

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Fakulta hospodářská

Obor č. 6265 - 7

Fakultní ekonomika

Katedra obecné ekonomie

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

(v teoretické ekonomii)

22 - 22 - 901

Radka Antoniová

Vedoucí práce: Ing. Jiří Kratoch, CSc. (1985-79 Liberec)
Kontaktní: Ing. Jiří Coufal (divize 95 a 96 - Liberec)

1995

Radka Antoniová

Číslo stran: 34

Číslo tabulek: 7

Číslo příloh: 3

Datum odevzdání: 20. 7. 1995

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Hospodářská fakulta

Obor č. 6268 - 7

Podniková ekonomika

Katedra obecné ekonomie

FUNGOVÁNÍ TRŽNÍHO MECHANISMU

(v textilním průmyslu)

HF - PE - 001

Radka Antoniová

UNIVERZITNÍ KNIHOVNA
TECHNICKÉ UNIVERZITY V LIBERCI



3146065532

Vedoucí práce: Ing. Jiří Kraft, CSc. (KOE TU Liberec)

Konzultant: Ing. Jiří Coufal (divize 05 a.s. Textilana)

Rozsah práce

Počet stran: 34

Počet tabulek: 7

Datum odevzdání: 26.5.1995

Počet příloh: 3

VYSOKÁ ŠKOLA STROJNÍ A TEXTILNÍ V LIBERCI

Hospodářská fakulta

Katedra obecné ekonomie

Školní rok 1994/95

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

pro

Radku A n t o n i o v o u

obor č. 6268 - 7 Podniková ekonomika

Vedoucí katedry Vám ve smyslu zákona č. 172/1990 Sb o vysokých školách a navazujících předpisů určuje tuto bakalářskou práci:

Název tématu: Fungování tržního mechanismu

Zásady pro vypracování:

- Formování hypotéz a vymezení cíle práce.
- Charakteristika fungování tržního mechanismu.
- Rozbor fungování trhu na konkrétním případě českého podniku.
- Problémy z rozboru vyplývající a způsoby jejich možného řešení.
- Verifikace hypotéz a zhodnocení dosažených cílů práce.

*Hospodářství - Tržní ekonomika
Tržní ekonomika
Hospodářství - Tržní ekonomika*

MÍSTOPŘÍSEŽNÉ PROHLÁŠENÍ

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury pod vedením vedoucího a konzultanta.

V Liberci dne 26.5.1995

Radka Antoniová
.....

vlastnoruční podpis

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu bakalářské práce Ing. Jiřímu Kraftovi, CSc. za odborné vedení bakalářské práce a konzultantovi Ing. Jiřímu Coufalovi za seznámení s problematikou a poskytnutí cenných rad při vypracování.

1 .	ÚVOD.....	8
1.1.	VÝVOJ TRŽNÍHO HOSPODÁŘSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE.....	8
2 .	FUNGOVÁNÍ EKONOMIKY V TRŽNÍCH PODMÍNKÁCH.....	10
2.1.	ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ OTÁZKY.....	10
2.2.	TYPY EKONOMICKÝCH SYSTÉMŮ.....	11
3 .	NENAHRADITELNOST TRHU.....	13
3.1.	SUBJEKTY TRHU.....	14
3.2.	SLOŽKY TRHU.....	15
4 .	CHARAKTERISTIKA KONKURENCE.....	16
4.1.	TRHY DOKONALÉ KONKURENCE.....	16
4.2.	TRH S NEDOKONALOU KONKURENCÍ.....	18
5 .	CHARAKTERISTIKA PODNIKU TEXTILANA.....	20
5.1.	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA.....	20

5.2.	PROFIL VÝROBNÍ DIVIZE 05.....	23
5.2.1.	CHARAKTERISTIKA VÝROBY.....	23
5.2.2.	DODAVATELÉ.....	24
5.2.3.	ODBĚRATELÉ, ODBYT.....	25
5.2.4.	FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ.....	26
5.2.5.	TVORBA CENY.....	27
6.	ZHODNOCENÍ EKONOMICKÉ SITUACE DIVIZE 05.....	29
6.1.	SOUČASNÉ EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ.....	30
6.2.	KONKURENCE.....	30
6.3.	DODAVATELSKO - ODBĚRATELSKÉ VZTAHY.....	31
6.4.	KVALITA.....	32
6.5.	PRODEJ.....	32
7.	CÍLE PRO DALŠÍ OBDOBÍ.....	33
8.	ZÁVĚR.....	34
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	37
	SEZNAM PŘÍLOH.....	38

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

1. ÚVOD

a. s.		akciová společnost
fco		franko cena
mil.		milion
PESh		polyesterové hedvábí

Ekonomické politické změny, ke kterým v roce 1989 došlo na počátku roku 1989, vytvořily podmínky pro realizaci radikálního ekonomického reformy. Cílem reformy je přechod k centrálnímu plánování (CPE), na jehož ekonomické systémy centrálního plánování budovaný v převládá na území Evropy a jeho centralizované států se v praxi stává jako neefektivní a životně neudržitelný ekonomický systém. Při něm se hledá nejen ekonomického, ale celospolečenského vývoje. V roce 1989 byla také posílena potřeba, že přes všechny své nedostatky funguje jako ekonomika v praxi lépe než ekonomika centrálního plánování. Objektivně není v rozvíjení tržní hospodářství se státní výšeí intervencí. Intervencí ekonomického života protíná těchto není tak mnoho. Každá a život v těchto zemích v rozvíjení tržní ekonomiky má své státní intervence a je velmi důležitá si máke. Systém, se kterým výšeí výšeí problémy společnosti. Je však skutečností, že zatímco tyto vznikli již systém, který by v ekonomické praxi lépe fungoval.

