

Analýza konkurenčního prostředí nového výrobku firmy RIM – CZ, spol. s r. o.

Martina Kašparová

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Vyšší odborná škola ekonomická
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Martina KAŠPAROVÁ**
Osobní číslo: **M100439**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Marketing**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza konkurenčního prostředí nového výrobku
firmy RIM – CZ, spol. s r. o.**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Prostudujte potřebnou literaturu vztahující se k tématu.

II. Praktická část

- Provedte analýzu současného stavu firmy.
- Analyzujte vybrané konkurenty.
- Popište nový výrobek firmy.
- Provedte srovnání s konkurenty dle ceny, technických parametrů a makroekonomické situace.
- Navrhněte možné změny pro lepší konkurenceschopnost.

Závěr

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

BLAŽKOVÁ, Martina. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1535-3.

ČICHOVSKÝ, Ludvík. Marketing konkurenceschopnosti (I). Praha: Radix, 2002. ISBN 80-860-3135-7.

KOTLER, Philip, et al. Moderní marketing. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

MIKOLÁŠ, Zdeněk. Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: [konkurenční potenciál a dynamika podnikání]. Praha: Grada, 2007. ISBN 80-247-1277-6.

SVĚTLÍK, Jaroslav. Marketing – cesta k trhu. Zlín: Ekka, 2007. ISBN 80-900015-8-0.

Vedoucí bakalářské práce: **PhDr. Jiří Katolický**

Datum zadání bakalářské práce: **15. března 2013**

Termín odevzdání bakalářské práce: **26. dubna 2013**

Ve Zlíně dne 12. dubna 2013


PaedDr. Josef Rydlo
zast. děkanka




Ing. Růžena Vorlová
zast. ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému;
- na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou konkurenčního prostředí firmy RIM – CZ spol. s r. o., resp. jejího nového výrobku, kancelářské židle FLEXi. Práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části je provedena rešerše literatury, vysvětleny pojmy jako konkurence, konkurenceschopnost, konkurenční prostředí a definovány cíle a metody konkurenční analýzy. Praktická část se věnuje charakteristice firmy, analýze jejímu prostředí, charakteristice nového výrobku a vybraných konkurentů, kteří nabízejí podobné produkty. Dále jsou v práci srovnávány výrobky dle různých kritérií jako například dle technických parametrů, cenové nabídky a ekonomické situace každé firmy, jelikož jejich sídla jsou v různých státech světa. V závěru této bakalářské práce je navrženo doporučení pro firmu vyplývající z celé práce.

Klíčová slova: Konkurence, konkurenceschopnost, konkurenční prostředí, konkurenční analýza, SWOT analýza

ABSTRACT

This thesis deals with the analysis of the competitive environment of the company RIM - CZ spol. s r. o., or its new product – office chair called FLEXi. This thesis is composed of two parts. In the theoretical part there is a bibliographic search, the terms such as competition, competitiveness, and competitive environment are explained. There are also defined objectives and methods of competitive analysis. The practical part deals with the company profile, an analysis of its environment, characteristics of the new product and selected competitors who offer similar products. Furthermore, this work compares similar products according to various criteria such as technical parameters, quotation, and economic situation of each company, because their headquarters are located in different countries of the world. In conclusion of this thesis, a recommendation for the firm is suggested.

Keywords: Competitive, competitiveness, competitive environment, competitive analysis, SWOT analysis

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedení firmy RIM-CZ, spol. s r. o. za možnost vykonávat v jejich firmě odbornou praxi, a za veškeré materiály, které mi byly poskytnuty. Především chci poděkovat PhDr. Jiřímu Katolickému za vedení mé bakalářské práce a paní Aleně Mozolové za její rady.

Dále bych chtěla poděkovat mé odborné konzultantce Ing. Miloslavě Kubíčkové, Ph.D za její rady a připomínky.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 VYMEZENÍ POJMŮ	12
1.1 KONKURENCE.....	12
1.2 KONKURENCESCHOPNOST	12
1.3 KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ	13
2 KONKURENČNÍ ANALÝZA	14
2.1 DEFINICE	14
2.2 METODY	14
2.2.1 SWOT analýza	14
2.2.2 PEST analýza	15
3 NORMY	17
3.1 ISO 9001	17
3.2 ISO 14001:2004.....	17
3.3 OHSAS 18001:2007	18
3.4 GS CERTIFIKÁT	18
3.5 EMAS	18
4 MAKROEKONOMICKÉ UKAZATELE	19
4.1 HRUBÝ DOMÁCÍ PRODUKT	19
4.2 MÍRA NEZAMĚSTNANOSTI.....	19
4.3 MÍRA INFLACE	20
4.4 MĚNOVÉ KURZY	20
II PRAKTICKÁ ČÁST	22
5 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI	23
6 ANALÝZA PROSTŘEDÍ FIRMY	24
6.1 SWOT ANALÝZA.....	24
6.2 PEST ANALÝZA.....	26
7 CHARAKTERISTIKA HLAVNÍCH KONKURENTŮ	33
7.1 STŘEDNÍ EVROPA	33
7.1.1 LD Seating s.r.o.....	33
7.1.2 PROFIm.....	34
7.1.3 Simpa spol. s r.o.	34
7.1.4 Stulwerk Ltd.	35
7.2 ZÁPADNÍ EVROPA	35
7.2.1 Boss Design Ltd	35
7.2.2 Sokoia	36
7.2.3 Interstuhl.....	36
7.2.4 Bene AG	37
7.3 SVĚT.....	38
7.3.1 Herman Miller, Inc	38
7.3.2 Steelcase Inc.	38

7.3.3	Itoki	39
7.3.4	Mark Perry Pty. Ltd.....	40
8	PŘEDSTAVENÍ VÝROBKU FLEXI.....	41
9	SROVNÁNÍ S KONKURENCÍ DLE RŮZNÝCH KRITÉRIÍ.....	43
9.1	SROVNÁNÍ DLE TECHNICKÝCH PARAMETRŮ A CENY	43
9.2	SROVNÁNÍ DLE MAKROEKONOMICKÉ SITUACE	60
9.2.1	Popis situace v jednotlivých státech.....	60
9.2.2	Grafické srovnání	68
	ZÁVĚR	73
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	74
	SEZNAM OBRÁZKŮ	78
	SEZNAM TABULEK.....	79
	SEZNAM GRAFŮ	81

ÚVOD

V moderním podnikání je velmi důležité prozkoumat konkurenční prostředí firmy, hlavně na začátku jejího působení. Je to ovšem velmi důležitá věc i během celého fungování firmy. Jakákoliv společnost nebo organizace by měla stále sledovat situaci na trhu, a to jak svou tak i svých konkurentů. Díky různým analýzám může firma najít svou konkurenční výhodu, přilákat mnoho loajálních zákazníků a tím upevnit své postavení na trhu.

Cílem této bakalářské práce není analyzovat konkurenci nového podniku, nýbrž firmy se zavedeným jménem RIM-CZ spol. s r. o. Klasickou analýzu konkurenčního prostředí již v minulosti zpracoval jiný student v rámci své bakalářské práce, proto je tato práce zaměřena na analýzu nového výrobku, který bude firma uvádět v blízké době na trh.

Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se zabývá vysvětlením pojmů, které souvisejí s konkurencí jako konkurenceschopnost, konkurenční prostředí a také konkurenční analýza, do které se řadí SWOT analýza, PEST analýza a Porterův model konkurenčních sil. Dále jsou v teoretické části této práce vysvětleny normy, které stanovují určité chování firmy v oblastech výroby, použité technologie a ochrany životního prostředí.

V praktické části se práce zabývá charakteristikou firmy, analýzou jejího prostředí pomocí SWOT analýzy, PEST analýzy a Porterova pětifaktorového modelu. Dále je zde charakterizováno 12 vybraných konkurentů, jejichž portfolio se nejvíce podobá nové kancelářské židli firmy RIM-CZ spol. s r. o. Konkurenti jsou vybráni ze 12 států, rozdělení do kategorií Střední Evropa, Západní Evropa a Svět, podle své polohy.

Dalším bodem je představení výrobku FLEXi, tedy nového výrobku firmy RIM-CZ spol. s r. o. Na základě jeho parametrů a účelu užití je z konkurenčních firem vybráno podobné portfolio, jež je následně srovnáno s židlí FLEXi podle kritérií, kterými jsou technické parametry, dle cenové nabídky konkurenčních subjektů a ekonomická situace v domovském státě jednotlivých firem.

V závěru práce jsou navržena řešení a doporučení pro firmu, která by mohla vést k rychlejší adaptaci na trhu a případnému zvýšení konkurenceschopnosti celé firmy.

I TEORETICKÁ ČÁST

1 VYMEZENÍ POJMŮ

První kapitola bakalářské práce je věnována pojmům v konkurenčním prostředí. Objeví se zde pojmy jako konkurence, konkurenční prostředí a konkurenceschopnost. Kapitola seznamuje čtenáře s těmito pojmy, aby lépe porozuměl problematice konkurence.

1.1 Konkurence

V prostředí marketingu je pro firmy velmi důležité znát své konkurenty, jejich záměry a postupy, aby lépe pronikly se svými výrobky na trh. Konkurencí tedy rozumíme veškeré firmy, společnosti, podniky a jejich výrobky, kterými mohou být nahrazeny naše vlastní. Konkurenci dělíme na přímou a nepřímou. Nelze tedy říci, že pokud jste např. výrobce letadel, je vaší konkurencí jiná firma vyrábějící tyto stroje. Na světě jsou i jiné způsoby dopravy, tudíž se mezi vaší konkurencí, byť jen nepřímou, řadí i výrobci automobilů, jízdních kol, vlaků, autobusů, lodí apod. Například RNDr. Ludvík Čichovský (2002, s. 13) definuje konkurenci jako *„otevřenou množinu konkurentů, kteří vytvářejí v daném čase a v daném teritoriu konkurenčního prostředí funkční multiplikační polyfaktorový efekt spojený se vzájemnou interakcí silových vektorových polí jednotlivých konkurentů.“*

Konkurence existuje odjakživa. Je to jedna z věcí, která nás nutí bojovat, soutěžit, žít lépe své životy. To platí i v podnikání. Kdyby podniky neměly konkurenci, tak za prvé by z hlediska ekonomického byly takzvanými monopoly, tudíž by si mohly diktovat ceny, a za druhé by je nikdo nenutil vylepšovat své výrobky, přizpůsobovat jejich využití požadavkům zákazníka nebo rozšiřovat svou výrobu a zasáhnout tak více cílových skupin. Je to zkrátka určitá forma rivalství mezi jednotlivci, skupinami či celými národy, díky níž vzniká snaha dvou či více stran dosáhnout toho, čeho by všechny strany současně dosáhnout nemohly. (Zemplinerová, 2009, s. 9)

1.2 Konkurenceschopnost

Pro profitující firmu je velmi důležité mít nějakou konkurenceschopnost. Je to vlastně schopnost konkurovat, bojovat na trhu s jinými firmami, mít nějakou výhodu oproti našim konkurentům a umění využít tuto výhodu ve správný čas tak, aby bylo dosaženo co nejlepších výsledků. Podle Portera (1994) je to schopnost dokázat čelit čtyřem silám konkurence – odběratelům, dodavatelům, stávajícím konkurentům a nově přichozím subjektům a substituentům.

1.3 Konkurenční prostředí

Světlík (2005) říká, že: „*Podnik je při své činnosti a rozhodování ovlivňován prostředím, ve kterém působí. Vlivy představují síly, které buď částečně jsou, či nejsou ovlivnitelné a působí uvnitř či vně podniku.*“ Dále rozděluje tyto vlivy na vnitřní (mikroprostředí) a vnější (makroprostředí, mezoprostředí). Do mikroprostředí zahrnujeme samotný podnik, který má nějakou organizační strukturu, dále vedení společnosti, zaměstnance, kulturu organizace a její historii. V mezoprostředí jsou subjekty, které ovlivňují chování firmy, jako zákazníci, konkurenti, partneři firmy a také orgány státní správy nebo samosprávy. A nakonec tu máme makroprostředí. To je prostředí, které firma nemůže ovlivnit, patří sem politická situace, ekonomika státu, kulturní a demografické vlivy apod.

2 KONKURENČNÍ ANALÝZA

Pojem analýza je zjednodušeně získávání informací, které jsou pro podnik jakýmkoli způsobem relevantní a důležité. Podle Blažkové (2007, s. 43) každá „*komplexní, přesná a v pravý okamžik opatřená informace zvyšuje konkurenceschopnost podniku.*“ Je důležité mít informace jak o vnitřní situaci firmy, tak o situaci v jejím okolí a umět tuto znalost včasné a efektivně využít ke svému prospěchu.

2.1 Definice

V konkurenčním pojetí analýza znamená, že si firma vyhledá informace o svých přímých i nepřímých konkurentech. Kotler (2007, s. 568) definuje konkurenční analýzu jako „*proces identifikace klíčových konkurentů: hodnocení jejich cílů, strategií, silných a slabých stránek a typických reakcí, dále pak je to identifikace konkurentů, které lze ohrozit a kterým je třeba se vyhnout.*“ Není potřeba to se sledováním konkurence přehánět, ale nevěnovat jí pozornost taktéž není dobré.

Co se týče otázky, k čemu vlastně analýza konkurence slouží, můžeme použít slova Blažkové (2007, s. 61), která tvrdí, že analýza slouží firmě hlavně:

- k pochopení firemních výhod i nevýhod oproti konkurenci;
- k pochopení všech (hlavně budoucích) strategií konkurentů;
- k předpovědi konkurenčních reakcí na naše marketingová rozhodnutí;
- k definici strategií, které firmě přinesou konkurenční výhodu;
- k předpovědi, zda – li a v jaké míře se firmě vrátí její investice;
- ke zvýšení povědomí o externích faktorech.

2.2 Metody

Tato podkapitola se bude zabývat popisem vybraných metod konkurenční analýzy.

2.2.1 SWOT analýza

„*Analýza SWOT zjišťuje na základě strategického auditu klíčové silné (Strengths) a slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats).*“ (Kotler, 2007, s. 97) To v podstatě znamená, že když firma tuto analýzu neudělá, nebude vědět, jak si stojí v rámci konkurence ať už jako firma nebo z pohledu jejich výrobků. Její název je odvozen

od anglických slov, která jsou uvedena v závorkách v citaci výše. Silné a slabé stránky se řadí mezi interní faktory a příležitosti a hrozby jsou externí faktory, které firma nemůže ovlivnit. Zároveň se slabé stránky a hrozby řadí do škodlivých a silné stránky a příležitosti jsou pro firmu pozitivní a pomáhají dosáhnout vytyčených cílů.



Zdroj: Excel-navod.fotopulos.net

Obr. 1 SWOT analýza

Tak jako může být situace posouzena pomocí jednotlivých částí SWOT analýzy, můžeme posuzovat jen silné a slabé stránky (S – W) nebo jenom příležitosti a hrozby (O – T).

2.2.2 PEST analýza

Analýza PEST, někdy také SLEPT, je analýza vnějšího prostředí firmy. Název je složen ze začátečních písmen faktorů: Politicko-legislativní, Ekonomické, Sociálně-kulturní a Technologické. U SLEPT analýzy je to jen změna v pořadí a fakt, že politicko-legislativní faktory se rozdělily (Sociálně-kulturní, Legislativní, Ekonomické, Politické a Technologické).

