

KOMPARACE VNÍMÁNÍ KRIZE ČESKÝMI A HOLANDESKÝMI FIRMAMI

COMPARISON OF THE PERCEPTION OF CRISIS BY CZECH AND DUTCH COMPANIES

Pavína Pellešová, Renáta Fajová

Abstract: *The paper is focused on analyzing the perception of crisis by selected businesses in the Czech Republic and Holland. As the analysis method was used a questionnaire survey, which helped the comparison of impacts on the business sector in these economies. Article compares the problems of companies doing business in times of crisis, awareness about the aid business, their involvement in business support and using active employment policy tools. It analyzes the internal and external environment of firms, they identified their strengths, weaknesses and opportunities and threats. The comparison showed that the companies have agreed in area such as the need for assistance in that area, the impact of the crisis to firms, involvement in business support programs, non using of active employment policy. The crisis manifested itself in every economy. The analysis shows that the business sector hit in some areas equally. On the other hand, cause the loss of customers is perceived differently. The differences are also shown in the awareness of the aid business.*

Keywords: *The Crisis, Business Support Programs, Active Employment Policy, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.*

JEL Classification: D22

Úvod

Období krize je ve vývoji ekonomiky každé země obdobím problémovým, které má ekonomické, ale i sociální dopady jak na jednotlivce, tak na podnikatelskou sféru. Globální krize způsobila pokles ekonomického růstu, pokles vývozu, pokles zisků, pokles mezd, vedl k platební neschopnosti domácností, ale i firem, poklesu spotřeby domácností. Firmy omezily investiční aktivitu, což vedlo k multiplikatívnímu efektu na další snižování produkce. Jak identifikovaly danou krizi firmy ve vybraném regionu České republiky a Holandska jsme analyzovaly v následujícím příspěvku.

1 Formulace problematiky

1.1 Percepce krize firmami

V rámci projektu SGS 23/2010 Fiskální politika v kontextu světové krize a její dopady na podnikatelskou sféru uskutečněn byl v prvním čtvrtletí 2011 realizován výzkum zaměřený na problematiku vlivu krize na podnikatelskou činnost v Moravskoslezském kraji a zároveň byl realizován výzkum v prvním pololetí roku 2011 v provincii Overijssel v Holandsku – jednalo se o region, kde je většina obyvatel zaměstnána v průmyslu a ve službách. Vzorek respondentů (viz níže) měl obdobnou strukturu z hlediska právní formy, počtu i působnosti firem. Cílem výzkumu bylo

porovnat názory firem na vnímání průběhu krize na podnikatelskou činnost ve dvou ekonomikách – české a holandské.

2 Metody

Pro dosažení cíle jsme použily řadu metod. Jednalo se zejména o výběr vzorku respondentů, sumarizaci a vytvoření databáze jak českých, tak holandských firem.

V rámci kvantitativního a kvalitativního výzkumu byla použita metoda dotazníkového šetření. Použity byly otázky jak uzavřené, tak otevřené, sloužící pro zjištění názorů k dané problematice. K vyhodnocení výzkumu byla použita metoda třídění a kvalifikace získaných dat. Analýza a syntéza umožnily vyhodnocení kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Metodou komparace jsme porovnali výsledky v jednotlivých zemích a metodou dedukce a syntézy dospěly k daným závěrům.

3 Rozbor problému

3.1 Výběr a srovnání vzorku respondentů

Celkový počet zpracovaných dotazníků v České republice byl 296 a v Holandsku činil 255. Dotazníkového šetření se v České republice zúčastnilo z pohledu právní formy podnikání cca 53 % společností s ručením omezeným, cca 28 % fyzických osob, desetina akciových společností a nejméně zastoupenou formou byla veřejná obchodní společnost (cca 2 %) a družstvo (cca 1 %). V Holandsku bylo rovněž nejvíce (43 %) společností s ručením omezeným, 21 % firem jediným vlastníkem, 15 % družstev a 7 % sdružení nebo nadací a veřejných obchodních společností. Z celkového počtu českých respondentů bylo 22 % firem, které působí na mezinárodní úrovni, u holandských respondentů jich působí na mezinárodní úrovni 23 % firem.

