



# JOURNAL OF VALUATION AND EXPERTNESS

editor-in-chief: Ing. Jakub Horák, MBA, PhD.

managing editor: Ing. Jiří Kučera and Ing. Eva Kalinová

chairman of the editorial board: Ing. Veronika Machová, MBA, Ph.D.

## **Published by:**

The Institute of Technology and Business in České Budějovice

School of Expertness and Valuation

Okružní 517/10

370 01 České Budějovice

Tel.: +420 380 070 218

e-mail: [horak@mail.vstecb.cz](mailto:horak@mail.vstecb.cz)

<http://journals.vstecb.cz/publications/Journal-of-valuation-and-expertness>

ISSN 2533-6258 (Online)

Periodicity: Twice a year

Since 2016

Date of issue: December 2022

## EDITORIAL BOARD/EDIČNÍ RADA

Ing. Veronika Machová, MBA, Ph.D. – chairman  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

prof. Ing. Marek Vochozka, MBA, Ph.D., dr. h. c.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

prof. Ing. Jan Váchal, CSc.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

doc. Ing. Eva Vávrová, Ph.D.  
Mendel University of Brno

Ing. František Milichovský, Ph.D., MBA, DiS.  
Brno University of Technology

Dr. Lu Wang  
Zhejiang University Finance Economics, China

doc. Ing. Ondrej Stopka, Ph.D.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

doc. Ing. Jarmila Straková, Ph.D.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

doc. PaedDr. Mgr. Zdeněk Caha, MBA, Ph.D., MSc.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

Ing. Filip Petráč, Ph.D.  
University of South Bohemia in České Budějovice

doc. Ing. Simona Hašková, Ph.D.  
The Institute of Technology and Business in České Budějovice

doc. Ing. Vojtěch Stehel, MBA, PhD.

The Institute of Technology and Business in České Budějovice

Ing. Jaromír Vrbka, MBA, PhD.

The Institute of Technology and Business in České Budějovice

Ing. Zuzana Rowland, MBA, PhD.

The Institute of Technology and Business in České Budějovice

Mgr. Petr Šuleř, PhD.

The Institute of Technology and Business in České Budějovice

# Content/Obsah

<b>ESTIMATON OF FUTURE DEMAND FOR FURNITURE UP TO 2025 .....</b>	<b>6</b>
<b>ODHAD BUDOUCÍ POPTÁVKY PO NÁBYTKU DO ROKU 2025.....</b>	<b>7</b>

Jiří Kučera, Andrea Bláhová

<b>EVALUATION OF INFLATION IN THE CZECH REPUBLIC.....</b>	<b>17</b>
<b>HODNOCENÍ INFLACE V ČR.....</b>	<b>18</b>

Eva Kalinová, Nikola Sátrová

<b>HEADHUNTING AS AN EFFECTIVE TOOL FOR RECRUTING NEW EMPLOYESS.....</b>	<b>30</b>
<b>HEADHUNTING JAKO EFEKTIVNÍ NÁSTROJ PRO NÁBOR NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ.....</b>	<b>31</b>

Žaneta Bartušková

<b>PROPOSAL OF AN APPROACH TO THE FINANCIAL EXPRESSION OF AESTHETIC VEHICLE DEFECTS.....</b>	<b>47</b>
--	-----------

Chyba! Záložka není definována.

<b>NÁVRH PŘÍSTUPU K FINANČNÍMU VYJÁDŘENÍ ESTETICKÝCH VAD VOZIDEL .....</b>	<b>48</b>
--	-----------

Chyba!  
Záložka není definována.

Nikola Kromková

<b>ACTUAL PAID COST OF EQUITY IN CONSTRUCTION.....</b>	<b>58</b>
<b>SKUTEČNĚ VYPLACENÉ NÁKLADY NA VLASTNÍ KAPITÁL VE STAVEBNICTVÍ.....</b>	<b>59</b>

Ondřej Dvorák



# ESTIMATION OF FUTURE DEMAND FOR FURNITURE UP TO 2025

Jiří Kučera<sup>1</sup>, Andrea Bláhová<sup>2</sup>

<sup>1</sup> The Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications, Department of Economics, University of Žilina, Slovakia

<sup>2</sup> School of Expertness and Valuation, Institute of Technology and Business in České Budějovice, Czech Republic

## Abstract

The aim of the work was to evaluate the offers on the furniture market in the Czech Republic and to predict the amount of this offer until 2025. To evaluate the structure of the furniture offer, a content analysis of the websites of five specific companies was carried out. The company's offers include a wide range of products for both home and work environments. The weakness is the focus on only five selected companies. The volume of the offer was determined thanks to the assumption that the companies offering will sell as much. Here the sum of the sales was done. The predicted bid was performed using regression analysis. The predicted supply is increasing.

**Keywords:** offer, furniture, prediction, content analysis, regression analysis, furniture market in the Czech Republic.

# ODHAD BUDOUCÍ POPTÁVKY PO NÁBYTKU DO ROKU 2025

Jiří Kučera<sup>1</sup>, Andrea Bláhová<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakulta provozu a ekonomiky dopravy a spojů, Katedra ekonomiky, Žilinská univerzita  
v Žilině, Slovensko

<sup>2</sup> Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých  
Budějovicích, Česká republika

## Abstrakt

Cílem práce bylo zhodnotit nabídky na trhu nábytku v ČR a predikovat výši této nabídky do roku 2025. K hodnocení struktury nabídky nábytku byla provedena obsahová analýza webových stránek pěti konkrétních firem. Nabídky firem obsahují mnoho sortimentu jak pro domácnosti i pro pracovní prostředí. Slabou stránkou je zaměření pouze na pět vybraných firem. Objem nabídky byl stanoven díky předpokladu, že firmy nabízejí, tolik prodají. Zde byl proveden součet tržeb. Predikovaná nabídka byla provedena pomocí regresní analýzy. Předpovídaná nabídka je rostoucí.

**Klíčová slova:** nabídka, nábytek, predikce, obsahová analýza, regresní analýza, trh nábytku v ČR

---

## Úvod

Úspěšnost firmy a vykazování zisku je spjata s kvalitní nabídkou a s dodavatelským řetězcem. V současné době se v průmyslu objevily nové problémy zvýšením hranic dodavatelského řetězce, zejména když někteří členové dodavatelského řetězce usilují o své vlastní zájmy (Gharaei a Jolai, 2021). Dodavatelský řetězec se skládá ze všech integrovaných činností, které přinášejí produkty na trhy ve správný čas, na správném místě a současně vytvářejí přidanou hodnotu za účelem uspokojení zákazníků (Atthirawong et al., 2021).

Jedna z okolností, kterou firmy řeší je, zda jejich nabídka dokáže uspokojit potenciaální spotřebitele. Pokud se firma nachází v silně konkurenčním prostředí, důležitou roli hraje strategie. Vzhledem k rozdílům jednotlivců, které umožňují podnikatelské prostředí a vytvářejí konkurenční výhodu, je nutné je koordinovat podle poslání, vize a cílů stanovených organizací, aby byly uspokojovány potřeby konkrétních znalostí a dovedností a efektivně realizovány definované obchodní cíle (Hrustek et al., 2020).



Důležitou roli hraje také struktura nabídky. Firma by měla sledovat aktuální poptávku spotřebitelů a podle toho upravovat své nabídky výrobků. Nabídka spotřebitele musí něčím zaujmout a nabídnout něco, co jiné firmy v konkurenčním prostředí neposkytují. Aby výrobci úspěšně konkurovali na trhu, zaváděli diferenciací strategie zaměřené na potřeby současných spotřebitelů (Paparella et al., 2020). Nabídka je také ovlivňována produktovým portfoliem, životním cyklem výrobků, rychlostí inovací. Firmy dále také provádějí průzkumy trhu, čímž mohou zjistit, co nabízí jejich konkurenti. Firmy využívají otevřenou inovační strategii k prozkoumání externích znalostí nebo k využití interních znalostí ve prospěch inovací svých produktů / služeb, a tím zvyšují svůj inovační výkon (Cheng a Shiu, 2021).

Cílem práce je zhodnotit nabídky na trhu nábytku v ČR a predikovat výši této nabídky do roku 2025. Z cíle pak vycházejí tyto výzkumné otázky.

VO1: Jaká je struktura nabídky nábytku v ČR?

VO2: Jaká je velikost nabídky na trhu nábytku?

VO3: Jaká bude nabídka nábytku v období 2020-2025?

## Literární rešerše

Trh sdílení zahrnuje sdílení nečinných produktů vlastníkem a sdílení nových produktů firmy. Společnosti, které se účastní sdílené ekonomiky, se rozhodnou stáhnout se z trhu, protože je vždy obtížné dosáhnout zisku díky velkým investicím do aktiv, ale pro vlastníky, kteří nepotřebují vstupy do nákladů, takové starosti nevznikají (Zhenfeng et al., 2021). Na trhu spotřební elektroniky firmy často omezují nabídku svých výrobků, aby vytvořily efekt nedostatku, který by spotřebitele lákal k nákupu jejich výrobku. V této studii navrhuje úroveň konfigurace produktu jako podmíněnou proměnnou, která pracuje s úrovní nabídky, aby ovlivnila výsledek strategie omezení dodávek (Li et al., 2021). Firmy spolu s výrobou komponentů v podniku vytvářejí určité požadavky od dodavatele, který soutěží na navazujícím trhu (zasahování). Zjistili jsme, že kvalita výrobků se může s nárůstem diferenciací produktů zvyšovat nebo snižovat (Mandal a Jain, 2021). Výsledek ukazuje, že bez zavedení nových verzí výrobků nikdy nedochází k prodeji. Naopak, když jsou vydány nové verze výrobků, lze použít strategii prodeje, pokud se neočekává, že přebytečná nabídka bude tak velká (Utaka, 2021). Gupta et al. (2021) zkoumají, zda načasování narušení může významně ovlivnit optimální cenovou strategii maloobchodníka. Při vyvíjení optimálních cenových strategií v několika obdobích a v konkurenčním prostředí by měl být zohledněn meziodvětvový a horizontální efekt referenční ceny tvořený historickou cenou a cenou konkurenta (Zha et al., 2021).

Tato studie se zaměřuje na kvalitu ryb a využití zdrojů na úrovni ex-vessel hodnotového řetězce. Tato zjištění jsou připisována špatně fungujícímu trhu ex-vessel, kde asymetrické informace o kvalitě ryb a vyjednávací síle rybářů narušují vztah mezi kvalitou a cenou, což vede k tomu, že rybáři nejsou motivováni k tomu, aby dodávali ryby dobré kvality (Sogn-Grundvag et al., 2021).