1. ÚVOD

1.1 VÝVOJ TRŽNÍHO HOSPODÁŘSTVÍ V ČESKÉ REPUBLICE

Hluboké politické změny, ke kterým u nás došlo na podzim roku 1989, vytvořily podmínky pro realizaci radikální ekonomické reformy. Cílem reformy je přechod z centrálně plánované (CPE), na tržní ekonomiku. Systém centrálního plánování budovaný v bývalém Sovětském Svazu a jeho satelitních státech se v praxi ukázal jako neefektivní a života neschopný ekonomický systém. Stal se brzdou nejen ekonomického, ale celospolečenského vývoje. Dnes již těžko může někdo popírat skutečnost, že přes všechny své nedostatky funguje tržní ekonomika v praxi lépe než ekonomika centrálně plánovaná. Obyvatelstvo zemí s rozvinutým tržním hospodářstvím se těší vyšší životní úrovni, větší osobní svobodě a životní prostředí těchto zemí není tak zdevastované. Ovšem i život v těchto zemích s rozvinutou tržní ekonomikou má své stinné stránky a jen naivní člověk si může myslet, že trh vyřeší všechny problémy společnosti. Je však skutečností, že zatím ještě nevznikl jiný systém, který by v ekonomické praxi lépe fungoval.

2. FUNGOVÁNÍ EKONOMIKY

Cílem této bakalářské práce je provést rozbor fungování tržního mechanismu ve spojení s konkrétním příkladem českého podniku - v tomto případě podniku Textilana, a. s.

OTÁZKY

Práce je rozdělena na úvod, základních 6 pracovních kapitol a závěr. Druhá kapitola pojednává o řešení hlavních ekonomických otázek a typech ekonomických systémů, třetí kapitola charakterizuje obecně tržní subjekty a složky trhu. Na základě informací a charakteristik ze 4. a 5. kapitoly, které nastiňují druhy konkurence, podnik Textilana a především profil výrobní divize 05, je následující (6.) kapitola zaměřena na současné problémy divize. Navrhovaná řešení, jejichž cílem je dosáhnout větší konkurenceschopnosti a finanční zajištěnosti divize, tvoří 7. kapitolu. V této kapitole je možné nalézt všechna teoreticky i prakticky možná řešení a z nich následně vybrat nejlepší cestu. Poslední kapitolu tvoří celkové shrnutí problémů.

2. FUNGOVÁNÍ EKONOMIKY V TRŽNÍCH PODMÍNKÁCH

2.1. ZÁKLADNÍ EKONOMICKÉ OTÁZKY

Ekonomický systém společnosti je určitý způsob organizace ekonomického života společnosti, t.j. jakým způsobem se ve společnosti uskutečňuje výroba, rozdělování, směna a spotřeba statků a služeb. Protože ekonomické zdroje každé společnosti jsou vzácné a omezují uspokojování stále rostoucích potřeb jejich členů, musí ekonomika každé společnosti řešit tři základní úlohy:

a/ Co se bude vyrábět?

Určuje to každodenní volba zákazníka. Peníze, kterými se na trhu za zboží platí, pochází ze mzdy, dividend, úroků, renty či zisku spotřebitelů. Firmy jsou ve svém rozhodování vedeny především snahou o dosažení zisku. Jsou prostřednictvím trhu lákány do výroby zboží, po kterém je vysoká poptávka a kde mohou dosáhnout vysokého zisku.

b/ Jak jsou výrobky vyráběny?

Odpověď na tuto otázku je určena konkurencí mezi jednotlivými výrobci. Nejlepší cestou pro výrobce, jak čelit konkurenci a být na trhu úspěšným, je udržovat náklady na minimální hranici a hledat nejefektivnější způsoby výroby.

c/ Pro koho jsou výrobky
vyráběny?

Toto je určeno nabídkou a poptávkou na trhu výrobních faktorů, kterými jsou práce, půda a kapitál. Situace na trhu výrobních faktorů určuje velikost mezd, renty, úroků a tím i celkové příjmy domácností. Příjmy domácností jsou jedním z rozhodujících faktorů ovlivňujících poptávku na trhu produktů.

2.2. TYPY EKONOMICKÝCH SYSTÉMŮ

Podle způsobu řešení těchto základních otázek se rozlišují jednotlivé ekonomické systémy a tím i různé typy organizace společnosti. Jako jsou tři základní otázky hospodaření, tak jsou známe i tři typy ekonomických systémů.

"Zvykový systém" je odvozen od tradice. Zvyklosti dané společnosti určují cíle výroby, užití zdrojů v příslušné kombinaci i rozdělování výsledků činností. Základním jednotkám ekonomického systému - firmám, podnikům i jednotlivcům - zde chybí prostor pro rozvoj pokrokových aktivit." [1]

Příkazový systém, který donedávna určoval cestu hospodaření v naší společnosti, je založený na vykonávání příkazů z řídicího centra. V něm se zdůrazňuje zájem celku a potlačuje individuální zájem.

[1] SVĚTLÍK, J.: Základy tržní ekonomiky, Copyright, Zlín 1994, str. 5.

Každému výrobcí se předem podle plánu určí, co má vyrábět, v jakém množství, příslušná kombinace používaných zdrojů i systém rozdělení výsledků činností. Osobní aktivita jednotlivců se striktně udržuje jen v určitých mezích, jejichž překročení je pro byrokratický systém nežádoucí. V krátkém časovém období může být tento systém úspěšný (např. při přírodní katastrofě), ale z dlouhodobého hlediska je zcela neperspektivní, deformuje celou hospodářskou sféru.

Naproti tomu tržní hospodářství založené na iniciativě jednotlivých ekonomických subjektů sleduje opačný cíl. Subjekty mohou samy určit co, jak a z čeho vyrábět. Následné rozdělení výsledků závisí pouze na rozhodnutí kompetentních jednotlivců. Trh je souhrnem svobodného podnikání, jednání a rozhodování svobodných hospodářských subjektů.