Z pohledu velikosti firmy byla většina českých malých podniků (71 %) s 1-25 zaměstnanci, cca 15 % firem s 26 – 99 zaměstnanci, větších podniků s počtem do 250 zaměstnanců a nad 250 bylo cca 4 %. V Holandsku byla také většina (62 %) malých podniků, cca 28 % firem s 26 – 99 zaměstnanci, větších podniků s počtem do 250 zaměstnanců bylo 6 % a 4 % firem s více než 250 zaměstnanci. Vzorek respondentů měl tedy podobnou strukturu.

Většina českých firem podniká v oblasti služeb (cca polovina), stavebnictví i obchodě (22 %), průmyslu (15 %) a 2 % v zemědělství. Většina holandských firem podniká ve více oblastech, nejvíce jich podniká v other specialised business services (jiné specializované podnikatelské služby) – 21 %, dále pak wholesale and storage (velkoobchod a skladování) – 13 % a následuje doprava a skladování, výrobní činnost a poskytování jiných služeb. Na základě výše uvedených charakteristik obou srovnávaných vzorků je možné konstatovat, že vzorek respondentů měl obdobnou strukturu.

3.2 Komparace dotazníkového šetření v ČR a Holandsku

České firmy měly v období krize nejvíce problémů s odbytem (cca třetina), se ziskem (cca 29 %), s náklady (cca 28 %), se zákazníky (cca 22 %) a nejmenší problémy měly firmy s dodavateli (cca pětina). Holandské firmy uvedly **odlišné**

faktory, na prvním místě se jedná o problémy s úřady (29 %), dodavateli (16 %), zákazníky a odbytem (12 %), dále s náklady (11 %), viz následující tabulka.

Tab. 1: V případě, že máte problémy při podnikání, týkají se oblasti

Problémy	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Odbytu	32	12
Zisku	29	9
Nákladů	28	11
se zákazníky	22	12
Personální	16	6
S odběrateli	16	5
S úřady	14	29
S dodavateli	9	16
Jiné	7	0

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

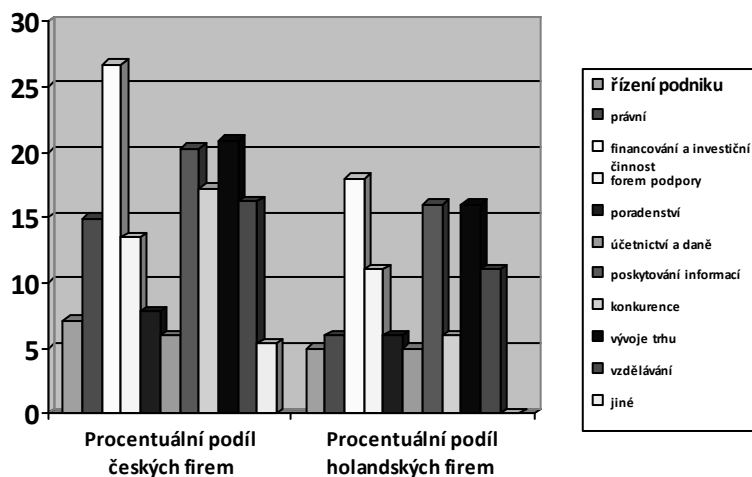
V období krize by české i holandské firmy přivítaly pomoc ve shodných oblastech, nejvíce ve financování a investiční činnosti, viz Tab. 2, Obr. 1. Zhruba 27 % českých firem by na prvním místě uvítalo pomoc v oblasti poskytování pomoci ve financování a investiční činnosti, dále firmy projevíly na druhém místě zájem o pomoc v oblasti vývoji na trhu (cca 21 %) a na třetím místě o poskytování informací (cca pětina). Nejmenší zájem měly firmy o pomoc v účetnictví, poradenství řízení podniku. Firmy v Holandsku by přivítaly na prvním místě jako české firmy pomoc v oblasti financování a investiční činnosti (cca 18 %), dále pak v oblasti vývoje trhů a poskytování informací (16 %), v oblasti forem podpory a vzdělávání (11 %).

