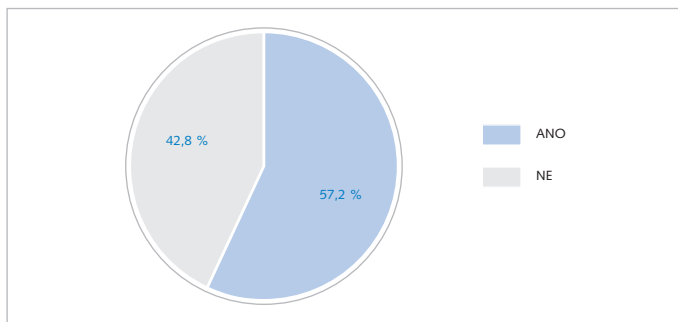
⁹ V této fázi výzkumu nemáme ještě k dispozici kompletní data k vyhodnocení této otázky a ke klasifikaci konkrétních „jiných důvodů“ fluktuace zaměstnanců.

8.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x108]

Tabulka č. 107: Sledování důvodů odchodů zaměstnanců z podniku. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	239	57,2
Ne	179	42,8
Celkem	418	100

Graf č. 98: Sledování důvodů odchodů zaměstnanců z podniku. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení této otázky je poměrně vysoká (97%). Z tabulky je vidět, že většina podniků odpověděla ano (57%) i když rozdíl s odpovědí ne není velký (43% respondentů). Tomu odpovídá i hodnota průměru 1,42.

Rozdíly mezi podniky ve sledování důvodů fluktuace jsou podle členění dle odvětví minimální, přesto přeci o trochu více je sledují a vyhodnocují podniky zpracovatelského průmyslu než stavební podniky.

Rozdíly mezi podniky, plynoucí z členění dle velikosti podniků, poukazují na to, že čím je podnik větší, tím více sleduje a vyhodnocuje důvody odchodů zaměstnanců z podniku (průměrná hodnota podniků se zaměstnanci od 50 do 99 je 1,6, podniků se 100 až 249 zaměstnanci 1,36 a nakonec u podniků s 250 a více zaměstnanci je průměrná hodnota této proměnné 1,34).

Mezi akciovými společnostmi a společnostmi s ručením omezeným nejsou ve sledování důvodů fluktuace rozdíly.

8.5. Podíl pohyblivé složky mzdy

8.5.1. Charakteristika otázky

B3.5. Uveďte poměr mezi pohyblivou složkou a základní složkou mzdy dle níže specifikovaných skupin zaměstnanců Vašeho podniku.

Tato otázka byla do dotazníku zařazena, protože předpokládáme, že čím více mají zaměstnanci možnost ovlivnit výši své mzdy (čím je pohyblivá složka mzdy vyšší), tím více jsou motivovaní k vyššímu pracovnímu výkonu. To by se pak mělo projevit i na výstupech podniku a také na jeho konkurenceschopnosti.

Poměr mezi pohyblivou a základní složkou se zjišťoval u těchto skupin zaměstnanců: vrcholový management (x109b), nižší management (x110b), techničtí pracovníci (x111b), pracovníci nákupu a prodeje (x112b), administrativní pracovníci (x113b) dělníci (x114b). Zároveň se v této otázce zjišťoval i minulý a budoucí trend.

Respondenti měli uvést poměr pohyblivé složky k základní složce mzdy. Mohli zvolit způsob odpovídání, který jim vyhovoval. Tím se v dotazníku objevily dva typy odpovědí. První skupinu (početnější) tvořily odpovědi, kde pohyblivá složka mzdy byla určena jako procento z celkové mzdy a druhá uvedená částka tvořila podíl základní složky na celkové mzdě. Součet těchto dvou hodnot byl 100. Druhou skupinu tvořila skupina uvádějící podíl pohyblivé složky mzdy jako procento ze základní složky mzdy. Druhá hodnota měla v tomto případě být 100. Tato otázka nebyla položena jednoznačně a při jejím vyhodnocování se pro účely tohoto příspěvku vycházelo z početnější skupiny stejných odpovědí a to z odpovědí respondentů, kteří pohyblivou složku mzdy vyjadřovali jako procento z celkové mzdy. Odpovědi druhé skupiny respondentů byly upraveny tak, aby obě složky odpovědi (čili pohyblivá a základní složky mzdy) dávaly dohromady součet 100.

Abychom tedy mohli s daty získanými z této otázky pracovat a vyhodnocovat je, po přepočtení a upravení všech odpovědí jsme pracovali pouze s první složkou odpovědi, čili s pohyblivou složkou mzdy. Ta byla následně kategorizována do pěti skupin: 1–0–19% z celkové mzdy až 5–80–100% celkové mzdy.

8.5.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 108: Ukazatelé centrálních tendencí proměnných x109b až 114b – výběrový soubor celkem¹⁰

Podíl pohyblivé složky mzdy na celkové mzdě	x109 Vrcholový management	x110 Nižší management	x111 Techničtí pracovníci.	x112 Pracovníci nákupu a prodeje	x113 Administrativní pracovníci	x114 Dělníci
Průměr	33,93	30,13	27,19	29,52	23,36	25,97
Medián	33	30	25	30	20	22
Modus	50	30	30	30	20	20
Sm. odchylka	19,433	16,017	16,299	16,611	15,634	16,638
Rozptyl	377,635	256,551	265,661	275,914	244,429	276,835

Komentář

Jelikož při zmíněných úpravách musely být některé odpovědi ze zkoumaného souboru vyloučeny, u proměnných v této otázce je míra zodpovězení otázek mírně nižší než u ostatních otázek, přesto však zůstává poměrně vysoká (91–94 %).

Podle průměrných hodnot jednotlivých proměnných (jedná se o upravené proměnné vyjadřující procento pohyblivé složky z celkové mzdy, ještě nekategorizované) vidíme, že nejvyšší pohyblivou složku v průměru (34 % z celkové mzdy) dostává vrcholový management, následuje nižší management (30 % celkové mzdy) a pracovníci nákupu a prodeje (29,5 %). Nejnižší průměrný podíl pohyblivé složky mzdy je u administrativních pracovníků (23 % celkové mzdy), dělníků (26 % celkové mzdy) a technických pracovníků (27 %). V tabulce také můžeme vidět, že největší rozptyl je u vrcholového managementu a naopak nejmenší rozptyl v podílu pohyblivé složky mzdy je u administrativních pracovníků.

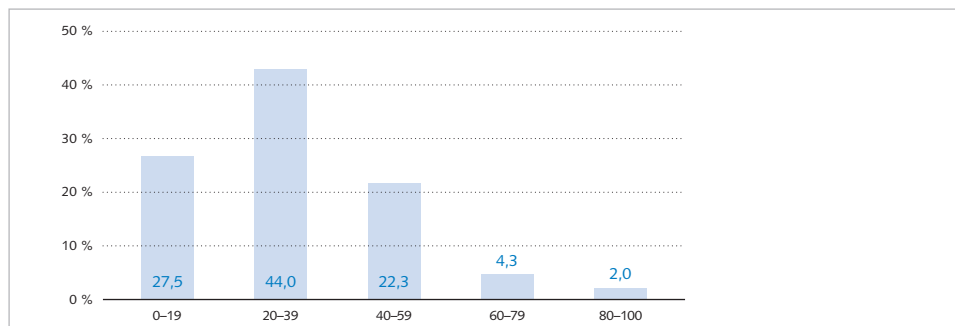
8.5.3. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro vrcholový management [pol. x109b]

Tabulka č. 109: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro vrcholový management. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	110	27,5
20–39	176	44,0
40–59	89	22,3
60–79	17	4,3
80–100	8	2,0
Celkem	400	100,0

¹⁰ Pro výpočet průměrů jsem použila původní proměnnou.

Graf č. 99: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro vrcholový management.
Odpovědi v procentech



Komentář

Nejvíce respondentů uvedlo, že pohyblivá složka vrcholového managementu tvoří 20–39 % jejich celkové mzdy. V minulosti byla výše pohyblivé složky pro vrcholový management ve většině případů (69%) stejná nebo rostla (22%). Do budoucna se nejvíce (67%) předpokládá stejná úroveň pohyblivé složky, nebo její růst (31,5%). Její pokles předpokládá pouze 1,5% respondentů.

Stavební společnosti uvádějí vyšší podíl pohyblivé složky u vrcholového managementu než podniky zpracovatelského průmyslu (hodnota průměru u stavebních podniků je 35,2 u zpracovatelských podniků 33,7 a u stavebních podniků až 13% respondentů uvedlo, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě je vyšší než 60%, přičemž u podniků zpracovatelského průmyslu tak uvedlo 5% respondentů z této skupiny podniků).

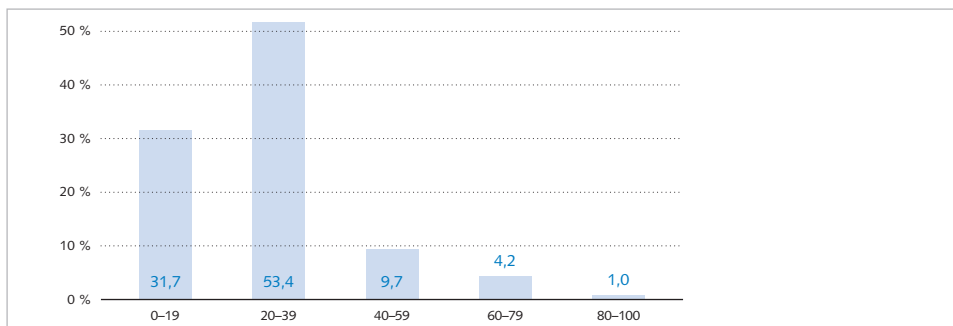
Podle členění podniků dle velikosti nebo právní formy nepozorujeme mezi podniky žádné podstatné rozdíly.

8.5.4. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro nižší management [pol. x110b]

Tabulka č. 110: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro nižší management.
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	127	31,7
20–39	214	53,4
40–59	39	9,7
60–79	17	4,2
80–100	4	1,0
Celkem	401	100,0

Graf č. 100: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro nižší management. Odpovědi v procentech



Komentář

Nejvíce respondentů uvedlo, že pohyblivá složka nižšího managementu tvoří nejčastěji 20–39 % jejich celkové mzdy. Při pohledu na minulý a budoucí trend u nižšího managementu můžeme konstatovat, že je tomu téměř úplně stejně jako v případě vrcholového managementu.

Stavební společnosti uvádějí vyšší podíl pohyblivé složky u nižšího managementu než podniky zpracovatelského průmyslu (hodnota průměru u stavebních podniků je 34,4, u zpracovatelských podniků je 29,1 a navíc u stavebních podniků 22 % respondentů uvedlo, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě je vyšší než 40 %, u podniků zpracovatelského průmyslu tak uvedlo pouze 13 % respondentů z této skupiny podniků).

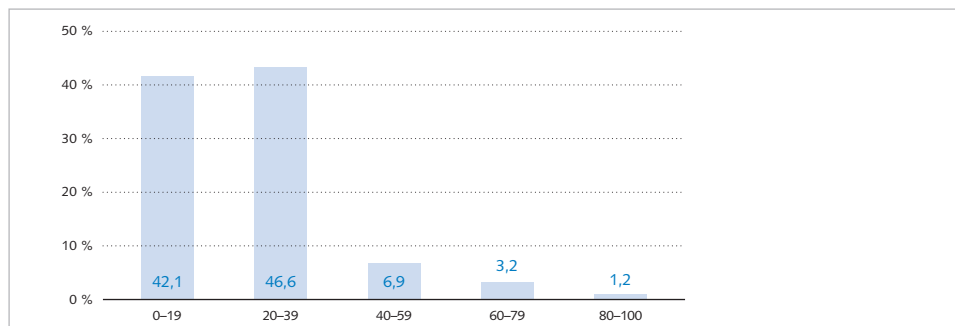
Podle členění podniků dle velikosti a dle právní formy také nepozorujeme mezi podniky žádné podstatné rozdíly.

8.5.5. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro technické pracovníky [pol. x111b]

Tabulka č. 111: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro technické pracovníky. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	171	42,1
20–39	189	46,6
40–59	28	6,9
60–79	13	3,2
80–100	5	1,2
Celkem	406	100,0

Graf č. 101: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro technické pracovníky.
Odpovědi v procentech



Komentář

I u zaměstnanecké skupiny techničtí pracovníci nejvíce respondentů uvedlo, že pohyblivá složka tvoří nejčastěji 20–39 % jejich celkové mzdy. Podle většiny respondentů (71 %) je podíl pohyblivé složky technických pracovníků stejný jako v minulosti, 22 % respondentů uvedlo její nárůst a 7 % pokles. Do budoucna očekává stejný podíl 72 % respondentů, 27 % její nárůst a pouze 1 % její pokles.

Při členění dle OKEČ, stavební společnosti uvádějí vyšší podíl pohyblivé složky technických pracovníků než podniky zpracovatelského průmyslu (hodnota průměru u stavebních podniků je 30,8 u zpracovatelských podniků 26,3, navíc u stavebních podniků 17 % respondentů uvedlo, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě u technických pracovníků je vyšší než 40 %, u podniků zpracovatelského průmyslu tak uvedlo jen 10 % respondentů z této skupiny podniků).

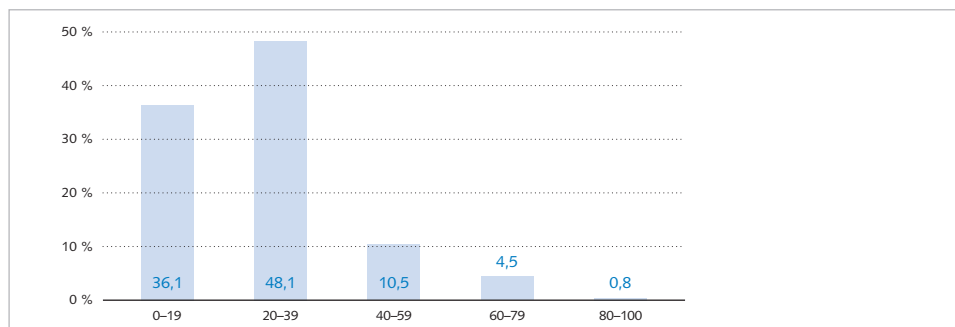
Při členění podniků dle velikosti jsme nepozorovali mezi podniky žádné podstatné rozdíly. Při členění dle právní formy můžeme konstatovat, že v námi zkoumaném vzorku podniků v podnicích s ručením omezeným je podíl pohyblivé složky z celkové mzdy u technických pracovníků vyšší než v akciových společnostech (hodnota průměru u společností s ručením omezeným je 28,2 u akciových společností je to 25,9, navíc u společností s ručením omezeným 14 % respondentů uvedlo, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě u technických pracovníků je vyšší nebo rovna 40 %, u akciových společností tak uvedlo 8 % respondentů z této skupiny podniků).

8.5.6. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro pracovníky nákupu a prodeje [pol. x112b]

Tabulka č. 112: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro pracovníky nákupu a prodeje. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	144	36,1
20–39	192	48,1
40–59	42	10,5
60–79	18	4,5
80–100	3	0,8
Celkem	399	100,0

Graf č. 102: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro pracovníky nákupu a prodeje. Odpovědi v procentech



Komentář

Jako v předešlých případech i u pracovníků nákupu a prodeje nejvíce respondentů uvedlo, že jejich pohyblivá složka tvoří nejčastěji 20–39 % jejich celkové mzdy. Co se týče minulého a budoucího trendu, u pracovníků nákupu a prodeje je tomu téměř stejně jako u vrcholového a nižšího managementu.

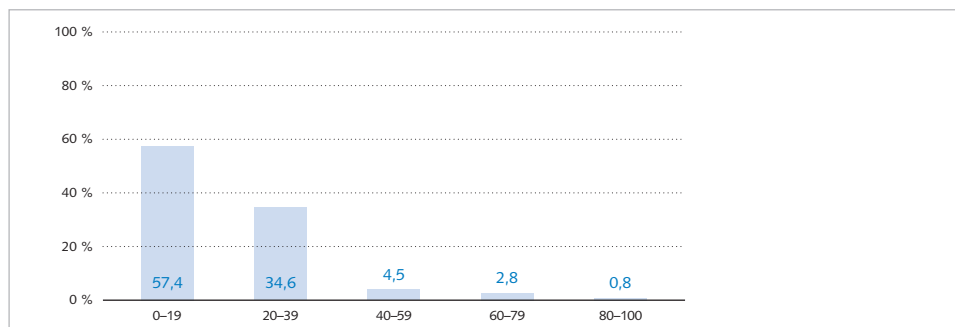
Podle členění podniků dle OKEČ nebyly pozorovány mezi podniky z jednotlivých odvětví (dle hrubého členění) žádné podstatné rozdíly. Stejně platí i pro členění dle velikosti podniků a dle jejich právní formy.

8.5.7. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro administrativní pracovníky [pol. x113b]

Tabulka č. 113: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro administrativní pracovníky. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	229	57,4
20–39	138	34,6
40–59	18	4,5
60–79	11	2,8
80–100	3	0,8
Celkem	399	100,0

Graf č. 103: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro administrativní pracovníky. Odpovědi v procentech



Komentář

Na rozdíl od předešlých případů u administrativních pracovníků respondenti nejčastěji uváděli, že jejich pohyblivá složka tvoří do 20 % celkové mzdy. Oproti minulosti je podle 76 % respondentů podíl pohyblivé složky pro administrativní pracovníky stejný jako v minulosti, 17 % respondentů uvedlo jeho nárůst 7 % pokles. Do budoucna 73 % očekává stejnou situaci, 26 % nárůst pohyblivé složky a pouze 1 % její pokles.

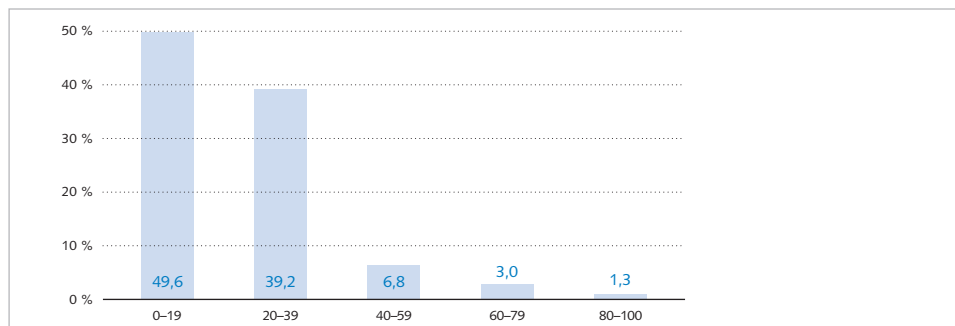
Odvětví nebo velikost podniku neměla v našem vzorku podniků na výši pohyblivé složky mzdy vliv. Co se týče právní formy, ukázalo se, že ve zkoumaných společnostech s ručením omezeným je podíl pohyblivé složky administrativních pracovníků větší než je tomu u akciových společností (hodnota průměru u společností s ručením omezeným je 24,6, u akciových společností je to 21,8, navíc u společností s ručením omezeným „pouze“ 53 % respondentů uvedlo, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě u administrativních pracovníků je nižší než 20 % a u akciových společností tak uvedlo 64 % respondentů).

8.5.8. Charakteristika odpovědí – podíl pohyblivé složky pro dělníky [pol. x114b]

Tabulka č. 114: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro dělníky. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–19	196	49,6
20–39	155	39,2
40–59	27	6,8
60–79	12	3,0
80–100	5	1,3
Celkem	395	100,0

Graf č. 104: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro dělníky. Odpovědi v procentech



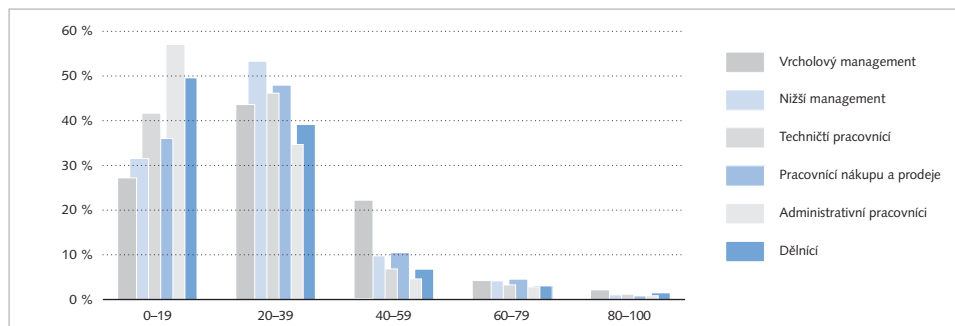
Komentář

I u dělníků většina respondentů uváděla, že jejich pohyblivá složka je nižší než 20 % celkové mzdy. Minulý trend u pohyblivé složky mzdy dělníků je podobný jako u ostatních zaměstnaneckých skupin, 72 % respondentů uvedlo stejný podíl na celkové mzdě jako v současnosti, 19 % její nárůst a 9 % její pokles. Do budoucna 66 % nepředpokládá žádnou změnu, ale až 31 % respondentů očekává nárůst pohyblivé složky mzdy pro dělníky. Její pokles předpokládají 3 %.

Výše pohyblivé složky u dělníků se značně liší podle odvětví, přičemž ve stavebních podnicích je výrazně vyšší (hodnota průměru u stavebních podniků je 31,4 u podniků zpracovatelského průmyslu je to 24,6; to, že pohyblivá složka je nižší než 20 % celkové mzdy uvedlo pouze 37 % stavebních podniků a 53 % podniků ze zpracovatelského průmyslu).

Stejně tak má na výši pohyblivé složky mzdy dělníků, v našem vzorku podniků, vliv i velikost podniku. U větších podniků (s 250 a více zaměstnanci) je menší než u ostatních podniků (hodnota průměru u podniků s 50 až 99 zaměstnanci je 27,9, u podniků se 100 až 249 zaměstnanci 27,3 a u podniků s 250 a více zaměstnanci 22,3; také až 17 % podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 99 uvedlo že pohyblivá složka dělníků je vyšší nebo rovna 40 %, podniků se 100 až 249 zaměstnanci tak uvedlo 10 % a pouze 7 % podniků s 250 a více zaměstnanci). Vliv právní formy na výši pohyblivé složky mzdy dělníků jsme nepozorovali.

Graf č. 105: Podíl pohyblivé složky mzdy z celkové mzdy pro všechny skupiny zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Uvedený graf zachycuje procentuálně vyjádřené četnosti u všech zaměstnaneckých skupin. Z grafu je jasné vidět, že podíl pohyblivé složky na celkové mzdě administrativních pracovníků je výrazně nejvyšší ze všech zaměstnaneckých skupin. Další skupinou s nízkým podílem pohyblivé složky mzdy je skupina dělníků. Naopak u vrcholového managementu je podíl pohyblivé složky výrazně největší.

8.6. Vliv výše pohyblivé složky na motivaci zaměstnanců

8.6.1. Charakteristika otázky

B3.6. Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku má výše uvedená pohyblivá složka mzdy?

I když respondenty dotazníku byly většinou osoby z vyššího managementu a tudíž jsme nemohli zjistit úroveň motivace jednotlivých zaměstnanců, zajímalo nás, jak vliv v podniku nastavené výše pohyblivé složky mzdy na motivaci zaměstnanců tyto vedoucí pracovníci vnímají.¹¹

Respondenti měli u této otázky vybírat odpověď na pětibodové škále 1 – zanedbatelný až 5 – velmi vysoký a také měli uvést, jak se situace změnila oproti minulosti a jak očekávají, že se bude vliv výše pohyblivé složky na motivaci zaměstnanců vyvíjet v budoucnu.

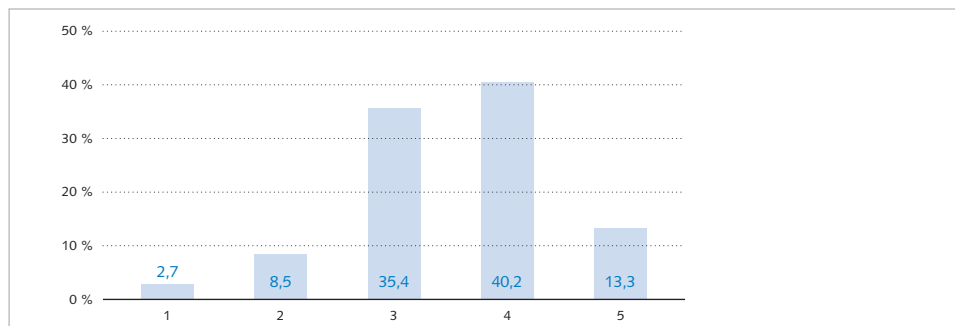
¹¹ Navíc, ve spoustě (zejména větších) podnicích se poměrně často uskutečňují průzkumy spokojenosti nebo průzkumy zaměřené na zjišťování motivace zaměstnanců a výsledky těchto průzkumů by se měly také v odpovědích respondentů (z podnicích, kde se realizují tyto průzkumy) odpovídajících na náš dotazník odrazit.

8.6.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x115b]

Tabulka č. 115: **Vliv pohyblivé složky mzdy na motivaci zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Zanedbatelný	11	2,7
2	35	8,5
3	146	35,4
4	166	40,2
5 Velmi vysoký	55	13,3
Celkem	413	100,0

Graf č. 106: **Vliv pohyblivé složky mzdy na motivaci zaměstnanců. Odpovědi v procentech**



Komentář

Míra zodpovězení této otázky byla téměř 96%. Z uvedené tabulky vidíme, že většina respondentů se spíše přiklání k tomu, že výše jejich pohyblivé složky má velký vliv na motivaci jejich zaměstnanců (nejčastěji byla uváděna hodnota 4, průměrná hodnota 3,53 a rozptyl je poměrně nízký 0,85).

Jak bylo již zmíněno výše, většina respondentů (40%) uvedla, v posuzování vlivu pohyblivé složky na motivaci zaměstnanců, hodnotu 4, co značí vysoký vliv. Celkově se dá říct, že 11% respondentů považuje tento vliv za spíše zanedbatelný, 54% respondentů za spíše vysoký a 35% je v odpovědích neutrální. Oproti minulosti 65% respondentů nespaturuje žádné změny ve vlivu pohyblivé složky na motivaci zaměstnanců. 28% z nich uvedlo zvýšení tohoto vlivu na motivaci a 7% jeho pokles. Do budoucna polovina respondentů (přesněji 51%) předpokládá stejný vliv pohyblivé složky na motivaci a téměř polovina její nárůst. Pouze 1% respondentů uvedlo, že očekává její pokles tohoto vlivu. Rozdíly mezi odvětvími, mezi podniky členěné dle velikosti nebo dle právní formy jsme nepozorovali.

8.7. Typy poskytovaných zaměstnaneckých výhod

8.7.1. Charakteristika otázky

B3.7. Uveďte, které typy zaměstnaneckých výhod Váš podnik poskytuje.

V otázce B3.7 jsme chtěli zjistit, jaké zaměstnanecké výhody podnik standardně poskytuje a také jestli je poskytuje plošně všem nebo jen některým zaměstnancům. Zjišťovali jsme jak tomu je u těchto zaměstnaneckých výhod: akciové opce (x116), poskytnutí služebního automobilu k soukromým účelům (x117), poskytování služebního mobilního telefonu (x118), poskytnutí notebooku nebo připojení k internetu pro práci doma (x119), zajištění stravování (x120), poskytování příspěvku na dopravu či ubytování (x121), zajišťování možnosti rekreace, sportů, kultury (x122), poskytování půjček (x123), poskytování příspěvků na důchodové připojištění (x124), poskytování příspěvků na životní pojištění (x125), podpora vzdělávání zaměstnanců navrženého z jejich vlastní iniciativy (x126), kafetéria systém (x127), případně jiné (x128–x130).

Respondent měl u každé uvedené zaměstnanecké výhody uvést, zda ji neposkytuje nikomu (hodnota proměnné 1), nebo poskytuje všem zaměstnancům (hodnota proměnné 2) nebo jen některým (hodnota proměnné 3)¹². V případě, že ji poskytuje jen některým, měl respondent konkrétně uvést kterým zaměstnaneckým skupinám.¹³

8.7.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x116a_re–x127a_re]

Tabulka č. 116: Ukazatelé centrálních tendencí proměnné x116a_re až x130a_re – výběrový soubor celkem

	x116a_re Poskytované ZV – Akciové opce	x117a_re Poskytované ZV – Služební automobil	x118a_re Poskytované ZV – Služební mobilní telefon	x119a_re Poskytované ZV – Notebook, internet	x120a_re Poskytované ZV – Zajištění stravování
Průměr	1,05	1,84	2,03	1,83	2,88
Medián	1	2	2	2	3
Modus	1	2	2	2	3
Sm. odchylka	0,242	0,391	0,253	0,398	0,434
Rozptyl	0,059	0,153	0,064	0,159	0,188

¹² Pro účely provedené analýzy byla vytvořena nová proměnná s hodnotami: 1 – nikomu, 2 – některým a 3 – všem z důvodu přehlednosti při vyhodnocování.

¹³ Prozatím získaná data nejsou zatím dostatečně zpracována pro analýzu a vyhodnocení.

	x121a_re Poskytované ZV – Příspěvky na dopravu, ubytování	x122a_re Poskytované ZV – Zajištění rekreace, sportu, kultury	x123a_re Poskytované ZV – Poskytování půjček	x124a_re Poskytované ZV – Příspěvky na důchodové připojištění	x125a_re Poskytované ZV – Příspěvky na životní pojištění
Průměr	1,48	1,88	1,65	2,14	1,72
Medián	1	2	1	2	2
Modus	1	1	1	3	1
Sm. odchylka	0,696	0,930	0,810	0,859	0,779
Rozptyl	0,484	0,864	0,656	0,738	0,607

	x126a_re Poskytované ZV – Podpora vzdělávání	x127a_re Poskytované ZV – Kafetéria systém	x128a_re Poskytované ZV – Jiné	x129a_re Poskytované ZV – Jiné	x130a_re Poskytované ZV – Jiné
Průměr	2,28	1,52	2,79	2,78	2,80
Medián	2	1	3	3	3
Modus	2	1	3	3	3
Sm. odchylka	0,652	0,845	0,406	0,419	0,414
Rozptyl	0,425	0,714	0,164	0,176	0,171

Komentář

Míra zodpovězení otázek byla u jednotlivých zaměstnaneckých výhod velmi vysoká (98–100%). Výjimkou byly pouze akciové opce, kde odpovědělo 92% respondentů, kafetéria systém 94% respondentů a samozřejmě proměnné x128 až x130 „jiné“ zaměstnanecké výhody (jednu další zaměstnaneckou výhodu uvedlo 27%, dvě 9% respondentů a tři další než uvedené zaměstnanecké výhody uvedla 3% respondentů).

Pokud k vyhodnocování poskytovaných zaměstnaneckých výhod použijeme aritmetický průměr¹⁴, vidíme, že zaměstnaneckou výhodou, která je poskytována zaměstnancům nejvíce, je zajištění stravování s průměrnou hodnotou 2,88. Následuje podpora vzdělávání zaměstnanců z jejich vlastní iniciativy (takové vzdělávání, které přesahuje zákonem stanovené vzdělávání nutné k výkonu určité pracovní pozice nebo vzdělávání nevyhnutně potřebné k výkonu dané práce) s průměrnou hodnotou 2,28. Průměr vyšší než hodnota 2 má také zaměstnanecká výhoda příspěvky na důchodové pojištění (2,14) a poskytování služebního mobilního telefonu (2,03). Nejnižší průměrnou hodnotu ze všech uvedených zaměstnaneckých výhod má poskytování akciových opcí (1,05). Tento benefit je poskytován opravdu velice zřídka. Spíše nižší průměr mají i příspěvky na dopravu a ubytování (1,48), kafetéria systém (1,52) a poskytování půjček (1,65).

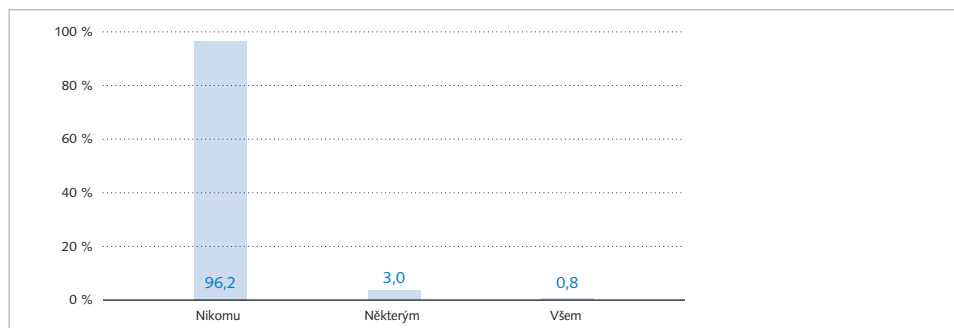
¹⁴ Přičemž neuvažujeme proměnné x128 až x130 u kterých se hodnota 1-nikomu nevyskytuje, tudíž jejich průměr je zákonitě vyšší než u ostatních proměnných.

8.7.3. Charakteristika odpovědí – akciové opce [pol. x116a]

Tabulka č. 117: Poskytované zaměstnanecké výhody – akciové opce. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	382	96,2
Některým	12	3,0
Všem	3	0,8
Celkem	397	100,0

Graf č. 107: Poskytované zaměstnanecké výhody – akciové opce. Odpovědi v procentech



Komentář

Akciové opce všem svým zaměstnancům poskytuje necelé procento ze zkoumaných podniků a pouze 3 % je poskytují některým zaměstnancům. Většina podniků (96 %) je neposkytuje nikomu.

Při členění podniků dle OKEČ jsme zjistili, že tuto výhodu poskytují více stavební podniky. Všechny podniky, které uvedly, že tuto zaměstnaneckou výhodu poskytují všem zaměstnancům, jsou podniky stavební. Ve zpracovatelském průmyslu akciové opce všem zaměstnancům neposkytuje žádný ze zkoumaných podniků. Některým zaměstnancům tyto benefity poskytuje 1,5 % podniků zpracovatelského průmyslu a 3,5 % stavebních podniků.

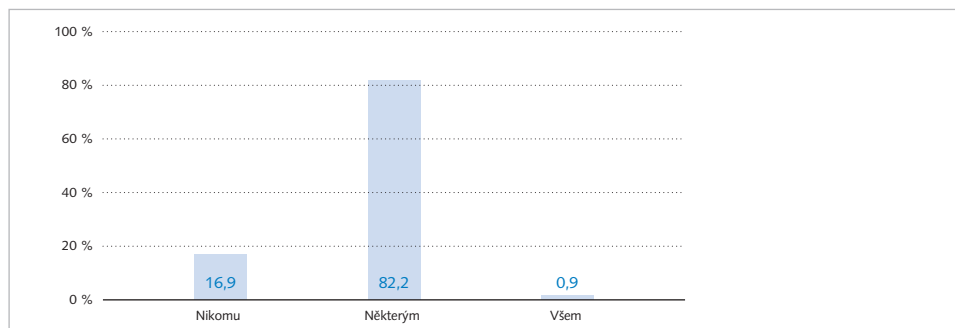
Velikost podniku na poskytování akciových opcí ve zkoumaném vzorku podniků vliv nemá a podobně je tomu i u právní formy, i když nepatrně více je tato zaměstnanecká výhoda poskytována ve společnostech s ručením omezeným.

8.7.4. Charakteristika odpovědí – služební automobil k soukromým účelům [pol. x117a]

Tabulka č. 118: Poskytované zaměstnanecké výhody – služební automobil k soukromým účelům.
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	73	16,9
Některým	355	82,2
Všem	4	0,9
Celkem	432	100,0

Graf č. 108: Poskytované zaměstnanecké výhody – služební automobil k soukromým účelům.
Odpovědi v procentech



Komentář

Všem zaměstnancům je služební automobil jako zaměstnanecká výhoda poskytován pouze v celém 1 % podniků ze zkoumaného vzorku. Nejvíce respondentů uvedlo, že tuto výhodu poskytují jen některým zaměstnancům.

Stejně jako v předešlém případě i tato zaměstnanecká výhoda je častěji nabízena stavebními podniky. Všem zaměstnancům ji poskytuje 2,5 % stavebních podniků, ale jen půl procenta podniků zpracovatelského průmyslu. Možnost „některým zaměstnancům“ uvedlo 90,5 % stavebních podniků a 80 % podniků zpracovatelského průmyslu.

Podle srovnání průměrů skupin podniků členěných dle velikosti by se dalo usuzovat, že čím je podnik větší, tím více poskytuje tuto zaměstnaneckou výhodu. Podle pohledu na rozložení četností tomu tak úplně není. Některým zaměstnancům sice poskytuje služební automobil až 91 % podniků s 250 a více zaměstnanci, 81 % podniků se 100 až 249 zaměstnanci a 75 % podniků s 50 až 99 zaměstnanci, ale ve skupině podniků, které poskytují tuto zaměstnaneckou výhodu všem zaměstnancům není ani jeden podnik ze skupiny s 250 a více zaměstnanci (podniků se 100 až 249 zaměstnanci je 0,5 % a podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 99 2,5 %). Každopádně 22,5 % podniků s 50 až 99 zaměstnanci tento benefit neposkytuje nikomu, přičemž podniků s 250 a více zaměstnanci ji neposkytuje „pouze“ 9 %.

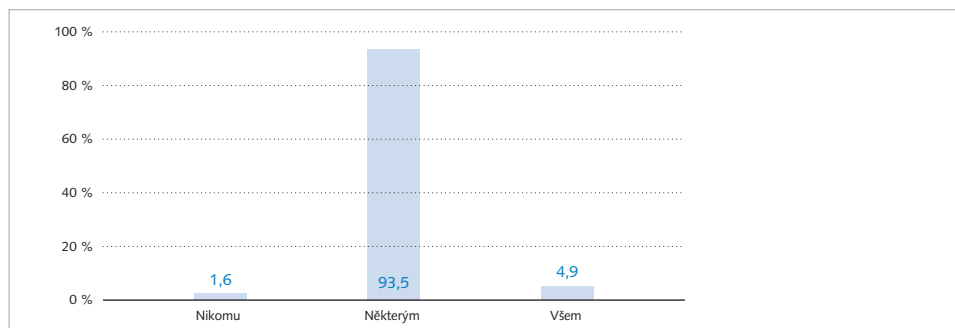
Právní forma v našem vzorku podniků na poskytování služebního automobilu nemá podstatný vliv. Zajímavé je, že z daných podniků neuvedla ani jedna akciová společnost, že by tuto zaměstnaneckou výhodu poskytovala všem zaměstnancům.

8.7.5. Charakteristika odpovědí – služební mobilní telefon [pol. x118a]

Tabulka č. 119: Poskytované zaměstnanecké výhody – služební mobilní telefon. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	7	1,6
Některým	403	93,5
Všem	21	4,9
Celkem	431	100,0

Graf č. 109: Poskytované zaměstnanecké výhody – služební mobilní telefon. Odpovědi v procentech



Komentář

Poskytování služebnímu mobilnímu telefonu je poměrně rozšířenou zaměstnaneckou výhodou. Pouze 1,5% podniků uvedlo, že ji neposkytuje nikomu ze zaměstnanců.

Služební mobilní telefon je více zaměstnancům poskytován ve stavebních (12% z nich ho poskytuje všem zaměstnancům) než zpracovatelských podnicích (všem zaměstnancům ho poskytuje pouze 3%).

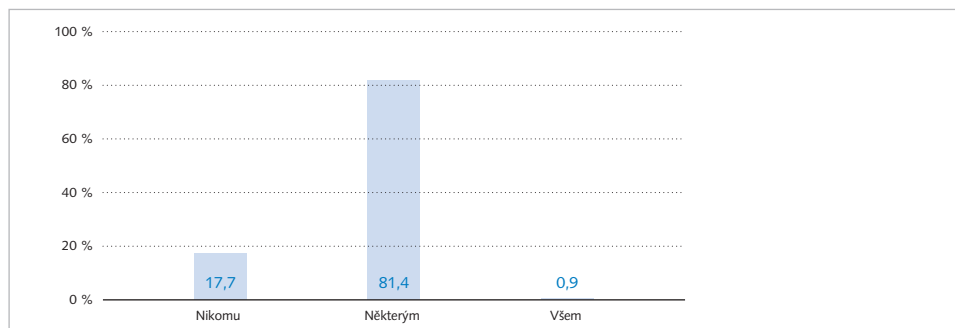
Vliv velikosti ani právní formy podniku na poskytování služebnímu mobilnímu telefonu se v námi zkoumaném vzorku podniku neprojevil. Zajímavé je, že žádný z podniků s 250 a více zaměstnanci nevedl, že by tuto výhodu neposkytoval nikomu. Všem zaměstnancům mobilní telefon poskytuje 7% podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 99, 4,5% s počtem zaměstnanců od 100 do 249 a 3% podniků s 250 a více zaměstnanci.

8.7.6. Charakteristika odpovědí – poskytnutí notebooku, připojení k internetu pro práci doma [pol. x119a]

Tabulka č. 120: Poskytované zaměstnanecké výhody – poskytnutí notebooku, připojení k internetu pro práci doma. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	76	17,7
Některým	349	81,4
Všem	4	0,9
Celkem	429	100,0

Graf č. 110: Poskytované zaměstnanecké výhody – poskytnutí notebooku, připojení k internetu pro práci doma. Odpovědi v procentech



Komentář

Tato zaměstnanecká výhoda je všem zaměstnancům poskytovaná pouze v necelém 1 % zkoumaných podniků. 17,5 % respondentů tuto výhodu neposkytuje nikomu.

Při členění podniků dle OKEČ jsme zjistili, že všem zaměstnancům notebook nebo internetové připojení pro práci doma poskytuje 3,5 % stavebních společností a pouze 0,5 % podniků zpracovatelského průmyslu. Naopak nikomu ji neposkytuje 18,5 % zpracovatelských a 14,5 % firem stavebních.

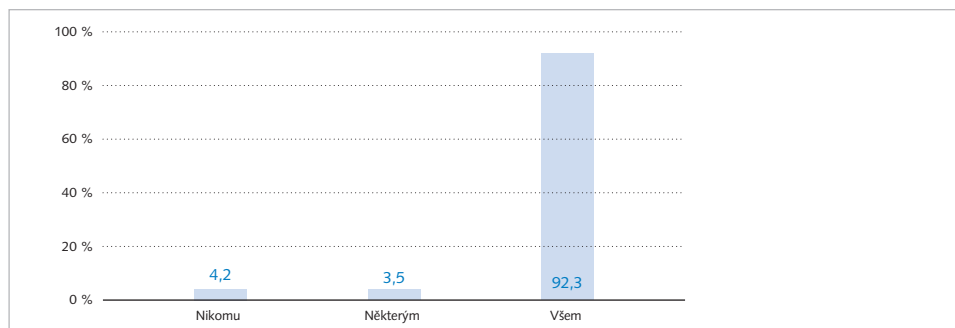
Při členění podniků dle velikosti jsme nepozorovali rozdíly. Zajímavým zjištěním bylo, že žádný z podniků s 250 a více zaměstnanci ze zkoumaného vzorku neposkytuje tento benefit všem zaměstnancům. U podniků s 50 až 99 zaměstnanci tak činí 2,5 %. Možnost „některým“ uvedlo 79 % podniků s 50 až 99 zaměstnanci, 79 % podniků se 100 až 249 zaměstnanci a 86,5 % podniků s 250 a více zaměstnanci. Rozdíly mezi podniky členěné dle právní formy se neprojevíly.

8.7.7. Charakteristika odpovědí – zajištění stravování [pol. x120a]

Tabulka č. 121: Poskytované zaměstnanecké výhody – zajištění stravování. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	18	4,2
Některým	15	3,5
Všem	398	92,3
Celkem	431	100,0

Graf č. 111: Poskytované zaměstnanecké výhody – zajištění stravování. Odpovědi v procentech



Komentář

Ze zkoumaného vzorku podniků zajišťuje stravování všem zaměstnancům 92,5%.

Při členění podniků dle OKEČ jsme zjistili, že podniky zpracovatelského průmyslu zajišťují stravování pro zaměstnance ve větší míře než podniky stavební. „Až“ 8,5% stavebních podniků tento benefit neposkytuje žádnému zaměstnanci (zpracovatelských podniků jsou to jen 3%). Všem zaměstnancům stravování zabezpečuje 95% zpracovatelských firem a „pouze“ 80,5% stavebních.

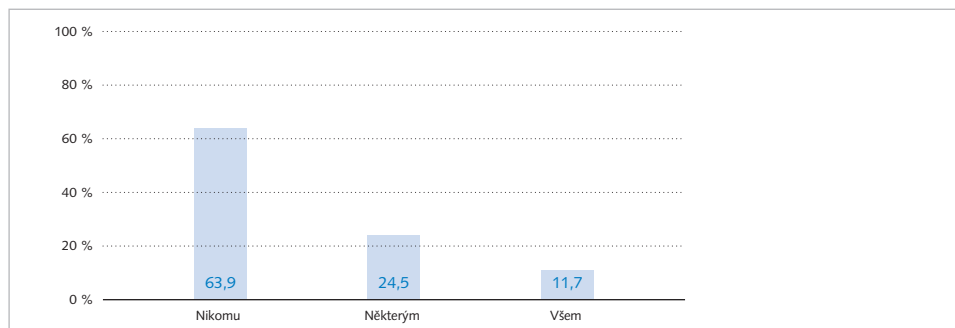
Pokud členíme námi zkoumaný vzorek podle velikosti zjistíme, že větší podniky stravování zabezpečují více zaměstnancům než podniky menší (všem zaměstnancům je stravování zabezpečeno v 97% podniků s 250 a více zaměstnanci, 92% podniků se 100 až 249 a 88,5% podniků s 50 až 99 zaměstnanci). Stravování je také více zabezpečováno v akciových společnostech (všem zaměstnancům ho poskytuje 94% z nich) než ve společnostech s ručením omezeným (všem zaměstnancům ho poskytuje 91% z nich).

8.7.8. Charakteristika odpovědí – příspěvky na dopravu, ubytování [pol. x121a]

Tabulka č. 122: Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na dopravu, ubytování.
Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	274	63,9
Některým	105	24,5
Všem	50	11,7
Celkem	429	100,0

Graf č. 112: Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na dopravu, ubytování.
Odpovědi v procentech



Komentář

Příspěvky na dopravu nebo na ubytování zaměstnancům poskytuje 36% respondentů, z toho 11,5% z nich je poskytuje všem zaměstnancům.

Při zjišťování poskytování příspěvků na dopravu nebo ubytování dle odvětví pozorujeme, že tyto benefity poskytují více stavební podniky. Poskytuje je 55,5% stavebních podniků, přičemž 18,5% je poskytuje všem zaměstnancům a 31,5% zpracovatelských podniků, z nichž „jen“ 10% je poskytuje všem zaměstnancům.

Pokud hodnotíme odpovědi na tuto otázku s ohledem na velikost podniků, je zde mírná tendence větších podniků poskytovat příspěvky na dopravu nebo ubytování více (poskytuje ji 26% podniků s 50 až 99 zaměstnanci, 38% podniků se 100 až 249 zaměstnanci a 44% podniků s 250 a více zaměstnanci).

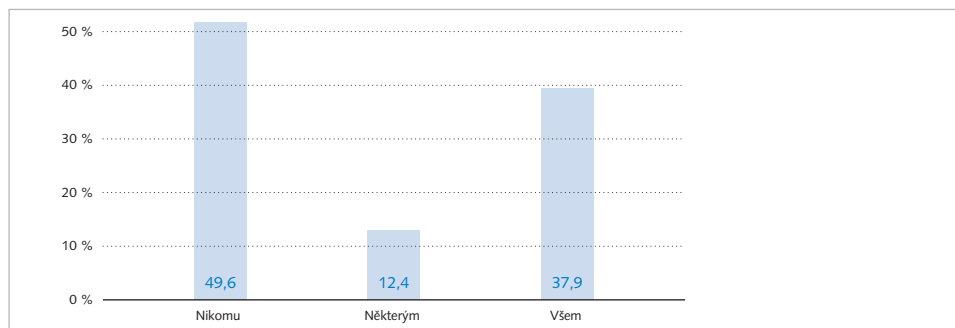
Vliv právní formy na poskytování příspěvků na dopravu nebo ubytování se v našem vzorku podniků neprojevil.

8.7.9. Charakteristika odpovědí – zajišťování možnosti rekreace, sportu, kultury [pol. x122a]

Tabulka č. 123: Poskytované zaměstnanecké výhody – zajištění možnosti rekreace, sportu, kultury. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	212	49,6
Některým	53	12,4
Všem	162	37,9
Celkem	427	100,0

Graf č. 113: Poskytované zaměstnanecké výhody – zajištění možnosti rekreace, sportu, kultury. Odpovědi v procentech



Komentář

Četnosti odpovědí na tuto otázku jsou rozloženy do „extrémů“. Téměř polovina respondentů uvedla že rekreace, možnosti sportu či kultury nezajišťuje pro žádné zaměstnance a téměř 40 % respondentů uvedlo, že tyto možnosti zajišťuje pro všechny zaměstnance.

Podniky členěné dle odvětví na podniky stavební a zpracovatelské se v odpovědích na tuto otázku navzájem neliší.