V rámci vertikální integrace může být celkový zisk dodavatelského řetězce nižší ve srovnání se scénářem, kdy členové v každém dodavatelském řetězci zůstávají nezávislí. Spotřebitelé také musí za výrobky platit více (Saha a Neilsen, 2021). Služby nabízené provozovateli se liší cenou i kvalitou služeb. Na druhé straně se spotřebitelé liší ve svých preferencích před cenou a kvalitou, přičemž někteří projevují citlivost vůči ceně a jiné kvalitě

(Chouhan et al, 2021). Rozdíly v obchodních postupech a preferencích jsou zásadní pro pochopení konkrétních odvětví, zejména ve vztahu k navazujícím operacím na rozvíjejících se trzích (Ghouri et al., 2021). Prodejce nastaví cenu, která ovlivní prodej i zásoby. Dynamika zásob se zvyšuje ve výrobním tempu, snižuje prodej a liší se podle některých stochastických a časově nezávislých chybových termínů (De Giovanni, 2021). V praxi by výrobci, kteří nabízejí základní a prodlouženou záruku, měli současně rozhodovat o cenách produktů, cenách náhradních dílů za mimozáruční produkty, základních a rozšířených záručních zásadách a správě zásob náhradních dílů. Maximální počet poruch v každém časovém intervalu se vypočítá odpovídajícím způsobem a nakonec jsou náklady na zásoby náhradních dílů optimalizovány pomocí navrhovaného dynamického programovacího algoritmu (Afsahi et al., 2021).

Je velmi cenné studovat poptávku spotřebitelů po sledovatelných potravinách a simulacích trhu, které mohou upravit strukturu výroby a nabídky výsledovatelných potravin a podpořit sledovatelný rozvoj trhu (Hou et al., 2020). Obecně platí, že spojení mezi agregátními nárazy poptávky a čistou energií je důležitější než spojení mezi dodavatelskými šoky a čistou energií, zejména ve střednědobém horizontu (Maghyreh a Abdoh, 2021). U výrobků s vysokou variabilitou poptávky (např. luxusním zbožím) a vysokými prodejními náklady by měla být stanovena vysoká cena i pro výrobky s nízkou pozicí (Chen et al., 2020).

Regresní modely byly vyvinuty a optimalizované procesní parametry byly ověřeny pomocí regresivního modelu. Skenovací elektronová mikroskopie a Fourierova analýza infračervené spektroskopie byly také provedeny k provedení potvrzení účinnosti povlaku (Senthil Kumar, et al., 2020). Vochozka et al. (2020) vytvořili metodiku pro identifikaci selhání společnosti (úpadek) pomocí umělých neuronových sítí (dále jen „NN“) s alespoň jednou vrstvou dlouhodobé paměti (LTSM). Může být použita jak pro malé, střední, tak pro výrobní společnosti, stejně jako pro finanční instituce, investory nebo auditory jako alternativu pro hodnocení finančního zdraví společností v dané oblasti (Vochozka et al., 2020). Vochozka et al. (2019) navrhli metodiku pro zvážení sezónních výkyvů ve vyvažování časových řad pomocí umělých neuronových sítí na příkladu eura a čínského jüanu. Před experimentem se zdálo, že není důvod zahrnout do výpočtu kategoričké proměnné. Výsledek však ukázal, že další proměnné ve formě roku, měsíce, dne v měsíci a dne v týdnu, ve kterém byla hodnota měřena, přinesly vyšší přesnost a pořadí při vyrovnání časových řad (Vochozka et al., 2020).

Buyuktanir a Karacan (2021) zkoumal, jak vznikající koncept SD pomáhá vysvětlit transformace a změny v politikách turecké vědy, techniky a inovací (STI) od roku 2000, se zvláštním zaměřením na zapojení do vědeckých a výzkumných programů EU a evropských organizací a následně zaplnit mezeru v související literatuře. K analýze těchto závazků se používá europeanizace a kvalitativní analýza obsahu jako teoretický rámec a metodika. Hlavní zjištění a závěry poukazují na to, že úsilí Turecka o harmonizaci své politiky v oblasti vědy a techniky s EU připravilo půdu pro nové mechanismy financování a jeho účast na programu Horizont 2020 jako přidružené země. Navíc využití vědy a technologie (S&T) jako měkké síly posílilo veřejnou diplomacii Turecka s evropskými zeměmi. V důsledku toho by větší zapojení do partnerství VTI s evropskými zeměmi mohlo Turecku pomoci otevřít nová místa pro rozvoj SD (Buyuktanir a Karacan, 2021). Li et al (2021) zkoumali heterogenní rys při určování volatility bitcoinů pomocí markovského modelu přepínání režimů a otestovat jeho schopnost prognózovat. Metodika prognózy měření rizika výnosů Bitcoinu je založena na přístupu podmíněných autoregresivních modelů hodnota v riziku (CAViaR). Jejich

výsledky ukazují, že volatilita bitcoinu významně souvisí s volatilitou výnosu kryptoaktiv a hlavními determinanty volatility jsou spekulace, pozornost investorů, interoperabilita trhu a interakce mezi spekulacemi a interoperabilitou trhu. Kromě toho předsazeny důkazy, že hlavním zdrojem volatility je pozornost investorů. Spekulační termín interakce jsou spojeny ve formě "ve tvaru písmene U", zatímco pozornost investorů a interoperabilita trhu ukazují lineární trend volatility Bitcoinu (Li et al., 2021).

Byla provedena techno-ekonomická analýza (TEA) s účelem vyhodnocení ekonomické ziskovosti a proveditelnosti systému skladování energie H<sub>2</sub> pomocí alkalické a polymerní elektrolytové membránové vodní elektrolýzy pro provoz vodní elektrolýzy o výkonu 1 MW. K provedení TEA bylo využito mnoho metod ekonomické analýzy, jako je rozepsaný odhad nákladů, analýza ziskovosti pomocí kumulativního diagramu peněžních toků a analýza nejistoty používající simulační metodu Monte-Carlo. Z výsledků analýzy ziskovosti a nejistoty byla potvrzena přiměřená váha REC z hlediska diskontovaných kritérií ziskovosti, jako je diskontované období návratnosti, čistá současná hodnota, poměr současné hodnoty a diskontovaný peněžní tok návratnosti. Kromě toho byla váha REC ovlivněna čistou současnou hodnotou ve srovnání s kolísáním obchodních nákladů REC (Lee et al, 2020).

Jako nejlepší metody se jeví regresní analýza a obsahová analýza. Díky obsahové analýze získám odpověď na první výzkumnou otázku, která se týká struktury nabídky nábytku na trhu v ČR. Pomocí regresní analýzy vytvořím spojnicový graf tržeb.

## Data a metody

Jedná se o data z databáze Albertina společnosti Bisnode. Je nutné popsat kritéria výběru – hlavně CZ-NACE (výroba nábytku). Tato data jsou zpracována ve formě tabulky v MS Excelu. Tabulka obsahuje 9 000 firem a jednotlivé údaje o nich. Mezi údaje, které tabulka obsahuje, patří název podniku, adresa, datum vzniku, web, právní forma, informace z účetní uzávěrky aj. Mě konkrétně budou zajímat firmy, které vyrábí nábytek. Pro mou práci bude klíčový sloupec, který nese název „Tržby za prodej vlastních výrobků a služeb“. Dalším důležitým údajem budou webové stránky. Díky webovým stránkám se mohu dostat k nabídkám konkrétních firem.

Udělám obsahovou analýzu dokumentů (webových stránek). Budu srovnávat nabídky těchto firem: Český nábytek a. s., GIGA nábytek a. s., PF NÁBYTEK spol. s r. o., KAPLAN NÁBYTEK spol. s r. o. Informace podle zvolených kritérií dám do tabulky a následně je porovnáám. Deklarovaným způsobem odpovím na první výzkumnou otázku: jaká je struktura nabídky nábytku v ČR?

Budu vycházet z předpokladu, že firmy nabízejí tolik, kolik prodají. Provedu součet tržeb za prodej vlastních výrobků podle jednotlivých roků. Deklarovaným způsobem odpovím na druhou výzkumnou otázku: jaká je velikost nabídky na trhu nábytku?

Vytvořím bodový graf, kdy na ose x budu mít čas, na ose y pak objem tržeb. Následně budu počítat spojnici trendu. Provedu tedy regresní analýzu. Vše budu dělat v MS Excel.

Deklarovaným způsobem zodpovím třetí otázku: jaká bude nabídka nábytku v období 2020-2025?

## Výsledky

### Srovnání nabídek nábytkářských firem

Firma Český nábytek a. s. nabízí kancelářský nábytek, lékařský nábytek, recepce (recepční pulty), dětský nábytek, židle a křesla, šatny a dílny. Pod kancelářským nábytkem najdeme na webových stránkách dvě řady – řada economy a řada design. V těchto řadách jsou nabízeny kancelářské stoly, kontejnery a pojízdné boxy, skříně a kartotéky, doplňky a ukázkové sestavy. Pracovní stoly řady Design s kovovou podnoží jsou nabízeny od 2 950 Kč bez DPH do 5 450 Kč bez DPH.

GIGA nábytek s. r. o. nabízí komody a regály, obývací stěny, pohovky, sedací soupravy, skříně a židle. Komody jsou nabízeny v materiálech – dub sterling, dub artisan, akát, dub havelland cognac, aj.

BRADOP nábytek, s. r. o. nabízí předsíně, kuchyně, obývací pokoje, dětské pokoje, ložnice, kanceláře a zahradní nábytek. V nabídce předsíní jsou tyto podkategorie – sestava CUBE, sektor, botníky, věšáky, lavice a taburety. Botníky jsou nabízeny od 1 584 Kč do 2 473 Kč. Kuchyně obsahují podkategorie – židle, jídelní stoly, jídelní sestavy, lavice, vitríny a komody. Jídelní jsou nabízeny v cenách od 1 419 Kč do cca 2 800 Kč. Pod sekci obývací pokoj se nachází obývací sestavy, sedací soupravy, pohovky, křesla, ušáky, taburety, konferenční stolky, televizní stolky, komody, knihovny, vaky, polštáře, koberce. Komody jsou v nabídce od 4 193 Kč do 13 943 Kč.

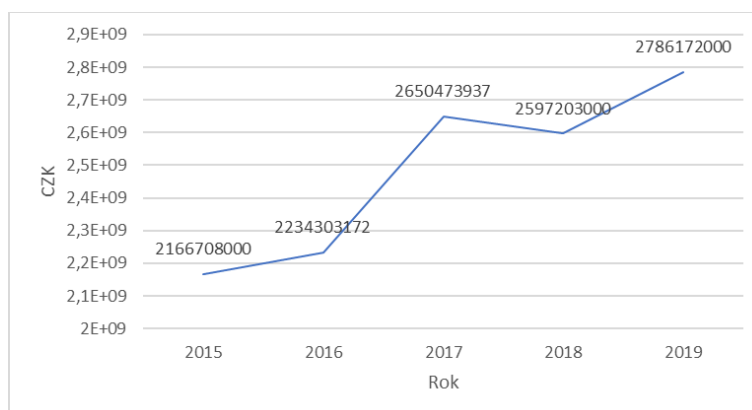
PF NÁBYTEK spol. s r. o. nabízí soupravy celočalouněné, soupravy + masiv, postele, komody hikor, křesla, jídelní stoly a židle, stolky a taburety. Komody Hikor jsou vyráběny ve více typech, nejsou zde však uvedeny konkrétní ceny.

KAPLAN NÁBYTEK s. r. o. nabízí židle, stoly, barové židle, lavice, konferenční stolky, nábytek, vybavení do restaurací a hotelů.

