KVALITA A VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ

MILAN SEDLÁČEK, PETR SUCHÁNEK, JIŘÍ ŠPALEK

Masarykova univerzita

KVALITA A VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ

Milan Sedláček, Petr Suchánek, Jiří Špalek

muni
PRESS

Knihu recenzovali:
doc. Ing. Petr Briš, CSc.
doc. Ing. Petr Mesároš, Ph.D.

MASARYKOVA UNIVERZITA
EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

KVALITA A VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ

MILAN SEDLÁČEK
PETR SUCHÁNEK
JIŘÍ ŠPALEK

Brno
2012

© 2012 Milan Sedláček, Petr Suchánek, Jiří Špalek
© 2012 Masarykova univerzita
ISBN 978-80-210-8174-1 (online : pdf)
ISBN 978-80-210-6075-3 (brožovaná vazba)
DOI 10.5817/CZ.MUNI.M210-6075-2012

OBSAH

ÚVOD 7

1 TEORETICKÉ VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ A JEJICH VZÁJEMNÝCH VZTAHŮ 9

2 TEORETICKÉ VYMEZENÍ ZKOUMANÉ PROBLEMATIKY 17

3 VÝZKUMNÉ METODY, METODIKA VÝZKUMU A ZKOUMANÝ SOUBOR 23

3.1 ZKOUMANÝ SOUBOR 24
3.2 METODA DOTAZNÍK 25
3.3 ZPŮSOB ZPRACOVÁNÍ DAT 26
3.3.1 Metoda finanční analýzy (poměrové ukazatele) 27
3.3.2 Metoda shlukové analýzy 28
3.3.3 Statistické metody 30

4 VÝSLEDKY VÝZKUMU HODNOCENÍ KVALITY A VÝKONNOSTI PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ 33

4.1 VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ 33
4.2 KVALITA PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ 41
4.3 DISKUSE 67

5 EVROPSKÁ UNIE A VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ 73

5.1 VÝZNAM EVROPSKÉ UNIE A EVROPSKÉ DOTAČNÍ POLITIKY NA VÝKONNOST PRŮMYSLOVÝCH PODNIKŮ 73
5.2 DISKUSE 84

ZÁVĚR 91

SUMMARY 95

LITERATURA 99

PŘÍLOHY 115

Úvod

Vztahem kvality a hospodářských výsledků podniků se zabývá řada autorů. Většina z prací pojímá kvalitu z hlediska podniku jako celku, přičemž chybí přímé spojení konkrétních faktorů kvality s ukazateli výkonnosti podniku. Jiným přístupem je posuzování kvality podniku prostřednictvím spokojenosti zákazníků, ale také zde je spojení kvality produktu s ukazateli výkonnosti volnější (pokud je autory toto spojení vůbec zkoumáno). V našem výzkumu se zaměřujeme na zkoumání vztahu kvality produktu (s ohledem na spokojenost zákazníků s produktem) a výkonnosti podniku (měřenou základními poměrovými ukazateli). Chceme přitom nalézt souvislost mezi úrovní kvality (včetně jejího řízení) a výkonností podniku, tak abychom byli schopni identifikovat ty faktory kvality, které přímo ovlivňují výkonnost podniku.

Cílem publikace je tedy zjistit úroveň kvality v průmyslových podnicích včetně úrovně a způsobu řízení kvality a určení těch faktorů kvality a faktorů řízení kvality, které mají vliv na výkonnost podniku. Jedním z výstupů publikace je rámcový koncept, který v obecné rovině charakterizuje faktory, které mají nejen bezprostřední vliv na kvalitu (produktu) podniku a jeho řízení, ale i na jeho výkonnost.

Publikace se opírá o výzkum, který byl proveden v průmyslových podnicích (ve vybraných odvětvích) v České republice. Provedený výzkum byl součástí specifického výzkumu katedry Podnikového hospodářství MU ESF s názvem: Ekonomika a management podniku v globalizovaném prostředí (kód projektu: MUNI/A/0905/2009), jehož odpovědným řešitelem byl prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.

Díky tomu, že v České republice přitom zatím bylo provedeno minimum odborných studií, které by zkoumaly vztah mezi kvalitou a výkonem (s výjimkou autorů publikace), je provedený výzkum explorativního charakteru, tzn. že slouží k ujasnění směru budoucího výzkumu této problematiky. Také díky

tomu není cílem publikace vytvořit obecně platný model, ale rámcový koncept, na jehož základě bude moci být proveden výzkum deskriptivní a (jak doufáme) také vytvořen obecný model kvality a výkonnosti. Dalším cílem výzkumu (a publikace) je tak přispět k vyplnění tohoto prázdného prostoru.