Každou reálnou ekonomiku tvoří ovšemže smíšený systém, který se snaží zachovat co nejvyšší tržní motivaci. Moderní ekonomie nehlásá, že trh se jeví úplně dokonalým nástrojem ekonomiky, ale lepší nástroj z historie lidstva není znám. Fungování tržního mechanismu je doplněno zásahy státu do vývoje hospodářství.

3. NENAHRADITELNOST TRHU

"Trh nikdo nevymyslel, nikdo jej nenavrhl a nerealizoval, vznikl v průběhu tisíciletého vývoje zboží výroby. Může být omezován, deformován, změněn, ale nemůže být zcela potlačen.

Trh má svůj vnitřní řád a nepředstavuje žádnou anarchickou či chaotickou soustavu. Má své výhody i nevýhody. Zatím není v řadě oblastí ničím nahraditelný. Sám nemá účel, kromě funkcí, které plní. Je vnitřně značně strukturovaný a jeho jednotlivé části jsou relativně samostatné." [2]

Významný americký ekonom P. A. Samuelson charakterizuje trh a tržní mechanismus jako "největší vynález lidstva v ekonomické sféře, který nutí všechny ekonomické subjekty konat racionálně. Tento důležitý mechanismus není možné ničím nahradit a lidstvo ho bude ještě dlouho využívat, a to i naproti tomu, že podmiňuje vznik vážných diferenciacních, sociálních a ekologických negativních důsledků." [3]

[2] FRIEDMAN, M. a R.: Svoboda volby, Liberální institut, Praha 1992, str. 10.

[3] SÓJKA, M., KONEČNÝ, B.: Moderní ekonomie, Economia, Praha 1991, str. 18.

Trh je možné charakterizovat i jako velmi účinné zařízení, které bezplatně, pružně a velmi důsledně řeší tisíce rovnic o mnoha neznámých. Poskytuje včas všechny potřebné informace o činnosti milionů lidí pro miliony jiných jednotlivců, a to na vysoké úrovni.

Trh je oblastí ekonomické reality, ve které dochází k vzájemným vztahům mezi jednotlivými ekonomickými subjekty, kteří přitom sledují vlastní ekonomický zájem a současně řeší tři základní otázky co, jak a pro koho vyrábět.

3.1. SUBJEKTY TRHU

Základními subjekty trhu jsou:

1. Domácnosti vystupují na trhu zboží a služeb jako kupující. Na druhé straně ovšem také jako prodávající. Jsou totiž vlastníky výrobních faktorů (práce, půdy, peněz - kapitálu). Tyto prodávají podnikům, aby za získané důchody (mzda, renta, úrok) mohly nakupovat výrobky a služby potřebné pro uspokojení potřeb svých členů. To je také základním cílem jejich účasti na trhu.

2. Podniky jsou tržními subjekty, které vyrábí produkt za účelem prodeje. Na trhu vystupují jako prodávající (zboží, služby) i jako kupující (výrobní faktory). Cílem účasti podniků na trhu je především dosažení zisku.

3. Stát vstupuje na trh jako specifický subjekt, jehož cílem je trh ovlivňovat. To může uskutečňovat buď jako prodávající (státní podnik), nebo jako kupující (státní zakázky). Dále působí na trh prostřednictvím svých institucí a zákonodárných orgánů. Stát ovlivňuje trh proto, že se snaží svou činností odstranit některé negativní dopady činnosti trhu, které trh sám o sobě není schopen řešit.

3.2. SLOŽKY TRHU

Pojem trhu můžeme chápat z řady hledisek. "Podle množství druhů zboží, které sledujeme, rozlišujeme trh dílčí a agregátní. Dílčí trh se týká pouze jednoho druhu zboží (trh automobilů), agregátní trh je trhem veškerého zboží.

Z hlediska územního rozlišujeme trh místní (regionální), charakterizovaný například nabídkou místních, krajevých produktů (Jihomoravská vína), postupným prohlubováním dělby práce vzniká trh národní a trh světový (globální).

Při prostorovém chápání trhu tento chápeme jako místo, na kterém se setkává prodávající s kupujícím (obchodní dům, tržště, specializovaný obchod). Z pohledu funkčního rozlišujeme trh výrobků a služeb (trh produktů), trh práce, půdy a kapitálu (trh výrobních faktorů) a trh peněz." [4]

[4] SVĚTLÍK, J.: Základy tržní ekonomiky, Copyright, Zlín 1994, str. 6.

4. CHARAKTERISTIKA KONKURENCE

Konkurence je dodnes považována za jednu z nejdůležitějších motivačních nástrojů racionálního rozhodování jak výrobců, tak i spotřebitelů. Výrobci chtějí prodat to, co vyrobili s co největším ziskem a to je stimuluje k optimálnímu využití výrobních faktorů.

"Konkurence však v závislosti od formy, nástrojů a důsledků, ke kterým vede, může mít nejen pozitivní, ale i negativní účinky. Tyto účinky (hlavně však negativní) jsou vyvolané zpravidla ne konkurencí samotnou, ale nedokonalostí podmínek a prostředí, ve kterém působí."
[5]

4.1. TRHY DOKONALÉ KONKURENCE

Z velkého množství různých trhů se v ekonomické teorii bere v úvahu především dokonalý trh (trh s dokonalou konkurencí).

Základním projevem dokonalé konkurence jsou rovné podmínky pro všechny výrobce, kteří vyrábějí identické výrobky. Dokonalá konkurence vychází ze stejných soutěžních podmínek pro všechny její účastníky, které se dají shrnout takto:

[5] BALÁŽIK, M.: Všeobecná ekonomická teória, Edičné stredisko Ekonomickej univerzity Bratislava, 1992, str. 101.

Existuje veľký počet prodávajících a kupujících, ze kterých nikdo nemůže ovlivnit cenu - musejí ji přijímat jako danou.

Výrobek je homogenní, není tu diferenciace produktu a poptávka po něm je nekonečně elastická, tj. při akceptování tržní ceny může firma prodat každé množství výrobků.