### Objem nabídky

Obrázek č. 1 zobrazuje objem tržeb nábytkářských firem v České republice v období 2015–2019. Na ose x jsou jednotlivé roky a na ose y částky v Kč. V roce 2015 celkový objem tržeb dosahoval výše 216670800 Kč. Objem tržeb rostl do roku 2017. V roce 2016 celkový objem tržeb činil 2234303172 Kč. Celkový objem tržeb v roce 2017 dosahovaly výše 2650473937 Kč. V roce 2018 došlo k poklesu a souhrnné tržby činily 2597203000 Kč. V dalším roce objem tržeb opět vzrostl na hodnotu 278617200 Kč a jedná se zároveň o nejvyšší částku celkového objemu tržeb.

Obrázek 1: Objem tržeb nábytkářských firem v ČR

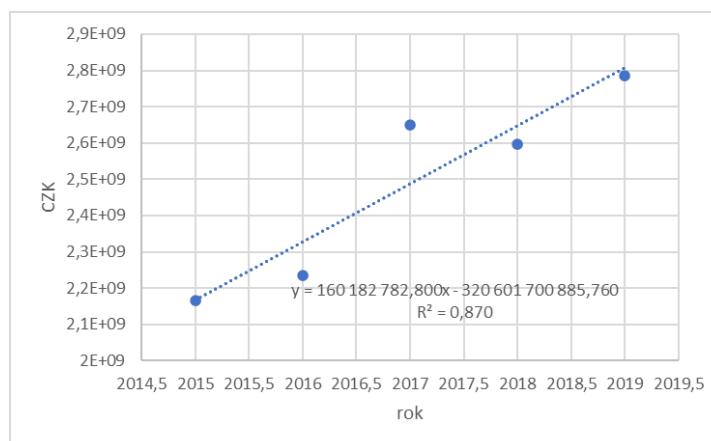


Zdroj: Vlastní zpracování.

### Regresní model vývoje nabídky nábytku v ČR v letech 2015 až 2019

Obrázek č. 2 řeší objem nabídky na trhu v rámci jednotlivých let. Data jednotlivých let byla pomocí regresní analýzy proložena přímkou, která má tvar  $y = 160\,182\,782,800x - 320\,601\,700\,885,760$   $R^2 = 0,870$ . Tvar křivky byl vybrán na základě nejvyšší hodnoty koeficientu determinace (druhé mocniny koeficientu korelace) testovaných tvarů křivek: lineární, mocninné, exponenciální, polynomiální. Je tak patrné, že koeficient korelace je vyšší než 0,93, což značí silnou statistickou závislost. Křivka tak vytváří model vývoje nabídky v minulých letech a umožňuje predikci budoucího vývoje nabídky na trhu nábytku v ČR.

Obrázek 2: Regresní model vývoje nabídky nábytku v ČR v letech 2015 až 2019

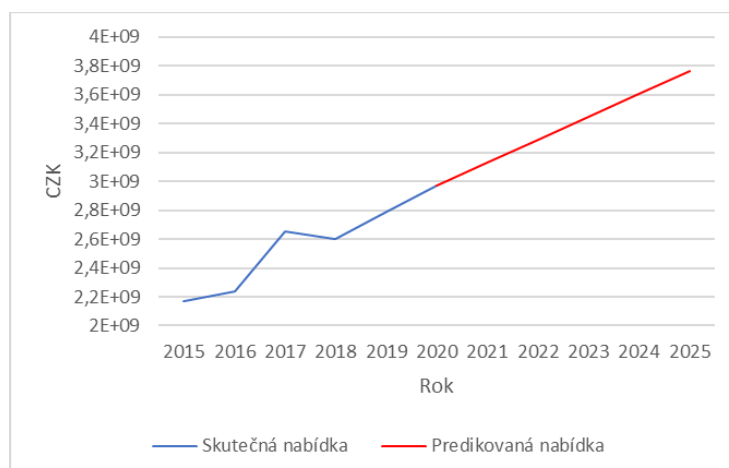


Zdroj: Vlastní zpracování.

### Vývoj skutečné a predikované nabídky

Obrázek č. 3 znázorňuje, jakým způsobem se vyvíjela nabídka nábytkářských firem v České republice a jaká je predikce nabídky. Je zde zobrazeno časové období 2015–2025. Na ose x jsou jednotlivé roky a na ose y částky v Kč. Z grafu je patrné, že predikovaná nabídka je rostoucí. Nabídka do roku 2017 rostla a v následujícím roce došlo k poklesu. V roce 2019 nabídka opět vzrostla. Obrázek zobrazuje spojnici trendu, která byla vypočítána pomocí lineární regrese.

Obrázek 3: Vývoj skutečné a predikované nabídky



Zdroj: Vlastní zpracování.

## Diskuse výsledků

*VO1: Jaká je struktura nabídky nábytku v ČR?*

Struktura nabídky nábytku v ČR je poměrně široká. Firmy nabízejí nábytek jak pro domácnosti, tak i pro recepce, lékařská zařízení, kanceláře a vybavení do restaurací a hotelů, barové židle. V nabídce pro domácnosti jsou produkty do interiéru i zahradní nábytek. Firmy nabízejí židle, stoly, lavice, konferenční stolky, šatny a dílny, dětský nábytek, židle a křesla, komody a regály, pohovky, sedací soupravy, skříně, postele, knihovny, televizní stolky. Nabídky firem jsou také rozděleny podle jednotlivých pokojů v domácnostech – předsíně, kuchyně obývací pokoje, dětské pokoje, ložnice. Jednotlivé místnosti mají různé podkategorie, které obsahují dílčí produkty.

*VO2: Jaká je velikost nabídky na trhu nábytku v ČR?*

Pro zodpovězení této výzkumné otázky jsem vycházela z předpokladu, že firmy nabízejí tolik, kolik prodají. Hodnoty objemu tržeb byly za roky 2015–2019. Objem tržeb v roce 2015 činil 2166708000 Kč a v roce 2016 2234303172 Kč. Tržby v roce 2017 dosahovaly výše 2650473937 Kč. Tržby tedy do roku 2017 rostly. V roce 2018 došlo k poklesu na částku 2597203000 Kč. V roce 2019 tržby opět vzrostly a dosahovaly výše 2786172000 Kč. Z těchto hodnot lze usoudit, že nabídka nábytku firem Český nábytek, a. s., GIGA nábytek s. r. o., BRADOP, nábytek s. r. o., PF NÁBYTEK spol. s r. o. a KAPLAN NÁBYTEK s. r. o. jsou velké.

*VO3: Jaká bude nabídka nábytku v období 2020-2025?*

Nabídka nábytku v období 2020-2025 byla vytvořena pomocí lineární regrese. Spojnice trendu ukazuje, že predikovaná nabídka je rostoucí. Tento předpoklad je patrný i z toho důvodu, že lidé si stále budou kupovat nábytek pro vybavení jejich domácnosti nebo do pracovního prostředí. Podle mých výsledků nabídka poroste poměrně významně. Dalším faktem je, že pokud je velká poptávka spotřebitelů, bude logicky i velká nabídka firem. Když budou mít firmy velké zakázky, budou zaměstnávat více lidí. Tento předpoklad tak zajistí nízkou nezaměstnanost v oblasti zpracovatelského průmyslu, a to konkrétně v sektoru

nábytku. Zvětší tak i poptávka po materiálu. To znamená, že ekonomika bude růst a s ní i hrubý domácí produkt.

## Závěr

Cílem práce bylo zhodnotit nabídky na trhu nábytku v ČR a predikovat výši této nabídky do roku 2025. Pomocí obsahové analýzy webových stránek jsem zhodnotila nabídky pěti vybraných firem a prostřednictvím regresní analýzy jsem predikovala nabídku do roku 2025, cíl byl tedy splněn.

Predikovaná nabídka je rostoucí. Když roste nabídka, roste tedy i poptávka. Z toho můžeme odvodit, že lidé mají peníze. Lidé se chtějí zbavit peněz, kterým příliš nevěří a raději je vloží do věcí trvalejší hodnoty. Firmy tak mají co vyrábět a nemusí přerušovat výrobu. Pokud je poptávka spotřebitelů vysoká, tak roste i poptávka firem po pracovní síle. Když se firmy poptávají po nových zaměstnancích, klesá tím i nezaměstnanost v daném odvětví. Aby mohly firmy vyrábět a uspokojit poptávku, musí tak oslovit svoje dodavatele. Bouřlivé toky materiálu, ke kterým může dojít během stahování produktu, znamenají narušení dodavatelského řetězce. Účinná reakce v době krize proto vyžaduje založení dobře zásobeného řetězce (Sumukadas, 2021). Tyto předpoklady vedou k hospodářskému růstu.

Poptávka po nábytku je velká také proto, že lidé nově zařizují či obměňují své prostředí. Výsledky této práce jsou limitovány kvůli hodnocení nabídek pouze pěti vybraných firem. Zhodnotit nabídku všech firem na trhu nábytku v ČR pomocí obsahové analýzy není ve skutečnosti proveditelné. Výsledek tak není zcela objektivní. Nábytkářské firmy se tedy mohou připravit na poměrně velkou poptávku po jejich výrobcích či zboží.

## Reference

- AFSAHI, M., HUSSEINZADEH KASHAN, A., OSTADI, B., 2021. A hybrid approach for joint optimization of base and extended warranty decisions considering out-of-warranty products. *Applied Mathematical Modelling*, 95, 176-199.
- ANTONIO, P., STANCO, M., LERRO, M., 2020. Do Product Attributes Affect Consumers' Preferences? An Explorative Analysis in the Italian Dairy Sector. *Quality-Access To Success*, 2020(177), 113-117.
- ATTHIRAWONG, W., BUNNOIKO, K., PANPRUNG, W., 2021. Identifying Factors Influencing Visionary Leadership: An Empirical Evidence from Thai Manufacturing Industry. *International Journal Of Organizational Leadership*, 39-53.
- BUYUKTANIR KARACAN, D., 2021. Science diplomacy as a foreign policy tool for Turkey and the ramifications of collaboration with the EU. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1). ISSN 2662-9992.
- COLIN C. J., ERIC C., 2021. Establishing a typology of open innovation strategies and their differential impacts on innovation success in an Asia-Pacific developed economy. *Asia Pacific Journal Of Management*, 65-89.