Při členění podniků dle velikosti rozdíl mezi skupinami podniků spatřujeme (průměrná hodnota je 1,7 pro podniky s 50 až 99 zaměstnanci, 1,8 pro podniky se 100 až 249 zaměstnanci a 2,16 pro podniky s 250 a více zaměstnanci). Z podniků s 50 až 99 zaměstnanci tyto možnosti zajišťuje 39,5 %, přičemž 30 % těchto podniků je poskytuje všem zaměstnancům, z podniků se 100 až 249 zaměstnanci je tomu tak u 48,5 %, přičemž 33,5 % je poskytuje všem a z podniků s 250 a více zaměstnanci je poskytuje 64 % z nich, přičemž 52 % je poskytuje všem zaměstnancům.

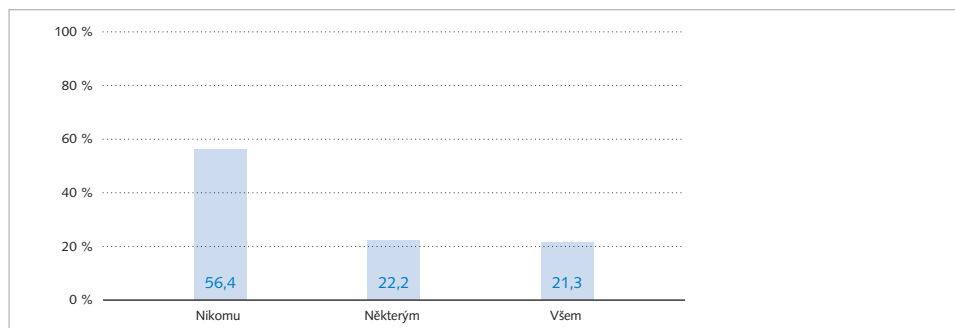
Pokud hodnotíme zabezpečování možností rekreace, sportu a kultury podle právní formy podniku, zjišťujeme, že v akciových společnostech je tato výhoda poskytována častěji (54 % z nich poskytuje tyto benefity, přičemž 41 % je poskytuje všem zaměstnancům) než ve společnostech s ručením omezeným (47,5 % z těchto společností tyto možnosti zajišťuje, přičemž 35,5 % všem zaměstnancům).

8.7.10. Charakteristika odpovědí – poskytování půjček [pol. x123a]

Tabulka č. 124: **Poskytované zaměstnanecké výhody – poskytování půjček. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	241	56,4
Některým	95	22,2
Všem	91	21,3
Celkem	427	100,0

Graf č. 114: **Poskytované zaměstnanecké výhody – poskytování půjček. Odpovědi v procentech**



Komentář

Co se týče poskytování půjček jako zaměstnanecké výhody, více než polovina (56,5 %) ze zkoumaných podniků tento benefit neposkytuje nikomu.

Když hodnotíme odpovědi na tuto otázku dle OKEČ zjistíme, že půjčky jsou ve větší míře zaměstnancům poskytovány ve stavebních podnicích – 58 % stavebních podniků poskytuje zaměstnancům půjčky a 22 % je poskytuje všem zaměstnancům (z podniků zpracovatelského průmyslu tuto zaměstnaneckou výhodu poskytuje 40 %, přičemž všem zaměstnancům 21 %).

Při hodnocení této otázky s ohledem na velikost podniku nepozorujeme mezi podniky žádné výraznější rozdíly (přesto je zde mírná tendence, že menší podniky zaměstnanecké půjčky poskytují více – poskytuje je 45,5 % podniků s 50 až 99 zaměstnanci, 43 % podniků se 100 až 249 zaměstnanci a 42 % podniků s 250 a více zaměstnanci).

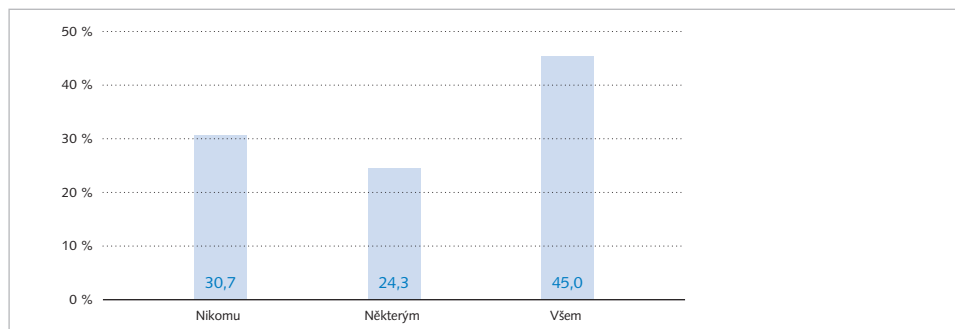
Hodnocením odpovědí na tuto otázku s ohledem na právní formu zjistíme, že půjčky zaměstnancům spíše poskytují společnosti s ručením omezeným (45,5 % z nich je zaměstnancům poskytuje a 22 % je poskytuje všem zaměstnancům, z akciových společností je poskytuje 41 % z nich a 20 % je poskytuje všem).

8.7.11. Charakteristika odpovědí – příspěvky na důchodové připojištění [pol. x124a]

Tabulka č. 125: Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na důchodové připojištění. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	130	30,7
Některým	103	24,3
Všem	191	45,0
Celkem	424	100,0

Graf č. 115: Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na důchodové připojištění. Odpovědi v procentech



Komentář

Odpovědi na tuto otázku jsou dost polarizované. 45 % respondentů přispívá na důchodové připojištění všem zaměstnancům a přes 30 % respondentů tuto zaměstnaneckou výhodu zaměstnancům neposkytuje.

Při členění podniků dle OKEČ jsme mezi podniky stavebními a zpracovatelskými nezjistili podstatné rozdíly. Pokud členíme námi zkoumaný vzorek podle velikosti zjistíme, že větší podniky přispívají zaměstnancům na důchodové připojištění více než podniky menší (všem zaměstnancům je na důchodové připojištění přispíváno u 58 % podniků s 250 a více zaměstnanci, 41 % podniků se 100 až 249 a 37 % podniků s 50 až 99 zaměstnanci).

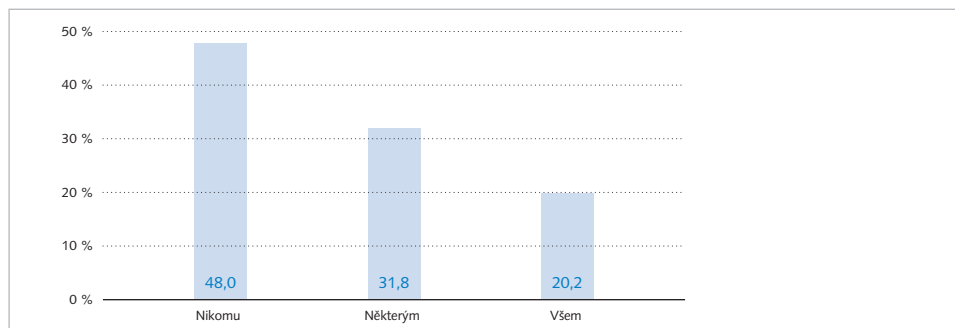
Příspěvky na důchodové připojištění jsou více poskytovány v akciových společnostech (všem zaměstnancům ho poskytuje 56 % z nich) než ve společnostech s ručením omezeným (všem zaměstnancům ho poskytuje 36 % z nich).

8.7.12. Charakteristika odpovědí – příspěvky na životní pojištění [pol. x125a]

Tabulka č. 126: **Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na životní pojištění. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	204	48,0
Některým	135	31,8
Všem	86	20,2
Celkem	425	100,0

Graf č. 116: **Poskytované zaměstnanecké výhody – příspěvky na životní pojištění. Odpovědi v procentech**



Komentář

Téměř polovina respondentů uvedla, že zaměstnancům nepřispívá na životní pojištění. Všem zaměstnancům naopak přispívá 20 % zkoumaných podniků.

Příspěvky na životní pojištění zaměstnanců jsou častější u stavebních podniků než u podniků zpracovatelského průmyslu. Tyto příspěvky poskytuje 60 % stavebních podniků, přičemž 21,5 % je poskytuje všem zaměstnancům. U zpracovatelských podniků je poskytuje 50 % z nich, přičemž všem zaměstnancům je poskytuje 20 % z nich.

Velikost podniku nemá ve zkoumaném vzorku podniků na poskytování příspěvků na životní pojištění zaměstnanců vliv.

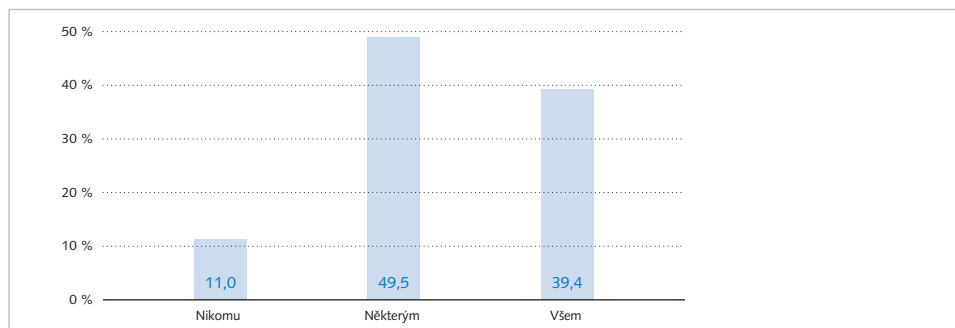
Hodnotíme-li odpovědi na tuto otázku dle právní formy zjistíme, že příspěvky na životní pojištění poskytují spíše společnosti s ručením omezeným (53,5 % z nich, přičemž 21 % je poskytuje všem zaměstnancům). Z akciových společností příspěvky na životní pojištění poskytuje polovina, přičemž 19,5 % je poskytuje všem zaměstnancům.

8.7.13. Charakteristika odpovědí – podpora vzdělávání zaměstnanců na základě jejich iniciativy [pol. x126a]

Tabulka č. 127: Poskytované zaměstnanecké výhody – podpora vzdělávání zaměstnanců na základě jejich vlastní iniciativy. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	47	11,0
Některým	211	49,5
Všem	168	39,4
Celkem	426	100,0

Graf č. 117: Poskytované zaměstnanecké výhody – podpora vzdělávání zaměstnanců na základě jejich vlastní iniciativy. Odpovědi v procentech



Komentář

Podpora vzdělávání zaměstnanců, které přesahuje povinné vzdělávání nutné k výkonu jejich práce je poměrně rozšířenou zaměstnaneckou výhodou. Pouze 11 % všech respondentů tuto zaměstnaneckou výhodu zaměstnancům neposkytuje.

Pokud hodnotíme tuto otázku dle odvětví, vzdělávání nad povinný rámec více poskytují stavební podniky (poskytuje ho až 94 % stavebních firem, přičemž 36 % ho poskytuje všem zaměstnancům). Nepovinné vzdělávání poskytuje sice méně podniků zpracovatelského průmyslu (88 % z nich), avšak všem zaměstnancům ho poskytuje 40,5 % z nich.

Při hodnocení otázky dle velikosti podniku můžeme konstatovat, že ve zkoumaném vzorku podniků větší podniky více podporují zaměstnance k „nepovinnému“ vzdělávání (hodnota průměru podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 99 je 2,23, podniků s počtem zaměstnanců od 100 do 249 2,25 a podniků s 250 a více zaměstnanci 2,38). Všem zaměstnancům je tato výhoda poskytována ve 34 % podniků s počtem zaměstnanců od 50 do 99, 38,5 % podniků s počtem zaměstnanců od 100 do 249 a 45,5 % podniků s 250 a více zaměstnanci.

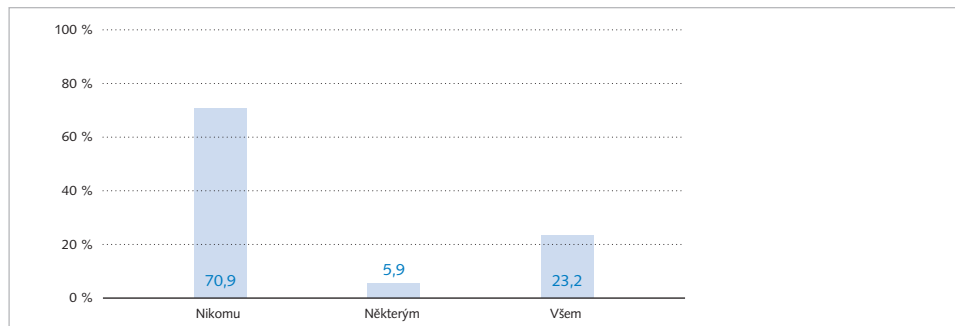
Při hodnocení otázky dle právní formy jsme zjistili, že dobrovolné vzdělávání zaměstnanců je nepatrně více podporováno ve společnostech s ručením omezeným (poskytuje ho 91 % z nich a ve 40 % všem zaměstnancům) než v akciových společnostech (je poskytováno v 86,5 % z nich a ve 39 % všem zaměstnancům).

8.7.14. Charakteristika odpovědí – kafetéria systém [pol. x127a]

Tabulka č. 128: Poskytované zaměstnanecké výhody – kafetéria systém. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Nikomu	288	70,9
Některým	24	5,9
Všem	94	23,2
Celkem	406	100,0

Graf č. 118: Poskytované zaměstnanecké výhody – kafetéria systém. Odpovědi v procentech



Komentář

Kafetéria systém jako „nová forma“ poskytování zaměstnaneckých výhod není podle našeho průzkumu mezi podniky velmi rozšířena. Tento systém využívá pouze 29 % respondentů.

Zajímavé je, že jsme zjistili poměrně velké rozdíly mezi využíváním tohoto systému při hodnocení odpovědí na tuto otázku dle odvětví. Tento systém využívá 41,5 % stavebních podniků a „jennom“ 26 % podniků zpracovatelského průmyslu.

Dalším zajímavým zjištěním je, že v našem vzorku podniků platí, že čím je podnik menší, tím kafetéria systém využívá více (zaměstnanecké výhody formou kafetéria systému poskytuje 35,5 % podniků ve skupině 50 až 99 zaměstnanců, 27,5 % podniků ve skupině 100 až 249 a 24,5 % podniků ve skupině 250 a více zaměstnanců). Tento systém je také spíše využíván společnostmi s ručním omezeným (využívá ho 31 % z nich) než akciovými společnostmi (26,5 % z nich).

8.8. Vynakládané prostředky na zaměstnanecké výhody

8.8.1. Charakteristika otázky

B3.7. Jaké prostředky vynakládá Váš podnik na zaměstnanecké výhody?

Tuto otázku jsme do dotazníku zařadili proto, abychom zjistili relativní výši prostředků vynakládaných na zaměstnanecké výhody vůči celkovým personálním nákladům. Hlavním cílem poskytování zaměstnaneckých výhod je snaha získat a udržet si kvalitní zaměstnance, podporovat jejich

pracovní spokojenost, loajalitu a pozitivní vztah k zaměstnavateli a v neposlední řadě také poskytovat zaměstnancům odměny daňově zvýhodněným způsobem. Z uvedeného by se dalo usuzovat, že pokud podnik vynakládá více prostředků na zaměstnanecké výhody, má více možností udržet si schopné, kvalifikované, loajální, jinými slovy kvalitní zaměstnance. Jelikož kvalita lidského kapitálu je čím dál tím více považována za jeden z nejdůležitějších faktorů ekonomické výkonnosti a konkurenční schopnosti podniku, měla by se možnost připoutat si kvalitní zaměstnance projevit ve větší konkurenceschopnosti podniku. V České republice se náklady na zaměstnanecké výhody pohybují v průměru kolem 5% z celkových personálních nákladů a předpokládá se, že by se měla jejich výše ještě zvyšovat (Stýblo, Urban, Vysokajová, 2006, str. 325).

Respondenti měli u této otázky uvést procento z celkových personálních nákladů vynakládané na zaměstnanecké výhody (v případě, že se tyto náklady systematicky nesledují, měli uvést kvalifikovaný odhad výše těchto nákladů). V této otázce jsme se zároveň dotazovali na minulý a budoucí trend.

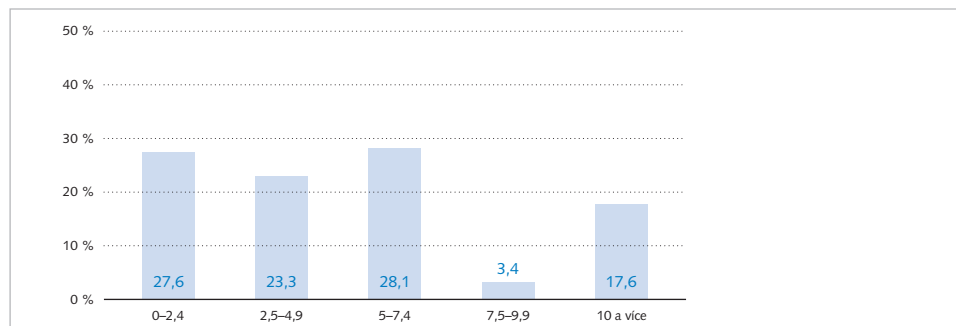
Pro přehlednější vyhodnocování otázky jsme vytvořili novou proměnnou `x131b_kat`, s následujícími hodnotami: 1–0–2,4% z celkových personálních nákladů, 2–2,5–4,9%, 3–5–7,4%, 4–7,5–9,9% a 5 – více než 10% z celkových personálních nákladů vynakládaných na zaměstnanecké výhody.

8.8.2. Charakteristika odpovědí [pol. x131b]

Tabulka č. 129: Vynakládané prostředky na zaměstnanecké výhody. Odpovědi absolutně a v procentech

% z personálních nákladů	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–2,4	97	27,6
2,5–4,9	82	23,3
5–7,4	99	28,1
7,5–9,9	12	3,4
10 a více	62	17,6
Celkem	352	100,0

Graf č. 119: Vynakládané prostředky na zaměstnanecké výhody. Odpovědi v procentech



Komentář

Na tuto otázku odpovědělo 81,5 % respondentů. Nejnižší hodnota proměnné **x131b** byla 0,5 (půl procenta z celkových personálních nákladů vynakládaných na zaměstnanecské výhody) a nejvyšší 35 % (více než třetina personálních nákladů tvořena výdaji na zaměstnanecské výhody). Nejčastěji respondenti uváděli hodnotu 5 % a průměrně se na zaměstnanecské výhody v námi zkoumaném vzorku podniků vynakládá 5,41 % z celkových personálních nákladů (což odpovídá celorepublikovému průměru uváděnému v literatuře). U centrálních tendencí kategorizované proměnné vidíme, že nejvíce respondentů uvedlo interval 5 až 7,4 % z personálních nákladů.

To je patrné i z rozložení četností, kdy do tohoto intervalu spadá 28 % odpovědí respondentů. „Nadprůměrné“ prostředky vynakládané na zaměstnanecské výhody (více než 10 % z personálních nákladů) uvedlo 17,5 % respondentů. Pod republikovým průměrem (což je přibližně 5 %) je polovina respondentů (51 %).

Ve srovnání s minulostí nejsou podle poloviny respondentů (51 %) v prostředcích na zaměstnanecské výhody rozdíly. 41 % respondentů uvedlo nárůst těchto prostředků oproti minulosti a 8 % z nich jejich pokles. Co se týče očekávání do budoucna tam polovina respondentů (přesněji 51 %) předpokládá nárůst prostředků na zaměstnanecské výhody, 47 % předpokládá jejich stejnou výši jaká je v daných podnicích nyní a pouze 2 % předpokládají pokles těchto prostředků.

Podle hodnoty průměru jsou větší prostředky na zaměstnanecské výhody vynakládány ve stavebních podnicích (2,79) než ve zpracovatelském průmyslu (2,56), což je způsobeno tím, že až čtvrtina stavebních podniků vynakládá na zaměstnanecské výhody přes 10 % personálních nákladů, zatímco ve zpracovatelském průmyslu je tomu tak u 16 % podniků.

Při rozdělení podniků podle velikosti více prostředků na zaměstnanecské výhody vynakládají menší podniky než podniky větší (hodnota průměru je 2,82 pro podniky s 50 až 99 zaměstnanci, 2,59 pro podniky se 100 až 249 zaměstnanci a 2,40 pro podniky s 250 a více zaměstnanci). Více než 10 % personálních nákladů na zaměstnanecské výhody poskytuje 21 % podniků s počtem zaměstnanců 50 až 99, 17 % podniků s počtem zaměstnanců 100 až 249 a 15 % podniků s 250 a více zaměstnanci.

Rozdíl ve výši vynakládaných prostředků na zaměstnanecské benefity mezi akciovými společnostmi a společnostmi s ručením omezeným je zanedbatelný.

8.8.3. Charakteristika otázky

B3.7. Sleduje podnik tyto náklady systematicky?

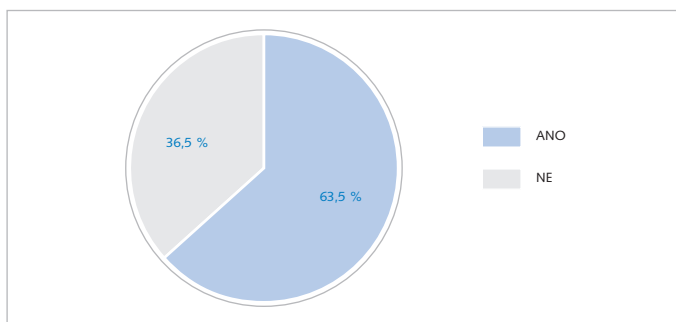
Tato otázka byla do dotazníku zařazena jako doplňková k předešlé otázce. Sledování a vyhodnocování zaměstnanecských výhod může vést k jejich lepšímu řízení a k poskytování takových benefitů, které budou nejlépe vyhovovat potřebám zaměstnanců a tím napomůžou k dosažení podnikových cílů a k dosažení konkurenční výhody podniku. Respondenti měli na tuto otázku zvolit odpověď 1 – ano nebo 2 – ne.

8.8.4. Charakteristika odpovědí [pol. x132]

Tabulka č. 130: Sledování vynakládaných prostředků na zaměstnanecké výhody. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	233	63,5
Ne	134	36,5
Celkem	367	100,0

Graf č. 120: Sledování vynakládaných prostředků na zaměstnanecké výhody. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení u této otázky byla 85 %. Průměrná hodnota je 1,37. Na základě hodnoty průměru i uvedené tabulky je patrné, že téměř dvě třetiny respondentů náklady na zaměstnanecké výhody systematicky sleduje a jedna třetina respondentů ne.

Vliv odvětví, velikosti podniků nebo právní formy je při této otázce zanedbatelný. Ve stavebnictví tyto náklady sleduje 66 % podniků a ve zpracovatelském průmyslu 63 % podniků.

U podniků s 50 až 99 zaměstnanci sleduje náklady na zaměstnanecké benefity 60 % podniků, v kategorii 100–249 zaměstnanců 60,5 % a v kategorii 250 a více zaměstnanců 72 %.

Při členění dle právní formy náklady na tyto výhody sleduje 64,5 % akciových společností a 62,5 % společností s ručením omezeným.

8.9. Vliv poskytovaných zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců

8.9.1. Charakteristika otázky

B3.6. Jaký vliv na motivaci pracovníků Vašeho podniku mají výše uvedené zaměstnanecké výhody?

I když většinou nejsou zaměstnanecké výhody vázány na dosažený pracovní výkon zaměstnance, mají částečně i motivační složku. Ta spočívá zejména v posílení takového jednání zaměstnanců,

kteří je v souladu s podnikovými cíli a které vede k upevnění vzájemného vztahu mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem. Stejně jako v případě otázky B3.6 nás zajímá, jak vnímají vliv poskytovaných zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců vedoucí pracovníci, kteří byli respondenty v našem šetření.

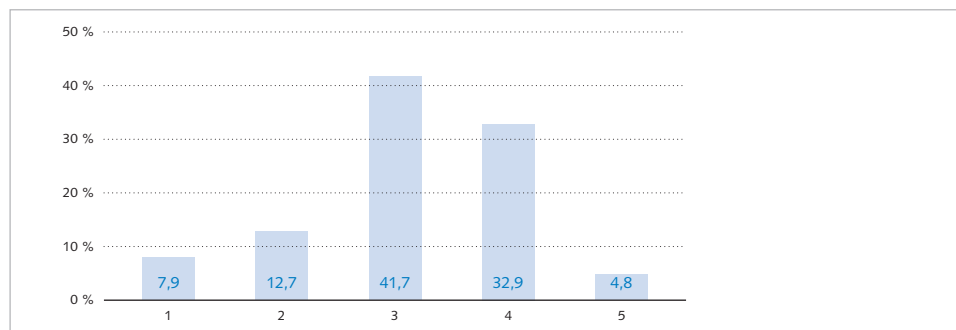
Respondenti měli vybírat odpověď na pětibodové škále 1 – zanedbatelný až 5 – velmi vysoký a měli také uvést minulý a budoucí trend.

8.9.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem [pol. x133b]

Tabulka č. 131: Vliv poskytovaných zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
1 Zanedbatelný	33	7,9
2	53	12,7
3	174	41,7
4	137	32,9
5 Velmi vysoký	20	4,8
Celkem	417	100,0

Graf č. 121: Vliv poskytovaných zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení této otázky byla poměrně vysoká a to 96,5%. Nejčastěji respondenti uváděli střední hodnotu 3 (41,5% respondentů) a hodnota průměru je 3,14, což znamená, že respondenti přisuzují zaměstnaneckým výhodám neutrální, spíše mírně vyšší vliv na motivaci zaměstnanců. Pouze necelých 5% přisuzuje poskytovaným zaměstnaneckým výhodám velmi vysoký vliv na motivaci zaměstnanců. Většina respondentů (73,5%) uvádí, že vliv zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců je stejný jako v minulosti. 22% z nich uvedlo že se tento vliv oproti minulosti zvýšil, opak tvrdí 4,5% respondentů. Do budoucna 61,5% respondentů předpokládá stejný vliv zaměstnaneckých výhod na motivaci, 36,5% z nich očekává nárůst tohoto vlivu a pouze 2% jeho pokles.

Větší vliv na motivaci zaměstnaneckým výhodám přisuzují podniky stavební (45,5% stavebních podniků odpovídajících na tuto otázku uvádí spíše vysoký vliv – hodnota 4 a 5 a 15,5% spíše

zanedbatelný vliv – hodnota 1 a 2) než podniky zpracovatelského průmyslu (36 % z nich se přiklání ke spíše vysokému vlivu na motivaci a 22 % ke spíše zanedbatelnému vlivu).

Při rozdělení podniků podle velikosti mají zaměstnanecké výhody na motivaci největší vliv dle podniků s 250 a více zaměstnanci (40 % z nich se přiklání k spíše velkému vlivu a naopak „pouze“ 14,5 % ke spíše zanedbatelnému) a nejnižší u podniků o 50 až 99 zaměstnancích (32,5 % z nich se přiklání k spíše velkému vlivu a 27,5 % ke spíše zanedbatelnému).

Rozdíl v posuzování vlivu zaměstnaneckých výhod na motivaci zaměstnanců mezi akciovými společnostmi a společnostmi s ručením omezeným je zanedbatelný.

8.10. Vynakládané prostředky na vzdělávání zaměstnanců

8.10.1. Charakteristika otázky

B3.9. Jaké prostředky vynakládá Váš podnik na vzdělávání zaměstnanců?

Jak již bylo částečně zmíněno výše, kvalifikovaní zaměstnanci mohou pro podnik znamenat zdroj inovací a jedinečnou konkurenční výhodu. Jelikož tedy vzdělávání zaměstnanců patří mezi klíčové faktory úspěchu podniku, snažili jsme se v našem výzkumu zjistit, jaké prostředky na něj podniky vynakládají.

Respondenti měli podobně jako u otázky B 3.7 uvést procento z celkových personálních nákladů vynakládané na vzdělávání zaměstnanců (v případě, že se tyto náklady systematicky nesledují, měli respondenti uvést kvalifikovaný odhad výše těchto nákladů). Zároveň jsme se v dotazníku dotazovali na minulý a budoucí trend.

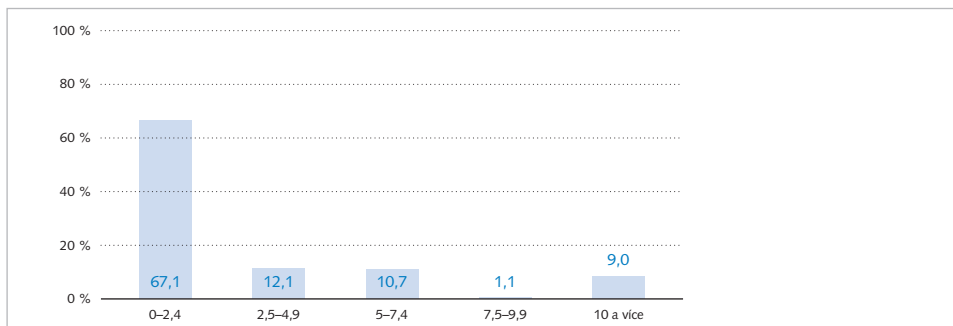
I v tomto případě jsme kvůli přehlednějšímu vyhodnocování otázky vytvořili novou proměnnou **x134b_kat**, která má stejné hodnoty jako proměnná **x131b_kat**: 1–0–2,4 % z celkových personálních nákladů, 2–2,5–4,9 %, 3–5–7,4 %, 4–7,5–9,9 % a 5 – více než 10 % z celkových personálních nákladů vynakládaných na vzdělávání zaměstnanců.

8.10.2. Charakteristika odpovědí [pol. x134b]

Tabulka č. 132: **Vynakládané prostředky na vzdělávání zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech**

% z personálních nákladů	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
0–2,4	239	67,1
2,5–4,9	43	12,1
5–7,4	38	10,7
7,5–9,9	4	1,1
10 a více	32	9,0
Celkem	356	100,0

Graf č. 122: Vynakládané prostředky na vzdělávání zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Na tuto otázku odpovědělo 82,4 % všech respondentů, což není příliš vysoká míra zodpovězení otázky. Při pohledu na centrální tendence původní proměnné **x134b** vidíme, že průměrná hodnota je rovna 3,3. Nejčastěji však respondenti uváděli, že na vzdělávání zaměstnanců vynakládají 1 % z celkových personálních nákladů. Tomu odpovídá i nejčastěji uváděná hodnota kategorizované proměnné – 1, tedy interval od 0 do 2,4 % z personálních nákladů (procento spadající do tohoto intervalu uvedlo 67 % respondentů). Více než polovina respondentů (58 %) uvedla, že výše prostředků na vzdělávání je stejná jak tomu bylo v minulosti. Dále 37 % z nich uvedlo jejich nárůst oproti minulosti a 5 % jejich pokles. Do budoucna však větší polovina respondentů (54 %) očekává nárůst těchto nákladů, 44,5 % stejnou situaci a pouze 1,5 % respondentů předpokládá pokles nákladů na vzdělávání.

Větší rozdíly mezi vynakládanými prostředky na vzdělávání zaměstnanců dle odvětví se neprojevily. Zajímavé je rozložení četností v „extrémec“ ve stavebnictví, tedy že téměř 70 % stavebních podniků vynakládá na vzdělávání méně než 2,5 % personálních nákladů ale zároveň 13,5 % ze stavebních podniků vynakládá na vzdělávání 10 % a více personálních nákladů. Ve zpracovatelském průmyslu méně než 2,5 % uvedlo 66,5 % podniků a 10 % a více „pouze“ 8 %.

Stejně tak se při posuzování výše nákladů na vzdělávání neprojevil vliv velikosti podniku. Zato při srovnávání podniků dle právní formy jsme zjistili, že společnosti s ručením omezeným na vzdělávání vynakládají více, než akciové společnosti. Průměrná hodnota jak původní tak kategorizované proměnné je vyšší (průměrná hodnota původní proměnné pro společnosti s ručením omezeným je 3,7 a pro akciové společnosti 2,9 a průměr kategorizované proměnné je 1,9 a 1,5). Více než 10 % (včetně) personálních nákladů na vzdělávání vynakládá 10,5 % společností s ručením omezeným a pouze 7,5 % akciových společností.

8.10.3. Charakteristika otázky

B3.9. Sleduje podnik tyto náklady systematicky?

Podobně jako v případě prostředků na zaměstnanecké výhody nebo v případě důvodů fluktuace zaměstnanců, pouze na základě systematického sledování a vyhodnocování může podnik řídit distribuci těchto prostředků efektivně tak, aby získal potřebnou kvalifikaci svých zaměstnanců, kterou potřebuje k naplnění svých cílů.

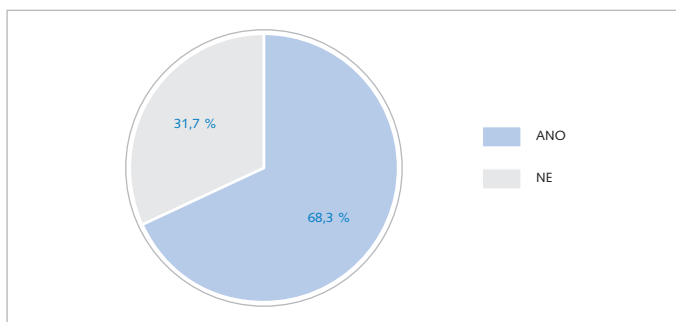
Respondenti měli na tuto otázku zvolit odpověď 1 – ano nebo 2 – ne.

8.10.4. Charakteristika odpovědí – sledování nákladů [pol. x135]

Tabulka č. 133: Sledování nákladů na vzdělávání zaměstnanců. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi	
	Absolutně	Procentně
Ano	258	68,3
Ne	120	31,7
Celkem	378	100,0

Graf č. 123: Sledování nákladů na vzdělávání zaměstnanců. Odpovědi v procentech



Komentář

Míra zodpovězení této otázky je 87,5%. Nejčastěji uváděná hodnota byla 1, což znamená, že většina podniků náklady na vzdělávání systematicky sleduje. Tomu odpovídá i hodnota průměru, která je 1,32 a uvedená četnostní tabulka, podle které 68,5% respondentů náklady na vzdělávání sleduje a 31,5% z nich ne.

Stavebních podniků, které sledují náklady na vzdělávání je 63,5%, podniků zpracovatelského průmyslu 69,5%. Podniků ze skupiny od 50 do 99 zaměstnanců i od 100 do 249 zaměstnanců tyto náklady sleduje 61,5%, ale podniků ze skupiny 250 a více zaměstnanci 83,5%. Ze společností s ručením omezeným náklady na vzdělávání sleduje 66% a akciových společností 71%.

8.11. Diskuse

Otázky ze sekce B.3 dotazníku byly zaměřeny na zaměstnance podniku, na zjišťování jejich struktury a indikátorů, které by měly pomoci určit vztah podniku ke svým zaměstnancům (jakým způsobem se snaží zaměstnance motivovat, jestli dbá o jejich pracovní spokojenost, zda podnik investuje do jejich rozvoje). V další fázi výzkumu se budeme snažit hledat souvislosti a vztahy s jinými otázkami z dotazníku a budeme se snažit zjistit, zda se fakt, že podnik více pečuje o své zaměstnance odrazí na nižší fluktuaci, zvýšené motivaci zaměstnanců apod. a zda se pozitivní personální ukazatele promítnou do celkové úspěšnosti a konkurenceschopnosti podniku.

Zde si shrneme některé zajímavé výsledky, které se projevily v této první části vyhodnocování dat, upozorníme na problémové oblasti, na které jsme při analýze dat narazili a zmíníme doporučení k dalšímu zkoumání.

Prvním zjištěním této části práce bylo, že podniky zpracovatelského průmyslu v námi zkoumaném vzorku podniků, jsou více zastoupeny v podnicích ze skupin od 100 do 249 a s 250 a více zaměstnanci, přičemž stavební podniky spadají spíše do podniků ze skupin od 50 do 99 a od 100 do 249 zaměstnanců. Naopak, akciové společnosti ve zkoumaném vzorku podniků, jsou co do počtu zaměstnanců větší než společnosti s ručením omezeným.

Zajímavým zjištěním byl i podíl žen na celkovém počtu zaměstnanců, který je vyšší ve zpracovatelském průmyslu než ve stavebnictví. Tomuto zjištění odpovídá i vyšší podíl žen ve vrcholovém vedení ve zpracovatelském průmyslu. Více žen ve vrcholovém vedení je také v podnicích ze skupiny od 50 do 99 zaměstnanců než v podnicích s více zaměstnanci. Dále jsme při zkoumání struktury zaměstnanců zjistili, že podíl THP zaměstnanců na celkovém počtu zaměstnanců je vyšší u akciových společností než u společností s ručením omezeným, že podniky zpracovatelského průmyslu mají vyšší podíl pracovníků nákupu a prodeje z počtu ostatních THP a vyšší podíl dělníků z celkového počtu zaměstnanců než stavební podniky. U podílu dělníků z celkového počtu zaměstnanců se také zdá, že platí, že čím je podnik větší, tím je větší i tento podíl.

Při zjišťování míry a důvodů fluktuace se jeví, že míra fluktuace se zvyšuje s rostoucí velikostí podniku. Nejčastěji se vyskytující důvody fluktuace byly „osobní důvody“ a „nízký plat“ a nejméně častými důvody byly „reorganizace a nutnost přeskolení“ a „nedostatečné možnosti kariérního růstu“. Důvod „nízký plat“ se častěji objevuje u větších podniků a u akciových společností (což spolu zřejmě souvisí, jelikož akciové společnosti jsou více zastoupeny ve větších podnicích). Také důvod „nezajímavá práce“ se častěji objevuje u větších podniků a také ve zpracovatelském průmyslu než ve stavebnictví.

Při analýze výše pohyblivé složky jsme zjistili, že tato (vyjádřena jako podíl z celkové mzdy zaměstnance) je nejvyšší u vrcholového managementu, nižšího managementu a pracovníků nákupu a prodeje. Nejnižší průměrný podíl pohyblivé složky mzdy mají administrativní pracovníci, dělníci a techničtí pracovníci. Podíl pohyblivé složky vrcholového a nižšího managementu, technických pracovníků a dělníků je vyšší ve stavebnictví. Podíl pohyblivé složky administrativních pracovníků je vyšší spíše ve společnostech s ručením omezeným než v akciových společnostech. Výše pohyblivé složky dělníků je vyšší u menších podniků než je tomu v podnicích větších.

Nejvíce poskytovanou zaměstnaneckou výhodou je „zajištění stravování“ a „podpora vzdělávání z iniciativy zaměstnanců“. Nejméně poskytovanou zaměstnaneckou výhodou je poskytování „akciových opcí“ a využívání tzv. „kafetéria systému“. Akciové opce, poskytování služebního automobilu k soukromým účelům, služebního mobilního telefonu, notebooku či internetového připojení, poskytování příspěvků na dopravu nebo ubytování, poskytování půjček, poskytování příspěvků na životní pojištění, podpora vzdělávání z iniciativy zaměstnanců i kafetéria systém jsou více využívány stavebními podniky. Podniky zpracovatelského průmyslu poskytují pouze stravování více než stavební podniky. Poskytování služebního automobilu, stravování, příspěvky na dopravu nebo ubytování, zajišťování rekreace, sportu či kultury, poskytování příspěvků na důchodové připojištění a podpora vzdělávání z iniciativy zaměstnanců jsou více poskytovány ve větších podnicích. Naopak, menší podniky více využívají systém kafetérie než větší podniky. Stravování, zabezpečování rekreace, sportu či kultury a poskytování příspěvků na důchodové připojištění více využívají akciové společnosti a naopak půjčky, poskytování příspěvků na životní pojištění, podpora vzdělávání z iniciativy zaměstnanců a kafetéria systém jsou častější u společností s ručením omezeným. Co se týče prostředků, vynakládaných na zaměstnanecké výhody, větší procento z celkových personálních nákladů vynakládají podniky stavební a spíše menší podniky.

Při analýze prostředků vynakládaných na vzdělávání zaměstnanců velké rozdíly mezi podniky dle jednotlivých členění nepozorujeme, můžeme uvést pouze zjištění, že procento z personálních nákladů vynakládané na vzdělávání zaměstnanců je vyšší u společností s ručením omezeným.

Nejproblematictější částí sekce B.3 dotazníku bylo vyhodnocování pohyblivé složky mzdy. Jak bylo již v textu zmíněno, respondentům byla nabídnuta volnost ve vyplňování této otázky, která však nebyla zadána úplně jednoznačně, a tudíž se musely některé odpovědi, které nebylo možné převést na jednotný základ (100% = celková mzda), vyloučit ze souboru odpovědí.

Do dalšího výzkumu nám zůstává dopracování vyhodnocení otevřených otázek (jiné důvody odchodů zaměstnanců z podniku, jiné poskytované zaměstnanecké výhody a poskytování zaměstnaneckých výhod některým skupinám zaměstnanců) a hledání vztahů a souvislostí s dalšími otázkami v dotazníku.



9. Odběratelé, zákazníci (B4)

9.1. Typ uplatňované obchodní strategie

9.1.1. Charakteristika otázky

B4.1. Jakou obchodní strategii Váš podnik uplatňuje?

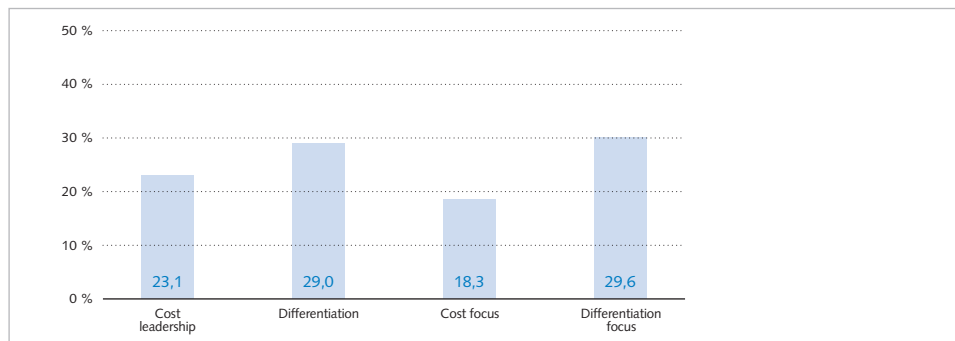
Účelem této otázky bylo sledování realizace určitého typu obchodní strategie. Uvedené čtyři typy strategií korespondují s vymezením tzv. generických obchodních anebo podnikatelských strategií dle Michaela Portera (Porter, M.E., 1992). Respondenti tak měli vybrat ten typ strategie, která je v jejich podniku uplatňována uvedením čísla, kterou byly jednotlivé typy označeny. Čísla představují kódy odpovědí, kdy 1 představuje tzv. „cost leadership“, 2 „differentiation“, 3 „cost focus“ a 4 – „differentiation focus“.

9.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku

Tabulka č. 134: Typ obchodní strategie – výběrový soubor celkem

	Počet odpovědí	
	absolutně	procentně
Cost leadership	86	23,1
Differentiation	108	29,0
Cost focus	68	18,3
Differentiation focus	110	29,6
Celkem	372	100,0

Graf č. 124: Typ obchodní strategie – výběrový soubor celkem



Komentář

Na danou otázku neodpovědělo 60 respondentů, tedy téměř 16 % z dotazovaných. Rozvrstvení četností odpovědí směřujících k vybrané strategii je poměrně pravidelné. Obecně není možné říct, že určitá obchodní strategie je podniky uplatňována výrazněji než jiná. Je poměrně zajímavé, že podniky se hlásí spíše k uplatňování strategií založených na odlišení se před strategiemi zaměřenými na nízké náklady. Nejnižší podíl zaznamenala právě strategie zacílení na náklady, jinými slovy strategie naplňování konkurenční výhody nejnižších nákladů u několika málo nebo u jednoho vybraného segmentu (až niky).

Pokud budeme hodnotit četnosti odpovědí na tuto otázku z hlediska rozdělení podniku podle oboru činnosti, závěry jsou následující. Použití jemné, tj. detailní struktury Oborové klasifikace ekonomických činností ukazuje na určité odlišnosti u několika odvětví (vyhodnocovány byly pouze četnosti vyšší než 10). Zatímco u odvětví 15 „Výroba potravinářských výrobků a nápojů“ ani jeden z podniků neuplatňuje strategii differentiation focus, u odvětví 28 „Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení)“ a 20 „Zpracování dřeva, výroba dřevařských, korkových, proutěných a slaměných výrobků kromě nábytku“ je právě tento typ strategie uplatňován relativně často. U odvětví 29 „Výroba a opravy strojů a zařízení“ je výrazně méně využívána strategie cost focus. Vzhledem k počtu podniků (372 získaných odpovědí) a počtu oborů (20) rozhodně nelze výsledky generalizovat, i když vzbuzují otázky, proč se právě tyto odlišnosti objevily.

Pokud využijeme hrubou strukturu rozdělení, tedy na podniky zpracovatelského průmyslu a stavebnictví, rozdíly mezi odvětvími nejsou zjevné. Podniky zpracovatelského průmyslu o něco častěji uplatňují strategii differentiation focus, naopak podniky ve stavebnictví o něco méně využívají strategii cost focus.

Zajímavější rozdíly jsou při vyhodnocování z hlediska velikosti podniků. Zatímco podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců se hlásí poměrně výrazně ke strategii differentiation focus (téměř 36 % z této skupiny), více než 37 % podniků s 250 a více zaměstnanci uvedlo strategii differentiation. U podniků se 100–249 zaměstnanci nebylo rozvrstvení mezi jednotlivými typy strategie tak výrazné, jako u zbývajících dvou skupin. Podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců viditelně nejméně uplatňují strategii differentiation, podniky o velikosti 100–249 zaměstnanců cost focus a podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců obě strategie týkající se nízkých nákladů.

Z pohledu rozdělení podniků dle právní formy vyplývá, že společnosti s ručením omezeným uplatňují všechny čtyři typy strategií téměř rovnoměrně s určitou vyšší preferencí obou strategií differentiation a differentiation focus (nejvíce podniků z této skupiny, tj. 31 %). Nejméně zastoupenou byla strategie cost focus – 20,9 % z této skupiny podniků. U akciových společnostech se již

nerovnoměrnost projevila více – výrazněji méně podniků uplatňuje strategii cost focus (14,8%), nejvíce je uplatňována strategie differentiation (32,7%).

9.2. Struktura odběratelů podle procentuálního podílu na tržbách

9.2.1. Charakteristika otázky

B4.2. Odhadněte procentuální podíl na tržbách dle níže uvedených typů odběratelů Vašeho podniku.

Odpovědi na tuto otázku měly za cíl rozdělit podniky do skupin podle míry orientace na vybrané typy odběratelů, kde sledovanou veličinou byl procentuální podíl daného typu odběratele na tržbách. Zároveň byli respondenti dotazováni na posouzení vývoje podílu toho kterého typu odběratele v minulosti a budoucnosti. Minulý a budoucí trend byl vyhodnocován prostřednictvím 3-bodové škály, a to: „podíl na tržbách daného typu odběratele“: poklesl – zůstal stejný – rostl, resp. poklesne – zůstane stejný – poroste.

Jednotlivé typy odběratelů byly vymezeny takto: velkoobchod (x138), maloobchod (x139), zákazníci mimo koncern celkem¹ (x140), z toho v dalším rozdělení na: dodávky pro další zpracování (x141), dodávky dlouhodobého hmotného majetku (x142) a dodávky pro konečnou spotřebu (x143); dále zákazníci v rámci koncernu (x144) a zakázky financované z veřejných zdrojů (x145). Otázka byla konstruována tak, že součet uvedených procent u otázky x138b, x139b, x140b a x144b měl tvořit 100% u těch podniků, které patřily do koncernu. U podniků, které nejsou součástí koncernu, měl tvořit 100% součet uvedených podílů na tržbách u otázek x138b, x139b a x140b. Získané údaje slouží jako vstupy pro srovnávání s dalšími získanými výsledky u jiných ukazatelů.

9.2.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 135: **Centrální tendence odpovědí na otázky x138b až x140b a x144b a x145b za podniky, které nejsou součástí koncernu**

	x138b Velkoobchod	x139b Maloobchod	x140b Zákazníci mimo koncern	x144b Zákazníci v rámci koncernu	x145b podíl tržeb ze zakázek finan- covaných z ve- řejných zdrojů
Průměr	24,87	8,79	65,51	28,11	11,07
Medián	0,00	0,00	94,50	0,00	0,00
Modus	0,00	0,00	100,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	36,11	20,20	41,71	40,24	22,42
Celkem odpovědí	272	272	272	221	221
Chybějící odpovědi	30	30	30	81	81

1 Podniky, které nejsou součástí stejného koncernu jako podnik respondenta a další zákazníci – právnické i fyzické osoby.

Tabulka č. 136: **Centrální tendence odpovědí na otázky x138b až x140b a x144b a x145b za podniky, které jsou součástí koncernu**

	x138b Velkoobchod	x139b Maloobchod	x140b Zákazníci mimo koncern	x144b Zákazníci v rámci koncer- nu za koncer- nové podniky	x145b podíl tržeb ze zakázek finan- covaných z ve- řejných zdrojů
Průměr	12,01	3,66	50,02	26,04	9,33
Medián	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00
Modus	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	28,82	13,85	41,49	41,27	23,95
Celkem odpovědí	104	104	104	77	84
Chybějící odpovědi	19	19	19	46	39

Komentář

302 podniků z oslovených se vyjádřilo negativně při zjišťování, zda jsou součástí koncernu, naopak 123 je podle vlastního vyjádření součástí koncernu. Z koncernových podniků celkem 90 % uvedlo odpověď v případě zjišťování podílu jednotlivých typů odběratelů na celkových tržbách podniků u odběratele typu velkoobchod, maloobchod a zákazníci mimo koncern a byla získána odpověď od 73 % podniků z této skupiny u odběratele zákazníci v rámci koncernu. Stejný podíl byl dosažen taktéž u otázky sledující podíl tržeb ze zakázek financovaných z veřejných zdrojů.

