

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty

Competitiveness Analysis for Faculty of Economics

Student: Bc. Ondřej Herman

Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.

Ostrava 2020

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Ondřej Herman**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod
Téma: **Analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty
Competitiveness Analysis for Faculty of Economics**
Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska analýzy konkurenceschopnosti
 3. Charakteristika Ekonomické fakulty VŠB-TUO
 4. Metodika shromažďování dat
 5. Analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- CHARAN, Ashok. *Marketing Analytics*. Singapore: World Scientific, 2015. 696 p. ISBN 978-981-4768575.
- IACOBUCCI, Dawn. *Marketing Management*. Mason: South-Western Cengage Learning, 2018. 352 s. ISBN 978-1-337-27112-7.
- MALHOTRA, N. K., D. F. BIRKS and P. WILLS. *Marketing Research. An Applied Approach*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2012. 1037 p. ISBN 978-0-273-72585-5.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.**

Datum zadání: 22.11.2019

Datum odevzdání: 24.04.2020



Vojtěch Spáčil

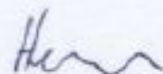
doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry

Lenka Kauerová

doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.
proděkanka pro studium
na základě pověření k jednání č.j.
VSB/19/050319/9900 ze dne 24. 9. 2019

Mistopřísečně prohlašuji, že jsem celou práci, včetně příloh, vypracoval samostatně.

V Ostravě dne 27. dubna 2020



.....
Bc. Ondřej Herman

Poděkování

Chtěl bych poděkovat doc. Ing. Vojtěchu Spáčilovi, CSc., vedoucímu mé diplomové práce, za veškerou pomoc, trpělivost, ochotu a odborné vedení mé práce.

Obsah

1 Úvod.....	5
2 Teoretická východiska analýzy konkurenceschopnosti.....	7
2.1 Vymezení základních pojmů.....	7
2.1.1 Podnik a podnikání	7
2.1.2 Okolí podniku.....	9
2.1.3 Konkurence.....	10
2.1.4 Konkurenční prostředí	12
2.1.5 Konkurenceschopnost.....	14
2.1.6 Konkurenční výhoda.....	15
2.1.7 Výkonnost.....	15
2.1.8 Klíčové ukazatele výkonnosti.....	17
2.2 Vybrané metody hodnocení konkurenceschopnosti.....	19
2.2.1 Benchmarking.....	19
2.2.2 ABC analýza.....	24
3 Charakteristika Ekonomické fakulty VŠB-TUO	26
3.1 Historie Ekonomické fakulty VŠB-TUO	26
3.2 Možnosti studia na Ekonomické fakultě VŠB-TUO.....	26
3.2.1 Bakalářské studium.....	27
3.2.2 Navazující magisterské studium	31
3.2.3 Doktorské studium.....	34
3.3 Popis Ekonomické fakulty VŠB-TUO	35
3.3.1 Organizační struktura EkF VŠB-TUO.....	35
3.3.2 Zaměstnanci.....	37
3.3.3 Studium.....	37
4 Metodika shromažďování dat	39
4.1 Přípravná fáze	39
4.1.1 Definice problému	39
4.1.2 Definování cíle analýzy	39
4.1.3 Plán výzkumu	40
4.1.4 Harmonogram činností výzkumu	40
4.1.5 Předvýzkum.....	40
4.2 Realizační fáze	41
4.2.1 Analýza dat.....	41
5 Analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty	42
5.1 Vývoj počtu studentů ekonomických fakult v ČR	42

5.1.1 Absolutní počty studentů ekonomických fakult	43
5.1.2 Relativní podíly studentů ekonomických fakult	43
5.1.3 Vývoj počtu studentů ve vybraných lokalitách.....	46
5.2 Vývoj počtu zahraničních studentů na ekonomických fakultách v ČR.....	47
5.2.1 Absolutní počty zahraničních studentů na EF	47
5.2.2 Relativní podíly zahraničních studentů EF	48
5.2.3 Absolutní počty samoplátců na ekonomických fakultách	51
5.2.4 Relativní podíly samoplátců na ekonomických fakultách v ČR.....	52
5.3 Efektivnost ekonomických fakult	53
5.4 Pozice EkF v rámci univerzity	55
5.4.1 Absolutní počty studentů v rámci VŠB-TUO.....	56
5.4.2 Relativní podíly studentů v rámci VŠB-TUO.....	56
5.5 Analýza preference studijních programů v rámci VŠB-TUO	58
6 Návrhy a doporučení.....	61
6.1 Shrnutí výsledků analýzy konkurenceschopnosti	61
6.2 Vývoj počtu studentů ekonomických fakult v ČR	61
6.3 Vývoj počtu zahraničních studentů a samoplátců na ekonomických fakultách v ČR.....	62
6.4 Efektivnost ekonomických fakult	62
7 Závěr.....	63
Seznam použité literatury.....	65
Seznam zkratk	71
Seznam obrázků	
Seznam tabulek	
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce	

1 Úvod

Studium na vysokých školách je v dnešní době považováno za jednu z výhod pro budoucího uchazeče na trhu práce, a to díky nabytí nových vědomostí, které jej lépe připraví na budoucí kariérní dráhu. Téměř na veškeré pozice středního a top managementu je požadováno vysokoškolské vzdělání alespoň bakalářského stupně. Protože v posledních letech dochází k úbytku studentů se zájmem studovat studijní programy s ekonomickým zaměřením, stalo se toto prostředí vysoce konkurenčním, a to z důvodu všech těchto ekonomických fakult získat co nejvíce nových studentů.

Velikost zájmu o studium ekonomických oborů souvisí s růstem hospodářství, a to ve dvou rovinách. V případě expanze dochází k vzniku nových pozic pro uchazeče s vysokoškolským vzděláním, což by mělo vést k nárůstu počtu uchazečů. Nicméně tento počet klesá, a to i z důvodu dobré uplatnitelnosti na trhu práce i se středoškolským vzděláním, mnohdy je navázána spolupráce se středoškolským studentem již během studia a po ukončení je mu nabídnuta pracovní pozice.

Cílem této diplomové práce je zjistit konkurenční pozici Ekonomické fakulty VŠB-TUO, a to na základě provedení analýzy konkurenceschopnosti ve srovnání s ostatními ekonomickými fakultami v České republice.

Diplomová práce je složena ze dvou klíčových částí, teoretické a aplikační. V teoretické části jsou obsažena teoretická východiska analýzy konkurenceschopnosti, vysvětlení stěžejních pojmů a využitých technik této analýzy. Následně byla charakterizována primárně zkoumaná Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Do části aplikační byla zařazena metodika sběru dat, analýza dat a návrhy a doporučení pro Ekonomickou fakultu. Ve výzkumné metodice je přiblížen proces shromáždění a následné úpravy sekundárních dat získaných ze stránek MŠMT za pomoci tabulkového editoru Microsoft Excel.

Vytvořená datová matice byla podrobena rozsáhlému zkoumání těchto časových řad v jejich absolutním i relativním vyjádření, která je v jednotlivých podkapitolách věnována detailnímu vyhodnocení jednotlivých sledovaných ukazatelů konkurenceschopnosti.

Dle výsledků získaných z analýzy ukazatelů konkurenceschopnosti jsou v závěru práce poskytnuty návrhy a doporučení pro Ekonomickou fakultu VŠB-TUO, kterými je popsáno,

které kroky by měly být co nejdříve provedeny a kterým činnostem by se Ekonomická fakulta měla vyvarovat.

2 Teoretická východiska analýzy konkurenceschopnosti

Druhá kapitola je zaměřena na teoretická východiska analýzy konkurenceschopnosti. Jejími podkapitolami je vymezení základních pojmů a vybrané metody hodnocení konkurenceschopnosti.

2.1 Vymezení základních pojmů

Při zkoumání konkrétního problému je nezbytné porozumět použitým termínům. Tato část proto bude definovat a pojednat o následujících základních pojmech, jako jsou: podnik, podnikání, podnikatel, okolí podniku, konkurence, konkurenční prostředí, konkurenceschopnost, konkurenční výhoda atd.

2.1.1 Podnik a podnikání

Podnikání v dnešní době je závislé na samostatné, dlouhodobě udržitelné činnosti na vlastní jméno a odpovědnost, ve snaze zhodnotit investovaný kapitál ve formě dosažení zisku a maximalizace tržní hodnoty daného podniku. Toho je dosahováno především konkurenceschopným uspokojování potřeb zákazníků i všech dalších zájmových skupin, které se dotýkají podniku v globálním prostředí, které je velmi proměnlivé a rychle se vyvíjí. Podnikání se dá brát jako prostředek k uspokojení potřeb cizích subjektů a zároveň tím uspokojovat potřeby vlastní. Podnikání je praktickou realizací podnikavosti.

Podnikavost je umění najít, vytvořit a využívat podnikatelské příležitosti za účelem zajištění námi předpokládané (plánované) výdělečnosti daného podniku.

Podnikatelem je osoba, která na vlastní účet a odpovědnosti vykonává samostatně výdělečnou činnost, a to živnostenským nebo srovnatelným způsobem, a to za účelem dosažení zisku. Dle ochrany spotřebitele je považována za podnikatele každá osoba, která uzavírá smlouvy, které souvisejí s vlastní obchodní, výrobní či obdobnosti činností nebo při výkonu daného povolání nebo osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.

Podnikatele lze považovat za jeden z rozhodujících faktorů hospodářského rozvoje. Činnost úspěšného podnikatele je závislou na vysoké kvalitaci, odbornosti, informovanosti a na jeho cílevědomém úsilí. Jedná se tedy o člověka se specifickými osobnostními rysy a

vlastnostmi, se schopností řídit a být vůdčí osobou. Podnikatel je zodpovědný za veškerá rozhodnutí, která se týkají:

- předmětu podnikání,
- konkrétním trhu, na kterém bude probíhat prodej,
- produktech, které budou vyráběny (proč, jaké množství, jaké produkty a pro koho),
- zdrojích, které budou využívány,
- způsobu podnikání [6]

Podnikem se rozumí subjekt, který vykonává činnost spočívající v poskytování služeb či zboží na trhu, či jiném místě, kde se setkává nabídka s poptávkou. Nezáleží, zda podnik dosahuje zisku, ale že oslovuje zákazníky s nabídkou produktů a činností. Taktéž není rozhodující, jaká je právní forma podniku. Základním cílem podniku je zejména přežít v konkurenčním prostředí a uchovat se tak jako podnik. [3]

Podnik je zařízení, které je vytvořeno k podnikatelské činnosti. Podnikem je proto každý subjekt, který vykonává hospodářskou činnost, bez ohledu na jeho právní formu. Mezi takové subjekty jsou řazeny zejména osoby samostatně výdělečně činné a rodinné podniky, které vykonávají řemeslné nebo jiné činnosti a obchodní společnosti nebo jiná sdružení, která provozují hospodářskou činnost.

Občanský zákoník stanovuje definici podniku jako obchodní závod a rodinný závod. Obchodním závodem se rozumí organizovaný soubor majetku a dluhů, který byl podnikatelem vytvořen, a který slouží k provozování jeho činnosti. Rodinným závodem je subjekt, kde pracují manželé nebo alespoň s jedním z manželů i jejich příbuzní. Příbuzní, kteří pracují pro rodinu nebo rodinný závod jsou považováni za členy rodiny účastníci se provozu podniku.

Podniky jsou určeny k výrobě a následné distribuci výrobků, zboží či poskytování služeb zákazníkům a k uspokojování potřeb všech zainteresovaných stran souvisejících s daným podnikem. Podniky byly někým založeny a někomu patří, byly vytvořeny za účelem tzv. vyrábění peněz.

Podniky, obdobně jako jednotlivé osoby, které jsou jeho součástí, pomocí svého chování jsou schopni směřovat k určitému cíli. Cíl podnikání je maximalizaci tržní hodnoty podniku, a tím maximalizaci hodnoty majetků vlastníků. Podnik je schopen uskutečňovat

své cíle pomocí svých činností, které se odvíjí od charakteru podniku, odvětví, velikosti podniku, jeho právní formy atd. Jednotlivé podnikové činnosti lze rozdělit do skupin, které jsou označovány jako podnikové funkce. Mezi hlavní podnikové funkce řadíme:

- prodejní (úkony související s prodejem výrobků a služeb),
- výrobní (tvorba výrobků, u nevýrobních podniků se hovoří u funkci provozní),
- zásobovací (zabezpečení surovin a materiálu, příjem, skladování a předání do výroby),
- personální (zajištění pracovníků, kvalifikace a odměňování, pracovní podmínky),
- finanční (zajišťování a využívání finančních zdrojů, rozdělení zisku a další finanční operace při založení podniku i při každé další jeho činnosti),
- vědeckotechnická (výzkumná činnost, technický vývoj, příprava výroby),
- investiční (zajištění potřebného dlouhodobého majetku),
- správa (právní činnost, statistika, účetnictví, plánování, controlling, vnitřní audit, atd.). [6]

2.1.2 Okolí podniku

Za okolí podniku můžeme považovat vše, co se nachází mimo podnik jako organizace. Jakýkoli podnik vykazuje chování otevřeného systému, ve kterém jsou udržovány vztahy s okolím, ve kterém působí. Hospodářské výsledky podniku jsou závislémi na vnějších faktorech, které mají chování příležitostí nebo hrozeb. Zejména významnou je znalost podnikového okolí z důvodu pochopení vztahů s okolím, zvýšení adaptace na okolí a také pro možnost ovlivňování okolí. [3]

Vývoj okolí rovněž výrazně působí na podnik ve formě omezujících podmínek, ale také příležitostí pro jeho další rozvoj. Včasná aplikace těchto příležitostí vede k získání konkurenční výhody. Také daný podnik ovlivňuje své okolí. Je nutné se zaměřit na včasné odhalování příležitostí a šancí, kterými mohou být například obsazení mezery na trhu či dokonce uspokojení nové zákaznické potřeby vytvořením nového výrobku či služby.

Okolí podniku by mělo být bráno vedením podniku v úvahu v rámci každého rozhodnutí, protože se jedná o jeden z nejdůležitějších faktorů, je nutno dohlížet na změny, které by mohly střednědobě i dlouhodobě nastat.

Podnikové okolí můžeme rozčlenit na sestavu prvků, které nepůsobí samostatně, ale vzájemně se ovlivňují. Mezi nejvýznamnější prvky okolí zahrnujeme:

- Geografické okolí – umístění podniku, vliv globalizace na podnik, logistické systémy nákupu a prodeje,
 - Technologické okolí – technologický pokrok podniku a jeho účinky,
 - Sociální okolí – sociální důsledek činnosti podniku, sociální zájmy zaměstnanců a okolí,
 - Politicko-právní okolí – zájmy politických stran a z toho plynoucí změny právní normy určující podnikání, možnosti a hranice chování podniku,
 - Ekonomické okolí – globální ekonomické prostředí, stát, finanční instituce, zásobovací a odbytové trhy, činnost ostatních ekonomických subjektů
 - Ekologické okolí – regulace a ekonomická zátěž, příležitosti pro podnikový rozvoj,
 - Etické okolí – podniková etika
- Kulturně-historické okolí – úroveň kultury a vzdělanosti obyvatelstva, podmínky pro ekonomický rozvoj. [6]

Okolí podniku je dále děleno na vnitřní a vnější okolí. Za vnitřní okolí považujeme síly působící uvnitř podniku, oproti tomu vnější okolí zahrnuje mikrookolí a makrookolí. Mikrookolí zahrnuje faktory, které podnik může částečně ovlivnit. Makrookolí rovněž působí na podnik, ale tyto faktory nelze již podnikem ovlivnit. Tyto faktory mnohdy mají rozhodující vliv na podnik, ale jsou pevně dané a nejsou závislé na chování podniku na daném trhu. [3]

2.1.3 Konkurence

Konkurenci lze charakterizovat jako otevřenou množinu všech konkurentů, kteří vytvářejí v konkrétním čase a stanoveném území konkurenčního prostředí multiplikační efekt tvořený mnoha faktory, které jsou ve stálé interakci se silovými poli jednotlivých konkurentů. Konkurenty tak považujeme za prvky množiny konkurence, kteří se projevují silovými poli na jejichž základě působí na konkurenci, a to za účelem získání rozhodujícího vlivu a role v konkurenčním prostředí oproti svým konkurentům rychlým a efektivním způsobem. [2]

Konkurence vykazuje známky soupeření, které nazýváme hospodářskou soutěží. Na tento pojem má širší než pouze ekonomické hledisko, je nutno brát v potaz i hlediska kulturní,

sociální, etická a politická. V rámci podnikání nesmíme zapomenout na žádný ze zorných úhlů konkurence, přestože ekonomický záběr je prioritou. Za konkurenci považujeme vztah mezi dvěma a více subjekty (konkurenty).

Pro vstoupení podniku do konkurenčního vztahu je nutno splnit alespoň tyto dva předpoklady:

- podnik musí mít konkurenční potenciál, tedy vykazovat známky konkurenceschopnosti,
- podnik musí mít konkurenční zájem, z čehož plyne, že musí disponovat podnikavostí.

Je nutné uvědomovat si rozdíl mezi konkurencí, která je produktem aktivity podniku a konkurenceschopností jako potenciálem podniku.

Ekonomie se věnuje převážně míře dokonalosti (nedokonalosti) konkurence. Ta je závislou na míře naplnění modelových podmínek a omezení. Formy konkurence lze rozdělit do tří kategorií:

- **Konkurence napříč trhem** – jedná se o konkurenci mezi stranami nabídky a poptávky. Výrobce chce své výrobky prodávat s co nejvyšším ziskem, ale spotřebitel má zájem uspokojit své potřeby za cenu co nejnižší. Tyto protichůdné postoje nutí obě strany ke kompromisu a vytvoření rovnovážného stavu mezi nabídkou a poptávkou.
- **Konkurence na straně poptávky** – střet zájmů mezi jednotlivými spotřebiteli na trhu. Každý spotřebitel má zájem nakoupit co nejvíce výrobků za nejnižší možnou cenu, a to i na úkor ostatních spotřebitelů. Pokud poptávka po zboží převyšuje nabídku, význam této konkurence roste a může vést až k růstu ceny daného zboží.
- **Konkurence na straně nabídky** – výrobce se snaží prodat největší možné množství zboží za nejvýhodnějších podmínek, za účelem maximalizace svého zisku. Dalším cílem je oslabit pozice ostatních konkurentů na trhu. Významná dynamika je získána na straně nabídky, pokud je nabídky menší než poptávka. Tento stav vede mezi výrobcí k poklesu ceny. Konkurenci na straně nabídky lze dále rozdělit na cenovou či necenovou a dokonalou či nedokonalou.