Tab. 2: Při svém podnikání byste přivítali pomoc v oblasti

Typy pomoci	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Řízení podniku	7,1	5
Právní	14,9	6
Financování a investiční činnost	26,7	18
Forem podpory	13,5	11
Poradenství	7,8	6
Účetnictví a daně	6,0	5
Poskytování informací	20,3	16
Konkurence	17,2	6
Vývoje trhu	20,9	16
Vzdělávání	16,2	11
Jiné	5,4	0

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

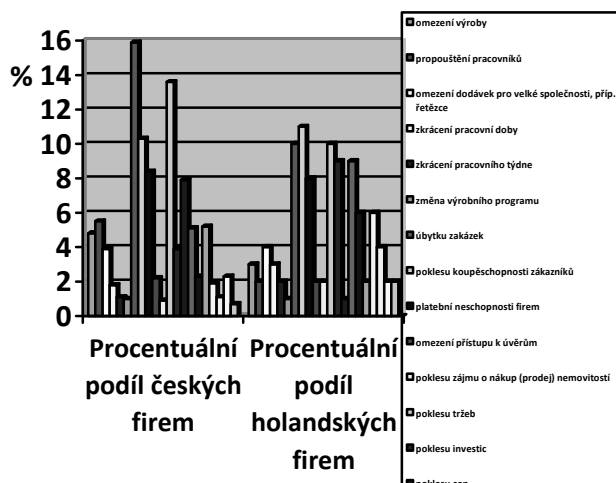
Obr. 1: Firmy by přivítaly pomoc v oblasti



Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

Ekonomická krize se projevila ve firmách různou intenzitou a v různých oblastech, viz Obr. 2. V České republice zaznamenalo nejvíce firem (cca 16 %) úbytek zakázek, ve zhruba 14 % k poklesu tržeb a v cca 10 % k poklesu koupěschopnosti zákazníků a cca 1 % firem přistoupilo k převedení činnosti na jinou firmu nebo ke změně výrobního programu. Mezi nejčastější problémy firmy v Holandsku řadí taktéž na prvním místě úbytek zakázek (desetina). Další v pořadí se liší a jedná se o pokles koupěschopnosti zákazníků (11 %), pokles tržeb (10 %), pokles investic (9 %) a platební neschopnost firem (8 %).

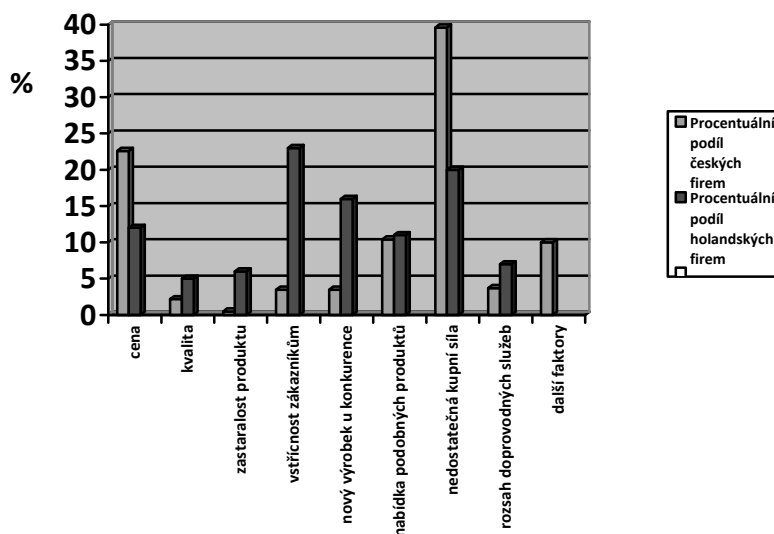
Obr. 2: Dopady hospodářské krize na firmu



Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

V období krize působily různé vlivy, které způsobily změnu zájmu o jejich produkt. Na prvním místě české firmy uvedly nedostatečnou kupní sílu (40 %), na druhém cenu, která měla vliv na změnu zájmu o koupi produktu (23 %) a na třetím nabídka obdobných produktů (desetina), viz následující obrázek. Následovaly další vlivy jako nedostatek financí, úsporné chování firem a obyvatelstva. Holandské firmy považují za významné odlišné vlivy zejména: vstřícnost zákazníkům (23 %), nedostatečnou kupní sílu (pětina) a nový výrobek konkurence (16 %).