- DE GIOVANNI, P., 2021. Smart Supply Chains with vendor managed inventory, coordination, and environmental performance. *European Journal of Operational Research*, 292(2), 515-531.
- GHARAEI, A., JOLAI, F., 2021. An ERNSGA-III algorithm for the production and distribution planning problem in the multiagent supply chain. *International Transactions in Operational Research*, 28(4), 2139-2168. ISSN 0969-6016.
- GHOURI, A., AKHTAR, M. P., HAQ, M. A., MANI, V., ARSENYAN, G., MEYER. M., 2021. Real-time information sharing, customer orientation, and the exploration of intra-service industry differences: Malaysia as an emerging market. *Technological Forecasting and Social Change*, 167. ISSN 00401625.
- GUPTA, V., Dmitry aleksandrovich, I., Tsanming, Ch., 2021. Competitive pricing of substitute products under supply disruption. *Omega*, 101.
- HOU, B., WU, L., CHEN, X., 2020. Market simulation of traceable food in China based on conjoint-value analysis: a traceable case of pork. *International Food and Agribusiness Management Review*, 23(5), 735-746. ISSN 1559-2448.
- CHEN, Y., HO, W., KUO, H., KAO, T., 2020. Repositioning Conflicting Partners Under Inventory Risks. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 67(2), 454-465.
- CHOUHAN, A. S., Sridhar, V., Rao, S. 2021. Service provider strategies in telecommunications markets: analytical and simulation analysis. *Sādhanā*, 46(1). ISSN 0256-2499.
- LEE, B., LIM, D., LEE, H., BYUN, M., LIM, H., 2021. Techno-economic analysis of H2 energy storage system based on renewable energy certificate. *Renewable Energy*, 167, 91-98. ISSN 09601481.
- LI, H., XU, Y., HUANG, L. 2021. When less is more? The contingent effect of product supply limitation in the release of new electronic products. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- LI, Z., DONG, H., FLOROS, Ch., CHAREMIS, A., FAILLER, P., 2021. Re-examining Bitcoin Volatility: A CAViaR-based Approach. *Emerging Markets Finance and Trade*, 1-19. ISSN 1540-496X.
- MAGHYEREH, A., ABDOH, H., 2021. The impact of extreme structural oil-price shocks on clean energy and oil stocks. *Energy*, 225. ISSN 03605442.
- MANDAL, P., JAIN, T. 2021. Partial outsourcing from a rival: Quality decision under product differentiation and information asymmetry. *European Journal of Operational Research*, 292(3), 886-908.
- NIKOLINA ZAJDELA, H., DAMIRA, K., INES, P. 2020. Application of Markov chains in managing human potentials. *Croatian Operational Research Review*, 145-153.



- SAHA, S., Nielsen. I. E., 2021. Strategic integration decision under supply chain competition in the presence of online channel. *MDPI*, 13(1).
- SENTHIL KUMAR, B., PATCHIYAPPAN, K. M., SENTHIL KUMAR, C. B., 2020. Process Optimization of Antimicrobial Treatment on Tencel Knit Fabrics Using Chitosan Biopolymer. *Journal of Testing and Evaluation*, 49(5). ISSN 00903973.
- SOGN-GRUNDTVÅG, G., ZHANG, D., HENRIKSEN, E., JOENSEN, S., 2021. Fish quality and market performance: The case of the coastal fishery for Atlantic cod in Norway. *Marine Policy*.
- SUMUKADAS, N., 2021. Are you ready for your next product recall crisis? Lessons from operations and supply chain management. *Business Horizons*, 64(2), 211-221.
- UTAKA, A., 2021. Clearance sales and new product introduction. *Japanese Economic Review*, 73(2).
- VOCHOZKA, M., HORAK, J., SULER, P., 2019. Equalizing Seasonal Time Series Using Artificial Neural Networks in Predicting the Euro-Yuan Exchange Rate. *Journal Of Risk And Financial Management*.
- VOCHOZKA, M., VRBKA, J., SULER, P., 2020. Bankruptcy or Success? The Effective Prediction of a Company's Financial Development Using LSTM. *Sustainability*, 12(18).
- ZHA, Y., ZHANG, L., XU, CH., ZHANG, T., 2021. A two-period pricing model with intertemporal and horizontal reference price effects. *International Transactions in Operational Research*, 28(3), 1417-1440.
- ZHENFENG, L., YA, X., JIAN, F., 2021. Manufacturer's Sharing Servitization Transformation and Product Pricing Strategy. *Sustainability*, 13(3).
- 

**Kontaktní adresa autorů:**

Ing. Jiří Kučera, Fakulta provozu a ekonomiky dopravy a spojů, Katedra ekonomiky, Žilinská univerzita v Žilině, Univerzitná 8215/1, 01026 Žilina, Slovakia,  
email: [kuceraj@mail.vstecb.cz](mailto:kuceraj@mail.vstecb.cz)

Andrea Bláhová, Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 517/10, 37001 České Budějovice, Česká republika, student bakalářského programu, e-mail: [27089@mail.vstecb.cz](mailto:27089@mail.vstecb.cz)

# EVALUATION OF INFLATION IN THE CZECH REPUBLIC

Eva Kalinová<sup>1</sup>, Nikola Sátorová<sup>2</sup>

<sup>1</sup> The Faculty of Operation and Economics of Transport and Communications, Department of Economics, University of Žilina, Slovakia

<sup>2</sup> School of Expertness and Valuation, Institute of Technology and Business in České Budějovice, Czech Republic

## Abstract

The topic of inflation in the Czech Republic mainly includes the development and situation surrounding the COVID-19 pandemic, which is still current. The aim of the work was to compare inflation before the COVID-19 pandemic and during it, what factors influenced inflation in the Czech Republic the most and what inflation will look like by the end of 2021. Using comparison, document analysis and causal analysis, moving average or linear regression, we arrived at results. In March 2020, compared to March 2019, inflation decreased by up to 0.7%. A year later, it is still moving, somewhere around 3%, which was also shown by the moving average, which we tried together with the linear regression for the future development of inflation. Real estate, alcoholic beverages and tobacco are the factors that most affect inflation in the Czech Republic. Since prices are falling somewhere, they are rising, for example, in real estate. When people start buying them in bulk because they know that in the future their value will not decrease, but rather increase. The state intervenes and makes mortgages more expensive, for example, so that inflation does not rise. In this situation, the economy behaves erratically, when the crisis is over, the economy will start to behave differently.

**Keywords:** inflation, pandemic, COVID-19, linear regression, moving average.

# HODNOCENÍ INFLACE V ČR

Eva Kalinová<sup>1</sup>, Nikola Sátrová<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Fakulta provozu a ekonomiky dopravy a spojů, Katedra ekonomiky, Žilinská univerzita v Žilině, Slovensko

<sup>2</sup> Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Česká republika

## Abstrakt

Téma inflace v České republice zahrnuje převážně vývoj a situaci okolo pandemie COVID-19, která je stále aktuální. Cílem práce bylo porovnání inflace před pandemií COVID-19 a během ní, jaké faktory ovlivnili inflaci v České republice nejvíce a jak bude vypadat inflace do konce roku 2021. Pomocí komparace, analýzy dokumentů a kauzální analýzy, klouzavého průměru, či lineární regrese jsme došli k výsledkům. Inflace se v březnu 2020 proti březnu 2019 svedla až o 0,7%. O rok později se stále pohybuje, někde okolo 3%, což nám ukázal i klouzavý průměr, který jsme zkoušeli spolu s lineární regresí pro budoucí vývoj inflace. Nejvíce, co ovlivňuje inflaci v České republice, jsou nemovitosti, alkoholické náboje a tabák. Vzhledem k tomu, že někde ceny klesají, rostou například u nemovitostí. Když je lidé je začnou nakupovat ve velkém, protože vědí, že do budoucna nebude jejich hodnota klesat, ale naopak růst. Stát zasáhne a zdraží například hypotéku, aby inflace nerostla. V této situaci se ekonomika chová nevyspídatelně, až krize skončí, ekonomika se začne chovat jinak.

**Klíčová slova:** inflace, pandemie, COVID-19, lineární regrese, klouzavý průměr

---

## Úvod

Jak a za jakých okolností může úprava inflačního cíle sloužit jako nástroj stabilizační politiky a přispět ke zlepšení blahobytu? Na tyto otázky odpovídáme kvantitativně standardním novým keynesiánským modelem, který zahrnuje šoky typu náklad-push. Naše navrhované pravidlo inflačního cíle vyžaduje, aby byl cíl upravován vytrvale a v opačném směru, než je realizace nákladového šoku, což je v zásadě make-upová strategie. Pravidlo inflačního cíle v kombinaci s pravidlem Taylorova typu výrazně snižuje fluktuace inflace pocházející z nákladových šoků a zmírňuje stabilizační kompromis, což má za následek podobnou úroveň blahobytu, která souvisí s optimální politikou Ramseyho (Eo a Lie, 2017).

Příspěvek zkoumá měnící se povahu cenového vývoje v eurozóně spojenou s inflačními hádankami během globální finanční krize a důsledky inflačních diferenciálů pro eurozónu. Na základě analýzy statistických údajů, využití výsledků nedávných výzkumů a interpretací oficiálních postojů tvůrců politik poskytujeme kvantitativní a kvalitativní hodnocení procesu slabšího cenového vývoje v eurozóně. Navrhujeme, aby se eurozóna blížila ke svému „novému normálu“ - prodlouženému období pomalého růstu spolu s nízkou úrovní inflace; a tyto základní linie pravděpodobně představují nové výzvy pro makroekonomické řízení. Současný inflační mechanismus se postupně posouvá od tradičního monetaristického konceptu, a pokud bude tento trend pokračovat, může to způsobit pochybnosti o účinnosti jednotné měnové politiky ECB, která byla původně založena na předpokladu, že klíčové úrokové sazby ovlivňují inflační očekávání a mají přímý dopad na hospodářské cykly. To znamená aktivnější úlohu fiskálních nástrojů v makroekonomických politikách (Butorina a Tsibulina, 2018). Ukázalo se, že inflační cílení implikuje cílení prognózy inflace: prognóza inflace centrální banky se stává výslovným přechodným cílem. Cílení prognózy inflace zjednodušuje provádění i monitorování měnové politiky. Váha na stabilizaci výstupu určuje, jak rychle se prognóza inflace přizpůsobuje inflačnímu cíli. Růst peněz nebo cílení směnného kurzu je obecně horší než cílení inflace a vede k vyšší variabilitě inflace. Závazek k „cílovým pravidlům“ může být lepší než závazek k „pravidlům pro nástroje“ (Svensson, 1996). Pomocí velkého průzkumu mezi více zeměmi a nového souboru dat pseudopanelu zkoumáme reakci spotřebitelů na jejich přesvědčení o budoucí inflaci. Analýza využívá odchylku očekávané inflace od aktuálně vnímané míry inflace - výběr motivovaný lokální aproximací tradiční Eulerovy rovnice. To pomáhá kontrolovat nepozorovanou heterogenitu a zdůrazňuje pozitivní a ekonomicky relevantní reakci na výdaje, která se zobecňuje v populaci a napříč zeměmi. Také silnější pozitivní reakce je pozorována, když je dolní mez závazná, čímž se během takových epizod propůjčuje důvěryhodnost stabilizačním vlastnostem vyšších inflačních očekávání (Duca-Radu et al., 2021).

Ačkoli se dosud předpokládalo, že pandemie COVID-19 bude mít recesivně-deflační důsledky kvůli dramatickému zhoršení celosvětových ekonomických prognóz, nelze vyloučit inflační rizika. Jaké efekty by mohly vyplynout z kombinace miliard injekcí likvidity a vysokého poklesu úrovně výroby, stejně jako přísných (a nákladných) požadavků na bezpečnost a ochranu? A proč by měl být termín „inflace“ z makroekonomického hlediska oddělen od „rostoucích životních nákladů“? Následující článek také pomocí logicko-analytického přístupu popisuje, jak lze z hlediska hospodářských politik těmto inflačním scénářům zabránit. Jedna věc je také jistá: vztah mezi přírodními katastrofami a inflací vždy existoval. Ještě více, pokud jsou inflační účinky - jako dnes - rozpoznány pouze částečně (Beretta, 2021).