Je zabezpečená úplná volnost vstupu jakéhokoli nového výrobce do odvětví a volnost výstupu z něj.

Předpokládá se dokonalá informovanost všech účastníků výměny, tj. znalost stavu trhu.

Ovšem i výrobce na dokonale konkurenčním trhu se snaží maximalizovat svůj zisk. Tady existuje pouze jedna metoda a tou jsou úspory při výrobě neboli odstraňování zbytečných nákladů. Snížení nákladů při stejné ceně vede ke zvýšení zisků. Na dokonale konkurenčním trhu jsou náklady na výrobu minimální.

"Dokonale konkurenční trhy se v ekonomickém životě nevyskytují samostatně a v čisté podobě, ale prolínají se více či méně s nedokonale konkurenčními trhy." [6]

[6] BALÁŽIK, M.: Všeobecná ekonomická teória, Edičné stredisko Ekonomickej univerzity Bratislava, 1992, str. 102.

4.2. TRH S NEDOKONALOU KONKURENCÍ

"Nedokonalá konkurence v odvětví existuje vždycky; když jednotliví prodávající mají určitý stupeň kontroly nad cenou statku v tomto odvětví." [7]

Nedokonalost konkurence se spojuje s pojmem výsadního postavení, monopolu:

Jaké má důsledky vznik monopolů na ekonomický systém?

Monopol začíná s přirozenou touhou po vyšším zisku. K dosažení vyššího zisku je třeba vyšší cenu a vyšší cena vyžaduje nižší objem produkce. Úspěšný monopolista omezuje objem produkce a brání jiným firmám nabízet spotřebitelům.

Základem monopolu je zabránit kupujícímu, aby nakupoval někde jinde. Jestliže se mohou kupující a prodávající střetávat na trhu jak chtějí a jestliže existuje mnoho kupujících a mnoho prodávajících, potom zde neexistuje žádný monopol. Monopol znamená jednoho prodávajícího na trhu. Je ve svém odvětví jediným vyrábějícím a neexistuje odvětví vyrábějící substitut blízký jeho statku.

[7] SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. D.: *Ekonomie*, 1.vydání, Nakladatelství Svoboda, Praha 1991, str. 567.

Monopolistická konkurence je další kategorie nedokonalé konkurence, kde vyrábí velký počet prodávajících diferencované produkty. Tento případ se podobá dokonalé konkurenci tím, že existuje mnoho prodávajících, z nichž žádný nemá velký podíl na trhu. Liší se od dokonalé konkurence proto, že produkty jsou spíše diferencované než shodné.

Oligopol je poslední kategorie nedokonalé konkurence. Oligopol znamená výsadní postavení skupiny výrobců, kteří mají dostatečně silné postavení na trhu, aby realizovali výjimečný efekt oproti ostatním výrobcům. Oligopol zpravidla představuje několik silných výrobců, kteří mohou vyrábět buď diferencovaný anebo homogenní výrobek. Jsou tak ekonomicky silní, že ovládají svojí produkcí většinu trhu, vstup do odvětví je částečně omezený.

Pro oligopol se často používá i pojem malá skupina. Ve struktuře ekonomik je možné se setkat i s podobou oligopolu, kdy dané skupině výrobců dominuje jeden nejsilnější podnik. V takovém případě hovoříme o oligopolu s dominantní firmou.

Konkurence ovlivňuje velmi výrazně všechny činnosti podniku. Má-li podnik obstát na trhu, musí být minimálně stejný a pokud možno lepší než jeho konkurenti.

Následující kapitola objasňuje mimo jiné, jak se konkurence dotýká podniku Textilana.

5. CHARAKTERISTIKA PODNIKU TEXTILANA

Akciová společnost Textilana byla privatizována ve druhé kupónové vlně. Dnešní majetek podniku je rozdělen následujícím způsobem :

Největší část majetku (63 %) připadla DIKům a investičním fondům. 35 % bude nabídnuto k volnému prodeji tuzemskému nebo zahraničnímu zákazníkovi, 2 % byly vráceny v rámci restituce.

5.1. ORGANIZAČNÍ STRUKTURA

Dnešní organizační struktura akciové společnosti Textilana tvoří vedení akciové společnosti, původních 6 výrobních divizí a další přiřčené nevýrobní divize. Základní divize 01, divize 05 - Františkov a další nevýrobní divize jsou situovány v Liberci. Divize 04 se nachází v Chrastavě, divize 02 je v Novém Městě pod Smrkem, divize 03 v Ústí nad Labem a nejvzdálenější divize 06 má sídlo v Aši.

Mezi nevýrobní divize patří především divize služeb :

- divize č. 8 - školní divize - SOUT
- divize č. 11 - konfekce
- divize č. 13 - inženýrské služby
- divize č. 14 - inspekční služby
- divize č. 15 - cestovní kancelář TEXTOUR
- divize č. 16 - obchodním dům TEXTILANA, Karlovy Vary
- divize č. 17 - prodej
- divize č. 18 - zásobovací servis

Samostatně členěné a fungující divize služeb zajišťují mnoho důležitých činností spojených např. se zásobováním a prodejem výrobků pro celou a. s. - tj. pro všechny výrobní divize - a mimo to i pro jiné zákazníky.

Všechny výrobní divize jsou vesměs orientovány na produkci vlněných nebo směsových látek určených pro konfekční i jednotlivé zpracování a na produkci zboží vzniklého použitím těchto tkanin.

Pochopitelně, že pokud chce Textilana vyrábět kvalitní zboží, které by obstálo před konkurencí na domácím i zahraničním trhu, je nutné mít nejen kvalitní materiál, ale také stroje a zařízení. V posledních letech se v Textilaně investovalo značné množství finančních prostředků právě do strojního vybavení a zařízení jednotlivých provozů. K nákupu nejnovějších strojů a k inovaci strojů staršího data došlo v letech 1990-91. V a. s. se nacházejí stroje od renomovaných

světových výrobců, které umožňují dosáhnout vysoké kvality přízí i hotových látek.