Dle Kozla (2006, s. 18) jde především „o velikost firmy, její strategii obsazení trhu, zda jde o tržního vůbec, který pokrývá svou produkcí celý trh, nebo o malou firmu, která si našla svůj výklenek např. v rámci jednoho regionu, jenž není pro velké firmy zajímavý.“

Politicko-legislativní faktory

Mezi tyto faktory patří především různé legislativní normy a nařízení, zákony, ale také politická scéna státu, stabilita vlády a politických stran v ní. Dále to může být forma státu, jednotlivé vládnoucí složky apod. Legislativní faktory u nás zabezpečují např. obchodní zákoník, občanský zákoník a živnostenský zákon.

Ekonomické faktory

„Ekonomické prostředí je důležité zejména pro odhad ceny pracovní síly i pro odhad cen produktů a služeb.“ (Zikmund, © 2010-2011) V této části analýzy se zjišťují různé daně (např. DPH, daň z příjmu právnických osob, spotřební daň, daně z převodu nemovitostí atd.) cla, úrokové sazby apod. Také se sleduje hospodářský cyklus, makroekonomické ukazatele, stabilita měny a kurzy k ní vázané.

Sociálně-kulturní faktory

Tyto faktory hodnotí především stav obyvatelstva v zemi, její historický vývoj, vzdělání obyvatel a trendy v životním stylu. Z toho kulturního hlediska to mohou být analýzy návštěvnosti různých kulturních zařízení a akcí, což by mohlo být přínosné pro firmy podnikající v oblasti služeb. Také můžeme analyzovat obyvatelstvo podle rasy a náboženského vyznání.

Technologické faktory

Výzkum a rozvoj technologií a techniky má podle Světlíka (2005, s. 35) jeden z největších vlivů na podnikatele a jejich rozhodování v otázkách marketingu. Tyto změny mohou zahrnovat např. rozvoj a celkový stav infrastruktury v zemi, rozvoj průmyslu, změny v surovinách a výrobních postupech. Tyto faktory je potřeba sledovat co nejvíce to jde, protože když firma zaspí, nemusí technologický náskok svého konkurenta už nikdy dohnat.

3 NORMY

Normami se rozumí určitá pravidla, směrnice, které musejí být dodržovány, pokud si je firma stanoví. Normy mohou být absolutní, což znamená, že je stanovila nějaká vyšší autorita a nebo relativní, do kterých spadá to, co dělá většina normálně, aniž by jí to někdo nařizoval. Dále mohou být normy rozděleny podle území, kde platí. Jedná se především o technické normy, na kterých závisí produkce firmy. Mohou to být normy národní, evropské nebo mezinárodní.

V této kapitole naleznete výběr těch nejčastějších a hlavně těch, co souvisejí s firmami a společnostmi uvedenými v této práci.

3.1 ISO 9001

Potřeba vyrábět podle určité kvality byla objevena už ve 20. letech minulého století. Velikost výroby byla rozšířena a bylo nutné, aby byly dodržovány určité standardy, aniž by se musel každý výrobek kontrolovat zvlášť.

Samotná norma ISO 9001 je původem z Velké Británie a v 80. letech se rozšířila dále do Evropy.

Norma se řídí stanovenými zásadami firmy v oblasti výroby. Zabývá se principy řízení dokumentace, lidských zdrojů, infrastruktury, zavádí procesy komunikace se zákazníky, hodnocení dodavatelů, měření výkonnosti procesů a také interní audity za účelem získání zpětné vazby. Je to natolik univerzální norma, že ji lze využívat v mnoha odvětvích lidské činnosti zaměřené na produkci kvalitních výrobků nebo služeb.

Přínosem pro organizace, které vlastní tento certifikát může být například udržení stále kvalitního výrobního procesu, možnost snížení provozních nákladů, nákladů na suroviny, nákladů na nekvalitní výrobky. Další výhodou může být získání náročnějších zákazníků, kteří si potrpí na opravdu kvalitní výrobky s certifikáty. Díky certifikátu firma zvýší důvěru veřejnosti i státu, s čímž souvisí i možnost účastnit se velkých veřejných zakázek, především ve státní správě. (Iso.cz, © 2010)

3.2 ISO 14001:2004

Tato norma byla zavedena na popud ochránců životního prostředí, jelikož v 80. letech minulého století se začaly převážně v USA a Západní Evropě zpříšňovat zákony týkající se omezování emisí z průmyslové výroby.

Firma si stanoví cíle v oblasti emisí ze své produkce, minimálně však musí splňovat zákonné limity. Postupně je dosahováno těchto cílů a celý proces je monitorován a měřen.

Norma se zabývá například principy řízení dokumentace, lidských zdrojů, infrastruktury a také zavádí procesy komunikace s úřady a veřejností.

Přínosné může být vytvoření pověsti prestižního podniku v oblasti ochrany životního prostředí, úspora energií a materiálových zdrojů a nebo včasné rozpoznání problémů a zamezení vzniku případných havárií. (Iso.cz, © 2010)

3.3 OHSAS 18001:2007

Prvně byla tato norma zavedena v 90. letech minulého století, aby byla zaručena bezpečnost při práci. Spolu s normami ISO 9001 a ISO 14001 je tato norma využívána nejčastěji, mimo Evropu se však příliš nevyskytuje.

Norma stanovuje jednoduchou zásadu, kdy si firma určí své cíle a plány v bezpečnosti na pracovišti, snižování úrazů a také ochrany zdraví. Postupně jsou tyto cíle realizovány a zároveň měřeny a monitorovány, aby v budoucnu mohla společnost přijmout opatření na změnu.

Nejdůležitějším přínosem je snížení rizik a nebezpečí, ohrožujících lidské zdraví a bezpečnost, čímž jsou sníženy i náklady spojené s pracovními úrazy. (Iso.cz, © 2010)

3.4 GS certifikát

Tento certifikát je zaměřen na technické vybavení firmy. Je to dobrovolné certifikování, určující, zda firma vlastní stroje a zařízení, splňující německé a evropské požadavky na bezpečnost. Tyto stroje jsou testovány nezávislým subjektem. (Triton.cz, © 2012)

3.5 EMAS

System EMAS je dobrovolný systém dodržovaný firmami za účelem zlepšování životního prostředí. Byl zaveden Evropskou unií v roce 1993 za účelem umožnit organizacím posoudit, řídit a zlepšovat své životní prostředí. V současné době je v tomto systému zaregistrováno přes 4500 organizací a více než 8100 poboček. (Ec.europa.eu, © 2012)

4 MAKROEKONOMICKÉ UKAZATELE

Makroekonomie se zabývá celkovým ekonomickým systémem. Sleduje a porovnává vztahy mezi takovými ukazateli jako hrubý domácí produkt, míra inflace, míra nezaměstnanosti, měnové kurzy apod. Je základním kamenem hospodářské politiky státu a snaží se popisovat jak se jednotlivé ukazatele vytvářejí, jak na sebe působí, co je ovlivňuje a jakým způsobem je dosahováno ekonomické rovnováhy.

4.1 Hrubý domácí produkt

Domácí produkt je základním ukazatelem, podle něhož může být posuzována výkonnost ekonomiky a má také vypovídací schopnost o průměrné životní úrovni v dané zemi. Holman (2002, s. 423) říká, že: „*Domácí produkt je tok zboží a služeb, vyrobených na území určité země za určité období.*“ Odlišujeme dva druhy produktů, a to hrubý domácí a čistý domácí produkt. Rozlišit je lze pomocí opotřebením statků s dlouhodobou životností (domy, stroje, pračky, automobily, ...). Lépe se pracuje s hrubým domácím produktem. Ten může být rozdělen na nominální (produkce vyjádřená v běžných cenách) a reálný (produkce vyjádřená ve stálých cenách).

4.2 Míra nezaměstnanosti

Tento ukazatel nám pomáhá měřit nezaměstnanost a je uváděn v procentech. Vypočítá se tak, že počet nezaměstnaných na trhu práce vydělíme součtem zaměstnaných a nezaměstnaných. Podle Holmana (2002) je nezaměstnaným člověkem pouze ten, který v daném okamžiku nemá práci, ale hledá si ji. Do této hodnoty tedy nelze přidávat studenty, důchodce, děti do 14 let a také ty, kteří sice jsou v produktivním věku, ale nemají zájem pracovat (dobrovolná nezaměstnanost). Celou tuto skupinu nazýváme ekonomicky neaktivní obyvatelstvo.

Jak už bylo naznačeno, existuje více druhů nezaměstnanosti. Holman (2002) ji dělí na frikční, strukturální a cyklickou. Do frikční nezaměstnanosti spadají lidé, kteří opustili své zaměstnání a nějakou dobu si hledají nové. Strukturální nezaměstnanost „*vzniká v důsledku strukturálních změn v ekonomice, kdy se některá odvětví zmenšují a jiná naopak expandují. Tyto strukturální změny způsobují, že klesá poptávka po některých profesích, zároveň ale roste poptávka po jiných profesích.*“ (Holman, 2002, s. 289). Posledním typem je cyklická

nezaměstnanost. Ta vzniká v době celkového hospodářského poklesu, kdy se musí snižovat výroba, proto se propouštějí zaměstnanci, kteří pak mají problém sehnat práci v jiném odvětví, protože pokles ekonomiky je zasáhl všechny. Dalšími typy jsou nezaměstnanost dobrovolná a nedobrovolná. Dobrovolnou nezaměstnanost vysvětluje Holman (2002, s. 293 – 296) jako takovou, kdy nezaměstnaný hledá práci za vyšší mzdu, než mu trh práce nabízí a proto ji nemůže najít. Nedobrovolná je zase taková, kdy je nezaměstnaný ochoten přijmout práci i za nižší mzdu, avšak se mu nedaří ji najít.

4.3 Míra inflace

„Inflace je růst cen neboli zmenšování kupní síly peněz.“ (Holman, 2002, s. 538). Pro měření inflace jsou využívány cenové indexy – deflátor HDP, index spotřebitelských cen a index cen výrobců.

Deflátor HDP vyjadřuje jak se zvýšila cenová hladina oproti minulému roku a vypočítáme jej tak, že HDP běžného roku oceníme první cenami běžného roku a pak i cenami minulého roku. To posléze mezi sebou vydělíme a dostaneme deflátor HDP. Pomocí něj získáme nejlepší informace, jelikož obsahuje ceny všech statků, ze kterých je hrubý domácí produkt složen.

Některé situace nám však lépe vyjádří index spotřebitelských cen. Pomocí tzv. spotřebního koše, který nám ukazuje strukturu spotřeby průměrné domácnosti, se dozvíme růst spotřebitelských cen.

Posledním způsobem je výpočet inflace pomocí indexu cen výrobců. Ten nám dokáže říci, jak domácí inflace působí na konkurenceschopnost výrobců v naší zemi, ve srovnání se zahraničím.

Opakem inflace je deflace – snižování cen.

4.4 Měnové kurzy

Jelikož většina zemí má svou vlastní měnu, musíme užívat pojem měnový kurz. Je to vlastně cena určité měny vyjádřená v zahraničních měnách. Tyto měny a jednotlivé ceny se uvádějí na tzv. kurzovním lístku. Ten si každá banka nebo jiná peněžní instituce sestavuje sama podle aktuálního kurzovního lístku České národní banky. Záleží, zda si konkrétní banka přičítá ke kurzu ještě nějaké poplatky nebo ne. Aktuální kurzy můžeme najít také na internetové stránce www.kurzy.cz.

Ke směně měn různých zemí nám slouží měnový trh. To znamená, že na kurzovním lístku najdete cenu za nákup a za prodej určité měny. Rozdíl mezi nákupní a prodejní cenou valut (zahraničních bankovek) banky využívají ke krytí nákladů, které jim obchodování s valutami přináší. Pokud vzroste poptávka po určité měně oproti její nabídce, je to nazýváno apreciací (zhodnocení). V opačném případě dochází ke znehodnocení měny a nazývá se to depreciace. Další důležitý pojem je *parita kupní síly* – za měnu lze koupit stejné množství zboží a služeb doma i v zahraničí. (Holman, 2002, s. 582)

II PRAKTICKÁ ČÁST

5 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI

Sídlo firmy: Dr. Edvarda Beneše 1015,

765 02 Otrokovice



Firma RIM-CZ, spol. s r. o., působící na trhu už více jak 20 let, se zabývá výrobou a prodejem kancelářských židlí a křesel značky RIM, prodejem kancelářského sedacího nábytku firmy KLÖBER (Německo) a ZÜCO (Švýcarsko). Od roku 2000 firma rozšířila škálu nabízeného sortimentu, a to především o židle hotelového a konferenčního typu.

Majiteli firmy jsou Ing. Milan Nagy jako její výkonný ředitel a pan Rudolf Fukal jako jednatel společnosti. Jejich společným cílem je vyrábět a nabízet ergonomicky tvarované a pohodlné židle pro zdravé sezení. Slogan „PRO ZDRAVÉ SEZENÍ“ a jejich záměr vyrábět kancelářské židle, které přispívají ke kultivaci a ozdravení kancelářských prostor, se staly hlavním posláním firmy.

S ohledem na současnou celosvětovou ekologickou situaci se společnost snaží co nejvíce zmírnit dopad jednotlivých úseků výroby na znečištění životního prostředí a zapojila se do projektu „Zelená firma“, což znamená, že je kladen důraz na ekologické materiály ale hlavně na technologii a výrobní postupy, které neprodukují žádné závadné a škodlivé látky.

Dále se firma RIM-CZ spol. s r. o. pod záštitou Evropského sociálního fondu účastní projektu s názvem „Lidské zdroje a zaměstnanost“, jehož hlavními cíli jsou rozvoj zaměstnanosti, podpora sociálního začleňování osob a rovných příležitostí zaměřených na rozvoj pracovního trhu a lidských zdrojů.

V letošním roce hodlá firma RIM-CZ spol. s r. o. uvést na trh novou kancelářskou židli s názvem FLEXi. Její vlastnosti, technické parametry a srovnání s konkurencí bude uvedeno dále v bakalářské práci. (Rim.cz, © 2012)

6 ANALÝZA PROSTŘEDÍ FIRMY

V této části práce bude analyzováno prostředí firmy RIM-CZ, spol. s r. o., a to dvěma nejpoužívanějšími způsoby – SWOT analýzou a PEST analýzou.