Předchozí výzkumy ukázaly, že většina podniků v České republice hodnotí kvalitu svých výrobků nebo služeb jako nadprůměrnou. Současně si přitom tyto podniky uvědomují pozitivní vliv nadstandardní kvality svého produktu na svoji výkonnost. Tyto závěry však neposkytují důkaz o přímé provázanosti ukazatelů výkonnosti podniků s faktory (ukazateli), které odrážejí řízení kvality v podniku.

Samostatným podtématem prováděného výzkumu byla problematika vlivu vstupu České republiky do Evropské unie, potažmo vlivu možnosti čerpání evropských dotací na konkurenceschopnost podniku.

Výzkum samotný byl proveden s využitím dotazníkového šetření podniků z vybraných průmyslových odvětví v ČR. Na základě rešerše relevantní odborné literatury byly formulovány otázky z oblasti kvality produktu, sledování a kontroly kvality produktu, míry spokojenosti zákazníka apod. Mimo dotazníkové šetření byly analyzovány také finanční ukazatele jednotlivých zúčastněných podniků za období posledních pěti let. To autorům umožnilo nejenom sledovat situaci podniku v kontextu problematiky kvality, ale současně dát výsledky tohoto průzkumu do souvislosti s jejich faktickou finanční výkonností. Pro rozdělení podniků do skupin (shluků) dle jejich finanční výkonnosti bylo využito pět ukazatelů zvolených na základě rešerše odborné literatury a zkušeností s předchozími výzkumy na obdobné téma.

1 Teoretické vymezení základních pojmů a jejich vzájemných vztahů

Podstatou této kapitoly je představit základní pojmosloví využité v rámci této monografie a definovat tak nezbytný teoretický aparát, který bude využit pro analýzu vztahu kvality a výkonnosti průmyslových podniků. Toto zaměření práce na relativně hojně reflektované fenomény současného odborného diskurzu přitom klade vysoké nároky právě na kvalitní terminologické ukotvení – pojmy jako konkurenceschopnost, kvalita, výkonnost apod. jsou často používány ve velmi specifických souvislostech a nabývají tak nejrůznějších konotací. Současně je (se znalostí současného vědeckého poznání) třeba konstatovat, že nelze některý z mnoha výkladů označit za objektivně správný, a to na úkor ostatních přístupů k onomu pojmu. Vždy záleží na cíli dané studie, potřebách konkrétního výzkumu a odborném zaměření výzkumníka. Právě z těchto důvodů následující řádky charakterizují možné výklady jednotlivých klíčových pojmů této studie a současně definují tyto pojmy tak, jak jsou dále v publikaci využívány.

Prvním z pojmů, které tvoří kostru této práce, je **kvalita**. Přestože je výzkum zaměřen na výkonnost průmyslových podniků, není možné kvalitu v tomto kontextu ponechat pouze v rovině technické. Technická vyspělost výrobku, potažmo samotného výrobního procesu daného podniku, je jistě jedním z podstatných aspektů jeho výkonnosti, avšak kvalitou se v rámci této práce rozumí spíše schopnost produktu uspokojit požadavky zákazníka. Jinými slovy, platí úměrnost – čím vyšší uspokojení potřeb zákazníka, tím vyšší kvalita produktu. Tento výklad má tak blízko k velmi rozšířenému přístupu kolektivu Nenadála, který kvalitu chápe jako stupeň splnění požadavků souborem inherentních znaků (Nenadál, Noskievičová, Petříková, Plura, Tošenovský, 2002). V rámci této poměrně obecné definice pojmu kvalita je přitom nutné zdůraznit zejména dvě podstatná implicitní východiska – míru subjektivity vnímání kvality a s tím související optimální úroveň

kvality produktu. Velmi dobře se tyto úvahy dají demonstrovat na Kangových dvou dimenzích zákazníkova vnímání kvality – dimenzi technické a dimenzi funkční. Dimenze technická označuje úroveň technického řešení zákazníkovy potřeby, tedy míru technické úrovně produktu, tak jak jej zákazník obdržel a jak jej může dále využívat pro uspokojení svých potřeb. Ze své podstaty tak tato dimenze reprezentuje objektivněji posuzovatelnou složku uspokojení potřeb zákazníka. Oproti tomu druhá dimenze, funkční, reflektuje související vztah zákazníka a prodávajícího ve smyslu vstřícnosti poskytovatele a souvisejících služeb – jinými slovy způsob, jakým zákazník daný produkt obdržel. (Kang, 2006) Tato složka vnímání kvality je tedy podstatně složitěji objektivizovatelná.