Mnoho let opomíjené pravidlo tržního hospodaření, že není důležité pouze vyrobit, ale také prodat, pociťuje Textilana jako jeden z mnoha našich podniků. Proto se dnes snaží sama vybudovat pevné místo na trzích tuzemských i zahraničních. Prodejní možnosti podniku se v posledních letech přesouvají z tuzemského trhu na trhy zahraniční. Tuzemský odbyt směřuje zejména k výrobcům konfekčního zboží, do velkoobchodního skladu a do firemních prodejen. "Mezi největší zahraniční partnery patří především Spolková republika Německo, USA, Velká Británie, Kanada, Holandsko a Austrálie." [8] Se změnou trhu se mění i struktura zákazníků. Přednost dostávají ti, se kterými je pravděpodobná spolupráce v delším časovém období. Vývoz je realizován do více než 40 zemí světa a vybudovaná zastupitelská síť se rozšířila na 5 kontinentů.

tabulka č. 1: Vývoj struktury odbytu (v %):

Země/rok	1990	1991	1992	1993	1994
Čechy+Slov.	66.4	44.4	27.0	35.7	33.6
Zahraničí	35.6	55.6	73.0	64.3	66.4
Celkem	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pramen: Interní materiály podniku

[8] Interní materiály podniku

Z důvodů vykonávané praxe v divizi 05 a bližšího seznámení s problematikou tohoto podniku, jsou následující stránky zaměřeny na tuto divizi.

5.2. PROFIL VÝROBNÍ DIVIZE 05

5.2.1. CHARAKTERISTIKA VÝROBY

Divize 05 se specializuje na výrobu vložkových látek, které se používají především jako výztuhy do konfekčních oděvů.

Dnešní sortiment výrobků se skládá ze 3 druhů produktů :

1. vlasové vložkové látky (hair interlinings) - vyrábí se tkaním a do oděvů se vsívají
2. podlepovací vložkové látky (fusibles-woven) - vyrábí se tkaním a do oděvů se vlepují
3. podlepovací vložkové látky (fusibles-weft insertion) - vyrábí se pletením a do oděvů se taktéž vlepují

tabulka č. 2 : Výroba v posledních letech

druh látky	výr.r.'93 v km	výr.r.'94 v km
nános.látky tkané	426	350
nános.látky plet.	3070	3650
vlas.látky tkané	956	777
celkem	4452	4777

Pramen: Interní materiály podniku

Z těchto údajů vyplývá, že produkce v roce 1994 oproti produkci v roce 1993 vzrostla o 7.3 %. Nárůst produkce v roce 1994 způsobilo zvýšení směnnosti, tj. zavedení nepřetržitého provozu (noční směny, soboty a neděle) na středisku pletárna (výroba pletených podlepovacích látek). Díky tomu se divizi podařilo zcela eliminovat snížení odbytu tkaných podlepovacích i klasických látek.

Výrobky divize 05 jsou opatřeny ochrannými známkami Hansel Orange, Hansel Frontfix a Hansel Original. Tyto výrobky však nelze prodávat ve Spolkové republice Německo.

Omezení prodeje způsobuje spor o ochranné známky. Divize 05 byla v 50. letech pobočkou německé firmy Hansel a Henschke a v současné době existuje v Německu výrobce, jehož produkty jsou opatřeny stejnými ochrannými známkami.

5.2.2. DODAVATELÉ

Osnovní materiál (příze a hedvábí) dodávají tuzemské bavlnářské závody. Pouze polyamidové hedvábí je nutné objednávat v zahraničí, na tuzemském trhu neexistuje domácí výrobce. Dodává jej Slovenský hodváb Senica.

Útkové příze se nakupují v rámci a. s. Textilana v divizi 04 - Chrastava. Existuje však i řada jiných tuzemských dodavatelů (např. Kolora, Dekora). I tady se však do budoucna rýsují nové možnosti využitím kontaktů se zahraničními partnery.

Další důležitou surovinou pro správnou úpravu textilií jsou chemikálie, jejichž menší část dodávají tuzemští výrobci. Významnou součástí chemikálií jsou prostředky pro nánosování. Tyto komponenty jsou dováženy pouze ze zahraničí, na našem trhu dosud chybí domácí výrobce.

Smlouvy o nákupu potřebných výrobních vstupů s tuzemskými i zahraničními dodavateli se uzavírají na období čtvrt roku po předběžné roční rezervaci. Nákupy u domácích prodejců si provádí závod sám, ale finanční transakce s tím spojené a nákupy ze zahraničí se provádějí prostřednictvím divize služeb akciové společnosti.

5.2.3. ODBĚRATELÉ, ODBYT

Dříve v odbytu dominovali tuzemští odběratelé, ale tento trend se v posledních letech podstatně změnil a podíl exportu do zahraničí se výrazně zvýšil. Mezi současné odbytiště v zahraničí patří především Evropa, Střední Východ, Dálný Východ, Severní Amerika, Afrika.

tabulka č.3 : Prodej textilních vložek (v km):

Rok prodeje	Tuzemsko	Slovensko	Export	Celkem
1992*	1577		2741	4318
1993	656	957	2960	4573
1994	749	894	2970	4613

* Rok 1992 tuzemsko včetně Slovenska

Pramen: Interní materiály podniku

tabulka č.4 : Nejvyšší obraty podle zemí v roce 1994 :

Země / jednotka	km	fco Kč
Itálie	648	18.193
Hongkong	469	15.607
Thajsko	405	14.367
Sýrie	278	10.869
Švýcarsko	351	10.717

Údaj fco Kč je uváděn v mil. Kč

Pramen: Interní materiály podniku

Prodej tuzemským odběratelům se uskutečňuje buď ze skladu nebo na základě čtvrtletních objednávek, u nichž byla provedena předběžná roční rezervace. Část prodeje zahraničním odběratelům se uskutečňuje bez zástupců.