6.1 SWOT analýza

Silné stránky

- Rozdělení prodeje na několik nezávislých trhů
- Kvalitní produkty, servis, záruka
- Stabilizovaný management a loajální zaměstnanci
- Jasná strategie
- Produkty s vlastním designem
- Pozitivní vnímání značky, povědomí o firmě
- Inovativní flexibilní firma
- Dlouhá tradice firmy
- Domácí a exportní zkušenosti
- Vybudovaná základna zákazníků
- možnost rozvoje výrobních prostor
- Nadstandardní vztahy s odběrateli
- Výborná lokace sídla firmy
- Německo jako referenční trh

Slabé stránky

- Výrazné rozdíly v ziskovosti na jednotlivých trzích
- Nízká produktivita práce
- Nízké investice do technologií a přípravy výroby
- Nízká ziskovost
- Nízké náklady na marketing a vývoj
- Slabá marketingová podpora

- Závislost na dodavatelích
- Výlučně mužský kolektiv v TOP a MIDDLE managementu
- Pomalá reakce na změny na trhu
- Nejasné vymezení kompetencí
- Pozice na domácím trhu
- Příliš široký rozsah výrobků a trhů
- Nedostatečná kontrola činnosti zaměstnanců
- Zásoby a jejich efektivita
- Řízení pohledávek, Cash flow
- Zastupitelnost

Příležitosti

- Mezinárodní prodej FLEXi
- Možnost výroby komponentů v Asii
- Potenciál blízkých trhů – Morava, Slovensko
- Potenciál francouzského a německého trhu
- Vstup na nové trhy mimo Evropu
- Spolupráce s designéry
- Nové prostředky komunikace – Internetový obchod
- Vlastní produkty
- Motivace pracovníků
- Maloobchodní přímý prodej
- Možnost reagovat na přání zákazníků
- Lepší využití distribuční sítě ve Střední Evropě
- Vznik dalších distribučních řetězců
- Zahraniční projekty
- Dobré vztahy se zákazníky

- Ekologické certifikáty, zelená politika

Hrozby

- Dominantní odběratel – skupina Techo
- Konkurenční výrobky z Polska, Asie
- Ekonomická krize
- Zaměření na příliš mnoho trhů
- Prognóza přepravních nákladů
- Rostoucí ceny vstupů a personálních nákladů
- Neznalost požadavků na zahraničním trhu
- Záruky a reklamace pro zákazníky na zahraničních trzích
- návratnost investic (výrobky JET, FLEXi)
- Nedořešený technologický vývoj výroby při zavádění nových produktů
- Prognóza vývoje světových cen surovin
- Silný dodavatel
- Široký sortiment výrobků – vysoké skladovací náklady
- Vlastní dovoz produktů z Asie – následný prodej (HEPI, STOLY)
- Neschopnost samofinancování, úvěry

6.2 PEST analýza

Tato část bude zaměřena na jednotlivé faktory analýzy, které mohou ovlivňovat firmu RIM-CZ, spol. s r. o. Jedná se zejména o novely zákonů, ekonomickou situaci ve státě, sociálně-kulturní faktory a technologické vlivy.

Politicko-legislativní vlivy

Česká republika je parlamentní republika, demokratický právní stát s liberálním státním režimem a politickým systémem, který je založený na svobodné soutěži politických stran a hnutí. Hlavou státu je prezident, vrcholným a zákonodárným orgánem je Parlament České republiky.

Co se politické scény týče, Česká republika má již 11. vládu, což je téměř o polovinu více, než by podle funkčního období měla mít. To značí, že jsou tady velké politické rozdíly mezi stranami a ne vždy se vládnoucí strany dokáží dohodnout. To má také vliv na podnikatelské prostředí ve státě. Strany se poslední dobou předhání, kdo vymyslí lepší zákon, novelu, seškrtná více peněz, aby se ušetřilo, což má dopad na firmy, které kvůli tomu musejí často měnit svou politiku, těžko se jim zpracovává dlouhodobý strategický plán a také musejí vynakládat více peněz na přeškolení zaměstnanců.

První velkou změnou v legislativě bylo zvýšení daně z přidané hodnoty. A to hned dvojnásobně. V loňském roce byla zvýšena spodní sazba z 10 na 14 procent, což se dotklo například cen elektrické energie, vodného a stočného a také cen pohonných hmot, což ovlivnilo i výdaje firmy RIM-CZ, jelikož dopravu využívá ve velké míře. V lednu tohoto roku vešla v platnost snížená sazba ve výši 15 % a základní sazba se zvýšila z 20 na 21 procent.

Změnil se také Zákoník práce. Od roku 2012 například platí, že pracovní poměr na dobu určitou smí být mezi stejnými smluvními stranami uzavřen na 3 roky a opakovat se dvakrát po sobě. Patří sem i prodloužení tohoto poměru, dohromady tedy může být uzavřen až na 9 let. V platnost vstoupilo také rozhodnutí o dohodnuté práci přesčas pro řadové zaměstnance (dříve jen vedoucí zaměstnanci) a to až do výše 150 hodin. To znamená, že za práci v tomto rozsahu nepřísluší zaměstnanci žádný příplatek, volno apod. Na to má nárok až po překročení tohoto limitu. Práci přesčas do limitu lze sjednat jen na základě smlouvy a zaměstnanec s tím musí souhlasit. Další změnou je odstupné. To se dříve vyplácelo po rozvázání pracovního poměru ze strany zaměstnance (trojnásobek průměrného měsíčního výdělku). Nyní bude zaměstnanci náležet náhrada mzdy ve výši průměrného výdělku po dobu 2 měsíců (výpovědní doba).

Odrazovým můstkem pro zlepšení podnikatelského prostředí byl jistě vstup do Evropské unie. Firmám se tak otevřely brány do světa, což využívá i firma RIM-CZ spol. s r. o. Na druhou stranu se hranice otevřely i pro zahraniční firmy, které začaly hojně dovážet své výrobky k nám a to podle mého názoru uškodilo domácím firmám, zaměřeným jen na český trh.

Ekonomické vlivy

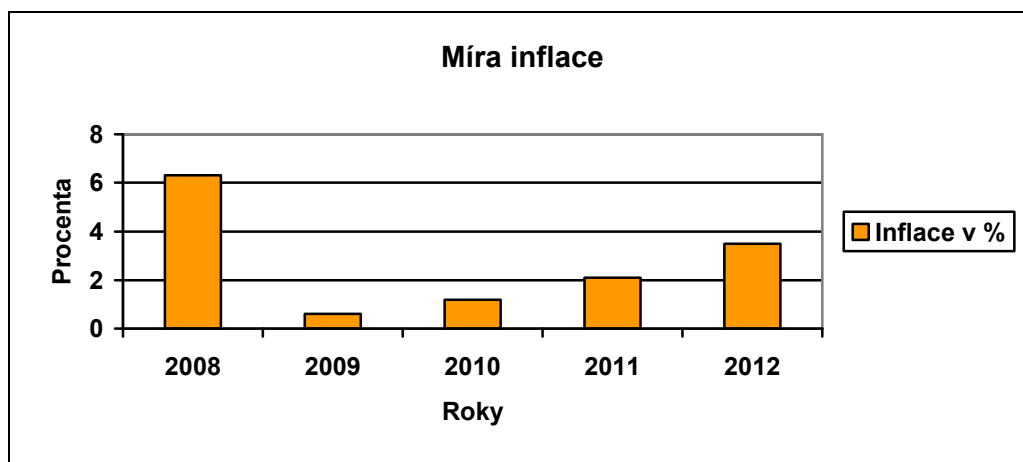
Ekonomické prostředí je poslední dobou otřeseno světovou hospodářskou krizí. Ta ovlivňuje všechny firmy napříč spektrem a dotkla se i společnosti RIM-CZ. Změny proběhly jak ze strany makroekonomických vlivů (změny hospodářského cyklu, trend

HDP, míra inflace, úrokové sazby, devizové kurzy,...) tak i co se týče snížení výdajů domácností, které samozřejmě šetří kde se dá, což má dopad na prodej výrobků firmy.

Makroekonomické ukazatele budou řešeny v rámci srovnání s ostatními zeměmi v kapitole 9.3, ale jelikož v této kapitole je to také důležité, popíši a graficky znázorním ty nejdůležitější z nich v rámci České republiky.

Ekonomická situace v ČR je stále ovlivňována světovou ekonomickou krizí. Hrubý domácí produkt meziročně klesá. Informace podle Českého statistického úřadu ze dne 7. 12. 2012 říká, že HDP kleslo ve 3. čtvrtletí meziročně o 1,3 %. Nejnovější informace ze dne 14. 2. 2013 už toto číslo zvyšuje. Ve 4. čtvrtletí prý podle odhadů kleslo HDP meziročně o 1,7 %. Oproti roku 2011 to byl pokles o 1,1 % (ve stálých cenách). Co se týče inflace, podle ČSÚ byla v roce 2012 průměrná meziroční míra inflace 3,3 %. (© Český statistický úřad, 2013)

Pro lepší srovnání použiji údaje z databáze Eurostatu (© 2013), který srovnává celé Evropské společenství.



Zdroj: vlastní zpracování na základě © Český statistický úřad, 2013

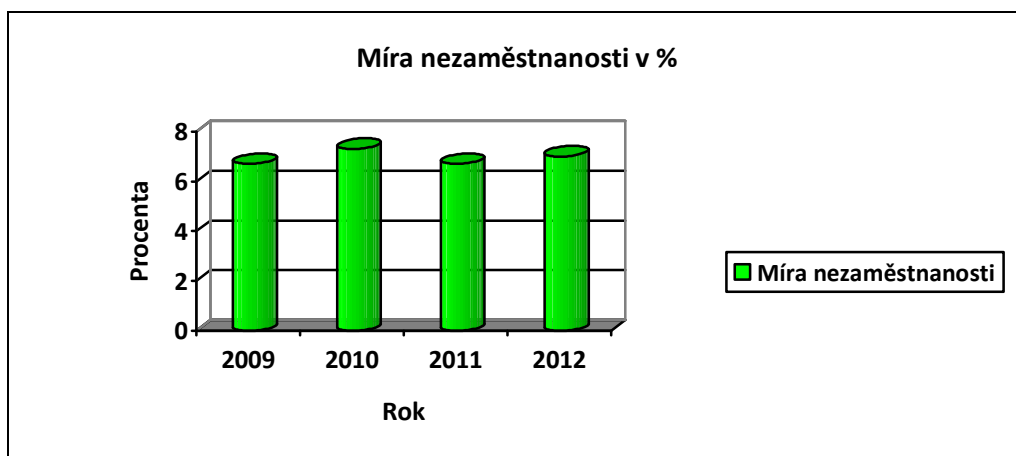
Graf 1. Míra inflace v ČR

Graf výše je vytvořen na základě informací poskytnutých Českým statistickým úřadem, resp. databází Eurostatu, která je na webových stránkách ČSÚ dostupná v českém jazyce.

Jak můžete vidět, nejvyšší inflace u nás byla v roce 2008, a to něco málo přes 6 %. Další rok neuvěřitelně klesla a málem se z ní stala deflace. Byla na pouhých 0,6 procentech. To mohlo být dobré v očích spotřebitelů, jelikož nejspíše došlo ke snížení cen zboží, ovšem

pro podniky to znamenalo snížení tržeb, což v dlouhodobém stavu, zvláště v tak těsné blízkosti deflace, mohlo způsobit krach mnoha menších podniků. O rok později zase nabírala na síle a lehce překročila 1 %. V roce 2011 už překročila 2 % a loni dosahovala 3,5 %. Pořád je to však inflace mírná. Co se cen týče, český spotřebitel slyší v poslední době nejlépe na slovo *sleva* nebo *akce* a to může mít negativní dopad na tržby firem i když není inflace v minusových hodnotách. (© ČSÚ, Databáze Eurostatu, Poslední aktualizace: 03.03.2013 20:10)

Díky ekonomické krizi bohužel každý rok stoupá míra nezaměstnanosti. Během roku 2012 střídavě kolísala, nejprve klesla ze 7,1 % na 6,7 %, pak se o 0,3 % zvýšila a ve 4. čtvrtletí podle předběžných informací byla tato míra 7,2 %, což byl nárůst o dalších 0,2 %. V posledním čtvrtletí roku 2011 byla dokonce míra nezaměstnanosti 6,4 %, tudíž se za rok zvýšila o 0,8 %. Podle databáze Eurostatu byla nezaměstnanost nestabilní a kolísala v meziročním srovnání v letech 2009 - 2012 mezi 6 – 8 procenty.



Zdroj: vlastní zpracování na základě © Český statistický úřad, 2013

Graf 2. Míra nezaměstnanosti v ČR

Jak je vidno z grafu, kolísavost nezaměstnanosti nebyla sice nijak markantní, ale její hodnoty byly a jsou bohužel dost vysoké. Podle ČSÚ byla v posledních deseti letech nejmenší míra nezaměstnanosti v roce 1996, kdy dosahovala 3,9 %, což je téměř o polovinu méně než v roce 2010, kdy se míra nezaměstnanosti vyšplhala až na 7,3 %. O rok později klesla o 0,6 procenta a loni zase mírně stoupla na 7 %. Nejvyšší míru zaznamenal

Český statistický úřad (© 2013) v roce 2000, kdy dosáhla 8,8 %, což byl nejspíš vrchol dlouhodobější situace české ekonomiky, kdy nezaměstnanost rostla z důvodu poklesu celkové domácí poptávky a deficitu obchodní bilance.

V rámci snižování státního dluhu se čeští politici rozhodli, mimo jiná opatření, také zasáhnout do daňové politiky, a to novelou zákona o DPH, který je platný od 1. ledna 2013 a zvyšuje DPH takto:

- sníženou sazbu ze 14 % na 15 %
- základní sazbu z 20 % na 21 %

Posledním ukazatelem, který je relevantní pro tuto práci je směnný kurz. Česká republika používá jako platidlo českou korunu (CZK). Ve vztahu k třem nejvýznamnějším měnám je na tom takto:

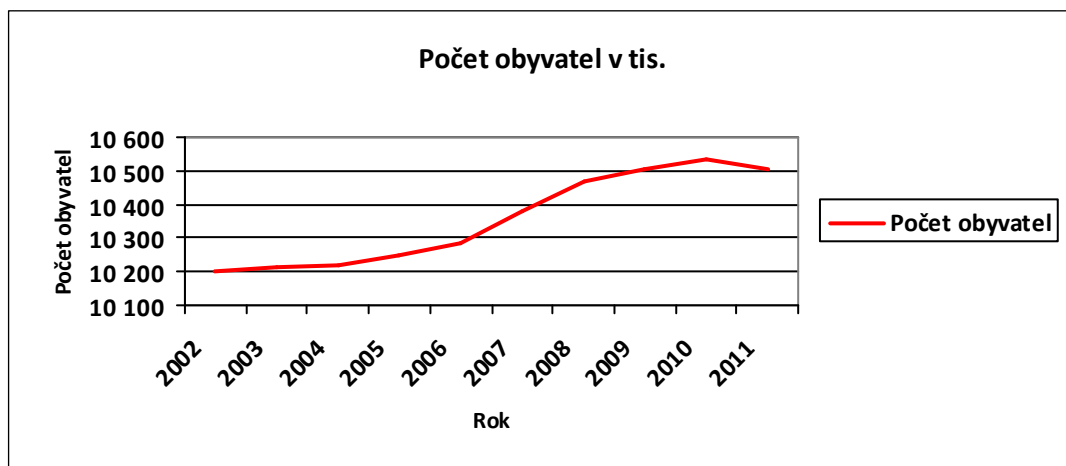
Měna	Kód	Kurz
Britská libra	GBP	29.2650
Euro	EUR	25.6600
Americký dolar	USD	19.6560

Zdroj: Kurzy.cz, © 2000 – 2013

Tab. 1 Kurzovní listek ČNB

Sociálně – kulturní faktory

Graf pod tímto odstavcem nám ukazuje křivku počtu obyvatel od roku 2002. V tom roce žilo v České republice 10 230 000 lidí. Až do roku 2006 se počet obyvatel nijak zvlášť nezvyšoval, vždy jen o pár desítek tisíc osob. Ovšem v roce 2007 už to bylo o 100 tisíc více než v předešlém roce a to se nezměnilo ani v dalších letech. Dalo by se říct, že to byl takový boom, každý rok přibýlo minimálně 100 tisíc obyvatel a v roce 2010 tady žilo zhruba 10 533 000 lidí. Podle údajů ze Sčítání lidu, domů a bytů v roce 2011, které zpracovává Český statistický úřad, počet obyvatel klesl na 10 436 560.