Cílem práce je zhodnotit inflaci v době Covid-19. Za účelem splnění cíle byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

VO1: Jak se vyvíjí inflace před/během Covid-19?

VO2: Jaké faktory ovlivňují inflaci nejvíce?

VO3: Jak se bude vyvíjet inflace do konce roku 2021?

## Literární rešerše

Koronavirová nemoc 2019 ( COVID-19 ) je infekční onemocnění, které se od prosince 2019 rychle rozšířilo do většiny měst na světě a způsobilo zvýšení celosvětové úmrtnosti a nepříznivé účinky na duševní zdraví. V poslední době země také zažívá nejhorší ekonomickou krizi ve své historii s nebyvalou mírou nezaměstnanosti, inflace, chudoby, a devalvace národní měny (Jaspal, Assi, Maatouk, 2020). Abychom mohli řešit ekonomický spád způsobený COVID-19, stanoví si model DSGE. Uděláme si 3 různé scénáře: optimistický, základní a pesimistický - kde se předpokládá, že hospodářské orgány na narušení nereagují. Zjistili jsme, že pandemie přináší v druhém scénáři - nejrealističtějším - prodlouženou ekonomickou depresi, protože HDP a odpracované hodiny klesají o 20% (z trendu) a nikdy se neobnoví předkrizové úrovně v průběhu sledovaného času. Poté přejdeme k analýze účinnosti konvenčních nástrojů fiskální a měnové politiky při potlačování recesních důsledků pandemie. Nejmocnějším nástrojem jsou vládní nákupy a expanzivní měnová politika, ačkoli tato dvě opatření přicházejí s určitými kompromisy. Kromě toho zkoumáme, jak může závazná nulová dolní hranice (ZLB), která činí konvenční měnovou politiku neúčinnou, ovlivnit naše zjištění. Ukazujeme, že dolní omezení prohlubuje recesi způsobenou pandemií, a to především proto, že centrální banka nemůže dále snižovat sazbu politiky a proto, že se fiskální politika zpříšňuje, aby byla zajištěna udržitelnost vládního dluhu (Costa, et al., 2021). Data skeneru v reálném čase používali ve Velké Británii během pandemie COVID-19 k prozkoumání hybných sil inflační špičky na začátku lockdownu, propagace na měření inflace a dopadů vysokofrekvenčních změn nákupního chování. I když změny v podílech výdajů byli neobvykle vysoké, s předchozími lety jsou podobné. Zavedení lockdownu má za následek hospodářskou krizi, kdy nese i podstatné šoky, jak pro nabídku, tak i poptávku. Tyto kroky mohou vést krizi k deflaci, dezinflaci nebo vyšší inflaci (Jaravel a O'Connell, 2020). Studie ukázala, že když se začal šířit virus COVID-19, domácnosti změnili svůj způsob žití, jako trávení času, nákupy, což mělo dopad na změny cen u některých druhů zboží. Lidé začali více utrácet za léky, sirupy na kašel, kdy se ceny těchto léků zvedli až o 11%. Ne jen lékařské věci se zdražili, ale také rýže, krmivo pro domácí zvířata a to 1,1% za týden. Do inflace je promítán index spotřebitelských cen (CPI), klade za cíl měřit změny v tom jaké zboží a služby domácnosti spotřebují (Blundell et al., 2020).

Conti (2021) zkoumal dynamiku jádra inflace se zvláštním zaměřením na pokles, který začal v roce 2012. V rámci Phillipsovy křivky s rozšířeným faktorem jsou používány ukazatele jako trh práce na finančním trhu. Následuje několik zjištění. Phillipsova křivka, která je zjevně mrtvá, když vychází z mezery v nezaměstnanosti nebo produkční mezery, je místo toho správně podepřena, když je uvolněna mezera z kompozitního indikátoru trhu práce, přičemž podkladová velká sada proměnných je výhodná pro podmíněnou předpověď jádrové inflace.

Huh a Lansing, (2000), Andolfatto et al., (2003) tvrdí, že v případě nedokonalé transparentnosti a důvěryhodnosti existuje proces učení od veřejnosti, který generuje další inflační vytrvalost. Ve stejném duchu Westelius (2005) ukázal, že diskreční měnová politika nedokáže zapracovat dopad důvěryhodnosti a transparentnosti na inflační očekávání, což vytváří značnou míru přetrvávání inflace (Oikonomou et al., 2021). Analyzují se determinanty inflačních trendů v zemích jihovýchodní Evropy (SEE). Pro vysvětlení inflace v zemích SEE, hrají velkou roli globální faktory spojené s náklady, vývojem inflace v eurozóně. K těmto

trendům podobně přispívají změny světových cen potravin a energií spolu se souvisejícími změnami regulovaných cen (Ramadani a Pandiloski, 2019).

Analýza citlivosti (SA) je základním požadavkem pro rozhodování v ekonomickém řízení. V tomto článku je navržen nový Fuzzy Sensitivity Analyzer (FSA), který analyzuje citlivost ekonomických proměnných. Navrhovaný algoritmus FSA se skládá z adaptivního neuro-fuzzy odvozovacího systému (ANFIS), který je upraven pro předpovídání ekonomických časových řad. Na základě výstupu ANFIS může FSA určit stupeň důležitosti parametrů. V numerických studiích je navržená metoda použita k provedení citlivostní analýzy časových řad ropy a zlata. Podle výsledků FSA naznačuje, že cena ropy je vysoce závislá na míře inflace, dolarovém indexu a tržním indexu, zatímco úroveň produkce OPEC a cena zlata mají malý dopad. V modelování cen zlata je navíc nejvyšší citlivost získávána z ceny stříbra, zatímco poptávka po zlatě je funkcí tržního indexu a míry inflace. Navrhovanou metodu lze použít v mnoha aplikacích SA (Lotfi et al., 2020). Inflační cílení je společný režim měnové politiky. Inflační cíle jsou často flexibilní v tom smyslu, že centrální banka umožňuje dočasnou odchylku inflace od cíle, aby nedošlo ke zbytečné volatilitě v reálné ekonomice. V tomto článku navrhuje modelování stupně flexibility pomocí modelu autoregresního frakčně integrovaného klouzavého průměru (ARFIMA). Za předpokladu, že centrální banka ovládá dlouhodobou míru inflace, se zlomkové integrační pořadí stává měřítkem toho, jak flexibilní je inflační cíl. Vyšší objednávka integrace znamená, že inflace se od cíle odchýlí po delší dobu a že je tedy flexibilní (Andersson a Li, 2020).

K předpovědi údajů o inflaci. Výsledky prognózy lze použít jako referenci pro stanovení nákladů na důstojné bydlení pro jednoho pracovníka za jeden měsíc. Metodou použitou v této studii je metoda SARIMA pro predikci míry inflace, kde jsou data časovými řadami. Metoda SARIMA může ukázat výsledky předpovědi, které jsou schopny sledovat pohyb skutečných dat z míry inflace. Na základě srovnání celkového modelu SARIMA a s nejmenší hodnotou MAD, MSE a MAPE ukazuje, že výsledky prognózy metody SARIMA na hodnoty inflace jsou velmi proveditelné a přesné (Fahrudin a Sumitra, 2019). Základní zboží je citlivé na inflaci. Kolísání ceny základních potravin je zajímavou studií pro regiony, které chtějí kontrolovat míru inflace. Účelem této studie je analyzovat cenovou volatilitu několika potravinářských komodit a najít nejlepší model jako alternativní prognostický model, který je vhodný pro fenomén cenové volatility. Tato studie využívá data časových řad, zejména týdenní ceny základních potravin za poslední dva roky. Ekonometrický model použitý v této studii je model autoregresní podmíněné heteroscedasticity generalizované autoregresní podmíněné heteroscedasticity (ARCH-GARCH). Model ARCH-GARCH se používá k odhadu volatility ceny komunitních skupin (Setiawati, Ardiansyaha, Taufikurohman, 2021). Ekonomické ukazatele přímo ovlivňují strategická rozhodnutí veřejných a soukromých společností, v této souvislosti je zásadní vyhodnotit data a pokusit se předpovědět budoucí chování těchto sazeb. Odhadované výsledky modelu SARIMA umožnily pomoci budoucím rozhodnutím, protože jeho účinnost sleduje 95% úspěšnost v trendu míry inflace v příštích letech. Prognóza odhadu pomocí sezónního modelu předpovídá zvýšení míry inflace pro následující roky (Constantino et al., 2019).

Abych zodpověděla výzkumné otázky, musím se zabývat metodami:

Poissonův klouzavý průměr (PMA) model, který popisuje vztah mezi daty časových řad s celočíselnou hodnotou; tento model je však omezen základním předpokladem ekvidisperze pro údaje o počtu (tj. že rozptyl a střední rovnost). Tato práce místo toho zavádí flexibilní

celočíselný model klouzavého průměru pro údaje o počtu, který obsahuje nad nebo pod disperzi prostřednictvím distribuce Conway-Maxwell-Poisson (CMP) a souvisejících distribucí. Tento model klouzavého průměru součtu Conway-Maxwell-Poissons prvního řádu (SCMPMA (1)) nabízí zobecnitelný konstrukt, který zahrnuje PMA (mimo jiné) jako speciální případ. Zdůrazňujeme vlastnosti modelu SCMPMA a ilustrujeme jeho flexibilitu pomocí příkladů simulovaných dat (Sellers et al., 2021). Odhadujeme verzi „hybridního očekávání“ modelu od Smets a Wouters (2007), ve které podmnožina agentů používá jednoduchá pravidla prognózy klouzavého průměru, která kladou značnou váhu na nejnovější pozorování dat. Ukazujeme, že celkové přizpůsobení je vylepšeno ve srovnání s jinak podobnou verzí, ve které mají všichni agenti plně racionální očekávání. Analýzy mezi vzorky a mimo vzorek ukazují nadřazenost modelu hybridních očekávání při generování očekávané inflační řady, která lépe sleduje očekávanou inflaci z průzkumu profesionálních prognostiků (Gelain et al., 2019).

V ekonomické praxi se běžně používá roční míra inflace. Jako jednostranný klouzavý průměr anualizované míry inflace zaostává za anualizovanou a měsíční mírou inflace a CPI přibližně o 6 měsíců. Roční míra inflace je ve skutečnosti vyhlazovací transformací, která odstraňuje sezónní složku z anualizované míry inflace za předpokladu přítomnosti všech sezónních jednotkových kořenů. Ve skutečnosti však CPI, a tedy anualizovaná míra inflace, neobsahují většinu sezónních jednotkových kořenů, což má za následek rušivé cykly roční míry inflace, které představují potíže při hodnocení a interpretaci jejich dynamiky vývoje. Jejich praktické aplikace v ekonometrických analýzách jsou omezené, protože testy jednotkových kořenů příliš často neodmítají nulovou hypotézu o přítomnosti jednotkových kořenů, když jsou roční míry inflace ve skutečnosti stacionární (Arlt, 2021).

Výzkumnou otázku č. 1 nejlépe zodpovíme pomocí komparace.