Z tabulky vidíme, že u podniků nepatřících do koncernu tvoří výrazně nejvyšší podíl zákazníci mimo koncern – více než 65 %. 28,11 % zastupuje podniky, které pravděpodobně obsluhují zákazníky, které jsou součástí určitých koncernů (Tabulka č. 130). Podíl tržeb ze zakázek financovaných z veřejných zdrojů není nikterak vysoký – tvoří pouze něco více než 11 %.

Z podniků, které jsou součástí koncernu odpovědělo na otázku zjišťující zastoupení jednotlivých typů odběratelů na tržbách o něco méně respondentů než u předchozí skupiny – necelých 85 %. I u této skupiny ale tvořily zákazníci mimo koncern nejvyšší průměrný podíl na tržbách – cca 50 %. Odběratelé v rámci koncernu zastupovali pouze 26 %. Z uvedených podílů nebylo možné získat součet 100 % za podniky v této skupině celkem. I v tomto případě ale podíl tržeb ze zakázek financovaných z veřejných zdrojů je poměrně nízký – představuje cca 9 %.

U zákazníků mimo koncern byla sledována taktéž jemnější struktura dodávek v dělení na dodávky pro další zpracování (x141b), dodávky dlouhodobého hmotného majetku (x142b) a dodávky pro konečnou spotřebu (x143b). Rozdělení získaných odpovědí při zohlednění hlediska zda podniky jsou anebo nejsou součástí koncernu je patrné z následujících tabulek.

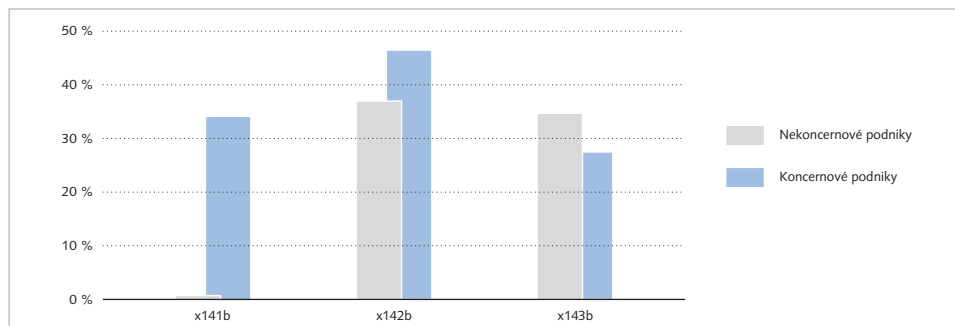
Tabulka č. 137: **Centrální tendence odpovědí na otázku „průměrný podíl druhu dodávek ze skupiny zákazníci mimo koncern celkem“ pro nekonzernové podniky**

	x141b Dodávky pro další zpracování	x142b Dodávky dlouhodobého hmot. majetku	x143b Dodávky pro konečnou spotřebu
Průměr	0,83	37,05	34,84
Medián	0,00	10,00	0,00
Modus	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	7,39	43,58	44,42
Celkem odpovědí	272	221	221
Chybějící odpovědi	30	81	81

Tabulka č. 138: **Centrální tendence odpovědí na otázku „průměrný podíl druhu dodávek ze skupiny zákazníci mimo koncern celkem“ pro konzernové podniky**

	x141b Dodávky pro další zpracování	x142b Dodávky dlouhodobého hmot. majetku	x143b Dodávky pro konečnou spotřebu
Průměr	34,31	46,49	27,47
Medián	17,75	20,00	0,00
Modus	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	38,57	47,45	43,55
Celkem odpovědí	104	77	77
Chybějící odpovědi	19	46	46

Graf č. 125: **Průměrný podíl druhu dodávek ze skupiny zákazníci mimo koncern celkem**



Komentář

U podniků, které nepatří do koncernu jsou dodávky pro další zpracování zastoupeny minimálně. Nejvyšší podíl tvoří dodávky dlouhodobého hmotného majetku. Součet jednotlivých podílů tří uvedených typů dodávek ovšem nedává 100 %. Naopak u podniků, které jsou součástí koncernů součet podílů přesahuje 100 %. Výrazně nejvíce jsou zastoupeny také u této skupiny dodávky dlouhodobého hmotného majetku. Nicméně ani podíly dalších dvou typů nejsou nízké a na rozdíl od první skupiny dodávky pro další zpracování představují až 34 %.

Z analýzy trendů v minulém a budoucím období (viz tabulky v příloze) je vidět, že dochází k určitým posunům u některých typů zákazníků i u dodávek při hodnocení zákazníků mimo koncern v detailnější struktuře. Jde zejména o očekávaný růst podílu zákazníků mimo koncern a naopak pokles zákazníků v rámci koncernu a u dodávek hmotného dlouhodobého majetku a dodávek pro konečnou spotřebu u zákazníků mimo koncern. Z dotazníku ale nelze zjistit důvod tohoto očekávání.

Při porovnávání zařazení podniků podle oboru činností – hrubá struktura a podílu určitého odběratele na celkových tržbách jsou některé výsledky v souladu s očekáváním, nicméně některé výsledky jsou překvapivé. Například na rozdíl od očekávaného vyššího zastoupení odběratelů, kteří pro financování svých zakázek využívají veřejné zdroje ze skupiny stavebních podniků se ukázalo, že tento podíl je spíše nízký. Ze 62 podniků z odvětví stavebnictví se podíly pohybují spíše do 30% z celkové struktury zákazníků. Dle očekávání ale stavební podniky téměř vůbec nemají odběratele v rámci koncernu, maloobchodu a velkoobchodu, přestože několik podniků se vyjádřilo pozitivně i vůči těmto typům odběratelů.

Struktura zákazníků se nikterak výrazně neliší ani pokud rozdělíme podniky podle velikosti. Zákazníci mimo koncern zauímají nejvyšší podíl u podniků o velikosti 100–249 zaměstnanců (cca 66%), nepatrně méně u podniků o velikosti 50–99 zaměstnanců (64%) a na třetím místě to jsou podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců (56%), pokud pracujeme se součtem podílů v posledních třech kategoriích, tj. od 60% podílu daného typu zákazníka na tržbách výše. Podniky s 250 a více zaměstnanci mají ale více zákazníků v rámci koncernu (cca 22%) než podniky se 100–249 zaměstnanci (5,6%), zatímco u podniků s 50–99 zaměstnanci je tento podíl zanedbatelný – pouze 2,9%. Velikost podniku nemá pravděpodobně žádnou souvislost s orientací na zakázky financované z veřejných zdrojů. Rozdíl mezi respondenty prakticky neexistuje. Stejný závěr lze učinit u maloobchodu, naopak u velkoobchodu určité rozdíly existují. Tento typ zákazníka se objevuje nejvíce ve struktuře zákazníků u podniků o velikosti 50–99 zaměstnanců (26%), méně již u podniků o velikosti 100–249 zaměstnanců (22%) a nejméně u podniků o velikosti 250 a více zaměstnanců (necelých 16%), opětovně pokud počítáme s podílem tohoto typu zákazníka na tržbách nad 60%. Tyto rozdíly ovšem mohou souviset se strukturou podniků podle oboru činnosti a nemusí apriori souviset právě s velikostí.

Podle výsledků analýzy orientace na určitého odběratele nepoukázala na žádnou souvislost s právní formou podniku. Vyšší rozdíl byl zjištěn pouze u zakázek v rámci koncernu, a to u společností s ručením omezeným (12,7%), na rozdíl od akciových společností (5,4%). I v tomto případě bylo počítáno se součtem podílu tohoto typu zákazníka na tržbách nad 60%.

9.2.3. Charakteristika odpovědi – podíl „velkoobchodu“ na celkových tržbách

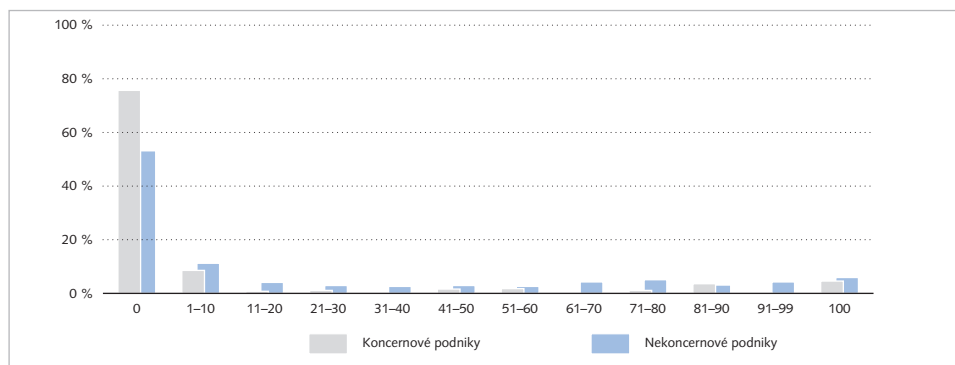
Tabulka č. 139: Podíl „velkoobchodu“ na celkových tržbách pro nekonzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	144	52,9	52,9
1–10	30	11,0	64,0
11–20	10	3,7	67,6
21–30	8	2,9	70,6
31–40	7	2,6	73,2
41–50	8	2,9	76,1
51–60	7	2,6	78,7
61–70	10	3,7	82,4
71–80	13	4,8	87,1
81–90	8	2,9	90,1
91–99	11	4,0	94,1
100	16	5,9	100,0

Tabulka č. 140: Podíl „velkoobchodu“ na celkových tržbách pro konzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	79	76,0	76,0
1–10	9	8,7	84,6
11–20	1	1,0	85,6
21–30	1	1,0	86,5
31–40	0	0,0	86,5
41–50	2	1,9	88,5
51–60	2	1,9	90,4
61–70	0	0,0	90,4
71–80	1	1,0	91,3
81–90	4	3,8	95,2
91–99	0	0,0	95,2
100	5	4,8	100,0

Graf č. 126: Podíl „velkoobchodu“ na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Odpověď na tuto otázku byla získána od 87 % respondentů celkem za koncernové a nekonzernové podniky. Jak ale vidíme z obou tabulek a grafů, více než polovina z nich (144 z nekonzernových a 79 z koncernových podniků) uvedla, že velkoobchod se na tržbách nepodílí vůbec. Také z dalších údajů je zřejmé, že velkoobchod je spíše méně častým odběratelem. Pouze pro 12 % podniků celkem tvoří tento typ odběratele více než 90 % podíl na tržbách.

Pouze 60 % podniků celkem z obou skupin se vyjádřilo k otázce minulého trendu, přičemž převážná většina z odpovědí (77,2 %) nezaznamenala žádnou změnu v podílu tohoto typu zákazníka. Na rozdíl od odhadu minulého vývoje 14,9 % respondentů předpokládá, že velkoobchod zaznamená v budoucím období růst. Nicméně převážná většina respondentů i v případě budoucího vývoje neočekává žádnou změnu.

9.2.4. Charakteristika odpovědi – podíl „maloobchodu“ na celkových tržbách

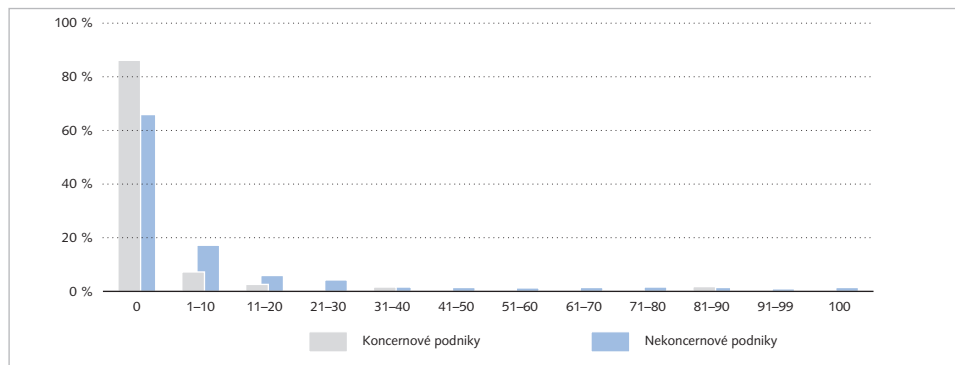
Tabulka č. 141: Podíl „maloobchodu“ na celkových tržbách pro nekonzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	178	65,4	65,4
1-10	45	16,5	82,0
11-20	15	5,5	87,5
21-30	11	4,0	91,5
31-40	5	1,8	93,4
41-50	3	1,1	94,5
51-60	2	0,7	95,2
61-70	3	1,1	96,3
71-80	3	1,1	97,4
81-90	3	1,1	98,5
91-99	1	0,4	98,9
100	3	1,1	100,0

Tabulka č. 142: Podíl „maloobchodu“ na celkových tržbách pro koncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	89	85,6	85,6
1–10	8	7,7	93,3
11–20	3	2,9	96,2
21–30	0	0,0	96,2
31–40	2	1,9	98,1
41–50	0	0,0	98,1
51–60	0	0,0	98,1
61–70	0	0,0	98,1
71–80	0	0,0	98,1
81–90	2	1,9	100,0
91–99	0	0,0	100,0
100	0	0,0	100,0

Graf č. 127: Podíl „maloobchodu“ na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

U maloobchodu byla dosažena stejná míra zodpovězení otázky jako u předchozího typu. Ovšem počet podniků celkem z uvedených odpovědí u této otázky, pro které maloobchod není odběratelem, je o něco vyšší – až 66%. Na opačném pólu, tedy maloobchod jako dominantní odběratel, se ve vzorku ocitlo také velmi málo podniků – pouze 2,1%. Při rozdělení odpovědí podle toho, zda podniky jsou či nejsou součástí koncernu je patrný velký rozdíl mezi podniky první a druhé skupiny. Maloobchod je mnohem častěji zastoupen u podniků nepatřících do koncernu. Ačkoliv až 178 podniků ze 302 z této skupiny celkem odpovědělo, že podíl tohoto typu odběratele na celkových tržbách je nulový, ostatní respondenti daného zákazníka ve svém portfoliu mají. Z celkového počtu podniků, které jsou součástí koncernu – 104 – pouze 15 dodává také maloobchodu, přičemž podíl je většinou velmi nízký (do 10% z celkových tržeb u 8 z daného počtu podniků).

U maloobchodu se v případě posouzení minulého trendu vyjádřilo ještě méně respondentů než u velkoobchodu – pouze 55,1% ze všech respondentů. I zde naprostá převaha zástupců podniků nezaznamenala žádnou změnu, nicméně podíl podniků, které evidují pokles tohoto typu zákazníka je o něco vyšší než u velkoobchodu (11,3%).

Ve srovnání s velkoobchodem jsou odpovědi za maloobchod velmi podobné, a to co do chybějících odpovědí i podílu podniků nepociťujících žádnou změnu v budoucnosti. O něco málo vyšší je počet odpovědí u předpokládaného poklesu.

9.2.5. Charakteristika odpovědi – podíl „zákazníků mimo koncern“ na celkových tržbách

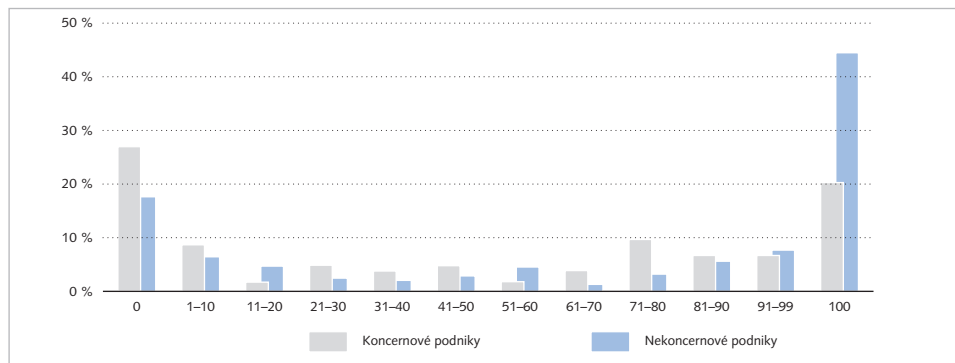
Tabulka č. 143: Podíl „zákazníků mimo koncern“ na celkových tržbách pro nekoncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	47	17,3	17,3
1–10	17	6,3	23,5
11–20	12	4,4	27,9
21–30	6	2,2	30,1
31–40	5	1,8	32,0
41–50	7	2,6	34,6
51–60	12	4,4	39,0
61–70	3	1,1	40,1
71–80	8	2,9	43,0
81–90	15	5,5	48,5
91–99	20	7,4	55,9
100	120	44,1	100,0

Tabulka č. 144: Podíl „zákazníků mimo koncern“ na celkových tržbách pro koncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	28	26,9	26,9
1–10	9	8,7	35,6
11–20	2	1,9	37,5
21–30	5	4,8	42,3
31–40	4	3,8	46,2
41–50	5	4,8	51,0
51–60	2	1,9	52,9
61–70	4	3,8	56,7
71–80	10	9,6	66,3
81–90	7	6,7	73,1
91–99	7	6,7	79,8
100	21	20,2	100,0

Graf č. 128: Podíl „zákazníků mimo koncern“ na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Jak již bylo uvedeno, zákazníci mimo koncern celkem bez rozdělení na podniky koncernové a nekoncernové tvoří skupinu, která se v portfoliu odběratelů respondentů objevuje nejvíce. I proto byla odpověď získána od více než 91% respondentů, přestože 16,5% z nich neobsluhuje takto charakterizovaný typ odběratele. Zjevným rozdílem ve srovnání s předchozími typy je také podíl podniků (46,4%), pro které zákazníci mimo koncern představují naprostou většinu.

Poměrně odlišné jsou získané podíly u sledovaného rozdělení na podniky, které jsou a které nejsou součástí koncernu. Zatímco u nekoncernových podniků podíl těchto podniků s podílem zákazníků mimo koncern tvořícím 100% představuje až 44%, u podniků koncernových pouze 20%. Zajímavé jsou získané podíly počtu podniků při nulovém zastoupení zákazníků mimo koncern na tržbách. U koncernových podniků je to pouze 27%, u nekoncernových až 17%.

Tato kategorie na rozdíl od předchozích zaznamenala relativně vysoké procento odpovědí také u uvádění minulého trendu. Ačkoliv i zde téměř 75% respondentů nepocítilo žádnou změnu v podílu tohoto typu zákazníka, až 17% se vyjádřilo ve smyslu zvýšeného podílu. Podobně pozitivně jako u předchozí kategorie se respondenti vyjadřují i ve prospěch růstu v budoucnosti u tohoto typu zákazníka. Až 23,1% podniků předpokládá, že podíl se zvýší a pouze nepatrné procento (2,9%) očekává pokles. Téměř tři čtvrtiny respondentů, podobně jako v předchozích případech, nepředpokládá žádnou změnu.

9.2.6. Charakteristika odpovědi – podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro další zpracování“ – na celkových tržbách

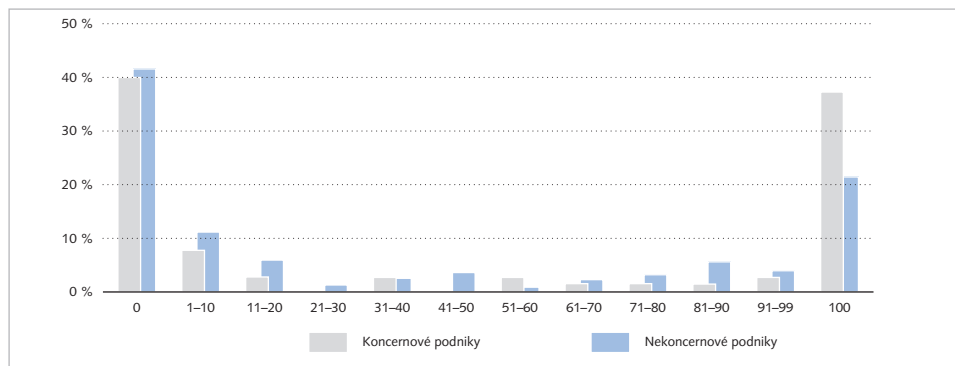
Tabulka č. 145: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro další zpracování“ – na celkových tržbách pro nekoncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	92	41,6	41,6
1–10	24	10,9	52,5
11–20	13	5,9	58,4
21–30	2	0,9	59,3
31–40	5	2,3	61,5
41–50	7	3,2	64,7
51–60	1	0,5	65,2
61–70	4	1,8	67,0
71–80	6	2,7	69,7
81–90	12	5,4	75,1
91–99	8	3,6	78,7
100	47	21,3	100,0

Tabulka č. 146: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro další zpracování“ – na celkových tržbách pro koncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	31	40,3	40,3
1–10	6	7,8	48,1
11–20	2	2,6	50,6
21–30	0	0,0	50,6
31–40	2	2,6	53,2
41–50	0	0,0	53,2
51–60	2	2,6	55,8
61–70	1	1,3	57,1
71–80	1	1,3	58,4
81–90	1	1,3	59,7
91–99	2	2,6	62,3
100	29	37,7	100,0

Graf č. 129: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro další zpracování“ – na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Míra zodpovězení otázky je nižší, pravděpodobně z důvodu neexistence tohoto typu dodávek. Prakticky jedna třetina podniků neobchoduje s dodávkami pro další zpracování. Vysoký je také podíl těch podniků, pro které je procento podílu takto orientovaných zakázek velmi nízké. Přesto necelá jedna třetina podniků ze získaných odpovědí celkem se vyslovila ve smyslu nadpolovičního podílu těchto zakázek v portfoliu. Rozvrstvení získaných dat podle výše podílu tohoto typu dodávek na celkových tržbách při zohlednění příslušnosti podniku mezi tzv. koncernové a nekoncernové podniky ukázalo, že se obě skupiny téměř neodlišují. Výjimku tvoří skupina 100% podíl na tržbách, kdy byly získány výrazněji rozdílné hodnoty. Zákazníkům mimo koncern dodává výlučně produkty pro další zpracování 37,7% koncernových podniků a 21,3% nekoncernových podniků.

Na otázku týkající se trendů velký počet respondentů neodpověděl (téměř 46%). I v tomto případě lze ale konstatovat, že podniky, které mají tento typ zakázek v portfoliu a odpověděly, považují minulý i budoucí trend většinou jako neměnný.

9.2.7. Charakteristika odpovědi – Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky dlouhodobého hmotného majetku“ na celkových tržbách

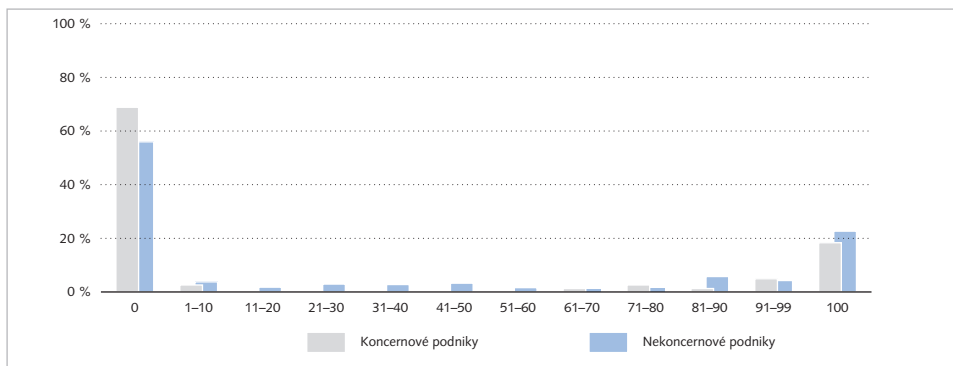
Tabulka č. 147: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky dlouhodobého hmotného majetku“ na celkových tržbách pro nekoncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	122	55,2	55,2
1–10	7	3,2	58,4
11–20	3	1,4	59,7
21–30	5	2,3	62,0
31–40	5	2,3	64,3
41–50	6	2,7	67,0
51–60	2	,9	67,9
61–70	1	,5	68,3
71–80	1	,5	68,8
81–90	12	5,4	74,2
91–99	8	3,6	77,8
100	49	22,2	100,0

Tabulka č. 148: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky dlouhodobého hmotného majetku“ na celkových tržbách pro koncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	53	68,8	68,8
1–10	2	2,6	71,4
11–20	0	0,0	71,4
21–30	0	0,0	71,4
31–40	0	0,0	71,4
41–50	0	0,0	71,4
51–60	0	0,0	71,4
61–70	1	1,3	72,7
71–80	2	2,6	75,3
81–90	1	1,3	76,6
91–99	4	5,2	81,8
100	14	18,2	100,0

Graf č. 130: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky dlouhodobého hmotného majetku“ – na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Podíl zodpovězených otázek činil 68%, z toho více než 50% podniků dlouhodobý hmotný majetek nevyrábí a nedodává, což koresponduje se strukturou podniků z hlediska oboru činnosti. 40% podniků z podniků, které nejsou součástí koncernu, nedodává tento typ dodávek ve srovnání s více než polovinou podniků, které jsou součástí koncernu. U 22,2% nekoncernových podniků tvoří dodávky dlouhodobého hmotného majetku 100% podíl na tržbách, oproti 18,2% koncernových podniků.

Na otázku týkající se trendů odpovědělo velmi málo respondentů (necelých 47%), a to vesměs ve prospěch stálosti.

9.2.8. Charakteristika odpovědi – podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro konečnou spotřebu“ na celkových tržbách

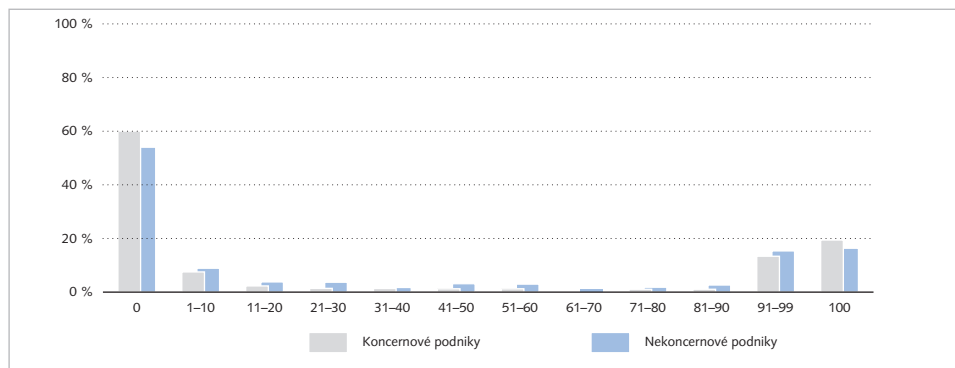
Tabulka č. 149: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro konečnou spotřebu“ na celkových tržbách pro nekoncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	120	54,3	54,3
1-10	19	8,6	62,9
11-20	8	3,6	66,5
21-30	7	3,2	69,7
31-40	3	1,4	71,0
41-50	6	2,7	73,8
51-60	6	2,7	76,5
61-70	1	0,5	76,9
71-80	4	1,8	78,7
81-90	6	2,7	81,4
91-99	5	2,3	83,7
100	36	16,3	100,0

Tabulka č. 150: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky pro konečnou spotřebu“ na celkových tržbách pro koncernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	47	61,0	61,0
1–10	6	7,8	68,8
11–20	2	2,6	71,4
21–30	1	1,3	72,7
31–40	1	1,3	74,0
41–50	1	1,3	75,3
51–60	1	1,3	76,6
61–70	0	0,0	76,6
71–80	1	1,3	77,9
81–90	1	1,3	79,2
91–99	1	1,3	80,5
100	15	19,5	100,0

Graf č. 131: Podíl „zákazníků mimo koncern – z toho dodávky konečnou spotřebu“ – na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Též u dodávek pro konečnou spotřebu se objevily podobné výsledky jako u předchozího případu. 61 % koncernových podniků nemá vůbec zastoupeny dodávky pro konečnou spotřebu oproti 54 % ze skupiny nekoncernových podniků. Ovšem mírně vyšší počet koncernových podniků (19,5 %) realizuje pouze tento typ dodávek oproti 16,3 % z řad podniků nekoncernových.

Opakovaně ani v tomto případě většina respondentů neuvdala v minulého trendu žádný podstatný růst anebo pokles. Ani pro budoucí trend většina respondentů neočekává žádné změny. Pokud ano, tak je častěji očekáván růst než pokles.

9.2.9. Charakteristika odpovědi – podíl „zákazníků v rámci koncernu“ na celkových tržbách

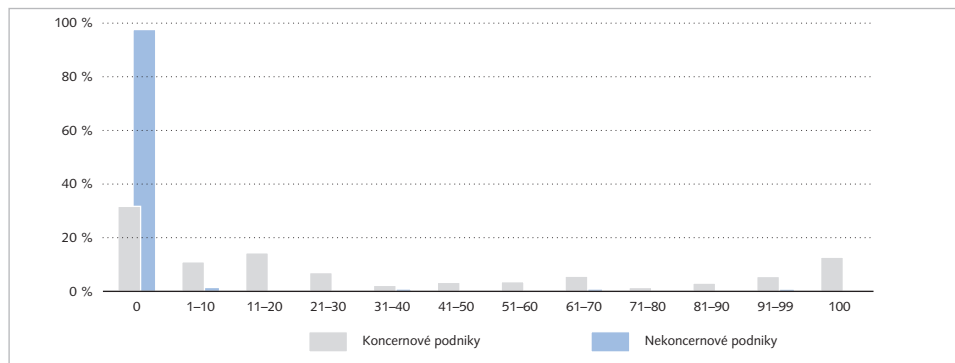
Tabulka č. 151: Podíl „zákazníků v rámci koncernu“ na celkových tržbách pro nekonzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	266	97,8	97,8
1–10	3	1,1	98,9
11–20	0	0,0	98,9
21–30	0	0,0	98,9
31–40	1	0,4	99,3
41–50	0	0,0	99,3
51–60	0	0,0	99,3
61–70	1	0,4	99,6
71–80	0	0,0	99,6
81–90	0	0,0	99,6
91–99	1	0,4	100,0
100	0	0,0	100,0

Tabulka č. 152: Podíl „zákazníků v rámci koncernu“ na celkových tržbách pro konzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	33	31,7	31,7
1–10	12	11,5	43,3
11–20	15	14,4	57,7
21–30	7	6,7	64,4
31–40	2	1,9	66,3
41–50	3	2,9	69,2
51–60	3	2,9	72,1
61–70	6	5,8	77,9
71–80	1	1,0	78,8
81–90	3	2,9	81,7
91–99	6	5,8	87,5
100	13	12,5	100,0

Graf č. 132: Podíl „zákazníků v rámci koncernu“ na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Pouze 6 podniků nepatřících do žádného koncernu uvedlo, že zákazníci v rámci koncernu představují určitý podíl na celkových tržbách. V tomto případě pravděpodobně došlo k nepochopení otázky a respondenti měli na mysli zákazníky, patřící do blíže nespecifikovaného koncernu. Podniky, které jsou součástí koncernu, mají ve svém portfoliu zákazníků tento typ zastoupen se značně různou velikostí podílu. Je tedy zřejmé, že struktura odběratelů této skupiny podniků je rozmanitější než u skupiny předchozí, přičemž více než 31 % z nich zákazníkům v rámci koncernu vůbec nedodává.

U otázky na minulý a budoucí trend neodpovědělo 56,7 % respondentů, pravděpodobně z řad těch, kteří tento typ zákazníků nemají. Získané odpovědi potvrzují stálost existující struktury zákazníků. Až na několik málo případů v minulosti nedošlo a v budoucnosti nedojde k žádným změnám ve sledovaných proporcích.

9.2.10. Charakteristika odpovědi – podíl „zakázek financovaných z veřejných zdrojů“ na celkových tržbách

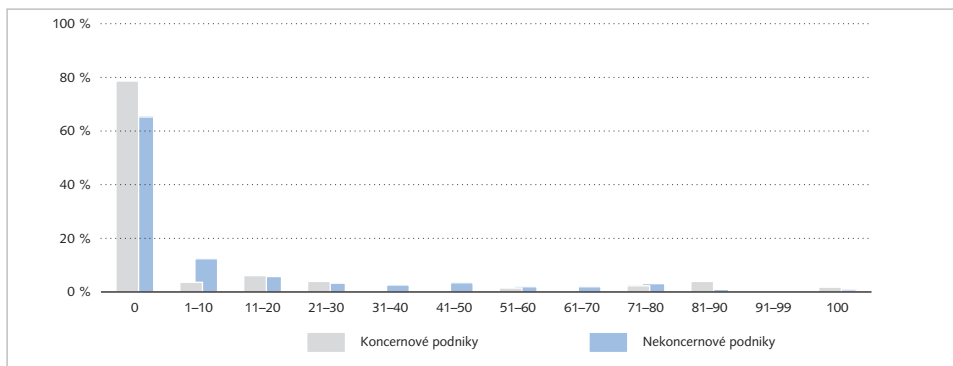
Tabulka č. 153: Podíl „zakázek financovaných z veřejných zdrojů“ na celkových tržbách pro nekonzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	145	65,6	65,6
1–10	27	12,2	77,8
11–20	12	5,4	83,3
21–30	7	3,2	86,4
31–40	5	2,3	88,7
41–50	7	3,2	91,9
51–60	4	1,8	93,7
61–70	4	1,8	95,5
71–80	7	3,2	98,6
81–90	2	0,9	99,5
91–99	0	0,0	99,5
100	1	0,5	100,0

Tabulka č. 154: Podíl „zakázek financovaných z veřejných zdrojů“ na celkových tržbách pro konzernové podniky

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	66	78,6	78,6
1–10	3	3,6	82,1
11–20	5	6,0	88,1
21–30	3	3,6	91,7
31–40	0	0,0	91,7
41–50	0	0,0	91,7
51–60	1	1,2	92,9
61–70	0	0,0	92,9
71–80	2	2,4	95,2
81–90	3	3,6	98,8
91–99	0	0,0	98,8
100	1	1,2	100,0

Graf č. 133: Podíl „zakázek financovaných z veřejných zdrojů“ na celkových tržbách v intervalech po 10 procentech



Komentář

Na otázku odpovědělo cca dvě třetiny podniků z celkového počtu. Většina z nich – 65,6% nekoncernových a 78,6% koncernových – žádné zakázky financované z veřejných zdrojů nemá.

V minulosti většina respondentů změnu podílu zakázek financovaných z veřejných zdrojů ve smyslu růstu nebo poklesu nezaznamenala. U těch respondentů, kteří určitý vývoj uvedli, je patrný spíše pokles než růst. Počet 23 podniků, které takto odpověděly, z celkového počtu 187 odpovědí, je ale velmi nízký pro přijetí nějakých obecnějších závěrů.

Ačkoliv by se dalo předpokládat, že vstup České republiky do Evropské unie a s tím i příliv finančních prostředků na financování z veřejných zdrojů poroste, u dotazovaných podniků se tato skutečnost nikterak výrazně neprojevila.

Z výše uvedených tabulek je zřejmé, že portfolio zákazníků je poměrně bohaté a jen poměrně málo podniků se orientuje výlučně na jeden typ. Jeden typ odběratele má v portfolio konkrétně: 24 podniků, které dodávají pouze velkoobchodu, 3 podniky dodávající pouze maloobchodu, 147 podniků dodává pouze zákazníkům mimo koncern a 13 podniků dodává výlučně odběratelům v rámci vlastního koncernu. Pro 2 podniky představují zakázky financované z veřejných zdrojů 100% podíl na tržbách. Naproti tomu 216 podniků z 390 velkoobchod v portfolio nemá, 250 z 377 nemá žádného odběratele z maloobchodu, 65 podniků z 395 nemá zákazníky mimo koncern, 265 z 351 nemá zákazníky v rámci koncernu, a 211 z 309 vůbec nemá zakázky financované z veřejných zdrojů.

9.3. Míra stability odběratelů

9.3.1. Charakteristika otázky

B4.3 Uveďte míru stability odběratelů.

Kromě trendů ve struktuře zákazníků podle typu odběratelů byla zjišťována také míra fluktuace, věrnosti resp. stability zákazníků – také v tomto případě v rozdělení podle typů odběratelů. Zde ovšem nebyla sledována struktura tak detailně jako v předchozí otázce. Respondenti byli požádáni o vyjádření se ke 4 základním typům odběratelů: velkoobchod (x146), maloobchod (x147), zákazníci mimo koncern (x148) a zákazníci v rámci koncernu (x149). U zákazníků v rámci koncernu nebylo rozlišováno, zda jde o zákazníky v rámci koncernu, k němuž patří také podniky ze

zkoumaného vzorku anebo tuto možnost uváděly taktéž podniky, které nejsou součástí žádného koncernu, nicméně jejich zákazníci ano.

I u této otázky byla respondentům nabídnuta třístupňová škála pro posouzení trendu minulého i trendu budoucího a charakter škály – pětistupňové – měla také otázka zjišťující stávající situaci, kde 1 označovala nízkou stabilitu daného typu odběratele, tj. odběratelé neustále se měnící, se vztahy spíše epizodickými a 5 vysokou stabilitu s dlouhodobými vztahy.

9.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 155: **Centrální tendence odpovědí na otázky x146b až x149b**

	x146b Velkoobchod	x147b Maloobchod	x148b Zákazníci mimo koncern	x149b Zákazníci v rámci koncernu
Průměr	3,75	3,09	3,78	4,11
Medián	4,00	3,00	4,00	4,00
Modus	4,00	3,00	4,00	5,00
Sm. odchylka	0,95	1,02	0,93	0,96
Celkem odpovědí	189	137	335	105
Chybějící odpovědi	244	296	98	328

Komentář

Také u této otázky byla míra zodpovězení velmi kolísavá – od 24 % u zákazníků v rámci koncernu až po 77 % u zákazníků mimo koncern. Pravděpodobně i zde se respondenti vyjadřovali pouze k těm typům zákazníků, které mají ve svém portfoliu.

Z předchozí tabulky (Tabulka č. 150) vyplývá, že největší stabilitu vykazují zákazníci v rámci koncernu s průměrnou hodnotou 4,1 – navíc souhlasně se k této míře stability vyjádřil taktéž nejvyšší podíl respondentů – téměř 43 % ze získaných odpovědí u tohoto typu zákazníka. Prakticky stejný počet podniků se vyjádřil ke stabilitě svých zákazníků mimo koncern, kdy z 5-stupňové škály udělil známku 4 – spíše vysoká stabilita. Průměrná hodnota je 3,78. Taktéž velká část těch podniků (38,5 %), jenž mají ve svém portfoliu zákazníky z velkoobchodu, považuje jejich fluktuaci za velmi nízkou – opětovně uvedla hodnotu 4 – spíše vysoká stabilita. Průměrná hodnota u tohoto typu zákazníků je jenom nepatrně nižší než u zákazníků mimo koncern, tj. 3,75. Maloobchod je považován respondenty za nejvíce fluktuujícího odběratele – téměř 27 % respondentů se zákazníky tohoto typu uvedlo míru stability jako nízkou nebo 2 spíše nízkou, kdy průměrná hodnota je 3 – střední stabilita. U velkoobchodu jako typu odběratelů očekává v budoucím období o 10 % více podniků stálost stability. U zákazníků mimo koncern a maloobchodu očekávají podniky růst stability o cca 10 %.

Při členění dle oborové struktury na zpracovatelský průmysl a stavebnictví zjišťujeme, že kromě maloobchodu, kde je stabilita stejná u zpracovatelského průmyslu i stavebnictví, je u ostatních typů odběratelů stabilita vyšší u zpracovatelského průmyslu. Konkrétně jde o tyto poměry (měřeno podílem respondentů, kteří uvedli u daného typu odběratele hodnotu stability spíše vysoká nebo vysoká) – první číslo označuje zpracovatelský průmysl, druhé stavebnictví: velkoobchod 65:45, zákazníci mimo koncern 68:54, zákazníci v rámci koncernu 79:57.

Pokud porovnáváme velikost podniku a míru stability jednotlivých typů odběratelů získáváme zajímavé výsledky. Podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců se u kritéria stabilita jednotlivých typů zákazníků pohybují „uprostřed“. Podniky o velikosti 250 a více mají prvenství ve stabilitě

zákazníků v rámci koncernu – až 80,8 procenta respondentů uvádějících tento typ zákazníků a z této velikostní kategorie uvedlo hodnotu spíše vysoká a vysoká. Podniky o velikosti 100–249 uvádějí nejvyšším počtem respondentů (63,4%) vysokou stabilitu (hodnota spíše vysoká a vysoká) ve vztahu k velkoobchodu. Podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců co do počtu respondentů (69,5%) uvádí nejvíce také vysokou stabilitu zákazníků mimo koncern. Nejvíce podniků uvádějících vysokou stabilitu odběratelů z maloobchodu zákazníků je z řad podniků o velikosti 100–249 zaměstnanců (36,5%).

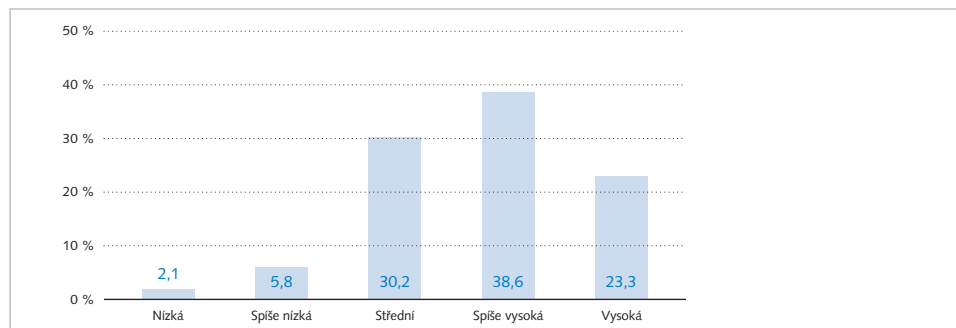
Společnosti s ručením omezeným vykazují vyšší stabilitu všech typů zákazníků než akciové společnosti. Největší rozdíl v podílu podniků uvádějících hodnotu spíše vysoká a vysoká stabilita z obou skupin podle právní formy je u zákazníků v rámci koncernu (82,5% společností s ručením omezeným, 68,7% akciových společností) a u maloobchodu (4,2% společností s ručením omezeným, 27,5% akciových společností). Nejmenší rozdíl je naproti tomu u velkoobchodu (63,4% společností s ručením omezeným, 60,2% akciových společností).

9.3.3. Charakteristika odpovědi – míra stability odběratelů – velkoobchod

Tabulka č. 156: Míra stability odběratelů – velkoobchod

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	4	2,1	2,1
Spíše nízká	11	5,8	7,9
Střední	57	30,2	38,1
Spíše vysoká	73	38,6	76,7
Vysoká	44	23,3	100,0

Graf č. 134: Míra stability odběratelů – velkoobchod. Četnost odpovědí v procentech



Komentář

Jak již bylo řečeno výše, odběratelé z oblasti velkoobchodu jsou hodnoceni jako relativně stálí, hodnoty nízká a spíše nízká stabilita uvedl jen malý počet respondentů. Jedna třetina respondentů považuje stabilitu za střední.

K otázce trendu se vyjádřilo pouze cca 43% respondentů. Ačkoliv převážná část nepocitovala žádnou změnu ve stabilitě odběratelů z oblasti velkoobchodu v minulosti, procento 9,3 označující růst stability, není až tak zanedbatelné. Bohužel neznáme důvod růstu stability těchto odběratelů.

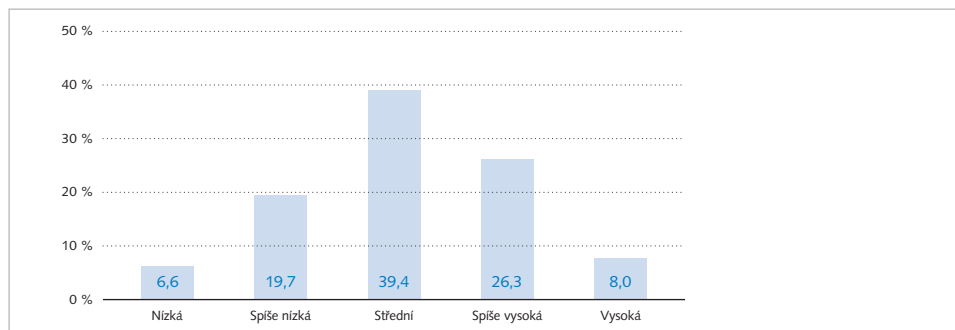
U hodnocení budoucího trendu je těch respondentů, kteří předpokládají určitou změnu, velmi málo. Pokud je změna předpokládána, jde spíše o růst stability než o pokles.

9.3.4. Charakteristika odpovědí – míra stability odběratelů – maloobchod

Tabulka č. 157: Míra stability odběratelů – maloobchod

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nizká	9	6,6	6,6
Spíše nízká	27	19,7	26,3
Střední	54	39,4	65,7
Spíše vysoká	36	26,3	92,0
Vysoká	11	8,0	100,0

Graf č. 135: Míra stability odběratelů – maloobchod



Komentář

Maloobchod byl již výše hodnocen jako typ odběratele s nejvyšší fluktuací, což je detailněji vidět z předchozí tabulky (Tabulka č. 152). Více než jedna čtvrtina ze získaných odpovědí ho označila za odběratele s nízkou, resp. spíše nízkou stabilitou, skoro 40 % respondentů uvedlo střední stabilitu a méně než jedna čtvrtina jako odběratele s vysokou, resp. spíše vysokou stabilitou.

U hodnocení vývojových trendů byl počet chybějících odpovědí vysoký (67,6 %). Z odpovědí je patrné, že velmi málo podniků uvádělo v minulosti změnu stability. Pokud ano, tak spíše ve prospěch poklesu.

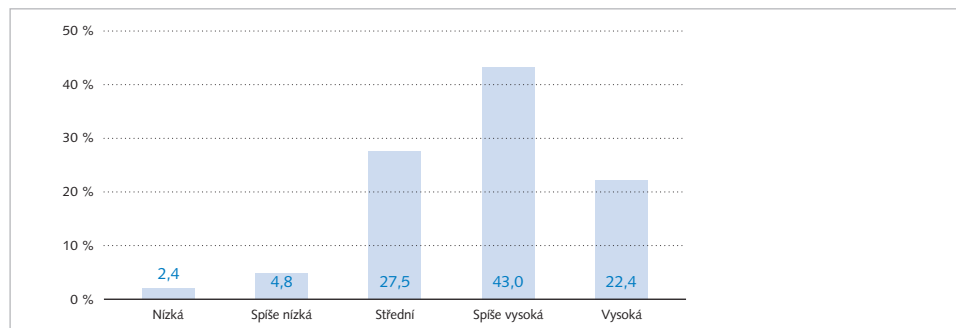
Velmi podobné jako u minulého trendu je posouzení trendu budoucího. Jediným rozdílem je poněkud vyšší počet respondentů vyslovujících se ve prospěch růstu stability.

9.3.5. Charakteristika odpovědí – míra stability odběratelů – zákazníci mimo koncern

Tabulka č. 158: Míra stability odběratelů – zákazníci mimo koncern

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	8	2,4	2,4
Spíše nízká	16	4,8	7,2
Střední	92	27,5	34,6
Spíše vysoká	144	43,0	77,6
Vysoká	75	22,4	100,0

Graf č. 136: Míra stability odběratelů – zákazníci mimo koncern



Komentář

Více než 65 % respondentů uvedlo, že zákazníci mimo koncern považuje za stabilní, resp. spíše stabilní. Více než jedna čtvrtina je hodnotí jako středně stabilní a pouze něco málo přes 7 % hodnotí stabilitu těchto zákazníků jako nízkou, resp. spíše nízkou. V daném případě bylo získáno také značné procento odpovědí, čímž výsledky nabývají na významu. Toto hodnocení nerozlišuje, zda jde o odpověď podniků, jenž jsou součástí koncernu anebo podniků, které součástí koncernu nejsou.

Odlíšné než v předchozích případech je hodnocení minulého trendu, a to v relativně vysokém počtu podniků, které v minulosti zaznamenaly růst stability. Jde o 70 podniků, tj. 22,1 % ze získaných odpovědí. Téměř 70 % podniků však nezaznamenalo žádnou změnu.

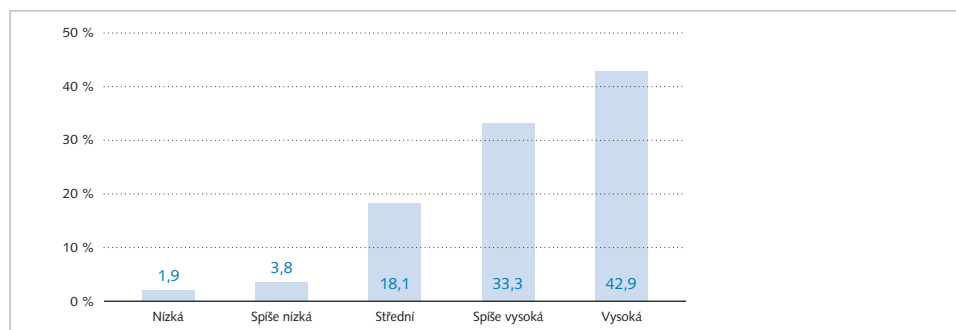
Pokud jsme se vyjádřili optimisticky při hodnocení minulého trendu v růstu stability tohoto typu zákazníka, u budoucího trendu je prostor pro optimismus ještě vyšší. Až 31,3 % podniků očekává, že tito zákazníci budou stabilnější než v předchozích letech a pouze 3,4 % má zato, že nastane pokles.