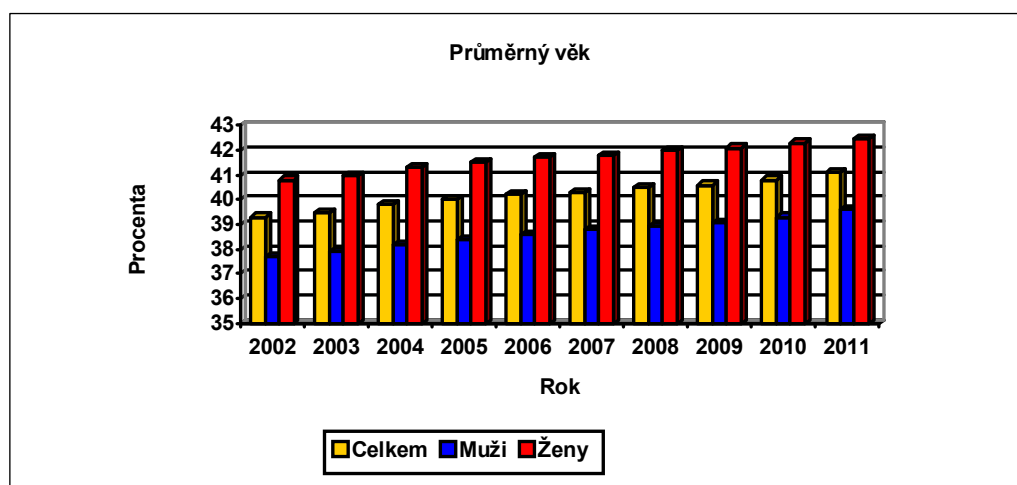


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů © Český statistický úřad, 2013

Graf 3. Počet obyvatel v ČR

Průměrný věk obyvatelstva

Jak je z grafu pod textem patrné, celkový průměrný věk obyvatelstva roste. V roce 2002 to bylo 39,3 let a v roce 2011 už se podle údajů ČSÚ lidé u nás dožívají zhruba 41,1 let věku. Od roku 1991, tedy za 20 let, vzrostl průměrný věk o necelých 5 let. Dále můžeme z grafu vyčíst, jak jsou na tom ženy a jak muži. Průměrný věk žen je patrně vyšší než věk mužů. Vždy však maximálně o 3,1 let. Obě hodnoty se téměř rovnoměrně zvyšují, a zatímco v roce 2002 dosahoval průměrný věk žen 40,8 let a průměrný věk mužů 37,7 let, v roce 2011 to bylo u žen 42,5 let a u mužů 39,6 let, čímž se nedostali ani na hodnotu průměrného věku žen v roce 2002

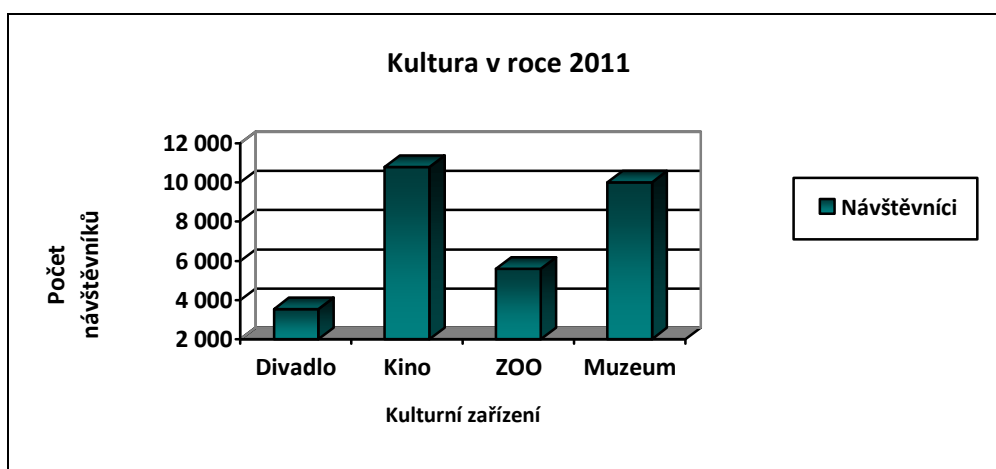


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů © Český statistický úřad, 2013

Graf 4. Průměrný věk obyvatel v ČR

Kultura, volný čas

V následujícím grafu jsou zobrazeny údaje o návštěvnosti divadel, kin, zoologických zahrad a muzeí nebo galerií po celé ČR v roce 2011. Jak můžete vidět, nejvíce lákají české obyvatelstvo kina. Navštívilo je přes 10,5 milionů lidí. Na druhém místě se umístily překvapivě muzea a galerie, které zaznamenaly návštěvnost asi 10 018 000 lidí. Zoologické zahrady si zabraly 3. příčku se svými více jak 5 miliony návštěvníků. Na posledním místě se tedy umístila česká divadla, která navštívilo v roce 2011 pouze 3,5 milionu lidí.



Zdroj: vlastní zpracování na základě © Český statistický úřad, 2013

Graf 5. Počet návštěvníků

Technologické faktory

Vzhledem k vývoji technologických postupů, změn v ekologickém chování celé naší společnosti, je důležité, aby každá firma sledovala pozorně všechny novinky. Doba jde rychle dopředu, komunikace se přesunula z osobní na internetovou, což šetří čas i peníze. Firma RIM-CZ, spol. s r. o. samozřejmě dodržuje ekologické normy pro výrobu a snaží se stále inovovat své portfolio. Díky tomu také může vznikat tato bakalářská práce. Bohužel se moc nevěnuje změně technologií nebo celých technologických postupů.

7 CHARAKTERISTIKA HLAVNÍCH KONKURENTŮ

Pro tuto kapitolu bylo vybráno 12 společností, které mají svou produkcí největší podobnost s firmou RIM-CZ, spol. s r. o. a jejich novým výrobkem, popř. jsou pro firmu důležité k prozkoumání.

Hlavní rozdělení spočívá v územním uspořádání, tzn. že konkurenti jsou rozděleni do 3 skupin, podle toho, v jaké části světa se nacházejí, a to: Střední Evropa, Západní Evropa a Svět. V každé části byly vybrány 4 státy, ze kterých konkurenti pocházejí. Z každého státu je popisována jedna firma. Výjimku tvoří Spojené státy americké, ze kterých jsou vybrány dvě firmy.

7.1 Střední Evropa

V této části byli vybráni 4 nejhlavnější konkurenti firmy RIM-CZ, spol. s r. o. z České republiky (LD Seating) a okolních států, tj. Slovensko (Simpa), Polsko (PROFI^m) a Maďarsko (Stulwerk Ltd.). Tyto 4 firmy byly vybrány na základě podobnosti výrobků, a také na přání majitele firmy RIM-CZ, s možností pozdějšího využití analýzy.

7.1.1 LD Seating s.r.o.

Sídlo firmy: Dřevařská 19, Boskovice, 680 01 , ČR

Firma LD Seating s.r. o. byla založena roku 1993 v Boskovicích, za účelem vyrábět a prodávat sedací nábytek. Se stále se zvyšující poptávkou se přetransformovala na výhradně výrobní firmu s vlastním vývojem. V roce 1997 byla postavena velká montážní hala a k ní v roce 1999 přibyl centrální sklad komponentů o rozloze 2000 m². Postupem času se firma rozrůstala i na Slovensko a začala vyvážet do zahraničí. Vybudovala si síť obchodních zastoupení v Německu, Polsku, Norsku, Velké Británii, Dubaji, Belgii a Francii. Dnes činí zahraniční obchod 45% obratu firmy. V současné době firma LD Seating s.r.o. disponuje vlastním výrobním a logistickým areálem a zaměstnává více než sedmdesát pracovníků.

Na webových stránkách uvádí v sekci „Produkty“ rozdělení svých výrobků do 4 kategorií, a to: Kancelářské židle, Konferenční židle, Technické a laboratorní židle a poslední

kategorií je Soft a relax. V mé práci se s ohledem na nově vzniklý výrobek firmy RIM budu zabývat sekci „Kancelářské židle“. Nyní je nabízeno 22 kolekcí kancelářských židlí.

7.1.2 PROFI^m

Sídlo firmy: ul. Górnicza 8, 62-700 Turek, Polsko

Polská firma PROFI^m je jedním z největších a nejdůležitějších výrobců kancelářských židlí a křesel v Polsku. Díky spolupráci s talentovanými návrháři a designéry mají jejich produkty originální podobu. Cílem této firmy je tvořit a vyrábět ergonomické produkty vysoké kvality, což dokazuje i vlastnictví certifikátu ISO 9001:2008.

PROFI^m zaměstnává 1160 lidí a měsíčně produkuje přes 70 tisíc výrobků. Pravidelně se účastní různých výstav a veletrhů jak v Polsku, tak i ve světě, např. v Kolíně nad Rýnem nebo v Praze.

S ohledem na životní prostředí se firma snaží chovat ekologicky. Vlastní certifikát FSC, kterým dávají najevo, že dřevo, které používají při výrobě, je z odpovědného a monitorovaného lesního hospodářství. Dále např. se snaží snížit spotřebu elektrické energie, zbývající materiály používají k další výrobě, ale jen pokud splňují určité normy a také třídí odpad.

Své produkty rozděluje firma na Kancelářské, Konferenční, Recepce a Classic. Mě bude zajímat sekce Kancelářské.

7.1.3 Simpa spol. s r.o.

Sídlo firmy: Kvetoslavov 930 41, Slovenská republika

Společnost byla založena v roce 1997 jako obchodní firma orientovaná na zahraniční trh. Své zkušenosti z oblasti obchodu a výrobního procesu čerpala v Itálii a využila je pro zrod čalounictví a výrobu sedacího nábytku na Slovensku. V současné době funguje jako velkoobchodní a výrobní firma v oblasti sedacího nábytku.

Firma Simpa spol. s r.o. si zakládá na velmi kvalitních vstupních materiálech při výrobě, aby byl zákazník vždy spokojen a aby výrobky splňovaly vysoký standard kvality, k čemuž jim dopomáhá i záruční doba až na 5 let.

Simpa spol. s r.o. na svých webových stránkách rozděluje výrobky do kategorií Top line, Eco line, Combi line, Comfort line a MIDJ. Kancelářské židle obsahují kategorie Top line a Eco line.

7.1.4 Stulwerk Ltd.

Sídlo firmy: Budaörsiköz 1., H-2092 Budakeszi, Hungary

Firma Stulwerk Ltd. je maďarská firma, která se zabývá výrobou židlí a sedacího nábytku jak do kanceláří, tak do veřejných prostor. Funguje od roku 1993.

Společnost se pyšní certifikáty ISO 9001 a ISO 14001 a jejich modely odpovídají evropským normám. Některé z výrobků mají i GS certifikát, čímž umožňují firmě nabízet delší záruční lhůty.

Stulwerk Ltd. se účastní některých významných výstav, můžu jmenovat např. ORGATEC 2006 a 2008 v Kolíně nad Rýnem, PragoOffice 2007 a 2009 v Praze nebo MOBITEX 2007 v Brně, odkud si odnesli diplom za Nejlepší židli pro kancelář.

Výrobky jsou rozděleny do kolekcí Amadeus, Origo, Vector, Step, Auditorium seating a Solution for waiting areas. K mé analýze jsou vhodné kolekce Amadeus a Origo, obsahující kancelářské židle.

7.2 Západní Evropa

Ze Západní Evropy byly vybrány také 4 společnosti, jejichž produkce nejvíce odpovídá výrobkům společnosti RIM – CZ, spol. s r. o. Můžeme tu najít konkurenty z Velké Británie, Německa, Rakouska a z Francie.

7.2.1 Boss Design Ltd

Sídlo firmy: Boss Drive, Dudley, West Midlands, DY2 8SZ

Společnost Boss Design Ltd. je lídrem mezi britskými výrobci sedacího nábytku. Její ředitel, Brian Murray, si v roce 1983 uvědomil, že nikdo nenabízí vysoce kvalitní čalouněné židle a chopil se příležitosti. V té době byla veškerá produkce ovlivňována trendy z Itálie a Německa. Rozhodl se vzít z těchto trendů to nejlepší a začal vyrábět sedací

nábytek s vysokou kvalitou a ve špičkovém designu. Nyní Boss Design Ltd. vyrábí na čtyřech kontinentech a plánuje další expanzi a má mezinárodní dodavatelský řetězec obsluhující více jak 30 zemí.

Své produkty rozdělují do kategorií Breakout & Upholstery, Task & Visitors, Meeting & Conference a Tables & Credenzas. Pro tuto práci mě bude zajímat sekce Task and Visitors, kde se nacházejí kancelářské židle.

7.2.2 Sokoa

Sídlo firmy: 49 Route Principale du Port, 92230 Gennevilliers

Firma Sokoa byla založena v roce 1971 ve Francii a má více jak 700 akcionářů, což jsou všichni její zaměstnanci. Sokoa se specializuje na kancelářský sedací nábytek a stále se snaží zlepšovat svou konkurenceschopnost a kvalitu procesů, aby maximalizovala spokojenost svých zákazníků. V roce 2011 byla změněna obchodní strategie v reakci na globalizaci trhů, což firmě umožnilo začít vyrábět vysoce kvalitní nábytek a zapojit se tak do společnosti pomocí investic.

Společnost spolupracuje s těmi nejlepšími návrháři a snaží se vyrábět z kvalitních materiálů, které jsou ekologické a dokáží uspokojit vkus a požadavky zákazníků. Při výrobě se řídí normou ISO 9001 a také ISO 14001, které jsou dnes základem pro respektovanou firmu.

Sokoa má celostátní pokrytí s několika distributory a její distribuce zahrnuje i zásilkový prodej a vládní investice. Export do zahraničí představuje asi 25 % tržeb.

V nabídce je velká škála kancelářského nábytku, nejen židlí, ale i stolečků, skříněk do šaten a paletových regálů. Pro můj účel jsou vhodné kolekce Executive chairs a Operator chairs.

7.2.3 Interstuhl

Sídlo firmy: Brühlstraße 21, D-72469 Meßstetten-Tieringen

Firma Interstuhl je nezávislá rodinná firma, která se řídí svým heslem „Znalosti o sezení – naše výhoda“. Sama se popisuje jako firma vyrábějící vysoce kvalitní židle do kanceláří a

budov. Výrobky mají výjimečný design, ergonomii a jsou ve všech směrech ekologické, na čemž si firma zakládá. To dokazuje i fakt, že je zaregistrována v systému EMAS, který vyžaduje ochranu podnikového i okolního životního prostředí. Dále se řídí normami ISO 9001 a ISO 14001.

V roce 2012 organizace zaměstnávala 650 pracovníků. Vývoz představuje asi 40% tržeb a její obrat v roce 2011 byl 118 milionů euro.

Výroba této firmy je rozdělena pouze do dvou sekcí. Má analýza se bude zabývat sekcí nazvanou „Office swivel chairs, Visitor chairs“, jejíž součástí jsou židle pro kanceláře.

7.2.4 Bene AG

Sídlo firmy: Schwarzwiesenstraße 3, 3340 Waidhofen an der Ybbs, Rakousko

Tato rakouská firma, vyrábějící kancelářský nábytek s distribuční sítí po celém světě, je jednou z firem udávajících trendy ve vybavení kanceláří. Byla založena už v roce 1790, ačkoliv kancelářský nábytek začala na průmyslové úrovni vyrábět až v roce 1951. Nyní je šestá v Evropě. První pobočky mimo Rakousko byly otevřeny v roce 1988, a to v Londýně a v Moskvě. Další větší expanze proběhla mezi léty 1995 a 1998, kdy společnost rozšířila své působení do Střední a Východní Evropy, mimo jiné i do České republiky a na Slovensko. V roce 2000 začala otevírat pobočky v Západní Evropě, tj. v Německu, ve Francii a zemích Beneluxu. Své zastoupení má i na Blízkém Východě a dokonce i v Japonsku.