- **Cenová a necenová konkurence** – cenová konkurence spočívá ve snaze výrobců přilákat co nejvíce spotřebitelů prostřednictvím snižování cen vlastních výrobků. Podstata necenové konkurence je v získání zákazníků jinými metodami než přímou cenovou konkurencí. Jde především o metody, které jsou založeny na kvalitě, technické úrovni výrobků, designu či image.
- **Dokonalá a nedokonalá konkurence** – dokonalou konkurenci lze do jisté míry chápat jako ideální. Je pro ni charakteristický velký počet konkurentů na straně nabídky i poptávky a také napříč trhem. Nedokonalá konkurence může nabývat řady různých forem, například: *Monopolní konkurence* (trh jednoho výrobku s mnoha výrobci a s volným vstupem na trh), *Oligopol* (nabídka je uskutečňována pouze malým počtem prodávajících) a *Monopol* (na daném trhu se vyskytuje pouze jeden dodavatel, který jeden výrobek dodává řadě zákazníků) [7]

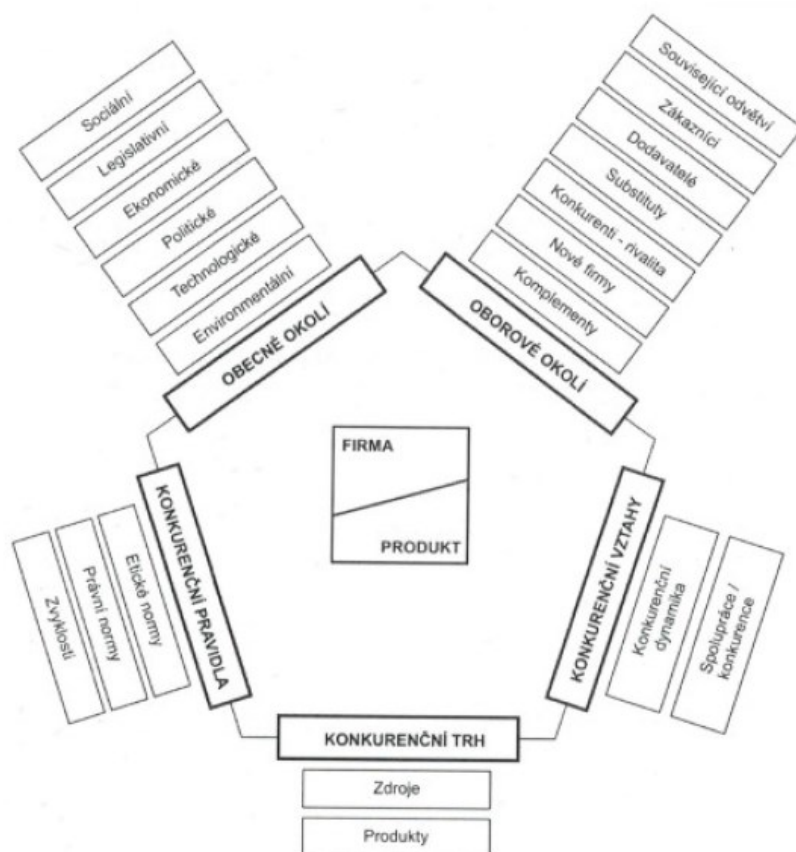
2.1.4 Konkurenční prostředí

V ekonomickém pojetí vytváří konkurenční prostředí pomyslné mantinely hřiště, kde v času a prostoru navzájem soupeří podnikatelské subjekty o získání co největšího úspěchu a efektivnosti při uskutečňování obchodních, ekonomických a dalších operací, které vykonává za účelem dosahování zisku a uspokojení z podnikatelských aktivit. Konkurenční prostředí má další důležitou roli, je soudcem, který určuje vítěze a poražené a odlišuje tak efektivní subjekty od těch méně úspěšných.

Z marketingového pojetí považujeme za konkurenční prostředí místo, kde se setkává potřeba prostředí, která se projevuje pocitem nedostatku s touhou po uspokojení potřeby, kterou lze vyměřit jako nabídku a poptávku. [2]

Konkurenční prostor je definován jako široké okolí firmy s vazbami mezi jednotlivými vlivy a hodnocením chování jednotlivých subjektů působících na trhu nebo daný trh svou činností ovlivňují. Konkurence je v konkurenčním prostředí považována za dynamickou složku, která je výsledkem parametrů prvků v konkurenčním prostoru, a to při zaměření na cíle firmy, které chce dosáhnout.

Základní složky konkurenčního prostředí jsou znázorněny na obr. 2.1. Lze je shrnout do šesti základních oblastí, kterými jsou: Obecné okolí, Oborové okolí, Konkurenční vztahy, Konkurenční pravidla, Konkurenční trh a Konkurenční vztahy (Konkurenční řetězec). [18]



Obr. 2.1 Konkurenční prostor

Zdroj: [18]

Obecné okolí je definováno v souladu s obvyklými přístupy, které jsou užívány ve strategickém managementu a zahrnují faktory legislativní, ekonomické, politické, technologické a environmentální. Oborové okolí obsahuje prvky z Porterova modelu konkurenčních sil ovlivňujících atraktivitu daného trhu – zákazníci, konkurence, dodavatelé, nové firmy apod.

Abychom byli schopni vyjádřit optimální strategii je nutno získat povědomí o případných provázanostech – konkurenčních vazbách. Jsou to souvislosti mezi jednotlivými složkami prostoru, v případě že na trhu lze nalézt větší množství takových vazeb, označujeme je jako konkurenční řetězec. Konkurenční vztahy vyjadřují chování konkurentů, které je

většinou hodnoceno pouze v rámci Porterova modelu. Konkurenční trh z hlediska trhu produktů a zdrojů je významný kvůli odlišnosti těchto trhů. Konkurenční pravidla jsou hodnotitelem trhu z pohledu norem, kterými jsou zákony, předpisy, etické normy a zvyklosti. Jedná se o zhodnocení, co je dovoleno a považováno za akceptovatelné a očekávané od chování všech podnikatelských subjektů. [18]

2.1.5 Konkurenceschopnost

Konkurenceschopnost představuje již po celá desetiletí jedno z velmi často diskutovaných témat. Přestože je tento pojem velmi často užíván, není chápán jednotně, ale existují na něj dva odlišné pohledy.

Makroekonomický pohled je zastáván Evropskou unií, která vykládá pojem konkurenceschopnost jako schopnost ekonomiky zvyšovat produktivitu, a to jako jediný způsob dosažení udržitelného růstu příjmu na osobu, který dále vede k růstu životního standardu. Konkurenceschopnost lze tedy považovat za soubor institucí, politik a faktorů se značným vlivem na úroveň produktivity země. [1]

Dle pojetí mikroekonomického se považuje konkurenční výhoda podniku, který je v tomto ohledu vlastníkem konkurenceschopnosti, za výsledek lepšího zvládnání podnikových procesů, než dosahují ostatní subjekty neboli konkurenti daného podniku. [12]

Konkurenceschopnost je pozitivní vlastností konkurenta a jeho výsledný projev interakce s velkým množstvím konkurentů v konkurenčním prostředí. Konkurenceschopnost lze tak definovat jako faktorový a vektorový výsledek působení sil všech konkurentů v konkurenčním prostředí. [2]

Dalším významným faktorem, který rozhoduje o míře úspěšnosti podniku je jeho celosvětová konkurenceschopnost neboli způsobilost podniku získávat zakázky v zájmovém regionu, udržet se v něm a dosahovat přiměřeného zisku. Tuto schopnost je nutno zabezpečit takovým způsobem, že všechny zájmové subjekty propojené s podnikem jsou schopny pracovat za podmínek, které jsou pro danou lokalitu charakteristické. [5]

Dnešními zbraněmi v boji za konkurenceschopnost jsou: Kreativita, Vzdělání, Kvalifikace, Know-how, Výkonově orientovaná motivace, Účelná komunikace pomocí sociálních technologií, Týmová práce spojená s osobní spokojeností, Neustálé zlepšování,

Odvaha podstoupit rizika a Spolupráce založená na důvěře. Za hlavní směr zvyšování konkurenceschopnosti považujeme kreativitu, která nám umožňuje:

- Uvést nový výrobek či službu na trh,
- Zavést nové výrobní nebo obchodní metody či převést určité metody do nové oblasti podnikání,
- Otevřít nový zahraniční nebo domácí trh, ve kterém se daný produkt dosud nedistribuoval,
- Získat nové zdroje surovin, polotovarů či nakupovaných služeb, vytvořit nový model podnikání. [14]

2.1.6 Konkurenční výhoda

Konkurenční výhodě lze porozumět pouze v tom případě, že nebudeme vnímat podnik jako celek. Zdrojem konkurenční výhody jsou samostatné činnosti, které jsou podnikem vykonávány, když navrhuje, vyrábí, uvádí na trh, dodává a podporuje svůj výrobek. Každá z činností působí na relativní postavení podniku z hlediska výše nákladů a tvoří základnu pro diferenciaci podniku.

Pokud máme zájem analyzovat zdroje konkurenční výhody, je nutné nejprve systematicky zkoumat veškeré činnosti prováděné podnikem a zkontrolovat, jakým způsobem na sebe vzájemně působí. Jako základní nástroj pro takováto zkoumání se využívá hodnotový řetězec. Hodnotový řetězec rozčleňuje podnik na strategicky významné činnosti, abychom byli schopni porozumět chování nákladů a rozpoznat existující i potenciální zdroje diference. Konkurenční výhoda podnikem získána tak, že bude strategicky důležité činnosti vykonávat lépe a levněji než ostatní konkurenti. [12]

Charakter konkurenční výhody je schopen ovlivnit konkurenceschopnost domácích podniků na světovém trhu a přispět tak ke zvýšení hospodářské úrovně. Za předpoklad kvalitativně založené konkurenční výhody lze považovat zvyšování technologické úrovně ekonomických činností, které jsou ovlivněny dosaženou úrovní národní ekonomiky. [3]

2.1.7 Výkonnost

Výkonnost je významným předmětem hodnocení podniku a jeho konkurenceschopnosti. Pojetí výkonnosti je spojeno s výkonem, realizovaným výstupem

daného podniku. [13] Obecně je výkonnost charakteristikou, kterou je popisován průběh, jakým subjekt vykonává určitou činnost, a to na základě podobnosti s referenčním způsobem vykonání této činnosti. [17] Výkonnost bývá vymezena jako schopnost podniku co nejlépe zhodnotit vložené investice do podnikatelských aktivit. [16]

Na výkonnost lze nahlížet z odlišných hledisek. Podnikatelská výkonnost je vlastníky, manažery a zákazníky hodnocena rozdílně. Zákazníci hodnotí schopnost podniku předpovídat potřeby v momentě vzniku a nabídnutí kvalitního produktu za přijatelnou cenu. Z manažerského pohledu je dosahováno vysoké výkonnosti, když firma prosperuje. V tom případě udržuje firma stabilní podíl na trhu, loajální zákazníky, nízké náklady a vykazuje likvidní a rentabilní způsob hospodaření. Pro vlastníky je důležité zhodnocení kapitálu, který byl jimi do firmy vložen. Výkonnost má tedy firma, která je toho schopna v nejvyšší možné míře a nejkratším čase. [16] Rozlišujeme tři přístupy k měření výkonnosti:

- Klasické
- Modernější
- Ucelené

V rámci **Klasických přístupů** byl jako měřítko podnikové výkonnosti používán absolutní ukazatel zisku, později pak poměrové ukazatele, které jsme schopni lépe srovnat v prostoru a čase. Tradiční přístupy přistupují k hodnocení podnikové výkonnosti pouze na účetním principu, ať již hodnocení samostatným ukazatelem nebo na základě komplexního indikátoru, jakým je Altmanovo Z-score nebo Beaverův model. [5]

Modernější přístupy kritizují tradiční ukazatele z důvodu koncepční bariéry mezi tržním oceněním podniku a výkonností měřenou na základě účetních dat. [11] Rozdíl od klasických ukazatelů je v zohlednění veškerých nákladů na investovaný kapitál. Mezi tato kritéria spadá například cash flow výnosnost investic či ekonomická přidaná hodnota (EVA). [5]

Základem systému komplexního hodnocení výkonnosti dle **ucelených přístupů** je v určení vhodného okruhu hodnotících kritérií. [16] Do klasických přístupů řízení nejsou zahrnovány do hodnocení příspěvky ze všech aktivit, například inovační schopnost podniku, zákaznická spokojenost či zvyšování zákaznické kvalifikace. Tyto faktory nemůžeme měřit tradičními finančními nástroji, proto jsou uplatňovány komplexnější metody měření a hodnocení výkonnosti, ve kterých jsou zahrnuty i tyto složité měřitelné prvky. [5] Mezi tyto

metody řadíme Evropský model podnikatelské úspěšnosti (EFQM) nebo Balanced Scorecard. [16]

2.1.8 Klíčové ukazatele výkonnosti

Za klíčové ukazatele výkonnosti lze definovat ukazatele, které pomáhají podniku dosahovat jejich cílů pomocí definování a měření pokroku v daných cílech. Zjednodušeně, při pohledu na KPI lze zjistit, zda se k cíli přibližujeme či nikoliv. Zároveň lze spatřit dosavadní pokrok a pokrok, kterého je nutno dosahovat pro splnění cíle. [4]

Velké množství společností pracuje se špatnými ukazateli, které jsou jimi chybně nazývány klíčovými ukazateli výkonnosti. [10]

To je způsobeno tím, že jen malé množství organizací zkoumá, co klíčové ukazatele výkonnosti skutečně jsou. Ukazatele výkonnosti je možno rozdělit do těchto čtyř kategorií:

- Klíčové ukazatele výsledků (Key result indicators - KRI)
- Ukazatele výsledků (Result indicators - RI)
- Ukazatele výkonnosti (Performance indicators - PI)
- Klíčové ukazatele výkonnosti (Key performance indicators - KPI)

Klíčové ukazatele výsledků (KRI) jsou měřítka, která mnohdy mylně považujeme za klíčové ukazatele výkonnosti. Jsou zde řazeny ukazatele spokojenosti zákazníků, zaměstnanecké spokojenosti nebo čistý zisk před zdaněním. Tato měřítka jsou výsledkem řady aktivit. Poskytují obraz o tom, zda se podnik pohybuje správným směrem, ale nevypovídají o tom, co je třeba udělat pro zlepšení svých výsledků.

Ukazatele výsledků (RI) shrnují aktivity a veškerá finanční měřítka výkonnosti (denní či týdenní analýzy prodeje, nicméně ty jsou výsledkem práce mnoha týmů). Abychom byli schopni pochopit, co zvýšit nebo snížit, je nutno nahlížet na aktivity, které vytvořili daný prodej. Mezi ukazatele výsledků lze zařadit Čistý zisk na klíčových produktových řadách, Včerejší prodeje a Stížnosti klíčových zákazníků. [10]

Ačkoliv jsou **Ukazatele výkonnosti (PI)** důležitými, nejsou klíčové pro podnikání. Pomáhají jednotlivým týmům se sladit se svými organizačními strategiemi. Jedná se o nefinanční ukazatele a jsou doplňkem k KPI. Jsou uváděny společně s klíčovými ukazateli výkonnosti v rámci scorecardu podniku a také každé divize, oddělení a týmu. Ukazatele

výkonnosti zahrnují například Procentuální zvýšení prodeje u TOP 10 % zákazníků, Pozdní dodávky klíčovým zákazníkům nebo Počet návrhů zaměstnanců provedených za posledních 30 dní. [10]

Klíčové ukazatele výkonnosti jsou souborem ukazatelů, které jsou zaměřeny na ta hlediska výkonnosti, které jsou kritické pro současné a budoucí úspěchy organizace. Jen málokdy jsou klíčové ukazatele výkonnosti pro danou organizaci novými. Jedná se buď o ukazatel, které nebyly doposud uznávány, nebo na mě nebyl současným vedením brán zřetel. [10]

Na základě různých analýz a diskuzí lze definovat sedm charakteristik pro klíčové ukazatele výkonnosti:

- 1) Jedná se o nefinanční měřítko. Pokud bude k tomuto měřítku přiřazen jediný dolar, změní se na ukazatel výsledku.
- 2) Měření je opakováno. KPI je vhodné měřit denně, u některých týdně. V případě, že by k měření docházelo méně často, nemohou být tato měřítko klíčová, tj. nemohou být klíčem pro podnikání, pokud jsou měřeny, až se něco stane. Jsou orientována na budoucnost a současnost. Většina měřítek společnosti jsou minulé ukazatele, kterými byly změřeny události za poslední měsíc či čtvrtletí.
- 3) Zabývá se jimi generální ředitel a vrcholové vedení podniku. Klíčové ukazatele výkonnosti jsou nositelem změny, čímž si získávají velkou pozornost generálního ředitele včetně každodenních porad či telefonátů odpovědným zaměstnancům.
- 4) Pochopit daná měřítko a opatření k nápravě je nutno požadovat u všech zaměstnanců společnosti. Na základě klíčových ukazatelů výkonnosti by mělo být jasné, jaká opatření je nutno přijmout.
- 5) Odpovědnost je vázána k jednotlivci nebo týmu. KPI jsou ve firmě zakořeněny velmi hluboko, a proto mohou být přiřazeny na starost danému týmu. Generální ředitel je následně schopen kdykoliv konkrétní osobě či skupině osob zatelefonovat a zjistit, jaký je jeho aktuální stav.
- 6) Klíčový ukazatel výkonnosti zpravidla ovlivňuje jeden nebo více kritických faktorů úspěchu a více než jednu z perspektiv balanced scorecard.
- 7) Jsou podporovatelem vhodných kroků. Předtím, než se z ukazatele výkonnosti stane KPI, je nutno zajistit, aby podporoval požadované chování, kterými je například

pomoc týmu sladit jejich chování soudržným způsobem ve prospěch organizace.
[10]

2.2 Vybrané metody hodnocení konkurenceschopnosti

Následující subkapitola byla věnována vybraným metodám pro hodnocení konkurenceschopnosti.