9.3.6. Charakteristika odpovědí – míra stability odběratelů – zákazníci v rámci koncernu

Tabulka č. 159: Míra stability odběratelů – zákazníci v rámci koncernu

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nizká	2	1,9	1,9
Spíše nízká	4	3,8	5,7
Střední	19	18,1	23,8
Spíše vysoká	35	33,3	57,1
Vysoká	45	42,9	100,0

Graf č. 137: Míra stability odběratelů – zákazníci v rámci koncernu



Komentář

Zákazníci v rámci koncernu jsou nejvíce stálým typem odběratele ze všech zkoumaných. Počet získaných odpovědí byl nízký, pouze 24,3 % ze všech respondentů. Také u této odpovědi jde o výsledek za soubor podniků celkem, tedy bez rozdělení na skupinu podniků patřících do koncernu a podniků do koncernu nepatřících.

Při zkoumání trendů převažuje nulový vývoj stability v minulosti. Převážná většina podniků nepředpokládá žádnou změnu ve stabilitě ani v budoucnosti. Pokud ano, jde o růstovou tendenci. Upozornit je třeba na velmi malý počet podniků, které na tuto otázku odpověděly.

9.4. Teritoriální struktura odběratelů podle procentuálního podílu na tržbách

9.4.1. Charakteristika otázky

B4.4 Z jakých teritorií jsou zákazníci Vašeho podniku?

Jednotlivá teritoria byla vymezena takto: region (do cca 50 km od sídla, resp. příslušné provozovny podniku) (x150), ostatní tuzemsko (x151), zahraničí celkem (x152) a dále x153 až x157, kdy byli respondenti požádáni o rozdělení podílu na tržbách realizovaných v zahraničí celkem na jednotlivé země, resp. teritoria. Respondenti tak mohli uvést 4 země/teritoria (dle číselníku zemí/teritorií), kde je realizována převážná část tržeb. Pátá položka sloužila pro případné další země/teritoria celkem.

Podobně jako u otázky B4.2. byly získané odpovědi týkající se stávající situace seskupeny do dvanácti skupin.

9.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 160: **Centrálních tendence odpovědí na otázku x150b až x152b**

	x150b Region	x151b Ostatní tuzemsko	X150b + x151b Region + ostatní tuzemsko	x152b Zahraničí celkem
Průměr	25,44	37,84	63,28	36,72
Medián	10,00	30,00	70,00	25,00
Modus	0,00	0,00	100,00	0,00
Sm. odchylka	32,42	29,91	35,21	35,21
Celkem odpovědí	399	399	399	399
Chybějící odpovědi	34	34	34	34

Komentář

U otázky zkoumající teritoriální strukturu zákazníků byla dosažena vysoká míra zodpovězenosti v prvních třech dílčích otázkách. Z Tabulky č. 155 vyplývá, že průměrný podíl na tržbách je nejvyšší u „ostatního tuzemska“, o málo nižší je průměrný podíl na tržbách u zákazníků ze zahraničí celkem a nejnižší je podíl na tržbách u zákazníků z regionu.

Průměrný procentuální podíl zákazníků z regionu na celkových tržbách podniku činí 25,4 % s relativně středně velkou směrodatnou odchylkou.

Respondenti uvedli průměrný procentuální podíl zákazníků z ostatního tuzemska na celkových tržbách ve výši 37,8 %. Směrodatná odchylka je o něco menší než v předchozím případě.

Průměrný podíl zahraničních zákazníků na celkových tržbách je 36,7 % a opětovně i zde velikost směrodatné odchylky ukazuje na relativně velký rozptyl uváděných hodnot.

Více než 30 % respondentů nemá žádné zákazníky v regionu, 12 % nemá zákazníky v ostatním tuzemsku a téměř 24 % neobchoduje se zákazníky v zahraničí. Necelá jedna čtvrtina respondentů se orientuje téměř anebo výhradně na zahraniční zákazníky (22,6 %), naopak něco více než jedna čtvrtina se téměř anebo výhradně orientuje na domácí trh (29,1 %). Ostatní podniky mají v portfoliu zákazníky ze všech teritorií v různém poměru.

Respondenti uvedli 27 různých zemí a dále seskupení zemí v podobě: „Evropa, Západní Evropa, Střední Evropa, Skandinávie. Nejčastěji uváděnou zemí je Německo (20,6 % respondentů – z platných odpovědí, tj. 89 podniků), druhou nejčastěji uváděnou zemí je Slovensko (11,8 %), procentuální podíly četností u ostatních zemí se pohybují od 0,1 do 5,1 %).

Poměrně výrazné rozdíly nalezneme, pokud porovnááme teritoriální zaměření podniků a příslušnost k oboru činnosti. U regionálních zákazníků jsou to podniky stavebnictví, které častěji uvedly podíl na tržbách od 91 do 100 % včetně. Naopak až 31 % podniků ze zpracovatelského průmyslu uvedlo, že nemají ve svém portfoliu regionální zákazníky. U zákazníků z ostatního tuzemska je rozložení komplexnější a rozdíly mezi oběma skupinami oboru činností nejsou tak velké. Naproti tomu největší rozdíly jsou u orientace na zákazníky v zahraničí celkem – až 70,2 % podniků ve stavebnictví uvedlo, že nemá žádné zákazníky v zahraničí a žádný podnik z této skupiny nemá podíl tohoto typu zákazníka nad 50 %. Jinými slovy, pouze necelá jedna třetina stavebních podniků uvedla, že podíl zákazníků ze zahraničí se pohybuje mezi 1 až 30 % na tržbách. Naopak až 27,7 % respondentů ze zpracovatelského průmyslu uvedlo, že tento typ zákazníka představuje významný podíl na tržbách (tj. nad 70 %) i když je nutné dodat, že podobné procento – 30,8 % – uvedlo, že podíl se pohybuje mezi 10 až 40 %.

Komparace teritoriální orientace podniků v prodeji ukazuje na určitou tendenci, resp. závislost mezi velikostí podniku a mírou angažovanosti v zahraničí. Nejvyšší podíl zákazníků v zahraničí uvedly podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců, zatímco podniky o velikosti 50–99 zaměstnanců mají svoje zákazníky především v regionu. Anebo naopak: Až 42 % podniků o velikosti 250 a více zaměstnanců uvedlo, že nemá žádné zákazníky v regionu a více než jedna polovina (50,6 %) z této velikostní kategorie uvedla, že se neorientuje na domácí trh. Naproti tomu 36,6 % podniků o velikosti 50–99 zaměstnanců uvedla, že se orientuje zejména na domácí trh (s podílem na tržbách více než 70 %). Podniky o velikosti 100–249 nemají vyhraněnou orientaci. Lze říct, že rovnoměrně pokrývají jak trh regionální, tak i ostatní tuzemsko a zahraničí.

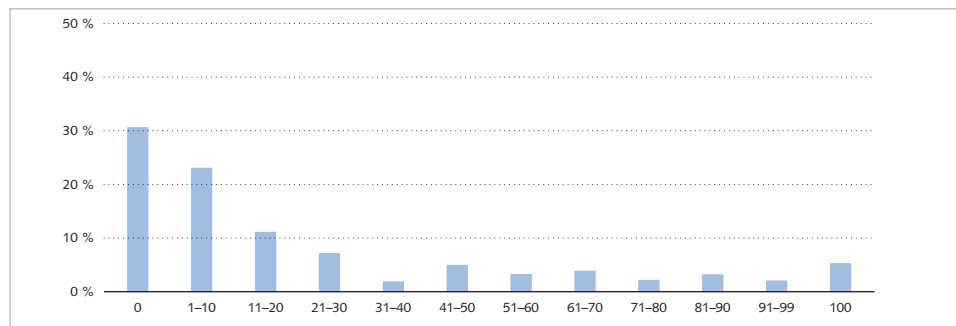
Analýza teritoriální orientace zákazníků a právní formy nepoukázala na téměř žádné rozdíly kromě toho, že akciové společnosti se orientují o něco málo méně na tuzemský trh než společnosti s ručením omezeným. Jinak lze konstatovat, že u obou právních forem bylo rozložení odpovědí v jednotlivých kategoriích co do podílu tržeb u daných tří typů teritorií relativně rovnoměrně zastoupené, tj. akciové společnosti se orientují na zákazníky podle teritoria stejným způsobem jako společnosti s ručením omezeným.

9.4.3. Charakteristika odpovědí – podíl zákazníků z regionu na celkových tržbách

Tabulka č. 161: Teritoriální orientace u odběratelů – region

Podíl na celkových tržbách v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	122	30,7	30,7
1–10	92	23,1	53,8
11–20	45	11,3	65,1
21–30	30	7,5	72,6
31–40	8	2,0	74,6
41–50	20	5,0	79,6
51–60	13	3,3	82,9
61–70	16	4,0	86,9
71–80	9	2,3	89,2
81–90	13	3,3	92,5
91–99	9	2,3	94,7
100	21	5,3	100,0

Graf č. 138: Teritoriální orientace u odběratelů – region



Komentář

Tabulka č. 156 nám ukazuje na zajímavé rozdělení podniků podle podílu zákazníků z regionu na celkových tržbách. Přibližně stejně jsou zastoupeny podniky s nulovým až maximálně 10% podílem a potom podniky s podílem od 10 do 50%, přičemž pro téměř 54% podniků se zákazníci z regionu podílí na celkových tržbách s maximálně 10%. Toto lze zkonstatovat také o další skupině – cca 50 podniků ze vzorku má ve svém portfoliu buď od 71% až do 100% zákazníků z regionu.

Také u této otázky sledující minulý trend je převaha odpovědí soustředěna v odpovědi „stejně“. Poměrně velký počet podniků ale zaznamenal růst zákazníků z regionu – 41 podniků, tj. 14,4%. Podobný výrok lze ovšem uvést i u poklesu – 9,5 z respondentů uvádějících odpověď u minulého trendu a tohoto typu zákazníka.

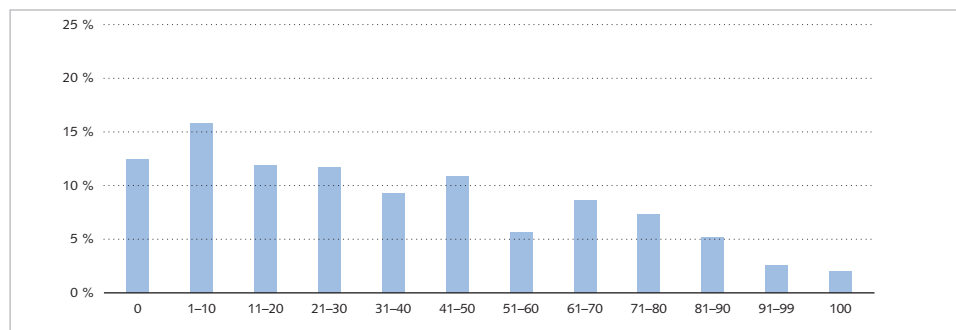
I u odhadu budoucího trendu se relativně větší počty respondentů vyjádřily jak pro růst, tak i pro pokles tohoto typu zákazníka, přestože téměř tři čtvrtiny předpokládají zachování stávající situace.

9.4.4. Charakteristika odpovědí – podíl zákazníků „ostatní tuzemsko“ na celkových tržbách

Tabulka č. 162: Teritoriální orientace u odběratelů – ostatní tuzemsko

Podíl na celkových tržbách v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	48	12,0	12,0
1–10	61	15,3	27,3
11–20	46	11,5	38,8
21–30	45	11,3	50,1
31–40	36	9,0	59,1
41–50	42	10,5	69,7
51–60	22	5,5	75,2
61–70	33	8,3	83,5
71–80	28	7,0	90,5
81–90	20	5,0	95,5
91–99	10	2,5	98,0
100	8	2,0	100,0

Graf č. 139: Teritoriální orientace u odběratelů – ostatní tuzemsko



Komentář

Pro většinu podniků – přestože ne ani jednu polovinu – představují ostatní tuzemští zákazníci podíl na tržbách v rozmezí od 11 do 50%. Nejvíce je co do počtu v jednotlivých podílech na tržbách zastoupena skupina nemající tyto zákazníky vůbec a velmi málo, tj. do 10%. Odpovědi jsou ale rozděleny poměrně pravidelně pro každou kategorii podílu na tržbách s poněkud menším počtem podniků s nejvyššími podíly tohoto typu zákazníka na tržbách (skupina 91–99% a 100%).

Také v tomto případě se objevuje poměrně velký počet podniků, které zaznamenaly jak pokles, tak i růst zákazníků z ostatního tuzemska. Podíl podniků neevoluujících žádnou změnu již tak velký není.

Podniky projevily velký optimismus při uvádění očekávaného růstu podílu zákazníků z ostatního tuzemska na celkových tržbách – až 26,5 z celkového počtu získaných odpovědí vidí situaci tímto způsobem. Nicméně i zde je také počet pesimistů relativně vysoký – 52 z 332 získaných odpovědí označuje očekávaný pokles.

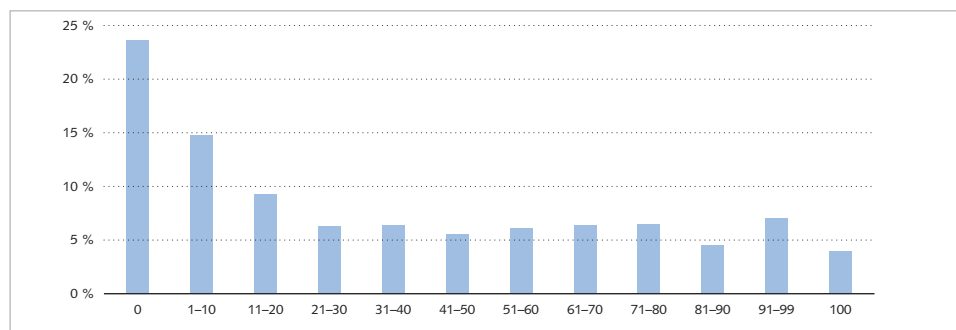
Budoucí růst podílu zákazníků z ostatního tuzemska na celkových tržbách předpokládá 26,5 % respondentů, naopak pokles 15,7 %.

9.4.5. Charakteristika odpovědí – podíl zákazníků „zahraničí“ celkem na celkových tržbách

Tabulka č. 163: Teritoriální orientace u odběratelů – zahraničí celkem.

Podíl na celkových tržbách v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	94	23,6	23,6
1–10	59	14,8	38,3
11–20	37	9,3	47,6
21–30	25	6,3	53,9
31–40	25	6,3	60,2
41–50	22	5,5	65,7
51–60	24	6,0	71,7
61–70	25	6,3	77,9
71–80	26	6,5	84,5
81–90	18	4,5	89,0
91–99	28	7,0	96,0
100	16	4,0	100,0

Graf č. 140: Teritoriální orientace u odběratelů – zahraničí celkem



Komentář

Rozdělení podniků je poměrně zajímavé. 40% podniků vykazuje podíl zahraničních zákazníků na celkových tržbách do 10%. V každé ze zbývajících deseti skupinách je procentuální podíl zde začleněných podniků dosti podobný, pohybuje se od 9,3% do 4%.

V případě hodnocení minulého trendu je nutné zdůraznit neobvykle vysoký počet podniků, které uvedly růst podílu zahraničních zákazníků (39,4%). Ve srovnání se zákazníky z regionu a ostatního tuzemska uvedl v tomto případě mnohem nižší počet respondentů, že nezaznamenali žádnou změnu, a to pouze necelá polovina respondentů.

Růst podílu zákazníků v zahraničí zaznamenaný v minulém období podnítil respondenty k ještě většímu optimismu co se týká budoucího vývoje. 51,6 % respondentů předpokládá, že v portfoliu zákazníků budou mít zahraniční subjekty ještě významnější podíl než v současnosti. Dané procento vyznívá o to výrazněji, pokud ho srovnáme s velmi malým počtem respondentů předpokládajících pokles.

9.5. Specifičnost produktů

9.5.1. Charakteristika otázky

B4.5 Uveďte specifičnost produktů Vašeho podniku.

Míra specifičnosti produktů byla sledována prostřednictvím veličiny procentuální podíl na tržbách a jako možné odpovědi byly respondentům nabídnuty kategorie: velmi specifické produkty (individualizované – „šité na míru“ (x158), spíše specifické produkty (x159), spíše standardizované produkty (x160) až velmi standardizované produkty (bez problémů nahraditelné produkty konkurentů) (x161). Předmětem zájmu bylo i postižení minulého i budoucího trendu – i zde na tříbodové škále, kdy respondenti měli uvést, zda specifičnost v uplynulých/budoucích cca pěti letech: klesala/bude klesat – zůstávala stejná/zůstane stejná – rostla/bude růst.

Za účelem podchycení a vyhodnocení odpovědí bylo vytvořeno sedm skupin podílu výrobků dané kategorie specifičnosti na tržbách. První skupina zastupuje nulový podíl na tržbách, dalších pět skupin je rozděleno po 20 % a poslední skupinu zastupuje 100 % podíl na tržbách.

9.5.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 164: **Centrální tendence odpovědí na otázky x158 až x161**

	x158 Velmi specifické produkty	x159 Spíše specifické produkty	x160 Spíše standardizované produkty	x161 Velmi standardizované produkty
Průměr	40,29	20,82	23,69	15,20
Medián	10,00	0,00	0,00	0,00
Modus	0,00	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	43,64	32,12	35,42	30,06
Celkem odpovědi	411	411	411	411
Chybějící odpovědi	22	22	22	22

Komentář

Na otázku odpovědělo téměř 97 % dotázaných respondentů. To umožňuje formulovat závěry obecnějšího charakteru.

Průměrný podíl na tržbách velmi specifických produktů je poměrně vysoký – 40,3 % – nicméně i s relativně vysokou směrodatnou odchylkou (téměř 44 %). U spíše specifických produktů je průměrné procento podstatně nižší (20,82). Takovýto typ produktů se tedy podílí v průměru pouze 20 % na celkových tržbách. Směrodatná odchylka ovšem naměřené jednotlivé hodnoty poněkud odchyluje od průměru. O něco málo vyšší je průměrný podíl produktů označených jako spíše standardizované. Podobně tak je vyšší i směrodatná odchylka. Nejmenší průměrný podíl na

tržbách představují velmi standardizované produkty (15,2%), rovněž s poměrně velkou směrodatnou odchylkou.

Více než 72% podniků uvedlo, že nerealizuje „velmi standardizované produkty“. Více než polovina respondentů uvedla, že ve svém portfoliu nemá ani „spíše standardizované produkty“, ani „spíše specifické produkty“. Ve zkoumaném vzorku jsou podniky, které realizují pouze „velmi specifické produkty“ a naopak podniky, které realizují pouze „velmi standardizované produkty“.

Poněkud neočekávané výsledky byly získány při analýze vztahu mezi příslušností podniků do jedné ze dvou skupin podle hrubé strukturalizace oboru činnosti a míry specifčnosti produktů. Očekávání bylo zacíleno na stavební podniky, kdy se předpokládala vyšší míra než u podniků zpracovatelského průmyslu celkem. Zatímco u velmi standardních produktů jsou výsledky u obou skupin velmi podobné, u spíše a velmi specifických produktů jsou rozdíly v neprospěch podniků ze stavebnictví poměrně vysoké

Výsledky analýzy vztahu mezi velikostí podniku a strukturou produktů podle míry specifčnosti nepřinesly žádné markantní rozdíly. Jedinými ne příliš výraznými výjimkami byla skupina „spíše standardizovaných produktů“, kdy případy, kde se jedná o 100% podíl těchto produktů na celkových tržbách jsou četnější u velkých podniků (s 250 a více zaměstnanci) než u podniků zbývajících dvou velikostních kategorií. Dále pak případy, kdy podnik realizuje pouze „spíše specifické produkty“ jsou nejčetnější u malých podniků (s 50–99 zaměstnanci), přičemž s velikostí podniku tato četnost klesá.

Společnosti s ručením omezeným o něco častěji produkují velmi specifické produkty než akciové společnosti. Tato orientace se projevila samozřejmě i opačně: více společností s ručením omezeným (76,3%) než společností akciových (66,8%) má ve svém sortimentu nulový podíl velmi standardních produktů.

Při porovnávání zatřídění podniků podle oboru činnosti a vývoje míry specifčnosti produktů v minulých pěti letech se ukázalo, že u podniků zpracovatelského průmyslu míra rostla u více podniků (32,7%) než u podniků ve stavebnictví (22,8%).

Vyhodnocování velikosti podniku a vnímání změny míry specifčnosti produktů sebou přinesl pouze jeden zajímavý a odlišný výsledek: Žádný z velkých podniků (s 250 a více zaměstnanci) ve stavebnictví nezaznamenal pokles v míře specifčnosti. Je ale pravdou, že i podíl podniků obou dalších velikostních kategorií, kde došlo k poklesu v míře specifčnosti se blížil nule – v obou případech 2,4%.

Právní forma neměla žádnou souvislost s minulým vývojem míry specifčnosti. Podobný závěr lze formulovat také pro odhad budoucího trendu.

Rozdíly v četnostech (resp. podílech podniků) při analýze vztahu oboru činnosti a velikost podniku a odhad trendu míry specifčnosti produktů v budoucích pěti letech se ve druhém případě neobjevily prakticky vůbec. V prvním případě – tedy při zohlednění zatřídění podle oboru činnosti – hrubá struktura – se podniky v obou skupinách chovaly výrazněji odlišně. Pokles nepředpokládá žádný podnik ze stavebnictví, růst ale předpovídá až 37% podniků ze zpracovatelského průmyslu na rozdíl od 25,3% podniků ze stavebnictví.

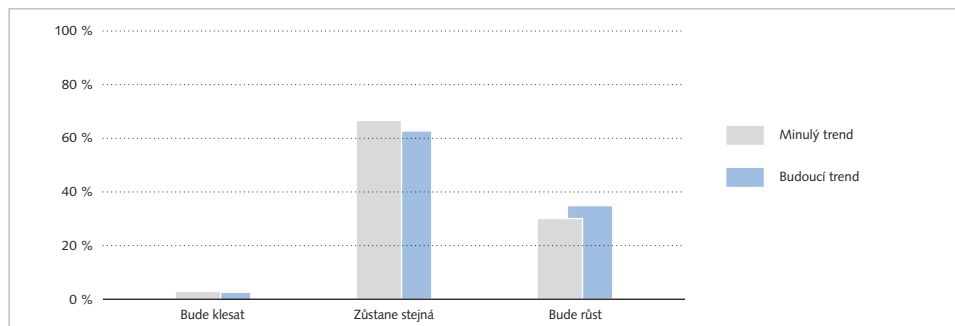
Tabulka č. 165: Trend vývoje míry specifičnosti produktů v uplynulých 5 letech

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Klesala	8	1,9	1,9
Zůstávala stejná	279	67,2	69,2
Rostla	128	30,8	100,0
Celkem	415	100,0	

Tabulka č. 166: Trend vývoje specifičnosti produktů v budoucích 5 letech

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Bude klesat	7	1,7	1,7
Zůstane stejná	263	63,2	64,9
Bude růst	146	35,1	100,0
Celkem	416	100,0	

Graf č. 141: Trend vývoje míry specifičnosti produktů v minulém a budoucím období



Výsledky ukazují na výrazný růst míry specifičnosti produktů v minulém období. 30,8% respondentů uvedlo, že podíl produktů, které jejich podniky vytváří, se mění ve prospěch specifičnosti. Pokud tento údaj porovnáme s průměrným podílem velmi, ale i spíše specifických produktů na tržbách, lze usoudit, že podniky prodělalý v uplynulých letech značnou změnu v nabídce a inovačním úsilí.

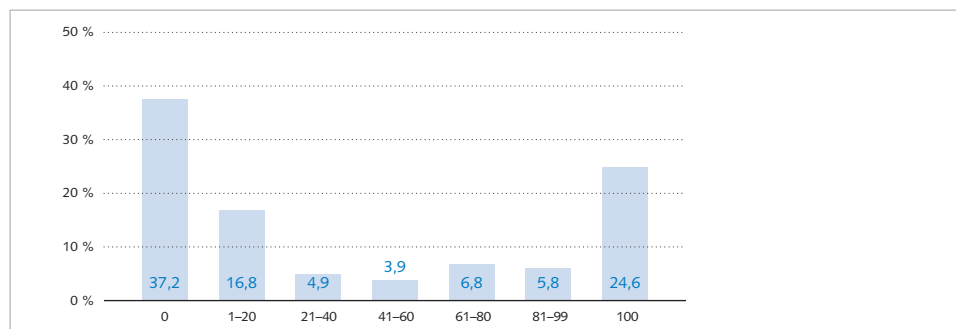
Velmi velký rozdíl je patrný mezi očekáváním poklesu a očekáváním růstu specifičnosti v příštích pěti letech, který představuje více než 33 procentních bodů. K výsledkům této otázky je nutné také dodat, že ji zodpovědělo velmi vysoké procento dotazovaných – pouze 16 podniků tak neučinilo. Otázka zřejmě respondenty zaujala a ačkoliv to není zcela vědecky korektní, je možné předpokládat, že takto formulované odpovědi vychází nejenom z vůle respondentů, ale i z určité reálné podstaty (a to nejenom co se týče vývoje v minulém období – viz výše). O to více bude zajímavé porovnat tyto výsledky s ukazateli konkurenceschopnosti, typu obchodní strategie, zdroji apod.

9.5.3. Charakteristika odpovědí – podíl velmi specifických produktů na celkových tržbách

Tabulka č. 167: **Struktura podílů velmi specifických produktů na tržbách celkem**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	153	37,2	37,2
1–20	69	16,8	54,0
21–40	20	4,9	58,9
41–60	16	3,9	62,8
61–80	28	6,8	69,6
81–99	24	5,8	75,4
100	101	24,6	100,0

Graf č. 142: **Struktura podílů velmi specifických produktů na tržbách celkem**



Komentář

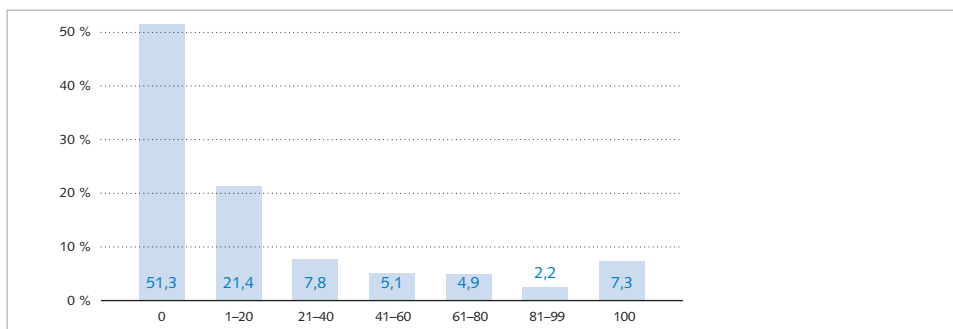
54 % podniků nevyrábí velmi specifické produkty buď vůbec (37,2 %), resp. jejich podíl na celkových tržbách se pohybuje od 1 do 20 % (16,8 %). Na druhé straně více než 30 % podniků produkuje velmi specifické produkty v rozsahu od 61 až po 100 % podílu na celkových tržbách.

9.5.4. Charakteristika odpovědi – podíl spíše specifických produktů na celkových tržbách

Tabulka č. 168: **Struktura podílů spíše specifických produktů na tržbách celkem.**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	211	51,3	51,3
1–20	88	21,4	72,7
21–40	32	7,8	80,5
41–60	21	5,1	85,6
61–80	20	4,9	90,5
81–99	9	2,2	92,7
100	30	7,3	100,0

Graf č. 143: **Struktura podílů spíše specifických produktů na tržbách celkem**



Komentář

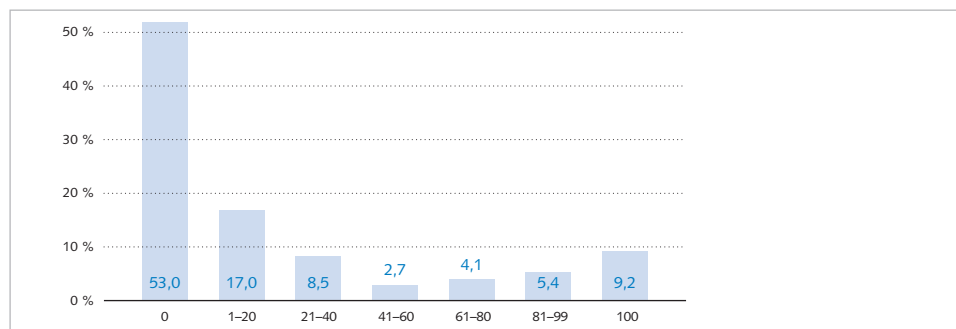
Rozložení četností odpovědí na tuto dílčí otázku ne zcela koresponduje s očekáváním. Více než polovina podniků nevyrobí tyto produkty vůbec, další téměř jedna čtvrtina pouze s velmi nízkým podílem na celkových tržbách (od 1 do 20%) Odpovědi bude nutné porovnat s typem obchodní strategie, případně dalšími otázkami, které možná získané data blíže vysvětlí.

9.5.5. Charakteristika odpovědí – podíl spíše standardizovaných produktů na celkových tržbách

Tabulka č. 169: **Struktura podílů spíše standardizovaných produktů na tržbách celkem**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	218	53,0	53,0
1–20	70	17,0	70,1
21–40	35	8,5	78,6
41–60	11	2,7	81,3
61–80	17	4,1	85,4
81–99	22	5,4	90,8
100	38	9,2	100,0

Graf č. 144: **Struktura podílů spíše standardizovaných produktů na tržbách celkem**



Komentář

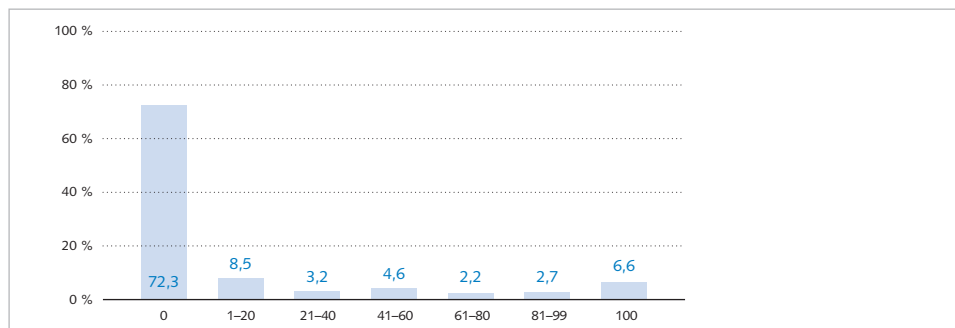
70% podniků produkty kategorie „spíše standardizované“ nevyrábí. Na druhé straně existuje téměř 19% podniků, u kterých podíl této kategorie produktů na celkových tržbách činí od 61 až po 100%.

9.5.6. Charakteristika odpovědí – podíl velmi standardizovaných produktů na celkových tržbách

Tabulka č. 170: **Struktura podílů velmi standardizovaných produktů na tržbách celkem**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	297	72,3	72,3
1–20	35	8,5	80,8
21–40	13	3,2	83,9
41–60	19	4,6	88,6
61–80	9	2,2	90,8
81–99	11	2,7	93,4
100	27	6,6	100,0

Graf č. 145: **Struktura podílů velmi standardizovaných produktů na tržbách celkem**



Komentář

Také v tomto případě je nejvíce zastoupena skupina podniků, která nevyrobí danou kategorii produktů vůbec (72,3 %). Spolu se skupinou s velmi nízkým podílem na tržbách dosahuje 80,8 % podíl z celkového počtu podniků odpovídajících na tuto otázku. Naproti tomu počet podniků, pro které velmi standardizované produkty zastupují 100% podíl na tržbách je velmi nízký – pouze 6,6 %.

9.6. Diskuse

Vyhodnocení dotazníku v sektoru B4, zaměřeného na odběratele, resp. zákazníky přineslo sice některé metodické problémy, ale především několik důležitých obsahových poznatků.

Určité problémy ovlivňující kvalitu menší části získaných informací bylo dáno skutečností, že několik respondentů nepřesně pochopilo členění odběratelů na zákazníky mimo koncern a zákazníky v rámci koncernu. V těchto případech respondenti udávali dodávky v rámci koncernu, i když daný podnik součástí žádného koncernu nebyl. Tyto nepřesnosti se pokusíme odstranit v další etapě řešení.

Navzdory tomu, že výběrový soubor o počtu 432 podniků je poměrně dosti veliký, došlo (jak již bylo výše zmíněno) při podrobnějším členění zpracovatelského průmyslu k situaci, kdy počty

■ podniků, zastoupených v jednotlivých pododvětvích byly příliš nízké na to, aby z daných výpovědí bylo možno činit důvěryhodná zobecnění.

■ Zajímavé poznatky vyplývají z vyhodnocení obchodních strategií podniků. Celkem jasně se ukazuje výrazný odklon od strategie nízkých nákladů, kde podniky nejsou schopny konkurovat levným výrobcům z Asie a ze Střední a Východní Evropy. Výrobci se proto stále více zaměřují na zvyšování kvality a specifčnosti svých produktů, s cílem prosadit se na náročnějších trzích a oslovit movitější a náročnější zákazníky.

■ Z výpovědí respondentů rovněž vyplývá převažující zvyšování podílu exportu. Lze předpokládat, že tento jev úzce souvisí se všeobecnou tendencí ke globalizaci ekonomiky. Do jaké míry je pak umocňován zařazením šetřených podniků do velkých nadnárodních společností, bude předmětem navazující analýzy.

■

■

■

■

■

■

■

■

■

■

■

■

10. Dodavatelé (B5)

10.1. Objem nákupu dle typu dodavatelů

10.1.1. Charakteristika otázky

B5.1. Odhadněte procentuální podíl na objemu nákupu dle níže uvedených typů dodavatelů Vašeho podniku.

V rámci této otázky je zjišťován objem nákupu od jednotlivých typů dodavatelů rozlišených na – velkoobchod (x165), maloobchod (x166), dodavatelé mimo koncern (x167), dodavatelé v rámci koncernu (x168). Podniky, které nejsou součástí koncernu (je zjišťováno v rámci otázky B 1.6. x65) by měly odpovídat pouze v mezích velkoobchod-maloobchod. Pokud byly u tohoto typu podniků zaznamenány i nákupy od dalších dvou typů dodavatelů – dodavatelé mimo koncern a dodavatelé v rámci koncernu, pak lze předpokládat, že respondenti do těchto kategorií řadili jiné než maloobchodní či velkoobchodní organizace. U nekonzernových podniků budeme tyto dvě kategorie nazývat souhrnně jako ostatní dodavatelé. Součet podílů na objemu nákupu u jednotlivých typů dodavatelů dává dohromady 100%. Otázka je typem otázky otevřeně. Z tohoto důvodu je při vyhodnocování odpovědí provedena kategorizace dat, a to zařazením do intervalů, které budou od 0–100% tvořeny po 10%.

Vedle zjišťování stávajícího podílu na nákupu je zjišťován i trend v minulosti resp. v budoucnosti tzn., zda podíl, který respondenti uvedli, byl v minulosti resp. v budoucnosti vyšší nebo nižší. Pokud hovoříme o minulosti či budoucnosti, jedná se o rozmezí 5 let. Trendy jsou respondenty hodnoceny na třístupňové škále (sledovaná veličina v minulosti „převážně rostla, zůstávala stejná, nastával pokles“, resp. v budoucnosti „lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst, zůstane stejná, nebo nastane pokles“).

Proměnné popisující trendy jsou typem ordinálních veličin, proměnná popisující podíl objemu nákupu je proměnnou kvantitativní spojitou, kterou je třeba převést na typ kategoriální proměnné.

10.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 171: **Centrální tendence odpovědí na otázky x165b–168b za podniky, které nejsou součástí koncernu**

	x165b Velkoobchod	x166b Maloobchod	x167b + x168b Ostatní dodavatelé
Průměr	44,04	5,30	50,66
Medián	30,00	0,00	60,00
Modus	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	40,05	12,24	42,42
Celkem odpovědí	283	283	283
Chybějící odpovědi	19	19	19

Tabulka č. 172: **Centrální tendence odpovědí na otázky x165b–168b za podniky, které jsou součástí koncernu**

	x165b Velkoobchod	x166b Maloobchod	x167b Dodavatelé mimo koncern	Dodavatelé v rámci koncernu za koncernové podniky
Průměr	21,84	2,58	57,75	17,83
Medián	0,00	0,00	70,00	5,00
Modus	0,00	0,00	0,00	0,00
Sm. odchylka	35,92	6,85	38,26	26,07
Celkem odpovědí	115	115	115	115
Chybějící odpovědi	8	8	8	8

Komentář

Na otázku odpovědělo 283 podniků, které nejsou součástí koncernu a 115 podniků, které jsou součástí koncernu.

Pro hodnocení centrální tendence intervalových dat je vhodné používat aritmetický průměr, při širokém záběru hodnot pak modus. Ve vzorku podniků, které nejsou součástí koncernu, je největší procento nákupu realizováno od ostatních dodavatelů (50,66%). U koncernových podniků je největší procento nákupu realizováno u dodavatelů mimo koncern (57,75%). Nejméně nakupují nekoncernové podniky od maloobchodu, a to v průměru 5,3% z celkového objemu dodávek. V případě podniků, které jsou součástí koncernu se jedná o průměrný objem nákupu ve výši 2,58% nákupu od tohoto typu dodavatele. V rámci koncernu je realizováno necelých 18% nákupů.

10.13. Charakteristika odpovědí – podíl velkoobchodu na objemu nákupu [x165]

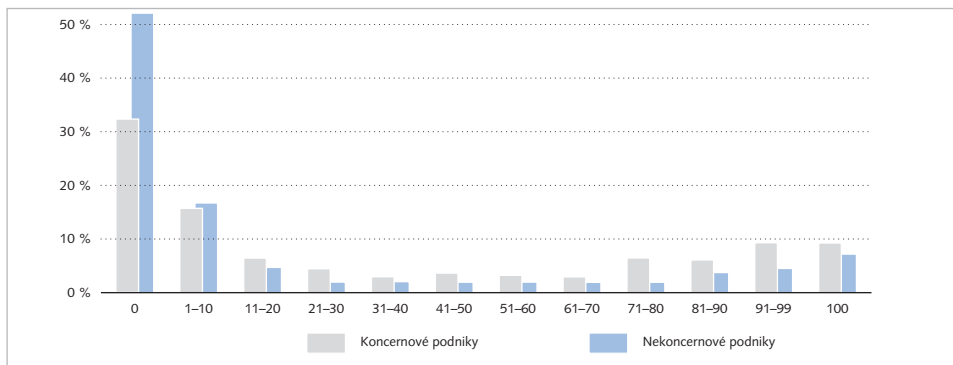
Tabulka č. 173: Podíl velkoobchodu na objemu nákupu pro nekonzernové podniky

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	66	23,3	23,3
1–10	43	15,2	38,5
11–20	19	6,7	45,2
21–30	15	5,3	50,5
31–40	9	3,2	53,7
41–50	11	3,9	57,6
51–60	10	3,5	61,1
61–70	9	3,2	64,3
71–80	23	8,1	72,4
81–90	20	7,1	79,5
91–99	31	11,0	90,5
100	27	9,5	100,0

Tabulka č. 174: Podíl velkoobchodu na objemu nákupu pro konzernové podniky

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	62	53,9	53,9
1–10	19	16,5	70,4
11–20	5	4,3	74,8
21–30	2	1,7	76,5
31–40	2	1,7	78,3
41–50	2	1,7	80,0
51–60	2	1,7	81,7
61–70	2	1,7	83,5
71–80	2	1,7	85,2
81–90	4	3,5	88,7
91–99	5	4,3	93,0
100	8	7,0	100,0

Graf č. 146: Podíl velkoobchodu na objemu nákupu

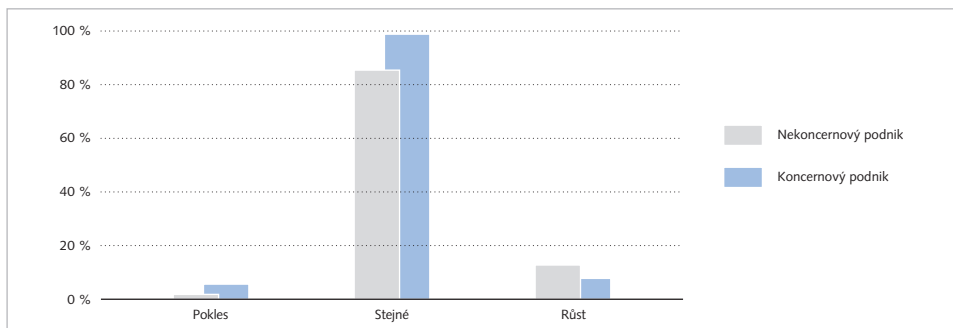


Komentář

Více jak polovina (přesně 53,9%) koncernových podniků nevyužívá velkoobchod k dodávkám produktů, v případě nekoncernových podniků se jedná o 32,3% podniků. Do 10% objemu celkových dodávek nakupuje od velkoobchodního typu dodavatele 47,9% nekoncernových podniků. U koncernových podniků se jedná o 70,4% podniků. Více jak 50% dodávek dodává velkoobchod pouze 18,3% podniků, které jsou součástí koncernu. U nekoncernových podniků se jedná o 38,9%.

Do budoucna bude nákup od velkoobchodu spíše růst než klesat, a to bez ohledu, zda se jedná o koncernový či nekoncernový podnik. Většina podniků označila předpokládaný trend do budoucna jako stabilní. Podobně tomu bylo i v minulosti.

Graf č. 147: Budoucí trend objemu nákupu od velkoobchodu

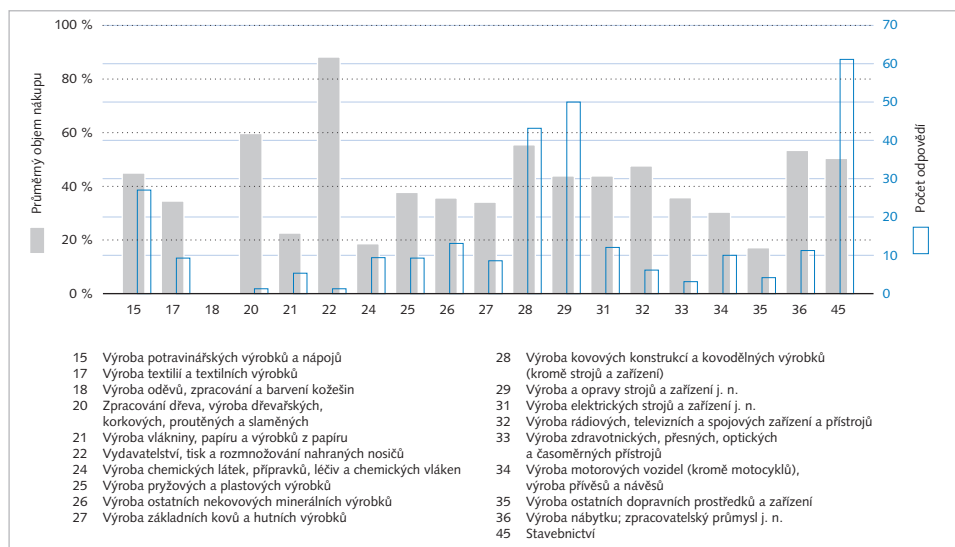


Při analýze dat dle odvětví jsou výsledky takové, že ve zpracovatelském průmyslu je průměrný objem nákupu od velkoobchodu nižší, než v případě stavebnictví, a je dokonce nižší než průměrná hodnota za celý vzorek, a to jak u koncernových, tak u nekoncernových podniků. Ve zpracovatelském průmyslu je od velkoobchodu nakupováno 42,4% objemu dodávek podniky nekoncernového typu, v případě koncernového typu podniků pak je od velkoobchodu nakupováno v průměru 20% objemu dodávek. Ve stavebnictví je od velkoobchodu pořizováno v průměru 50% objemu

dodávek u podniků nekoncernového typu a 37,4% u koncernových podniků.¹ Dle směrodatné odchylky jsou odpovědi nejhomonogennější v případě stavebnictví u nekoncernového typu podniků a u podniků koncernového typu ve zpracovatelském průmyslu.

Průměrné hodnoty objemu nákupu včetně četností odpovědí pro odvětví v podrobnějším členění jsou uvedeny v následujícím grafu. Podrobnější členění jsme provedli pouze pro nekoncernové podniky, poněvadž pro podniky koncernové byly kategorie velmi málo zastoupeny a výsledky tak mají nízkou vypovídací schopnost. Nejvyšší hodnota nákupu od velkoobchodu se vyskytuje v odvětví 22 Vydavatelství, tisk a rozmnožování nahrávacích nosičů, kde však odpovídal pouze jeden podnik. Vysoký objem nákupu je zaznamenán také v odvětví 20 Zpracování dřeva, výroba dřevařských, korkových, proutěných a slaměných výrobků kromě nábytku, ale i v rámci tohoto odvětví byl zaznamenán velmi nízký počet odpovědí. V odvětví 28 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení) odpovídalo přes 40 podniků. Průměrný objem nákupu od velkoobchodu dosahuje hodnoty 56,9% podniků. Přes 50% objemu nákupu od velkoobchodu je požádáno v odvětvích 36 Výroba nábytku; zpracovatelský průmysl j. n. a 45 Stavebnictví. V rámci těchto odvětví odpovídalo více jak 10 podniků.

Graf č. 148: Průměrný objem nákupů od velkoobchodu v závislosti na odvětví u nekoncernových podniků



Pokud budeme výsledky strukturovat podle velikosti podniků, kategorie od 50 do 99 zaměstnanců a od 100 do 249 zaměstnanců dosahují velmi podobné průměrné velikosti dodávek (46,1% objemu v případě první zmíněné skupiny, 47,4% v případě druhé zmíněné velikostní skupiny). V případě podniků s počtem zaměstnanců nad 250 je průměrný objem nákupu do velkoobchodu 34%. Podniky s vyšším počtem zaměstnanců nakupují od velkoobchodů v průměru o více jak 10% méně než podniky s menším počtem zaměstnanců. Po důkladnějším statistickém vyhodnocení vztahu mezi velikostí podniku a objemem nákupu od velkoobchodu můžeme tvrdit, že mezi

1 Porovnáním průměrů a testováním signifikance rozdílů mezi průměry za pomoci t-testu dospějeme k výsledku, že zjištěné rozdíly nejsou signifikantní.

proměnnými existuje signifikantní vztah negativního směru, tzn. že s rostoucím počtem zaměstnanců v podniku klesá procento nákupů od velkoobchodu.² Výsledky této analýzy jsou platné pro podniky, které nejsou součástí koncernu. U koncernových podniků se neprokázal vztah mezi velikostí podniku a objemem dodávek od velkoobchodu. Průměrné hodnoty se téměř neliší a pohybují se okolo 20%.³

Z primární analýzy získaných dat je zřejmé, že právní forma podniku nemá zásadní význam na volbu typu dodavatele. Pokud budeme pracovat pouze s podniky, které nejsou součástí koncernu, společnosti s ručením omezeným nakupují od velkoobchodu v průměru 46% dodávek, akciové společnosti pak o 41%. Směrodatné odchylky jsou velmi podobné. Větší rozdíl je mezi průměry, pokud budeme analyzovat data získaná pouze za podniky, které jsou součástí koncernu. Společnosti s ručením omezeným nakupují v průměru 18,3% objemu dodávek od velkoobchodu, akciové společnosti 26,6%. Rozdíly mezi průměry nejsou statisticky signifikantní, a to ani pro koncernové podniky a ani pro nekoncernové podniky.

10.1.4. Charakteristika odpovědí – podíl maloobchodu na objemu nákupu [x166]

Tabulka č. 175: Podíl maloobchodu na objemu nákupu pro nekoncernové podniky

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	143	50,5	50,5
1–10	112	39,6	90,1
11–20	16	5,6	95,7
21–30	7	2,4	98,1
31–40	1	0,4	98,5
41–50	1	0,4	98,9
51–60	0	0,0	98,9
61–70	0	0,0	98,9
71–80	0	0,0	98,9
81–90	0	0,0	98,9
91–99	0	0,0	98,9
100	3	1,1	100,0

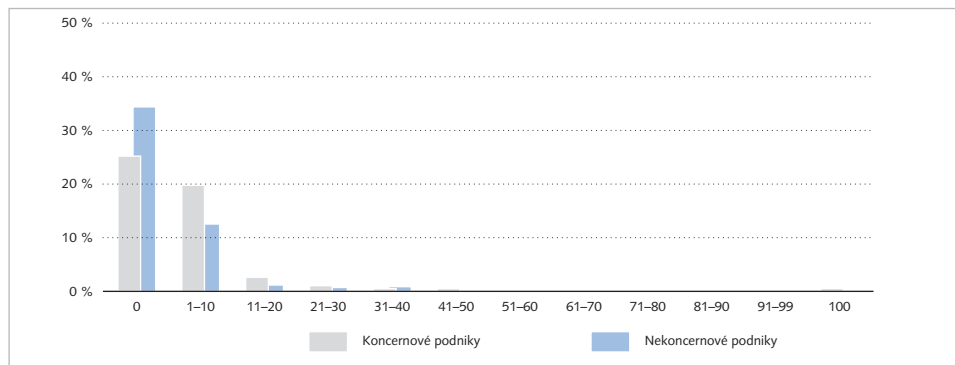
2 Pokud použijeme Pearsonův koeficient korelace pro zjištění závislosti mezi objemem nákupu do velkoobchodu a velikostí podniku pro nekoncernové podniky, dospějeme k výsledku, že vztah mezi těmito proměnnými je statisticky významný na 90% hladině spolehlivosti (signifikance = 0,069). Síla vztahu dosahuje hodnoty - 0,108.