V roce 2006 bylo úspěšně dosaženo certifikátů ISO 9001 a 14001 a firma se stala akciovou společností.

Doposud stihla společnost expandovat ještě do Chorvatska, Srbska, Bulharska, na Ukrajinu, do Španělska, Irska a Kuvajtu.

Její výrobové portfolio obsahuje kancelářské stoly, židle, úložné systémy, příčkové systémy (např. pro tzv. open plan office) a dokonce má sekci „Management“ kde nabízí návrhy celé kanceláře, od stolu a otočné židle až po barvu stěny odpovídajícího stylu, umístění elektroniky a otvorů ve stolech apod. Pro mě bude důležitá sekce „Sezení“, v níž se nachází 5 kategorií židlí, ze kterých bude použita pro pozdější analýzu kategorie „Otočné židle“.

7.3 Svět

7.3.1 Herman Miller, Inc

Sídlo firmy: 855 East Main Ave. PO Box 302, Zeeland, MI 49464-0302 USA

Společnost vznikla koupí Michigan Star Furniture Company v roce 1923. Herman Miller se stal synonymem pro výrobu moderního nábytku i díky spolupráci s nadanými designéry. Zabývá se nejen výrobou nábytku pro domácnosti, ale i pro vybavení interiérů, kanceláří a zdravotnických zařízení. Firma sídlící v americkém státě Michigan má své výrobní závody jak ve Spojených státech, tak i v Číně, Velké Británii a Itálii.

Pro tuto společnost je velmi důležité dodržování ekologických pravidel, proto se snaží například správně manipulovat s veškerými materiály nebezpečnými pro přírodu a také monitorovat a zpracovávat všechno, co je vypuštěno ven při provozu. Dále považují za důležité péči o své zaměstnance, proto jim udržují zdravé a bezpečné pracovní prostředí, aby se zamezilo úrazům. Firma sebe a své dodavatele zavazuje k tzv. Fair trade praktikám, kdy se nesmějí zapojit do zakázaných praktik, jako je například stanovení ceny, cenová diskriminace, nebo jiných nekalých obchodních praktik, které porušují antimonopolní zákony.

Herman Miller Inc. má ve své nabídce dvanáctiletou záruku a to na všechny své produkty, včetně elektrických součástek, koleček, plchet a všech pohyblivých mechanismů. Je to určitý symbol jejich důvěryhodnosti. Herman Miller Inc. opravdu věří, že jejich kvalita je stoprocentní.

Firma podle svých internetových stránek nabízí sedací kancelářský nábytek, celé kancelářské systémy (tedy celkové pracovní místo se stolem, skříňkami, šuplíky a poličkami), systémy skladování pro kanceláře i zdravotnická a jiná zařízení a také příslušenství (např. pořadače, různé držáky na monitory, počítače apod.).

7.3.2 Steelcase Inc.

Sídlo firmy: 901 44th St. SE, Grand Rapids, Michigan 49508

Americká firma Steelcase byla ve svých počátcích v roce 1912 známá jako The Metal Office Furniture Company. Sídlila v Michiganu, kde dodnes najdeme hlavní sídlo této firmy. V roce 1914 přišla první inovace. Firma dostala patent na ocelové koše, které měly nahradit slámové a zabránit tak případným požárům v kancelářích. Z toho pak vznikla výroba dalších kovových částí nábytku. V roce 1954 byla přejmenována na Steelcase a v roce 1998 se stala veřejně vlastněnou společností, což znamená, že lidé mohou kupovat a prodávat její akcie na burze. Je to celosvětová společnost s 10 000 zaměstnanci a její příjem v loňském roce byl asi 27 miliard dolarů.

V roce 1952 byla touto firmou založena nadace na podporu rozvoje lidských služeb, školství, zdravotnictví, rozvoj společnosti, umění a životního prostředí. Výhradní zájem mají lidé se znevýhodněním – postižení, mladí a staří lidé a snaží se zlepšit kvalitu jejich životů.

Steelcase se zabývá opravdu velkým okruhem výroby, jejich internetová stránka nabízí dělení do 14 kategorií od podlah přes zařízení pro zdravotnická centra, open – plan kanceláře, kancelářský nábytek pro vedení firmy a samozřejmě kancelářské židle.

7.3.3 Itoki

Sídlo firmy: 1-4-12, Imafuku-higashi, Joto-ku, Osaka 536-0002 Japan

Tato japonská firma byla založena v roce 1890, tudíž má za sebou už více jak 120 let existence. Začínala s prodejem kancelářských spon na papír, pak se přesunula na výrobu kancelářského zařízení a ocelových skříněk až se dostala k výrobě veškerého kancelářského nábytku včetně stolů. Společnost vystavovala své produkty na mezinárodním veletrhu Orgatec v letech 2004, 2006 a v Japonsku vyhrála několikrát ocenění Good Design Awards za své výrobky.

Samozřejmě se jako každá vyspělá firma snaží využívat ekologicky vhodné materiály, lepidla apod. a proto její zákazníci nemusí mít strach, využívat produkty vyrobené touto společností. Řídí se různými normami, které si buď sami zvolili, nebo jim jsou nařizeny státem. I při výrobě dětského nábytku a plastových hraček dbají na netoxické materiály, jelikož si jsou plně vědomi, jaký to na dětské zdraví může mít vliv.

Nyní se Itoki zabývá výrobou kancelářských systémů, sedacího nábytku, podlahových panelů, kancelářských příček apod.

7.3.4 Mark Perry Pty. Ltd.

Sídlo firmy: 113 Metrolink Circuit, Campbellfield, VIC 3061

Společnost Mark Perry vznikla před 15 lety a je známá poskytováním řešení na míru tak, aby splňovaly ekologické požadavky a přitom byly vkusné a vyhovující pro pracovní prostředí. Firma, v čele s jejím ředitelem, dbá na správnou ergonomii a snaží se přizpůsobovat židle tak, aby vyhovovaly každému jednotlivci. Většina výrobků je vyráběna přímo v Austrálii.

Společnost Mark Perry Pty. Ltd. klade velký důraz na snižování emisí skleníkových plynů a je akreditována certifikátem ISO 14001. Je členem rady pro šetrné budovy Austrálie a velmi se zajímá o životní prostředí naší planety, a to například tím, že spolupracují jen s dodavateli, kteří sdílí stejný zájem o ekologii, hledají nové způsoby navrhování a dodávky výrobků, které snižují dopad na planetu a v neposlední řadě recyklují veškerý materiál. Také nabízejí svým zákazníkům bezplatnou recyklaci výrobků, které byly vyrobeny firmou Mark Perry a jejichž životnost už je u konce.

Mark Perry Pty. Ltd. se zabývá výrobou kancelářských židlí, stolů a pracovních míst, skladovacím nábytkem (skříně, šuplíky, stojany na pořadače,...), pomůckami pro školení a prezentace (bílé tabule) a nabízí i příslušenství jako držáky na monitory, věšáky na kabáty a dokonce podnožky pro lepší pohodlí zákaznickových nohou.

8 PŘEDSTAVENÍ VÝROBKU FLEXI

Firma RIM-CZ, spol. s r. o. se snaží stále zdokonalovat a vylepšovat své produktové portfolio, aby si udržela stabilní místo na trhu kancelářského sedacího nábytku. Proto přichází s novou kompletní kolekcí kancelářských a konferenčních židlí nazvanou FLEXi. Otočná kancelářská židle má mnoho společných znaků s už zavedenými výrobky, je však v několika detailech novinkou na trhu. Jedná se především o její konstrukci a funkčnost některých komponentů.

Židle je klasicky sestavena z kříže s kolečky, ze sedáku a opěrky. Kříž a sedák je spojen pístem, díky kterému lze nastavovat výška sedáku až o 12 cm. Nabídka čítá jak celočalouněnou verzi opěrky, tak i verzi síťovanou, což umožňuje kombinovat různé materiály a komponenty. Potahy sedáků mohou být látkové nebo kožené a jsou snadno vyměnitelné. Sedák je vyplněn polyuretanovou pěnou o tloušťce 5 cm. Přední hrana je dostatečně zaoblená, aby nedocházelo k nežádoucímu tlaku na nízko položené nohy sedících osob. Možnost přidat k základnímu modelu ještě opěrku hlavy a područky zvyšuje počet kombinací, které lze sestavit. Područky jsou vyrobeny z polyamidu, výškově nastavitelné v rozmezí 10 cm. Šířku je možno nastavit v rozmezí 45 až 53 cm. Područky jsou z vrchní strany pokryty polyuretanovou pěnou. Mohou být celoplastové nebo s leštěným hliníkovým držákem. (Interní informace firmy, © 2013)

Vlastnosti, díky nimž je tato židle jedinečná, jsou následující:

- lumbální nastavení lze výškově upravit, aby byla správně zpevněna bederní část páteře
- lze posouvat sedák směrem dopředu a naklánět jej nahoru nebo dolů, aby splňoval spolu s opěrnou částí úhel 90°, což je potřebný úhel z pohledu ergonomie
- židle má 2 mechaniky:
 - klasickou synchronní - umožňuje nastavit přítlak opěradla s možností blokování v pěti polohách, v rozmezí 45 – 120 kg tělesné hmotnosti
 - selfmechaniku – nastaví přítlak opěradla automaticky, podle váhy člověka, který na židli sedí (dobré pro provozy, kde se střídá více lidí na jednom pracovním místě)
- židle má vlastní design RIM (Interní informace firmy, © 2012)

SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Design	Dlouhé dodací lhůty komponent
Flexibilita produktu	Krátká splatnost od naskladnění zásob
Úplná produktová řada	Pomalý a postupný náběh kompletní produktové řady
Výměna materiálů – síť, látka, čalounění	Nestandardní oběh dokladů přes dceřinou společnost
Vysoká ziskovost u projekční verze	Investice do vzorků a katalogů
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Komponenty z Asie – výroba a testování	Dominantní odběratel – skupina AHREND
Potenciál západoevropského trhu a skupiny AHREND	Záruky a reklamace na vzdálených trzích
Zvyšování ziskovosti	Návratnost investice
Vývoj židle pro skupinu AHREND	Časový tlak
Mezinárodní prodej FLEXi (mimo Evropu)	Nedořešený technologický vývoj
Varianta ECONOMY židle	Provoz a financování dceřiné společnosti RIM-HK

Zdroj: Externí informace firmy

Tab. 2 SWOT analýza FLEXi



Zdroj: Rim.cz, © 2013

Obr. 2 Židle FLEXi

9 SROVNÁNÍ S KONKURENCÍ DLE RŮZNÝCH KRITÉRIÍ

Tato kapitola se zabývá analýzou vybraných konkurenčních židlí ve srovnání s FLEXi. Výsledek by měl ukázat, jak si nová židle pravděpodobně povede na trhu a zda by se firma případně neměla zamyslet nad změnami, kterými by se FLEXi stala atraktivnější pro zákazníky.

9.1 Srovnání dle technických parametrů a ceny

Produkt každé firmy se pochopitelně liší svým vzhledem, použitými komponenty a materiály. Proto bude vybrán z každé firmy jeden výrobek, srovnatelný s novou židlí společnosti RIM-CZ a ten pak bude srovnán v těchto kategoriích:

- výškově nastavitelná bederní část
- posuv sedáku dopředu/dozadu
- náklon sedáku
- přítlak opěrky
- možnost přidání opěrky hlavy (nastavitelnost)
- možnost přidání područek

Následně bude provedena i cenová analýza výrobků. Ceny v tabulkách jsou uvedeny s příslušným DPH dané země.

Výrobky byly vybrány následující:

LD Seating	-	STORM
PROFI ^m	-	VERIS NET
Simpa	-	DAY
Stulwerk	-	ORIGO-6
Boss Design	-	MONEYPENNY
Sokoa	-	TELA
Interstuhl	-	Goal-Air 175 G
Bene	-	System X-88
Herman Miller	-	Celle chairs

Steelcase	-	Think
Itoki	-	Spina
Mark Perry	-	M5

Každá firma bude mít tabulku, jež bude obsahovat jak informace o kancelářské židli FLEXi, tak o jednotlivých konkurenčních židlích. Pod tabulkou bude slovně vysvětlena situace a provedeno vlastní srovnání. To samé i u cenové analýzy. Případné převody z cizích měn jsou uskutečněny na základě webové stránky Kurzy.cz dne 3. dubna 2013.

LD rating

Technické parametry

	RIM	LD seating
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>STORM</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	jen některé typy
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě ceníku

RIM-CZ, spol. s r. o., Ldseating.com

Tab. 3 Porovnání FLEXi / STORM

Podle tabulky je vidět, že tyto dva typy židlí jsou relativně podobné, výhodou modelu FLEXi je, že má náklon sedáku v základní nabídce, kdežto model STORM je rozdělen na několik podmodelů, což znamená, že si nejspíš můžete vybrat, jestli tuto mechaniku chcete. Dalším plusem je self mechanika u produktu společnosti RIM-CZ. Tu má zatím jen málo firem.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	STORM
MO cena	11 676 Kč	13 479 Kč

Zdroj: ceník RIM-CZ, spol. s r. o., Ldseating.com

Tab. 4 Cenové srovnání

Jak můžeme vidět v tabulce, i přes téměř stejné technické parametry je židle FLEXi podstatně nižší než cena konkurenční židle. V této dvojici by zákazník podle mého názoru jednoznačně volil židli firmy RIM-CZ.



Zdroj: Ldseating.com

Obr. 3 Židle STORM

PROFI^m*Technické parametry*

	RIM	PROFI^m
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>VERIS NET</i>
Bederní část	ANO	NE
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Profim.cz

Tab. 5 Srovnání FLEXi / VERIS NET

Opět má konkurence jen synchronní mechaniku, to znamená, že přítlak opěrky si sedící osoba nastavuje sama. Dále tato polská firma ubrala své židli funkci nastavení bederní části opěrky, což by podle mě mohlo být v základní nabídce každé dobré kancelářské židle, pokud si firma zakládá na kvalitě pomocí správné ergonomie. Jinak je konkurenceschopnost dostatečná.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	VERIS NET
MO cena	11 676 Kč	9 237 Kč

Zdroj: Profim.cz

Tab. 6 Cenové srovnání

Možná díky absenci výškově nastavitelné bederní části je v této dvojici lepší nabídkou ta od konkurenční polské firmy. Záleželo by tedy na zákazníkovi, zda-li by chtěl ušetřit na úkor méně ergonomického sezení.



Zdroj: Profim.cz

Obr. 4 Židle VERIS NET

Simpa

Technické parametry

	RIM	Simpa
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>DAY</i>
Bederní část	ANO	NE
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	Napevno
Područky	Nastavitelné	Napevno

Zdroj: vlastní zpracování na základě Simpa.sk

Tab. 7 Srovnání FLEXi / DAY

Slovenská firma ochudila svůj produkt o nastavitelnou bederní část, jako většina židlí má jen synchronní mechaniku a dokonce je opěrka hlavy napevno připojená k židli. Také područky není možné nijak nastavovat. Tady má RIM-CZ větší výhodu.

Cenová nabídka

V tomto případě se bohužel nepodařilo zjistit cenovou nabídku firmy. Nebylo ani odpovězeno na e-mailový dotaz.