Obr. 3: Vlivy působící na změnu zájmu o produkt firmy



Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

Zkoumali jsme také povědomí firem o existenci podpor podnikání. V ČR mají firmy značné povědomí o podporách a zhruba polovina z nich (48 %) ví, že se poskytují, ale neznají podrobnosti, viz následující tabulka. Pětina firem potřebuje pomoc při zpracování žádosti o podporu a cca 14 % nemá žádné informace o podporách podnikání v České republice. Holandských firem odpovědělo pouze cca 19 %. Žádné informace o podporách podnikání nemá cca 11 % firem a cca 8 % firem ví, že se poskytují, ale neznají podrobnosti.

Tab. 3: Povědomí firem o podporách podnikání

Povědomí o podporách podnikání	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Nemám žádné informace o podporách podnikání	13,9	11,3
Vím, že se poskytují, ale neznám podrobnosti	49,0	7,5
Znám i podrobnosti, ale potřebuji pomoc při zpracování žádosti	22,0	0
Neuvedeno	15,2	81,1

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

Většina firem v ČR (83 %) není zapojena do programů podpory podnikání. Pouhých zhruba 12 % firem využívá těchto programů. V případě odpovědi ano byly zaznamenány tyto programy podpory podnikání: Inovace a rozvoj, přes hospodářskou komoru, ROP Moravskoslezsko, SROP, OPPI, TIP, vzdělávání a konkurenceschopnost, Vzdělávejte se!, OPLZZ, EDUKA, EU - vzdělávání zaměstnanců, Rozvoj, výzkum a vývoj, OP VaVPI, ICT v průmyslu, z EU, OP Podnikání a inovace. Firmy mohou využívat nástrojů aktivní politiky zaměstnanosti. V tomto výzkumu využívá různých forem aktivní politiky zaměstnanosti pětina firem, naopak tři čtvrtiny firem nevyužívá možnosti, které poskytuje vláda pro zvýšení zaměstnanosti. Pokud firmy využily nějakou z forem aktivní politiky zaměstnanosti, pak se jednalo u 8 firem o příspěvek na zřízení společensky účelného pracovního místa, 3 firmy využily finanční prostředky z ESF, operační program LZZ a 1 firmy

využila možnosti investiční pobídky ÚP. Taktéž většina Holandských firem (cca 43 %) není zapojena do programů podpory podnikání, ostatní firmy se nevyjádřily.

Firmy mohou v rámci podpory podnikání využívat nástrojů aktivní politiky zaměstnanosti, které poskytuje vláda pro zvýšení zaměstnanosti. Dle realizovaného výzkumu využívá různých forem aktivní politiky zaměstnanosti pětina českých firem, naopak tři čtvrtiny jich této možnosti nevyužívá. Pokud firmy využily nějakou z forem aktivní politiky zaměstnanosti, jednalo se o příspěvek na zřízení společensky účelného pracovního místa, finanční prostředky z ESF, operační program LZZ a investiční pobídky ÚP. Stejně jako většina českých firem i většina holandských firem (90 %) nevyužívá žádné formy aktivní politiky zaměstnanosti, desetina je využívá a z toho 3 % využívají finanční prostředky z ESF.

Pro všechny firmy je důležitá analýza vnitřního a vnějšího prostředí, proto jsme se dotazovali na jednotlivé prvky SWOT analýzy. V rámci vnitřního prostředí byly hodnoceny silné a slabé stránky. Za silnou stránku považují české firmy na prvním místě dobré vztahy se zákazníky či odběrateli (cca čtvrtina), na druhém místě kvalitní produkt (cca 22 %) a na třetím místě kvalifikovaní pracovníky (cca desetina), viz následující tabulka. Na jednom z posledních míst uváděly firmy jediný na trhu, nemá konkurenci. Za silnou stránku považují i holandské firmy na prvním místě dobré vztahy se zákazníky či odběrateli, ale také kvalitní produkt (21 %) a na třetím místě konkurenční ceny (16 %). Na jednom z posledních míst uváděly stejně i holandské jediný na trhu, nemá konkurenci.