2.2.1 Benchmarking

Pojem benchmarking je založen na anglickém původu slova „benchmark“, který lze volným způsobem přeložit jako srovnávací ukazatel nebo komparativní bod. Tento překlad se dá považovat za výstižnou definici tohoto termínu, neboť se jedná o určení strategické pozice sledované společnosti na základě sledování vybraných aspektů s konkurenčními společnostmi. Benchmarking bývá zařazen mezi moderní přístupy využívané pro určování tržní pozice a řízení kvality, které v případě dodržení základního postupu mohou mít u každého případu individuální interpretaci. [8]

Rovněž můžeme benchmarking definovat jako postup využívaný pro měření výkonnosti prostřednictvím porovnávání společnosti s organizacemi, které představují špičku v daném odvětví a jsou s danou společností srovnatelné. Dále jsou zjišťovány poznatky, jakým způsobem dané organizace byly schopny úspěchu dosáhnout a jak informace k benchmarkingu využívat pro zlepšení své výkonnosti [9]

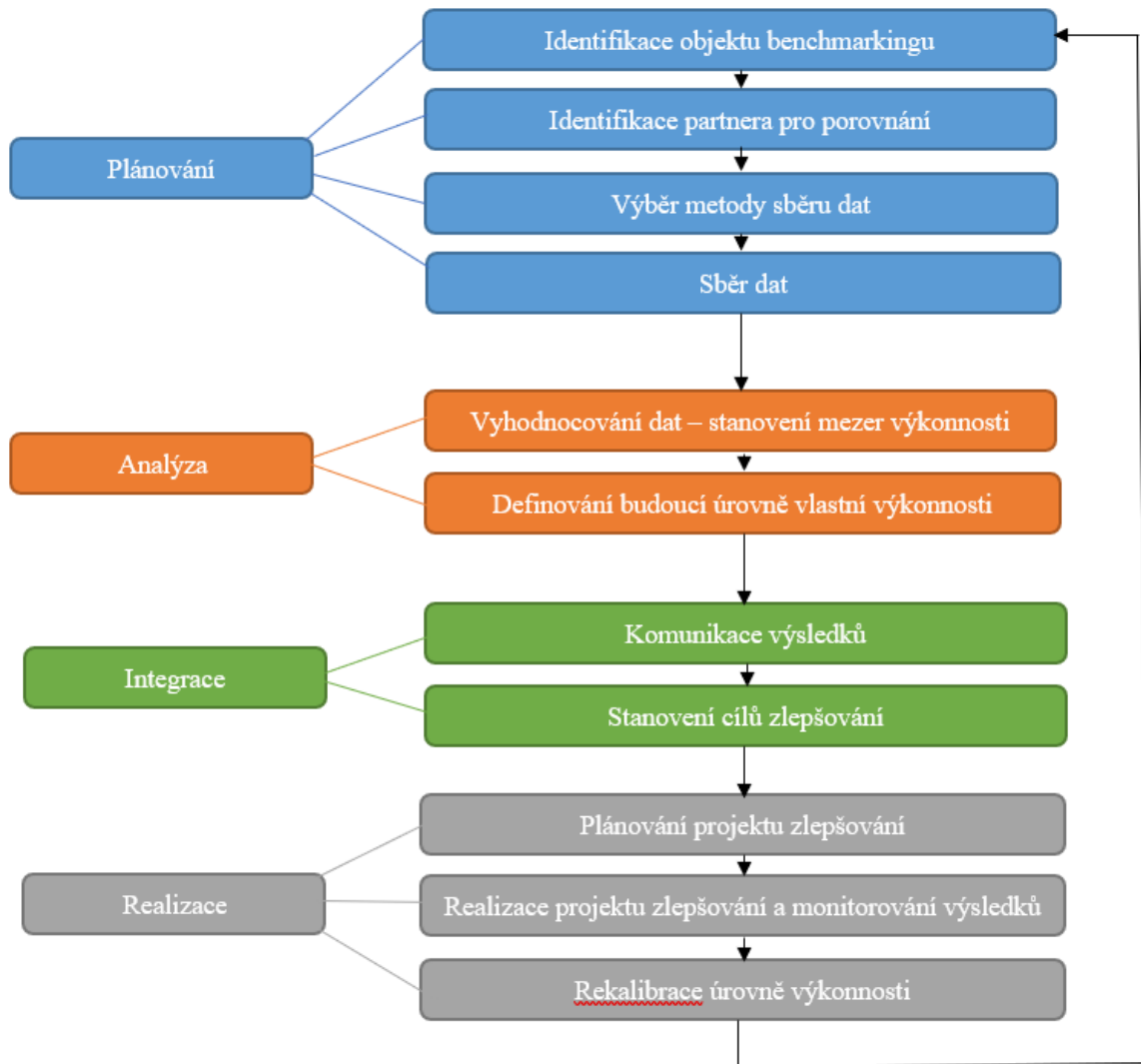
K benchmarkingu jsou vztaženy dva základní přístupy: **interní** a **externí**.

Interní benchmarking umožňuje podniku dosahovat efektivního snižování výkonnostních rozdílů mezi jednotlivými odděleními. Personál je veden k efektivnímu nabytí znalostí o obecných postupech benchmarkingu, který je využíván v rámci realizace interního benchmarkingu. Jeho zpracování je ve srovnání s externím benchmarkingem výrazně kratší. Je však nutno uvést, že při nesprávném provedení dochází k identifikaci mylných skutečností. Firmě hrozí, že se příliš zaměří na své interní prostředí a nevěnuje následně dostatečnou pozornost vlivům z okolního podnikatelského prostředí. Rovněž jej nelze provádět v kategorii firem malého a středního podnikání, je vhodný pouze pro velké firmy, kterých se na českém trhu vyskytuje zhruba 1 %. [8]

Externí benchmarking vychází z komparace dvou nebo více společností. Abychom byli schopni získat relevantní výsledky, je nutné dbát na výběr vhodného partnera či partnerů, kteří dané společnosti konkurují. Prostřednictvím externího benchmarkingu jsme schopni dosáhnout nejvíce směřodatných výsledků, které jsou potřebné pro stanovení nových taktik a strategií. V oblastech malého a středního podnikání jde rovněž o jedinou možnost realizace benchmarkingu. [8]

Benchmarking je procesem identifikace, analýzy a zjištění, který je realizován na základě jasně stanovených postupů. Dochází k rozdělení na pět hlavních částí postupu, kterými jsou: **Fáze iniciační, Analytická, Integrační a Realizační.**

Souslednost těchto procesů je znázorněna na obr. 2.2.



Obr. 2.2 Proces benchmarkingu

Zdroj: [8]

2.2.1.1 Iniciační fáze

Fáze iniciační spočívá ve dvou zásadních krocích. Prvním je vybrání vhodných přístupů benchmarkingu a určení jeho druhu. Následuje plánování procesů a identifikace kritérií pro výběr vhodných benchmarkingových partnerů. Benchmarking je následně aplikován na základě iniciativy pro zavedení změn v podnikovém řízení. Je nezbytné, aby vedení podniku provedlo identifikaci potřebných změn. [8]

Přípravenost společnosti k benchmarkingovému projektu je velmi důležitou součástí iniciační fáze, v rámci níž existuje řada bariér. Velmi často se jedná špatně naplánování zdrojů,

nedostatek podpory procesu od Top managementu, konflikty na pracovišti nebo nedostatečná znalost problematiky u klíčových zaměstnanců. Mnohdy jsou to pouze subjektivní bariéry, které je možno často rychle a levně odstranit. [15]

Protože benchmarking není normovanou aktivitou podniků, lze jej přizpůsobit na základě požadavků dané společnosti, s čímž je spojen výběr vhodného modelu benchmarkingu. Výběr je závislý na odpovědném manažerovi nebo členech vrcholového managementu, kteří mohou sestavit vlastní metodickou stupnici. [15]

2.2.1.2 Plánovací fáze

V rámci **fáze plánování** dochází k rozhodnutí, na jakou oblast bude benchmarkingový projekt zaměřen. Může se jednat o produkt, hospodářské výsledky či jiný objekt výzkumu, kde budeme schopni odhalit slabá místa. Toto rozhodnutí vychází ze sebehodnocení, auditů či vybraných analýz. Volba je konzultována benchmarkingovým týmem společnosti.

Další kroky jsou zaměřeny na výběr vhodných benchmarkingových partnerů. Pro získání relevantních a přínosných výsledků je třeba dbát na tento výběr zvláštní zřetel. Po výběru vhodného partnera dochází k stanovení pravidel a hranic mezi partnery pokud se nejedná o benchmarking, který je založen pouze na základě externích zdrojů. [15] V případě externího výkonového benchmarkingu se jako metoda sběru dat volí analýza dokumentů v podobě účetní závěrky z veřejné sbírky listin. [8]

2.2.1.3 Analytická fáze

Po shromáždění všech potřebných dat od partnerů a vlastní společnosti dojde ve **fázi analytické** k jejich zpracování, ze kterého jsme schopni získat požadované výsledky a podklad pro zavedení změn. Všechna získaná data jsou tříděna a poskytují podklad pro kvalifikovanou analýzu benchmarkingových operací. V rámci analýzy mohlo dojít k jejímu zkreslení, a to například porovnáváním nesrovnatelných faktorů, které vedly k nesprávné interpretaci výsledků. Proto je důležité v této fázi rozpoznat nesrovnatelné faktory, které by mohly analýzu zkreslit. Po vyřídění informací dochází ke kvalitativní kontrole, při které jsou identifikovány zřejmé odchylky a jiné nesrovnalosti. Dochází ke kontrole vlastních materiálů a jsou prováděny průzkumy zpětné vazby u respondentů. [8]

Poslední krok analytické etapy spočívá v odhalování výkonnostních a dalších rozdílů mezi sledovanou společností a benchmarkingovými partnery. Odlišnosti jsou dále zkoumány a benchmarkingový tým se snaží zjistit důvody rozdílů a lepších výsledků jedné ze zkoumaných společností. Jsou interpretovány rozdíly v grafech a tabulkách pro maximální přehlednost dosažených zjištění. Závěrem je syntéza rozdílů mezi benchmarkingovými partnery a vytvoření návrhů vhodných změn pro dlouhodobé zlepšení výsledků sledované organizace. [15]

2.2.1.4 Integrační fáze

Fáze integrace je započata okamžikem, kdy benchmarkingovým týmem byly formulovány prognózy vývoje sledovaných výkonnostních parametrů u benchmarkingových partnerů a byly vytvořeny návrhy na zlepšení. Aktivitu benchmarkingový tým předá vrcholovému vedení společnosti, kterému jsou výsledky sděleny prostřednictvím *Zprávy o benchmarkingu* a následně blíže specifikovány formou detailní prezentace.

Vrcholový management v rámci svých porad výsledky projednává a rozhoduje, zda navržené změny budou ve firmě realizovány. Pro účinnou implementaci změn je nejvhodnější zaměstnance motivovat a reagovat na veškerou jimi poskytovanou zpětnou vazbu. Po výběru změn, které korespondují se strategií dané společnosti, je managementem přistoupeno k vypracování plánu realizace (akčního plánu), který obsahuje kdy, jak a do jaké doby budou změny realizovány. [15]

2.2.1.5 Realizační fáze

Po zpracování konkrétních akčních plánů, jsou s nimi obeznámeni všichni potřební zaměstnanci, kteří se s nimi ztotožňují a podílí se na jejich naplňování. Podstatou **fáze realizace** je plánování a realizace změn, kterých bylo zjištěno na základě výsledků benchmarkingového projektu. Realizační projekt obsahuje přesné stanovení termínů, aktivit a požadovaných výsledků. Harmonogram může být sestaven za pomoci vybraných metod, kupříkladu Gantova grafu nebo Síťového grafu. Pro implementaci změn je rovněž nutno vymezit náklad, naplánovat zdroje a identifikovat rizika tzv. maticí rizik [8]

2.2.2 ABC analýza

Paretova analýza neboli analýza ABC je snadným, nicméně velmi efektivním nástrojem, na jehož základě jsou firmy schopny se zaměřit na to, co je pro ně skutečně významné. Tato analýza může být společností užita na vlastní výrobky, služby, skladové zásoby nebo zákazníky. Na principu Paretovy analýzy jsme rovněž schopni rozprodávat firmu, propouštět zaměstnance nebo rozhodnout o řadě jiných věcí. [20]

Paretovo pravidlo (80:20)

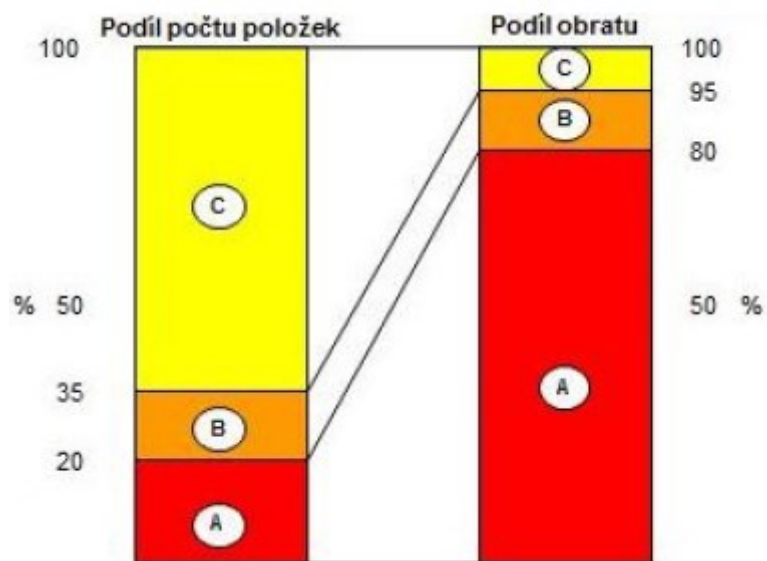
Po převedení Paretova pravidla do prostředí nákupu, můžeme zjistit, že:

- 80 % nákupního obrátu bude produkováno 20 % položek,
- 80 % nákupního objemu uskutečníme u 20 % dodavatelů,
- 80 % skladové plochy obsazuje 20 % skladových položek,
- 80 % výsledků naší práce dosáhneme z 20 % času

Z pravidel výše vyplývá, že pokud věnujeme pouze 20 % času omezenému počtu klíčových dodavatelů, dojde k ovlivnění výsledků naší práce o 80 %. Je proto vhodné provést tuto analýzu a soustředit naši pozornost směrem ke klíčovým činnostem, dodavatelům či komoditám. Nesmíme ovšem zapomínat i na ostatní (neklíčové) subjekty. Je důležité připomenout, budeme-li pracovat například s nákupním obrátem, zjistíme, že rozdělení 80/20 není platné absolutně. [19]

V případech, kdy je pro danou situaci Paretovo pravidlo nedostačující, bývá užito detailnějšího rozdělení pomocí ABC analýzy. Tato analýza spočívá v rozčlenění jednotlivých skupin dodavatelů, zásob, komodit či položek do tří kategorií dle jejich významu. Nyní si uvedeme specifika jednotlivých kategorií:

- **Kategorie A** – klíčové položky, které mají pro organizaci hlavní význam, jedná se přibližně o 20 % položek a 80 % nákupního obrátu.
- **Kategorie B** – položky střední důležitosti, přibližně 15 % položek a 15 % nákupního obrátu.
- **Kategorie C** – velký počet málo důležitých položek s nízkým objemem nákupu a možností náhrady, jedná se o 65 % s přibližným nákupním obrátem 5 %. [19]



Obr. 2.3 Rozdělení podílu počtu položek do jednotlivých kategorií a jejich podíl na obrátu

Zdroj: [19]

3 Charakteristika Ekonomické fakulty VŠB-TUO

Tato kapitola je věnována detailní charakteristice Ekonomické fakulty VŠB-TUO, a to včetně její historie, současnosti i budoucnosti a také současné nabídky studijních oborů a specializací.

3.1 Historie Ekonomické fakulty VŠB-TUO

Založení Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava je datováno na březen roku 1977 s účinností od 1. 4. 1977. Po založení bylo možno studovat obory Ekonomika a řízení průmyslu, Řízení a plánování národního hospodářství a Systémové inženýrství. Na fakultě bylo zaměstnáno 70 akademických pracovníků a ve škole studovalo 1180 studentů prezenčního studia a 455 studentů studia kombinovaného. Je důležité zmínit, že počet studentů od založení každoročně stoupal. Již od roku 1977 bylo usilováno o dosažení celostátní významnosti a prestiže fakulty.

Ekonomické fakultě VŠB-TUO se podařilo získat na trhu se vzděláním pověst, díky které je nyní považována za jednu z nejlepších a zároveň největších fakult s ekonomickým zaměřením v České republice. Na škole nyní studuje něco přes 2500 studentů v rámci všech forem studia. Na fakultě je také možnost studia MBA, které probíhá pod záštitou Liverpool John Moores University, UK. [22]

3.2 Možnosti studia na Ekonomické fakultě VŠB-TUO

Uchazečům o bakalářské studium je poskytnuta možnost si vybrat některý ze sedmi studijních programů, přičemž některé programy jsou dále děleny na jednotlivé studijní specializace. V případě navazujícího magisterského studia je možnost si vybrat z nabídky šesti studijních programů a pro zájemce o doktorské studium jsou připraveny tři programy doktorské.

3.2.1 Bakalářské studium

Pro uchazeče o bakalářské studium bylo připraveno sedm studijních programů, kterými jsou:

- Aplikovaná ekonomie
- Ekonomika a management
- Finance
- Informatika v ekonomice
- Marketing
- Účetnictví a daně
- Veřejná ekonomika a správa

Všechny tyto studijní programy budou v rámci této subkapitoly blíže popsány včetně jejich specializací a možnosti uplatnění absolventů těchto oborů.