Zdroj: Simpa.sk

Obr. 5 Židle DAY

Stulwerk*Technické parametry*

	RIM	Stulwerk
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>ORIGO-6</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	NE
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	NE
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Stulwerk.hu

Tab. 8 Srovnání FLEXi / ORIGO-6

V této dvojici je znovu stejný rozdíl v přítlaku opěrky, ani firma Stulwerk nemá vylepšenou selfmechaniku. K jejich židli není ani možnost přidavku opěrky hlavy a náklon sedáku nahoru nebo dolů také není možný.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	ORIGO-6
MO cena	11 676 Kč	17 830 Kč

Zdroj: Stulwerk.cz

Tab. 9 Cenové srovnání

Z tabulky jasně vyplývá, že maďarská konkurenční židle je dražší. Což je docela překvapivé, když vezmeme v potaz, že nemá tolik funkcí jako židle FLEXi. V tomto případě si troufám říct, že by si zákazník určitě vybral nabídku firmy RIM-CZ, spol. s r. o.



Zdroj: Stulwerk.cz

Obr. 6 Židle ORIGO – 6

Boss Design*Technické parametry*

	RIM	Boss Design
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>MONEYPENNY</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	NE
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Boss-design.co.uk

Tab. 10 Srovnání FLEXi / MONEYPENNY

Ani židle MONEYPENNY anglické firmy Boss Design nemá z vybraných funkcí vše, co má židle FLEXi. Např. přítlak opěrky je jen synchronní a není možnost přidat opěrku hlavy. Jinak si myslím, že tato židle konkuruje dobře.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	MONEYPENNY
MO cena	11 676 Kč	15 188 Kč

Zdroj: Officechairsuk.com

Tab. 11 Cenové srovnání

Židle MONEYPENNY se liší pouze vynechanou opěrkou hlavy a chybějící self mechanikou. I tak je její cena o něco vyšší než cena židle FLEXi. Při výběru by záleželo na zákazníkovi, a možná také na zemi, odkud by zákazník byl, resp. na ceně poštovních služeb. Pro českého zákazníka je určitě výhodnější židle FLEXi.



Zdroj: Boss-design.co.uk

Obr. 7 Židle MONEYPENNY

Sokoa

Technické parametry

	RIM	Sokoa
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>TELA</i>
Bederní část	ANO	NE
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Sokoa.com

Tab. 12 Srovnání FLEXi / TELA

Opět dostatečně dobrá konkurenceschopnost. Židle TELA nemá jen nastavitelnost bederní části a disponuje jen synchronní mechanikou, jinak má vše, co židle FLEXi. Tady bude záležet na ceně a na výšce zákaznickových nároků.

Cenová nabídka

V tomto případě se bohužel nepodařilo zjistit cenovou nabídku francouzské firmy.



Zdroj: Soko.fr

Obr. 8 Židle TELA

Interstuhl*Technické parametry*

	RIM	Interstuhl
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>Goal-Air 175 G</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Interstuhl.de

Tab. 13 Srovnání FLEXi / Goal-Air

A tady už vidíme téměř dokonale konkurující židli od německé firmy Interstuhl. Plusem pro firmu RIM-CZ je pouze self mechanika, což by hodně záleželo na zákazníkovi, zda-li by tuto výhodu požadoval a potřeboval. Nejvíce bude záležet na cenové nabídce obou firem.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	Goal-Air 175 G
MO cena	11 676 Kč	18 994 Kč

Zdroj: Pro-stuhl.de

Tab. 14 Cenové srovnání

Německá firma Interstuhl nabízí svou židli Goal-Air 175 G za téměř o polovinu vyšší cenu. Nabídka komponentů je kromě self mechaniky stejná, proto je téměř jisté, že nabídka RIM-CZ je mnohem lákavější pro zákazníky. Zvláště v době krize, kdy se lidé snaží ušetřit co nejvíce. DPH je již v ceně, jelikož je zjištěna z internetového obchodu.



Zdroj: Interstuhl.de

Obr. 9 Židle GOAL - AIR

Bene*Technické parametry*

	RIM	Bene
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>Systém X-88</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	NE
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Bene.com

Tab. 15 Srovnání FLEXi / Systém X-88

I v této dvojici nejsou výrazné změny. Jen rakouská firma Bene pro tento typ židle nepoužila vůbec žádnou mechaniku ovlivňující přítlak opěrky, takže by opět záleželo na požadavcích zákazníka a určitě také na ceně.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	Systém X-88
MO cena	11 676 Kč	24 799 Kč

Zdroj: Bene.com

Tab. 16 Cenové srovnání

Ani zde není o čem diskutovat. Z tabulky jasně vyplývá, která nabídka je výhodnější. Navíc konkurenční židle nedisponuje žádnou mechanikou pro přítlak opěrky zad.



Zdroj: Bene.com

Obr. 10 Židle Systém X-88

Herman Miller

Technické parametry

	RIM	Herman Miller
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>Celle chairs</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	NE
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Hermanmiller.com

Tab. 17 Srovnání FLEXi / Celle chair

Celle chairs od americké společnosti Herman Miller má také jen drobné nedostatky, jako absenci opěrky hlavy a už několikrát zmiňovanou synchronní mechaniku pro nastavení přítlaku opěrky. Uvidíme v cenovém srovnání.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	Celle chairs
MO cena	11 676 Kč	19 390 Kč

Zdroj: Hermanmiller.com

Tab. 18 Cenové srovnání

Ani americká firma Herman Miller nemá možnost svou cenovou nabídkou konkurovat firmě RIM-CZ, spol. s r. o. K základní ceně je přičtena sazba DPH 8 %, ale samozřejmě by záleželo ve kterém státě USA by se židle kupovala, jelikož má tato společnost pobočky v mnoha státech Severní Ameriky.



Zdroj: Hermanmiller.com

Obr. 11 Židle Celle chair

Steelcase

Technické parametry

	RIM	Steelcase
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>Think</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Self
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Steelcase.com

Tab. 19 Srovnání FLEXi / Think

Tady se židle liší pouze mechanikou umožňující nastavení přítlaču opěrky. Tudíž by záleželo opět na požadavcích zákazníka a také na cenové nabídce.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	Think
MO cena	11 676 Kč	20 166 Kč

Zdroj: Store.steelcase.com

Tab. 20 Cenová nabídka

I tato americká firma je velmi vzdálená svou cenovou nabídkou společnosti RIM-CZ. I přes téměř dokonalou konkurenci technických parametrů je tato cena příliš vysoká. DPH bylo přičteno ve výši 8 %. Stejně jako u společnosti Herman Miller by záleželo, v jakém ze států USA by byla židle zakoupena.



Zdroj: Steelcase.com

Obr. 12 Židle THINK

Itoki*Technické parametry*

	RIM	Itoki
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>Spina</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	NE
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro/Self
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Itoki.jp.english

Tab. 21 Srovnání FLEXi / Spina

Podle prezentace této japonské židle na internetových stránkách firmy je na první pohled jasné, že konkurence bude silná. A jak je vidět z tabulky, firma Itoki, jako jediná z vybraných konkurentů, přišla se self mechanikou, kdy se přítlak opěrky automaticky přizpůsobuje váze člověka, který na židli Spina sedí. Jediným rozdílem mezi ní a židlí FLEXi je náklon sedáku, kterým japonská Spina nedisponuje.

Cenová nabídka

MODEL	FLEXi	Spina
MO cena	11 676 Kč	19 955 Kč

Zdroj:Global.rakuten.com

Tab. 22 Cenové srovnání

Na stránkách www.global.rakuten.com byla vyhledána tato japonská židle a její přibližná cena v jenech byla přepočítána dle aktuálního kurzu ze dne 3. dubna 2013. Daň z přidané hodnoty již nebyla připočítána, jelikož se předpokládá, že cena na internetu DPH obsahuje.



Zdroj: Itoki.com

Obr. 13 Židle SPINA

Mark Perry

Technické parametry

	RIM	Mark Perry
MODEL	<i>FLEXi</i>	<i>M5</i>
Bederní část	ANO	ANO
Posuv sedáku	ANO	ANO
Náklon sedáku	ANO	ANO
Přítlak opěrky	Synchro/Self	Synchro
Opěrka hlavy	ANO	ANO
Područky	Nastavitelné	Nastavitelné

Zdroj: vlastní zpracování na základě Markperry.com.au

Tab. 23 Srovnání FLEXi / M5

Poslední firma, australská Mark Perry a její židle M5 je také téměř dokonalou konkurencí. Vyjma self mechaniky má vše, co židle firmy RIM-CZ, takže bude záležet na ceně.

Cenová nabídka

V tomto případě se bohužel nepodařilo zjistit cenu kancelářské židle.



Zdroj: Markperry.com.au

Obr. 14 Židle M5

9.2 Srovnání dle makroekonomické situace

Jelikož jsou konkurenční společnosti v zahraničí, rozhodla jsem se udělat analýzu srovnání dle makroekonomické situace v jednotlivých státech, aby mohlo být porovnáno jaká země má nejlepší podmínky pro podnikání a která naopak ty nejhorší. V první části se budu zabývat obecným popisem situace a v další části provedu grafické srovnání všech vybraných makroekonomických ukazatelů států, kterých se tato bakalářská práce týká. Vše bude doplněno o závěry a případná doporučení.

9.2.1 Popis situace v jednotlivých státech

Česká republika

Makroekonomické ukazatele našeho státu byly řešeny v rámci PEST analýzy v kapitole 6.2, proto je zde jejich popis vynechán a budou zařazeny až do grafického srovnání.

Slovensko

Slovenská ekonomika díky růstu zahraničního obchodu, tedy vývozu slovenských výrobků, rostla a v mezičtvrtletním srovnání bylo HDP v roce 2012 ve 3. čtvrtletí (oproti 2. čtvrtletí) vyšší o 0,6 %. Podle databáze Eurostatu na stránkách Českého statistického úřadu (© Český statistický úřad, 2013) se HDP propadlo oproti předchozímu roku, avšak v následujícím roce zase vzrostlo a roste i nadále. Odhad na rok 2012 byl 104 539 milionů euro a na rok 2013 se počítá zase s o něco větší hodnotou.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	98 109.7	92 481.5	97 004.8	100 007.2	104 539.0 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 24 HDP Slovenska

Míra inflace rostla od roku 2008 různou rychlostí. Ze 3,9 % spadla v roce 2009 na 0,9 % a i další rok nepřesáhla 1 %. Z toho se v roce 2011 dostala na 4,1 %

Nezaměstnanost bohužel od roku 2008 výrazně rostla. Z 9,6 % skočila v roce 2009 na 12,1 %, v roce 2011 už to bylo 13,6 % a v loňském roce až 14 %, tedy dvakrát více než u nás.

Sazbu DPH mají na Slovensku, podobně jako u nás, rozdělenou na základní a sníženou sazbu. Základní sazba činí 20 % a snížená 10 %. I u nás jsme měly takové sazby, a to v letech 2010 a 2011. V roce 2004 byla dokonce u našich východních sousedů zavedena jednotná daň ve výšce 19 %. To se bohužel dotklo cen všech výrobků a proto v roce 2007 byly alespoň zdravotnické výrobky přesunuty do snížené sazby 10 %. Postupně se sem přesunuly i ostatní výrobky, jako např. knihy, potraviny apod. (© 2012 Ministerstvo financí Slovenskej republiky)

Slovensko v roce 2009 zavedlo euro (EUR) jako platební měnu.

Polsko

Polsko bylo až do druhé poloviny loňského roku jedinou zemí EU, jejíž HDP rostlo i přes ekonomickou krizi. Ve 3. čtvrtletí loňského roku byl hrubý domácí produkt ve stálých cenách vyčíslen na 1522,7 mld. zlotých. Za první pololetí roku 2012 byl růst o 2,9 %. V tabulce jsou uvedeny hodnoty ve standardu kupní síly v řádu milionů EUR.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	537 146.5	542 861.5	589 264.1	623 659.6	651 721.6 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 25 HDP Polska

V roce 2008 byla inflace 4,2 %, což byl nejspíš opět odraz nástupu hospodářské krize. O dva roky později už klesla na 2,7 %, ale v roce 2011 se zase zvýšila, a to na 3,9 %.

Růst míry nezaměstnanosti se bohužel nevyhnul ani Polsku. V roce 2008 byla nezaměstnanost 7,1 % o rok později už o 1 % vyšší. V roce 2011 se už těsně dotýkala hranice 10 procent (9,7 %) a loni tuto hranici bohužel již překonala (10,1 %).

Sazby DPH jsou v Polsku také dvě, základní a snížená. Základní činí 23 % a sazba snížená je 5,8 %. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

Polsko se snaží splnit všechny podmínky Evropské unie, aby mohlo co nejdříve vstoupit do eurozóny. Předběžné plány jsou na rok 2016. Zatím tedy v Polsku platí měna nazvaná polský zlotý (PLN).

Francie

Podle databáze Eurostatu na stránkách Českého statistického úřadu byl hrubý domácí produkt v PPS od roku 2009 rostoucí. I odhad na rok 2012 a 2013 stále počítá s rostoucí tendencí. V roce 2011 vzrostlo HDP o 1,7 % a pro rok 2012 se odhadoval růst o další 0,2 %. V tabulce jsou uvedena konkrétní čísla v řádu milionů EUR.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	1 713 157.1	1 648 985.2	1 717 353.8	1 771 968.4	1 814 549.8 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 26 HDP Francie

Průměrné roční tempo růstu míry inflace v harmonizovaném indexu spotřebitelských cen bylo v roce 2011 2,3 %, což v porovnání s výše uvedenými státy není moc. Nejvíce inflace vzrostla v začátcích ekonomické krize, tedy v roce 2008, kdy se zvýšila na 3,2 %, pořád to však nebylo tolik, jako v zemích na východ od Francie. V loňském roce dosahovala 2,2 %.

Celková nezaměstnanost Francie byla již v počátcích krize vyšší než například ve Velké Británii a dokonce převyšovala např. polskou a českou míru nezaměstnanosti (7,8 %). O rok později, tedy v roce 2009, skočila ze 7,8 % na 9,5 %, což je téměř dvouprocentní navýšení. Rok 2011 zaznamenal oproti předešlému roku mírný pokles o jednu desetinu

procentního bodu (z 9,7 % na 9,6 %), ale loňská míra přesáhla hranici deseti procent. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

DPH je ve Francii taktéž rozděleno na základní a sníženou sazbu. Základní sazba činí 19,6 % a snížená má 2 hodnoty - 2,1% nebo 5,5%. Ta nejnižší je nazývána supersníženou sazbou a je uvalena na zdravotnické potřeby a noviny. (BusinessInfo.cz, © 1997-2013 CzechTrade)

Ve Francii se platí eurem.

Velká Británie

Míra HDP v PPS, tedy ve standardu kupní síly byla v roce 2008 vyčíslena na 1 730 906.3 milionu euro. Dva roky na to mírně klesala, pak začala opět mírně stoupat. V roce 2011 bylo HDP ve Spojeném království 1 716 219.2 milionu euro a na rok 2012 byl odhad na 1 750 094.0 milionu euro. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	1 730 906.3	1 608 967.7	1 692 835.0	1 716 219.2	1 750 094.0 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 27 HDP Velké Británie

Míra inflace od 2008 rostla. V roce 2009 na 2,2 %, v roce 2011 dokonce na 4,5 %, což je například oproti Francii o 2,2 % více. To znamená, že ve Velké Británii rostly ceny o 2,2 % rychleji než ve Francii.

A opět se dostáváme k míře nezaměstnanosti. Ta postupně rostla i v této zemi. Na začátku ekonomické krize bylo nezaměstnaných 5,6 %, o rok později už to bylo 7,6 % a v roce 2011 bylo evidováno 7,8 % nezaměstnaných ve Velké Británii. Loni vzrostla míra nezaměstnanosti ještě o další 0,2 procenta. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

Základní sazba DPH činí 20 % a snížená 5 %.