Tab. 4: Silné stránky

Silné stránky	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Konkurenční ceny	14,2	16
Nízké náklady	8,8	8
Solidní zisky	4,5	12
Kvalifikovaní pracovníci	20,2	13
Kvalitní produkt	21,7	21
Dostatečné kapitálové zdroje	4,2	8
Dobré vztahy se zákazníky či odběrateli	24,3	21
Jediný na trhu, nemá konkurenci	1,7	1
Jiné	0,3	0

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

Za nejslabší stránku považují české firmy na první pozici intenzivní konkurenci (cca 26 %) odpovědí, na druhém místě nedostatek zákazníků (cca 22 %) a na třetím špatnou finanční situaci (cca 15 %), na dalším místě pak vysoké náklady (cca desetina), viz následující tabulka. Nízkou kvalitu výrobků uváděly české firmy až na posledním místě v rámci svých slabých stránek. Co se týče slabých stránek, holandské firmy odpovídaly s menší četností než u silných stránek. Na první pozici zmiňovaly odlišné stránky, tj. nedostatek zákazníků (24 %), na druhé intenzivní konkurenci (22 %) a na třetí vysoké náklady (16 %), na dalším místě pak problémy s dodavateli a ztráty (13 %).

Tab. 5: Slabé stránky

Slabé stránky	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Vysoké ceny	6,4	6,2
Vysoké náklady	13,6	16
Ztrátovost	4,8	3,3
Méně kvalifikovaní pracovníci	3,9	2,9
Nízká kvalita produktu	0,6	0,2
Špatná finanční situace	14,8	8
Nedostatek zákazníků	22,3	24
Problémy s dodavateli	5,7	13
Intenzivní konkurence	26,2	22
Jiné	1,8	4,4

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

V rámci vnějšího prostředí identifikovaly firmy příležitosti a ohrožení. Za největší příležitost považují české firmy zlepšení ekonomiky regionu (cca 15 %), na druhém místě solventnost odběratelů (cca 14 %) a na třetím dostupnost k veřejným zakázkám (cca 11 %), na dalším místě uváděly zlepšení vymahatelnosti pohledávek (cca 10 %), stavební investice a získání státních zakázek (cca 8 %), viz Tab. 6. Holandské firmy vidí jako největší příležitost solventnost odběratelů (cca 16 %), na druhém místě nárůst počtu kvalifikovaných pracovníků (cca 13 %), na třetím zlepšení podmínek poskytování úvěrů (cca 9 %) a o další místo se dělí stavební investice regionu a získání dodávek do velkých obchodních řetězců a hypermarketů (cca 7 %).

Tab. 6: Příležitosti firem

Příležitosti	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Zlepšení ekonomiky regionu	15,2	6,9
Zlepšení dopravní dostupnosti regionu	4,1	5,8
Zlepšení podmínek pro poskytování úvěrů	3,4	8,9
Export do zahraničí	6,5	7,0
Solventnost odběratelů	14,1	16,2
Získání dodávek do velkých obchodních řetězců a hypermarketů	1,2	7,3
Podpora turistického ruchu	2,2	3,2
Zlepšení vymahatelnosti pohledávek	9,9	7,1
Dostupnost k veřejným zakázkám	10,8	6,2
Stavební investice v regionu	8,2	7,3
Získání státních zakázek	8,1	6,8
Možnost tvorby nových pracovních míst pomocí dotačních programů	4,4	2,1
Zavedení (rozvoj) systému celoživotního učení	2,8	0,2
Propojení systému vzdělávání, vědy a výzkumu s rozvojem podnikatelských aktivit	3,2	2,0
Nárůst počtu kvalifikovaných pracovníků	5,0	12,8
Jiné	0,8	0,2

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

Platební neschopnost odběratelů je pro české firmy největším ohrožením (cca 19 %) a těsně jej následuje slabá kupní síla (cca 18 %), na třetím místě vidí firmy jako ohrožení recesi a restrukturalizaci (cca 13 %), na dalším místě dovoz konkurenčních výrobků (cca desetina), viz Tab. 7. Holandské firmy také zmínily na prvním místě platební neschopnost odběratelů (cca 19 %), další pozice se liší. Na druhém uvedly silnou konkurenci (cca 17 %), na třetím místě konkurenci ze strany prodeje na tržištích (cca 13 %) a na dalším místě slabou kupní sílu (11 %).