3.2.1.1 Aplikovaná ekonomie

Pro uchazeče se zájmem o studium tohoto studijního programy jsou připraveny dvě studijní specializace, a to Ekonomický rozvoj a Mezinárodní ekonomické vztahy. [23]

Specializace **Ekonomický rozvoj** poskytuje svým studentům rozsáhlé znalosti ve fungování a řízení firem i veřejného sektoru. Rovněž se naučí, jak aktivně analyzovat a následně řešit ekonomické problémy. Tato specializace nabízí předměty, jakými jsou například Lokalizace a regionální rozvoj, Trh práce a řízení lidských zdrojů či Projektový management. Díky nabitým vědomostem jsou připraveni vykonávat profese ekonom práce, projektový manažer nebo specialista v oblasti regionálního rozvoje. [35]

Mezinárodní ekonomické vztahy jsou vhodnou specializací pro uchazeče se zájmem o problematiku spojenou s fungováním globalizované světové ekonomiky. V rámci studia získají přehled o fungování Evropské unie a budou mít znalost o ekonomické integraci a globalizaci. Tyto nabitě vědomosti lze uplatnit v oblasti čerpání dotací z eurofondů a budou se moci aktivně podílet na utváření dění v české i evropské hospodářské politice. Na studenty čekají předměty jako například Evropská unie, Projektový a dotační management či Integrovaní procesy ve světové ekonomice. Tyto předměty je připraví na výkon profesí specialisty na vnější

ekonomické vztahy a zahraničně obchodní činnost, referenta v útvarech státní správy a samosprávy nebo finančního analytika. [44]

3.2.1.2 Ekonomika a management

Studijní program Ekonomika a management nabízí pro své studenty specializace Ekonomika a právo v podnikání, Management, Podniková ekonomika a Sportovní management. [25]

Ekonomika a právo v podnikání je zaměřeno na pochopení souvislosti mezi ekonomikou a právem, znalost zákona o obchodních korporacích a rovněž budou absolventi schopni formulovat pojistné, obchodní či další smlouvy týkající se podnikatelské činnosti a znalost oblasti trestně-právní, reklamním a živnostenském právu. Tato problematika bude přiblížena předměty Obchodní právo v praxi, Ekonomická kriminalita nebo Živnostenské právo. Absolventi budou mít vhodné znalosti pro výkon profesí exekutora, insolvenčního správce či specialisty výběru a vymáhání pojistného. [37]

Management poskytuje svým studentům teoretické i praktické dovednosti pro zvládnutí manažerských funkcí, jakým způsobem zvládat personální procesy včetně vztahů a odměňování, a to na základě řady manažerských technik a metod, které umožní efektivně sestavit pracovní tým a úspěšně jej vést a jak zvládat případné krizové situace ve společnosti. Tyto dovednosti jsou vyučovány v rámci předmětů Manažerské dovednosti, Řízení lidských zdrojů a Manažerská psychologie a sociologie. Absolvent je vhodným kandidátem pro pozici asistenta ředitele, vedoucího kanceláře či koordinátora pracovní agentury. [40]

Podniková ekonomika své studenty naučí, jakým způsobem založit podnik, pochopit právní rámec podnikání včetně různých postupů uplatňovaných při řízení podniku, celkový rozvoj podniku a hodnocení efektivnosti vynaložených investic. Také jsou jim přiblíženy postupy marketingového výzkumu a základy projektového managementu. Tyto znalosti jsou součástí předmětů Podniková ekonomka, Logistika a Management kvality. Úspěšní studenti naleznou po studiu uplatnění jako referent nákupu a prodeje, manažer a specialista kvality či plánovač výroby. [46]

Sportovní management je vhodnou volbou pro uchazeče, kteří mají blízko ke sportu. V rámci studia je studentům vysvětleno, co vše je součástí práce sportovního manažera, jaké jsou zákonitosti sportovního managementu, sociologie sportu a sportovní etiky. Tato

problematika je probírána v předmětech Sportovní management a marketing, Profesní etika a etika sportu a Sociologie a filozofie tělesné kultury. Absolventi se budou orientovat v oblastech sponzoringu, sportovní reklamy a zdravého životního stylu, čímž mají předpoklady zastávat pozici sportovních trenérů, manažerů sportovních klubů nebo specialisty pro vyhledávání sportovních talentů a pro práci s talentovanou mládeží. [48]

3.2.1.3 Finance

Studijní program **Finance** není dělen na dílčí specializace a obsahuje pouze studijní program se stejným názvem. Uchazečům bude umožněno osvojit si způsoby finančního rozhodování, jakým způsobem hodnotit investiční projekty, provádět investice na kapitálových a peněžních trzích. Dále budou schopni sestavovat cenové kalkulace a oceňovat firmy či cenné papíry. K osvojení těchto znalostí studentům dopomohou předměty, kterými jsou např. Finanční řízení firmy, Daně ekonomických subjektů a Pojišťovnictví. Absolventi budou mít vše potřebné pro vykonávání povolání pojišťovacího makléře, osobního makléře nebo finančního a daňového poradce. [27]

3.2.1.4 Informatika v ekonomice

V rámci studijního programu **Informatika v ekonomice** nejsou dílčí studijní specializace a je možno studovat jen stejnojmenný studijní program. Studium své studenty provede od základů programování až k tvorbě webových aplikací a počítačových sítí. Také se seznámí s principy fungování informačních technologií v rozdílných organizacích a získají dobrou představu o potenciálu IT sektoru v podnikání. V průběhu studia studenti absolvují například předměty Tvorba internetových aplikací, Podniková ekonomika či Metody pro rozhodování manažera, díky kterým získají předpoklady pro práci na pozici IT analytika, správce sociálních médií nebo síťového specialisty. [29]

3.2.1.5 Marketing

Studijní program Marketing je tvořen dvěma specializacemi, kterými jsou Marketing a obchod a Marketingová komunikace.

Marketing a obchod umožňuje svým studentům pochopit, co zákazníci skutečně potřebují a jak změřit jejich spokojenost. Také je schopen je naučit, jak provádět marketingový výzkum, správně navrhnout poskytovanou službu či výrobek, jakým způsobem vhodně

prezentovat zboží v prodejnách nebo jak mají vypadat e-shopy a webové stránky, aby byly pro zákazníky co nejpřitažlivější a bylo možno se na nich snadno orientovat. Tyto znalosti získají také díky absolvování předmětů Marketingový výzkum, E-marketing nebo Obchodní činnosti. Jsou vhodnými kandidáty na pozice category manažera v maloobchodu nebo velkoobchodu, obchodního reprezentanta společnosti či manažera v marketingovém nebo obchodním oddělení společnosti. [42]

Marketingová komunikace je vhodnou volbou pro uchazeče se zájmem o problematiku reklamy a online marketingu. Studenti také získají přehled o komunikaci v médiích nebo na sociálních sítích a budou schopni zvládnout vytvořit jednoduché webové stránky. K nabytí těchto znalostí studentům pomohou např. předměty Marketingová komunikace, Reklamní grafika nebo Ekonomická žurnalistika. Své znalosti mohou využít při výkonu profese content manažera pro webové stránky, account manažera v reklamní agentuře nebo tiskového mluvčího ve společnostech a institucích. [43]

3.2.1.6 Účetnictví a daně

Studijní program **Účetnictví a daně** je schopen naučit studenty způsob, jak pochopit účetnictví, účetní standardy a výkaznictví či daňové systémy v České republice a rovněž daňovou politiku Evropské unie. Získají znalost, jak vést daňovou evidenci a sestavit veškeré účetní výkazy nebo daňová přiznání. Teoretický základ získají díky absolvování předmětů Daňová evidence, Účetnictví nebo Účetnictví kapitálových společností, na jejichž základě mají předpoklady pro pozice vedoucího pracovníka účetního oddělení v podnikatelském prostředí, finančního manažera na středním stupni řízení nebo asistenta insolvenčního správce. [32]

3.2.1.7 Veřejná ekonomika a správa

Studijní obor **Veřejná ekonomika a správa** připravuje studenty na to, jakým způsobem plánovat příjmy, kraje, státu, či veřejného sektoru, do kterého spadají např. školy a nemocnice. Dále způsoby správného hospodaření s finančními prostředky, vzdělávání zaměstnanců obcí, krajů a státu a jak hodnotit hospodaření v neziskových organizacích. K získání těchto znalostí jim dopomohou předměty Ekonomie veřejného sektoru, Neziskové organizace nebo Sociální a zdravotní politika. Absolventi mohou nalézt uplatnění jako správce rozpočtu na všech úrovních veřejné správy, správce veřejného majetku či kontrolora ve veřejné správě. [33]

3.2.2 Navazující magisterské studium

V rámci navazujícího magisterského studia jsou pro uchazeče otevřeny tyto studijní obory:

- Aplikovaná ekonomie
- Ekonomika a management
- Finance a účetnictví
- Informační a znalostní management
- Marketing a obchod
- Veřejná ekonomika a správa

Obdobně jako v případě bakalářských programů postupně budou představeny jednotlivé studijní specializace.

3.2.2.1 Aplikovaná ekonomie

Studijní program Aplikovaná ekonomie nabízí, jako tomu bylo u jeho bakalářské formy, dvě specializace: Ekonomický rozvoj a Mezinárodní ekonomické vztahy.

Ekonomický rozvoj navazuje na bakalářské studium a pomáhá studentům stát se vysoce kvalifikovaným odborníkem, který je schopen analyzovat a řešit ekonomické problémy na všech úrovních ekonomiky. Poskytuje rozsáhlé vzdělání v nástrojích a metodách, které jsou potřebné pro pochopení komplexních otázek hospodářské politiky i dalších specializovaných oblastí ekonomie. Absolventi mohou vykonávat pozice ekonomického analytika, hlavního ekonoma nebo projektového specialisty v oblasti přípravy a realizace národních projektů. [36]

Mezinárodní ekonomické vztahy naučí studenty zásady podnikání v mezinárodním prostředí a techniky, díky kterým budou schopni úspěšně řídit své projekty na mezinárodní úrovni. Získají dobrou orientaci v oblastech ekonomického rozvoje evropských a světových regionů i porozumí důležitosti mezinárodního obchodu. Tato specializace u nich rozvíjí potenciál stát se například analytikem v oblasti mezinárodního obchodu, projekt portfolio manažerem či odborníkem v oblasti konkurenceschopnosti firem. [45]

3.2.2.2 Ekonomika a management

Studijní program Ekonomika a management nabízí pro uchazeče o navazující magisterské studium specializace Ekonomika a právo v podnikání, Management a Podniková ekonomika.

Ekonomika a právo v podnikání je vhodnou volbou pro studenty, kteří projevují zájem o legislativu, která se skrývá za jednotlivými podnikovými procesy. Tato specializace jim poskytne znalost, jak si poradit s komplexními otázkami právních předpisů v Česku i v Evropě a také se zorientovat v legislativní problematice a v rámci podnikání samostatně rozhodnout na základě svých vlastních poznatků. Díky specifické kombinaci předmětů budou studenti schopni uzavírat obchodní, licenční či pojistné smlouvy. Mezi možnosti pracovního uplatnění po úspěšném ukončení studia spadá například daňový poradce, celní deklarant nebo manažer zahraničního obchodu. [38]

Management připravuje studenty především pro jejich budoucí kariéru, která bude spojena s vedením lidí v rámci oddělení či výrobní nebo obchodní společnosti. Osvojí si znalosti, jakým způsobem rozvíjet kariéru sebe i svých kolegů, klíčové vyjednávací strategie a aplikaci etických zásad v podnikatelském prostředí. Jsou dobrými kandidáty na pozice manažera podniku, specialisty controllingu a reportingu nebo vedoucího pracovníka na personálním útvaru. [41]

Podniková ekonomika podpoří u studentů uplatňování jejich logického a kritického myšlení pro řešení reálných projektů a rovněž je naučí, jak diagnostikovat podnikové problémy a orientovat se v oblasti ekonomického poradenství. V rámci výuky se obeznámí s principy fungování startupů a manažerská rozhodnutí otestovat formou simulačních her. V pracovním životě mají možnost najít uplatnění jako manažer a specialista kvality, poradce v oblasti ekonomiky a řízení podniku nebo specialisty v nadpodnikových sdruženích. [47]

3.2.2.3 Finance a účetnictví

V rámci navazujícího magisterského programu Finance a účetnictví jsou možným uchazečům nabízeny dvě studijní specializace, kterými jsou Finance a Účetnictví a daně.

Finance jsou studijní specializací, která své studenty provádí problematikou orientace na finančních trzích, principy analytického a kritického myšlení či jakým způsobem ovládat modely efektivního finančního řízení a rozhodování. Rovněž absolventi získají dovednost optimalizovat daňovou povinnost společnosti a hodnocení mezinárodních investic. Díky těmto znalostem mohou vykonávat pozice finančního analytika v bankách a pojišťovnách, bankovního ekonomy nebo finančního manažera v podnicích a finančních institucích. [39]

Účetnictví a daně prohloubí u studentů jejich znalosti v oblastech komplexních účetních a daňových transakcí v obchodních korporacích, konsolidace a auditingu. Naučí se způsoby, jak lze aplikovat pokročilé oceňovací přístupy, zásady vykazování dle mezinárodních standardů či s daňovou teorií a politikou nejen v rámci EU. Absolventi mají vhodné předpoklady zastávat funkci insolvenčního správce, vedoucího pracovníka účetního oddělení nebo účetního a daňového poradce. [49]

3.2.2.4 Informační a znalostní management

V rámci studijního programu **Informační a znalostní management** nejsou žádné dílčí specializace. Jedná se o vhodnou volbu, pro ty studenty, kteří mají zájem věci pochopit a utvořit si přehled o jednotlivých souvislostech. V rámci magisterského studia studenti získají přehled o softwarovém inženýrství a řízení bezpečnosti informací, budou schopni ovládat pokročilé analýzy dat a vyznat se v projektovém managementu. Mezi časté pozice absolventů tohoto studijního programu patří systémový architekt, big data analytik či vývojový IT pracovník. [30]

3.2.2.5 Marketing a obchod

Magisterský program **Marketing a obchod** přímo navazuje na bakalářské studium a prohlubuje znalosti, které jsou klíčové pro marketingové ovlivňování trhu a také pro úspěšnou realizaci obchodních aktivit. Studentům nebude cizí problematika marketingového řízení, a to také na mezinárodní úrovni. Mezi jejich další znalosti bude patřit přehled o marketingu na business trzích i v digitálním prostředí včetně Social media marketingu. Absolventi mají

potřebné dovednost pro výkon pozic manažera zahraničního obchodu, content manažera pro webové stránky nebo online marketingového specialisty. [31]

3.2.2.6 Veřejná ekonomika a správa

Studijní program navazujícího magisterského studia **Veřejná ekonomika a správa** je určen pro studenty, kteří mají zájem se aktivně podílet na rozvoji obce, kraje či státu. Studenti si rozšíří své znalosti vazeb a vztahů mezi veřejným a soukromým sektorem v rámci národní ekonomiky, stejně jako o oblast, týkající se fiskální teorie a politiky a budou schopni hodnotit efektivnost a účelnost veřejných služeb a způsob práce s dotacemi. Po vykonání státní závěrečné zkoušky absolventi často nacházejí uplatnění jako dotační a daňoví experti, specialisté na veřejné zakázky či vedoucí úřadu. [34]

3.2.3 Doktorské studium

Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava nabízí tři studijní programy i pro studenty, kteří projeví zájem nadále setrvat na akademické půdě a mají zájem se naplno začít věnovat výzkumné činnosti. Mezi doktorské studijní programy patří:

- Ekonomie
- Ekonomika a management
- Finance

Tyto tři studijní programy budou nyní blíže představeny.

3.2.3.1 Ekonomie

Doktorský studijní program **Ekonomie** je volbou pro studenty, kterým imponovala problematika probíraná v rámci předmětů Mikroekonomie a Makroekonomie včetně jejich aplikace na chování spotřebitelů, firem či vlády a přetrvává u nich zájem tyto znalosti rozšířit a mít možnost nabídnout světu i vlastní vědecká zjištění. Doktorandi získají znalosti z oblastí ekonomického výzkumu a ekonomického modelování. Po ukončení studií mají možnost nalézt uplatnění v akademické sféře, centrálních bankách nebo výzkumných ústavech a agenturách. [24]

3.2.3.2 Ekonomika a management

V rámci doktorského studia programu **Ekonomika a management** je studentům umožněno díky struktuře a obsahovému zaměření přímo navázat na získané znalosti z magisterského studia. Posluchači jsou připravováni k aplikaci řady exaktních metod, díky kterým mohou zvýšit efektivnost, a to jak analytické činnosti v podniku, tak rovněž i hledání a hodnocení variant řešení podnikových problémů. Po celou dobu studia jsou doktorandi vedeni odborně fundovanými školiteli. Vrcholným cílem doktorského studia je zpracování disertační práce ve zvoleném oboru. [26]

3.2.3.3 Finance

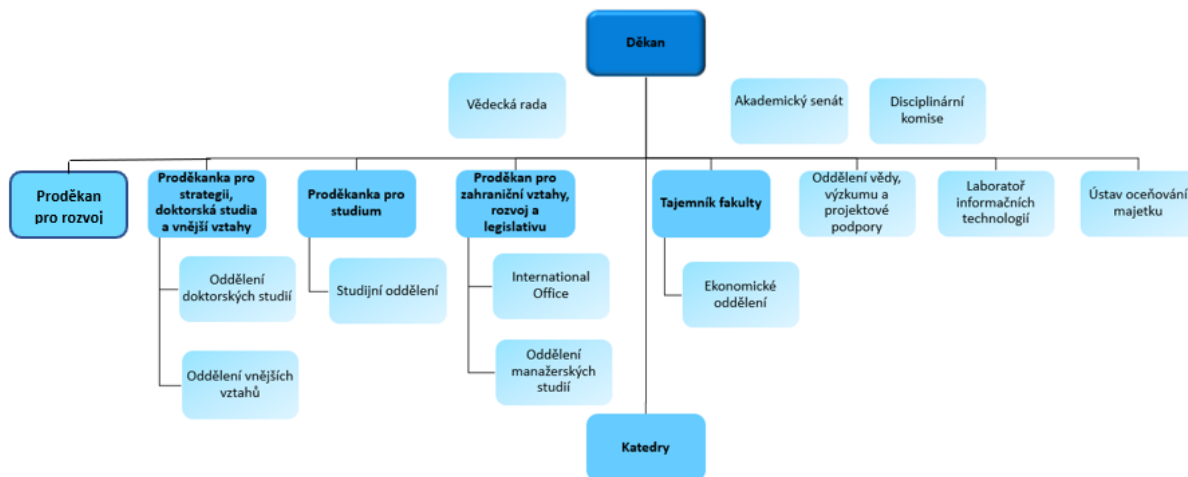
Doktorské studium studijního programu **Finance** je navázáno na poznatky, které studenti získali v průběhu jejich studia programů Finance a Finance a Účetnictví na Ekonomické fakultě. Toto studium je koncipováno jako čtyřleté a je uskutečňováno dle osobního studijního plánu doktoranda, ve kterém je obsaženo, jaké předměty jsou povinné, časové rozvržení dalšího studia, a to včetně odborné vědecké činnosti a zaměření jeho disertační práce a pedagogické aktivity. [28]

3.3 Popis Ekonomické fakulty VŠB-TUO

Tato kapitola je věnována bližšímu popisu Ekonomické fakulty VŠB-TUO.

3.3.1 Organizační struktura EkF VŠB-TUO

Současná organizační struktura je zobrazena na obr. 3.1, v čele fakulty stojí děkan doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc. Organizační strukturu Ekonomické fakulty tvoří Děkan a kolegium děkana s 25 členy.



Obr. 3.1 Organizační struktura EkF VŠB-TUO

Mimo děkana tvoří organizační složku Ekonomické fakulty také vědecká rada, akademický senát, disciplinární komise a katedry, které jsou považovány za základní organizační složku EkF. V čele každé katedry stojí odpovědný vedoucí, který je zodpovědný za vedení katedry. Vedoucí kateder jsou jmenováni děkanem na základě výběrového řízení.

Součástí Ekonomické fakulty je těchto čtrnáct kateder:

- Katedra ekonomie
- Katedra managementu
- Katedra marketingu a obchodu
- Katedra účetnictví a daní
- Katedra regionální a environmentální ekonomiky
- Katedra práva
- Katedra evropské integrace
- Katedra matematických metod v ekonomice
- Katedra podnikohospodářská
- Katedra veřejné ekonomiky
- Katedra financí
- Katedra aplikované informatiky
- Katedra národohospodářská
- Katedra systémového inženýrství

Zdroj: [21]

3.3.2 Zaměstnanci

Zaměstnanci se podílejí na zvyšování kvality Ekonomické fakulty především prostřednictvím svých odborných zkušeností a znalostí, které dále předávají studentům ve formě seminářů a přednášek. Rovněž vykonávají vědecké, výzkumné a vývojové činnosti.

Mezi zaměstnance zahrnujeme akademické pracovníky, které dále dělíme na profesory, docenty, odborné asistenty, výzkumné pracovníky a lektory. Dalšími zaměstnanci jsou technickohospodářští a administrativní pracovníci.

K datu 31. 12. 2019, dle výroční zprávy Ekonomické fakulty, bylo v rámci Ekonomické fakulty zaměstnáno 154 akademických pracovníků a 53 THP pracovníků. [50]

3.3.3 Studium

Studia na Ekonomické fakultě jsou rozdělena mezi několik studijních programů, které si studenti zvolí před svým nástupem na vysokou školu. U některých programů si mohou dále vybrat z několika studijních specializací.