3 Při použití Pearsonova koeficientu pro ověření signifikance a síly vztahu lze dospět k závěru, že vztah mezi proměnnými u podniků koncernového typu není signifikantní (signifikance = 0,586).

Tabulka č. 176: Podíl maloobchodu na objemu nákupu pro koncernové podniky

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	79	68,7	68,7
1–10	29	25,2	93,9
11–20	3	2,7	96,6
21–30	2	1,7	98,3
31–40	2	1,7	100,00
41–50	0	0,00	100,00
51–60	0	0,00	100,00
61–70	0	0,00	100,00
71–80	0	0,00	100,00
81–90	0	0,00	100,00
91–99	0	0,00	100,00
100	0	0,00	100,00

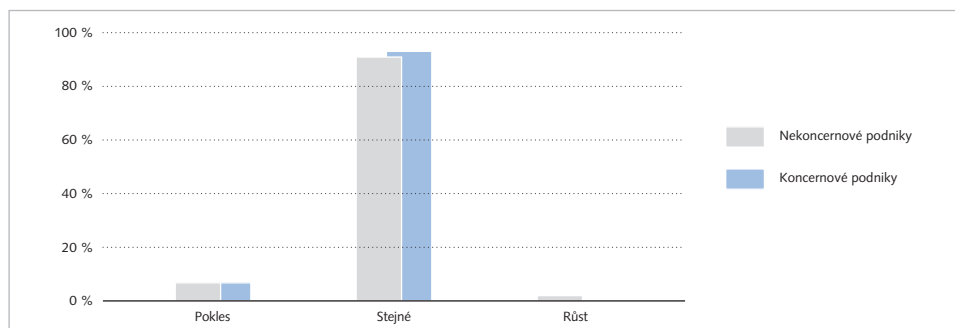
Graf č. 149: Podíl maloobchodu na objemu nákupu



Komentář

Většina podniků (90,1% v případě nekoncernových podniků, 93,9% v případě koncernových podniků) nakupuje od maloobchodu pouze do 10% z celkového objemu nákupu. Více jak 50% objemu nákupu od maloobchodu realizuje pouze 1,1% podniků, a to pouze v případě nekoncernových podniků. V případě koncernových podniků takového množství od maloobchodu nenakupuje žádný z respondentů podniků. Do budoucna dojde k poklesu nákupu od maloobchodu u koncernových podniků. V případě nekoncernových podniků je předpoklad, že se procento nákupu od maloobchodu o něco zvýší. Nejvíce respondentů považuje již stávající stav za stabilní a v budoucnu nepředpokládá, že by se objem nějakým způsobem změnil.

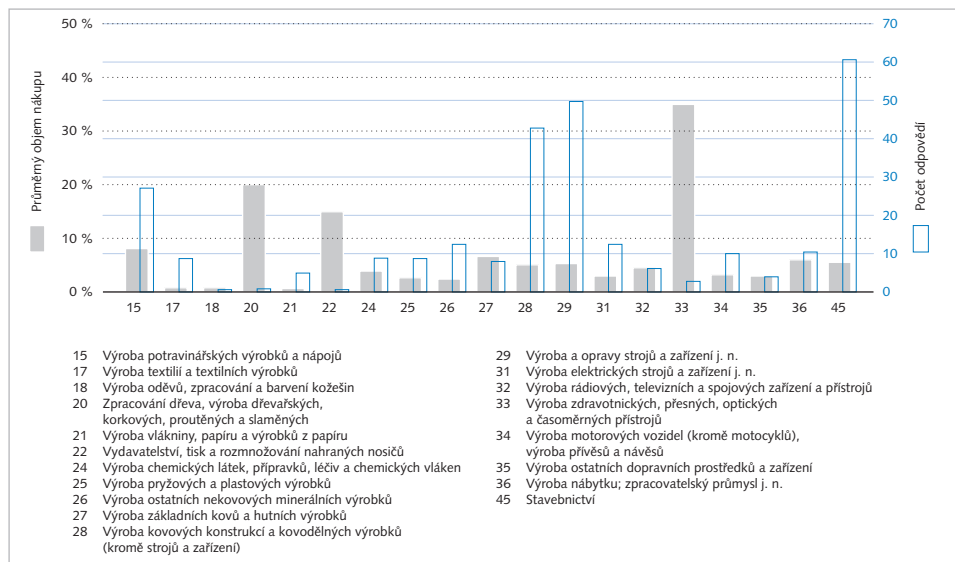
Graf č. 150: Trendy objemu nákupu od maloobchodu (v %)



Provedeme-li třídění dat dle odvětví, zjistíme na základě porovnání průměrů za stavebnictví a zpracovatelský průmysl, že rozdíly v odpovědích nejsou příliš vysoké. V případě stavebnictví je od maloobchodu dodáváno nekoncernovým podnikům v průměru 5,48% dodávek a koncernovým podnikům 4,58% objemu dodávek, v případě zpracovatelského průmyslu je to 5,25% dodávek, které jsou pořizovány prostřednictvím maloobchodu nekoncernovými podniky a 2,35% v případě koncernových podniků.⁴ Směrodatné odchylky jsou ve zpracovatelském průmyslu u nekoncernových podniků výrazně vyšší, tzn., že v rámci tohoto odvětví respondenti odpovídali méně homogenně, než v případě stavebnictví. U koncernových podniků dosahují směrodatné odchylky téměř totožných hodnot. Podívejme se nyní na hodnoty aritmetických průměrů pro jednotlivá odvětví zpracovatelského průmyslu pro nekoncernové podniky. Vysoká shoda v odpovědích se vyskytla hlavně v odvětví 21 Výroba vlákniny, papíru a výrobků z papíru, v odvětví 17 Výroba textilí a textilních výrobků, dále pak v odvětví 35 Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení, 34 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), výroba přívěsů a návěsů, 25 Výroba pryžových a plastových výrobků a 31 Výroba elektrických strojů a zařízení j. n. V rámci těchto odvětví jsou aritmetické průměry nákupu od maloobchodu nejnižší. Vysoká odlišnost v odpovědích je v odvětvích 15 Výroba potravinářských výrobků a nápojů, 33 Výroba zdravotnických, přesných, optických a časoměrných přístrojů, 29 Výroba a opravy strojů a zařízení j. n. Odvětví 33 vykazuje nejvyšší procento nákupů od maloobchodu v průměru. Jedná se o 35% objemu nákupu, který je realizován v rámci tohoto odvětví přes maloobchod.

4 Porovnáním průměrů a testováním signifikance rozdílů mezi průměry za pomoci t-testu dospějeme k výsledku, že zjištěné rozdíly nejsou signifikantní.

Graf č. 151: Průměrný objem nákupů od maloobchodu v závislosti na odvětví u nekonecenných podniků



Pokud rozdělíme podniky do skupin dle velikosti, neexistuje mezi průměry jednotlivých velikostních skupin výrazný rozdíl, a to jak pro nekonecenné, tak pro koncenné podniky. Při dalším statistickém vyhodnocení, kdy jsme zkoumali vztah mezi proměnnými počet zaměstnanců v podniku (nekategorizovaná) a objem nákupu od maloobchodu, jsme dospěli k závěru, že vztah mezi proměnnými není statisticky signifikantní.⁵

Podobně jako u třídění podniků dle velikosti, lze na základě třídění podniků dle právní formy konstatovat, že právní forma podniku není faktorem, který by měl vliv na rozložení odpovědí. Rozdíl v průměrech není signifikantní ani pro koncenné, ani nekonecenné podniky.

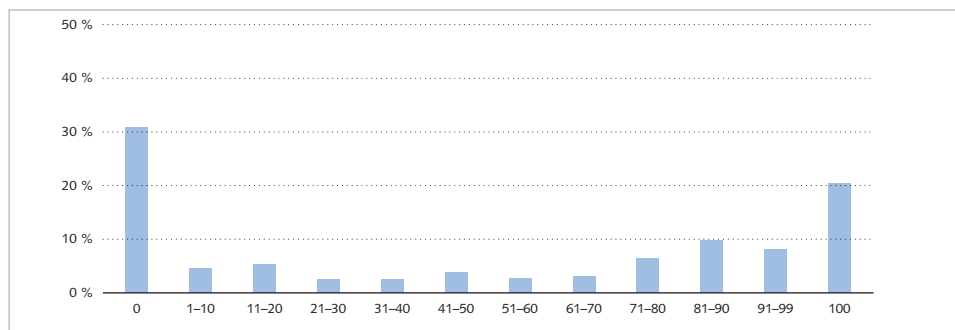
⁵ Použili jsme Pearsonův koeficient korelace. Výsledná signifikance pro nekonecenné podniky je 0,618, pro koncenné podniky 0,418.

10.15. Charakteristika odpovědí – podíl „ostatních dodavatelů“⁶ na objemu nákupu [x167, x168]

Tabulka č. 177: Podíl „ostatních dodavatelů“ na objemu nákupu

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	86	30,4	30,4
1–10	13	4,6	35,0
11–20	15	5,3	40,3
21–30	7	2,5	42,8
31–40	7	2,5	45,3
41–50	11	3,9	49,2
51–60	8	2,8	52,0
61–70	10	3,5	55,5
71–80	18	6,4	61,9
81–90	28	9,9	71,8
91–99	23	8,1	79,9
100	57	20,1	100,0

Graf č. 152: Podíl dodavatelů mimo koncern na objemu nákupu za nekoncernové podniky

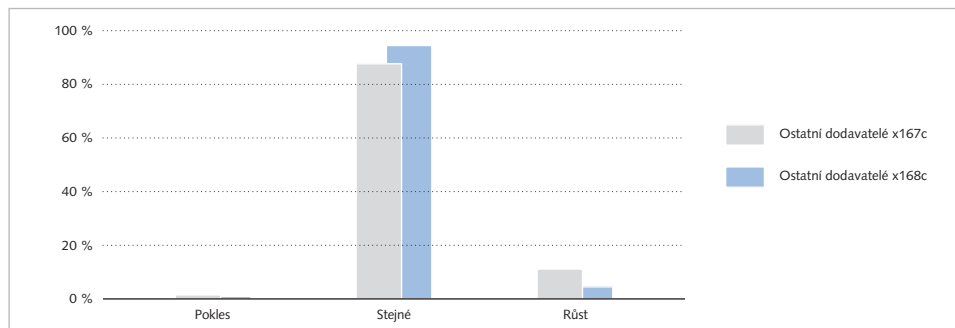


Komentář

30,4% podniků nakupuje pouze od maloobchodu nebo od velkoobchodu a ostatní typy dodavatelů nevyužívá, 28,2% podniků od ostatních dodavatelů nakupuje více jak 90% dodávek. Jedná se o takový typ dodavatele, u kterého předpokládají respondenti do budoucna růst dodávek.

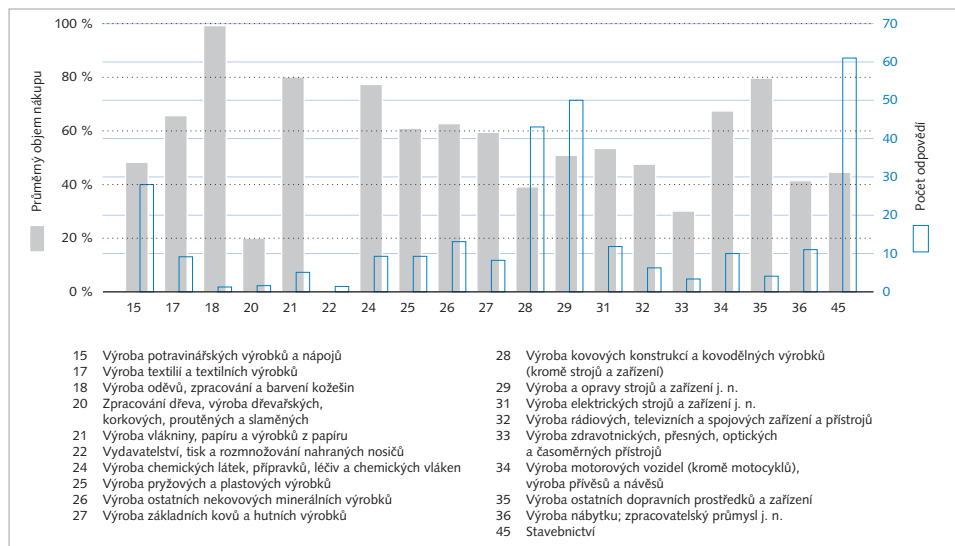
⁶ Jedná se o kategorii, do které jsme zařadili dodavatele mimo koncern a dodavatele v rámci koncernu. Tato kategorie je vytvořena pro podniky, které nejsou součástí koncernu.

Graf č. 153: Budoucí trend nákupu od ostatních dodavatelů



Analyzujeme-li data dle odvětví, ve zpracovatelském průmyslu nakupuje od jiného dodavatele než od velkoobchodu či maloobchodu v průměru 52,3% podniků. Ve stavebnictví je to 44,5% podniků.⁷ Největší počet respondentů odpovídal v rámci odvětví 28 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení), 29 Výroba a opravy strojů a zařízení j. n. a 45 Stavebnictví. Například v odvětví 28 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků je v průměru od ostatních dodavatelů pořizováno 39%. Vzhledem k tomu, že průměrná hodnota dodávek od ostatních dodavatelů celkem je cca 50%, jedná se o velmi malou hodnotu. Naopak tento průměrný objem nákupu je více jak o 10% přesáhnout v odvětví 35 Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení, 34 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), výroba přívěsů a návěsů, 26 Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků, 25 Výroba pryžových a plastových výrobků, 24 Výroba chemických látek, přípravků, léčiv a chemických vláken, 21 Výroba vlákniny, papíru a výrobků z papíru, 18 Výroba oděvů, zpracování a barvení kožešin a 17 Výroba textilí a textilních výrobků.

Graf č. 154: Průměrný objem nákupů od ostatních dodavatelů v závislosti na odvětví



- | | |
|---|---|
| 15 Výroba potravinářských výrobků a nápojů | 28 Výroba kovových konstrukcí a kovodělných výrobků (kromě strojů a zařízení) |
| 17 Výroba textilí a textilních výrobků | 29 Výroba a opravy strojů a zařízení j. n. |
| 18 Výroba oděvů, zpracování a barvení kožešin | 31 Výroba elektrických strojů a zařízení j. n. |
| 20 Zpracování dřeva, výroba dřeváckých, korkových, proutěných a slaměných | 32 Výroba rádiových, televizních a spojovacích zařízení a přístrojů |
| 21 Výroba vlákniny, papíru a výrobků z papíru | 33 Výroba zdravotnických, přesných, optických a časoměrných přístrojů |
| 22 Vydavatelství, tisk a rozmožování nahraných nosičů | 34 Výroba motorových vozidel (kromě motocyklů), výroba přívěsů a návěsů |
| 24 Výroba chemických látek, přípravků, léčiv a chemických vláken | 35 Výroba ostatních dopravních prostředků a zařízení |
| 25 Výroba pryžových a plastových výrobků | 36 Výroba nábytku; zpracovatelský průmysl j. n. |
| 26 Výroba ostatních nekovových minerálních výrobků | 45 Stavebnictví |
| 27 Výroba základních kovů a hutních výrobků | |

7 Porovnáním průměrů a použitím t-testu dospějeme k výsledku, že zjištěné rozdíly nejsou statisticky významné.

Při primární analýze dat dle velikosti podniku lze konstatovat, že podniky v kategorii s vyšším počtem zaměstnanců vykazují vyšší objem nákupu od dodavatelů mimo koncern resp. od ostatních dodavatelů. Mezi kategoriemi 50–99 zaměstnanců a nad 250 zaměstnanců je rozdíl přibližně 12 % v průměrném objemu nákupu od tohoto typu dodavatele. Na základě dalšího statistického vyhodnocení lze konstatovat, že vztah mezi proměnnými velikost a objem nákupu od ostatních dodavatelů je statisticky signifikantní a mezi proměnnými existuje pozitivní závislost. S růstem velikosti podniku dle počtu zaměstnanců roste i objem nákupu od ostatních dodavatelů.⁸

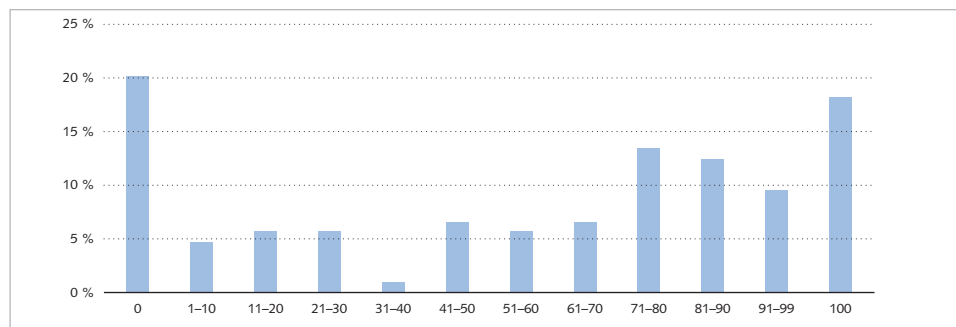
Průměrně 49,1% dodávek je u společností s ručením omezeným pořizován od ostatních dodavatelů a 52,7% dodávek je od ostatních dodavatelů pořizováno akciovými společnostmi.

10.1.6. Charakteristika odpovědí – podíl „dodavatelů mimo koncern“ na objemu nákupu [x167, x65a=2]

Tabulka č. 178: Podíl „dodavatelů mimo koncern“ na objemu nákupu

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	21	18,3	18,3
1–10	5	4,3	22,6
11–20	6	5,2	27,8
21–30	6	5,2	33,0
31–40	1	0,9	33,9
41–50	7	6,1	40,0
51–60	6	5,2	45,2
61–70	7	6,1	51,3
71–80	14	12,2	63,5
81–90	13	11,3	74,8
91–99	10	8,7	83,5
100	19	16,5	100,0

Graf č. 155: Podíl „dodavatelů mimo koncern“ na objemu nákupu



⁸ Na základě výpočtu Pearsonova koeficientu korelace je signifikance vztahu 0,003, a síla vztahu je 0,175.

Komentář

Přes 50% respondentských podniků, které jsou součástí koncernu, nakupuje mimo koncern více jak 50% dodávek. V rámci koncernu tak bude procento nákupu nižší, pokud připustíme, že respondenti nerozlišovali pouze mezi dodavateli v rámci koncernu a mimo koncern ale i typem dodavatele velkoobchodní organizace a maloobchodní organizace. 18,3% podniků nenakupuje mimo koncern vůbec a 16,5% podniků nakupuje pouze od dodavatelů mimo koncern. Do budoucna předpokládá 13,7% respondentů, že nákup podniku od dodavatelů mimo koncern bude růst, 9,5% naopak že bude klesat. Zbývající respondenti předpokládají stabilní stav.

Ve zpracovatelském průmyslu od dodavatele mimo koncern nakupují podniky zhruba 58% produktů, ve stavebnictví je to v průměru 54,6% dodávek. Nejedná se o nijak významný rozdíl, což lze potvrdit i dalšími statistickými propočty.⁹

Nejvyšší objem nákupu od dodavatelů mimo koncern v průměru vykazují podniky od 100 do 249 zaměstnanců. Jedná se o 62,9% objemu nákupu v průměru. Méně je nakupováno podniky s více jak 250 zaměstnanci, kde je nakupováno mimo koncern v průměru 57,6% dodávek, a 47,5% dodávek je pak mimo koncern nakupováno podniky od 50 do 99 zaměstnanců.¹⁰

Analýza dat podle právní formy podnikání nepřinesla žádná zajímavá zjištění. Společnosti s ručením omezeným nakupují od dodavatelů mimo koncern v průměru o 4% více, než v případě akciových společností (55% nákupu mimo koncern u akciových společností). Rozdíl v průměrech akciových společností a společností s ručením omezeným není statisticky signifikantní (při použití t-testu).

10.1.7. Charakteristika odpovědí – podíl „dodavatelů v rámci koncernu“ na objemu nákupu [x168]

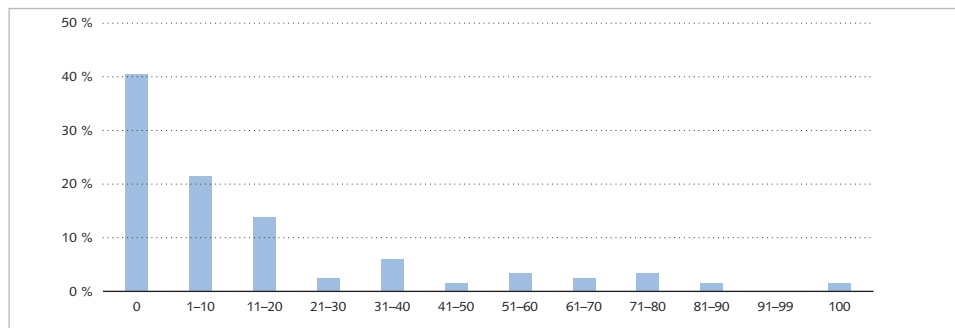
Tabulka č. 179: Podíl „dodavatelů v rámci koncernu“ na objemu nákupu

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	47	40,9	40,9
1–10	25	21,7	62,6
11–20	16	13,9	76,5
21–30	3	2,6	79,1
31–40	7	6,1	85,2
41–50	2	1,7	87,0
51–60	4	3,5	90,4
61–70	3	2,6	93,0
71–80	4	3,5	96,5
81–90	2	1,7	98,3
91–99	0	0,0	98,3
100	2	1,7	100,0

9 Koefficient „Eta²“ dosahuje velmi nízké hodnoty (Eta²= 0,001), což znamená, že proměnná „odvětví“ vysvětluje pouze velmi nízké procento rozdílu v odpovědích. Porovnáním průměrů a testováním signifikance rozdílů mezi průměry za pomoci t-testu dospějeme k výsledku, že zjištěné rozdíly nejsou statisticky významné.

10 Pearsonův koeficient korelace nepotvrdil významnost vztahu mezi objemem dodávek od dodavatelů mimo koncern a velikostí podniku (signifikance = 0,857).

Graf č. 156: Podíl „dodavatelů v rámci koncernu“ na objemu nákupu

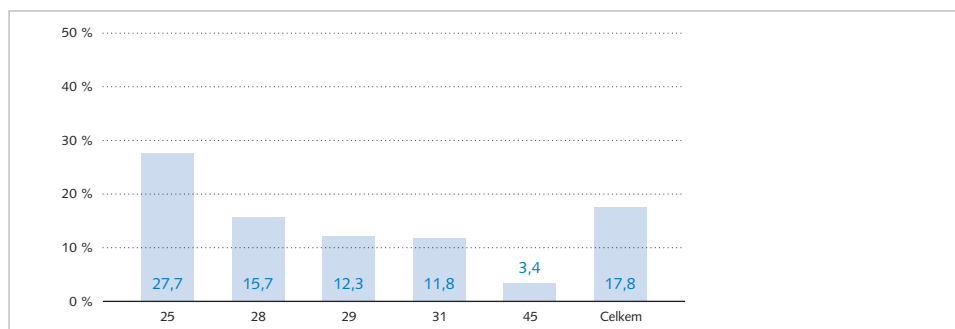


Komentář

Nákup od dodavatelů v rámci koncernu není u koncernových podniků běžným. 40,9% respondentů uvádí, že v rámci koncernu vůbec nenakupují. Zhruba 80% respondentů nakupuje od dodavatelů v rámci koncernu do 30% objemu dodávek. Nejedná se tedy o podstatný zdroj dodávek. 100% dodávek zajišťuje dodavatel v rámci koncernu pouze 1,7% respondentů (dvěma respondenty). Vzrostl počet podniků, u kterých je objem nákupu od dodavatele v rámci koncernu považován za stabilní (70,9% respondentů). Naopak pokles počet těch, u kterých bude objem nákupů od dodavatelů v rámci koncernu růst, nebo klesat.

Pokud porovnáme průměry mezi odvětvími, existuje zde velký rozdíl. Průměrný nákup od dodavatelů v rámci koncernu je v případě zpracovatelského průmyslu 19,5%, v případě stavebnictví pak 3,4%.¹¹ Ve zpracovatelském průmyslu však existuje mnohem vyšší směrodatná odchylka odpovědí. Navíc jsou porovnávané skupiny nestejně velké. Podívejme se tedy přímo na průměry v rámci zpracovatelského průmyslu, kde již bude početnost skupin vyrovnanější. Ve stavebnictví odpovídalo na otázku 12 respondentů. V následujícím grafu jsou zachyceny průměrné hodnoty odpovědí v odvětvích, která byla početně zastoupena přibližně stejně.

Graf č. 157: Průměrný objem nákupu od dodavatelů v rámci koncernu pro vybraná odvětví a průměrná hodnota za všechna odvětví celkem



Nejvíce v rámci koncernu nakupují podniky v odvětví 25 Výroba pryžových a plastových výrobků (je zde však vysoká směrodatná odchylka, takže podniky neodpovídaly příliš homogenně ve srov-

¹¹ Rozdíl mezi průměry v jednotlivých odvětvích je statisticky významný, použijeme-li k testování t-testu.

nání s ostatními odvětvími), nejméně pak v odvětví 45 Stavebnictví. Příslušnost k odvětví má na rozdíl v průměrech vysoký vliv.¹²

Velikost podniků na první pohled neovlivňuje objem nákupu v rámci koncernu. Podniky o počtu zaměstnanců od 50 do 99 zaměstnanců nakupují v průměru 28,7% v rámci koncernu, podniky od 100 do 249 zaměstnanců pouze 10%, a podniky nad 250 zaměstnanců pak nakupují v průměru 19% objemu produktů v rámci koncernu.¹³

Společnosti s ručením omezeným nakupují od dodavatelů v rámci koncernu 19,68% dodávek, akciové společnosti o něco méně, 15,2% produkce.

10.2. Stabilita dodavatelů

10.2.1. Charakteristika otázky

B5.2. Uvedte míru stability dodavatelů Vašeho podniku.

V rámci této otázky je zjišťována míra stability jednotlivých typů dodavatelů – velkoobchod (x171), maloobchod (x172), dodavatelé mimo koncern (x173b, za podmínky, že x65a= 2), dodavatelé v rámci koncernu (x174). Dodavatele mimo koncern budeme pro nekoncepční podniky značit jako ostatní dodavatele (x173b, za podmínky, že x65a=1). Stabilita dodavatelů vyjadřuje to, v jaké míře podnik mění své dodavatele. Čím delší vztah podnik se svými dodavateli udržuje, tím je stabilita dodavatelů vyšší. Respondenti mohli na otázku odpovídat na pětistupňové škále od 1 do 5, kdy 1 představovala nízkou stabilitu dodavatelů, 5 pak vysokou stabilitu dodavatelů. Jedná se o ordinální proměnnou, a tudíž budeme míru centrální tendence vyjadřovat nejen aritmetickým průměrem, ale i prostřednictvím mediánu, který je pro ordinální proměnné vhodnější (Hendl 2006, str. 95)

Vedle zjišťování stávající míry stability je zjišťován i trend v minulosti resp. v budoucnosti tzn., zda byla stabilita dodavatelů v minulosti resp. v budoucnosti vyšší nebo nižší. Pokud hovoříme o minulosti či budoucnosti, jedná se o rozmezí 5 let. Trendy jsou respondenty hodnoceny na třístupňové škále (sledovaná veličina v minulosti „převážně rostla, zůstávala stejná, nastával pokles“, resp. v budoucnosti „lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst, zůstane stejná, nebo nastane pokles“). Proměnné popisující trendy jsou také typem ordinálních veličin.

12 E_{ta^2} dosahuje hodnoty 0,211. Procedura ANOVA potvrzuje, že rozdíly v průměrech jsou signifikantní. Je však třeba připomenout, že počty podniků ve skupinách nejsou vyrovnané a je tak narušen jeden z předpokladů použitelnosti ANOVA analýzy.

13 S odvoláním například na výzkum Persona a Ellrama (1995), jsem podniky rozdělila na dvě kategorie, a to do 250 zaměstnanců a od 250 zaměstnanců. Velikost účinku velikosti podniku na objem nákupu v rámci koncernu není nijak velký ($E_{ta^2} = 0,038$).

10.2.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 180: **Centrální tendence odpovědí na otázky x171b–174b**

	x171b Velkoobchod	x172b Maloobchod	x173b Dodavatelé mimo koncern	x174b Dodavatelé v rámci koncernu za koncernové podniky
Průměr	3,89	3,21	3,90	4,25
Medián	4,00	3,00	4,00	4,00
Modus	4,00	3,00	4,00	5,00
Sm. odchylka	0,798	1,056	0,795	0,897
Celkem odpovědí	296	201	312	92
Chybějící odpovědi	136	231	120	340

Komentář

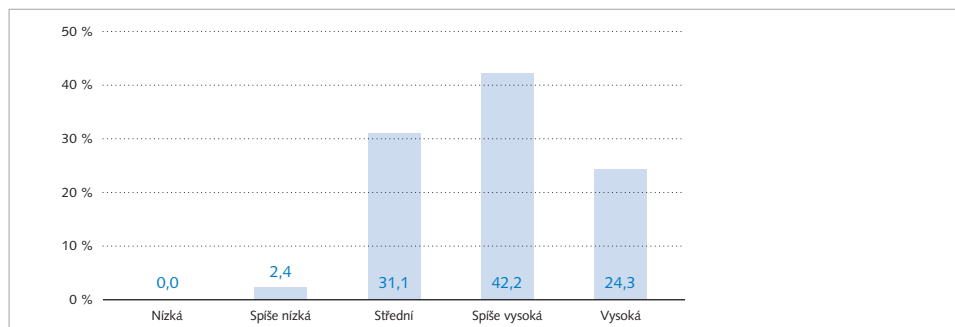
Nejméně stabilním typem dodavatele jsou maloobchodní organizace – vyjádřeno jak mediánem, tak aritmetickým průměrem. Naopak největší stabilitu vykazují dodavatelé v rámci koncernu. Ostatní typy dodavatelů vykazují v odpovědích přibližně stejný aritmetický průměr, medián i modus. Je třeba upozornit na to, že množství chybějících odpovědí v kategoriích „dodavatelé mimo koncern“ a „dodavatelé v rámci koncernu“ je ovlivněno nízkým počtem nekonzernových podniků.

10.2.3. Charakteristika odpovědí – stabilita dodavatelů – velkoobchod [x171]

Tabulka č. 181: **Stabilita dodavatelů – velkoobchod**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	0	0,0	0,0
Spíše nízká	7	2,4	2,4
Střední	92	31,1	33,5
Spíše vysoká	125	42,2	75,7
Vysoká	72	24,3	100,0

Graf č. 158: **Stabilita dodavatelů – velkoobchod**



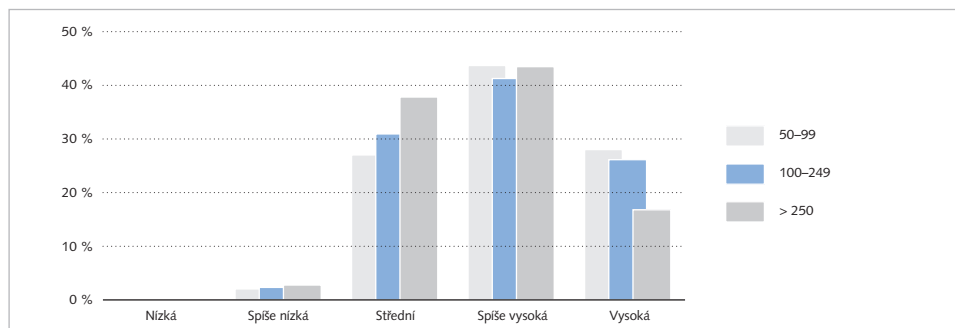
Komentář

Organizace velkoobchodu se jeví spíše jako stabilní typ dodavatele. 66,5 % respondentů označilo stabilitu dodavatele jako spíše vysokou a vysokou. Střední míra stability velkoobchodu byla označena 31,1 % respondentů. Jako spíše nízká byla označena pouze 2,4 % a stabilita na nízké úrovni se v odpovědích nevyskytovala. Stabilita dodavatelů se již ustálila pro budoucích 5 let u 85,6 % respondentů. U 12,3 % dojde k nárůstu stability. V minulosti byl tento trend podobný. Nejvíce respondentů považovalo dodavatele typu velkoobchodní organizace za stabilní, méně byla zastoupena skupina podniků, u kterých stabilita ještě vzroste a nejméně byly zastoupeny podniky u nichž docházelo k poklesu stability v minulých 5 letech.

Náležitost k odvětví dle základního členění na zpracovatelský průmysl a stavebnictví nemá významný vliv na odpovědi dotazovaných podniků. Aritmetické průměry vycházejí v obou dvou skupinách velmi podobně, modus a medián jsou zcela totožné. Nejvíce jsou zastoupeny odpovědi spíše vysoká a vysoká stabilita. Výrazné rozdíly neexistují ani mezi průměry, pokud budeme zpracovatelský průmysl členit do dalších dílčích odvětví.

Pokud se podíváme na odpovědi podniků analyzované dle velikostních skupin, jako vysokou označilo stabilitu velkoobchodu 16,7 % podniků z kategorie podniků nad 250 zaměstnanců, což je nejméně ve srovnání s ostatními velikostními skupinami. Stabilitu jako spíše nízkou označilo v této kategorii 2,8 % podniků, což je naopak nejvíce oproti ostatním velikostním skupinám. Na základě těchto výsledků lze uvažovat o vztahu mezi velikostí podniku a stabilitou dodavatelů. Pokud vyhodnotíme závislost mezi proměnnými velikost podniku a stabilita dodavatelů pomocí metody korelací (předpoklad lineárního vztahu mezi proměnnými), pak je vztah mezi proměnnými slabý. Tento vztah je však signifikantní. S růstem velikosti podniku, klesá stabilita velkoobchodního typu dodavatele.¹⁴

Graf č. 159: Stabilita dodavatelů – velkoobchod – dle velikosti podniku



U právní formy podnikání je situace v průměrech podobná jako u analýzy četností a centrálních tendencí dle odvětví. Modus a medián jsou totožné u obou skupin, tzn. jak u akciových společností, tak u společností s ručením omezeným. Aritmetický průměr se liší o 0,1, ve vzorku podniků neexistuje dle těchto údajů vztah mezi právní formou podnikání a stabilitou velkoobchodu.

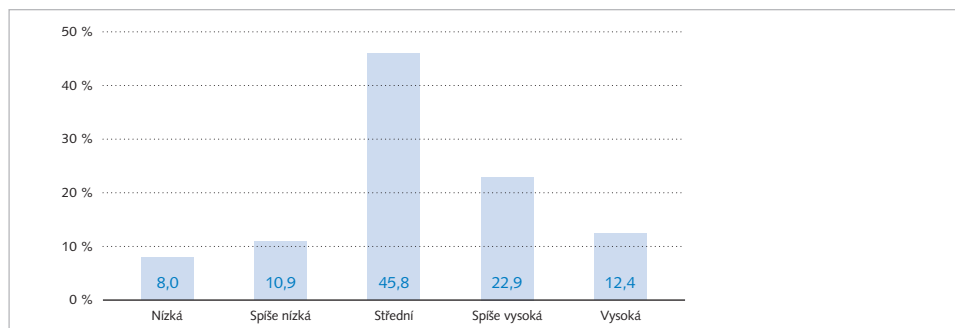
¹⁴ Dle Spearmanova koeficientu korelace je hodnota signifikance 0,067, která je dostatečná, pokud se spokojíme s 90 % hladinou spolehlivosti. Koeficient korelace dosahuje hodnoty - 0,107, tedy negativní vztah.

10.2.4. Charakteristika odpovědí – stabilita dodavatelů – maloobchod [x172]

Tabulka č. 182: **Stabilita dodavatelů – maloobchod**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	16	8,0	8,0
Spíše nízká	22	10,9	18,9
Střední	92	45,8	64,7
Spíše vysoká	46	22,9	87,6
Vysoká	25	12,4	100,0

Graf č. 160: **Stabilita dodavatelů – maloobchod**

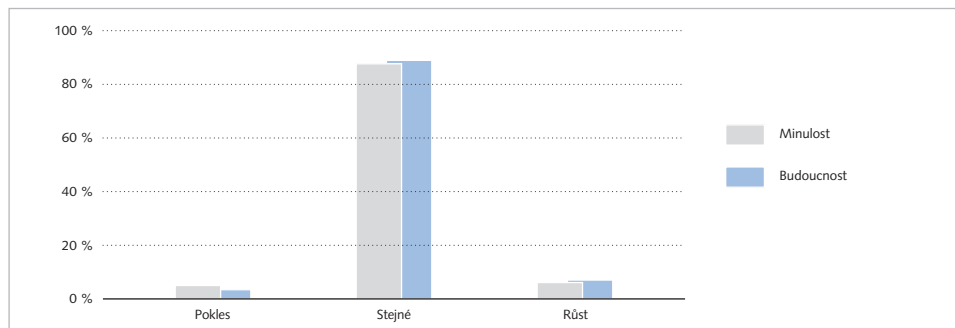


Komentář

V případě stability maloobchodních organizací se velká část dotazovaných podniků přiklonila ke střední hodnotě stability. Tuto hodnotu označilo 45,8% respondentů. Jedná se o přibližně stejné procento respondentů, jako v případě odpovědí na otázku stability dodavatelů v kategoriích spíše vysoká a vysoká stabilita dohromady. Maloobchodní organizace považuje za vysoce stabilní 12,4% respondentů, což je přibližně o polovinu méně než v případě stability velkoobchodních organizací (stabilitu dodavatelů jako vysokou označilo 24,3% respondentů).

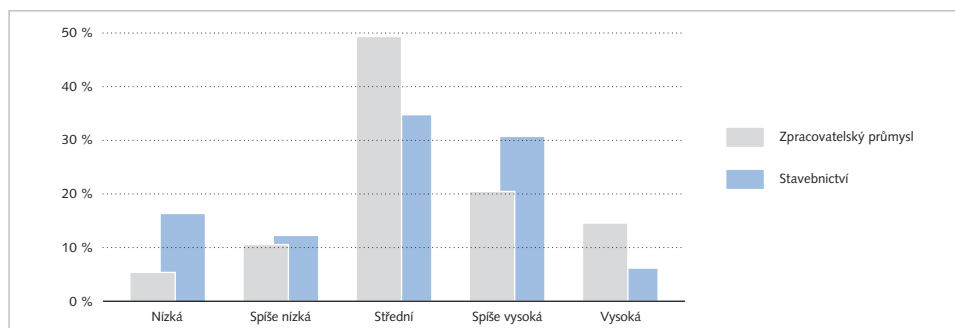
Z následujícího grafu je zřejmé, že do budoucnosti poklesne procento podniků, u kterých dojde k poklesu stability maloobchodu a naopak vzrostlo procento podniků, u kterých je stabilita maloobchodu považována na budoucích pět let za stabilní a procento těch, u kterých bude stabilita maloobchodu růst. Nejedná se však o výraznou změnu.

Graf č. 161: Trendy ve stabilitě dodavatelů – maloobchod



Ve zpracovatelském průmyslu je dle hodnoty aritmetického průměru vyšší stabilita maloobchodních dodavatelů než v případě stavebnictví. Totožné jsou zároveň i centrální tendence vyjádřené modem a mediánem. Níže jsou uvedena procentní zastoupení jednotlivých hodnot odpovědí na pětibodové škále, a to dle odvětví (rozděleno na stavebnictví a zpracovatelský průmysl). Procentní zastoupení odpovědí je odlišné pro odvětví stavebnictví a zpracovatelského průmyslu (viz Graf č. 159), přesto nejvíce odpovědí je zastoupeno, jak ve stavebnictví, tak ve zpracovatelském průmyslu, v kategorii střední stabilita. Procento odpovědí v součtu kategorií spíše vysoká a vysoká zůstalo v případě obou průmyslů téměř totožné. Rozdíl je v procentním zastoupení kategorií nízká – spíše nízká, kde jsou větším procentem zastoupeny podniky ze stavebnictví, než ze zpracovatelského průmyslu. Maloobchodní organizace jsou považovány za méně stabilní větším procentem podniků ve stavebnictví než ve zpracovatelském průmyslu.

Graf č. 162: Stabilita dodavatelů – maloobchod – dle odvětví



Velikost podniku by mohla určitým způsobem ovlivnit stabilitu nákupu od maloobchodních organizací. Již v předchozím případě (viz kapitola 10.2.3) byl zjištěn vztah mezi stabilitou velkoobchodu a velikostí podniku (ač ne příliš veliký), a to v negativním směru, tzn. čím větší podnik, tím menší stabilita velkoobchodu. Aritmetický průměr je s růstem velikosti podniku klesající, tzn. že s růstem podniku klesá v průměru stabilita maloobchodu, modus a medián jsou shodné. U podniků od 50 do 99 zaměstnanců je průměr 3,27, v případě podniků od 100 do 249 podniků je průměr 3,25. V posledním případě, u podniků nad 250 zaměstnanců, je průměr nejnižší, a to 3,04. Vztah nelze na základě výpočtu Spearmanova koeficientu označit za signifikantní.

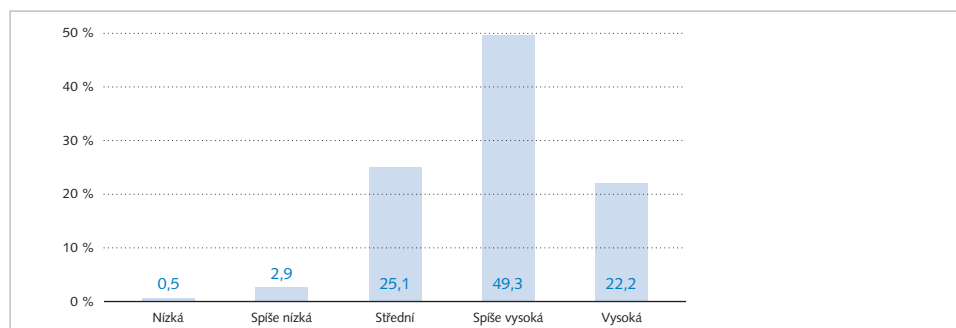
Akciové společnosti vykazují přibližně stejné procento odpovědí v jednotlivých hodnotách stability maloobchodu jako společnosti s ručením omezeným. Nejvíce respondentů se přiklonilo ke střední hodnotě stability maloobchodu. Právní forma podnikání není faktorem, který by ovlivňoval ve větší míře rozložení odpovědí.

10.2.5. Charakteristika odpovědí – stabilita ostatních dodavatelů [x173; x65a=1]

Tabulka č. 183: **Stabilita ostatních dodavatelů (dodavatelé mimo concern pro nekoncepční podniky)**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	1	0,5	0,5
Spíše nízká	6	2,9	3,4
Střední	52	25,1	28,5
Spíše vysoká	102	49,3	77,8
Vysoká	46	22,2	100,0

Graf č. 163: **Stabilita dodavatelů v rámci concernu u nekoncepčních podniků (dodavatelé mimo concern pro nekoncepční podniky)**

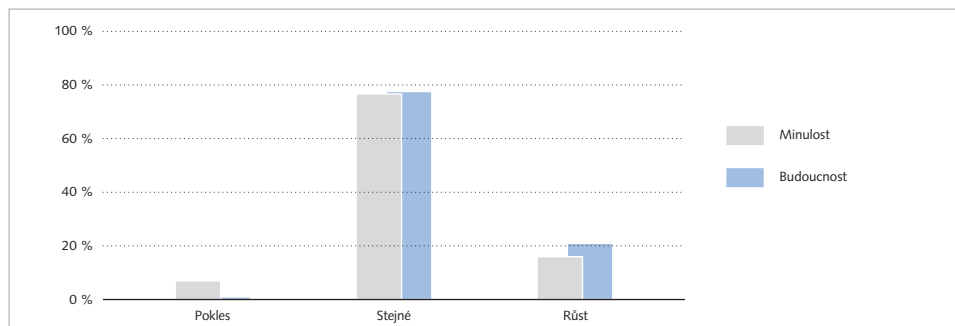


Komentář

Stabilitu ostatních dodavatelů označovaly podniky ve většině jako spíše vysokou či vysokou. Jedná se o 71,5% podniků. Jako spíše nízkou či nízkou označilo stabilitu 3,4% podniků. Zbývající respondenti se přiklonili ke střední hodnotě stability.

Dle odpovědí respondentů týkajících se trendů stability ostatních dodavatelů se lze domnívat, že v budoucnosti dojde ještě k dalšímu nárůstu stability tohoto typu dodavatele, než k jejímu poklesu.

Graf č. 164: Trendy ve stabilitě ostatních dodavatelů (dodavatelé mimo koncern u nekonzernových podniků)



Centrální tendence proměnné stabilita ostatních dodavatelů jsou v případě zpracovatelského průmyslu vyšší než v případě stavebnictví. U aritmetického průměru se jedná o rozdíl jedné desetiny (ve stavebnictví je průměrná hodnota 3,8, ve zpracovatelském průmyslu 3,9). Tvorba závěrů na základě porovnání aritmetických průměrů by však nebyla zcela korektní, poněvadž jsou při výpočtu použity nestejně početně zastoupené skupiny (ve zpracovatelském průmyslu odpovídalo 158 respondentů, ve stavebnictví pouze 49) a navíc aritmetický průměr není vhodný pro ordinální data. Hodnoty modu a mediánu jsou pro obě odvětví stejné. Pokud se podíváme na rozdíl mezi skupinami dle procentního zastoupení odpovědí, není rozdíl příliš výrazný. Nejvíce respondentů se přiklonilo ke spíše vysoké stabilitě ostatních dodavatelů (jedná se o 49,3% respondentů). Ve zpracovatelském průmyslu se vůbec nevyskytuje odpověď v kategorii nízká stabilita.

Pokud provedeme analýzu dle velikostních skupin, nejvyšší stabilitu v průměru mají podniky od 50 do 99 zaměstnanců. Hodnota průměrné stability je 4,03. U podniků od 100 do 249 zaměstnanců je průměr 3,88, a v případě podniků nad 250 zaměstnanců je průměr ještě nižší (hodnota 3,75). Při podrobnějších statistických výpočtech lze potvrdit závěr, že s růstem velikosti podniku klesá stabilita ostatních dodavatelů.¹⁵ Medián i modus vykazují ve třech velikostních skupinách tutéž hodnotu, a to hodnotu 4, tzn. spíše vysoká stabilita dodavatelů.

Společnosti s ručením omezením dosahují vyšší průměrné hodnoty stability než akciové společnosti. Průměr u společností s ručením omezeným je 4,00, u akciových společností je 3,77. Větší shoda v odpovědích panovala u společností s ručením omezeným (směrodatná odchylka byla u s.r.o. 0,76, u a.s. 0,81).¹⁶

¹⁵ Pokud provedeme statistické vyhodnocení vztahu mezi velikostí podniku a mírou stability ostatních dodavatelů pomocí Spearmanova koeficientu korelace, výsledky naznačují, že vztah mezi proměnnými je signifikantní na 90 % hladině signifikance (rozdíl bychom v základním vzorku našli s pravděpodobností 6,1 %). Síla vztahu mezi proměnnými je slabá až středně silná, dosahuje hodnoty $-0,13$.

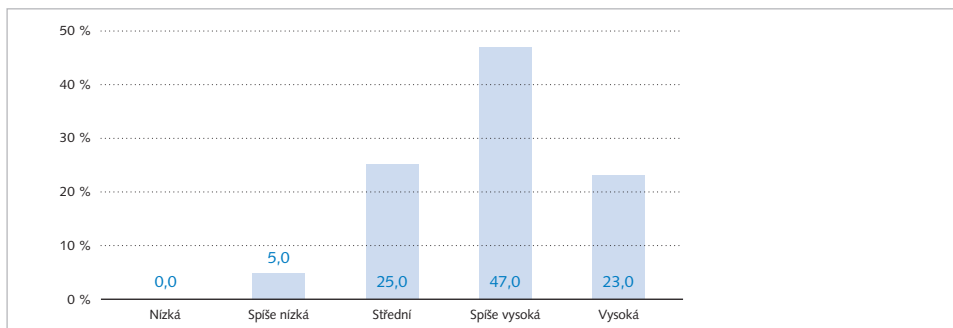
¹⁶ Rozdíl mezi průměry skupin vytvořených podle právních forem podnikání je na základě provedeného t-testu signifikantní (signifikance = 0,039).