Velká Británie jako jeden z mála členů Evropské unie nemusí vstoupit do eurozóny, tudíž je její měnou stále britská libra (GBP).

Německo

Německo je silná hospodářská země a nejspíš i proto nezaznamenala výrazný pád svého hrubého domácího produktu. V roce 2009 sice mírně klesl, ale další roky už zaznamenával jen růst. V tabulce jsou uvedena konkrétní čísla v řádech milionů EUR.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	2 382 869.7	2 209 124.9	2 371 618.9	2 479 651.9	2 556 232.2 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 28 HDP Německa

Míra inflace dosahovala v začátcích světové ekonomické krize 2,8 %. V dalších letech klesala a zvýšila se až v roce 2011 (2,5 %). V loňském roce míra inflace zase klesla na 2,1 %.

Nezaměstnanost v letech 2008 – 2010 neklesla pod hranici 7 %, až v roce 2011 klesla na 5,9 % a o rok později dokonce na 5,5 %.

DPH se opět dělí na základní sazbu (19 %) a sníženou sazbu (7 %). (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

Německo jako zakládající stát Evropské unie samozřejmě používá jako platidlo euro.

Rakousko

Důsledky ekonomické krize se nevyhnuly ani rakouskému hospodářství. V roce 2008 upadlo do recese a ode dna se odrazilo v polovině roku 2009. Pak už ekonomika postupně rostla.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	259 303.2	246 257.8	261 079.9	272 935.8	281 626.0 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 29 HDP Rakouska

Inflace v roce 2008 vzrostla na 3,2 %. Po nízké inflaci v roce 2009 (0,4 %) se v roce 2010 opět zvýšil její růst (1,7 %), což nejspíše ovlivnil růst cen energie a následný růst cen spotřebitelského zboží. V roce 2011 byla provedena změna některých daní, což ovlivnilo jak ceny zboží, tak i inflaci (3,6 %).

Míra nezaměstnanosti v roce 2009 byla navýšena ze 3,8 % na 4,8 %. Další roky už se postupně snižovala. V roce 2011 dosahovala hodnoty 4,2 %. Loňský rok bohužel nebyl v databázi zaznamenán.

DPH v Rakousku je rozděleno na základní sazbu ve výši 20 %, sníženou sazbu 10 % a speciální sazbu vztahující se na víno ze zemědělské produkce ve výši 12 %. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

V Rakousku se platí eurem.

Maďarsko

Po propadu díky ekonomické krizi rostl hrubý domácí produkt Maďarska jen velmi pomalu, jak můžete vidět v tabulce v letech 2009 a 2010. V dalším roce už byl růst o něco znatelnější a lehce vyšší se odhadoval i na rok 2012.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	160 335.0	153 651.6	158 865.0	164 372.2	165 524.0 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 30 HDP Maďarska

Inflace v roce 2008 klesla ze 7,9 % na 6 %, další rok dokonce na 4 %. V roce 2011 byla na hodnotě 3,9 %. O rok později už ovšem zase stoupla (5,7 %).

Nezaměstnanost je bohužel v Maďarsku docela velký problém. Vláda se sice snaží snižovat míru nezaměstnanosti nabídkami veřejných prací, přesto jsou ale hodnoty stále vysoké. V roce 2010 přesáhly 11 % a další dva roky se pohybovali těsně pod touto hodnotou (10,9 %).

V roce 2012 došlo ke zvýšení základní sazby DPH z 25 % na 27 %, čímž se Maďarsko stalo zemí s nejvyšší sazbou v EU. Snížené sazby jsou ve výši 18 % (hotely a základní potraviny) a 5 % (léky a knihy). (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

Maďarská platební měna se nazývá forint.

Spojené státy americké

Spojené státy jsou označovány za viníky celosvětové ekonomické krize a jejich hluboká deprese z roku 2008 je srovnávána s „Great Depression“ z 30. let minulého století. K vyjádření ekonomické situace je používán hrubý národní produkt, ale abychom mohli porovnávat s ostatními státy, jsou v tabulce hodnoty HDP v PPS.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	11 173 352.5	10 530 928.8	11 146 483.6	11 567 861.6	12 126 797.3 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 31 HDP USA

V počátku krize byla inflace docela mírná (3,8 %), následující rok už se však propadla do záporných hodnot a v Americe nastalo období deflace (-0,4 %), tzn. snižování cen. V roce 2010 už se však opět zvýšila a dosáhla hodnoty 1,6 %. Další roky bohužel nejsou v databázi Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013).

Nezaměstnanost kvůli krizi také rostla. Od roku 2009 do roku 2011 se nedostala pod hranici 8 %. Až loni dosáhla hodnoty 7,9 %. Pořád jsou to však velká čísla na tak vyspělý stát. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

DPH se v Americe nazývá Sales tax a je připočítávána až při nákupu. Platí ji pouze spotřebitelé, prodejci, kteří zboží využívají nebo obchodníci, kteří dále prodávají nakoupené zboží. DPH bývá obvykle ve výši 5 – 8 %. Některé státy tuto daň ani nevybírají (Aljaška, Montana, Oregon, ...)

Americká měna – dolar (USD) je jednou z nejsilnějších na světě a i když klesla její hodnota, stále se považuje za světovou měnu společně s eurem a librou.

Austrálie

Austrálie nebyla až tak ovlivněna ekonomickou krizí, řešila však záplavy v Queenslandu, odkud se vyváží černé uhlí a zemědělské komodity, proto nedosahovala takového domácího produktu, jakého by chtěla – viz. tabulka.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (v mld. USD)	1 095,2	982,1	1193,0	1,507	x
Kurz USD/EUR	0,65	0,78	0,73	0,72	x
HDP (M EUR v PPS)	711 880	723 918	870 890	1 085 040	x

Zdroj: Businessinfo.cz

Tab. 32 HDP Austrálie

Míra inflace se pohybovala ve většině případů kolem 2 %, ale v roce 2008 dosahovala až 3,7 %. Poté se snížila a přes 3 % přesáhla až v loňském roce.

Míra nezaměstnanosti po roce 2008 vzlétla ze 4,3 % na 5,8 %. Poté už měla sestupnou tendenci, i když jen mírně. V loňském roce byla zaznamenána nezaměstnanost 5,2 %.

DPH je v Austrálii spotřební daní a je ve výši 10 %. Touto daní je zatížena většina zboží a služeb a aplikuje se během celého procesu dodávky zboží. (BusinessInfo.cz, © 1997-2013 CzechTrade)

Australská měna je nazývána australský dolar.

Japonsko

Na HDP Japonska se nejvíce podílí terciární sféra a to více než polovinou. Na druhém místě je průmyslová výroba a primární sféra se podílí pouze dvěma procenty. V roce 2011 Japonskem otřásl ničivé zemětřesení a břehy zaplavila vlna tsunami, což také jistě ovlivnilo hrubý domácí produkt této země. Přesná čísla jsou zobrazena v tabulce.

ROK	2008	2009	2010	2011	2012
HDP (M EUR v PPS)	3 353 602.4	3 086 479.2	3 330 303.0	3 380 379.5	3 536 101.2 (f)

(f) – odhad

Zdroj: Databáze Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013)

Tab. 33 HDP Japonska

Od roku 2009 se Japonsko zmítá v minusových hodnotách inflace, které se nazývají deflace. V počátečním roce to konkrétně bylo -1,4 %, o rok později už jen -0,7 %. To

znamená, že spotřebitelské ceny v tomto státě poklesly. V databázi Eurostatu (© Český statistický úřad, 2013) bohužel nejsou k dispozici informace pro další roky.

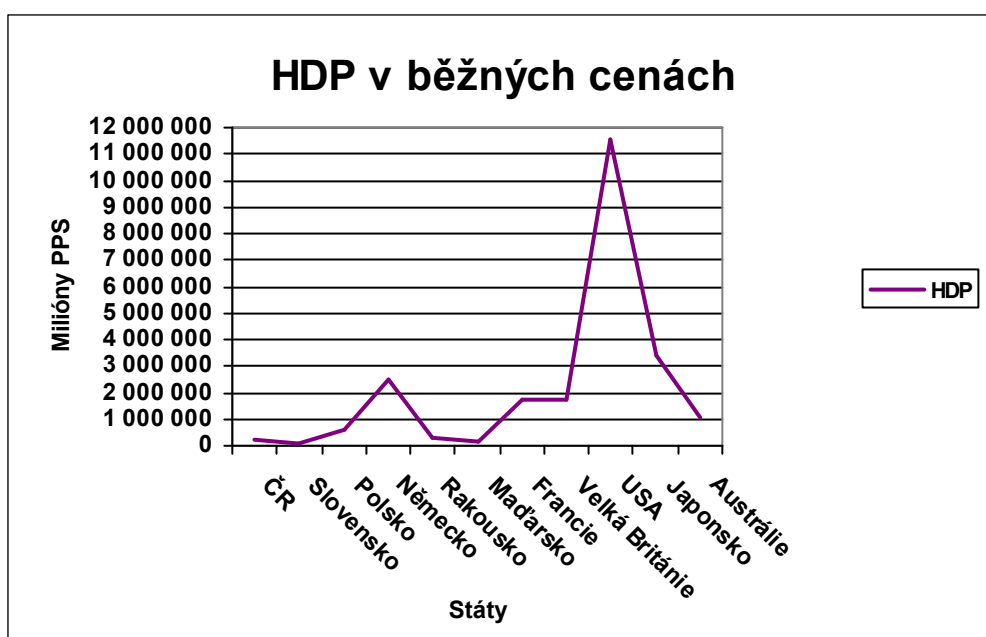
Nezaměstnanost je v Japonsku oproti ostatním vyspělým zemím docela nízká. To bude nejspíš jejich specifickým přístupem k práci. Podle databáze Eurostatu na stránkách Českého statistického úřadu byla od roku 2007, kdy měla hodnotu 3,9 %, rostoucí až do roku 2010. To dosahovala hodnoty 5,1 % a v roce 2011 už klesla na 4,6 %. O rok později byla nižší o 0,3 procentního bodu. (Databáze Eurostatu, © Český statistický úřad, 2013)

Kvůli ničivé katastrofě v roce 2011 se Japonsko dostalo do potíží s veřejnými financemi, a proto na jaře roku 2012 schválilo zvýšení spotřební daně, což je obdoba naší daně z přidané hodnoty. Plánuje se dvojnásobné zvýšení. V roce 2014 z nynějších 5 % na 8 % a o rok později na 10 %. To by snad mělo zlepšit i deflační situaci.

9.2.2 Grafické srovnání

Aby bylo více jasné, jaké rozdíly v ekonomii panují napříč státy, rozhodla jsem se udělat grafické srovnání každého výše popsaného ukazatele každého státu. Pro srovnání byl vybrán rok 2011, jelikož ve většině případů nebyl v době zpracování této bakalářské práce k dispozici rok loňský.

Hrubý domácí produkt

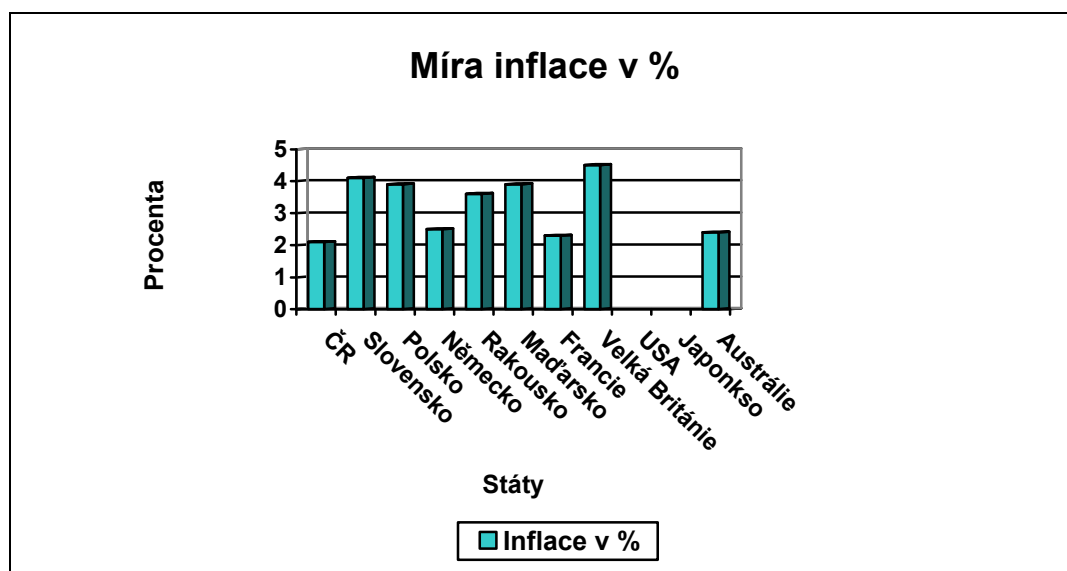


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů z © Český statistický úřad, 2013

Graf 6. Hrubý domácí produkt ve světě

Z grafu výše je patrné, jak jsou na tom jednotlivé státy se svým hospodářstvím. Ve sledovaném roce byly jednoznačně nejlépe hospodařící zemí Spojené státy americké s 11 567 861,6 miliony euro hrubého domácího produktu. Dalším státem bylo Japonsko, jehož HDP bylo zhruba 3 380 miliard euro. Následuje Německo, Francie, Velká Británie a Austrálie, jejichž HDP se pohybovalo zhruba od 1 do 2,5 bilionů euro. Česká republika se pohybuje v číslech nižších než 1 bilion. Náš hrubý domácí produkt byl v roce 2011 asi 212 miliard euro, což bylo více než např. na Slovensku nebo v Maďarsku, avšak další státy už jsou na tom lépe než my.

Inflace

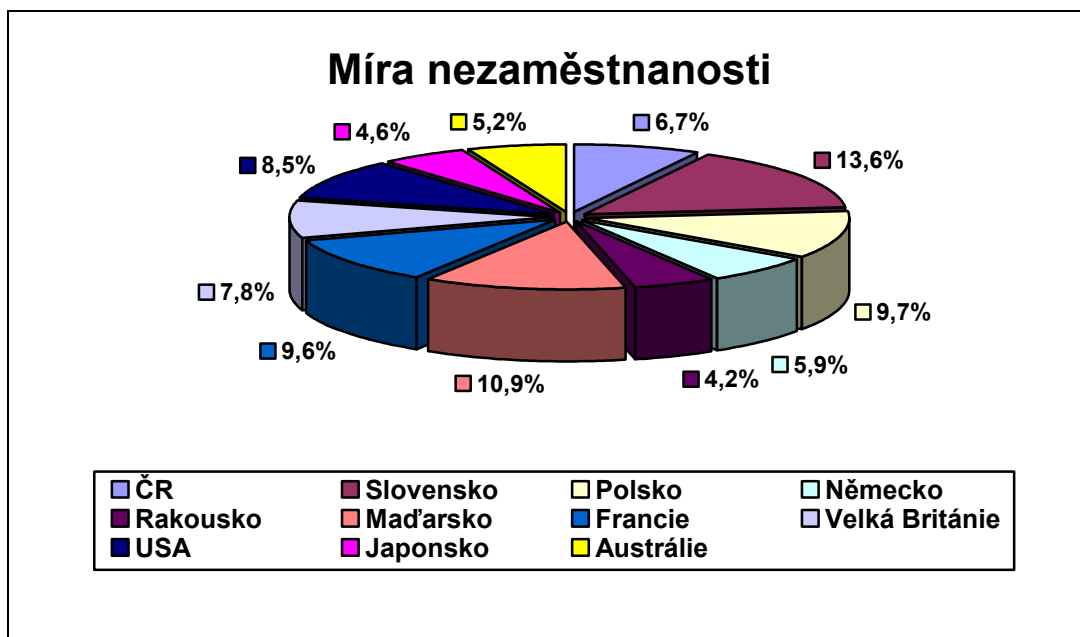


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů z © Český statistický úřad, 2013

Graf 7. Míra inflace ve světě

Jak je vidno z grafu, míra inflace byla v roce 2011 v každém státě jiná. Čísla pro Spojené státy a Japonsko bohužel nejsou k dispozici. V ostatních státech se míra pohybovala mezi 2 a 5 procenty. Nejvyšší mírou inflace se může „pochlubit“ Velká Británie. Tady ve sledovaném roce ceny rostly nejrychleji. Naopak nejpomalejší růst cen zaznamenala podle dostupných informací Česká republika. V těsném závěsu za ní byla Francie, Austrálie a Německo.