Pakliže zvážíme dvě výše uvedené dimenze nazírání pojmu kvalita, je nutné znovu připomenout dále aplikovanou definici kvality – tedy jako schopnost produktu uspokojit požadavky zákazníka. Neplatí zde tudíž časté ztotožňování kvality produktu s jeho technickou úrovní – toto užší vymezení implikuje skutečnost, že daná cílová skupina očekává určitou míru (technické) kvality produktu, a přestože ani mezi zákazníky neexistuje jednotná definice kvality, respektive kvalitního výrobku (Takeuchi a Quelch, 1983), vnímá v tomto případě spotřebitel kvalitu jako synonymum přívlastkům dobrý, vážený, luxusní atd. (Crosby, 1979 citováno z Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985) Podnik tak vzhledem k očekávání těchto spotřebitelů usiluje o dosažení adekvátní, tedy optimální úrovně kvality svého produktu. Cílem tak není maximalizace kvality produktu, ale jeho optimalizace na stanovené úrovni. Oproti tomu, v rámci dále prováděného výzkumu je kvalita chápána jako celková schopnost produktu uspokojit požadavek zákazníka (s důležitým, avšak nikoli jediným aspektem technické vyspělosti produktu). Je tedy nasnadě, že podniky v této logice usilují o maximalizaci kvality svého produktu, a tedy maximalizaci své konkurenceschopnosti na daném trhu (definice konkurenceschopnosti viz dále).

Tuto logickou konstrukci založenou na zvolené definici kvality je dále možné rozvádět a precizovat pro konkrétní případy statků – specifickou tematikou je například oblast poskytování služeb. Náročnost hodnocení služeb spočívá zejména v jejich heterogennosti, neuchopitelnosti, pomíjivosti, nedělitelnosti a faktické nemožnosti je vlastnit. Přes tyto skutečnosti docházejí autoři k obdobným definicím kvality služeb, jako tomu bylo v případě výše zmíněné (a v této práci dále využívané) obecné definice kvality produktů průmyslových podniků. Například v práci J. Mackaye a J. Cromptona *Measuring the quality of recreation services* docházejí autoři k závěru, že *„kvalita služeb je vztah mezi tím, co si zákazníci přejí, a tím, co vnímají, že skutečně obdrželi“* (Mackay, Crompton, 1990) – srov. s Nenadál, Noskievičová, Petříková, Plura, Tošenovský, 2002. K obdobnému závěru dospěli ve své práci *Understanding and Improving Service Quality: A Literature Review and Research Agenda* také Parasuraman a Zeithaml, kteří konstatují, že kvalitu služeb chápou jako *„stupeň a směr rozporu mezi vnímáním kvality služby a zákazníkovým očekáváním“*. (Parasuraman, Zeithaml, 2006) Obdobnou souvislost mezi očekáváním a výsledným uspokojením tito autoři rozvádějí také ve své starší studii s názvem *A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality*. (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988) Mezi další autory, kteří v rámci svých výzkumů učinili obdobné závěry, lze řadit například Lewise a Boomse, kteří vnímají kvalitu služeb jako míru naplnění očekávání zákazníků poskytovanou službou (Lewis a Booms, 1983), nebo Alén a Fraiz, kteří v rámci svého výzkumu kvality služeb v oblasti lázeňství rovněž vnímají vliv kvality služeb na spokojenost zákazníka. (Alén, Fraiz, 2006)

Současně je však třeba připomenout, že byť někteří autoři (např. Bittner, Bolton, Drew, Parasuraman, Zeithaml, Berry ad.) vnímají souvislost mezi satisfakcí z poskytnuté služby a její kvalitou, stále považují kvalitu služeb a míru naplnění očekávání zákazníků za dva odlišné pojmy, respektive dvě odlišné kategorie (srovnej s Cronin a Taylor, 1996). Oproti tomu Howat, Absher,