5.2.4. FINANČNÍ HOSPODAŘENÍ

Závod měl dříve pouze výrobní charakter. To znamená, že se zabýval především výrobou požadovaného sortimentu zboží. Veškerou řídicí činnost a s tím související finanční a ekonomickou činnost provádělo vedení podniku. Od roku 1991, kdy se ze státního podniku stala akciová společnost Textilana, byla část řídicích činností převedena do kompetence závodu. Řadu ekonomických činností však nadále zajišťuje divize služeb nebo vedení a. s.

Divize služeb obstarávají činnosti spojené se zahraničním obchodem, tj. dovoz a vývoz, tuzemský

prodej i investiční činnost. Vedení a. s. se zabývá všemi činnostmi, které souvisejí s finanční stránkou hospodaření (kalkulaci cen atd.). To způsobuje, že závod není schopen vlastní nezávislé existence.

Tento systém je pro divizi 05 nevyhovující. Je příliš zdoluhavý, těžkopádný (stanovování ceny trvá delší dobu), málo operativní řízení. Divize v tomto ohledu nemá žádnou zodpovědnost a pravomoc (úvěrování provádí za všechny divize akciová společnost). V současné době se o vyřešení těchto problémů jedná.

Evidenci finančního hospodaření a finanční rozhodování zajišťuje za všechny části a. s. Textilany její vedení. Znamená to, že jednotlivé výrobní divize pořizují prvotní informace a posílají je k souhrnnému zpracování vedení a. s. Využitím počítačového vybavení (terminálů napojených na hospodářské vedení a. s.) lze komunikovat nejen s vedením, ale i s jednotlivými divizemi.

Vedení a. s. zachycuje účetnictví jednotlivých divizí samostatně a každý měsíc vydává souhrnné účetnictví v Hlavní knize účtů jednak pro každou divizi zvlášť a jednak v kumulaci pro celou a. s. Celý systém účetní evidence je zpracováván pomocí počítačové techniky.

5.2.5. TVORBA CENY

Při stanovování ceny se vychází z cenové kalkulace, na základě které se pak určuje procento zisku. Při jejím stanovení je zapotřebí ještě zvážit

způsoby započtení pojistného a dopravného, tzv. franko, do ceny. Největší nákladovou položku tvoří přímý a pomocný materiál (52 - 60%), dále jsou to výrobní a správní režie (20%, 17%) a přímé mzdy (1.7 - 2%). Skutečná cena se však stanovuje na trhu.

Ceny hrají v tržním mechanismu klíčovou roli. Tvoří se podle převládající nabídky nebo v souvislosti s ní, a do popředí jde ten, kdo si tak výhodně zorganizuje vstupy, aby unesl cenu podstatně nižší, než je s to nabídnout konkurenci.

Tlak zahraniční a tuzemské produkce se bude dále stupňovat. Z tohoto důvodu bude rozhodujícím kritériem i cena, tudíž i vývoj nákladů na jednotku produkce.

tabulka č. 5: Průměrná cena za m (ve fco Kč):

Rok	Tuzemsko	Slovensko	Export	Průměrná cena
1993	35.50	36.82	31.87	33.42
1994	35.58	37.21	33.50	34.56

Pramen: Interní materiály podniku

tabulka č. 6: Srovnání skutečné ceny s vývojem
inflace v roce 1994 v tuzemsku (ve fco
Kč):

Cena	Tuzemsko
Skutečná	35.58
Při 10% inflaci	39.05

Pramen: Interní materiály podniku

Z tabulky je patrné, že skutečná cena za m byla nižší než cena při 10% inflaci. Inflace tedy neovlivnila ceny, za které divize v roce 1994 prodávala.

6. ZHODNOCENÍ EKONOMICKÉ SITUACE DIVIZE 05

V naší republice v současné době neexistuje žádný jiný textilní závod, který by vyráběl stejný druh zboží. Dříve se na tento druh zboží orientoval Partex Nová Včelice, ale dnes již od zmíněného sortimentu upustil. Kolora Semily sice vyrábí výztužné látky pro konfekční průmysl, ale produkuje pouze výztuhy do límců košil. Na domácím trhu tedy neexistuje žádný konkurent.

Je možné usoudit, že divize 05 má v České republice monopol. Toto tvrzení lze však vyvrátit, protože příliv výrobků na domácí trh ze stran konkurence je vážným nebezpečím pro samotnou existenci divize.

6.1. SOUČASNÉ EKONOMICKÉ PROSTŘEDÍ

Divize v roce 1994 podnikala v prostředí charakterizovaném nejistotami a hlubokými změnami vlastnických vztahů. Přesto se jí dařilo v tuzemsku budovat aktivní distribuční síť. Svědčí to o určitém oživení konfekčního průmyslu, který ve větší míře začíná šít plnou konfekci, i když je ještě zaměřen na mzdovou práci pro zahraniční firmy, neboť tito textilní výrobci přesouvají svou výrobu na východ, kde je především levnější pracovní síla, a kupní síla obyvatelstva je stále nízká. Kromě toho se na trhu objevuje velká nabídka nekontrolovaně dovezených textilních výrobků pochybné kvality za nízké ceny.

6.2. KONKURENCE

Export výrobků divize 05, který se stále pohybuje v současné době okolo 80 % z celkové výroby, je orientován na západní trhy.

Na zahraničních trzích se totiž stále více setkávají kromě obvyklé konkurence z Evropské unie (Portugalsko, Řecko, Španělsko) s konkurencí z

jihovýchodní Asie a východních zemí (Rusko, Litva, Rumunsko, Bulharsko), ve kterých ještě zcela nefungují tržní ekonomiky a výrobci ve snaze získat tvrdé měny jsou ochotni prodat za velmi nízké ceny. Východní trhy jsou v tomto směru zcela nepřehledné.