Výzkumnou otázku č. 2 budeme řešit pomocí analýzy dokumentů a kauzální analýzy.

Výzkumnou otázku č. 3. budeme řešit podle klouzavého průměru/ lineární regrese.

## Data a metody

Abych zjistila výzkumné otázky, mým zdrojem informací je Český statistický úřad (Inflace - druhy, definice, tabulky [online]. Praha: Český statistický úřad, 2021 [cit. 2021-4-20]. Dostupné z: Inflace - druhy, definice, tabulky), kde jsou data o inflaci zaznamenána v tabulkách od roku 2000 až do března 2021. Jsou uvedena v průměru za jednotlivé roky, ale i měsíce.

Vytvoříme si tabulku v MS Excel z dat z Českého statistického úřadu, kdy budou data o inflaci rok před začátkem pandemie COVID-19, tedy březen 2019 a rok po vypuknutí pandemie, data do února 2021. Následně je od sebe odečteme, abychom viděli rozdíl mezi nimi. Vytvoříme spojnicový graf, kdy na ose X máme měsíce (březen- únor) a na ose Y vyjádřenou inflaci v %. Zobrazí se nám 2 spojnice, kdy jedna z nich ukazuje inflaci rok před pandemií a druhá rok od začátku pandemie.

Abych zodpověděla 2. výzkumnou otázku, hledám články na webových stránkách Českého statistického úřadu, kde jsem zjišťovala, jaké vlivy ovlivňují inflaci v ČR nejvíce.

Nyní vezmeme data z celé tabulky od ledna 2000 až do března 2021. Zde máme ale 2 možnosti a to lineární regresi a klouzavý průměr. Abychom zjistili nadcházející inflaci

v příštích měsících k lineární regresi, použijeme v MS Excel funkci LINTREND. Následně z těchto údajů vytvoříme bodový graf, který nám ukáže, jak v případě lineární regrese se bude inflace vyvíjet v celém tomto roce 2021.

Druhou metodou je klouzavý průměr, kdy vždy když budeme chtít vědět průměr jednoho z měsíců, musíme použít funkci PRŮMĚR v MS Excel a to vždy z předchozích 12 měsíců, tak jsme se dopracovali ke klouzavému průměru inflace pro celý rok 2021 GIGA nábytek s. r. o. nabízí komody a regály, obývací stěny, pohovky, sedací soupravy, skříně a židle. Komody jsou nabízeny v materiálech – dub sterling, dub artisan, akát, dub havelland cognac, aj.

## Výsledky

Zde v Tabulce 1 jsou uvedena % inflace za rok před vypuknutím pandemií COVID-19 až rok po vypuknutí. Následně jsem procenta z března 2019 až února 2020 a března 2020 až února 2021 odečetla po jednotlivých měsících, a tak jsem zjistila rozdíl, který během 1 roku vznikl. Je zde vidět, že celkově ceny vzrostly. Ale k lednu 2021 je vidět, že výše inflace se snižuje, ba dokonce v únoru 2021 byli ceny nižší než v únoru 2020.

Tabulka 1: Jak se vyvíjí inflace před/během Covid-19

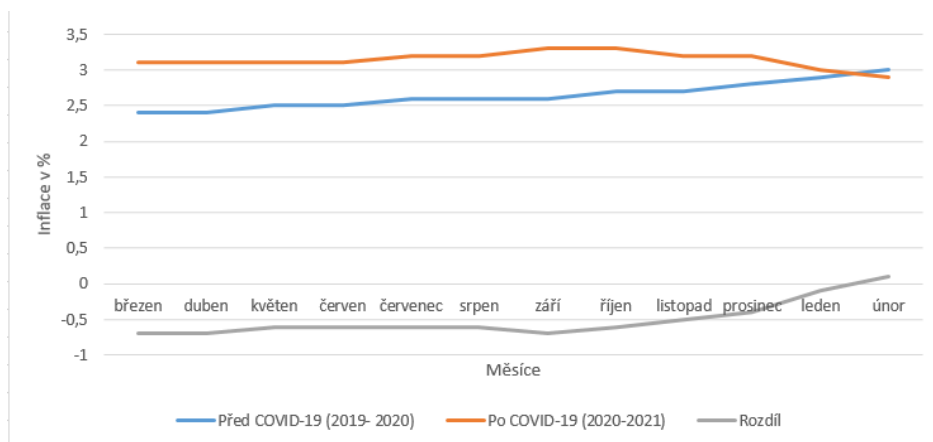
	<b>Před COVID-19 (2019- 2020)</b>	<b>Po COVID-19 (2020-2021)</b>	<b>Rozdíl</b>
<b>březen</b>	2,4	3,1	0,7
<b>duben</b>	2,4	3,1	0,7
<b>květen</b>	2,5	3,1	0,6
<b>červen</b>	2,5	3,1	0,6
<b>červenec</b>	2,6	3,2	0,6
<b>srpen</b>	2,6	3,2	0,6
<b>září</b>	2,6	3,3	0,7
<b>říjen</b>	2,7	3,3	0,6
<b>listopad</b>	2,7	3,2	0,5
<b>prosinec</b>	2,8	3,2	0,4
<b>leden</b>	2,9	3	0,1
<b>únor</b>	3	2,9	-0,1

Zdroj: ČSÚ (2021).

Porovnávací spojnicový graf (obrázek č. 1) níže ukazuje, jaká byla inflace v měsících březen-únor 2019-2020 modrou barvou a v měsících březen- únor 2020-2021 oranžovou barvou. Pod osou x je zobrazen šedou barvou rozdíl mezi těmito roky.



Obrázek 1: Graf vyvoje inflace před/během Covid-19



Zdroj: Vlastní zpracování.

Hlavní faktory ovlivňující očekávaný vývoj inflace dle komentářů analytiků: růst světových cen ropy, nutnost dokončení deregulací; změny nepřímých daní, růst cen potravin, ožívání domácí poptávky (spotřebitelské i investiční). Meziročně vzrostly spotřebitelské ceny v 1. čtvrtletí 2021 proti 1. čtvrtletí 2020 o 2,2 %, tedy o 0,4 procentního bodu méně než ve 4. čtvrtletí 2020. Tento vývoj ovlivnilo zejména zpomalení cenového růstu v oddíle potravin a nealkoholické nápoje a v oddíle bydlení. V 1. čtvrtletí roku 2021 byla inflace nejvíce ovlivněna díky rekreaci a kultuře, dopravě, potravinám a nealkoholickým nápojům. Nejvíce ji však ovlivnili alkoholické nápoje a tabák. Míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného ročního indexu (tabulka 2) spotřebitelských cen vyjadřuje procentní změnu průměrné cenové hladiny za 12 posledních měsíců proti průměru 12 předchozích měsíců. Tato míra inflace je vhodná při úpravách nebo posuzování průměrných veličin. Bere se v úvahu zejména při propočtech reálných mezd, důchodů apod.

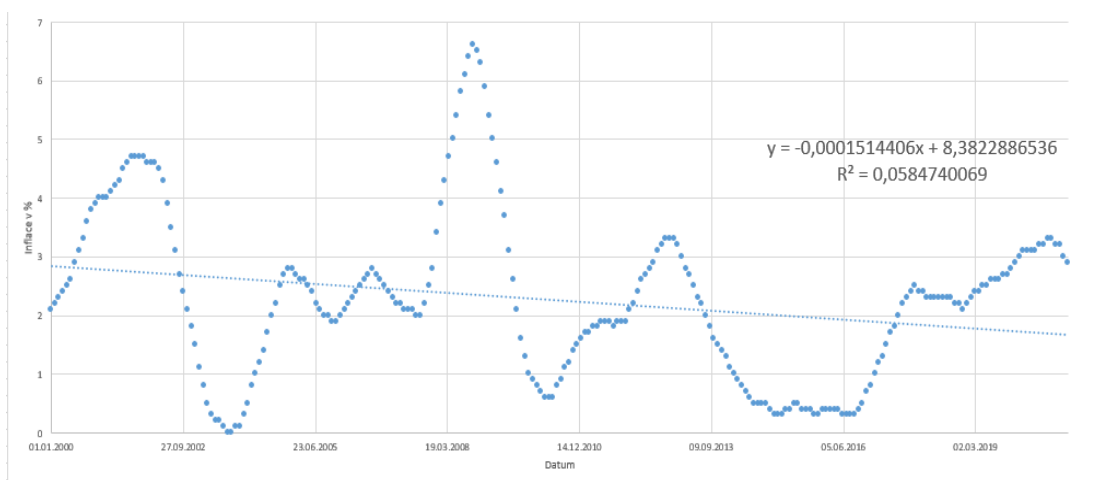
Tabulka 2: Průměrná inflace v letech 2005- 2020

Rok															
05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1,9	2,5	2,8	6,3	1,0	1,5	1,9	3,3	1,4	0,4	0,3	0,7	2,5	2,1	2,8	3,2

Zdroj: ČSÚ (2021)

Bodový graf (obrázek č. 2) znázorňuje vývoj inflace v % v jednotlivých měsících od 1. 1. 2000 až do 1. 3. 2021.

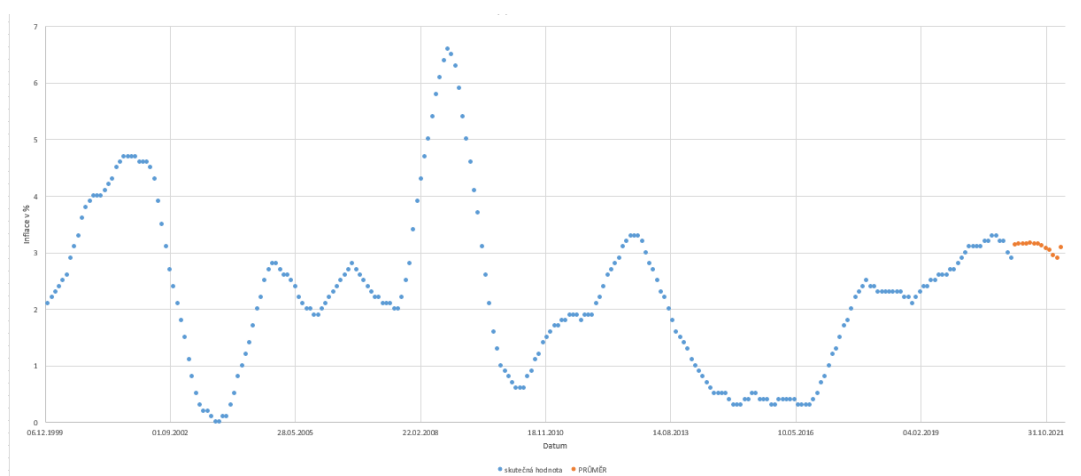
Obrázek 1: Bodový graf znázorňující inflaci v jednotlivých měsících



Zdroj: Vlastní zpracování.

Zde bodový graf (obrázek č. 3) s klouzavým průměrem znázorňuje vývoj inflace v % v jednotlivých měsících a jsou tam přidány i oranžové body, které ukazují pomocí metody klouzavého průměru, jak se inflace bude vyvíjet do konce roku 2021.