102.6. Charakteristika odpovědí – stabilita dodavatelů mimo koncern [x173, x65a=2]

Tabulka č. 184: **Stabilita dodavatelů mimo koncern**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nizká	0	0,0	0,0
Spíše nízká	5	5,0	5,0
Střední	25	25,0	30,0
Spíše vysoká	47	47,0	77,0
Vysoká	23	23,0	100,0

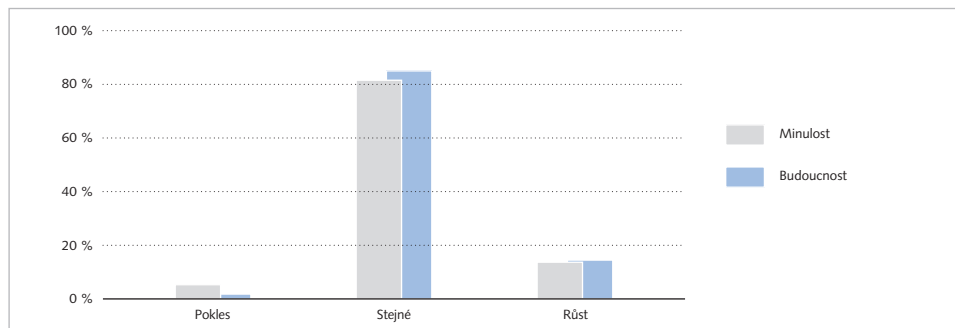
Graf č. 165: **Stabilita dodavatelů mimo koncern**



Komentář

Stabilita dodavatelů mimo koncern u koncernových podniků vykazuje velmi podobné hodnoty, jako je tomu v případě nekoncernových podniků resp. u ostatních dodavatelů. Velká část podniků označila stabilitu dodavatele hodnotou spíše vysoká či vysoká. Jedná se celkem o 70 % respondentů. Jako spíše nízkou označilo stabilitu dodavatelů mimo koncern pouze 5 % respondentů. Převážná většina respondentů neočekává, že by se do budoucna míra stability dodavatelů mimo koncern nějakým způsobem změnila (83,3 % respondentů). 14,6 % respondentů v budoucnosti zvýší stabilitu tohoto typu dodavatele.

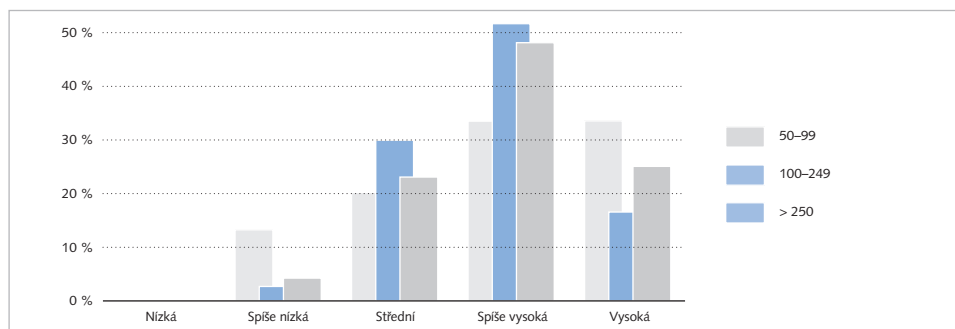
Graf č. 166: Trendy ve stabilitě dodavatelů mimo koncern



Analýza podniků pomocí centrálních tendencí ve skupinách dle odvětví (stavebnictví a zpracovatelský průmysl¹⁷) nenaznačuje, že by mezi odvětvími byly výrazné rozdíly v zastoupení odpovědí. Ve zpracovatelském průmyslu je hodnota aritmetického průměru vyšší – 3,9, ve srovnání s aritmetickým průměrem 3,6 ve stavebnictví. Co do počtu odpovědí, nejsou skupiny totožné. Ve zpracovatelském průmyslu odpovídalo 89 podniků koncernového typu, ve stavebnictví pouze 11 podniků tohoto typu. Směrodatná odchylka odpovědí ve skupinách je podobná. Modus a medián je ve skupinách totožný. Dosahuje hodnoty 4. Procentní zastoupení v odpovědích není výrazně odlišné, pokud vyhodnotíme hodnoty spíše vysoká či vysoká sumárně jako jednu kategorii.

Průměrné hodnoty odpovědí dle velikosti podniků neukázaly žádný lineární vztah mezi proměnnými. Aritmetické průměry nejsou pro jednotlivé velikostní skupiny podniků výrazně odlišné a směrodatné odchylky odpovědí v jednotlivých skupinách nejsou stejné. V některých skupinách je homogenita odpovědí nižší než v jiných. Velikost podniku se tak jeví, že není faktorem, který by měl vliv na stabilitu dodavatelů mimo koncern v případě námi analyzovaných podniků.¹⁸ Nejméně stabilními jsou považováni dodavatelé mimo koncern u podniků od 50 do 99 zaměstnanců.

Graf č. 167: Jednotlivé úrovně stability a zastoupení velikostních skupin podniků v nich



¹⁷ V tomto případě není vhodné provádět analýzu podle podrobnějšího členění zpracovatelského průmyslu, poněvadž by nebylo zastoupení podniků v rámci jednotlivých skupin odvětví rovnoměrné s ohledem na skutečnost, že pracujeme pouze s koncernovými podniky.

¹⁸ Na základě výpočtu Spearmanova koeficientu můžeme považovat vztah jako statisticky nevýznamný (signifikance = 0,639).

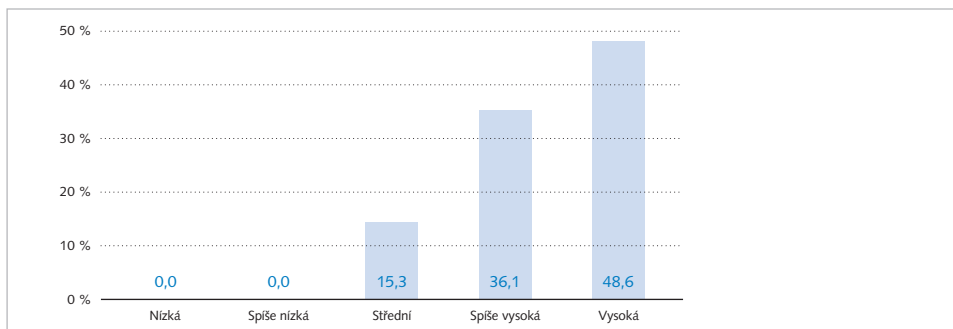
Aritmetické průměry odpovědí jsou u akciových společností a společností s ručením omezeným velmi podobné.¹⁹ Co se týče procentního zastoupení jednotlivých hodnot odpovědí, společnosti s ručením omezeným ve větším zastoupení považují dodavatele mimo koncern za stabilní. 76,2 % respondentů ze společností s ručením omezeným označilo stabilitu dodavatele jako spíše vysokou či vysokou. U akciových společností bylo zastoupení odpovědí v těchto hodnotách menší, a to 50 %. U akciových společností se významné procento přiklonilo ke střední hodnotě stability (36,6 % respondentů u a.s., u s.r.o. pouze 16,9 % respondentů).

102.7. Charakteristika odpovědí – stabilita dodavatelů v rámci koncernu [x174]

Tabulka č. 185: **Stabilita dodavatelů v rámci koncernu**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Nízká	0	0,0	0,0
Spíše nízká	0	0,0	0,0
Střední	11	15,3	15,3
Spíše vysoká	26	36,1	51,4
Vysoká	35	48,6	100,0

Graf č. 168: **Stabilita dodavatelů v rámci koncernu (v %)**



Komentář

Stabilita dodavatelů v rámci koncernu je u většiny respondentů velmi vysoká. Žádný z respondentů neoznačil stabilitu dodavatelů v rámci koncernu jako nízkou či spíše nízkou. 84,7 % podniků označilo stabilitu stupněm spíše vysoká nebo vysoká. Zajímavá je skutečnost, že žádný z podniků neoznačil možnost poklesu stability dodavatele v rámci koncernu do budoucnosti a ani v minulosti. Většina respondentů považuje stávající míru stability za již finální (83,1 % respondentů) a zbývající respondenti očekávají růst stability dodavatelů v rámci koncernu.

Ve zpracovatelském průmyslu vykazuje tento typ dodavatele vyšší stabilitu než v případě stavebního průmyslu.²⁰ Rozdíl v centrálních tendencích je zachycen i mediánem a modem. Ve zpracovatelském průmyslu oba ukazatele nabývají nejvyšší hodnotu, tedy vysoká, ve stavebnictví hod-

¹⁹ Při testování statistické významnosti rozdílu mezi průměry pomocí t-testu je výsledkem nesignifikantnost rozdílu.

²⁰ Na základě testování statistické signifikance rozdílu mezi průměry odvětví pomocí t-testu je rozdíl statisticky signifikantní na hladině významnosti 90 % (signifikance = 0,080).

notu spíše vysoká. Směrodatné odchytky odpovědí jsou téměř shodné. Ve zkoumaném vzorku považují podniky ve zpracovatelském průmyslu dodavatele v rámci koncernu za stabilnější než v případě stavebnictví.

Velikost podniku není faktorem, který by odlišoval skupiny v průměrných hodnotách stability dodavatele v rámci koncernu. U podniků od 50 do 99 zaměstnanců je průměrná hodnota stability dodavatelů v rámci koncernu 4,21. V případě podniků od 100 do 249 zaměstnanců je průměrná hodnota stability vyšší a dosahuje hodnoty 4,4, v případě podniků nad 250 zaměstnanců je průměr 4,32. U podniků od 50 do 99 zaměstnanců označilo 78,6% respondentů stabilitu dodavatelů v rámci koncernu jako vysokou nebo spíše vysokou. U podniků od 100 do 249 zaměstnanců je stabilita jako vysoká či spíše vysoká považována 90% respondenty a u podniků od 250 zaměstnanců se jedná 84,2% respondentů.²¹

Odpovědi analyzované dle právní formy podniků vykazují odlišnosti v hodnotách centrálních tendencí. Společnosti s ručením omezeným dosahují jak vyšší hodnoty aritmetického průmyslu (hodnota 4,49 u s.r.o., hodnota 4,1 u a.s.), tak modu a mediánu (hodnota 5 u s.r.o., hodnota 4 u a.s.).²²

10.3. Teritoria dodavatelů

10.3.1. Charakteristika otázky

B5.3. Z jakých teritorií jsou dodavatelé Vašeho podniku?

V rámci této otázky je zjišťován podíl nákupů od dodavatelů v rámci různých teritorií – region (x175), ostatní tuzemsko (x176) a zahraničí (x177). Jednalo se o otevřený typ otázky. Důkladnější vyhodnocení provedeme u proměnné region (x175) a dále pak u uměle vytvořené proměnné podíl tuzemských a zahraničních dodávek²³. Vzhledem k tomu, že se v případě nákupu objemu v rámci regionu jedná o intervalovou proměnnou spojitou, provedeme kategorizaci odpovědí do 11 kategorií jako v případě otázky B5.1. Uměle vytvořená proměnná podíl tuzemských a zahraničních dodávek bude typem ordinální proměnné, a tudíž budeme míru centrální tendence vyjadřovat mimo jiné prostřednictvím mediánu i při dílčích analýzách. Na základě podílu objemu nákupu od domácích a zahraničních dodavatelů rozdělíme podniky do kategorií: pouze zahraniční dodavatelé, převaha zahraničních dodavatelů, vyrovnaný stav domácích a zahraničních dodavatelů, převaha domácích dodavatelů, pouze domácí dodavatelé.

Vedle zjišťování stávajícího teritoriálního rozložení dodavatelů je zjišťován i trend v minulosti resp. v budoucnosti tzn., zda byly podíly dodavatelů v různých teritoriích v minulosti resp. v budoucnosti vyšší nebo nižší. Pokud hovoříme o minulosti či budoucnosti, jedná se o rozmezí 5 let. Trendy jsou respondenty hodnoceny na třístupňové škále (sledovaná veličina v minulosti „převážně rostla, zůstávala stejná, nastával pokles“, resp. v budoucnosti „lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst, zůstane stejná, nebo nastane pokles“). Proměnné popisující trendy jsou také typem ordinálních veličin.

21 Spearmanův koeficient korelace nepotvrdil statistickou významnost vztahu mezi velikostí podniku a stabilitou dodavatelů v rámci koncernu.

22 Rozdíl v aritmetických průměrech podrobený t-testu je statisticky významný (signifikance = 0,027).

23 Umělou proměnnou vytvoříme tak, že provedeme součet objemu nákupů v regionu a v ostatním tuzemsku (region je součástí tuzemska) a vytvoříme proměnnou tuzemsko. Tuzemsko a zahraničí dávají dohromady 100 %, proto je zbytečné provádět analýzu četností obou proměnných a k analýze proto použijeme podíl mezi tuzemskem a zahraničím resp. výslednou proměnnou podíl tuzemských a zahraničních dodávek.

10.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 186: **Centrální tendence odpovědí na otázku x175b–177b**

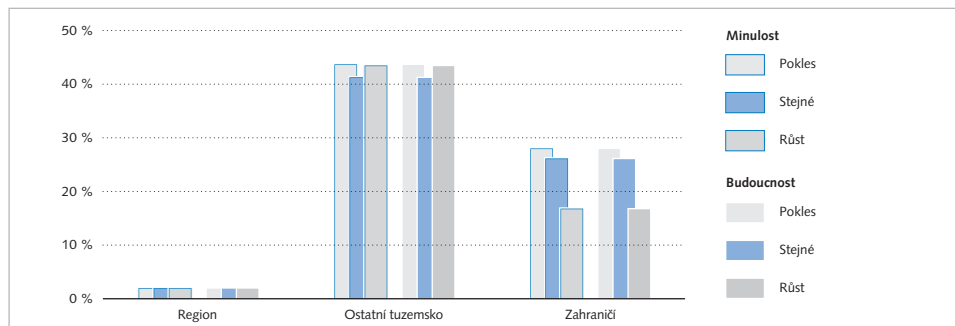
	x175b Region	x176b Ostatní tuzemsko	Region + Ostatní tuzemsko	x177b Zahraničí
Průměr	26,74	44,60	71,34	28,66
Medián	10,00	40,00	80,00	20,00
Modus	0,00	50,00	100,00	0,00
Sm.odchylka	30,67	28,62	30,10	30,10
Celkem odpovědí	416	416	416	416
Chybějící odpovědi	16	16	16	16

Komentář

Na otázku odpovědělo 416 respondentů a 16 respondentů neodpovědělo, tzn. že odpovědělo cca 96 % podniků. Od domácích dodavatelů podniky odebírají v průměru 71 % dodávek. Z těchto 71 % je 27 % objemu nákupu v průměru pořizováno v rámci regionu a zbývajících 44 % je odebíráno mimo region resp. od ostatních tuzemských dodavatelů. Od zahraničních dodavatelů je v průměru pořizováno 29 % objemu z celkových dodávek. Převažující objem dodávek pochází od tuzemského dodavatele.

V minulosti došlo k růstu nákupu hlavně u zahraničních dodavatelů, dále regionálních dodavatelů a na posledním místě pak dodavatelů z ostatního tuzemska. Procento podniků, u kterých se předpokládá posílení objemu nákupu od zahraničních dodavatelů, má do budoucna rostoucí tendenci. V minulosti nárůst objemu nákupu od zahraničních dodavatelů zaznamenalo 21,6 % respondentů, v budoucnosti růst předpokládá 25,1 % respondentů. Naopak do budoucna dojde k poklesu dodávek od regionálních dodavatelů. Rostoucí procento podniků předpokládá, že podíl dodavatelů z ostatního tuzemska na nákupu do budoucna poroste.

Graf č. 169: **Trendy v objemu nákupu dle teritorií**

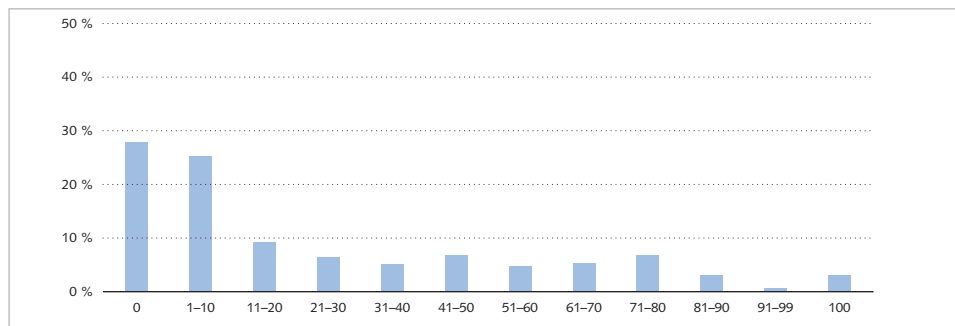


10.3.3. Charakteristika odpovědí – Region [x175]

Tabulka č. 187: Objem nákupu od regionálních dodavatelů

Objem nákupu v %	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
0	115	27,6	27,6
1–10	103	24,8	52,4
11,00–20	37	8,9	61,3
21–30	25	6,0	67,3
31–40	20	4,8	72,1
41–50	27	6,5	78,6
51–60	17	4,1	82,7
61–70	20	4,8	87,5
71–80	27	6,5	94,0
81–90	12	2,9	96,9
91–99	1	0,2	97,1
100	12	2,9	100,0

Graf č. 170: Objem nákupu od regionálních dodavatelů



Komentář

Regionálních dodavatelů nevyužívá 27,6% respondentů. Do 10% objemu nákupu pořizuje od regionálního dodavatele 24,8% respondentů. Regionální dodavatel je tak pro více jak 50% respondentů využíván pro maximálně 10% dodávek.

Ve zpracovatelském průmyslu dosahuje průměrná hodnota objemu nákupu od regionálního dodavatele 19,95%. Ve stavebnictví se jedná o 54,82% objemu dodávek.²⁴ Jedná se o více jak dvojnásobný rozdíl. Těto skutečnosti odpovídá i četnostní rozložení odpovědí v jednotlivých kategoriích (kategorie vytvořené po 10% objemu nákupu). Ve zpracovatelském průmyslu je nejvíce zastoupena kategorie 0% objemu nákupu od regionálního dodavatele a od 1% do 10% objemu nákupu. Ve stavebnictví jsou to kategorie od 61% do 70% a od 71% do 80% objemu nákupu.

Skupiny podniků, vytvořené na základě velikosti, dosahují odlišných průměrných hodnot v objemu nákupů od regionálního dodavatele. Čím jsou podniky větší, tím je menší průměrný objem nákupu pořizovaného od dodavatele v rámci regionu. U společností od 50 do 99 zaměstnanců

²⁴ Rozdíl mezi průměry za jednotlivá odvětví je dle t-testu statisticky signifikantní (signifikance = 0,000).

je průměrný objem nákupu 34,1%, u podniků od 100 do 249 zaměstnanců 28,3% a u podniků nad 250 zaměstnanců je průměrná hodnota nejnižší, a to 16,7%. Velikost podniku u našeho výběrový vzorku ovlivňuje objem nákupu od regionálního dodavatele. Tutéž skutečnost potvrzují i procentní zastoupení odpovědí v jednotlivých velikostech dodávek kategorizovaných po 10% objemu nákupu. Pokud se pokusíme ověřit platnost závěrů i pro základní vzorek, dospějeme k podobnému závěru, tzn. že existuje negativní vztah mezi velikostí podniku a objemem nákupu od regionálního dodavatele.²⁵

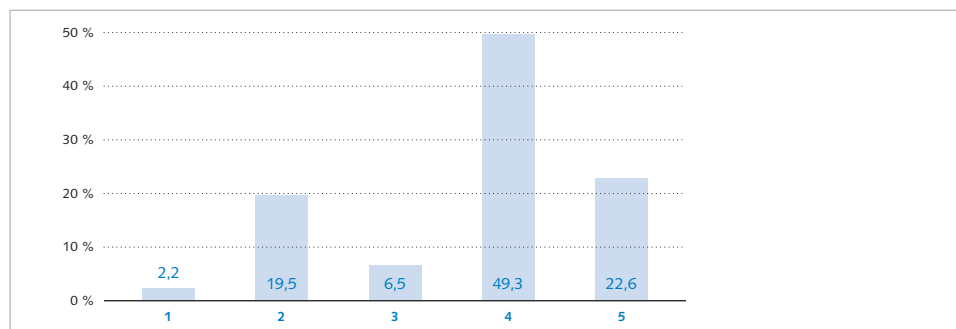
U společností s ručením omezeným nakupuje od regionálního dodavatele do 40% objemu dodávek 71,2% podniků, u akciových společností je to 73,3% podniků.

10.3.4. Charakteristika odpovědí – tuzemsko a zahraničí [x176–x177]

Tabulka č. 188: **Převažující lokalita dodavatelů v rozlišení na tuzemsko a zahraničí**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Pouze zahraniční dodavatelé	9	2,2	2,2
Převaha zahraničních dodavatelů	81	19,5	21,6
Vyrovnaný stav domácích a zahraničních dodavatelů	27	6,5	28,1
Převaha domácích dodavatelů	205	49,3	77,4
Pouze domácí dodavatelé	94	22,6	100,0

Graf č. 171: **Převažující lokalita dodavatele v rozlišení na tuzemsko a zahraničí**



Komentář

U většiny procenta podniků převažují domácí dodavatelé. Pouze domácí dodavatele využívá 22,6% respondentů. Výhradně zahraniční dodavatele využívá 2,2% respondentů.

Ve vzorku podniků pocházejících ze stavebnictví je 64,2% podniků, u kterých je zastoupen pouze domácí dodavatel. Ve zpracovatelském průmyslu je toto procento několikanásobně menší (12,5%). Mezi stavebními podniky neexistuje podnik, kde by byly zastoupeni jenom zahraniční dodavatelé, jako jsou například u 2,7% podniků ve zpracovatelském průmyslu. Ve stavebnictví je vyšší zastoupení domácích dodavatelů (v průměru 93,8% dodávek pochází z tuzemska

²⁵ Spearmanův koeficient korelace naznačuje, že se 100% pravděpodobností nenastala výběrová chyba (signifikance = 0,000), tzn. že vztah je platný i pro základní vzorek podniků. Síla korelace dosahuje hodnoty – 0,219 a jedná se tedy o střední sílu korelace. S ohledem na doposud tímto způsobem analyzovaná data pouze konstatujeme, že se jedná o jeden z nejsilnějších vztahů mezi velikostí podniku a jinou získanou proměnnou.

vč. regionu, ve zpracovatelském průmyslu je z tuzemska vč. regionu 65,9% dodávek), jak napovídají i charakteristiky centrálních tendencí.²⁶

Domácí dodavatelé převažují u 74,6% podniků zaměstnávajících od 50 do 99 zaměstnanců. U podniků od 100 do 249 zaměstnanců je procentní zastoupení přibližně stejné (78,8% podniků). U podniků nad 250 zaměstnanců je toto procento menší, jedná se o 59,2% podniků. U tohoto typu podniků je naopak vysoké procento respondentů, kteří označili dodávky ze zahraničí jako převažující (33,3% respondentů v porovnání s 19,7% u podniků od 50 do 99 zaměstnanců). Na základě statistického vyhodnocení pomocí korelačního koeficientu lze konstatovat, že s růstem podniku roste objem dodávek od zahraničních dodavatelů.²⁷

Vzhledem k tomu, že akciové společnosti bývají co do počtu zaměstnanců velmi často větší než společnosti s ručením omezeným, lze předpokládat, že u akciových společnostech budou převažovat zahraniční dodavatelé. Skutečnost je však jiná. U akciových společnostech u 18,9% podniků převažují zahraniční dodavatelé, u společností s ručením omezeným je toto procento vyšší. Jedná se o 23,7% podniků. Domácí dodavatelé převažují u 75,5% podniků, které jsou právní formou akciové společnosti. U společností s ručením omezeným je převaha domácích dodavatelů u 69%.

10.4. Specifičnost dodávek

10.4.1. Charakteristika otázky

B5.4. Uvedte specifičnost dodávek.

V rámci této otázky je zjišťován objem jednotlivých dodávek charakterizovaných dle míry specifičnosti – velmi specifické dodávky (x181), spíše specifické dodávky (x182), spíše standardizované dodávky (x183), velmi standardizované dodávky (x183). Součet podílů jednotlivých typů dodávek na objemu celkových dodávek se rovná 100%. Otázka je typem otázky otevřené. Při vyhodnocování dle zvolených kritérií (odvětví, velikost, právní forma) bude použito pouze jedné uměle vytvořené proměnné, a to podíl specifických a standardizovaných dodávek. Pro tento účel nejprve sečteme kategorie „velmi specifické dodávky“ a „spíše specifické dodávky“ a vytvoříme kategorii specifické dodávky. Totéž provedeme s kategoriemi „spíše standardizované dodávky“ a „velmi standardizované dodávky“. Četnosti dle kritérií pak budou přiřazeny do kategorií obdobně jako u otázky předchozí, tzn. pouze specifické dodávky, převaha specifických dodávek, vyrovnaný podíl standardizovaných a specifických dodávek, převaha standardizovaných dodávek, pouze standardizované dodávky.

Vedle zjišťování stávajícího podílu jednotlivých typů dodávek na celkovém objemu nákupu je zjišťován i trend v minulosti resp. v budoucnosti tzn., zda podíl, který respondenti uvedli, byl v minulosti resp. v budoucnosti vyšší nebo nižší.

Proměnné popisující trendy jsou typem ordinálních veličin, proměnná popisující podíl objemu nákupu je proměnná kvantitativní spojitá a budeme ji převádět na typ kategoriální proměnné.

26 Testujeme-li statistickou signifikanci rozdílů v průměrech, výsledek t-testu napovídá, že vztah je statisticky signifikantní (signifikance = 0,000).

27 Pearsonův koeficient korelace potvrdil signifikantnost vztahu (signifikance = 0,000), síla vztahu mezi proměnnou velikostí podniku a objemem dodávek od zahraničního dodavatele má pozitivní směr a dosahuje hodnoty 0,179.

10.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 189: **Centrální tendence odpovědí na otázky x181b–184b**

	x181 Velmi specifické dodávky	x182 Spíše specifické dodávky	Specifické dodávky (Suma x181+x182)	x183 Velmi standardi- zované dodávky	x184 Spíše standardi- zované dodávky	Standardizované dodávky (Suma x183+x184)
Průměr	23,65	22,07	45,73	32,58	21,69	54,27
Medián	0,00	10,00	40,00	15,00	0,00	60,00
Modus	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
Sm. odchylka	35,60	31,17	40,56	37,72	34,52	40,56
Celkem získaných odpovědí	412	412	412	412	412	412
Chybějící odpovědi	20	20	20	20	20	20

Komentář

Na otázku objemu jednotlivých typů dodávek dle míry specifčnosti produktu odpovědělo 412 podniků ze 432. Velmi specifické dodávky jsou v podnicích v průměru zastoupeny z 24%, spíše specifické dodávky pak z 22%. Největší, co do objemu dodávek, je kategorie velmi standardizované dodávky. V průměru se jedná o 33% všech dodávek. Spíše standardizované dodávky pak tvoří v průměru 21,7% dodávek. V tabulce (Tabulka č. 184) jsou uvedeny i charakteristiky centrálních tendencí, pokud ze čtyř v dotazníku nabízených kategorií vytvoříme dvě – specifické produkty a standardizované produkty. Standardizované produkty v průměru tvoří 54% dodávek a zbývající objem dodávek pak připadá na specifické dodávky. Nejedná se o nijak vysoký rozdíl.

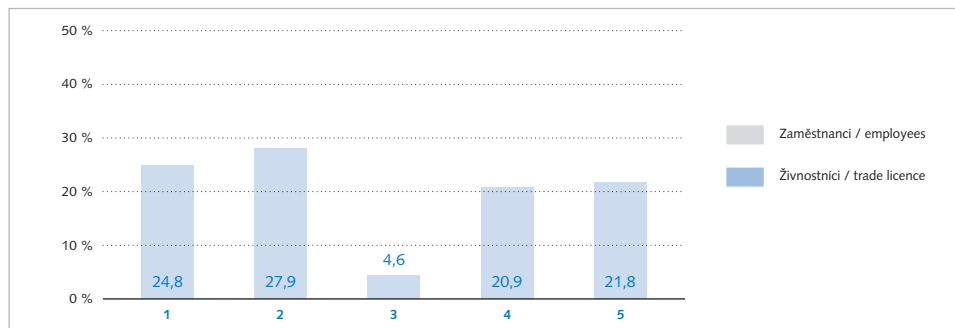
Specifčnost dodávek měla v minulosti u 20,5% respondentů rostoucí charakter. Do budoucna bude mít specifčnost rostoucí charakter u 22,9% respondentů. U více jak 70% respondentů již stávající stav specifčnosti dodávek byl a bude zůstat stejný.

10.4.3. Charakteristika odpovědí na otázku – podíl mezi standardizovanými a specifickými dodávkami

Tabulka č. 190: **Převažující typ dodávky dle specifčnosti dodávek**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Pouze standardizované produkty	102	24,8	24,8
Převaha standardizovaných produktů	115	27,9	52,7
Vyrovnaný poměr standardizovaných a specifických produktů	19	4,6	57,3
Převaha specifických produktů	86	20,9	78,2
Pouze specifické produkty	90	21,8	100,0

Graf č. 172: Převažující typ dodávky dle specifičnosti dodávek



Komentář

Jak již bylo uvedeno výše na základě aritmetických průměrů objemů dodávek s různou specifičností, u většiny podniků převažují dodávky standardizovaného charakteru. 24,8% podniků jsou dodávány pouze standardizované dodávky. Na druhou stranu pouze specifické dodávky jsou dodávány 21,8% podniků, což není nijak výrazně nižší procento. Nejmenší procento podniků má vyvážené množství dodávek specifického a standardizovaného charakteru.

Pouze standardizované produkty nakupuje větší procento podniků ve zpracovatelském průmyslu (25,9% ve zpracovatelském průmyslu, 19,7% ve stavebnictví), taktéž ale i větší procento respondentů ve zpracovatelském průmyslu označilo, že podnik nakupuje pouze specifické produkty (23,5% ve zpracovatelském průmyslu, 14,5% ve stavebnictví). Ve stavebnictví je naopak větší procento respondentů, u kterých mají převahu dodávky standardizované, popřípadě je u nich vyrovnaný počet mezi specifickými a standardizovanými produkty.

Co se týče četnosti odpovědí dle velikosti podniku, odpovědi jsou přibližně stejně rozložené bez ohledu na velikost podniku. Těsně nad 50% respondentů odpovědělo, že jsou nakupovány více nebo pouze standardizované produkty. V případě podniků s více jak 250 zaměstnanci čítá kategorie „převaha standardizovaných nebo pouze standardizovaných dodávek“ 49% respondentů. Nejedná se však o žádný zásadní rozdíl.

Procentní zastoupení odpovědí je zachováno přibližně stejně u akciových společností i společností s ručením omezeným. Právní forma podnikání neovlivňuje objem nákupů specifických či standardizovaných dodávek.

10.5. Kritéria výběru nového dodavatele

10.5.1. Charakteristika otázky

B5.5. Ohodnoňte důležitost uvedených kritérií při výběru nového dodavatele (resp. při hodnocení stávajícího).

V rámci této otázky je zjišťována důležitost jednotlivých kritérií při výběru dodavatele. Jedná se o kritéria cena produktů (x187), platební podmínky (x188), ostatní dodací podmínky (x189), kvalita produktů (x190), certifikát jakosti dodavatele (x191), doba působení dodavatele na trhu (x192), reference jiných odběratelů (x193), soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) podniku (x194). Respondenti mohli na otázku odpovídat na pětistupňové škále od 1 do 5, kdy 1 představovala zcela nedůležité kritérium při výběru dodavatele, 5 pak velmi důležité

kritérium. Jedná se o ordinální proměnnou, a tudíž budeme míru centrální tendence vyjadřovat kromě aritmetického průměru prostřednictvím mediánu i při dílčích analýzách, který, jak už jsme uvedli v kapitole 10.2, je jako charakteristika pro ordinální proměnné vhodnější.

Vedle zjišťování stávající důležitosti kritérií je zjišťován i trend důležitosti v minulosti resp. v budoucnosti tzn., zda byla důležitost jednotlivých kritérií v minulosti resp. v budoucnosti vyšší nebo nižší. Pokud hovoříme o minulosti či budoucnosti, jedná se o rozmezí 5 let. Trendy jsou respondenty hodnoceny na třístupňové škále (sledovaná veličina v minulosti „převážně rostla, zůstávala stejná, nastával pokles“, resp. v budoucnosti „lze předpokládat, že sledovaná veličina bude převážně růst, zůstane stejná, nebo nastane pokles“). Proměnné popisující trendy jsou také typem ordinálních veličin.

10.5.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 191: **Centrální tendence odpovědí na otázky x187b–194b**

	x187b Cena	x188b Platební podmínky	x189b Ostatní dodací podmínky	x190b Kvalita produktů	x191b Certifikát jakosti dodavatele	x192b Doba působení dodavatele na trhu	x193b Reference jiných odběratelů	x194b Soulad chování dodavatele s (CSR)
Průměr	4,42	3,74	3,39	4,69	3,65	2,86	3,07	2,83
Medián	5,00	4,00	3,00	5,00	4,00	3,00	3,00	3,00
Modus	5,00	4,00	3,00	5,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Sm. odchylka	0,70	0,93	0,90	0,54	1,11	0,92	0,93	1,18
Celkem odpovědí	426	424	424	426	424	424	424	421
Chybějící odpovědi	6	8	8	6	8	8	8	11

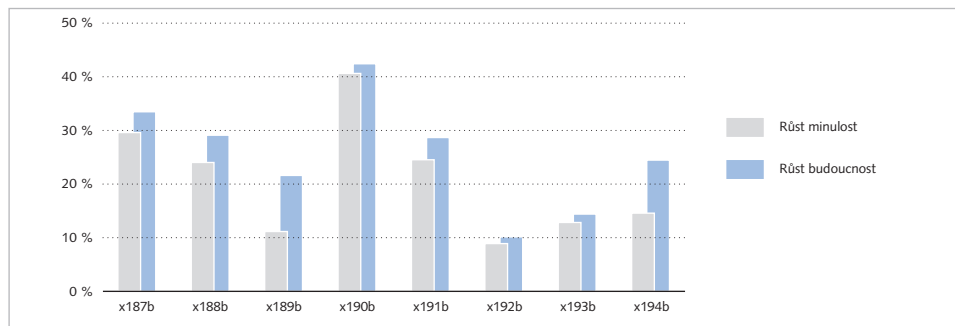
Komentář

Ke kritériu „cena“ a „kvalita produktů“ se vyjádřilo 426 podniků, ke kritériím „platební podmínky, ostatní dodací podmínky, certifikát jakosti dodavatele, doba působení dodavatele na trhu a reference jiných odběratelů“ se vyjádřilo o dva respondenty méně a nejméně respondentů (421) se vyjádřilo ke kritériu „soulad chování dodavatele se společenskou odpovědností (CSR) podniku“.

Nejvyšší důležitosti v podnicích při výběru dodavatele dosahují kritéria „kvalita produktu“ a „cena“, a to jak podle aritmetického průměru, tak modu i mediánu. Průměrná hodnota těchto kritérií se blíží hodnotě 5, tzn. k vysoké důležitosti. Nejčastější odpovědí u těchto dvou kritérií byla hodnota 5, tedy vysoká důležitost. Nejmenší důležitost mají kritéria „doba působení dodavatele na trhu“ a „soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti“. Největší shoda v odpovědích panuje u kritéria „kvalita produktů“ a následně pak „cena“. Nejmenší shoda panuje u kritéria „soulad chování dodavatele se společenskou odpovědností (CSR) podniku“.

Z grafu trendů důležitosti jednotlivých kritérií (Graf č. 170) je zřejmé, že u všech kritérií se zvýší jejich důležitost u rostoucího počtu podniků. Růst důležitosti do budoucnosti byl největším procentem podniků zaznamenán u kritéria „kvalita“. Oproti minulosti se jedná o nárůst v počtu podniků o 1,7%. „Ostatní dodací podmínky“ jsou kritériem, u kterého došlo k největšímu nárůstu počtu respondentů považujících toto kritérium za rostoucí v důležitosti mezi obdobím minulým a obdobím budoucím. Jedná se o změnu 10,3%.

Graf č. 173: Srovnání trendu růstu důležitosti kritérií v minulosti a budoucnosti

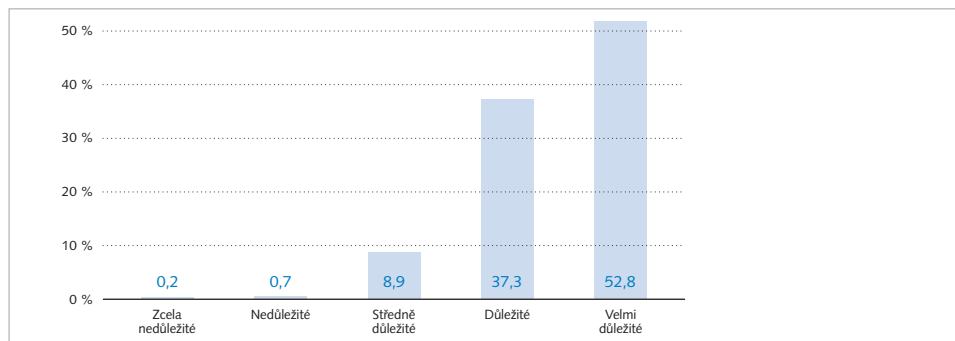


105.3. Charakteristika odpovědí – cena produktů [x187]

Tabulka č. 192: Důležitost kritéria „cena produktů“

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	1	0,2	0,2
Nedůležité	3	0,7	0,9
Středně důležité	38	8,9	9,9
Důležité	159	37,3	47,2
Velmi důležité	225	52,8	100,0

Graf č. 174: Důležitost kritéria „cena produktů“



Komentář

Cena produktů, jak jsme již uvedli výše, je jedním z nejdůležitějších kritérií při výběru dodavatele. Jako důležité či velmi důležité ji označilo 90,1% respondentů. Jako zcela nedůležité toto kritérium označil pouze jeden podnik resp. 0,2% respondentů.

Pokud budeme porovnávat důležitost kritéria dle odvětví, neexistuje výrazný rozdíl v průměrných hodnotách důležitosti kritéria „cena“ mezi stavebnictvím a zpracovatelským průmyslem. Rozdíl je pouze v mediánu, který u zpracovatelského průmyslu nabývá hodnoty velmi důležité kritérium a u stavebnictví pouze důležité kritérium. V četnostním zastoupení jednotlivých hodnot

důležitosti opět neexistuje významný rozdíl mezi stavebnictvím a zpracovatelským průmyslem u respondentských podniků.²⁸

Analýza důležitosti kritérií dle velikosti podniku nás vede k podobnému závěru jako při analýze dle odvětví, tzn. že mezi aritmetickými průměry, mody a mediány neexistuje výrazný rozdíl, resp. jsou shodné. Procentní rozložení jednotlivých hodnot odpovědí je opět podobné pro všechny velikostní skupiny. V podnicích od 50 do 99 zaměstnanců, od 100 do 249 zaměstnanců a v podnicích od 250 zaměstnanců je hodnota „velmi důležité“ zastoupena z cca 50 %, hodnota „důležité“ je zastoupena mezi 35 % až 40 % respondentů. Hodnoty důležitosti „zcela nedůležité či nedůležité“ jsou zastoupeny v 1 % případech.

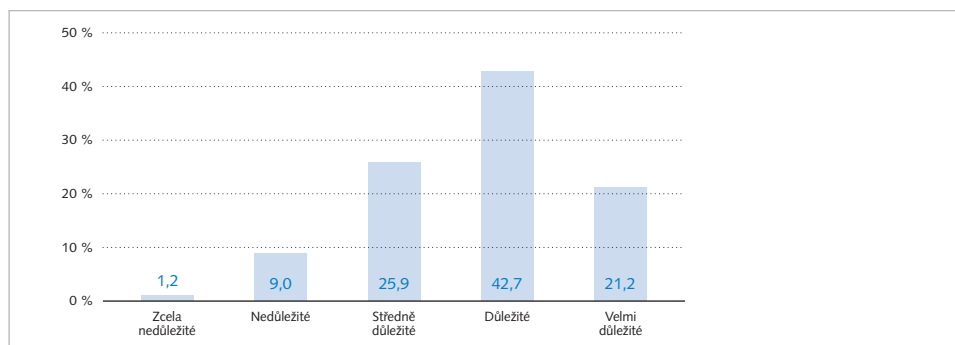
Ve společnostech s ručením omezeným jsou jednotlivé kategorie zastoupeny přibližně stejným procentem odpovědí jako v případě akciových společností.

10.5.4. Charakteristika odpovědí – platební podmínky [x188]

Tabulka č. 193: Důležitost kritéria „platební podmínky“

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	5	1,2	1,2
Nedůležité	38	9,0	10,1
Středně důležité	110	25,9	36,1
Důležité	181	42,7	78,8
Velmi důležité	90	21,2	100,0

Graf č. 175: Důležitost kritéria „platební podmínky“



Komentář

Platební podmínky považuje 63,9% respondentů za důležité nebo velmi důležité, 25,9% respondentů je označilo středně důležité a zbývající podniky je považují za nedůležité nebo zcela nedůležité.

Ve zpracovatelském průmyslu dosahují odpovědi v průměru nižší důležitosti (3,67) než v případě stavebnictví (4,01). 82,9% respondentů ve stavebnictví považuje kritérium za důležité, ve zpracovatelském průmyslu je to 59,4%. Jako zcela nedůležité nebo nedůležité toto kritérium označilo

²⁸ Na základě provedeného t-testu konstatujeme, že rozdíl mezi průměry není na statisticky signifikantní.

11,7% respondentů ve zpracovatelském průmyslu, ve stavebnictví je to pouhých 3,6%. Pokud podrobíme zjištěný rozdíl dalšímu statistickému vyhodnocení, zjistíme, že rozdíl v průměrech není způsoben s vysokou pravděpodobností výběrovou chybou.²⁹

Pokud provedeme analýzu dle velikosti, průměry nevykazují žádný výrazný rozdíl. Medián a modus dosahují ve všech třech velikostních skupinách stejnou hodnotu. Pokud se podíváme na četnosti resp. procentní zastoupení odpovědí podle velikosti, pak podniky nad 250 zaměstnanců vykazují nižší procentní zastoupení odpovědí hodnotou „důležité či velmi důležité“. Jedná se o 62% podniků s více jak 250 zaměstnanci, u podniků od 100 do 249 zaměstnanců se jedná o 63,5% podniků této velikosti a u podniků od 50 do 99 zaměstnanců takto odpovědělo 66,4% podniků této velikosti. S rostoucí velikostí podniku klesá důležitost kritéria platební podmínky u podniků ve výběrovém vzorku.³⁰

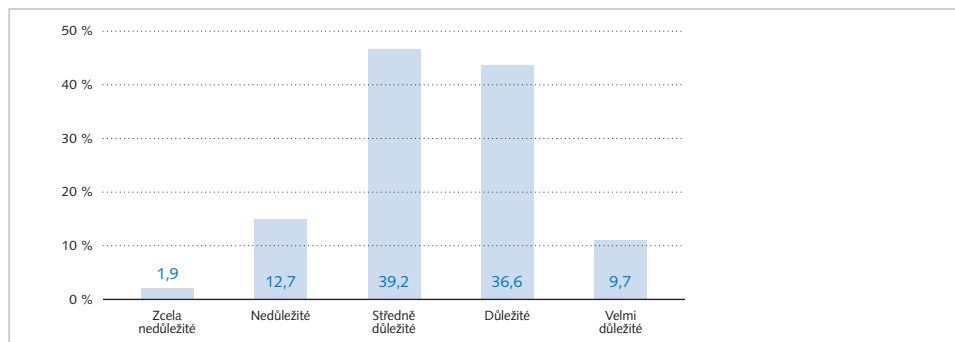
Při začlenění podniků dle právní formy podnikání, není v procentním zastoupení odpovědí výrazná odlišnost.

10.5.5. Charakteristika odpovědí – ostatní dodací podmínky [x189]

Tabulka č. 194: Důležitost kritéria „ostatní dodací podmínky“

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	8	1,9	1,9
Nedůležité	54	12,7	14,6
Středně důležité	166	39,2	53,8
Důležité	155	36,6	90,3
Velmi důležité	41	9,7	100,0

Graf č. 176: Důležitost kritéria „ostatní dodací podmínky“



29 Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti – 0,33968 není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností téměř 100% (signifikance = 0,003).

30 S využitím Spearmanova koeficientu korelace lze konstatovat, že vztah mezi proměnnými není statisticky signifikantní.

Komentář

Pro označení důležitosti kritéria „ostatní dodací podmínky“ téměř 40% respondentů zvolilo hodnotu „středně důležité“. 46,3% respondentů označilo toto kritérium jako důležité či velmi důležité. Důležitost tohoto kritéria do budoucna poroste (Graf č. 170).

Pokud rozdělíme odpovědi podniků dle náležitosti k odvětví a vypočteme aritmetické průměry pro dle odvětví vytvořené skupiny, mezi průměrnými hodnotami existuje rozdíl. Ve zpracovatelském průmyslu je aritmetický průměr odpovědí 3,3 a ve stavebnictví 3,6. Tutéž skutečnost, tzn. vyšší důležitost kritéria v průměru ve stavebnictví ukazuje i hodnota modu a mediánu, která je ve zpracovatelském průmyslu 3 (středně důležité kritérium) a ve stavebnictví 4 (důležité kritérium). Ve zpracovatelském průmyslu označilo toto kritérium za zcela nedůležité 2,3% respondentů. Ve stavebnictví však toto kritérium jako zcela nedůležité nepovažuje žádný podnik. 43,5% respondentů ve zpracovatelském průmyslu považuje kritérium za důležité nebo velmi důležité, 57,4% respondentů pak ve stavebnictví. Na základě dalšího testování lze určit, zda budou rozdílné průměry i v základním vzorku podniků. Statistické testování tento rozdíl potvrzuje i pro základní vzorek podniků.³¹

Aritmetický průměr, u skupin podniků vytvořených dle velikosti s rostoucí velikostí podniku, klesá. U podniků od 50 do 99 zaměstnanců je průměr 3,5, u podniků od 100 do 249 je průměr 3,5 a u největších podniků je průměr 3,2. Je zajímavé, že modus a medián je nejvyšší u první skupiny podniků. Jako zcela nedůležité nebo nedůležité označilo toto kritérium 11,2% podniků v této první skupině. Ve skupině od 100 do 249 zaměstnanců byla hodnota zcela nedůležité nebo nedůležité zastoupena ve 13,9% odpovědí, a u podniků největších (250 zaměstnanců a výše) v 19,1% odpovědí. Jako důležité či velmi důležité bylo kritérium označeno menším procentem podniků s 250 zaměstnanci a výše v porovnání s podniky od 100 do 249 zaměstnanců. Nejvíce respondentů označilo kritérium jako důležité či velmi důležité v kategorii od 50 do 99 zaměstnanců. Při dalším statistickém testování lze potvrdit, že rozdíl v důležitosti dle velikosti podniku existuje i v základním vzorku.³² S růstem podniku klesá důležitost kritéria ostatní dodací podmínky.

V zastoupení odpovědí, pokud podniky rozdělíme do dvou skupin dle právní formy, neexistuje výrazná odlišnost mezi společnostmi s ručením omezeným a akciovými společnostmi.

10.5.6. Charakteristika odpovědí – kvalita produktů [x190]

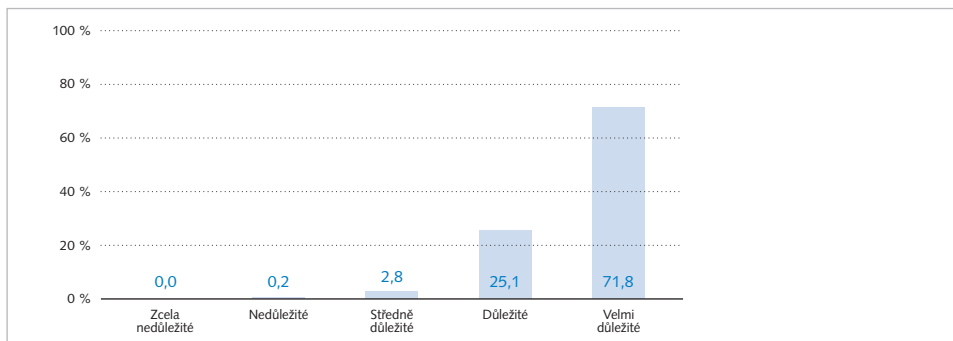
Tabulka č. 195: **Důležitost kritéria „kvalita produktů“**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	0	0,0	0,0
Nedůležité	1	0,2	0,2
Středně důležité	12	2,8	3,1
Důležité	107	25,1	28,2
Velmi důležité	306	71,8	100,0

31 Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti $-0,26765$ není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností téměř 100% (signifikance = 0,006). T-test však předpokládá normální rozložení dat, v tomto případě by bylo vhodnější použít k testování průměrů neparametrických testů, například Mann-Whitneyho testu. Tento test neurčil rozdíl mezi průměry jako statisticky signifikantní.

32 Spearmanův koeficient korelace potvrdil signifikantnost vztahu mezi velikostí podniku a důležitostí kritéria platební podmínky. Síla vztahu je $-0,112$, ne tedy příliš podstatná, ale daný vztah existuje i v základním vzorku podniků.

Graf č. 177: Důležitost kritéria „kvalita produktů“



Komentář

Kvalita je jedním z nejdůležitějších kritérií, jak jsme si již uvedli výše na základě porovnání centrálních charakteristik mezi jednotlivými kritérii. Jako důležité či velmi důležité označilo kritérium kvalita produktů 96,9% respondentů. Žádný z respondentů neoznačil kritérium cena za nedůležité či zcela nedůležité.