6.3. DODAVATELSKO – – ODBĚRATELSKÉ VZTAHY

Co se týče dodavatelsko-odběratelských vztahů, trpí obchodní transakce divize 05 – Františkov trvalou platební neschopností. Jejich závazky zůstávají stále vysoké, polhůtní (závazky, které nebyly splaceny ve stanoveném termínu) se pohybují ve výši 7 až 9 mil. Kč. Průvodním jevem současného obchodu jsou však také neplatící zákazníci jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Pohledávky po lhůtě činily v roce 1994 cca 17 mil. Kč. Některé z nich jsou i dubiózní.

tabulka č. 7: Vývoj pohledávek po lhůtě splatnosti
(v mil. Kč):

Rok	Tuzemsko	Slovensko	Export	Celkem
1993	1 695	-	14 806	16 501
1994	826	2 300	13 611	16 737

Pramen: Interní materiály podniku

6.4. KVALITA

Divize 05 prodává své výrobky 10 - 20% pod cenou konkurence. Hlavní příčinou nižší ceny je kvalita, která nedosahuje úrovně konkurenčních výrobků. Dochází k reklamacím, především z důvodů kvality nánosování a váhy, které jsou řešeny slevou, náhradní dodávkou nebo kompenzací.

6.5. PRODEJ

Úspěšný a trvalý prodej rozhoduje o využití techniky, lidí a většině ekonomických ukazatelů, jako je produktivita práce, výnosy i náklady čili zisk, zásoby atd. Situace je o to nepříjemnější, že dochází k prudkému nárůstu cen základních vstupních surovin (viskóza, bavlna, PESH), takže při neustále sílícím tlaku konkurence lze stěží očekávat takovou míru ziskovosti, jak tomu bylo např. v roce 1994 (35-36 mil. Kč za závod 05).

To vše při omezených možnostech na úseku technického rozvoje a inovace a velmi špatné platební schopnosti a. s. Textilana vůči dodavatelům nevytváří příznivé podmínky pro pokračování rozvoje závodu.

7. CÍLE PRO DALŠÍ OBDOBÍ

Divize 05 - Františkov by se měla zaměřit především na vyhledávání nových odběratelů na stávajících trzích a zpracování trhů nových.

Pomocí marketingového výzkumu by bylo možné zjistit informace týkající se situace na trhu, konkurence, cen, prostředí a zákazníků. Na tento výzkum by pak mohla nabídka náležitě zareagovat. Podnikání zahraničních cest za cílem rozšíření distribučních sítí, propagační akce (účast na výstavách a veletrzích odborného charakteru, přímý kontakt s vybraným okruhem zákazníků, např. formou konference), to vše by mohlo přispět k úspěšnému zvýšení odbytu. Prostřednictvím kontaktů specializovaného zástupce a formou obchodních kooperací s výrobcí lze pokračovat v expanzi vývozu výrobků a zřizovat konsignační sklady v odbytově zajímavých zemích. Za situace převažující nabídky nad poptávkou je nutné udržet každého zákazníka.

Dalším základním cílem je zajištění dostatečně účinného, dosud neexistujícího systému řízení kvality a zvýšení celkově nízké pracovní disciplíny a náročnosti a úrovně v řízení.

Tyto záměry by měly být podpořeny investicemi, především do úpravárenských strojů.

Pro tento investiční záměr je však nutné zajistit finanční prostředky. Jako jedna z možností se jeví

získání peněžních prostředků dlouhodobým úvěrem od některé z bank. Při dnešní vysoké úrokové míře se následující řešení jeví jako nejlepší: vytvoření společného podniku se zahraničním partnerem.

Divize 05 byla původně (r. 1993) předurčena k založení společného podniku se zahraničním partnerem. Privatizační projekt však byl podán pouze na celou a. s. Textilana do druhé privatizační vlny, protože mezi divizí a zahraničním účastníkem nedošlo k dohodě.

Spolupráce se zahraničním partnerem by vyřešila potřebu finančních prostředků na investice do výroby (do již zmíněných úpravárenských strojů - česací stroje atd.) a na cash-flow.

Bez napojení na jeho vybudované obchodní sítě, jinými slovy řečeno - bez spojení se silným zahraničním partnerem - je šance na přežití z dlouhodobého hlediska minimální.

8. ZÁVĚR

S účinností od 1. 12. 1990 byla rozhodnutím ministra průmyslu České republiky založena akciová společnost TEXTILANA, jejíž sídlo je v Liberci.

Jednou z prosperujících výrobních divizí akciové společnosti je divize 05 - Františkov, která se zabývá výrobou oděvních vložkových látek.

Z provedené analýzy fungování tržního mechanismu, vztahujícího se na Textilanu Liberec, divizi 05, lze dospět k následujícím závěrům.

V naší republice v současné době v podstatě neexistuje žádný textilní závod, který by vyráběl stejný druh zboží.

Neexistuje vztah divize 05 (jakož i ostatních divizí) ke státnímu rozpočtu ani k vnějším peněžním ústavům.

Divize jako taková nemůže zcela samostatně provozovat obchodní činnost, je finančně vázána na akciovou společnost.

Lze dospět mimo jiné k závěru, že divize 05 není monopol, nemůže stanovovat cenu a musí se tedy snažit o minimalizaci nákladů. Také příliv výrobků na domácí trh ze strany konkurence je nebezpečím pro existenci divize.

Tuzemský trh je vystaven v současné době naprosto volným dovozům levného textilního zboží ze zahraničí, bez jakýchkoliv ochrannářských opatření ze strany naší vlády. To je jednou z příčin výrazného omezování textilní výroby v tomto státě a dotýká se především výrobců orientovaných na výrobu pro tuzemský trh.

Výrobky vykazují nižší kvalitu než nabízí konkurence a navíc divize trpí trvalou platební neschopností.