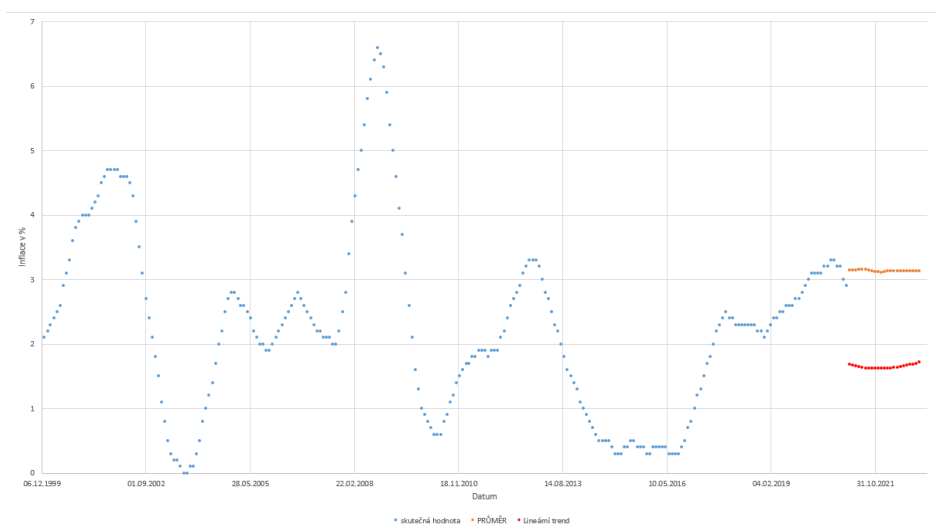
Obrázek 2: Vývoj inflace do budoucna pomocí klouzavého průměru



Zdroj: Vlastní zpracování.

Následující bodový graf (obrázek č. 4) ukazuje předpověď inflace ze dvou hledisek. Kdy oranžové body nám ukazují, jako v předchozím grafu předpověď inflace z klouzavého průměru a červené body lineární trend nebo-li lineární regresi. Obě předpovědi jsou jen orientační. Skutečný vývoj inflace se uvidí v nadcházejících měsících.

Obrázek 3: Vývoj inflace do budoucna pomocí klouzavého průměru a lineární regrese



Zdroj: Vlastní zpracování.

## Diskuse výsledků

Na základě získaných výsledků jsme schopni odpovědět na výzkumné otázky, které byly stanoveny:

*VO1: Jak se vyvíjí inflace před/během Covid-19?*

Ačkoli někteří považují New Deal z 30. let za příklad agresivní fiskální a měnové reakce na těžkou hospodářskou krizi, reakce fiskální a měnové politiky USA na krizi COVID-19 byly ve skutečnosti mnohem podstatnější - a zatím mnohem efektivní při oživování agregovaných výdajů. Ačkoli se mnozí obávají, že tyto reakce, a zejména velké zvýšení bankovních rezerv, musí nakonec způsobit nežádoucí inflaci, souběžný prudký pokles peněz se více vyrovnal jakémukoliv inflačnímu účinku růstu peněz, zatímco ceny dopředných dluhopisů odrážejí obecné přesvědčení, že inflace zůstane alespoň 2 roky pod 2 procenty (Selgin, 2021). Text pojednává o stavu globálních hodnotových řetězců (GVC) uprostřed pandemie COVID-19 a jejich vlivu na světový ekonomický rozvoj. Jsou studovány klíčové aspekty světové ekonomiky a transformace GVC v kontextu COVID-19. Je poskytnut stručný přehled ekonomické literatury a vývoje teoretických rámců a konceptů globálních hodnotových řetězců, globalizace a „pomalé stabilizace“. Článek se zaměřuje na odhady klíčových indikátorů publikovaných mezinárodními orgány, jako jsou OSN, UNCTAD, UNIDO, OECD, WTO, MMF a další. Různé think tanky a další instituce, jako je Světové ekonomické fórum, Evropská centrální banka, McKinsey Global Institute, Deloitte, NBER, analyzují příspěvek GVC k přenosu makroekonomických šoků COVID-19 napříč zeměmi (Varnavskii, 2021). Porovnávací graf nám ukázal, že inflace vzrostla, nyní ale už pomalu klesá.

*VO2: Jaké faktory ovlivňují inflaci nejvíce?*

Nejvíce tento vývoj ovlivnil nárůst cen bydlení, alkoholických nápojů a tabáku, dopravy, potravin a nealkoholických nápojů.

*VO3: Jak se bude vyvíjet inflace do konce roku 2021?*

Česká národní banka podle svých výpočtů předpovídá, že inflace ke konci roku 2021 bude lehce nad 3%. Inflace podle klouzavého průměru, který nám ukazuje lepší předpověď pro rok 2021, nám ukazuje inflaci okolo 3%.

## Závěr

Cílem práce bylo zjistit, jak se inflace vyvíjela před pandemií COVID-19 a po ní, zjistit faktory, které inflaci ovlivňují nejvíce a v neposlední řadě, jak se inflace bude vyvíjet do konce roku 2021. Pomocí komparace, analýzy dokumentů a kauzální analýzy a také podle klouzavého průměru, či lineární regrese jsme došli k výsledkům, cíl byl tedy splněn.

Vývoj inflace v průběhu roku během pandemie COVID-19 vzrostla až o 0,7%, což nám ukazují i ceny potravin v obchodech, kdy tam necháme mnohem více peněz za stejně obsáhlý nákup, než rok před pandemií. Během 1 roku pandemie se ale inflace pohybovala do 3,2% a už nekolísala v takovém měřítku doposud. Jelikož inflace rostla, znamená to, že lidé více utrácí a to například nejvíce nákupem nemovitostí. Znamená to, že jejich důvěra v peníze klesá a nechtějí mít úspory v peněžích, ale raději si koupí nemovitost, která do budoucna bude mít stejnou hodnotu, ba dokonce bude nabývat na své hodnotě.

Podle klouzavého průměru pro předpověď inflace na celý rok 2021, se bude pohybovat okolo 3%.

V průměru porostou ceny rychlostí 3% za rok, proti předchozím 12 měsícům. Vzhledem k tomu, že někde ceny klesají v turistickém průmyslu, ale ceny jsou taženy převážně nemovitostmi. Je to dané tím, že lidé nevěří penězům a to zjistím i z toho že rostou ceny drahých kovů, jako je zlato, dokonce i militárie, známky, umělecká díla. Tak vzniká růst inflace, nikoli růst ceny investic. To znamená, že stát zdraží hypotéku, aby nemovitosti přestali nakupovat ve velkém množství. Nyní se ale celá ekonomika nechová standardně a to kvůli pandemii COVID-19. Až tato krize skončí, je velmi pravděpodobné, že ekonomika státu se začne chovat jinak.

## Reference

- ANDERSSON, F. N. G., YUSHU L., 2020. Are Central Bankers Inflation Nutters? An MCMC Estimator of the Long-Memory Parameter in a State Space Model. *Computational Economics*, 55(2), 529-549. ISSN 0927-7099.
- ARLT, J., 2021. The problem of annual inflation rate indicator. *International Journal of Finance and Economics*. ISSN 10769307.
- BERETTA, E., 2021. Inflation soon a consequence of the COVID-19 pandemic? *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik*, 46(3), 359-377. ISSN 09370862.
- BLUNDELL, R., GRIFFITH, R., LEVELL, P., O'CONNELL, M. 2020. Could COVID-19 Infect the Consumer Prices Index? *Fiscal Studies*, 41(2), 357-361. ISSN 0143-5671.
- BUTORINA, O., TSIBULINA, A., 2018. Inflation in the Euro area: Challenges of new normality [ИНФЛЯЦИЯ В ЕВРОЗОНЕ: ВЫЗОВЫ НОВОЙ НОРМАЛЬНОСТИ]. *Sovremennaya Evropa*, 2018(4), 90-100. ISSN 02017083.

- CONSTANTINO, M., FONSECA MENDES, D. R., MOREIRA, T. B. S., 2019. Analysis And Forecasting Of Inflation Rate In Brazil: An Approach To The Sarima Model. *Revista Científica Hermes*, 24, 244-257.
- CONTI, A. M., 2021. Resurrecting the Phillips Curve in Low-Inflation Times. *Economic Modelling*, 96, 172-195. ISSN 02649993.
- COSTA JUNIOR, C. J., GARCIA-CINTADO, A., MARQUES JUNIOR, K., 2021. Macroeconomic policies and the pandemic-driven recession. *International Review Of Economics & Finance*, 72, 438-465. ISSN 1059-0560.
- Český statistický úřad, 2021. Český statistický úřad [online]. Praha: Český statistický úřad, 2021 [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/vyvoj-indexu-spotrebitelskych-cen-1-ctvrtleti-2021>
- DUCA-RADU, I., KENNY, G., REUTER, A., 2021. Inflation expectations, consumption and the lower bound: Micro evidence from a large multi-country survey. *Journal of Monetary Economics*, (118), 120-134. ISSN 03043932.
- FAHRUDIN, R., SUMITRA, I. D., 2019. Forecasting Inflation Using Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average Method for Estimates Decent Living Costs. *2nd International Conference On Informatics, Engineering, Science, And Technology*, 662.
- GELAIN, P., ISKREV, N., LANSING, K. J., MENDICINO, C., 2019. Inflation dynamics and adaptive expectations in an estimated DSGE model. *Journal Of Macroeconomics*, 59, 258-277. ISSN 0164-0704.
- JARAVEL, X., O'CONNELL, M., 2020. High-Frequency Changes in Shopping Behaviours, Promotions and the Measurement of Inflation: Evidence from the Great Lockdown. *Fiscal Studies*, 2020, 41(3), 733-755. ISSN 0143-5671.
- JASPAL, R., ASSI, M., MAATOUK, I., 2020. Potential impact of the COVID-19 pandemic on mental health outcomes in societies with economic and political instability: case of Lebanon. *Mental Health Review Journal*, 25(3), 215-219.
- LOTFI, E., Babrzadeh, S., KHOSRAVI, A., 2020. Sensitivity analysis of economic variables using neuro-fuzzy approach. *Scientia Iranica*, 27(3), 1352-1359. ISSN 1026-3098.
- OIKONOMOU, G., PAPADAMOU, S., SPYROMITROS, E., 2021. The effect of central bank transparency on inflation persistence. *Economics And Business Letters*, 10(1), 58-68.
- ČNB – jaro 2021. Česká národní banka [online]. Praha: Česká národní banka, 2021, 6. 5. 2021 [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/prognoza/>
- RAMADANI, G., PANDILOSKI, P., 2019. Disinflationary Spillovers from The Euro Area into the Countries of Southeastern Europe. *Journal Of Central Banking Theory And Practice*, 8(3), 65-93.
- SAMUELSON, P. A., NORDHAUS, W. D., 1991. *Ekonomie*. Praha: Svoboda. ISBN 80-205-0192-4.