Ve zpracovatelském průmyslu je aritmetický průměr o málo vyšší než ve stavebnictví (4,7 ve stavebnictví, 4,6 ve zpracovatelském průmyslu). Medián nabývá u obou odvětví hodnoty 5, tedy velmi důležité kritérium. Opět v procentním zastoupení jednotlivých hodnot důležitosti není mezi odvětvími výrazný rozdíl. Výsledek dalšího statistického testování nenaznačuje, že by rozdíl v průměrech platil i pro základní vzorek podniků.³³

Podle průměru pro jednotlivé velikostní kategorie, nejvyšší hodnoty aritmetického průměru dosahují podniky nad 250 zaměstnanců. 76,4% respondentů označilo důležitost kritéria hodnotou „důležitá a velmi důležitá“ u podniků nad 250 zaměstnanců, u podniků od 100 do 249 zaměstnanců je to 69,4% respondentů, u podniků od 50 do 99 zaměstnanců je to 70,6% respondentů.

V zastoupení odpovědí, pokud podniky rozdělíme do dvou skupin dle právní formy, neexistuje výrazná odlišnost mezi společnostmi s ručením omezeným a akciovými společnostmi.

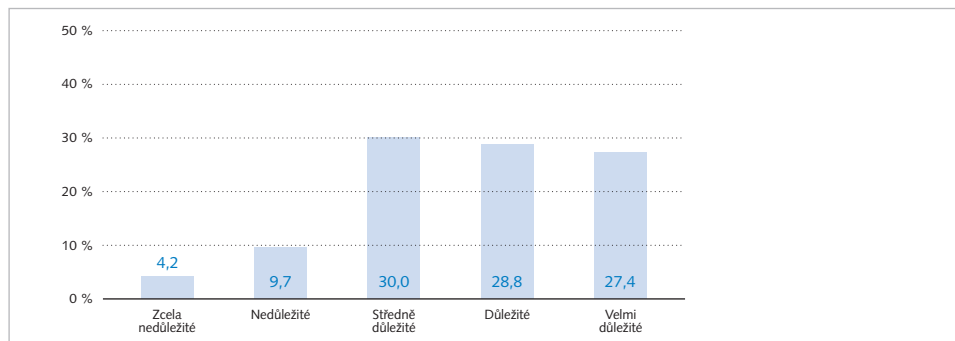
10.5.7. Charakteristika odpovědí – certifikáty jakosti dodavatele [x191]

Tabulka č. 196: Důležitost kritéria „certifikáty jakosti dodavatele“

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	18	4,2	4,2
Nedůležité	41	9,7	13,9
Středně důležité	127	30,0	43,9
Důležité	122	28,8	72,6
Velmi důležité	116	27,4	100,0

³³ Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti 0,10883 není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností téměř 91 % (signifikance = 0,098). Při použití Mann Whitneyho neparametrického testu však rozdíl mezi průměry statisticky signifikantní na hladině 95 % není (signifikance = 0,183).

Graf č. 178: Důležitost kritéria „certifikáty jakosti dodavatele“



Komentář

Největší procento podniků označilo důležitost kritéria hodnotou „středně důležité“. Jako důležité či velmi důležité označilo kritérium „certifikátů jakosti dodavatele“ 56,2% respondentů. 9,9% respondentů označilo kritérium jako zcela nedůležité či důležité.

Ve zpracovatelském průmyslu je průměrná hodnota důležitosti kritéria 3,63, ve stavebnictví pak 3,71. Medián je u zpracovatelského průmyslu naopak vyšší a nabývá hodnoty 4 (důležité kritérium) v porovnání se stavebnictvím, kde nabývá hodnoty 3 (středně důležité). Modus je pro obě odvětví 4 (důležité kritérium). V procentním zastoupení odpovědí dle odvětví je výraznější rozdíl u hodnoty „nedůležité“ kritérium. Ve stavebnictví považuje kritérium jako nedůležité pouze 1,2% respondentů, ve zpracovatelském průmyslu pak 11,7% respondentů. Větší procento respondentů se k hodnotě „středně důležité“ přiklonilo ve stavebnictví. Zbývající hodnoty odpovědí jsou přibližně stejně zastoupeny v obou odvětvích. Při důkladnějším statistickém testování nelze potvrdit platnost hypotézy o rozdílu průměrů v celém základním vzorku.

„Certifikáty jakosti dodavatele“ jsou dle aritmetických průměrů důležitějším kritériem u větších podniků. S rostoucí velikostí podniků roste průměrná důležitost tohoto kritéria.³⁴ V podnicích od 50 do 99 zaměstnanců a od 100 do 249 zaměstnanců označilo kritérium jako důležité či velmi důležité 53,2% respondentů. U kategorie podniků s 250 a více zaměstnanci těmito hodnotami odpovědělo již 62,2% respondentů.

Certifikát jakosti dodavatele vnímá jako zcela nedůležité nebo nedůležité 17,3% respondentů ze společností s ručením omezeným. U akciových společností je toto zastoupení této odpovědi nižší (9,7%). Jako důležité nebo velmi důležité je kritérium u akciových společností považováno větším procentem podniků než u společností s ručením omezeným. Rozdíl není nijak zásadní.³⁵

34 Na základě výpočtu Spearmanova koeficientu korelace jsme došli k závěru, že vztah mezi velikostí podniku a důležitostí kritéria „certifikáty jakosti dodavatele“ není signifikantní.

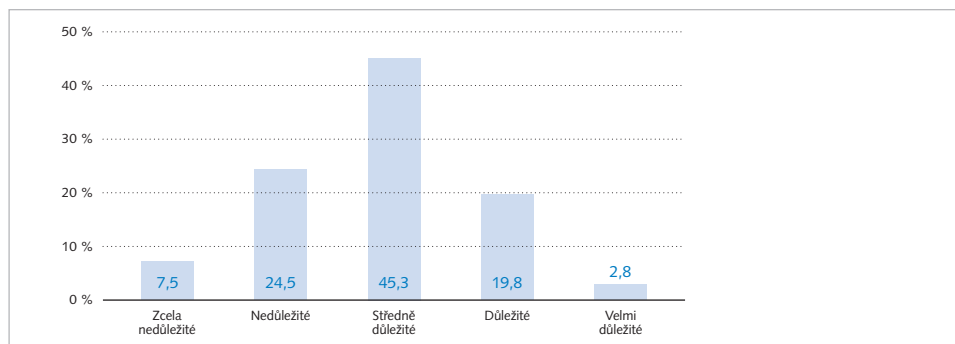
35 Testováním rozdílů v průměrech za pomoci t-testu dospějeme k závěru, že rozdíly v průměrech nejsou statisticky signifikantní.

10.5.8. Charakteristika odpovědí – doba působení dodavatele na trhu [x192]

Tabulka č. 197: **Důležitost kritéria „doba působení dodavatele na trhu“**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	32	7,5	7,5
Nedůležité	104	24,5	32,1
Středně důležité	192	45,3	77,4
Důležité	84	19,8	97,2
Velmi důležité	12	2,8	100,0

Graf č. 179: **Důležitost kritéria „doba působení dodavatele na trhu“**



Komentář

Největší procento podniků (45,3%) označilo důležitost kritéria hodnotou 3, tedy střední důležitostí. Kritérium je vnímáno jako důležité či velmi důležité 22,6% respondentů. Větší procento podniků, resp. 32,1% respondentů, označilo kritérium jako zcela nedůležité nebo nedůležité.

Důležitost doby působení dodavatele na trhu v průměru dosahuje hodnoty 2,83 ve zpracovatelském průmyslu. Ve stavebnictví je průměrná hodnota vyšší a dosahuje hodnoty 2,99. Modus i medián dosahuje u obou odvětví hodnoty 3 (střední důležitost). Střední důležitost kritéria označilo přibližně stejné procento respondentů u obou odvětví. Za spíše nedůležité považuje kritérium „doba působení dodavatele na trhu“ větší procento respondentů ve zpracovatelském průmyslu. Jedná se o 33,1% respondentů. Ve stavebnictví je to 27,1% respondentů. Při důkladnějším statistickém testování nelze potvrdit platnost hypotézy o rozdílu průměrů v celém základním vzorku.

Porovnání aritmetických průměrů důležitosti kritéria dle velikosti podniku nás přivede k myšlence, že s rostoucí velikostí roste důležitost kritéria. U podniků od 50 do 99 zaměstnanců označilo kritérium jako důležité či velmi důležité 17,6% respondentů a u společností od 100 do 249 zaměstnanců 23,7% respondentů. U kategorie podniků nad 250 zaměstnanců hodnotami „důležité nebo velmi důležité“ odpovědělo 26,2% respondentů. Hodnotou „zcela nedůležité nebo nedůležité“ odpovědělo 30% respondentů. S růstem velikosti podniku procentní zastoupení těchto odpovědí klesá. Mezi podniky o velikosti 50 až 99 zaměstnanců a podniky o velikosti 250 a více zaměstnanců je již rozdíl v procentním zastoupení odpovědí hodnotami „zcela nedůležité a nedůležité“ cca 10%. Vztah mezi velikostí podniku a důležitostí kritéria je signifikantní, tzn., že

s vysokou pravděpodobností platí i v základním vzorku podniků.³⁶ S růstem velikosti podniku roste důležitost kritéria doba působení dodavatele na trhu.

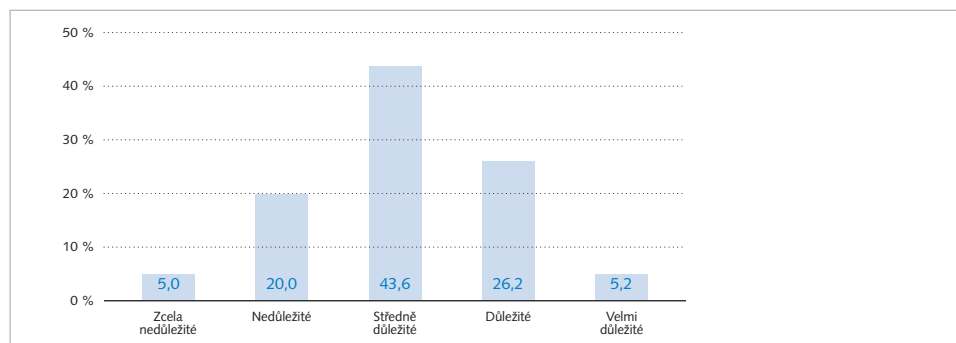
U společností s ručením omezeným je kritérium doba působení dodavatele na trhu důležitá nebo velmi důležitá pro 20,7% podniků, u akciových společností pro 25,1% podniků. U akciových společností je naopak menší procento těch, u kterých je kritérium zcela nedůležité nebo nedůležité. U akciových společností se jedná o 26,7% podniků, u společností s ručením omezeným se jedná o 36,2% podniků. Na základě dalšího testování lze ověřit předpoklad, zda rozdílné průměry budou i v základním vzorku podniků. Statistické testování tento rozdíl potvrzuje i pro základní vzorek podniků.³⁷

10.5.9. Charakteristika odpovědí – reference jiných odběratelů [x193]

Tabulka č. 198: Důležitost kritéria „reference jiných odběratelů“

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	21	5,0	5,0
Nedůležité	85	20,0	25,0
Středně důležité	185	43,6	68,6
Důležité	111	26,2	94,8
Velmi důležité	22	5,2	100,0

Graf č. 180: Důležitost kritéria „reference jiných odběratelů“



Komentář

Největší procento podniků (43,6%) označilo důležitost kritéria střední důležitostí. Jako důležité či velmi důležité vnímá kritérium reference jiných odběratelů 31,4% respondentů. 25% respondentů označilo důležitost kritéria hodnotami „důležité nebo velmi důležité“.

Ve stavebnictví je v průměru vyšší hodnota důležitosti než ve zpracovatelském průmyslu. Ve zpracovatelském průmyslu je hodnota aritmetického průměru 2,99, ve stavebnictví pak 3,37. Hodnota modu a mediánu je u obou odvětvích 3 (středně důležité). Za nedůležité nebo zcela

36 Nalezený vztah je na základě výpočtu Spearmanova koeficientu signifikantní (signifikance = 0,028). Síla vztahu dosahuje hodnoty 0,107. Jedná se tedy o nízkou až střední míru korelace mezi velikostí podniku a daným kritériem.

37 Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti – 0,22446 není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností téměř 99% (signifikance = 0,012).

nedůležité je toto kritérium považováno ve větším procentu ve stavebnictví (14,6 %) než ve zpracovatelském průmyslu (27,5 %). Naopak za důležité či velmi důležité je kritérium považováno ve větším zastoupení ve stavebnictví (43,9 %) než ve zpracovatelském průmyslu (28,4 %). Na základě dalšího testování lze ověřit předpoklad, zda rozdílné průměry, které u tohoto kritéria zaznamenaly nejvyšší rozdíl s ohledem na ostatní kritéria, budou i v základním vzorku podniků. Statistické testování tento rozdíl potvrzuje i pro základní vzorek podniků.³⁸

Průměrné hodnoty za podniky rozdělené dle jejich velikosti nevykazují výrazné rozdíly a dosahují hodnoty 3 pro aritmetický průměr, medián a modus. V procentním zastoupení odpovědí u jednotlivých hodnot důležitosti jsou si všechny tři skupiny vytvořené podle velikost velmi podobné.

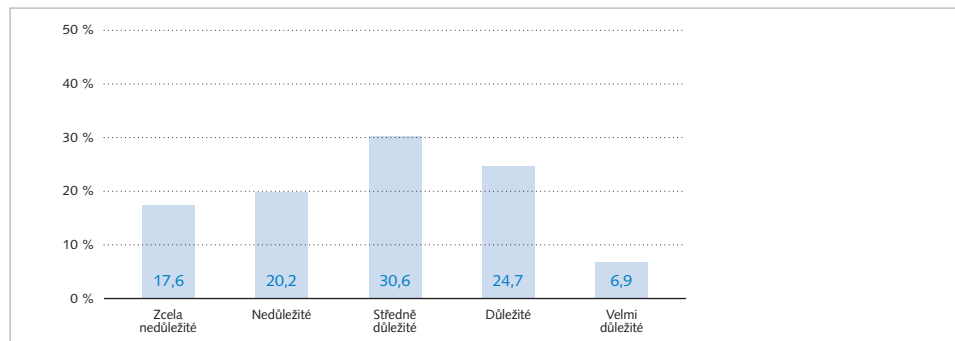
Rozdělíme-li podniky podle právní formy podnikání, je zastoupení hodnot důležitosti velmi podobné mezi oběma skupinami, tzn. mezi akciovými společnostmi a společnostmi s ručením omezeným. Pouze u akciových společností je zastoupení odpovědí „zcela nedůležité či nedůležité“ u 22,5 % a u společností s ručením omezeným je zastoupení vyšší, a to 27 % podniků.

10.5.10. Charakteristika odpovědí – soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) podniku [x194]

Tabulka č. 199: **Důležitost kritéria „soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) podniku“**

	Odpovědi		
	Absolutně	Procentně	Kumulativně
Zcela nedůležité	74	17,6	17,6
Nedůležité	85	20,2	37,8
Středně důležité	129	30,6	68,4
Důležité	104	24,7	93,1
Velmi důležité	29	6,9	100,0

Graf č. 181: **Důležitost kritéria „soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti (CSR) podniku“**



³⁸ Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti – 0,37170 není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností téměř 100 % (signifikance = 0,001).

Komentář

30,6% podniků označilo důležitost kritéria jako střední, tedy střední důležitost. Jako důležité či velmi důležité označilo kritérium „soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti podniku“ 31,6% respondentů. Větší procento podniků, resp. 37,8% respondentů, označilo kritérium jako zcela nedůležité nebo nedůležité.

Důležitost kritéria „soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti podniku“ je dle hodnoty aritmetického průměru vyšší ve stavebnictví než ve zpracovatelském průmyslu. Ve stavebnictví je hodnota aritmetického průměru 3,11, ve zpracovatelském průmyslu pak 2,75. Hodnota modu a mediánu je jak pro stavebnictví, tak pro zpracovatelský průmysl shodná, a to 3 (středně důležité). Rozdíl v průměrech je s ohledem na rozdíly u ostatních kritérií druhý nejvyšší. Tomuto odpovídá i rozložení odpovědí, kdy ve zpracovatelském průmyslu považuje kritérium soulad chování dodavatele s politikou společenské odpovědnosti podniku za nedůležité či zcela nedůležité 40,6% respondentů. Ve stavebnictví je to pouze 25,9% respondentů. Za důležité či velmi důležité je kritérium považováno ve stavebnictví u 37% respondentů, ve zpracovatelském průmyslu pak u 30,3% respondentů. Na základě dalšího testování lze ověřit předpoklad, zda rozdílné průměry, které u tohoto kritéria zaznamenaly nejvyšší rozdíl s ohledem na ostatní kritéria, budou i v základním vzorku podniků. Statistické testování tento rozdíl potvrzuje i pro základní vzorek podniků.³⁹

Průměrné hodnoty za podniky rozdělené dle jejich velikosti, nevykazují výrazné rozdíly a dosahují hodnoty cca 2,8 pro aritmetický průměr, medián a modus nabývají hodnoty 3. V procentním zastoupení odpovědí u jednotlivých hodnot důležitosti jsou si všechny tři skupiny vytvořené podle velikost velmi podobné.

Právní forma podnikání není kritériem, které by podniky předurčovalo k rozdílným odpovědím ohledně důležitosti kritéria. Zastoupení odpovědí je přibližně stejné jak pro akciové společnosti, tak pro společnosti s ručením omezeným.

10.6. Diskuse

Řízení dodavatelských vztahů hraje důležitou roli například při snaze minimalizovat náklady. Celkové náklady jsou z velké části tvořeny náklady na nakoupené zboží či služby (Gadde, Håkansson, 2002, s. 4). V jakém poměru jsou tvořeny, závisí na odvětví, ve kterém podniky působí, jak Gadde a Håkansson uvádějí. Výběr dodavatele tedy může ovlivnit přímé náklady resp. cenu nakupovaného zboží. Výběr dodavatele však může ovlivnit nejen cenu, ale i kvalitu dodávaných produktů a tak i kvalitu nabízených produktů. Výběru dodavatele resp. kritériím výběru dodavatele proto bude v dalších fázích výzkumu věnována významná pozornost.

Vedle odvětví resp. v kombinaci s odvětvím lze předpokládat, že na řízení dodavatelských vztahů může mít vliv i velikost podniku. Analýza získaných dat pro skupiny rozdělené dle kritérií velikost podniku a odvětví, ve kterém podniky působí, se v některých případech ukázala opravdu jako přínosná. Bylo zjištěno, že v některých případech se odpovědi podniků liší v závislosti na velikosti podniku a v závislosti na odvětví. Právní forma podnikání se neukázala jako klíčový faktor, který by ovlivňoval způsoby řízení vztahů s dodavateli a tak odlišoval odpovědi podniků dle skupiny, do jaké náleží. Vztahy mezi kritérii (konkrétně kritériem velikost podniku) a proměnnými byly testovány za pomoci Spearmanova koeficientu korelace v případech, kde se z tabulky četností dalo usuzovat na určitý vztah. V případě právní formy podnikání a zpracovatelského průmyslu byl

³⁹ Za pomoci t-testu pro dva nezávislé průměry jsme dospěli k výsledku, že rozdíl v průměrech o velikosti – 0,34641 není způsoben výběrovou chybou s pravděpodobností 99% (signifikance = 0,010).

používán převážně t-test pro testování statistické významnosti rozdílů mezi průměry v rámci dvou skupin. V omezených případech byl použit i Mann Whitneyův neparametrický test pro testování statistické významnosti rozdílů mezi průměry. Tento test je poněkud přísnější než t-test.

Na tomto místě se pokusíme shrnout některé z problémů a zajímavých výsledků, které byly spojeny s analýzou. Problém nastal při vyhodnocování odpovědí, kde byly odpovědi rozděleny dle typu dodavatele na velkoobchod, maloobchod, dodavatelé mimo koncern a dodavatelé v rámci koncernu. Ukázalo se, že některé podniky odpovídaly v rámci možnosti dodavatelé v rámci koncernu a mimo koncern, aniž by byly součástí koncernu. Tento typ problému lze vyřešit před vyhodnocováním dat jejich očištěním. Obdobný problém nastal i u koncernových podniků, kde se některé pokoušely rozlišovat i mezi maloobchodem a velkoobchodem. Jiné koncernové podniky zase odpovídaly pouze v rozmezí dodavatelé mimo koncern a dodavatelé v rámci koncernu a my tak postrádáme informaci, zda se nejedná například o maloobchod či velkoobchod. Kategorie „dodavatelé mimo koncern“ a kategorie „dodavatelé v rámci koncernu“ tak měla být ještě rozdělena na velkoobchod a maloobchod. Problém tak nastal při vyhodnocování otázek B 5.1. a B 5.2.

Nyní přistoupíme k některým zajímavým poznáním na základě provedené analýzy. Objem nákupu od velkoobchodu klesá s velikostí podniku. Pearsonův koeficient korelace potvrdil negativní vztah mezi velikostí podniku a objemem nákupu od velkoobchodu. Tato skutečnost může být vysvětlena několika způsoby. Velké společnosti jsou více strukturované a může tak u nich existovat vyšší autonomie v nákupech u jednotlivých obchodních jednotek, která určitým způsobem znevýhodňuje nákupy od velkoobchodu, resp. nepřináší takové úspory, jako kdyby podnik nakupoval pro všechny organizační jednotky hromadně. Navíc mohou být dodávky více specifické (bohužel se ve vzorku podniků neprojevovalo, že s růstem velikosti podniku roste i specifčnost dodávek). Jiné vysvětlení je, že pro velké podniky nejsou úspory z rozsahu tak důležitým kritériem při volbě typu dodavatele.

S tímto zjištěním souvisí i naše další zjištění, a to, že s růstem podniku klesá stabilita dodavatelů. Větší podniky mění své dodavatele častěji než menší podniky. To může být opět dáno vyjednávací silou odběratele, která je u velkých podniků větší, závislost na dodavateli je menší a mohou si tedy dovolit ve větší míře měnit dodavatele než je tomu v případě menších podniků. Přesto v průměru za všechny podniky ve vzorku je stabilita dodavatelů z velkoobchodu vyšší než stabilita dodavatelů z maloobchodu.

Zajímavé jsou i výsledky ohledně původu dodavatelů konkrétně regionálních dodavatelů. Malé podniky nakupují ve větší míře od regionálních dodavatelů než v případě velkých podniků, které směřují svoje nákupy do ostatního tuzemska popřípadě do zahraničí. Nákup od zahraničních dodavatelů je výrazně menší oproti tuzemským dodavatelům. Podle trendů se však očekává nárůst dodávek od zahraničních dodavatelů.

Výběr a hodnocení dodavatele je součástí řízení vztahů s dodavateli. Jako nejdůležitější se při výběru dodavatele ukázalo kritérium cena a kvalita. Håkansson a Wootz (1975) ve svém výzkumu, ve kterém zjišťovali důležitost kvality při výběru dodavatele, kvalitě naopak nepřiklady příliš vysokou významnost. Kvalita měla větší významnost v odvětvích s vysokou úrovní nejistoty. Lze předpokládat, že úroveň nejistoty, je dána charakterem odvětví, ve kterém podniky působí. Zde se tedy otevírá prostor k dalším analýzám. Cena měla v tomto výzkumu největší významnost, a to hlavně naopak v odvětvích s nízkou mírou nejistoty.



11. Společenská odpovědnost, kodexy, certifikáty (B6)

11.1. Formy společenské odpovědnosti podniku

11.1.1. Charakteristika otázky

B6.1. Kterými formami se Váš podnik angažuje ve smyslu tzv. společenské odpovědnosti (CSR)?

Otázka se zabývala stavem využívání jednotlivých forem CSR. Respondenti byli dotázáni na 6 nejběžnějších forem CSR, a to na: firemní dobrovolnictví (x199), dárcovství (x200), firemní nadace (x201), partnerské programy (x202), sponzoring (x203) a snižování dopadů na životní prostředí (x204). Jelikož jsme se nemohli domnívat, že jsou respondenti plně seznámeni se všemi formami CSR¹, byly vedle jednotlivých forem CSR uvedeny příklady, jakých podob mohou tyto formy nabývat a tazatelé byli v této oblasti speciálně vyškoleni. V případě, že respondent či tazatel nebyl schopen zařadit aktivitu podniku pod jednu ze zmíněných 6 kategorií, zapsal tazatel tuto aktivitu do kolonky jiné formy (x205). Tato kolonka nebyla pro účely této výzkumné zprávy vyhodnocována.

Z výše uvedeného vyplývá, že se jednalo o baterii otázek, tj. o soustavu uzavřených otázek, s možností výběru mezi variantami ANO, NE. Získané proměnné jsou z hlediska různých členění nominálního a dichotomického typu.

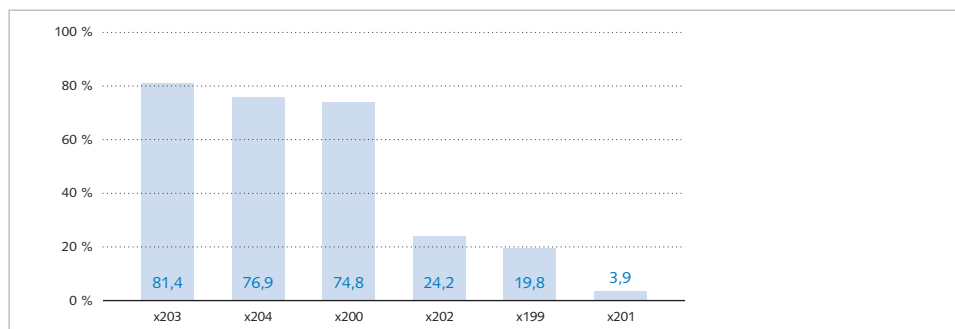
¹ Nedotazovali jsme se v podnicích specialistů na tuto oblast, ale obecně členů vrcholového vedení.

11.1.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 200: **Využívání jednotlivých forem CSR – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi					
	Absolutně		Celkem	Procentně		Celkem
	Ano	Ne		Ano	Ne	
x203 Sponzoring	345	79	424	81,4	18,6	100,0
x204 Snižování dopadů na životní prostředí	317	95	412	76,9	23,1	100,0
x200 Firemní dárcovství	311	105	416	74,8	25,2	100,0
x202 Partnerské programy	99	310	409	24,2	75,8	100,0
x199 Firemní dobrovolnictví	81	328	409	19,8	80,2	100,0
x201 Firemní nadace	16	397	413	3,9	96,1	100,0

Graf č. 182: **Využívání jednotlivých forem CSR – výběrový soubor celkem. Odpovědi ano v procentech**



Komentář

Tabulka č. 200 zobrazuje jak v absolutním tak v procentuálním vyjádření² využívání jednotlivých forem CSR. V průměru na tuto baterii otázek odpovědělo 96 % respondentů. Pro přehlednější orientaci bylo upraveno pořadí, v jakém jsme se na jednotlivé formy dotazovali, tj. v tabulce jsou zobrazeny formy od nejvíce využívaných po nejméně využívané.

Graf č. 182 zobrazuje pouze četnosti odpovědí ano v této baterii otázek v procentním vyjádření. I zde bylo pro přehlednější orientaci v grafu upraveno pořadí, v jakém jsme se na jednotlivé formy ptali, tj. i v grafu jsou zobrazeny formy od nejvíce využívaných po nejméně využívané.

Podíváme-li se na graf, je z něj patrné, že lze jednotlivé formy CSR podle míry využívání rozdělit na tři skupiny. První skupinu tvoří podniky nejvíce využívané formy – sponzoring, aktivity zaměřené na snižování dopadů na životní prostředí a firemní dárcovství. Jako nejvyužívanější forma se ukázal sponzoring, u nějž 345 respondentů ze 424 (tj. 81,4 %) uvedlo, že jejich podnik tuto formu využívá. Za sponzoring se se ztrátou 4,4 % umístily aktivity zaměřené na snižování dopadů na životní prostředí. Dárcovství, které využívá 74,8 % dotazovaných podniků, se umístilo na 3. místě. Druhou skupinu tvoří formy, které vyžadují aktivnější zapojení podniku do dané činnosti, a to – partnerské programy a firemní dobrovolnictví. Tyto formy ztrácejí za první skupinou v průměru

² Jelikož počty podniků odpovídajících na využívání jednotlivých forem CSR mírně kolísaly, byla pro zobrazení a možnost porovnání využití jednotlivých forem CSR použita tzv. validní procenta.

55,7%. 99 respondentů ze 409 (tj. 24,2%) uvedlo, že jejich podnik využívá partnerské programy, 81 respondentů ze 409 (tj. 19,8%) využívá firemní dobrovolnictví. Do poslední skupiny spadají firemní nadace, které jsou využívány zcela minimálně – v našem vzorku se touto formou CSR angažuje pouze 3,9% podniků.

Při zkoumání, zda příslušnost podniku k určitému odvětví ovlivňuje výběr forem angažovanosti v CSR, jsme využili umělou proměnnou, která rozdělila vyšetřované podniky na dvě odvětví – zpracovatelský průmysl a stavebnictví. Z analýzy vyplynulo, že podniky ze zpracovatelského průmyslu svou volbou forem CSR kopírují rozložení využívání forem CSR zjištěné za celý výběrový soubor. U podniků ze stavebnictví však došlo k zaměnění 2. a 3. pozice³ a k silnějšímu využívání forem CSR z první skupiny oproti výsledkům za celý výběrový soubor, a tudíž i oproti výsledkům ze zpracovatelského průmyslu.

Dále byl ověřován předpoklad, že volba forem CSR závisí na velikosti podniku. Při zjišťování velikosti podniku byla použita umělá proměnná, která podniky rozřadila do tří skupin podle počtu zaměstnanců⁴. Vezmeme-li v úvahu pouze odpovědi ano na výše popisovanou baterii otázek, můžeme prohlásit, že i zde lze podle četnosti využívání jednotlivých forem CSR podržet rozdělení forem CSR na tři výše uvedené skupiny.

U první skupiny forem CSR, kam spadají sponzoring, aktivity zaměřené na snižování dopadu na životní prostředí a firemní dárcovství, lze konstatovat, že rozdíly ve využívání jednotlivých forem CSR podle velikosti podniku jsou minimální. To samé platí i pro třetí skupinu forem, kam patří firemní nadace. I zde jsou rozdíly ve využívání této formy minimální⁵.

Poněkud jiná situace nastává u druhé skupiny, kam patří partnerské programy a firemní dobrovolnictví. Zde výsledky naznačují možnou závislost mezi velikostí podniku a těmito formami CSR, resp. ukazují, že míra využívání těchto forem roste s velikostí podniku. Největší rozdíly ve využívání se ukázaly u partnerských programů, které využívá 12,9% podniků s 50–99 zaměstnanci, 23% podniků se 100–249 zaměstnanci a 37,5% podniků s 250 a více zaměstnanci.

Analýza dále ukázala, že nemá většího smyslu zkoumat závislost výběru konkrétních forem CSR na právní formě podniku. Dalo by se říci, že uváděné četnosti v kontingenčních tabulkách kopírují výše naznačenou závislost mezi volbou určité formy CSR a velikostí podniku⁶, jelikož společnosti s ručením omezeným jsou ve vyšetřovaném vzorku zastoupeny spíše menšími a středními podniky (82,6% z 242 podniků), zatímco akciové společnosti spíše podniky středními až velkými (80,5% ze 190 podniků).

3 Na druhé pozici se umístilo firemní dárcovství a třetí pozici obsadily aktivity směřující k snižování dopadů na životní prostředí.

4 Proměnná rozdělila podniky na podniky s 50–99 zaměstnanci, podniky se 100–249 zaměstnanci a podniky s 250 a více zaměstnanci.

5 Částečně se odlišují pouze podniky s 50–99 zaměstnanci, které tuto formu angažovanosti využívají nejméně ze všech dotazovaných podniků (využívá ji pouze 2,4% podniků z této kategorie, zatímco z druhé kategorie ji využívá 4,2% podniků a z třetí 4,9% podniků).

6 Měřeno dle počtu zaměstnanců.

11.2. Podporované oblasti

11.2.1. Charakteristika otázky

B6.2. Ve kterých oblastech se Váš podnik těmito způsoby angažuje?

Otázka se zaměřovala na postihnutí podporovaných oblastí a míry zapojení do aktivit CSR v té které oblasti. Respondenti byli dotázáni na 6 nejběžněji podporovaných oblastí, a to na: zdravotnictví (x206), sociální péči (x207), sport (x208), kulturu (x209), vzdělávání (x210) a životní prostředí (x211). V případě, že respondent nenašel v nabízených variantách oblast, na kterou se jeho podnik zaměřuje, zapsal tazatel tuto oblast do kolonky jiné. Tato kolonka nebyla pro účely této výzkumné zprávy vyhodnocována.

Otázka bylo koncipována jako baterie uzavřených škálových otázek s možností odpovědi z výběru mezi variantami 1, 2 a 3. Odpověď 1 znamenala, že se podnik v dané oblasti vůbec neangažuje, nebo jen velmi epizodicky, odpověď 3 znamenala, že se podnik v dané oblasti angažuje velmi významně a systematicky. Odpověď 2 nebyla explicitně vyjádřena, ale dá se předpokládat, že zastupuje odpověď: „Podnik se v dané oblasti angažuje průměrně“. Získané proměnné jsou z hlediska různých členění ordinálního a množného typu.

11.2.2. Charakteristika odpovědi na otázku celkem

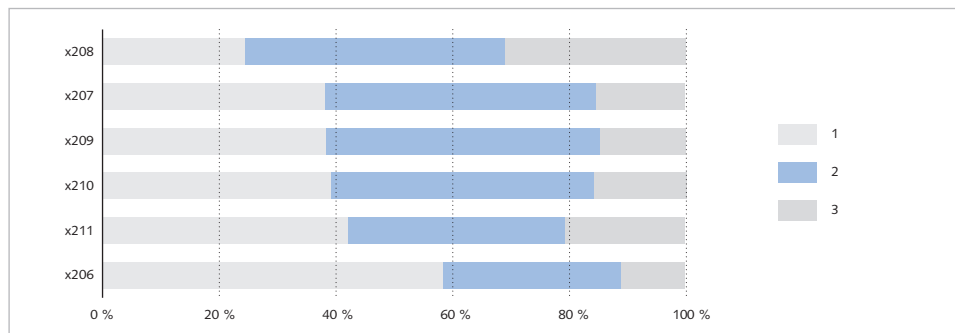
Tabulka č. 201: Ukazatelé centrálních tendencí proměnných x206 až x211 – výběrový soubor celkem

	x206 Zdravotnictví	x207 Sociální péče	x208 Sport	x209 Kultura	x210 Vzdělávání	x211 Životní prostředí
Průměr	1,5	1,8	2,1	1,8	1,8	1,8
Medián	1	2	2	2	2	2
Modus	1	2	2	2	2	1
Sm. odchylka	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8

Tabulka č. 202: Míra angažovanosti u podporovaných oblastí – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi							
	Absolutně			Celkem	Procentně			Celkem
	1	2	3		1	2	3	
x208 Sport	98	183	127	408	24,0	44,9	31,1	100,0
x207 Sociální péče	148	185	61	394	37,6	46,9	15,5	100,0
x209 Kultura	154	190	61	405	38,0	46,9	15,1	100,0
x210 Vzdělávání	153	180	63	396	38,6	45,5	15,9	100,0
x211 Životní prostředí	165	147	83	395	41,8	37,2	21,0	100,0
x206 Zdravotnictví	228	120	44	392	58,2	30,6	11,2	100,0

Graf č. 183: Míra podporovaných oblastí – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Tabulka č. 201 zobrazuje výsledky z popisné statistické analýzy – průměry, mediány, módy a směrodatné odchylky jednotlivých odpovědí. Podíváme-li se na hodnoty v tabulce, lze konstatovat, že se podniky v průměru v daných oblastech angažují průměrně⁷. Na druhé straně je však nutné si povšimnout hodnot směrodatných odchylek, které jsou poměrně vysoké, což znamená, že se jednotlivé odpovědi značně liší. Z tohoto důvodu nelze z daných výsledků učinit nějaký obecný závěr.

Jak Tabulka č. 202 tak i Graf č. 183 zobrazují četnosti odpovědí na míru angažovanosti podniků v jednotlivých oblastech⁸. V průměru na tuto souhrnnou otázku odpovědělo 398 respondentů, tj. 92,1% dotazovaných. Z výsledků je patrné, že nejvíce podporovanou oblastí je sport. Ze 408 podniků, které na tuto otázku odpověděly, se jich v této oblasti angažuje průměrně 44,9% a velmi významně a systematicky 31,1%, což je také nejvyšší dosažené skóre ve variantě odpovědi 3 za všechny oblasti. Na proti tomu ve zdravotnictví se nadpoloviční většina odpovídajících podniků neangažuje vůbec, nebo jen velmi epizodicky. Velmi významně a systematicky se této oblasti věnuje vůbec nejméně podniků – 11,2%. Podpora sociální péče, kultury a vzdělávání je víceméně vyrovnaná.

V další fázi jsme zkoumali, zda existuje vztah mezi podporou určité oblasti a příslušností podniku k určitému oboru. Pro rozdělení podniků dle odvětví jsme použili umělou proměnnou, které byla popsána v komentáři kapitoly 11.1.2. Analýza odhalila, že k určitým rozdílům ve volbě oblastí v závislosti na příslušnosti k odvětví dochází, byť první a poslední místo obsadily stejné oblasti u obou skupin – sport a zdravotnictví.

Použijeme-li pro vytvoření pořadí součet četností odpovědí 2 a 3 v procentním vyjádření u jednotlivých oblastí, můžeme konstatovat, že podniky ve zpracovatelském průmyslu z předložených možností nejvíce podporují oblast sportu, následně sociální péči, vzdělávání, životní prostředí, kulturu a s velkým odstupem ukončuje toto pořadí oblast zdravotnictví. Podniky ve stavebnictví také, jak již bylo řečeno, nejčastěji podporují oblast sportu, pak ovšem následuje z předložených možností kultura. Na ni navazuje s relativně větším odstupem oblast sociální péče, vzdělávání a životního prostředí. S velkým odstupem končí pořadí oblast zdravotnictví.

Rozdíly jsou patrné i v procentuálním rozložení odpovědí. První oblast dle zmíněného pořadí podporuje 72,8% podniků ve zpracovatelském průmyslu a 88,9% podniků ve stavebnictví.

⁷ S výjimkou zdravotnictví, kde je průměr 1,5 a medián s modem 1, což znamená, že se v této oblasti podniky angažují nejméně a životního prostředí, kde je nejčastěji uváděná odpověď 1 – viz příslušná hodnota módu.

⁸ Oblastí byly seřazeny na základě výše hodnoty získané součtem % v odpovědích 2 a 3.

Druhou oblast ve zpracovatelském průmyslu podporuje už pouze 60,8% podniků⁹, zatímco ve stavebnictví je to 80,0% podniků. Naopak téměř shodných výsledků dosahují podniky v podpoře poslední oblasti (41,9% vs. 41,3%).

Dále jsme šetřili, zda se nějakým způsobem mění míra podpory jednotlivých oblastí v závislosti na velikosti podniku. K rozdělení podniků dle velikosti jsme znovu využili umělou proměnnou popisovanou v komentáři kapitoly 11.1.2. Analýza shromážděných dat však žádnou závislost neukázala. Závislost jsme také neprokázali mezi mírou podpory jednotlivých oblastí a právní formou.

11.3. Vlastnictví kodexů

11.3.1. Charakteristika otázky

B6.4. Uvedte, jaké kodexy Váš podnik přijal, resp. uvažuje o jejich přijetí.

Otázka zkoumala vlastnictví nejběžnějších kodexů – etického kodexu (x216) a kodexu správy (x217). Vlastnictví jiného kodexu pokrývala položka (x218) – jiné kodexy. U všech kodexů se zkoumalo vlastnictví v současné době a pokud respondent uvedl, že určitý kodex nevlastní, šetřilo se dále, zda podnik respondenta usiluje o jeho získání do cca 1 roku. U položek x216 a x217 byly respondentům předloženy dvě varianty odpovědí – 1 ano a 2 ne jak u oblasti současný stav, tak u oblasti úsilí o získání kodexu do cca 1 roku. U položky x218 byla respondentům nabídnuta pouze odpověď 1 ano jak u oblasti současný stav, tak u oblasti úsilí o získání kodexu do cca 1 roku. Pokud respondent vybral tuto odpověď u oblasti současný stav, tazatel položil otázku „Pokud ano, uveďte jaké?“ a odpověď slovně zapsal do položky x219. Pokud respondent vybral tuto odpověď u oblasti úsilí o získání kodexu do cca 1 roku, tazatel položil taktéž otázku „Pokud ano, uveďte jaké?“ a odpověď slovně zapsal do položky x220. Položky x218¹⁰–x220 nebyly pro účely této výzkumné zprávy vyhodnocovány.

Otázka B6.4. byla koncipována jako baterie otázek. U položek x216 a x217 se jednalo o soustavu uzavřených otázek s možností výběru mezi variantami ANO, NE, u položky x218 byla uzavřená otázka použita v kombinaci s otázkou otevřenou. Získané proměnné jsou z hlediska různých členění nominálního a některé též dichotomického typu.

11.3.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 203: **Vlastnictví kodexů – současný stav – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech**

	Odpovědi					
	Absolutně		Celkem	Procentně		Celkem
	Ano	Ne		Ano	Ne	
x216 Etický kodex	136	275	411	33,1	66,9	100,0
x217 Kodex správy	52	344	396	13,1	86,9	100,0
x218 Jiné kodexy	76	×	×	×	×	×

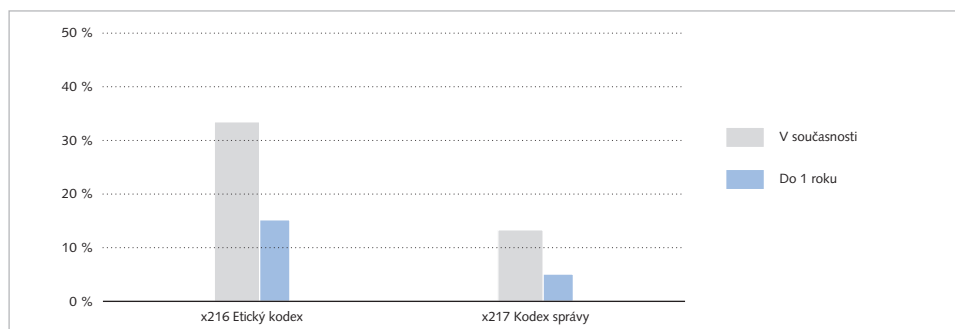
9 O druhé místo se ve vytvořeném pořadí dělí dvě oblasti, u obou dosáhl součet četností odpovědí 2 a 3 v procentním vyjádření 60,8%.

10 U této položky byla zjišťována pouze četnost odpovědí, kategorizace prováděna nebyla.

Tabulka č. 204: Vlastnictví kodexů – do cca 1 roku – výběrový soubor celkem. Odpovědi absolutně a v procentech

	Odpovědi					
	Absolutně		Celkem	Procentně		Celkem
	Ano	Ne		Ano	Ne	
x216 Etický kodex	41	230	271	15,1	84,9	100,0
x217 Kodex správy	15	281	296	5,1	94,9	100,0
x218 Jiné kodexy	13	×	×	×	×	×

Graf č. 184: Vlastnictví kodexu – proměnné **x216** a **x217**, pouze odpovědi ano, současný stav a cca do 1 roku – výběrový soubor celkem. Odpovědi v procentech



Komentář

Tabulka č. 203 zobrazuje stav vlastnictví různých kodexů podniky v současné době. Z dat vyplývá, že nadpoloviční většina zkoumaných podniků žádné kodexy nevlastní. Z těch, co nějaké vlastní, 33,1% uvádí, že vlastní etický kodex. Vlastnictví kodexu správy uvádí pouze 13,1% dotazovaných podniků. Z těch, co odpověděly, že určitý kodex v současné době nevlastní, jen zlomek uvažuje o jeho přijetí do 1 roku – viz Tabulka č. 204. Srovnání četností odpovědí ano na vlastnictví etických kodexů a kodexů správy v současnosti a na záměr jejich přijetí do 1 roku v procentním vyjádření vyjadřuje Graf č. 184. Na základě analýzy dat lze vyvodit, že vlastnictví kodexů není mezi podniky příliš rozšířené a ani v blízké době¹¹ se nedá očekávat dramatický nárůst jejich vlastnictví.

Dále jsme zkoumali, zda vlastnictví kodexu či úsilí o jeho přijetí do 1 roku ovlivňuje příslušnost podniku k určitému odvětví. Pro rozdělení podniků dle odvětví jsme použili umělou proměnnou, které byla popsána v komentáři kapitoly 11.1.2. Žádná závislost se mezi proměnnými neprokázala.

Naopak analýza výsledků ukazuje určitou závislost vlastnictví kodexu v současné době na velikosti podniku¹² – a to u etického kodexu, který vlastní 28,1% podniků s 50–99 zaměstnanci, 30,5% podniků se 100–249 zaměstnanci a dokonce 41,5% podniků s 250 a více zaměstnanci. Ukazuje se, že jeho vlastnictví stoupá s růstem velikosti podniku. Popisovaná závislost však není prokazatelná u vlastnictví kodexu správy. Při zjišťování závislosti úsilí o přijetí kodexu do 1 roku

¹¹ Do 1 roku.

¹² K rozdělení podniků dle velikosti jsme znovu využili umělou proměnnou popisovanou v komentáři kapitoly 11.1.2.

na velikosti podniku se však závislost nepotvrdila, byť u úsilí o přijetí kodexu správy do 1 roku se projevuje určitý trend růstu úsilí o přijetí s růstem velikosti podniku.

Následně byla šetřena závislost vlastnictví kodexu či úsilí o jeho přijetí do 1 roku na právní formě podniku. Analýza dat však žádnou závislost neprokázala ani u vlastnictví kodexu ani u úsilí o jeho přijetí do 1 roku.

11.4. Vlastnictví certifikátů

11.4.1. Charakteristika otázky

B6.5. Uveďte, jaké certifikáty jakosti Váš podnik získal, resp. usiluje o jejich získání.

Prostřednictvím otázky B6.5. bylo zjišťováno, kolik podniků vlastní vyjmenované certifikáty. Respondenti uvádí, zda v současné době příslušným certifikátem disponují, u každého certifikátu vybírají z odpovědí „ano“ a „ne“. Pokud je vybrána odpověď „ne“ – v současnosti podnik certifikát nevládní, pak je položena otázka, zda v budoucnosti, v časovém horizontu jednoho roku, usiluje o získání příslušné normy. Zde opět respondenti vybírají z odpovědí „ano“ nebo „ne“.

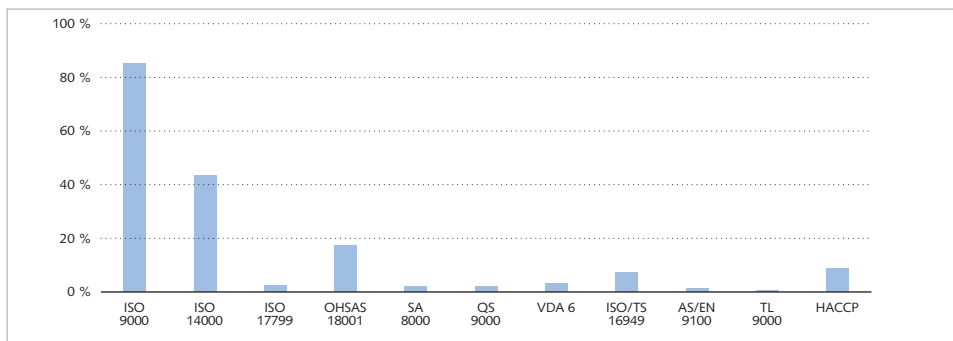
Vyjmenovanými certifikáty jsou: ISO 9000 (x221), ISO 14000 (x222), ISO 17799, BS 7799 (x223), OHSAS 18001 (x224), SA 8000 (x225), QS 9000 (x226), VDA 6 (x227), ISO/TS 16949 (x228), AS/EN 9100 (x229), TL 9000 (x230), HACCP (x231). Pro potřeby tazatele i respondenta je u každého certifikátu uvedena jeho krátká charakteristika. Všechny proměnné získané z otázky B6.5. jsou nominálními proměnnými.

11.4.2. Charakteristika odpovědí na otázku celkem

Tabulka č. 205: **Vlastnictví certifikátů (současný stav) – výběrový soubor celkem. Odpověď „ano“ absolutně a v procentech**

Certifikát	Současný stav	
	Absolutně	Procentně
ISO 9000	362	86,2
ISO 14000	177	44,0
ISO 17799	8	2,2
OHSAS 18001	66	17,5
SA 8000	7	1,9
QS 9000	7	1,9
VDA 6	12	3,3
ISO/TS 16949	25	6,8
AS/EN 9100	4	1,1
TL 9000	2	0,5
HACCP	33	8,9

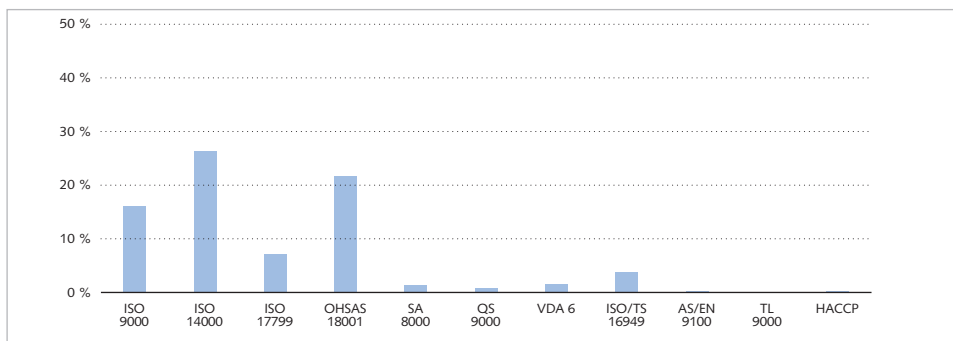
Graf č. 185: Vlastnictví certifikátů (současný stav) – výběrový soubor celkem. Odpověď „ano“ v procentech



Tabulka č. 206: Snaha získat certifikát do jednoho roku – výběrový soubor celkem. Odpovědi „ano“ absolutně a v procentech

Certifikát	Budoucí stav	
	Absolutně	Procentně
ISO 9000	21	16,3
ISO 14000	64	26,8
ISO 17799	23	7,5
OHSAS 18001	64	22
SA 8000	5	1,6
QS 9000	3	1,0
VDA 6	6	1,9
ISO/TS 16949	13	4,3
AS/EN 9100	2	0,6
TL 9000	0	0,0
HACCP	2	0,7

Graf č. 186: Snaha získat certifikát do jednoho roku – výběrový soubor celkem. Odpověď „ano“ v procentech



Komentář

Nejrozšířenějším certifikátem ve zkoumaných podnicích je jednoznačně ISO 9000, norma zaměřená na management jakosti. V současnosti jej vlastní plných 86,2% podniků ve zkoumaném vzorku. Dále by certifikát v blízké budoucnosti rádo implementovalo dalších 16,3% podniků z těch, kteří jím prozatím nedisponují. Na základě uvedeného lze usoudit, že se norma ISO 9000 v českém konkurenčním prostředí stává nezbytností.