Platební schopnost (solventnost) je jednou z nejvýznamnějších charakteristik finanční situace. Odráží krátkodobou (momentální) finanční stabilitu podniku. Zejména v podmínkách samofinancování a konkurence na trhu je velmi důležité, zda podnik je schopen plnit své platební povinnosti a dostát svým finančním závazkům. Nedostatečná platební schopnost může vést k závažným problémům a důsledkům, případně až k likvidaci podniku.

Současné stále se měnící vnější prostředí vytváří nejistoty, které již zůstanou stálým činitelem v této činnosti. Žádná jistá budoucnost není. Přežije jen ten, kdo se naučí využívat příležitosti, které nejistota přináší. Každé strategické rozhodnutí je spojeno s rizikem. Prodej výrobků je základní podmínkou pro přežití Textilany a jejího dalšího rozvoje.

Jakékoliv rozhodnutí pracovníků firem musí být ovlivněno vědomím, že rozhodujícím činitelem na trhu jsou odběratelé, kteří si vybírají své dodavatele s ohledem na jejich schopnost plnit požadavky na kvalitu dodávek, servis, dodací lhůty, spolehlivost a v neposlední řadě i ceny. Tlak zahraniční i tuzemské konkurence se bude neustále stupňovat.

To všechno jsou důvody, které mě opravňují k názoru, že pro divizi 05 by bylo ekonomicky výhodnější přeměnit se v samostatný ekonomický subjekt a převzetí akcionářských práv zahraničním partnerem.

S E Z N A M P O U Ž I T É
L I T E R A T U R Y

1. SVĚTLÍK, J.: Základy tržní ekonomiky, Copyright,
Zlín 1994
2. BALÁŽIK, M.: Všeobecná ekonomická teória, Edičné
stredisko Ekonomickej univerzity Bratislava, 1992
3. SOJKA, M., KONEČNÝ, B.: Moderní ekonomie, Economía,
Praha 1991
4. SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. D.: Ekonomie, 1.
vydání, Nakladatelství Svoboda, Praha 1991
5. FRIEDMAN, M. a R.: Svoboda volby, Liberální
institút, Praha 1992
6. Interní materiály podniku

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Výroba textilních vložek

Příloha č. 2: Prodej textilních vložek

Příloha č. 3: Vývoj pohledávek

TEXTILANA, a . s., výrobní divize 5

Liberec

16. 1. 1995

V ý r o b a textilních vložek

Rok výrob	klasické	kl.nános	pletené	plet.režné	Celkem
1990	1 108 000	2 054 700	2 324 500		5 487 200
1991	935 300	934 400	2 525 800		4 395 500
1992	862 500	579 800	2 629 700		4 072 000
1993	956 000	426 500	3 070 300		4 452 800
1994	777 360	348 810	3 646 962		4 773 132
1995	705 000	355 000	4 750 000	478 000	6 288 000

Rok 1995 II. verze plánu

LIBEREC, a. s., výrobní divize 5

Prodej textilních vloček

Kód dej	TUZEMSKO			SLOVENSKO			EXPORT			CELKEM		
	m	foo Kč	foo/m	m	foo Kč	foo/m	m	foo Kč	foo/m	m	foo Kč	foo/m
92	1 577 500.00	48.854	30.90				2 741 137.00	81.561	29.76	4 318 637.00	130.415	30.19
93	656 037.00	23.288	35.50	956 511	35.222	36.82	2 960 344.00	94.327	31.86	4 572 892.00	152.837	33.42
94	749 261.00	26.656	35.58	893 507	33.252	37.21	2 969 795.00	99.482	33.50	4 612 563.00	159.390	34.56

rok 1992 tuzemsko včetně Slovenska
daj foo Kč je uváděn v mil. Kč

VÝVOJ POHLEDAVEK

Stav k	tuzemsko		Slovensko		export		CELKEM	
	celkem	do lhůt	celkem	do lhůt	celkem	do lhůt	celkem	do lhůt
1.93	9 713	4 359	0	0	0	0	9 713	4 359
2.93	0		0		0		0	0
3.93	0		0		0		0	0
4.93	3 104	749	9 618		0		3 104	749
5.93	0		0		0		0	0
6.93	4 575		0		0		0	0
7.93	6 014	1 513	5 968	5 968	0		11 982	7 481
8.93	4 361	1 876	7 390	7 390	0		11 751	9 266
9.93	3 646	1 843	6 341	6 341	0		9 987	8 184
10.93	3 615	1 776	6 563	6 563	0		10 178	8 339
11.93	3 174	1 628	5 874	5 874	0		9 048	7 502
12.93	2 532	837	4 998	4 998	32 052	17 246	39 582	23 081
1.94	1 603	538	4 700	4 700	35 653	22 430	41 956	27 668
2.94	1 636	675	8 212	8 212	27 322	13 929	37 170	22 816
3.94	2 430	1 664	9 030	8 964	26 659	13 256	38 119	23 884
4.94	3 508	2 534	9 369	9 218	29 033	15 642	41 910	27 394
5.94	2 941	2 020	7 386	4 822	31 975	16 472	42 302	23 314
6.94	2 942	2 604	6 584	3 754	33 398	19 528	42 924	25 886
7.94	2 807	2 336	6 991	3 012	25 911	12 614	35 709	17 962
8.94	3 542	2 530	6 446	2 982	23 524	9 919	33 512	15 431
9.94	3 595	2 208	5 895	3 526	28 162	14 558	37 652	20 292
10.94	2 989	2 392	8 119	4 021	31 612	18 314	42 720	24 727
11.94	2 350	1 844	7 197	3 279	35 206	21 678	44 753	26 801
12.94	2 372	1 464	7 113	2 957	31 308	18 091	40 793	22 512
O/94	2 726	1 901	7 254	4 954	29 980	16 369	39 960	23 224
1.95	0		0		0		0	0