Tab. 7: Ohrožení firem

Ohrožení	Procentuální podíl českých firem	Procentuální podíl holandských firem
Recese a restrukturalizace	13,0	9,1
Špatná dopravní dostupnost regionu	3,9	0,3
Špatné podmínky pro poskytování úvěrů	5,6	6,2
Dovoz konkurenčních výrobků	10,4	9,3
Platební neschopnost odběratelů	18,8	19,2
Nízké ceny při dodávkách do obchodních řetězců a hypermarketů	4,0	3,2
Silná konkurence	6,5	17,3
Slabá kupní síla	17,9	11,0
Konkurence ze strany prodeje na tržištích	1,3	12,9
Prodej padělků, pirátství	2,6	2,0
Neshody s pronajímatelem objektu	1,5	0,3
Odchod kvalifikované síly z regionu	3,2	3,8
Výrazný pokles počtu ekonomicky aktivních obyvatel (stárnutí populace)	5,0	4,3
Prohlubující se projevy marginalizace v území	4,7	0
Jiné	1,4	1,3

Zdroj dat: Vlastní zpracování autorů

4 Diskuze

Z uvedené komparace vyplývá, že v rámci vnímání krize firem vybraných zemí došlo v některých případech ke shodě názorů, co se týče pořadí vnímání jednotlivých faktorů nebo uvedení tří nejdůležitějších faktorů jako je u potřeby pomoci v uvedené oblasti, dopadů krize na firmy, nezapojení do programů podpor podnikání, nevyužívání aktivní politiky zaměstnanosti.

Zřejmá je souvislost se závislostí obou zemí na exportu do Německa. Německo je jak pro Českou republiku, tak i pro Nizozemí tradiční zemí pro vývoz. Na obě země má velký vliv hospodářský vývoj Německa. To se projevuje i stejným vnímáním dopadů krize a nedostatečné kupní síly.

Firmy obou zemí se téměř nezapojují do programů podpor podnikání ani nevyužívají prostředky na aktivní politiku zaměstnanosti. Je možná souvislost s nedostatečnou informovaností podnikatelského sektoru o možnostech čerpání těchto podpor či zapojení do programů podpor podnikání.

Naopak odlišné byly názory firem na oblast problémů podnikání, kdy české firmy řeší problém odbytu a holandské firmy komunikaci s úřady. Ani na druhém místě holandské firmy nezařadily odbyt, ale problémy s dodavateli.

Ze silných stránek lze vyvodit, co je považováno za základ úspěšného podnikání – dobré vztahy se zákazníky či odběrateli a kvalitní produkt. Nebezpečí v podobě nedostatku zákazníků a konkurenci představuje tržní prostředí každé ekonomicky vyspělé země. Příležitost v podobě solventnosti odběratelů umožňuje firmám v obou zemích zajišťovat vlastní solventnost, což jednoznačně provází ohrožení v podobě platební neschopnosti odběratelů.

Závěr

Období krize zasáhlo jednotlivé ekonomiky různou silou. Ekonomické subjekty pocítují dopad krize na podnikatelskou činnost. Jak české a holandské firmy vnímají důsledky krize ve svém podnikání, ukazuje provedený výzkum. Komparace vnímání dvou ekonomicky vyspělých zemí, přineslo v mnoha oblastech shodu.

Na dotazník odpovědělo v obou zemích největší počet malých firem (1-25 zaměstnanců). Podobnou strukturu měly firmy i z pohledu podnikatelské činnosti. Nejvyšší počet respondentů podniká ve službách.