Systém všech studijních programů je založen na akreditaci, každý předmět má přidělenou váhu, která je určena kreditovou stupnicí 0–5, na základě náročnosti a důležitosti pro daný obor. Celkový počet kreditů, které jsou povinni studenti získat, činí nejméně 60 kreditů za akademický rok, aby jim bylo umožněno řádně pokračovat ve studiu.

V akademickém roce 2018/2019 bylo na Ekonomické fakultě celkem 2684 studentů nezávisle na formě, stupni a místě realizace studia. Rozdělení studentů dle těchto kritérií je zaznamenáno v tab. 3.1.

Tab. 3.1 Počty studentů dle forem, stupňů a místa realizace studia

Stupeň studia	Forma studia	Místo realizace			Celkem
		Ostrava	Valašské Meziříčí	Šumperk	
Bakalářský	Prezenční	1281	47		1328
	Kombinovaná	241	65	50	356
	Celkem	1522	112	50	1684
Magisterský	Prezenční	637			637
	Kombinovaná	291			291
	Celkem	928			928
Doktorský	Prezenční	39			39
	Kombinovaná	33			33
	Celkem	72			72
Celkem		2522	112	50	2684

Zdroj: [50]

Absolventů bylo v akademickém roce 2018/2019 celkem 745 bez rozlišení stupně, formy a místa realizace studia. V rámci tab. 3.2 je zobrazeno rozdělení absolventů, dle těchto kritérií.

Tab. 3.2 Počty absolventů dle forem, stupňů a místa realizace studia

Stupeň studia	Úspěšnost	Místo realizace			Celkem
		Ostrava	Valašské Meziříčí	Šumperk	
Bakalářský	Celkem prezenční forma	292	20		312
	z toho s vyznamenáním	12	2		14
	Celkem kombinovaná forma	47	12	17	76
	z toho s vyznamenáním	1		2	3
Magisterský	Celkem prezenční forma	273			273
	z toho s vyznamenáním	24			24
	Celkem kombinovaná forma	78			78
	z toho s vyznamenáním	3			3
Doktorský	Celkem	6			6
Celkem		696	32	17	745

Zdroj: [50]

4 Metodika shromažďování dat

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Definice problému

Problém, kterému bude věnována pozornost, je způsoben výrazným meziročním poklesem studentů Ekonomické fakulty VŠB-TUO. Pokud by v brzké době nedošlo k jeho vyřešení, tak hrozí pokles pod míru udržitelnosti této fakulty. Je proto nutné analyzovat tento neblahý vývoj v porovnání s dalšími ekonomickými fakultami v České republice a navrhnout sérii kroků vedoucí k obrácení tohoto trendu klesajícího počtu studentů.

4.1.2 Definování cíle analýzy

Hlavním cílem diplomové práce je analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava s ostatními fakultami s ekonomickým zaměřením v České republice, a to na základě výkonových ukazatelů, které jsou každoročně zveřejňovány odborem analyticko-statistickým MŠMT. Sledovaným intervalem je období od roku 2011 do 2019.

Jednotlivé části výzkumu budou věnovány definovaným ukazatelům, které mohou sloužit k určení konkurenční pozice Ekonomické fakulty VŠB-TUO. Mezi tyto ukazatele bude zařazena analýza vývoje počtu studentů na ekonomických fakultách v ČR, včetně trendu vývoje počtu studentů v určených lokalitách, vývoj počtů zahraničních studentů studujících na jednotlivých ekonomických fakultách a obdobná analýza vývoje počtu samoplátců. Všechny tyto zmíněné ukazatele jsou analyzovány jak absolutně, tak i relativně.

Další část výzkumu konkurenceschopnosti bude zaměřena na analýzu vytíženosti sledovaných ekonomických fakult, konkrétně jejich kateder a oborů prezenčního studia. Pro tento výzkum budou navrženy dva poměrové ukazatele: Index efektivnosti kateder a Index efektivnosti oborů. Oba indexy jsou nastaveny tak, že čím je hodnota indexu nižší, tím je dosahováno vyšší efektivnosti.

Poslední částí výzkumu bude interní srovnání absolutního i relativního vývoje studentů u jednotlivých fakult Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava.

4.1.3 Plán výzkumu

Data použita pro analýzu konkurenceschopnosti ekonomických fakult v České republice byla získána z webových stránek Odboru analyticko-statistického MŠMT, kde jsou každoročně zveřejňovány výkonové ukazatele, které jsou tříděny na základě řady kritérií, například podle místa výuky či zřizovatele. Za základní soubor lze tedy považovat všechny veřejné i soukromé vysoké školy, které vykonávají svoji činnost na území České republiky. Výběrový soubor byl vytvořen na základě metody vhodného úsudku, díky čemuž byly vybrány pouze ekonomické fakulty veřejných vysokých škol.

4.1.4 Harmonogram činností výzkumu

V rámci časového období od září do listopadu 2019 proběhlo stanovení cílů a plánu výzkumu. Prosinec až únor 2020 byl věnován sběru dat a vytvoření ucelené datové matice. Předvýzkum byl proveden v březnu a následně byla v tomto měsíci data zpracována. Analýza a interpretace dat se udála v dubnu. Zjištěné výsledky byly prezentovány v květnu. Tab. 4.1 obsahuje grafické znázornění návaznosti jednotlivých činností.

Tab. 4.1 Harmonogram činností

Činnost/měsíc	Září - Listopad	Prosinec - Únor	Březen	Duben	Květen
Stanovení cíle a plánu výzkumu					
Sběr dat					
Vytvoření datové matice					
Předvýzkum					
Zpracování dat					
Analýza a interpretace dat					
Prezentace výsledků					

4.1.5 Předvýzkum

Předvýzkum byl proveden v měsíci březnu 2020 a jeho účelem bylo zjistit, zda je možno na základě dostupných dat provést analýzy vývoje počtu studentů ekonomických fakult a výpočet Indexů efektivnosti. V rámci předvýzkumu bylo zjištěno, že z dostupných zdrojů nelze dohledat počty kateder a oborů v rámci jednotlivých let sledovaného období, protože stránky jednotlivých ekonomických fakult obsahovaly pouze informace týkající se roku 2019. Z tohoto

důvodu bylo užito při následném výzkumu předpokladu, že ve sledovaném období nedošlo ke změně počtu kateder či prezenčních oborů jednotlivých fakult.

4.2 Realizační fáze

Datová matice v programu Microsoft Excel byla autorem vytvořena na základě zpracovaných souhrnů dostupných na webových stránkách Odboru analyticko-statistického MŠMT. Na základě těchto sekundárních dat byly vytvořeny sestavy tabulek a grafů, na jejichž základě mohl být popsán trend vývoje počtu studentů na ekonomických fakultách v období 2011-2019.

4.2.1 Analýza dat

Data o počtu studentů ekonomických fakult byla nejdříve přepsána do tabulkového editoru Microsoft Excel. V tomto programu rovněž došlo k vytvoření tabulek dle jednotlivých ukazatelů a provedení podmíněného formátování, aby byly rozdíly mezi hodnotami barevně rozlišeny. Taktéž proběhl přepočítání všech těchto absolutních ukazatelů do relativních hodnot, které byly následně užity pro tvorbu spojnicových grafů sledujících vývoj jednotlivých fakult ve sledovaném časovém horizontu.

5 Analýza konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty

Tato kapitola je věnována analýze několika ukazatelů, na jejichž základě určíme konkurenční pozici Ekonomické fakulty VŠB-TUO.

5.1 Vývoj počtu studentů ekonomických fakult v ČR

Nejdříve se zaměříme na vývoj počtu studentů v rámci celé České republiky, jejich vývoj je zde znázorněn jak v absolutních, tak i v relativních číslech.

Tab. 5.1 Podíl ekonomických fakult na celkovém počtu studentů v ČR

Čeští studenti	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ekonomické fakulty	65916	64459	61333	54933	50749	47999	45480	43090	43899
Celkem	309678	302325	292315	274142	256655	242503	231437	222520	220448
% studentů EF	21,29%	21,32%	20,98%	20,04%	19,77%	19,79%	19,65%	19,36%	19,91%

Tabulka 5.1 popisuje vývoj počtu studentů ekonomických fakult v ČR. Jejich absolutní počet v rámci období 2011-2019 je výrazně klesající. Pokles je zde o téměř 23 tisíc studentů, což je o 35 %. V téměř celém sledovaném období klesal i relativní podíl studentů ekonomických fakult na celkovém počtu studentů. Výjimkou se stal rok 2019, ve kterém sice celkový počet studentů poklesl, ale počet studentů ekonomických fakult vzrostl.

5.1.1 Absolutní počty studentů ekonomických fakult

Nyní se zaměříme již na vývoj absolutního počtu studentů jednotlivých ekonomických fakult v ČR.

Tab. 5.2 Absolutní počty studentů ekonomických fakult v ČR (2011-2019)

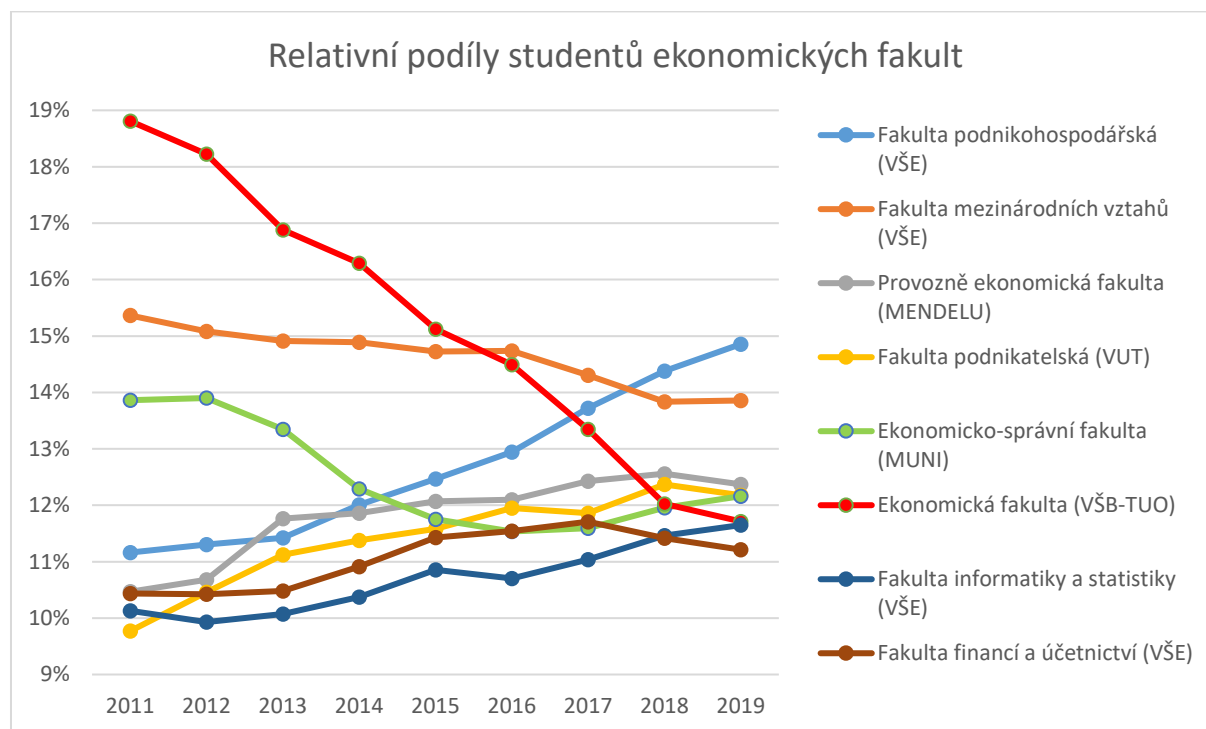
Fakulta (Univerzita)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Provozně ekonomická fakulta (ČZU)	10070	10804	11015	9934	9255	9095	8828	8309	8395
Fakulta podnikohospodářská (VŠE)	3552	3485	3308	3231	3132	3084	3069	3088	3182
Fakulta mezinárodních vztahů (VŠE)	4889	4649	4320	4006	3699	3510	3200	2971	2968
Provozně ekonomická fakulta (MENDELU)	3331	3292	3408	3191	3031	2882	2780	2697	2650
Fakulta podnikatelská (VUT)	3109	3224	3221	3062	2909	2847	2653	2656	2608
Ekonomicko-správní fakulta (MUNI)	4411	4285	3865	3307	2952	2748	2593	2567	2605
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	5985	5618	4889	4384	3798	3453	2985	2582	2509
Fakulta informatiky a statistiky (VŠE)	3224	3061	2918	2791	2727	2549	2469	2461	2495
Fakulta financí a účetnictví (VŠE)	3321	3213	3036	2936	2870	2750	2619	2452	2402
Fakulta managementu a ekonomiky (UTB)	2948	2786	2577	2283	2062	1953	1993	1921	1872
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné (SLU)	4214	3957	3804	3200	2616	2312	2102	1787	1666
Fakulta ekonomicko-správní (UPCE)	2391	2235	2020	2024	1745	1619	1557	1536	1588
Fakulta ekonomická (ZČU)	2295	2116	1712	1540	1461	1431	1432	1448	1579
Fakulta informatiky a managementu (UHK)	2398	2448	2380	2054	1921	1740	1562	1477	1537
Národohospodářská fakulta (VŠE)	2469	2446	2327	2134	1932	1682	1513	1409	1368
Ekonomická fakulta (JČU)	1997	1878	1829	1717	1602	1498	1435	1229	1210
Fakulta sociálně ekonomická (UJEP)	2076	1963	1848	1652	1631	1535	1400	1290	1199
Hospodářská fakulta (TUL)	1867	1695	1569	1487	1406	1311	1290	1210	1084
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci (VŠE)	1369	1304	1287	1290	1183	1120	1018	1024	982

V rámci tabulky 5.2 vidíme, že počty studentů klesají u všech sledovaných fakult. U Ekonomické fakulty VŠB-TUO je pokles o 3400 studentů, což je o více než polovinu méně, než tomu bylo v roce 2011. Podobně strmý pokles počtu studentů můžeme sledovat i u Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné.

5.1.2 Relativní podíly studentů ekonomických fakult

Relativní podíly máme znázorněny spojnicovým grafem (viz obr. 5.1), kde je zaznamenán postupný trend růstu či poklesu relativního podílu dané fakulty. Barvy jsou přiděleny jednotlivým fakultám náhodně, námi primárně sledovaná Ekonomická fakulta VŠB-TUO má přidělenou červenou barvu. V tomto relativním srovnání porovnáváme fakulty

s ekonomickým zaměřením, jejichž počet studentů se v roce 2019 pohyboval v rozmezí mezi dvěma a třemi tisíci.



Obr 5.1 Relativní podíly studentů ekonomických fakult (2011-2019)

V obr. 5.1 jsou patrné jednotlivé trendy růstu či poklesu sledovaných fakult v časovém rozmezí od roku 2011 do roku 2019. Tyto křivky budou popsány dle pořadí, v jakém se co do relativního podílu umístily v roce 2019.

Začneme tedy Fakultou podnikohospodářskou Vysoké školy ekonomické. Tato fakulta má po dobu celého sledovaného období rostoucí trend, který je nejvíce výrazný v období 2016 – 2019. V rámci tohoto segmentu se Fakulta podnikohospodářská přesunula ze čtvrtého místa na místo první.

U Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické lze spatřit klesající tendenci skrz celé sledované období až na stagnaci relativního podílu mezi roky 2015 a 2016. Co se týká pořadí, tak u této fakulty nebyly v daném období zaznamenány změny a zůstala na své druhé pozici.

V případě Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity je patrný rostoucí trend v rámci celého období. Tento růst byl nejvýraznější mezi rokem 2012 a 2013. Tato fakulta se přesunula z páté pozice na třetí.

Další srovnávanou fakultou je Fakulta podnikatelská na Vysokém učení technickém v Brně. Ohledně vývoje křivky můžeme říct, že nejvýraznějšího růstu relativního podílu fakulta dosahovala v období od roku 2011 do 2013, poté se tento růst zmírnil, ale stále pokračoval do roku 2015. Mezi rokem 2015 a 2016 znovu došlo k výraznějšímu nárůstu, poté zde je viděn mírný pokles v roce 2017, který je následován výrazným nárůstem mezi rokem 2017 a 2018. Ve vzájemném pořadí se Podnikatelská fakulta přesunula z osmého místa na čtvrté.

U Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity dochází mezi roky 2011 a 2012 k mírnému nárůstu, který je následován strmým poklesem v časovém intervalu 2012–2016. Od roku 2016 opět dochází k pozvolnému nárůstu relativního podílu. V rámci pořadí Ekonomicko-správní fakulta poklesla ze třetího místa na páté.

Následuje Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. U této fakulty je zde patrný strmě klesající trend v rámci celého sledovaného období. K nejstrmějším poklesům došlo ve třech časových intervalech, a to mezi rokem 2012 a 2013, dále mezi rokem 2014 a 2015, třetím intervalem je období od roku 2016 do roku 2018. Ohledně pořadí zde došlo k poklesu z první pozice na šestou s poklesem relativního podílu o 7 %.

Na sedmém místě je v roce 2018 umístěna Fakulta informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické. Došlo ke dvěma zanedbatelným poklesům, a to mezi rokem 2011-2012 a také v období 2015-2016. Mimo tato dvě období je zde viditelný rostoucí trend. V rámci pořadí nedošlo u Fakulty informatiky a statistiky ke změně.

Poslední fakultou ze sledované skupiny je Fakulta financí a účetnictví Vysoké školy ekonomické. Mezi významné změny v rámci období lze zařadit růst relativního podílu v období 2013-2015, který méně výrazně pokračoval až do roku 2017, kde meziročně došlo k výraznému poklesu. Co do vzájemného pořadí Fakulta financí a účetnictví poklesla ze šestého místa na osmé.

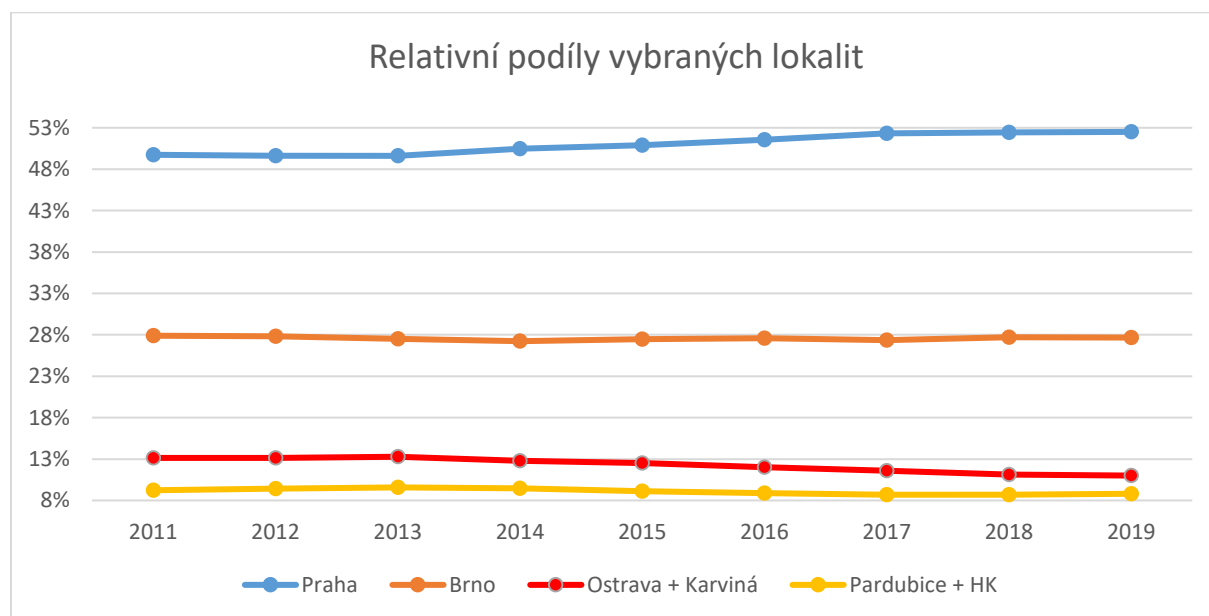
5.1.3 Vývoj počtu studentů ve vybraných lokalitách

Dále byl zkoumán vývoj počtu studentů ve vybraných lokalitách. Tento vývoj je znázorněn absolutně (viz tab. 5.3).