Relativně rozšířenou normou je také ISO 14000, které specifikuje požadavky na systém environmentálního managementu. V současnosti disponuje tímto certifikátem 44% zkoumaných podniků. Procentuální zastoupení podniků, které usilují o ISO 14000 do jednoho roku, je poměrně významné – plných 26,8% podniků. Lze tedy konstatovat, že v současnosti probíhá proces hromadnějšího implementování normy ISO 14000 do podniků.

Méně výrazně je zastoupena norma OHSAS 18001, která specifikuje požadavky na systém řízení bezpečnosti a ochrany zdraví při práci. Ve zkoumaném vzorku bylo identifikováno 17,5% držitelů tohoto certifikátu. Poměrně významný je ale podíl podniků, které tuto normu chtějí zavést do jednoho roku (22%).

Ostatní certifikáty jsou v podnicích rozšířeny výrazně méně. HACCP je systém zajišťující zdravotní nezávadnost potravin a v současnosti jej vlastní 8,9% subjektů ve zkoumaném vzorku, zavádět jej dále chtějí – absolutně – jen 2 podniky. Necelých 7% respondentů disponuje certifikátem ISO/TS 16949, který specifikuje požadavky automobilového průmyslu na jakost. Do jednoho roku by jej rádo získalo 4,3% podniků.

Zbylé normy jsou zastoupeny v podnicích jen v řádu jednotek. ISO 17799 vlastní v současnosti 8 podniků, nicméně lze očekávat nárůst počtu těchto norem, neboť o něj bude v blízké době usilovat 7,5% podniků. Certifikátem SA 8000 disponuje v současnosti 7 respondentů a plánuje jej zavést dalších 5 subjektů. Normu QS 9000 v současnosti vlastní, absolutně vyjádřeno, 7 podniků a další 3 subjekty o ni budou usilovat. Certifikát VDA 6 vlastní 12 respondentů a 6 dalších by jej rádo implementovalo do jednoho roku. Certifikátem leteckého průmyslu AS/EN 9100 disponují 4 subjekty a 2 podniky plánují jeho implementaci. TL 9000 je vlastněn dvěma podniky a žádný další o něj nebude prozatím usilovat.

Dále byl zkoumán výskyt certifikátů v rámci zpracovatelského průmyslu jako celku a stavebnictví. Jednoznačně lze říci, že stavební podniky disponují certifikáty ISO 9000 a ISO 14000 ve vyšší míře ve srovnání se zpracovatelským průmyslem. Certifikát ISO 9000 je zaveden dokonce ve 100% podniků stavebního průmyslu. Ve zpracovatelském průmyslu disponuje touto normou 82,8% podniků. V budoucnosti jej ale chtějí získat i další podniky (18,4% z těch, které jej prozatím nevládní).

Také vlastnictví normy ISO 14000 je výrazně vyšší ve stavebnictví, disponuje jím plných 85% podniků tohoto odvětví. Z podniků, které certifikát prozatím nevládní, by jej v budoucnosti rádo implementovalo 27,3% subjektů. V podnicích zpracovatelského průmyslu se norma ISO 14000 vyskytuje o poznání méně, v současnosti je zavedena ve 33,9% organizací. Do jednoho roku plánuje tuto normu zavést dalších 26,7% podniků.

Certifikát OHSAS 18001 rovněž převažuje ve stavebních podnicích, kde jej v současné době vlastní 50,7% subjektů. Poměrně velký je také zájem podniků, které prozatím touto normou nedisponují, do budoucna ji plánuje zavést 42,5% podniků. Ve zpracovatelském průmyslu bylo identifikováno jen 9,2% organizací již disponujících certifikátem OHSAS 18001 a v blízké budoucnosti jej hodlá zavést 18,7% ze zbylých podniků.

Zpracovatelský průmysl má převahu ve vlastnictví certifikátů ISO/TS 16949 a HACCP. To je pochopitelně způsobeno tím, že se jedná o normy specifických oborů, které spadají do zpracovatelského průmyslu. Certifikát ISO / TS 16949 je zaveden v 8,2% podniků zpracovatelského průmyslu a dále jej hodlá zavést dalších 5,2% podniků. Ve stavebnictví se tento certifikát nevyskytuje.

Norma HACCP je implementována v 10,3 % zpracovatelských podniků (jde o normu potravinářského průmyslu) a jeden certifikát se vyskytuje i ve stavebnictví.

Ostatní certifikáty jsou zastoupeny řádově v jednotkách, nicméně převážně se vyskytují v podnicích zpracovatelského průmyslu.

Rozdělíme-li podniky dle velikosti, pak nejsou rozdíly mezi výskyty certifikátů v jednotlivých skupinách příliš významné. Nutno ale poznamenat, že v podnicích s více jak 250 zaměstnanci je většina certifikátů zastoupena ve větší míře ve srovnání s podniky s 50–99 zaměstnanci, ale i oproti subjektům se 100–249 zaměstnanci, zde ale rozdíly nejsou tak významné.

Byla analyzována také souvislost právní formy a vlastnictví certifikátů. Ukazuje se, že rozdíly ve vlastnictví certifikátů mezi společnostmi s r. o. a akciovými společnostmi nejsou významné.

11.5. Diskuse

Sekke B 6. dotazníku se vztahovala k problematice společenské odpovědnosti podniků a měla za úkol zjistit, zda podniky využívají jednotlivé formy CSR, které oblasti těmito formami podporují a s jakou intenzitou. Dále zkoumala, které kodexy podniky vlastní a jaké je jejich úsilí o získání kodexů do 1 roku. U každé proměnné byla nejdříve popsána četnost výskytu jednotlivých odpovědí a následně šetřena závislost na 3 proměnných – OKEČ, velikosti podniku a právní formě. V neposlední řadě byla pozornost věnována problematice certifikátů.

Z dotazování vyplynulo, že jednotlivé formy CSR dle využití lze rozdělit do tří skupin. Do první skupiny, kam patří nevyužívanější formy CSR, se zařadil sponzoring, aktivity zaměřené na snižování dopadů na životní prostředí a filantropie. Zcela nevyužívanější formou CSR je sponzoring. Důvodem výběru této formy může být, že se jedná o již relativně známou formu¹³ a také to, že nevyžaduje nějaké aktivnější zapojení podniku do podporované aktivity. To samé lze říci i o dárcovství, do kterého se podniky v ČR také zapojují převážně pasivní formou – tj. darování finanční hotovosti či materiálních věcí (ANGES, 2004). Podle Centra inovací a rozvoje bývá CSR často omezena právě na tyto dvě formy (CIR, 2006, s. 15), což v zásadě vychází i z našich výsledků, ze kterých jasně vyplývá, že vedle aktivit zaměřených na snižování dopadů na životní prostředí jsou tyto dvě formy CSR jednoznačně nevyužívanější. K podobným závěrům došlo i BLF – byť na vzorku malých a středních podniků (BLF, 2006, s. 7). Podobnost výsledků těchto výzkumů naznačuje, že naše zjištění ohledně existence skoro nulových rozdílů ve využívání těchto forem v závislosti na velikosti podniků by mohlo být správné.

U zjištěného vyššího zájmu o aktivity vedoucí ke snižování dopadů na životní prostředí¹⁴ je otázkou, zda tyto aktivity nejsou pouze dokladem rozsáhlé legislativy věnující se této problematice¹⁵. Pokud by tomu tak bylo a podniky by nevytvářely aktivity nad rámec svých zákonných povinností, nejednalo by se o naplňování CSR (Doležalová, 2005, s. 41). Tuto oblast jsme ovšem v dotazníku explicitně nesledovali, ale lze ji odvodit od vlastnění určitých certifikátů, které vyžadují plnění aktivit nad rámec zákona. Zde je tedy skrývá příležitost pro další analýzu.

Druhou skupinu tvořily formy, které vyžadují aktivnější zapojení podniku do dané činnosti a to – partnerské programy a firemní dobrovolnictví. Jejich využívání je však daleko slabší než u výše

13 Sponzoring se v marketingových učebnicích vyskytuje již řadu let buď jako samostatný nástroj komunikačního mixu či podložka PR.

14 Jež tvoří jeden ze základních pilířů CSR – viz např. Zelená kniha s podtitulem „Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility“.

15 Viz např. internetové stránky Envi webu <http://www.enviweb.cz/>.

uvedených forem¹⁶. V ČR se zatím jedná o poměrně nové formy zapojení podniků do CSR¹⁷, a to komplikuje porovnání námi zjištěných výsledků s jinými výzkumy. Závěry ze zahraničních výzkumů nejsou jednoznačné – některé tvrdí, že aktivnější jsou v těchto formách¹⁸ velké podniky, některé zase ukazují, že se do těchto oblastí zapojují už i podniky malé a střední (Møller, Erdal, 2003, s. 35). Z našeho výzkumu vyplynulo, že se růstem velikosti podniku zvyšuje využívání těchto dvou forem. Zdůvodněním, které by však bylo třeba prokázat, by mohlo být, že větší podniky už zvládly základní formy CSR a hledají nové příležitosti, kterými by na sebe mohly upozornit. Třetí skupinu tvořily firemní nadace, které jsou využívány ve všech forem CSR podle našeho zjištění nejméně. Je třeba však upozornit, že jsme se dotazovali pouze na vlastnictví firemní nadace a nepátrali jsme již po tom, zda podniky s nějakou externí nadací spolupracují, protože pak by se jednalo o využívání některé z výše uvedených forem.

Analýza také ukázala, že existují určité, byť malé rozdíly mezi volbou jednotlivých forem CSR a příslušností k oboru činnosti, což by mohl být důsledek orientace na odlišné stakeholdery a naopak neprokázala závislost volby konkrétní formy CSR na právní formě podniku.

Podniky nejčastěji podporují oblast sportu, za kterým následuje oblast sociální péče a kultura. Nejméně podporovanou oblastí v našem vzorku se ukázalo být zdravotnictví. Silný příklon ke sportu se dá vysvětlit tím, že sport obecně přitahuje větší publikum, než např. kultura, takže vynaložené náklady na tisíc oslovených jsou nižší, což ospravedlňuje podporování této aktivity. Překvapivým zjištěním je malá pozornost zaměřená na oblast zdravotnictví, kde byl oproti ostatním oblastem dosti výrazný propad v podpoře.

Srovnáme-li naše výsledky s šetřením BLF v malých a středních podnicích, můžeme konstatovat, že v hlavní oblasti jsou naše výsledky stejné, tj. nejvíce podporovanou oblastí je sport. Dále se však pořadí podporovaných oblastí liší¹⁹. Vysvětlení tohoto rozporu by mohlo spočívat v jiném záběru vzorku. Zatímco náš výzkum se primárně soustřeďoval na výrobní podniky a podniky ze stavebnictví se záběrem po celé ČR, ve vzorku BLF se vyskytovaly podniky pouze z Prahy – 32 % se zabývalo obchodem a pouze 12 % výrobou (BLF, 2006, s. 14).

V souvislosti se zjišťováním podpory jednotlivých oblastí se také zkoumalo, zda se podpora jednotlivých oblastí nějak liší v závislosti na příslušnosti podniku k oboru, velikosti podniku a právní formě. Analýza odhalila, že k určitým rozdílům ve volbě oblastí v závislosti na příslušnosti k odvětví dochází, byť první a poslední místo obsadily stejné oblasti u obou skupin – sport a zdravotnictví. Analýza také ukázala, že podniky ze stavebnictví jsou při podpoře oblastí, které se umístily na prvních příčkách výše popisovaného pořadí, více aktivnější než podniky ze zpracovatelského průmyslu. Důvody této skutečnosti by mohly být předmětem dalšího šetření např. při plánovaných setkáních u kulatého stolu. Závislost mezi mírou podpory jednotlivých oblastí a velikostí podniku a následně závislost mezi mírou podpory jednotlivých oblastí a právní formou jsme neprokázali.

Při zkoumání stavu vlastnictví kodexů jsme zjistili, že jejich vlastnictví není mezi vyšetřovanými podniky příliš rozšířené a ani do blízké budoucnosti podniky nepočítají se zvýšením úsilí pro jejich zavedení. Ačkoliv se nám nepodařilo prokázat závislost vlastnictví kodexů na právní

16 Nižší využívání dobrovolnické práce může být vysvětleno negativní zkušeností českých podniků, resp. jejich zaměstnanců, s podobnou formou v éře komunismu, kdy se však často jednalo o práci nedobrovolnou. Jedná se však pouze o spekulativní vysvětlení, názory na tuto formu nebyly zjišťovány.

17 Např. teprve v roce 2003 vstoupil v platnost Zákon o dobrovolnické službě č. 198/2002 Sb., který se navíc zaměřuje na úpravu podmínek vysílání dobrovolníků do zahraničí (Moravcová, et al., 2007).

18 I když se mluví převážně o firemním dobrovolnictví, lze závěry použít i pro partnerské programy, které v sobě prvky z firemního dobrovolnictví zahrnují. Rozdíl mezi těmito formami je především z hlediska dlouhodobosti jejich použití.

19 Při jistém zkresení (v dotazování totiž nebyly použity stejné kategorie oblastí) se dá říci, že zjištěné pořadí oblastí v šetření BLF bylo: sport, výchova a vzdělávání, kultura, péče o zdraví a životní prostředí.

formě, výsledky ukazují, že pozitivní závislost může existovat mezi vlastnictvím kodexů a velikostí podniku. Důvody této skutečnosti by též mohly být zjišťovány při plánovaných setkáních u kulatého stolu.

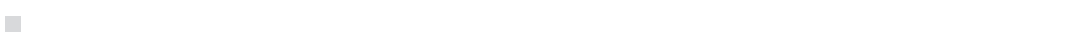
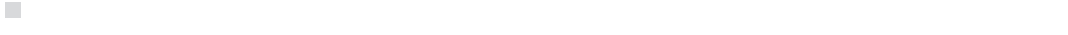
V rámci dalšího výzkumu by bylo možno na základě získaných dat vytvořit ukazatel míry angažovanosti v CSR a zkoumat, zda velikost podniku, země původu vlastníka, snadnost přístupu k finančním zdrojům a určitá úroveň finančních ukazatelů ovlivňuje míru angažovanosti podniku v CSR.

Prostřednictvím poslední z analyzovaných otázek, otázky B 6.5., bylo zjišťováno, jaká část podniků disponuje příslušnými certifikáty, případně kolik podniků o ně bude usilovat v časovém horizontu jednoho roku.

Zcela jednoznačně se ukázalo, že nejrozšířenějším certifikátem je ISO 9000. V oboru stavebnictví jej dokonce vlastní všechny podniky ze zkoumaného vzorku. Rozšířenou normou je v současnosti také ISO 14000 a poměrně značná část podniků tento certifikát plánuje implementovat do jednoho roku. Za zmínku stojí také normy OHSAS 18001, HACCP a ISO/TS 16949, nicméně jejich zastoupení v podnicích je již o poznání menší. Zbylé certifikáty se vyskytují ve zkoumaném vzorku v řádu jednotek.

Prostřednictvím otázky B 6.5. bylo zjišťováno, jaká část podniků disponuje příslušnými certifikáty, případně kolik podniků o ně bude usilovat v časovém horizontu jednoho roku.

Zcela jednoznačně se ukázalo, že nejrozšířenějším certifikátem je ISO 9000. V oboru stavebnictví jej dokonce vlastní všechny podniky ze zkoumaného vzorku. Rozšířenou normou je v současnosti také ISO 14000 a poměrně značná část podniků tento certifikát plánuje implementovat do jednoho roku. Za zmínku stojí také normy OHSAS 18001, HACCP a ISO/TS 16949, nicméně jejich zastoupení v podnicích je již o poznání menší. Zbylé certifikáty se vyskytují ve zkoumaném vzorku v řádu jednotek.



Část III VÝCHODISKA DALŠÍHO ŘEŠENÍ



12. Přístupy k analýze vztahů

Provedená primární analýza dat z empirického šetření, jejíž výsledky jsou z větší části prezentovány v předchozích kapitolách, vytváří informační zázemí pro nalezení typických konfigurací faktorů vytvářejících určité typy hospodářské úspěšnosti podniků. To je, jak již bylo uvedeno v kapitole 2, hlavním cílem předmětného výzkumu, jehož by mělo být dosaženo v roce 2008.

Problém dosažení tohoto cíle lze rozdělit na tři dílčí metodické problémy, a to na problém

- měření hospodářské úspěšnosti analyzovaných podniků
- seskupování analyzovaných podniků dle typů hospodářské úspěšnosti
- hledání konfigurací faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost, typických pro jednotlivé skupiny podniků.

12.1. Měření hospodářské úspěšnosti analyzovaných podniků

Měření hospodářské úspěšnosti podniků představuje svébytnou oblast vztahující se k formulaci relevantních finančních ukazatelů, jejich aplikaci na konkrétní podmínky řešení a interpretaci dosažených výsledků.

V rámci aplikace na podmínky našeho výzkumného řešení je třeba při volbě finančních ukazatelů zvažovat otázku jejich relevance povaze řešené úlohy, minimalizace jejich počtu a v neposlední řadě též dostupnost potřebných účetních informací. S ohledem na tato kritéria byly zvoleny níže uvedené tři ukazatele s tím, že v rámci procesu následného experimentování a prověřování může být tato množina dále upravována.

Ukazatel rentability aktiv

$$ROA = \frac{EBIT}{\text{aktiva}}$$

kde: $EBIT = \text{čistý zisk} + \text{nákladové úroky} + \text{splatná daň}$

Ukazatel rentability aktiv (ROA) poměruje zisk s celkovými aktivy investovanými bez ohledu na to, z jakých zdrojů jsou financovány, což umožňuje porovnávat podniky s rozdílnou strukturou vlastního kapitálu a cizích zdrojů. Pokud je použit pro výpočet ROA zisk před zdaněním a úroky (EBIT), je možno sledovat tzv. výdělkový potenciál firmy. Ten poměruje vložené prostředky nejen se ziskem, ale i s těmi efekty, které vyplývají ze zhodnocení cizího kapitálu, např. z různé ceny vlastního a cizího kapitálu, způsobené tzv. efektem daňového štítu, neboť placené úroky z cizího kapitálu snižují kromě hospodářského výsledku také daň z příjmu.

Ukazatel běžné likvidity

$$\text{běžná likvidita} = \frac{\text{oběžná likvidní aktiva}}{\text{krátkodobá pasiva}}$$

Oběžná likvidní aktiva, obsažená v čitateli, zahrnují hotovost, účty v bankách a krátkodobý finanční majetek. Měří schopnost podniku hradit právě splatné závazky. Doporučená hodnota je přibližně 0,2, resp. by tato hodnota měla být alespoň kladná.

Ukazatel míry celkové zadluženosti

$$\text{míra celkové zadluženosti} = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{aktiva}}$$

Ukazatel míry celkové zadluženosti charakterizuje podíl zapojení cizích zdrojů do reprodukčního procesu podniku a vypovídá o finanční stabilitě podniku. Bývá nazýván ukazatelem věřitelského rizika, neboť s jeho růstem roste riziko, že při platební neschopnosti věřitelé přijdou o svůj vložený majetek.

S ohledem na důvody a možnosti uvedené v kapitole 2 a 3 jsou dané ukazatele sledovány a vyhodnocovány v pětiletých časových řadách.

12.2. Seskupování analyzovaných podniků

Soubor analyzovaných podniků je třeba seskupit dle hodnot uvedených finančních ukazatelů charakterizujících jejich hospodářskou úspěšnost. Pro toto seskupování je možno využít některé ze statistických metod sloužících k hledání (pod)skupin v datech. Z hlediska výchozích dat i cíle výzkumu lze volit mezi faktorovou analýzou a shlukovou (klastrovou) analýzou.

Předpokladem aplikace faktorové analýzy je implicitní předpoklad existence teoretického modelu, jenž má být pomocí nalezených faktorů popsán. Neboli, na základě faktorové analýzy pouze nacházíme „řešení“ či doplňujeme řešení do již známé (vytvořené) podoby podskupin a jejich vzájemných vztahů. Jak jsme již uvedli výše, pro hledání faktorů konkurenceschopnosti v námi zvoleném přístupu vycházíme z nulového povědomí o podobě struktury podniků dle jejich hospodářské úspěšnosti. Neexistuje žádná apriorní představa o počtu či konkrétní struktuře jednotlivých hledaných skupin podniků. Využití faktorové analýzy, která by tuto neexistující strukturu popsala, resp. hledala její charakteristiky, je proto pro účely našeho výzkumu principiálně nemožné.

Pro náš výzkum se jeví jako dobře využitelná naopak shluková (klastrová) analýza. Na rozdíl od faktorové analýzy se jedná o více ad hoc metodu, stojící výrazněji na samotné statistické analýze dat. Výhodou je kvalitní možnost zhodnocení výsledků analýzy pomocí statistických testů a popisných veličin.

Na druhou stranu je její nevýhodou jistá bezbřehost výsledků. Prakticky pro jakákoliv data je možno nalézt shluky, které – v souladu s použitými vysvětlujícími proměnnými – budou tvořit relativně homogenní skupiny podniků. Tyto skupiny však spolu mohou (z hlediska své hospodářské úspěšnosti) souviset jen málo či vůbec ne. Pro správnou aplikaci shlukové analýzy je proto nezbytný následný rozbor dosažených výsledků.

Samotná shluková analýza pracuje na poměrně jednoduchém principu. V rámci analyzovaných dat je dle použité míry (například míra vzájemné vzdálenosti dat) vytvořen určitý počet skupin dat, která – vzhledem k použité míře – vykazují nejmenší odchylky. Neboli, hledáme takové skupiny dat (v našem případě podniků), které uvnitř skupiny vykazují minimální vzájemné odchyl-

ky a mezi skupinami vykazují výrazné odchylky. Tyto skupiny jsou pak označovány jako shluky (klastry).

V praxi lze využít dvou základních variant shlukové analýzy:

- hierarchické analýzy
- metody k-průměrů (k-means)

Hierarchická metoda se opírá o postupné nalézání nejpodobnějších párů dat. Vychází z jednoho (vzájemně nejbližšího) páru a následného postupného přidávání dalších a dalších pozorování (podniků). Tato pozorování vytváří další páry, které následně dále srovnáváme mezi sebou a ty páry, které se sobě nejvíce blíží, tvoří základ budoucích shluků. Výsledkem je hierarchizovaná struktura, která vychází od nejpodobnějších shluků (párů) postupně až k nejméně podobným (nejvzdálenějším) pozorováním, resp. skupinám dat. Pár dat (pozorování, podniků), které jsou v rámci analýzy spolu spojeny (dány do jedné skupiny) již do konce analýzy zůstává pohromadě. Jedná se tedy o postupné hledání podobných prvků, přičemž se již jednou utříděná pozorování znovu (s jinými pozorováními) netřídí, ale zůstávají spojena v rámci stále stejné (postupně se zvětšující) skupiny. Tedy shluk, který je vytvořen v pozdějším kroku analýzy je tvořen shluky vytvořenými v předchozí části analýzy, které obsahují shluky vytvořené v předchozích krocích. Výsledná hierarchická struktura bývá znázorňována pomocí tzv. dendogramu.

Metoda K-means přistupuje k roztržení údajů v datovém souboru z jiného úhlu. Za základ analýzy bere prvních k-pozorování¹ v datovém souboru, která považuje za první odhad výsledné struktury shluků. Tento odhad je následným přidáváním dalších pozorování postupně přesňován. Každé nové pozorování je zařazeno do toho shluku, jehož střed je nejbližší přidávanému pozorování. V rámci takto rozšířeného shluku je vypočítán nový střed, se kterým jsou srovnávána další přidávaná pozorování. Metoda je tedy založena na postupných iteracích, které hledají konečné středy shluků v datovém souboru. K nalezeným konečným středům jsou pak připojeny jim nejbližší prvky (na základě použité metriky). Tyto nejbližší prvky pak tvoří konečnou podobu shluku. Celý iterační proces končí teprve tehdy, kdy již (znovu)zařazením dalšího pozorování nedochází ke změně struktury a tedy i hodnoty jednotlivých středů shluků.

Jelikož nelze předpokládat, že by struktura analyzovaného souboru podniků byla nějakým způsobem hierarchizována z hlediska jejich hospodářské úspěšnosti, není využití první metody – hierarchického klastrování – vhodné. Využijeme tedy iterační k-means shlukovou metodu. Její použití je vhodné i proto, že použitý datový soubor více než 430 podniků splňuje podmínku dostatečné velikosti (nutnou pro optimální průběh iteračního procesu).

Samotné shlukové analýze obvykle předchází ještě fáze standardizace dat. Ta je nezbytná zejména v případech, kdy jako vysvětlující proměnné² vystupují veličiny udávané v různých jednotkách, či veličiny, jejichž hodnoty jsou rozdílné co do velikosti. Vzhledem k tomu, že pro vytvoření shluků použijeme kombinaci několika měř hospodářské úspěšnosti, je pravděpodobné, že každá z měř bude v našem datovém souboru dosahovat odlišných (relativních) hodnot.

Standardizace je nejjednodušeji prováděna na základě tzv. z-scores, které převádí hodnoty jednotlivých používaných proměnných na relativní ukazatel uvádějící vzdálenost (odchylku) od průměrné hodnoty dané veličiny v rámci popisovaného souboru.³

1 Počet pozorování k, který je výchozí pro tento odhad, je stanoven jako základní parametr metody. Vedle něj mezi parametry patří použitá metrika pro měření vzdálenost mezi shluky a v rámci shluků.

2 Tedy proměnné, jejichž hodnoty jsou základem pro vytvoření shluků.

3 Transformace vychází z podílu odchylky daného pozorování x_i od aritmetického průměru souboru \bar{x} dělené příslušnou směrodatnou odchylkou s_x .
$$z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{s_x}$$

Z definice vyplývá, že průměr standardizovaných z-scores pro daný soubor je roven nule a směrodatná odchylka je rovna jedné. Pozorování se z-score menší než nula jsou ta, která vykazují v daném souboru podprůměrné hodnoty, zatímco kladná z-scores odkazují na nadprůměrné hodnoty.

Před započítáním samotné analýzy je nutno ještě zvolit metriku, na jejímž základě budou počítány vzájemné odchylky datových bodů. Jako nejjednodušší, ale současně i nevhodnější se nám jeví použití běžné euklidovské vzdálenosti:

$$\text{distance}(X, Y) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2},$$

kde x je konkrétní hodnota i -té souřadnice vektoru ukazatelů za podnik X ;
 y je konkrétní hodnota i -té souřadnice vektoru ukazatelů za podnik Y .

V průběhu řešení bylo provedeno experimentální ověření metodiky vyhodnocení typu hospodářské úspěšnosti podniků a jejich seskupení na základě shlukové analýzy metodou k-means. Vektor popisující jednotlivé podniky obsahoval 15 souřadnic, tj. 3 ukazatele sledované za období pěti let. Byly vytvořeny čtyři shluky, které je možno charakterizovat jako podniky

A – Vynikající, s charakteristikou

- Rentabilita je vysoce nadprůměrná a neustále roste.
- Likvidita je mírně podprůměrná, ale v průběhu let se zvyšuje.
- Zadluženost je podprůměrná a v průběhu let klesá.

B – Velmi dobré, s charakteristikou

- Rentabilita je mírně nadprůměrná a nijak výrazně se nemění.
- Likvidita je výrazně nadprůměrná.
- Zadluženost je výrazně podprůměrná a trend je vcelku setrvalý.

C – Dobré, s charakteristikou

- Rentabilita se pohybuje okolo průměrných hodnot a výrazně se nemění.
- Likvidita je výrazně podprůměrná.
- Zadluženost je mírně nadprůměrná.

D – Problematické, s charakteristikou

- Rentabilita je mírně podprůměrná a mírně klesá.
- Likvidita je výrazně podprůměrná.
- Zadluženost je výrazně nadprůměrná a spíše se zvyšuje.

Uvedené shluky je nutno považovat za jednu z variant procesu experimentování.

12.3. Hledání konfigurací faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost

Třetím z výše formulovaných problémů je nalezení konfigurací faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost, typických pro jednotlivé skupiny (shluky) podniků vytvořených dle ukazatelů hospodářské úspěšnosti. Jde o rozpoznání kombinace hodnot charakteristik podniku, získaných prostřednictvím dotazníku, resp. z jiných disponibilních zdrojů informací⁴, typických pro daný shluk podniků (a zároveň netypický pro jiné shluky). Přitom je nutno počítat s tím, že v rámci

4 Blíže viz. kapitola 2.2.

jednoho shluku vytvořeného dle daného typu hospodářské úspěšnosti, může existovat i více takových kombinací

Nabízí se zhruba tři způsoby, jak daný problém řešit. **První ze způsobů** by bylo možno označit jako heuristický, resp. intuitivní. Spočívá v „ručním“ vyhledávání takových proměnných (charakteristik podniku), jejichž hodnoty jsou si v daném shluku co nejbližší a zároveň platí, že v jiných shlucích nabývají tyto proměnné výrazně odlišných hodnot.

Druhý způsob spočívá opět v aplikaci shlukové analýzy, ale „opačně“. Veličinami, podle kterých bude shlukování prováděno, nebudou finanční ukazatele vyjadřující hospodářskou úspěšnost, nýbrž charakteristiky podniku, jako například velikost podniku, typ vlastnické struktury, právní forma podnikání, odvětvová příslušnost, kvalifikace a motivace pracovníků atd. Cestou experimentování s oběma způsoby vytváření shluků půjde o hledání co největší shody mezi strukturou shluků vytvořených na základě finančních ukazatelů vyjadřujících hospodářskou úspěšnost a shluků vytvořených na základě uvedených charakteristik podniku.

Třetím způsobem, nejvíce sofistikovaným, je aplikace metod mnohorozměrné analýzy. S ohledem na shromážděný soubor dat více než 430 podniků se k tomuto účelu nabízí jako vhodné použít ověřené přístupy založené na metodách statistického rozpoznávání a klasifikace spolu s metodami redukce dimenzionality (metody výběru nejinformativnějších příznaků). Tyto přístupy spolu s příslušnými algoritmy jsou dlouhodobě rozvíjeny ve Společné laboratoři Fakulty managementu VŠE a ÚTIA AV ČR⁵.

Obecný problém, řešený v rámci úlohy rozpoznávání obrazů, lze zjednodušeně charakterizovat jako úlohu klasifikovat určité „obrazy“, objekty, jevy, atd. do konečného (obvykle nevelkého) počtu tříd. V případě dvou tříd (nejčastější případ), mluvíme o tzv. dichotomické klasifikaci. Přitom předpokládáme, že každý obraz do jedné ze tříd jednoznačně patří, což je jeho „klasifikační vlastnost“. Podstatou problému je skutečnost, že v okamžiku, kdy je třeba rozhodnutí (klasifikaci) provést, uvedená klasifikační vlastnost není známá ani přímo měřitelná. Řešení je proto založeno na rozhodnutí pomocí jiných měřitelných údajů o „obrazu“, přičemž rozhodovací pravidlo je odvozeno „učením se“ z minulých případů. Předpokladem ovšem je, že tyto jiné měřitelné údaje (v terminologii statistického rozpoznávání „příznaky“) se skutečným přiřazením obrazu do třídy, tedy s jeho klasifikační vlastností, alespoň statisticky souvisí. Takovýto typ úloh tedy vyžaduje místo analytického přístupu tzv. učící přístup, který je založen na myšlence, že veškerá informace potřebná k provedení rozhodnutí (klasifikace či rozpoznání obrazu) je obsažena v datových souborech ve formě zkušenosti z minulosti.

I když v našem případě zadání problému (nalezení klíčových faktorů podporujících konkurenceschopnost) do výše uvedeného rámce úplně přesně nezapadá (zde ona „klasifikační vlastnost“ je měřitelná, protože je známo zda podnik je či není konkurenceschopný), metodiku statistického rozpoznávání a výběru nejinformativnějších příznaků by bylo možno využít. Pro náš problém bude důležitá zejména první fáze celé úlohy rozpoznávání (výběr nejinformativnějších či nejdiskriminativnějších příznaků, což budou ony klíčové faktory pro konkurenceschopnost). Druhá fáze, odvození rozhodovacího pravidla pro klasifikaci na základě vybraných příznaků (zde klíčových faktorů) bude sloužit již jen pro verifikaci správnosti, kvality a informativnosti vybrané podmnožiny příznaků.

Pro možnost řešení učícími se metodami rozpoznávání potřebujeme tzv. trénovací množinu, která musí sestávat z prvků (v našem případě podniků) se známou klasifikací. Tou bude v daném případě soubor, tvořený množinou zjišťovaných dat z podniků, získaný empirickým výzkumem. Skutečnost (tedy známou klasifikaci), zda podnik patří do třídy konkurenceschopných či do třídy

5 Výsledky jsou publikovány v desítkách prací v zahraničních časopisech, kapitolách knih či ve sbornících prestižních zahraničních konferencí, které mají více než 500 citací, z toho přes 300 v SCI. Vybrané publikace jsou uvedeny v seznamu literatury.

konkurence neschopných (v první fázi budeme pro zjednodušení uvažovat dichotomickou klasifikaci do dvou tříd), může být řešena pomocí finanční analýzy s využitím metody shlukové analýzy, tak jak bylo výše popsáno⁶.

Nyní je třeba se alespoň velmi stručně věnovat otázce dostatečnosti rozsahu souboru podniků z hlediska potenciálního využití metod rozpoznávání a výběru příznaků. Teorie i praktické zkušenosti totiž ukazují, že kvalita výsledků a závěrů dosažených učícími se přístupy je velmi ovlivněna vztahem mezi dimenzionalitou problému (počtem zjišťovaných příznaků) a rozsahem trénovací množiny. Potřebná velikost zkoumané množiny podniků roste se vzrůstajícím počtem příznaků. Tento jev souvisí s jevem tzv. „prokletí dimenzionality“, který takto nazval americký matematik R. Bellmann ve své práci o dynamickém programování.

Bylo dokázáno, že pro danou velikost (rozsah) trénovací množiny (v našem případě počet podniků v empirickém výzkumu) existuje optimální dimenzionalita, tedy optimální počet vybraných příznaků. Minimální počet prvků v jednotlivých třídách má být alespoň desetkrát větší než je dimenzionalita rozhodovacího problému (Jain, Chandrasekar 1982). Uvedený vzorec lze charakterizovat vztahem:

$$\frac{n}{d} > 10,$$

kde n je počet podniků
 d je počet příznaků, kterými je zkoumaný jev popsán (v daném případě ukazatelů či faktorů zjišťovaných u jednotlivých podniků).

Z tohoto orientačního vzorce plyne, že při rozsahu empirického šetření více než 430 podniků by počet faktorů měl být nižší než 43 (zkušenosti ukazují, že výrazně nižší než 43).

Nejen u posledního z uvedených způsobů hledání typických konfigurací faktorů ovlivňujících hospodářskou úspěšnost, ale též u předchozích dvou, je důležitým omezením počet veličin, se kterými je možno pracovat. Pro popis podniku nemohou být proto najednou použity všechny charakteristiky, které jsou k dispozici, ale pouze ty, jejichž výběr do řešení bude podpořen hypotézou o vlivu určitých charakteristik na hospodářskou úspěšnost podniku.

S ohledem na složitost předmětného problému je třeba počítat s poměrně rozsáhlým experimentováním spojeným s postupným uplatňováním různých variant výchozích hypotéz a různých podmínek zadání. Lze předpokládat, že pozitivního výsledku lze dosáhnout pouze cestou účelné symbiózy exaktních a intuitivních přístupů.

6 Navrhovaný postup byl úspěšně ověřen na řešení úlohy zjištění faktorů významných pro úspěšnost akvizičního procesu (Pudil, Pirožek, Somol 2000) a dále (Pudil, Pirožek, Somol 2002). Lze proto důvodně předpokládat, že by mohl přinést i zajímavé výsledky pro řešení problému stanovení faktorů významných pro podporu konkurenceschopnosti podniků. Určitým úskalím navrhované metodiky může být skutečnost, že v daném konkrétním případě odpovědi zjištěných z dotazníku představují data nikoliv kvantitativní, ale ordinální. Tento specifický problém bude nutno ještě zkoumat.

13. Závěr

Výsledky primární analýzy empirického šetření realizovaného v rámci reprezentativního vzorku 432 podniků se sídlem v České republice v odvětvích zpracovatelského průmyslu a stavebnictví přinášejí již samy o sobě řadu zajímavých poznatků, zachycených v komentářích k odpovědím na jednotlivé otázky i v závěrech k jednotlivým sekcím dotazníku. Především však vytváří solidní základ pro další výzkumnou práci.

Na cestě k dosažení cíle výzkumu – nalezení typických konfigurací faktorů vytvářejících určité typy hospodářské úspěšnosti podniků, je nezbytné realizovat ještě celou řadu činností.

Především je třeba, v návaznosti na přístupy uvedené v předchozí kapitole, zpracovat konkrétní metodiku analýzy faktorů hospodářské úspěšnosti podniků a začít s experimentováním na datech získaných cestou dotazníkového šetření. Ještě předtím je však nutno přistoupit ke zkvalitnění této množiny dat cestou precizace formální a obsahové kontroly, včetně jejich verifikace a případného doplnění z jiných informačních zdrojů.

Mezi důležité aktivity patří neustálá aktualizace kontaktů s praxí. Jde mimo jiné o zpracování výsledků primární analýzy do podoby stručné a přehledné publikace, určené pro podniky, které se zúčastnily empirického šetření. Tato publikace, využitelná v praxi pro účely srovnání hodnot odpovědí na jednotlivé otázky jednotlivých podniků s průměry těchto hodnot za celý šetřený soubor i jednotlivé dílčí soubory, byla respondentům přislíbena za jejich ochotu se empirického šetření zúčastnit.

Další aktivity vedoucí k rozšiřování a prohlubování poznatků o podnikové praxi spočívají v realizaci workshopu za účasti vybraných expertů z řad předních manažerů a uspořádání semináře o výsledcích empirického šetření s přizváním představitelů všech podniků, které se šetření zúčastnily.

Předpokládá se rovněž pokračování v návštěvách vybraných podniků, které by byly uskutečňovány nikoliv tazateli, ale přímo členy řešitelského kolektivu. Důvodem je nejen navýšení počtu vyplněných dotazníků, ale též navázání, resp. upevnění kontaktů s praxí a získání řady neformálních názorů a poznatků, které bez osobního kontaktu s respondentem nelze zpravidla získat či hlouběji pochopit.

Nabízí se rovněž otázka realizace druhé etapy empirického šetření, do kterého by byl zahrnut reprezentativní vzorek podniků ze zbývajících odvětví, s cílem postihnout výzkumem konkurenceschopnosti podnikovou sféru v celé její odvětvové šíři.

Výsledky systematického zpracování dat, získaných v rámci empirického šetření a jejich interpretace, opírající se též o inspiraci z dalších informačních zdrojů, budou vytvářet základ pro zpracování monografie, shrnující závěry dané etapy výzkumu konkurenční schopnosti podniků, jejíž vydání se plánuje v roce 2008.



14. Použitá literatura

1. AGNES. *Jak jsme na tom s firemní filantropií v České republice?* Výsledky výzkumu firemní filantropie, 2004. Dostupné na <http://www.agnes.cz/index.php?cmd=page&id=76>. [cit. 10. srpna 2007].
2. BENÁČEK, V. Autentický soukromý sektor v tranzitivní ekonomice. Příspěvek ke hledání kořenů a alternativ českého kapitalismu. *Finance a úvěr*, 2002, č. 3, s. 122–143. ISSN 0015-1920.
3. BLAŽEK, L., DOLEŽALOVÁ, K., KLAPALOVÁ, A. Společenská odpovědnost podniků. *Working paper 9/2005*. Brno : Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky, 2005, č. 9. ISSN 1801-4496.
4. BLAŽEK, L. Výzkum konkurenceschopnosti podniku. Aplikace stakehoderského přístupu. In *Vývojové tendence podniků I*. Brno : ESF MU, 2005, s. 13–28. ISBN 80-210-3847-0.
5. BLAŽEK, L. a kol. *Vývojové tendence podniků I*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 2005. ISBN 80-210-3847-0.
6. BLAŽEK, L. a kol. *Vývojové tendence podniků II*. 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4133-1.
7. BLF. Shrnutí výsledků průzkumu. *Využití společenské odpovědnosti firem malými a středními podniky v ČR*. Praha : Business Leaders Forum. 2006. 41 str. Dostupné na <http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruzkum>. [cit. 10. března 2007].
8. CIR. *Společensky odpovědné podnikání jako trend a příležitost*. Centrum inovací a rozvoje, 2006, 44 str. Dostupné na http://www.cir.cz/issphp/upload/domain_961442/a2fb3f39a113f59654b15b954f6c3333.pdf. [cit. 20. srpna 2007].
9. DOLEŽALOVÁ, K. Vztah podnik – community a Corporate Social Responsibility jako jeden z nástrojů konkurenceschopnosti podniku. In *Vývojové tendence podniků I (Svazek I)*. Brno : ESF MU Brno. 2005, str. 29–74. ISBN 80-210-3847-0.
10. GADDE, L. E., HÅKANSSON, H. *Supply network strategies*. Chichester : John Willey & Sons, Ltd., 2002. ISBN 978-0-471-49916-9.
11. GREGOROVÁ, I. Vztah mezi řízením lidských zdrojů a výkonností podniku – přehled empirických studií. In *Vývojové tendence podniků II*, 1. vyd., Brno : Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4133-1.
12. HAKANSSON, H., WOOTZ, B. Supplier selection in an international environment – an experimental study. In *Journal of Marketing Research*, 1975, sv. 12, str. 46–51. ISSN 0022-2437.
13. HENDL, J. *Přehled statistických metod zpracování dat*. Praha : Portál, 2004. ISBN 80-7178-820-1.
14. JAIN, A. K., CHANDRASEKAR, B. Dimensionality and sample size considerations in pattern recognition practice. *Handbook of Statistics*, Eds., 1982.
15. KADEŘÁBKOVÁ, A., ŠMEJKAL, V. Podmínky podnikání v České republice v mezinárodním srovnání. *Working Paper 13/2005*. Praha : VŠEM, 2005, č. 13. ISSN 1801-2728.
16. KAVALÍŘ, P. Hodnocení corporate governance v České republice. *Working Paper 14/2005*. Praha : VŠEM, 2005, č.14. ISSN 1801-2728.
17. KISLINGEROVÁ, E. a kol. *Manažerské finance*. 2. přepracované a rozšířené vydání. Praha : C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-903-0.
18. KUBÁTOVÁ, E. Dodavatelsko-odběratelské vztahy z pohledu odběratele. In *Vývojové tendence podniků II*, 1. vyd. Brno : Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4133-1.

19. KUČERA, R. Vztahy k vlastníkům. In *Vývojové tendence podniků I*. 1. vyd. Brno: ESF MU, 2005, s. 255–269, ISBN 80-210-3847-0.
20. LARIMO, J., PULKKINEN, J. Global orientation, competitive advantages and export strategie of different type sof SMEs: empirical evidence from Finland. *28th EIBA Conference*, December, 2002. s. 8–10. Dostupné na: <http://www.aueb.gr/deos/EIBA2002.files/PAPERS/S2.pdf>
21. MEJSTŘÍK, M. Správa obchodních společností a jejich chování. *Finance a úvěr*, 2000, č. 11, s. 629–630. ISSN 0015–1920.
22. MØLLER, K., ERDAL, T. *Corporate responsibility towards society: A local perspective*. Dublin : European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. 2003, s. 92. Dostupné na <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2003/27/en/1/ef0327en.pdf>. [cit. 12. srpna 2006].
23. MORAVCOVÁ, K. Firemní dobrovolnictví, 2007. Dostupné na <http://www.komunitnivzdelavani.cz/index.php?page=44§ion=3&sub=7>. [cit. 20. srpna 2007].
24. PEARSON, J. N., ELLRAM, L. M. Supplier Selection and Evaluation in Small Versus Large Electronic Firms. In *Journal of Small Business Management*, 1995, 33, s. 53–65. ISSN 0047-2778.
25. PORTER, M.E. *Konkurenční výhoda*. Praha: Victoria Publishing, 1992. ISBN 80-85605-12-0.
26. PUDIL, P., NOVVOČOVÁ, J., SOMOL, P. Recent Feature Selection Methods in Statistical Pattern Recognition. Invited chapter in *Pattern Recognition and String Matching*. Kluwer Academic Publishers : Boston, D.Chen, X.Cheng eds., 2002, Chapter, 51 pages,
27. PUDIL, P., PIROŽEK, P., SOMOL, P. Výběr nejinformativnějších faktorů při akvizici podniků pomocí metod rozpoznávání obrazů. In *Acta Oeconomica Pragensia*, 2000, roč.8, č. 2. s.143–159.
28. PUDIL, P., PIROŽEK, P., SOMOL, P. Selection of Most Informative Factors in Merger and Acquisition Process by Means of Pattern Recognition, Signal Processing, Pattern Recognition, and Application, *LASTED, ACTA Press* 2002, s. 224–229. ISBN 0-88986-338-5, ISSN:1482-7921.
29. PUDIL, P., SOMOL, P., KITTLER, J. *Feature selection in statistical pattern recognition*. Invited tutorial at ICPR2002 (International Conference on Pattern Recognition), srpen 2002, Quebec City, Canada
30. SOMOL, P., NOVVOIČOVÁ, J., PUDIL, P. Flexible-hybrid sequential floating search in statistical feature selection. *Lecture Notes in Computer Science* 44: 4109, 2006, pp. 623–639.
31. SOMOL, P., PUDIL, P. Oscillating search algorithms for feature selection. In: Proceedings of the 15th International Conference on Pattern Recognition. IEEE Computer Society, Los Alamitos 2000, pp. 406–409.
32. SOMOL, P., PUDIL, P., FERRI F. J., KITTLER, J. Fast Branch & Bound algorithm in feature selection. In *Proceedings of SCI 2000*. The 4th World Multiconference on Systemics, Cybernetics and Informatics. IIIS , Orlando 2000, pp. 646–651.
33. SOMOL, P., PUDIL P., GRIM J. On Prediction Mechanisms in Fast Branch & Bound Algorithms. Lisabon 18.08.2004 – 20.08.2004. In *Structural, Syntactic, and Statistical Pattern Recognition*. Berlin : Springer Verlag, 2004, s. 716–724. ISBN 3-540-22570-6.
34. SOMOL P., PUDIL P., KITTLER, J. Fast Branch & Bound algorithms for optimal feature selection. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 2004, roč. 26, č. 7, s. 900–912. ISSN 0162-8828.
35. STÝBLO, J., URBAN, J., VYSOKAJOVÁ, M. *Personalistika 2006*. (2006): Praha, Meritum. 2006. ISBN 80-7357-148-X
36. SUCHÁNEK, P. Hodnocení konkurenceschopnosti podniku. In *Vývojové tendence podniků*. Brno, ESF MU, 2005, s. 255–269, ISBN 80-210-3847-0.



**CENTRUM VÝZKUMU KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI ČESKÉ EKONOMIKY
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA MASARYKOVY UNIVERZITY**
prof. Ing. Antonín Slaný, CSc., vedoucí výzkumného centra

KONKURENČNÍ SCHOPNOST PODNIKŮ PRIMÁRNÍ ANALÝZA VÝSLEDKŮ EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ

prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc., a kolektiv

Ediční rada: L. Bauer, L. Blažek, H. Hušková, F. Kalouda,
M. Kvizda, L. Lukášová, R. Lukášová, J. Nekuda,
J. Rektorič (předseda), A. Slaný, J. Šedová, V. Žitek

Vydala Masarykova univerzita roku 2007

1. vydání, 2007, náklad 200 výtisků

Návrh a sazba: EXACTDESIGN, www.exactdesign.cz

Tisk: PRINTECO s.r.o., Hněvkovského 77, 617 00 Brno

Technická spolupráce: Ing. Eva Kubátová

55-975B-2007 02/58 14/ESF

ISBN 978-80-210-4456-2



**CENTRUM VÝZKUMU
KONKURENČNÍ SCHOPNOSTI
ČESKÉ EKONOMIKY**



**MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ
FAKULTA**

ISBN 978-80-210-4456-2