Ekonomiky mají mnoho společného. Pokud se zaměříme na to, jak firmy odpovídaly, je patrné, že co se týče pomoci při podnikání, v obou zemích by uvítaly pomoc v oblasti financování a investic a pomoc při poskytování informací. Další oblast se týká oblasti dopadů krize na podnikání. Holandské i české firmy zaznamenaly zejména úbytek zakázek. Což pochopitelně souvisí s průběhem krize a poklesem hrubého domácího produktu v dané ekonomice a poklesu tržeb. Nedostatečná kupní síla a vstřícnost zákazníků je dle firem z obou zemí příčinou změn zájmu o produkty firem. Firmy z obou zemí také nevyužívají prostředky vyčleněné pro podporu podnikání a nejsou zapojeny do těchto projektů. Odlišné je vnímání problémů týkajících se podnikání. České firmy mají největší problémy s odbytem, kdežto holandské firmy s komunikací s úřady.

Vnější a vnitřní prostředí firem se také výrazně neliší. Mezi silné stránky obě země řadí dobré vztahy se zákazníky či odběrateli a kvalitní produkt. Slabé stránky vidí firmy obou zemí v nedostatku zákazníků a intenzivní konkurenci. Solventnost odběratelů považují firmy za největší příležitost v obou zemích. České firmy považují za příležitost dostupnost k veřejným zakázkám, holandské firmy nárůst počtu kvalifikovaných pracovníků. U ohrožení byla opět zaznamenána shoda. Jako nejvýraznější ohrožení je vnímána platební neschopnost odběratelů. Dále u holandských firem silná konkurence a u českých firem slabá kupní síla.

Z výzkumu je patrné, že obě ekonomiky se potýkají s množstvím stejných problémů, které zatěžují podnikatelský sektor. Vzhledem k povaze krize a povaze jednotlivých zemí je tato skutečnost pochopitelná.

Poděkování

Tento článek byl zpracován s podporou výzkumného projektu: SGS 23/2010 Fiskální politika v kontextu světové krize a její dopady na podnikatelskou sféru

uskutečněn výzkum zaměřený na problematiku vlivu krize na podnikatelskou činnost v Moravskoslezském kraji, SU Opava.

Reference

- [1] BŘEZINOVÁ, O., VARADZIN, F. *Hledání ve světě ekonomie: (věda, metodologie, ekonomie)*. Praha: Professional Publishing, 2003, 306 s. ISBN 80-86419-56-8.
- [2] FAJOVÁ, R. *Dotazníkové šetření v rámci projektu SGS 23/2010 uskutečněné v Holandsku*. Výzkumná zpráva. Karviná: SU OPF, 2011, 12 s.
- [3] FODDY, W. H. *Constructing questions for interviews and questionnaires: theory and practice in social research*. Cambridge: Cambridge University Press, 1995, 228 s. ISBN 0-521-46733-0.
- [4] KISLINGEROVÁ, E. *Podnik v časech krize*. Praha: Grada Publishing, 2010, 206 s. ISBN 978-80-247-3136-0.
- [5] KOL. AUTORŮ Materiály výzkumu SGS 23/2010 Fiskální politika v kontextu světové krize a její dopady na podnikatelskou sféru. Karviná: SU OPF, 2011.
- [6] KOTLER, P. *Marketing management*. Praha: Grada publishing, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [7] PELLEŠOVÁ, P. *Výsledky výzkumu SGS 23/2010 podle segmentů – otázky 19-23*. Výzkumná zpráva. Karviná: SU OPF, 2011, 38 s.
- [8] ŘEZANKOVÁ, H. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. Praha: Professional Publishing, 2007, 212 s. ISBN 978-80-86946-49-8.

Kontaktní adresa

Pavλίna Pellešová, doc. Ing. Ph.D.,

Renáta Fajová, Ing.

Slezská univerzita Opava, Obchodně podnikatelská fakulta, Katedra ekonomie

Univerzitní nám. 1934/3, 733 40 Karviná

Email: pellesova@opf.slu.cz,

Email: fajova@opf.slu.cz

Tel.: +420 596 398 313

Received: 30. 09. 2011

Reviewed: 01. 12. 2011

Approved for publication: 16. 01. 2012