Tab. 5.3 Vývoj počtu studentů ve vybraných lokalitách (2011-2019)

Oblast	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Praha	123941	119979	115252	109644	102404	97447	94146	90758	89048
Brno	69523	67233	63961	59164	55239	52133	49243	47936	46958
Ostrava + Karviná	32772	31767	30849	27821	25178	22692	20815	19284	18666
Pardubice + HK	23031	22813	22252	20604	18309	16780	15655	15045	14937

Z tab. 5.3 můžeme vidět, že ve všech sledovaných oblastech dochází k poklesu studentů. V případě Prahy je tento rozdíl o téměř 27 %. V oblasti Ostrava+Karviná je tento rozdíl ovšem již 41 % od začátku sledovaného období.



Obr. 5.2 Relativní podíly vybraných lokalit (2011-2019)

V rámci relativních podílů, které jsou graficky zobrazeny na Obr. 5.2, nedošlo na první pohled ve sledovaném období k výraznějším změnám. Zvýšil se jen počet studentů studujících ekonomické obory v Praze o 2,8 %, které je na úkor ostatních sledovaných lokalit. V oblasti Ostrava + Karviná došlo k poklesu relativního podílu o 2 %.

5.2 Vývoj počtu zahraničních studentů na ekonomických fakultách v ČR

Dalším ukazatelem je vývoj počtu zahraničních studentů studujících na ekonomických fakultách. Tento vývoj je znázorněn jak absolutně, tak i relativně.

Tab. 5.4 Podíl EF na celkovém počtu zahraničních studentů

Zahranční studenti	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ekonomické fakulty	6264	6511	6773	6982	7292	7636	7721	8070	8733
Celkem	38714	39437	40342	40929	42044	43479	43713	44846	46441
% studentů EF	16,18%	16,51%	16,79%	17,06%	17,34%	17,56%	17,66%	17,99%	18,80%

Z tab 5.4 můžeme vyčíst, že je zde rostoucí trend počtu i podílu zahraničních studentů na Ekonomických fakultách v České republice. Relativně činí tento nárůst necelá dvě procenta.

5.2.1 Absolutní počty zahraničních studentů na EF

Prvně jsme se zaměřili na absolutní podíly u zahraničních studentů studujících na ekonomických fakultách v ČR (viz tab. 5.5)

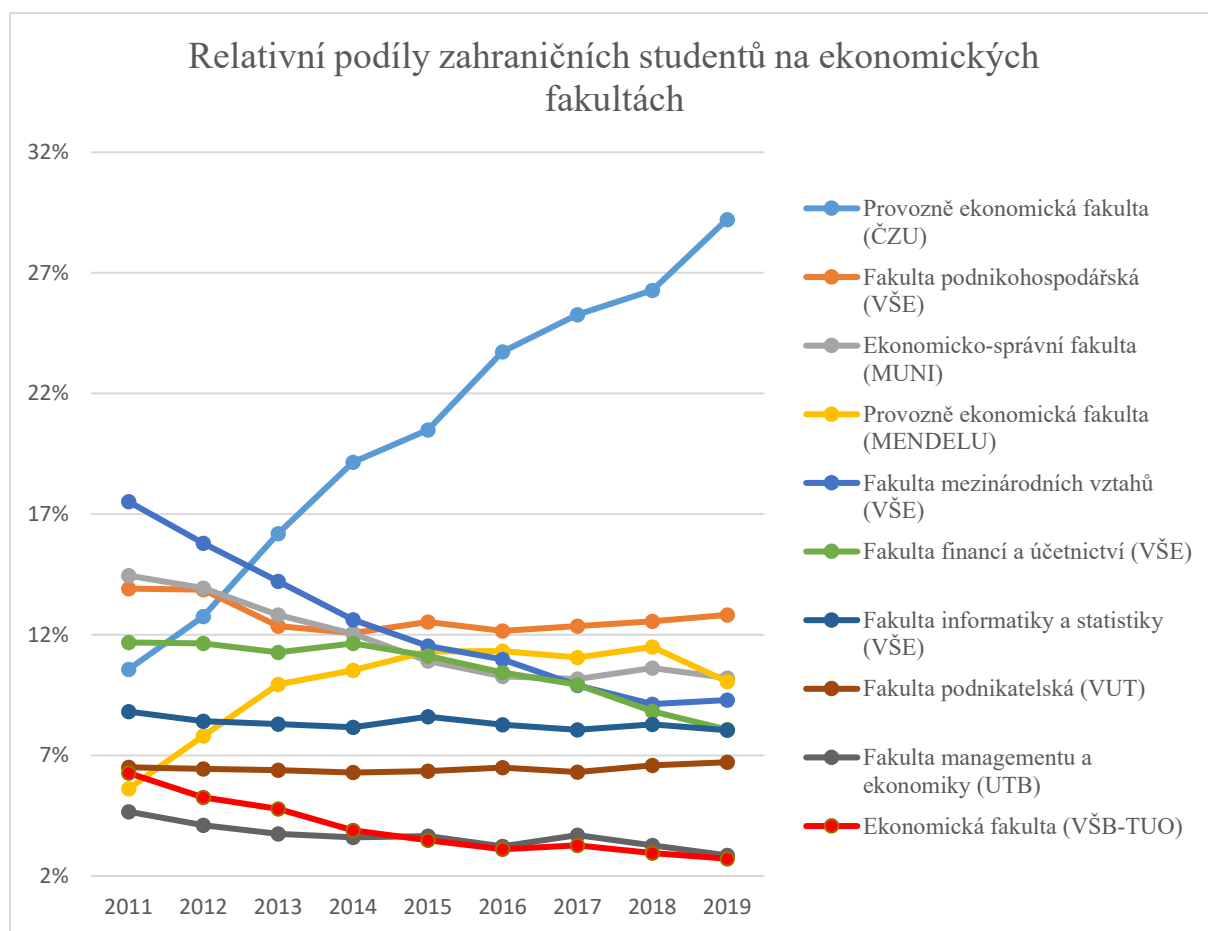
Tab. 5.5 Absolutní počty zahraničních studentů na ekonomických fakultách (2011-2019)

Zahraníční studenti	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Provozně ekonomická fakulta (ČZU)	568	716	959	1176	1326	1632	1760	1929	2332
Fakulta podnikohospodářská (VŠE)	748	778	732	741	811	836	861	922	1024
Ekonomicko-správní fakulta (MUNI)	777	782	759	739	706	707	708	780	815
Provozně ekonomická fakulta (MENDELU)	302	438	589	646	732	779	770	844	803
Fakulta mezinárodních vztahů (VŠE)	942	886	842	775	746	755	690	670	742
Fakulta financí a účetnictví (VŠE)	628	653	667	715	720	718	692	648	644
Fakulta informatiky a statistiky (VŠE)	474	472	491	501	557	569	561	608	642
Fakulta podnikatelská (VUT)	350	361	378	386	411	447	439	484	536
Fakulta managementu a ekonomiky (UTB)	251	230	222	221	236	222	257	240	228
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	337	295	283	239	225	214	228	217	217
Národohospodářská fakulta (VŠE)	144	154	144	143	139	141	146	182	189
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci (VŠE)	95	94	93	103	107	112	112	125	137
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné (SLU)	378	397	372	327	270	198	177	131	112
Fakulta ekonomicko-správní (UPCE)	32	28	27	36	73	84	86	83	77
Ekonomická fakulta (JČU)	33	43	37	49	54	57	61	43	58
Fakulta informatiky a managementu (UHK)	63	65	68	75	72	67	62	55	55
Ekonomická fakulta (TUL)	69	55	47	49	44	45	53	55	55
Fakulta ekonomická (ZČU)	51	46	47	43	41	33	35	41	52
Fakulta sociálně ekonomická (UJEP)	22	18	16	18	22	20	23	13	15

V tabulce 5.5 lze poukázat na rozdílný vývoj studentů na jednotlivých Ekonomických fakultách v ČR. Zatímco na Provozně ekonomické fakultě ČZU a Fakultě managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati dochází k strmému růstu počtu zahraničních studentů, v případě Ekonomické fakulty VŠB-TUO a Obchodně podnikatelské fakulty v Karviné dochází k poklesu zahraničních studentů.

5.2.2 Relativní podíly zahraničních studentů EF

Dále jsme se zaměřili na relativní podíly zahraničních studentů. Tento vývoj je sledován spojnicovým grafem obdobně, jak tomu bylo u předchozího sledovaného kritéria (viz obr. 5.3). Ekonomické fakultě VŠB-TUO je ponechána červená jako v obr. 5.1 a 5.2 pro lepší orientaci.



Obr 5.3 Relativní podíly zahraničních studentů na ekonomických fakultách (2011-2019)

Obdobně jako u obr. 5.1 i v tomto případě bude popsán vývoj jednotlivých fakult v tomto ukazateli podle pořadí, v jakém se umístily v roce 2019.

První se umístila Provozně ekonomická fakulta České zemědělské univerzity v Praze. U této fakulty je patrný strmý nárůst relativního podílu v rámci celého sledovaného období. Nejintenzivnějšího nárůstu je dosahováno mezi roky 2012-2014 a také v období 2016-2017. V počtu zahraničních studentů se tato fakulta posunula z páté pozice na první, kterou si udržuje s výrazným náskokem.

Další fakultou je Fakulta podnikohospodářská na Vysoké škole ekonomické v Praze. Zde byla zaznamenána stagnace v období 2011-2012, ta je následována poklesem v letech 2012 až 2014, poté je zde mírný nárůst v roce 2015, po kterém je zde opět pokles v roce 2016. Od roku 2016 až do konce sledovaného období lze spatřit pozvolný nárůst relativního podílu. Ohledně pořadí došlo u Fakulty podnikohospodářské k přesunu ze třetí pozice na druhou.

U Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity je v období od roku 2011 do 2013 patrný výrazný nárůst relativního podílu, který v nižší míře pokračuje až do roku 2016. Mezi rokem 2016 a 2017 dochází k drobnému poklesu, nicméně v následujícím roce opět dochází k nárůstu. Vzhledem k pořadí došlo k nárůstu z deváté pozice na třetí.

V pořadí čtvrtou fakultou je Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity. U vývoje této fakulty lze spatřit klesající trend, a to od roku 2011 až do roku 2016. Od tohoto roku až po zbytek období dochází k mírnému nárůstu relativního podílu. U této fakulty proběhnul pokles ze třetího místa na čtvrté.

V případě Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze dochází k velmi prudkému poklesu relativního podílu zahraničních studentů, tento pokles je pouze částečně zmírněn mezi rokem 2015 a 2016, následně se opět tento propad stává strmějším. Pořadí Fakulty mezinárodních vztahů se změnilo, fakulta se propadla z prvního místa na páté.

Fakulta financí a účetnictví Vysoké školy ekonomické v Praze vykazuje opět převážně klesající tendenci. Jedinou výjimkou je mírný nárůst mezi léty 2013 a 2014. Od roku 2014 je tento pokles trvalý až po konec sledovaného období. Došlo k poklesu pozice Fakulty financí a účetnictví ze čtvrté na šestou.

Následuje Fakulta informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické v Praze. Z obr. 5.3 lze vyčíst, že v tomto případě nedošlo k výraznému poklesu ani nárůstu. Po celé sledované období tato fakulta osciluje mezi osmi a devíti procenty. S ohledem na pozici zde došlo k poklesu ze šestého místa na sedmé.

Trend vývoje relativního podílu zahraničních studentů je v případě Fakulty podnikatelské Vysokého učení technického v Brně takřka neměnný, nejvyšší zaznamenaný rozdíl je tři desetiny procentního bodu. Mezi rokem 2017 a 2018 je tato křivka mírně stoupající. V pořadí došlo u Podnikatelské fakulty k poklesu ze sedmé na osmou pozici.

U Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati je pozvolný pokles až do roku 2014, mezi rokem 2014 a 2015 dochází k mírnému nárůstu relativního podílu, tento nárůst je následován poklesem v roce 2016, dále meziročně dochází k nárůstu. Mezi rokem 2017 a 2018 je zde vidět snížení relativního podílu. Ve srovnání se tato fakulta posunula z desátého místa na deváté.

Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava vykazuje pokles relativního podílu zahraničních studentů téměř v rámci celého sledovaného období. Jedinou výjimkou je období 2016-2017, ve kterém došlo k mírnému nárůstu. U pořadí Ekonomické fakulty došlo k poklesu z devátého místa na místo desáté.

5.2.3 Absolutní počty samoplátců na ekonomických fakultách

Dalším kritériem pro srovnání byly počty samoplátců na jednotlivých fakultách, z tohoto srovnání byly vyřazeny fakulty, u kterých ve sledovaném období žádní samoplátcí nebyli zapsáni. Nejprve budou vyhodnoceny absolutní počty.

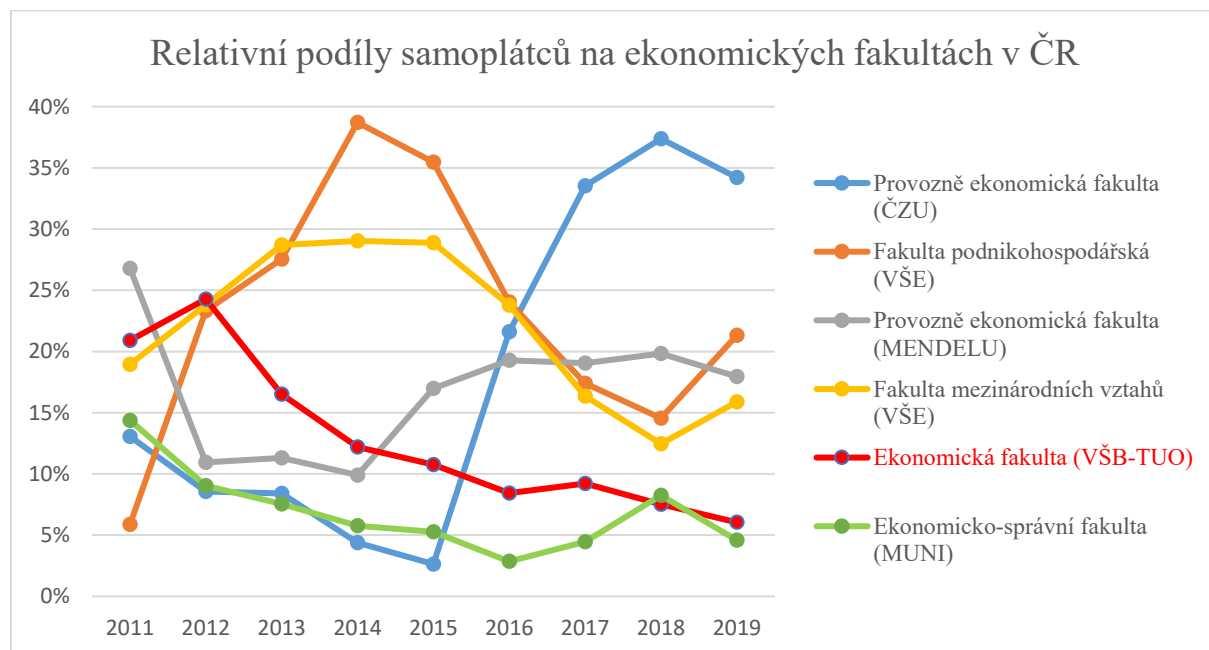
Tab. 5.6 Absolutní počty samoplátců na ekonomických fakultách (2011-2019)

Samoplátcí	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Provozně ekonomická fakulta (ČZU)	20	18	29	19	14	159	324	462	515
Fakulta podnikohospodářská (VŠE)	9	49	95	168	188	177	168	180	321
Provozně ekonomická fakulta (MENDELU)	41	23	39	43	90	142	184	245	270
Fakulta mezinárodních vztahů (VŠE)	29	50	99	126	153	175	158	154	239
Národohospodářská fakulta (VŠE)	10	15	28	34	50	51	57	90	103
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	32	51	57	53	57	62	89	93	91
Fakulta informatiky a statistiky (VŠE)	0	0	1	0	8	23	41	54	71
Ekonomicko-správní fakulta (MUNI)	22	19	26	25	28	21	43	102	69
Fakulta managementu a ekonomiky (UTB)	27	26	21	41	56	55	64	54	57
Fakulta financí a účetnictví (VŠE)	2	1	25	15	26	44	53	50	52
Fakulta podnikatelská (VUT)	35	26	37	23	3	0	0	24	49
Ekonomická fakulta (TUL)	3	3	2	2	2	6	10	14	16
Fakulta informatiky a managementu (UHK)	19	14	5	8	12	11	15	12	12
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné (SLU)	0	0	0	0	0	1	1	9	12
Fakulta ekonomicko-správní (UPCE)	1	3	7	2	0	0	2	5	4

V tabulce 5.6 se nacházejí absolutní počty zapsaných samoplátců v jednotlivých letech od 2011 do 2018. Nejvýraznější nárůst lze spatřit u Provozně ekonomické fakulty ČZU z 20ti na 515 samoplátců a Provozně-ekonomické fakulty Mendelovy univerzity, kde došlo o nárůst ze 41 na 270 samoplátců. U Ekonomické fakulty VŠB-TUO došlo k nárůstu z 32 na 91 samoplátců.

5.2.4 Relativní podíly samoplátců na ekonomických fakultách v ČR

Následně jsou vyhodnoceny relativní podíly samoplátců na jednotlivých ekonomických fakultách. Opět je zvolen stejný systém zobrazení jako u předchozích dvou kritérií a taktéž červená barva Ekonomické fakulty VŠB-TUO zůstala zachována.



Obr. 5.4 Relativní podíly samoplátců na ekonomických fakultách v ČR (2011-2019)

Pro popis je zvolen stejný postup, jako tomu bylo u předešlých sledovaných kritérií, opět budeme popisovat vývoj jednotlivých fakult na základě jejich pořadí v roce 2019.