Nezaměstnanost



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů z © Český statistický úřad, 2013

Graf 8. Míra nezaměstnanosti ve světě

Z grafu je patrné, že nebylo státu, který by ve zkoumaném roce nějak výrazně vedl v míře nezaměstnanosti. I když rozdíl mezi nejvyšší hodnotou (Slovensko, 13,6 %) a tou nejnižší (Rakousko, 4,2 %) je rozdíl 9,4 procentního bodu, státy mezi těmito hodnotami tento fakt zkreslují. Je ovšem pozoruhodné, že Rakousko má nižší hodnoty než mnohem vyspělejší státy jako Japonsko, USA, Velká Británie apod.

10 ZÁVĚRY A DOPORUČENÍ

První úsek praktické části byl věnován charakteristice firmy RIM-CZ, spol. s r. o., kde bylo popsáno čemu se tato společnost věnuje, její cíle a programy, které podporuje. Dále byly provedeny analýzy ke zjištění současné situace firmy, konkrétně SWOT a PEST analýza. Ze SWOT analýzy bylo zjištěno, že by se firma měla více zaměřit na své zaměstnance, resp. na jejich práci, ať už celkovou produktivitu, tak i kvalitu odvedených činností. Dalším prohřeškem, který by po odstranění mohl zlepšit konkurenceschopnost, by mohla být slabá marketingová propagace. Na jednu stranu je pochopitelné, že se do tohoto odvětví příliš neinvestuje, jelikož je to drahá záležitost, na stranu druhou to však může dost ovlivnit situaci na trhu. Firma by se větší propagací mohla lépe zapsat do paměti zákazníků, potažmo odběratelů, zvýšit pojem o své značce a svých výrobcích. Je pravda, že RIM-CZ konečně spustil internetový obchod, který určitě může pomoci, nicméně reklama v rádiu, v televizi nebo sponzoring nějaké významnější akce, kde by se objevovalo logo firmy, by určitě nebyli na škodu. V hrozbách se objevuje bod *nedořešený technologický vývoj výroby při zavádění nových výrobků* – to je bohužel problém i u současného produktu. V průběhu praxe jsem mohla vyzorovat, jak se vyvíjí situace ohledně výroby prototypů, které měly sloužit obchodním zástupcům k prezentacím v zahraničí, a musím konstatovat, že se bohužel nedodržel daný termín. Židle sice byla vyrobena včas, vedení ovšem nejspíš nepočítalo s chybami a proto do termínu nezahrnula dostatek času pro případné opravy. A jelikož se židle vyrábí až na dalekém Taiwanu, nastaly komplikace s její zpětnou dopravou a opravou. Pro příště bych navrhovala lepší rozvržení času nebo přesunutí výroby blíže. Z technicko-cenové analýzy vyplynulo, že židle FLEXi je v rámci konkurence velmi dobrým krokem. Je cenově téměř nejdostupnější, na prvním místě se umístila židle Veris net od polské společnosti PROFI^m, nicméně ta zase nesplňuje všechny technické parametry. Třetí místo lze připsat židli od české firmy LD Seating, jejíž technické parametry jsou srovnatelné s FLEXi a cenově není až tak rozdílná. Ostatní cenové nabídky jsou příliš vysoké, a tudíž by pravděpodobně neměly být tak velkou konkurencí pro firmu. Na tomto místě tedy není příliš co vytýkat, maximálně se může RIMCZ znovu zamyslet nad bližším místem výroby. Pokud by to ovšem příliš nezvýšilo cenu kancelářské židle.

Z pohledu ekonomické situace je podle mého názoru Česká republika zlatým středem pro sídlo firmy. Kdybychom měli situaci hodnotit podle jednotlivých ukazatelů, byl by každý stát v něčem lepší než jiný, avšak v konečném důsledku si myslím, že ČR není ani

nejhorším místem, ani tím nejlepším pro podnikání. Samozřejmě se nás krize dotkla možná více než většiny států, zase ale máme jednu z nejmenších inflací a průměrnou nezaměstnanost. Jediné negativum je výše DPH, která patří k těm vyšším, ale zdaleka ještě nedosahuje výše daně v Maďarsku, které udržuje v Evropské unii prvenství s hodnotou 27 %.

Myslím si, že firma vykročila správným směrem a může zdatně konkurovat svým novým výrobkem na širokém světovém trhu.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jaká je pro firmu RIM-CZ, spol. s r. o. situace na konkurenčních trzích. Společnost pracuje na uvedení nové kancelářské otočné židle nazvané FLEXi a potřebuje samozřejmě znát nabídky různých firem po celém světě, jelikož se nachází na velmi konkurenceschopném trhu.

V první řadě byla v teoretické části provedena rešerše literatury, kde byly vysvětleny pojmy související s konkurencí jako konkurenceschopnost a konkurenční prostředí. Dále byla charakterizována firma RIM-CZ, spol. s r. o. a provedeny analýzy současného stavu pomocí SWOT a PEST analýzy. Jelikož se společnost chystá vstoupit se svou nabídkou na trhy po celém světě, bylo v druhém úseku analytické části charakterizováno dvanáct konkurenčních firem, jejich centrální sídlo, historie a zaměření, kterým se jednotlivé společnosti zabývají. Poté byl popsán nový výrobek, od kterého se celá práce odvíjela. Byly nastíněny jeho technické parametry a především funkce, kterými může konkurovat. A také byla provedena SWOT analýza tohoto výrobku.

Poslední část byla věnována analýze vybraných konkurenčních výrobků s novým výrobkem firmy RIM-CZ. Analýza byla rozdělena na technicko-cenovou a na analýzu podle makroekonomických ukazatelů jednotlivých domovských států konkurenčních firem. Nejprve byla nastíněna situace v zemích konkurentů a posléze byly zjištěné informace srovnány pomocí grafů. Posledním bodem této práce bylo shrnutí a doporučení firmě na základě provedených analýz..

Domnívám se, že cíl bakalářské práce byl splněn a doufám, že bude pro firmu přínosem.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. *About boss: Company history*. Boss Design Group [online]. 2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.boss-design.co.uk/about-boss/>
2. *About EMAS*. Europa: Environment [online]. 2012, 30/11/2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/environment/emas/about/index_en.htm
3. *About us*. Mark Perry [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: http://www.markperry.com.au/about_mark_perry_office_furniture_australia.php
4. *Bene* [online]. © 2013 Bene AG [cit. 2013-04-08]. Česká verze. Dostupné z: <http://bene.com/kancelarsky-nabytek/bene-odbornici-na-vytvoreni-kancelarskeho-prostredi>
5. BLAŽKOVÁ, Martina. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3
6. *BusinessInfo.cz: Teritoriální informace* [online]. © 1997-2013 CzechTrade [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme.html>
7. *Celle Chairs* [online]. © 2013 Herman Miller, Inc. [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.hermanmiller.com/content/hermanmiller/english/products/categories/seating/performance-work-chairs/celle-chairs.html>
8. *Ceník* [online]. © Copyright PROFIm 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.profim.cz/idm,853,Cenik.html>
9. *Corporate info* [online]. © 2013 ITOKI CORPORATION [cit. 2013-04-08]. Anglická verze. Dostupné z: <http://www.itoki.jp/english/index.html>
10. *Česká republika od roku 1989 v číslech* [online]. © Český statistický úřad, 2013, [cit. 2013-03-03]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cr_od_roku_1989
11. ČICHOVSKÝ, L. *Marketing konkurenceschopnosti*. Vyd. 1. Praha: Radix. 2002, 270 s. ISBN 80-86031-35-7.
12. *Databáze Eurostatu*. [online]. © Český statistický úřad, 2013 [cit. 2013-03-03]. Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/eutab/html.h>

13. *Herman Miller* [online]. © 2013 Herman Miller, Inc [cit. 2013-04-08].
Dostupné z: <http://www.hermanmiller.com/content/hermanmiller/english/about-us/who-is-herman-miller/our-story.html>
14. HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 3. aktualiz. vyd. Praha: C. H. Beck, 2002, xxii, 714 s. ISBN 8071796816.
15. Interstuhl. *Company* [online]. 2012 [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.interstuhl.de/I/ia-en/company.php>
16. Interstuhl. *Products: Goal-Air 175 G* [online]. 2012 [cit. 2013-04-08].
Dostupné z: <http://www.interstuhl.de/I/ia-en/modelle.php?modell=175G>
17. Iso.cz [online]. 2010 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: http://www.iso.cz/?page_id=38
18. Itoki. *Spina* [online]. © 2012 ITOKI CORPORATION [cit. 2013-04-08].
Dostupné z: http://www.itoki.jp/spina/index_en.html
19. *Katalog produktů: VERIS NET - Otočná křesla*. PROFIm [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.profim.cz/produkt,98,veris-net.html>
20. KOTLER, Philip. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
21. Kurzy.cz: *Kurzy měn* [online]. © 2000 - 2013 [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/kurzy-men/>
22. LD seating. *O společnosti* [online]. © 2012–2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.ldseating.com/o-spolecnosti/>
23. LD seating. *Produkty: STORM* [online]. © 2012–2013 [cit. 2013-04-05].
Dostupné z: <http://www.ldseating.com/produkty/serie/storm/>
24. Mark Perry. *M5* [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.markperry.com.au/p-se-exec-m5.php>
25. *Ministerstvo financií Slovenskej republiky* [online]. © 2012 Ministerstvo financií Slovenskej republiky [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.finance.gov.sk/Default.aspx?CatID=69>
26. *O firmě: Kdo jsme*. Rim [online]. © 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.rim.cz/index.asp?modul=stranka&id=2&sek=3&pol=1>

27. *O firme*. Simpa [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://simpa.sk/?a=ofirme>
28. *Operator chairs: TELA*. Sokoa [online]. 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.sokoa.com/en/collections/sieges-travail/tela.html>
29. *Products*. Boss Design Group [online]. 2013 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.boss-design.co.uk/task-and-visitor/p/48/desc/moneypenny/>
30. RIM - CZ, spol. s r. o. *FLEXi*. Otrokovice, 2013
31. RIM - CZ, spol. s r. o. *SWOT FLEXi*. Otrokovice, 2013
32. *Sezení: System X-88* [online]. © 2013 Bene AG [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://bene.com/kancelarsky-nabytek/9F4ABD8CA48160BDC12577530047E035?OpenDocument&mod=products>
33. Sokoa. *History and Values* [online]. 2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.sokoa.com/en/entreprise/historique-et-valeurs.html>
34. *Steelcase* [online]. © 1996 - 2013 [cit. 2013-04-08]. Česká verze. Dostupné z: <http://www.steelcase.cz/cs/spolecnost/stranky/main.aspx>
35. Steelcase. *Products: Think* [online]. © 1996 - 2013 [cit. 2013-04-08]. Dostupné z: <http://www.steelcase.eu/en/products/category/seating/office-chairs/think/pages/overview.aspx>
36. Stulwerk. *About us* [online]. 2010 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.stulwerk.hu/en/cegism.htm>
37. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing - cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005, 340 s. ISBN 80-86898-48-2.
38. *TOP LINE: DAY*. Simpa [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://simpa.sk/?a=topline&cat=5931>
39. Triton [online]. 2012 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <http://www.triton.cz/index.php/cs/novinky/gs-certifikat>
40. ZEMPLINEROVÁ, Alena. *Konkurence – teoretické a praktické aspekty*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2009, s. 9. ISBN 978-80-87035-23-8. Dostupné z: <http://www.vspj.cz/soubory/download/id/425>

41. ZIKMUND, Martin. Kde se vzala a k čemu je PEST analýza. In: *BusinessVize.cz – Informace pro vaše podnikání* [online]. © 2010-2011 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>
42. *Značka PROFIm: O nás*. PROFIm [online]. 2012 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z: <http://www.profim.cz/idm,106,O%20nás.html>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 2 Židle FLEXi.....	42
Obr. 3 Židle STORM.....	45
Obr. 4 Židle VERIS NET	47
Obr. 5 Židle DAY	48
Obr. 6 Židle ORIGO – 6	49
Obr. 7 Židle MONEYPENNY	51
Obr. 8 Židle TELA.....	52
Obr. 9 Židle GOAL - AIR	53
Obr. 10 Židle Systém X-88.....	55
Obr. 11 Židle Celle chair	56
Obr. 12 Židle THINK	57
Obr. 13 Židle SPINA	59
Obr. 14 Židle M5	60

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Kurzovní lístek ČNB	30
Tab. 2 SWOT analýza FLEXi.....	42
Tab. 3 Porovnání FLEXi / STORM.....	44
Tab. 4 Cenové srovnání	45
Tab. 5 Srovnání FLEXi / VERIS NET	46
Tab. 6 Cenové srovnání	46
Tab. 7 Srovnání FLEXi / DAY	47
Tab. 8 Srovnání FLEXi / ORIGO-6.....	48
Tab. 9 Cenové srovnání	49
Tab. 10 Srovnání FLEXi / MONEYPENNY.....	50
Tab. 11 Cenové srovnání	50
Tab. 12 Srovnání FLEXi / TELA	51
Tab. 13 Srovnání FLEXi / Goal-Air	52
Tab. 14 Cenové srovnání	53
Tab. 15 Srovnání FLEXi / Systém X-88.....	54
Tab. 16 Cenové srovnání	54
Tab. 17 Srovnání FLEXi / Celle chair	55
Tab. 18 Cenové srovnání	55
Tab. 19 Srovnání FLEXi / Think.....	56
Tab. 20 Cenová nabídka	57
Tab. 21 Srovnání FLEXi / Spina	58
Tab. 22 Cenové srovnání	58
Tab. 23 Srovnání FLEXi / M5	59
Tab. 24 HDP Slovenska.....	61
Tab. 25 HDP Polska.....	61
Tab. 26 HDP Francie	62
Tab. 27 HDP Velké Británie.....	63
Tab. 28 HDP Německa	64
Tab. 29 HDP Rakouska	64
Tab. 30 HDP Maďarska.....	65
Tab. 31 HDP USA	66
Tab. 32 HDP Austrálie.....	67

Tab. 33 HDP Japonska..... 67

SEZNAM GRAFŮ

Míra inflace v ČR	28
Míra nezaměstnanosti v ČR.....	29
Počet obyvatel v ČR	31
Průměrný věk obyvatel v ČR.....	31
Počet návštěvníků	32
Hrubý domácí produkt ve světě	68
Míra inflace ve světě.....	69
Míra nezaměstnanosti ve světě	70