V rámci vývoje Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity lze vidět pokles v období 2011 – 2015 s výjimkou mírného nárůstu mezi lety 2012 a 2013. Od roku 2015 došlo k výraznému nárůstu relativního podílu samoplátců, který pokračoval až do konce sledovaného období. V pořadí došlo u Provozně ekonomické fakulty k nárůstu z páté pozice na první.

U Provozně ekonomické fakulty Mendelovy univerzity došlo k výraznému poklesu mezi roky 2011 a 2012. Dále došlo k mírnému nárůstu v období od 2012 do 2013. V roce 2014 je opět drobný pokles. Od roku 2014 se relativní podíl až do konce sledovaného období postupně zvyšoval až na pokles v roce 2017. Ve srovnání s ostatními fakultami se Provozně ekonomická fakulta propadla z prvního místa na druhé.

V případě Fakulty podnikohospodářské Vysoké školy ekonomické v Praze nejprve dochází k prudkému růstu, který je nejvýraznější mezi léty 2011 a 2012 a poté mezi roky 2013 a 2014. Od roku 2014 dochází k poklesu až do konce sledovaného období, tento je nejvíce patrný mezi roky 2014 a 2015. V pořadí byl zaznamenán nárůst z poslední pozice na třetí.

Fakulta mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze je další fakultou, u které jsme sledovali vývoj relativního podílu samoplátců. Od roku 2011 – 2013 je zde znatelný nárůst, následuje stagnace v letech 2013-2015, od tohoto roku až do konce sledovaného období je zde klesající tendence. U pořadí nedošlo u Fakulty mezinárodních vztahů ke změně a zůstala na čtvrté pozici.

Ekonomická fakulta Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava vykazuje mezi roky 2011 a 2012 výrazný nárůst. Ve zbytku sledovaného období dochází k poklesu až na rok 2017, ve kterém byl opět mírný vzestup. V pořadí u Ekonomické fakulty došlo k poklesu z druhé pozice na pátou.

U Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity je patrný pozvolný pokles až do roku 2016. Od roku 2016 do roku 2018 se klesající trend mění na mírně rostoucí. Mezi rokem 2018 a 2019 opět dochází k výraznému poklesu. Pozice Ekonomicko-správní fakulty se změnila ze čtvrté na šestou.

5.3 Efektivnost ekonomických fakult

Dalším významným aspektem našeho výzkumu bylo změření a následné srovnání efektivnosti u ekonomických fakult. Efektivnost společnosti znamená optimalizaci vstupů a výstupů, respektive minimalizaci nákladů či maximalizaci užítku. Zvyšování efektivnosti podniku je jedním z klíčových úkolů jakéhokoliv manažera. V našem případě je sledováno, zda na ekonomických fakultách dochází k optimální vytiženosti kateder a studijních programů prezenčního studia či nikoliv.

V rámci výzkumu jsou použita dvě kritéria: Podíl počtu studentů k počtu kateder a druhým kritériem je podíl počtu studentů k počtu studijních programů. Vyšší efektivita je dosahována s vyšším počtem studentů na katedru/studijní program. Dále je pro zjednodušení pro celé období počítáno se stejným počtem fakult a prezenčních programů.

Tab. 5.7 Index efektivnosti kateder na ekonomických fakultách v ČR

počet studentů/počet kateder	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Provozně ekonomická fakulta (ČZU)	839	900	918	828	771	758	736	692	700
Fakulta podnikatelská (VUT)	777	806	805	766	727	712	663	664	652
Ekonomicko-správní fakulta (MUNI)	630	612	552	472	422	393	370	367	372
Fakulta podnikohospodářská (VŠE)	395	387	368	359	348	343	341	343	354
Fakulta financí a účetnictví (VŠE)	474	459	434	419	410	393	374	350	343
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné (SLU)	843	791	761	640	523	462	420	357	333
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci (VŠE)	456	435	429	430	394	373	339	341	327
Fakulta ekonomická (ZČU)	459	423	342	308	292	286	286	290	316
Fakulta mezinárodních vztahů (VŠE)	489	465	432	401	370	351	320	297	297
Fakulta informatiky a statistiky (VŠE)	358	340	324	310	303	283	274	273	277
Provozně ekonomická fakulta (MENDELU)	333	329	341	319	303	288	278	270	265
Fakulta ekonomicko-správní (UPCE)	399	373	337	337	291	270	260	256	265
Fakulta informatiky a managementu (UHK)	400	408	397	342	320	290	260	246	256
Fakulta managementu a ekonomiky (UTB)	369	348	322	285	258	244	249	240	234
Národohospodářská fakulta (VŠE)	412	408	388	356	322	280	252	235	228
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	428	401	349	313	271	247	213	184	179
Fakulta sociálně ekonomická (UJEP)	297	280	264	236	233	219	200	184	171
Hospodářská fakulta (TUL)	267	242	224	212	201	187	184	173	155
Ekonomická fakulta (JČU)	250	235	229	215	200	187	179	154	151

V tabulce 5.7 jsou zobrazeny jednotlivé indexy u indexu efektivnosti kateder. Jak lze vidět, nejlepší indexy vychází u Provozně ekonomické fakulty ČZU, což je spojeno s jejich vysokým počtem studentů. Také u Fakulty podnikatelské VUT je tento index velmi dobrý. Nejhorší je v tomto indexu Ekonomická fakulta na Jihočeské univerzitě. Ekonomická fakulta VŠB-TUO má poměrně výrazný pokles v tomto indexu z hodnoty 428 až na hodnotu 179 studentů na konci sledovaného období. Důvod tohoto poklesu je spojen s klesajícím počtem studentů a neměnném stavu počtu kateder, čímž jsou katedry využívány pod svou optimální úroveň. Cílovou hodnotou indexu by měl být průměr TOP5 fakult, který pro rok 2019 činí 484.

Tab. 5.8 Index efektivity studijních programů na ekonomických fakultách v ČR

počet studentů/počet programů	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Provozně ekonomická fakulta (ČZU)	629	675	688	621	578	568	552	519	525
Fakulta managementu v Jindřichově Hradci (VŠE)	685	652	644	645	592	560	509	512	491
Fakulta podnikohospodářská (VŠE)	507	498	473	462	447	441	438	441	455
Fakulta podnikatelská (VUT)	311	322	322	306	291	285	265	266	261
Fakulta financí a účetnictví (VŠE)	332	321	304	294	287	275	262	245	240
Fakulta mezinárodních vztahů (VŠE)	376	358	332	308	285	270	246	229	228
Fakulta informatiky a managementu (UHK)	343	350	340	293	274	249	223	211	220
Provozně ekonomická fakulta (MENDELU)	256	253	262	245	233	222	214	207	204
Fakulta sociálně ekonomická (UJEP)	346	327	308	275	272	256	233	215	200
Fakulta informatiky a statistiky (VŠE)	248	235	224	215	210	196	190	189	192
Ekonomicko-správní fakulta (MUNI)	294	286	258	220	197	183	173	171	174
Národohospodářská fakulta (VŠE)	274	272	259	237	215	187	168	157	152
Fakulta managementu a ekonomiky (UTB)	227	214	198	176	159	150	153	148	144
Fakulta ekonomická (ZČU)	191	176	143	128	122	119	119	121	132
Ekonomická fakulta (JČU)	200	188	183	172	160	150	144	123	121
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	272	255	222	199	173	157	136	117	114
Hospodářská fakulta (TUL)	187	170	157	149	141	131	129	121	108
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné (SLU)	248	233	224	188	154	136	124	105	98
Fakulta ekonomicko-správní (UPCE)	141	131	119	119	103	95	92	90	93

Dalším sledovaným indexem byl podíl mezi počtem studentů a počtem studijních programů. Tento vývoj lze pozorovat v tabulce 5.8. Tento index měl nejlepší vývoj u Provozně ekonomické fakulty ČZU, Fakulty podnikohospodářské VŠE a také u Fakulty managementu v Jindřichově Hradci také v rámci VŠE. Nejhuře byla ve sledovaném období vyhodnocena Fakulta ekonomicko-správní Univerzity Pardubice, kde je tento index na konci období pouze 93. U Ekonomické fakulty VŠB-TUO je vývoj indexu z 272 na 114 studentů. Obdobně jako tomu bylo v případě indexu efektivity kateder nedošlo ani v případě studijních programů k jejich redukci, která by odpovídala klesajícímu počtu studentů. Cílovou hladinou indexu pro Ekonomickou fakultu VŠB-TUO byla určena hodnota 394, která je průměrem z TOP5 ekonomických fakult.

5.4 Pozice EkF v rámci univerzity

Dalším významným kritériem našeho výzkumu bylo interní srovnání v rámci Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Tyto podíly jsou opět hodnoceny jak v absolutním, tak rovněž i relativním porovnání.

5.4.1 Absolutní počty studentů v rámci VŠB-TUO

Stejně jako u ostatních hodnocených parametrů bylo nejprve přistoupeno k absolutnímu hodnocení. Toto hodnocení vypovídá o vývoji jednotlivých fakult VŠB-TUO ve sledovaném období 2011 – 2019.

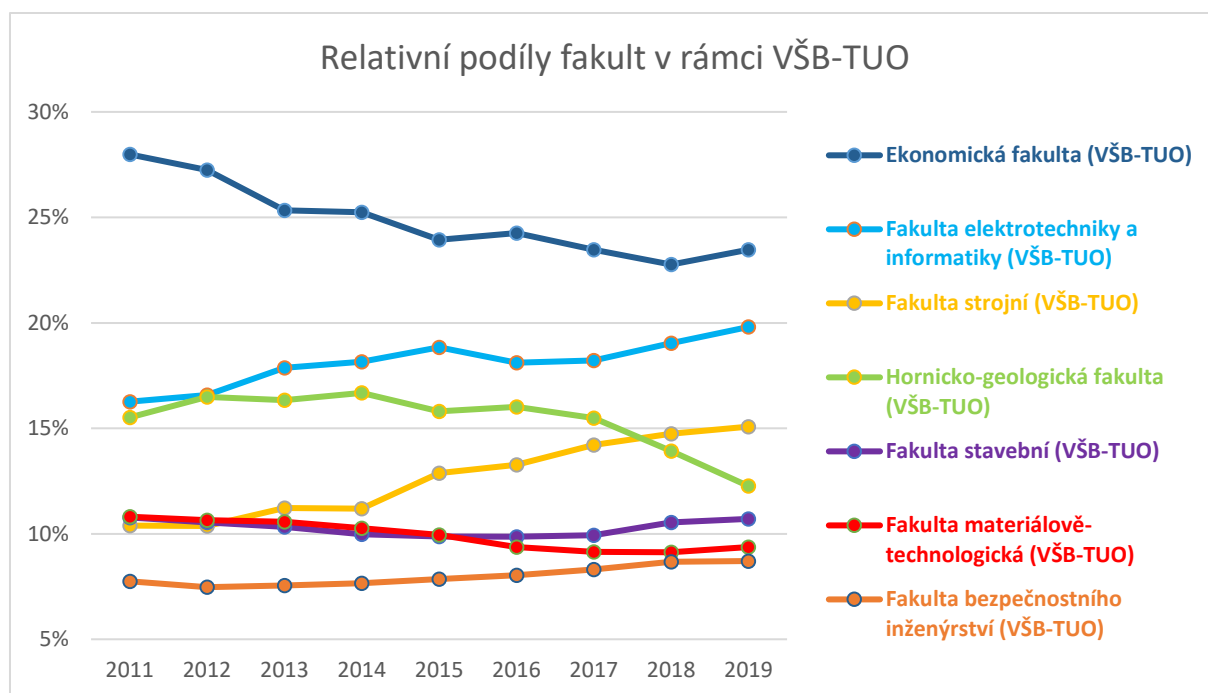
Tab. 5.9 Absolutní počty studentů v rámci VŠB-TUO

Fakulta (Pracoviště)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ekonomická fakulta (VŠB-TUO)	5985	5618	4889	4384	3798	3453	2985	2582	2509
Fakulta elektrotechniky a informatiky (VŠB-TUO)	3478	3417	3447	3155	2989	2579	2317	2159	2117
Fakulta strojní (VŠB-TUO)	2221	2138	2165	1943	2043	1888	1808	1673	1612
Hornicko-geologická fakulta (VŠB-TUO)	3317	3400	3152	2897	2507	2280	1969	1579	1311
Fakulta stavební (VŠB-TUO)	2304	2174	1993	1733	1566	1404	1263	1195	1145
Fakulta materiálově-technologická (VŠB-TUO)	2312	2194	2039	1784	1578	1333	1163	1035	1002
Fakulta bezpečnostního inženýrství (VŠB-TUO)	1656	1540	1458	1330	1245	1144	1056	983	931
Celoškolská pracoviště (VŠB-TUO)	113	135	150	143	138	153	158	137	63

Z tabulky 5.9 je patrné, že absolutně největší rozdíl je v rámci Ekonomické fakulty, nicméně lze nutno poznamenat, že v rámci všech fakult a celoškolských pracovišť je taktéž klesající tendence v rámci celého hodnoceného období.

5.4.2 Relativní podíly studentů v rámci VŠB-TUO

Dále jsme se zaměřili na porovnání jednotlivých fakult v rámci Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Barvy jednotlivých fakult byly přiřazeny dle nového vizuálního stylu univerzity, rovněž jako v předešlém případě pro zjednodušení a zvýšení přehlednosti.



Obr. 5.5 Relativní podíly fakult v rámci VŠB-TUO (2011-2019)

I u obr. 5.5 zvolíme stejný postup pro popis jednotlivých vývoju relativních podílů studentů, takže budeme popisovat fakulty dle pořadí v roce 2019. U Ekonomické fakulty byla změněna barva spojnice na tmavě modrou, aby bylo dosaženo souladu se současným vizuálním stylem univerzity.

První popsanou fakultou byla Ekonomická fakulta, u této fakulty můžeme pozorovat klesající relativní podíl ve velké části sledovaného období. Výjimkou je rok 2017, ve kterém došlo k mírnému nárůstu relativního podílu. Ekonomická fakulta si udržela svou první pozici.

V případě Fakulty elektroniky a informatiky lze spatřit rostoucí tendenci v období 2011-2015. V roce 2016 dochází k mírnému poklesu, ve zbytku sledovaného období je tato tento trend opět rostoucí. I Fakulta elektrotechniky a informatiky si udržela svoji druhou pozici v celkovém pořadí.

U Fakulty strojní je patrný v rámci období 2011-2018 rostoucí trend. Jsou zde dvě období stagnace, a to v letech 2011-2012 a 2013-2014. Nejvyšší nárůst lze sledovat mezi roky 2014 a 2015. V univerzitním pořadí se Fakulta strojní posunula ze šestého místa na třetí.

U Hornicko-geologické fakulty dochází k růstu mezi rokem 2011-2012, následuje mírný pokles v roce 2013. V roce 2014 došlo k dalšímu nárůstu relativního podílu. Další pokles lze

sledovat v roce 2015, který je následován mírným nárůstem v dalším roce. Zbytek období můžeme pozorovat pozvolný pokles. V pořadí došlo k poklesu ze třetího místa na čtvrté.

Následně byl popsán vývoj relativního podílu studentů u Fakulty stavební. V období od roku 2011 do roku 2015 dochází k pozvolnému poklesu relativního podílu. Následně je zde až do konce sledovaného období mírný nárůst. Z hlediska pořadí došlo u Fakulty stavební k udržení pátého místa.

U Fakulty materiálově-technologické byl vývoj relativního podílu studentů klesající téměř v celém sledovaném období. Nejvýznamnější pokles byl mezi roky 2015 a 2016. Výjimkou z toho trendu se stává období 2018-2019, kdy dochází k nepatrnému nárůstu. Ohledně pořadí v rámci univerzity došlo u Fakulty metalurgie a materiálového inženýrství nastal pokles ze čtvrtého místa na šesté.

Fakulta bezpečnostního inženýrství vykazuje mezi roky 2011 a 2012 nepatrný pokles. Ve zbytku sledovaného období dochází k pozvolnému nárůstu relativního podílu. V pořadí Fakulta bezpečnostního inženýrství zůstala po dobu celého sledovaného období na poslední pozici.

5.5 Analýza preference studijních programů v rámci VŠB-TUO

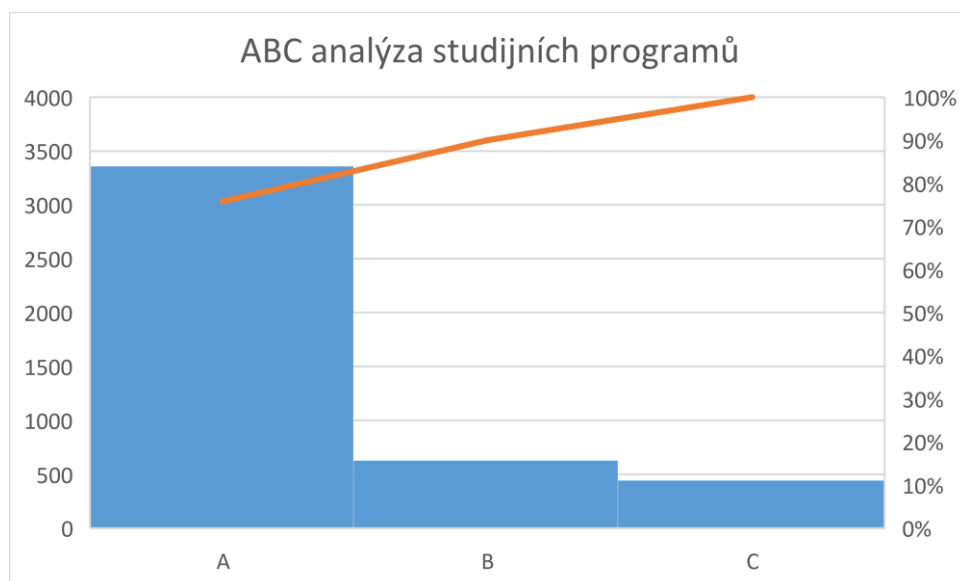
Dále jsme se v rámci interní analýzy zaměřili na preference studentů při volbě studijních oborů na VŠB-TUO. Výzkumnou technikou pro změření této míry preference byla zvolena ABC analýza, která je založena na Paretově pravidle 80/20. V tab. 5.10 je zachyceno TOP 20 studijních programů dle počtu zapsaných studentů.

Tab. 5.10 TOP 20 oborů Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava

	Program	fakulta	počet	ČR	zahraničí
1	Ekonomika a management	EkF	635	603	32
2	Strojírenství	FS	505	486	19
3	Informatika	FEI	442	369	73
4	Požární ochrana a průmyslová bezpečnost	FBI	331	312	19
5	Marketing	EkF	292	272	20
6	Stavební inženýrství	FAST	285	246	39
7	Architektura a stavitelství	FAST	170	129	41
8	Účetnictví a daně	EkF	162	153	9
9	Finance	EkF	148	142	6
10	Veřejná ekonomika	EkF	111	110	1
11	Aplikovaná ekonomie	EkF	100	94	6
12	Elektroenergetika	FEI	91	82	9
13	Biomedicínská technika	FEI	87	81	6
14	Management kvality a průmyslových systémů	FMT	84	78	6
15	Řídící a informační systémy	FEI	80	77	3
16	Projektování elektrických systémů	FEI	57	51	6
17	Informatika v ekonomice	EkF	55	53	2
18	Dopravní systémy a technika	FS	55	52	3
19	Telekomunikační technika	FEI	52	46	6
20	Aplikovaná elektronika	FEI	48	44	4

Na programech, které jsou uvedeny v tabulce 5.10, byla provedena ABC analýza ve třech kategoriích: TOP10, TOP15 a TOP20. V rámci programů kategorie TOP10 je zapsáno 3081 studentů, což činí 70 % ze všech studentů VŠB-TUO a jedná se o 22 % studijních programů. Dominantní jsou v této kategorii studijní programy Ekonomické fakulty.

Kategorie studijních programů TOP15 obsahuje 79 % studentů při využití 33 % studijních programů. Pro kategorii TOP20 se jedná o 3790 studentů, kteří tvoří 86 %, studující na 43 % z celkového počtu studijních programů. Ostatní menší studijní programy, na kterých studuje přibližně 14 % studentů, představují 57 % z množiny studijních programů.



Obr. 5.6 ABC analýza studijních programů VŠB-TUO

Na obr. 5.6 lze spatřit rozdělení všech studijních programů do kategorií dle metodiky ABC. Kategorie A je tvořena třinácti studijními programy a obsahuje 75 % studentů. Do Kategorie B bylo zařazeno dvanáct studijních programů, na kterých je zapsáno cca dalších 14 % studentů. Zbývajícím 21 studijním programům byla přidělena kategorie C s relativním podílem 11 % studentů.

6 Návrhy a doporučení

V této kapitole bude provedeno shrnutí výzkumných šetření. Rovněž zde budou popsány doporučení a návrhy pro Ekonomickou fakultu Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava, které jsou zaměřeny na zvýšení konkurenceschopnosti Ekonomické fakulty a zvrácení negativního trendu v počtu studentů.

6.1 Shrnutí výsledků analýzy konkurenceschopnosti

Provedené analýzy měly za úkol popsat současnou pozici Ekonomické fakulty VŠB-TUO ve srovnání s konkurenčními ekonomickými fakultami vysokých škol v České republice. Byl hodnocen vývojový trend v časovém období roku 2011 – 2019 dle sestavy ukazatelů, mezi kterými byl zahrnut vývoj počtu studentů, bližší zaměření na vývoj počtu zahraničních studentů a samoplátců, interní srovnání fakult Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava a rovněž ABC analýza oblíbenosti studijních programů této univerzity.

6.2 Vývoj počtu studentů ekonomických fakult v ČR

Nejdříve byl vyhodnocen ukazatel celkového vývoje počtu studentů ekonomických fakult v ČR. Vývojový trend byl vyjádřen jak absolutně, tak i relativně. V rámci tohoto ukazatele je u Ekonomické fakulty VŠB-TUO patrný strmý propad v rámci období 2011 – 2019 z počtu 5985 studentů na 2509. V relativním pojetí je zde pokles o sedm procentních bodů.

Tento trend je patrně způsoben poněkud zkresleným vnímáním statutárního města Ostrava i dalších oblastí Moravskoslezského kraje, které jsou spojeny s odlivem studentů směrem do Brna či Prahy. Také nebyla v posledních letech patrná žádná významnější náborová kampaň pro studenty ekonomických oborů. Další problém byl spatřen v příliš teoretickém pojetí mnoha vyučovaných předmětů, kde bohužel chyběla praktická aplikace metod, které jsou nyní používány v praxi. Díky tomuto nedostatku nebyla u studentů vybudována dostatečně velká přidaná hodnota, kterou by následně získali konkurenční výhodu pro budoucí kariérní dráhu.

Doporučení pro tuto oblast je vytvoření reklamní kampaně ve spolupráci se zkušenou reklamní agenturou, která by zůstala dlouho v povědomí studentů středních škol, kteří představují budoucí zákazníky pro Ekonomickou fakultu, rovněž by v této kampani bylo

vhodné pokusit se změnit neopodstatněné negativní vnímání celého Moravskoslezského regionu. Dalším vhodným krokem by měla být důkladná kontrola veškerých studijních plánů studijních programů na Ekonomické fakultě a zamyslet nad všemi příležitostmi pro začlenění výuky dovednostní a znalostí přímo uplatnitelných při výkonu budoucího zaměstnání.

6.3 Vývoj počtu zahraničních studentů a samoplátců na ekonomických fakultách v ČR

V případě vývoje počtu zahraničních studentů a samoplátců dochází na Ekonomické fakultě absolutně k poklesu zahraničních studentů o 120 a k mírnému nárůstu samoplátců ze 32 na 91. Nicméně při provedení relativního srovnání docházíme ke zjištění, že došlo u obou sledovaných ukazatelů k poklesu a to o 3,5 procentního bodu u zahraničních studentů a o celých devatenáct procentních bodů od referenčního bodu 2012 v případě samoplátců, kde bylo v daném roce dosaženo prvenství co do relativního podílu.

Základním doporučením je bližší průzkum technik našich úspěšnějších konkurentů, primárně Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity, která v obou sledovaných ukazatelích dosahuje velmi výrazného růstu. Je rovněž nutno zvýšit míru nadnárodní komunikace a prezentace Ekonomické fakulty s univerzitami ze třetích zemí i dalších částí světa, a to za hlavním účelem získání většího množství bilaterálních dohod, které budou věnovány budoucímu studiu na Ekonomické fakultě VŠB-TUO a další vzájemné spolupráce mezi těmito institucemi.

6.4 Efektivnost ekonomických fakult

Měření efektivnosti ekonomických fakult bohužel nedopadlo pro Ekonomickou fakultu nejlépe. V případě efektivnosti kateder dosahuje s nejvyšším množstvím kateder (14) z celé porovnávané skupiny velmi prudkého navyšování tohoto indexu, což značí s každý rokem nižší efektivnost. Jedná se o pokles o 249 na hodnotu 179, která je jednou z nejhorších ze sledovaných ekonomických fakult. Pro bližší představu průměr referenční skupiny činí 309 studentů.

Hlavním doporučením je redukce počtu kateder, které nejsou nyní dostatečně efektivně využity a tím dochází k přebytečným nákladům. Tento počet by měl být snížen ze současných čtrnácti kateder směrem k průměru referenční skupiny, který činí přibližně osm kateder.

7 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zjištění konkurenční pozice Ekonomické fakulty Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava na základě provedení analýzy konkurenceschopnosti ve srovnání s ostatními ekonomickými fakultami v České republice.

Z výzkumu vyplynulo, že celkový počet vysokoškolských studentů byl po celé období 2011 – 2019 klesající, což se projevilo i na poklesu studentů ekonomických oborů. Z vypočítaných ukazatelů byla zjištěna pozice primárně zkoumané Ekonomické fakulty VŠB-TUO.

Z vývoje celkového počtu studentů ekonomických fakult bylo zjištěno, že pozice Ekonomické fakulty VŠB-TUO byla strmě klesající, a to jak absolutně, tak i relativně. Ve sledovaném období došlo k poklesu z 5985 na 2509 studentů a snížení relativního podílu z 19 % na 12 %.

V případě vývoje studentů ve sledovaných lokalitách bylo zaznamenáno, že k poklesu studentů dochází ve všech lokalitách, nicméně s rozdílnou rychlostí. Oblast Praha dosahuje navýšení relativního podílu o 3 %. V oblasti Ostrava+Karviná lze sledovat snížení relativního podílu o 2 % a pokles o 14 106 studentů.

Dalším vyhodnoceným ukazatelem byl vývoj počtu zahraničních studentů a samoplátců. Pro Ekonomickou fakultu VŠB-TUO jsou oba tyto ukazatele klesajícími v relativních hodnotách. U zahraničních studentů byl zjištěn pokles relativního podílu o 4 %. Závažnější pokles byl odhalen u vývoje relativního podílu samoplátců. Během sledovaného období došlo k snížení relativního podílu samoplátců z 21 % na 6 %. V obou sledovaných ukazatelích dosahovala Provozně ekonomická fakulta ČZU v posledních třech letech rekordních hodnot a vyskytuje se na prvních pozicích dle relativního podílu.

Pro výpočet efektivnosti ekonomických fakult byly vytvořeny dva poměrové ukazatele – index efektivnosti kateder a index efektivnosti oborů. V případě sledované Ekonomické fakulty VŠB-TUO je patrná rychlá míra zhoršení obou indexů. Index efektivnosti kateder poklesnul z 428 na 249 a u indexu efektivnosti oborů došlo k negativní změně o 158 studentů.

Součástí výzkumu byla i analýza interního vývoje fakult Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. V interním srovnání byla v celém sledovaném období

Ekonomická fakulta na prvním místě v relativním i absolutním srovnání. Došlo i zde k poklesu relativního podílu z 28 % na 23,5 %.

Na základě získaných zjištění z vyhodnocení analytické části došlo k navržení doporučení pro Ekonomickou fakultu. Konkrétně bylo navrženo vytvoření reklamní kampaně za účelem přilákat nové uchazeče o studium z celé České republiky a zároveň se pokusit vyvrátit poněkud negativní vnímání Moravskoslezského kraje. Další návrh se týká zvýšení dlouhodobě stagnujícího počtu zahraničních studentů, primárně samoplátců. Je nutné zapracovat na aktivní globální komunikaci s univerzitami napříč celým světem, a to za účelem získání vyššího množství bilaterálních dohod, týkajících se studia samoplátců na Ekonomické fakultě. Také v případě měření efektivnosti kateder bylo zjištěno, že Ekonomická fakulta má s ohledem na současný počet studentů příliš vysoký počet kateder, což vede k vyšší administrativní zátěži a také k přebytečným nákladům. Byl vznesen návrh, aby počet kateder byl zredukován směrem k průměrné hladině, která činí cca 8 kateder.

Seznam použité literatury

Odborné publikace

- [1] ČÁSTEK, Ondřej a Jana POKORNÁ. *Konkurenční schopnost podniků: výsledky empirického výzkumu*. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6124-8.
- [2] ČICHOVSKÝ, Ludvík. *Marketing konkurenceschopnosti (I)*. Praha: Radix, 2002. ISBN 80-860-3135-7.
- [3] DVOŘÁČEK, Jiří a Peter SLUNČÍK. *Podnik a jeho okolí: jak přežít v konkurenčním prostředí*. Praha: C. H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7400-224-3.
- [4] HÁLEK, Vítězslav. *Non-financial indicators in the valuation process*. 1st ed. London: Science Publishing, 2016. 114 p. ISBN 978-0-9935191-2-3.
- [5] KISLINGEROVÁ, Eva. *Nové trendy ve vývoji konkurenceschopnosti podniků České republiky: v globální světové ekonomice*. Praha: C. H. Beck, 2014. ISBN 978-80-7400-537-4.
- [6] MARTINOVIČOVÁ, D., M. KONEČNÝ a J. VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha: Grada Publishing, 2014. ISBN 978-80-247-5316-4.
- [7] MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-1277-6.
- [8] NENADÁL, Jaroslav, David VYKYDAL a Petra HALFAROVÁ. *Benchmarking: mýty a skutečnost: model efektivního učení se a zlepšování*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2011, 265 s. ISBN 978-80-7261-224-6.
- [9] NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 2. doplněné. Praha: Management Press, 2004. ISBN 80-7261-110-0.
- [10] PARMENTER, David. *Key performance indicators: developing, implementing, and using winning KPIs*. 2nd ed. Hoboken: Wiley, c2010. 299 p. ISBN 978-0-470-54515-7.
- [11] PAVELKOVÁ, Drahomíra a Adriana KNÁPKOVÁ. *Výkonnost podniku z pohledu finančního manažera*. 3. vyd. Praha: Linde, 2012. 333 s. ISBN 978-80-7201-872-7.

[12] PORTER, Michael E. *Konkurenční výhoda: Jak vytvořit a udržet si nadprůměrný výkon*. Praha: Victoria Publishing, 1993. ISBN 80-856-0512-0.

[13] SEDLÁČEK, Milan, Petr SUCHÁNEK a Jiří ŠPALEK. *Kvalita a výkonnost průmyslových podniků*. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 127 s. ISBN 978-80-210-6075-3.

[14] SOUČEK, Zdeněk. *Strategie úspěšného podniku: symbióza kreativity a disciplíny*. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-572-5.

[15] STAPENBURST, Tim. *The benchmarking book*. New York: Amacom, c2009. ISBN-13: 978-0750689052

[16] ŠULÁK, Milan a Emil VACÍK. *Měření výkonnosti firem*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2005. Eupress. 89 s. ISBN 80-86754-33-2.

[17] WAGNER, Jaroslav. *Měření výkonnosti: jak měřit, vyhodnocovat a využívat informace o podnikové výkonnosti*. Praha: Grada Publishing, 2009. 248 s. ISBN 978-80-247-2924-4.

[18] ZICH, Robert. *Koncepce úspěchuschopnosti: konkurenceschopnost – vítězství, nebo účast v soutěži?*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2012. ISBN 978-80-7204-818-2

Elektronické zdroje a ostatní

[19] BENEFICO. *Paretovo pravidlo a ABC analýza*. [online]. 2013. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <http://www.eaukcebenefico.cz/paretovo-pravidlo-a-abc-analyza/>

[20] BUSINESS VIZE. *Paretova ABC analýza- mocný nástroj v logistice, marketingu i obchodu*. [online]. 2011. [cit. 2020-03-20]. Dostupné z: www.businessvize.cz/rizeni-a-optimalizace/paretova-abc-analyza-mocny-nastroj-v-logistice-marketingu-i-obchodu

[21] EKONOMICKÁ FAKULTA VŠB-TUO. *Katedry a pracoviště*. [online]. 2019. [cit. 2020-03-27]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/cs/katedry-a-pracoviste/>

[22] EKONOMICKÁ FAKULTA VŠB-TUO. *Oddělení manažerských studií*. [online]. 2019. [cit. 2020-03-24]. Dostupné z: <https://www.ekf.vsb.cz/k165/cs/studium/mba-in-executive-leadership/index.html>

- [23] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Aplikovaná ekonomie – Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=873&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [24] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Ekonomie – Ph.D.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=925&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [25] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Ekonomika a management - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=868&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [26] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Ekonomika a management – Ph.D.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=978&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [27] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Finance - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=948&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [28] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Finance – Ph.D.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=974&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [29] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Informatika v ekonomice - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=1025&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [30] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Informační a znalostní management - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z:

z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=1029&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[31] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Marketing a obchod - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=1026&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[32] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Účetnictví a daně - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=950&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[33] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Veřejná ekonomika a správa - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=881&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[34] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní program Veřejná ekonomika a správa - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?programmeId=878&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[35] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Ekonomický rozvoj - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1754&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[36] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Ekonomický rozvoj – Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1764&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[37] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Ekonomika a právo v podnikání - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1774&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

- [38] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Ekonomika a právo v podnikání - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1760&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [39] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Finance - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1800&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [40] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Management - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1773&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [41] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Management - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1759&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [42] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Marketing a obchod - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1756&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [43] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Marketingová komunikace - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1755&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [44] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Mezinárodní ekonomické vztahy - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1753&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,
- [45] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Mezinárodní ekonomické vztahy - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z:

z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1763&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[46] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Podniková ekonomika - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1772&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[47] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Podniková ekonomika - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1758&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[48] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Sportovní management - Bc.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1775&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[49] VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA. *Studijní specializace Účetnictví a daně - Ing.* [online]. 2019. [cit. 2020-03-23]. Dostupné z: <https://www.vsb.cz/cs/chci-studovat/studijni-programy/?brancheId=1801&academicYearId=60&studyLanguageIds=1>,

[50] VÝROČNÍ ZPRÁVA O HOSPODAŘENÍ EKf ZA ROK 2019

Seznam zkratek

ČZU	Česká zemědělská univerzita v Praze
EF	Ekonomické fakulty
EkF	Ekonomická fakulta
FAST	Fakulta stavební
FBI	Fakulta bezpečnostního inženýrství
FEI	Fakulta elektrotechniky a informatiky
FMT	Fakulta materiálově-technologická
FS	Fakulta strojní
JČU	Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
KPI	Klíčové ukazatele výkonnosti
KRI	Klíčové ukazatele výsledků
MBA	Master of Business Administration
MENDELU	Mendelova univerzita v Brně
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MUNI	Masarykova univerzita
PI	Ukazatele výkonnosti
RI	Ukazatele výsledků
SLU	Slezská univerzita v Opavě
TUL	Technická univerzita v Liberci
UHK	Univerzita Hradec Králové
UJEP	Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem
UPCE	Univerzita Pardubice
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
VŠB-TUO	Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava
VŠE	Vysoká škola ekonomická v Praze

VUT

Vysoké učení technické v Brně

ZČU

Západočeská univerzita v Plzni

Seznam obrázků

Obr. 2.1 Konkurenční prostor

Obr. 2.2 Proces benchmarkingu

Obr. 2.3 Rozdělení podílu počtu položek do jednotlivých kategorií a jejich podíl na obratu

Obr. 3.1 Organizační struktura EkF VŠB-TUO

Obr. 5.1 Relativní podíly studentů ekonomických fakult (2011-2019)

Obr. 5.2 Relativní podíly vybraných lokalit (2011-2019)

Obr. 5.3 Relativní podíly zahraničních studentů na ekonomických fakultách (2011-2019)

Obr. 5.4 Relativní podíly samoplátců na ekonomických fakultách v ČR (2011-2019)

Obr. 5.5 Relativní podíly fakult v rámci VŠB-TUO (2011-2019)

Obr. 5.6 ABC analýza studijních programů VŠB-TUO

Seznam tabulek

Tab. 3.1 Počty studentů dle forem, stupňů a místa realizace studia

Tab. 3.2 Počty absolventů dle forem, stupňů a místa realizace studia

Tab. 4.1 Harmonogram činností

Tab. 5.1 Podíl ekonomických fakult na celkovém počtu studentů v ČR

Tab. 5.2 Absolutní počty studentů ekonomických fakult v ČR (2011-2019)

Tab. 5.3 Vývoj počtu studentů ve vybraných lokalitách (2011-2019)

Tab. 5.4 Podíl EF na celkovém počtu zahraničních studentů

Tab. 5.5 Absolutní počty zahraničních studentů na ekonomických fakultách (2011-2019)

Tab. 5.6 Absolutní počty samoplátců na ekonomických fakultách (2011-2019)

Tab. 5.7 Index efektivnosti kateder na ekonomických fakultách v ČR

Tab. 5.8 Index efektivnosti studijních programů na ekonomických fakultách v ČR

Tab. 5.9 Absolutní počty studentů v rámci VŠB-TUO

Tab. 5.10 TOP 20 oborů Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava

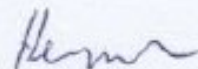
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

jsem byl seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;

- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3); souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 27. dubna 2020



.....
Bc. Ondřej Herman