- SELGIN, G., 2021. The fiscal and monetary response to COVID-19: What the Great Depression has - and hasn't - taught us. *Economic Affairs*, 41(1), 3-20.
- SELLERS, K. F., MELVILLE, S., ARAB, A., CUI, F., 2021. A flexible univariate moving average time-series model for dispersed count data. *Journal of Statistical Distributions and Applications*, 8(1). ISSN 21955832.
- SETIAWATI, I., ARDIANSYAH, A., TAUFIKUROHMAN, R., 2021. Price volatility of staple food using ARCH-GARCH model. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 653(1). ISSN 17551307.
- SMETS, F., WOUTERS, R. 2007. Shocks and Frictions in US Business Cycles: A Bayesian DSGE Approach. *American Economic Review*, 97(3), 586-606.
- SVENSSON, LARS E. O., 1997. Inflation forecast targeting: Implementing and monitoring inflation targets. *European Economic Review*, 1997, 41(6), 1111-1146. ISSN 00142921.
- VARNAVSKII, V. G., 2021. Global Value Chains (Gvcs) And Covid-19 Pandemic. *Mirovaya Ekonomika I Mezhdunarodnye Otnosheniya*, 65(1).
- YUNJONG, E. O., DENNY, L., 2020. The Role of Inflation Target Adjustment in Stabilization Policy. *Journal of Money*, 52(8), 2007-2052. ISSN 0022-2879.
- 

**Kontaktní adresa autorů:**

Ing. Eva Kalinová, Fakulta provozu a ekonomiky dopravy a spojů, Katedra ekonomiky, Žilinská univerzita v Žilině, Univerzitná 8215/1, 01026 Žilina, Slovakia, email: [kalinova@mail.vstecb.cz](mailto:kalinova@mail.vstecb.cz)

Nikola Sátrová, Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 517/10, 37001 České Budějovice, Česká republika, studentka bakalářského programu, e-mail: [26770@mail.vstecb.cz](mailto:26770@mail.vstecb.cz)

# HEADHUNTING AS AN EFFECTIVE TOOL FOR RECRUITING NEW EMPLOYEES

Žaneta Bartušková<sup>1</sup>

<sup>1</sup> School of Expertness and Valuation, Institute of Technology and Business in České  
Budějovice, Czech Republic

## Abstract

In recent years, the recruitment department has advanced at the same pace as new technologies. The current market has been digitalised due to the technological revolution, as a consequence, it is now more competitive and open. The new business success lies in attracting talent by deploying online strategies for HR experts to attract and retain potential through headhunting. New technologies, digital recruitment and staff loyalty are some of the challenges facing recruiters in the 21st century. This work begins by analysing the concepts of selection, the application of headhunting as a selection method, its benefits and whether it is an effective tool.

**Keywords:** personnel selection, human resources, talent, and headhunting.

# HEADHUNTING JAKO EFEKTIVNÍ NÁSTROJ PRO NÁBOR NOVÝCH ZAMĚSTNANCŮ

Žaneta Bartušková<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Česká republika

## Abstrakt

Oddělení náboru pokročilo v posledních letech stejným tempem jako nové technologie. Současný trh byl digitalizován v důsledku technologické revoluce, v důsledku toho je nyní konkurenceschopnější a otevřenější. Nový obchodní úspěch spočívá v přilákání talentů nasazením online strategií pro HR odborníky, aby přilákali a udrželi potenciál prostřednictvím headhuntingu. Nové technologie, digitální nábor a loajalita zaměstnanců jsou některé z výzev, kterým čelí náboráři v 21. století. Tato práce začíná analýzou konceptů selekce, aplikace headhuntingu jako selekční metody, jeho přínosů a toho, zda je účinným nástrojem.

**Klíčová slova:** výběr personálu, lidské zdroje, talent a headhunting.

---

## Introduction

The 21st century has brought with it numerous transformations in companies and their environment. New production and marketing challenges, all of them driven by their most valuable raw material, human capital. Organisations are sustained by their work teams, made up of men and women whose knowledge and qualities are beginning to be valued not as machines, but as the essential part of the company. In the business world, for some years now, a new trend towards human resources management has been emerging, since in this new era, the differentiation between companies is no longer to be found in their machinery or geographical position, but in the talent of the components of their workforces.

Human resources are a company's most valuable asset and only by carrying out selection processes can the current and future needs of the organisation be combined with the interests and motivations of the professionals so that they can ensure that the company finds answers to their personal and professional development needs.

Once the company has the need to carry out a selection process, it establishes some guidelines that will be necessary to adequately perform a job position.



Depending on the profile and the characteristics of the market, the most appropriate recruitment sources must be selected. In these cases, companies seek support from other companies to carry out the selection process. This is where the companies dedicated to this task, the headhunter, come in.

The present work revolves around headhunting, to check if it is a powerful tool to select, evaluate and find the best professional candidates. This subject was chosen because it caught my attention and after having delved into the subject, I believe that it is a fundamental and future source of income for all companies as well as for their current social demand for managers, executives and high-level advisors.

I have a number of personal motivations for doing this work, having completed the technical thesis methodology course, and I consider it important to know the future of the position and the discipline as a whole.

In this project, on the one hand, headhunting (recruitment and personnel selection) will be analysed, as well as the tasks of a headhunter and the strategies used to carry out this work.

On the other hand, and as the main objective of the project, an analysis of the function of headhunting as an effective tool to attract the potential of new employees in companies that carry out this function (Sommergroup, Heidrick & Struggles and Amrop Seeliger y Conde) will be carried out in order to answer our main question: is headhunting effective?

Regarding the main objectives, they are focused on:

To expose the Headhunting selection method.

To know the benefits of Headhunting.

## **Literary research**

### **Definition of recruitment and selection**

Recruitment and selection have undergone a number of changes over the years. Therefore, many authors and experts have referred to these terms as follows:

"Selection searches among the recruited candidates for the most suitable ones for the positions that exist in the company, with the intention of maintaining or increasing the efficiency and performance of the personnel, as well as the effectiveness of the organisation" (Chiavenato, 2007).

Personnel selection. Specific steps were taken by the organisation to decide which applicants should be hired" (Werther and Davis, 2020).

The choice, from a pool of qualified candidates, recruited through the recruitment process, of the person who can (Sastre et al., 2003).

So, what does recruitment and selection consist of? Two of these authors define selection. And others, such as Valero Matas, Jesús Alberto Fernández Acebo and Jerónimo, study recruitment as a set of actions carried out by the company to attract potential candidates, in order to carry out a selection process to verify whether they are selected. The table no.1 below serves to establish the comparison between the two terms referred to.

Table 1: Comparison terms

Differences	Recruitment	Selection of personnel
<b>Meaning</b>	It is an activity to establish contact between employers and applicants.	It is a process of choosing the most competent and suitable employees.
<b>Objectives</b>	Having a large number of candidates for a job.	Choose the right candidates for the organisation.
<b>Process</b>	Recruitment encourages potential employees to apply for the job.	Selection involves the rejection of unsuitable candidates.
<b>Utility</b>	For the recruitment process to be effective, the needs of the organisation are matched to the needs of the candidates.	Selection of the right personnel helps management to get the job done effectively.
<b>Involves</b>	Recruitment has two important aspects: knowing the number of vacancies to promote and directing potential candidates to apply for said vacancies.	The selection process involves mutual decision: the organisation decides whether or not to make a job offer to the candidate and the candidate decides whether or not to accept the job offer.

Source: Own processing.

These processes, recruitment sources, strategies and tools change and adapt due to their dynamic nature, i.e. if there is a social change it affects the labour level. The Internet revolution and the implementation of ICT have led to the digitalisation of society. By necessity or as a consequence of these transformations, the processes within Human Resources departments have been updated as a result of this new reality. In a new context of connectivity, traditional recruitment methods detect the importance of being present in social networks, the need to create a good corporate image and reputation and to recruit potential candidates through a recruitment plan (Sullivan, 2011).

Nowadays, selection processes are carried out in an environment called "Recruitment 4.0", in which headhunting appears.

## HeadHunting

### Definition and characteristics

It is one of the main recruitment strategies, but what does "headhunting" mean? It is an English term, that translated into Spanish means "headhunting". Its concept can be found in the Cambridge Academic Content Dictionary (Cambridge Academic Content Dictionary, 2020) which defines it as a position internal or external to the company:

A person whose job it is to find qualified and willing people to take on very important jobs.

A person who is hired by a company to find someone who has the qualifications for an important job and is willing to leave their current job.

On the other hand, Martínez, lecturer and holder of the postgraduate course in Human Resources at IMF Business School, highlights its use as a selection method:

Headhunting is a personnel selection method in which the headhunter carries out a direct search for the profile that has been requested without the candidate being in an active job search" (Martínez, 2020).

These definitions associate the concept with the HR area and the search for talent. They refer to professionals belonging to a company or agency, in charge of locating another professional with a profile adjusted to the company's needs, whether they are actively looking

for work or not. They arise due to the business's difficulty in filling positions with such specialised profiles. However, this intermediation channel is certainly unknown as, according to Talento Conectado 19 (EY and Infoempleo, 2019), it is only used by 21 % of companies.

In 2019, EY and Infoempleo conducted a quantitative online survey of 291 companies in the area of human resources. From this survey (EY and Infoempleo, 2019), they extracted the following data:

- The use of networks is positive for attracting and capturing talent,
- 76 % admit to using social networks to locate candidates,
- The use of corporate and personal profiles as strategies for recruiting talent through social media,
- The most searched social networks are: employees, technical positions and middle management.

The conclusion is that, at present, social networks are positive for the search and selection of talent, so the professionals in charge of this mission decide to have a presence in the most representative social networks in order to recruit the best through corporate or personal accounts, which are the ones that facilitate better analysis and selection.

Randstad calls this phenomenon Net-Hunter, due to the majority of users of social networks in searches. Among the benefits of this method (Randstad, 2018), it recognises the following:

- Efficiency. It is about achieving an end, which is to recruit the ideal candidate, according to the needs of the company and the job study carried out. Recruitment is the task of the Net-Hunter, the specialist in charge of trawling through all his contacts. Their searches are mainly carried out via the internet, reducing time and cost,
- Impartiality. These are internal professionals from the company's HR department, who hire based on skills and knowledge or specialised agencies for these functions and who take on the job and that assume the task assigned by the company that hires them,
- Rigorousness. This characteristic depends on who does it and how they do it. Regarding who performs it, it can be an internally hired or subcontracted professional, who is generally aware of the labour market, trends and innovations in the area of human resources and labour relations as well as in the area of technologies or other specialities that are specifically required of them. In terms of how he/she does his/her job: first, he/she identifies the need, then scans through personal contacts or social media, selects the most suitable and submits a report to the company to hire the selected person.

### **Tasks of a headhunter**

It should be remembered that Headhunting is a personnel selection system and perhaps one of the most effective methods in recruitment due to the figure and work of the headhunter.

The fact that it is the headhunter who locates the qualified person through social networks such as Facebook, LinkedIn, Twitter, etc. has led to an evolution towards Nethunting, a fusion of two terms: Network (networking) and HeadHunting (headhunting).

One of the best-known job portals in Spain (Randstad, 2018), attributes the change to the settlement of technologies, having to include among the traditional search channels the new alternatives that digitalisation facilitates.

With regard to the tasks of a headhunter, the following are found:

- First, the digital tracking of candidates,
- Second, interaction and conversation in network,
- Third, strengthening employer branding,
- Fourth, checking the reputation of the professional,

In order to be able to track, it is important to be present in the digital environment, as revealed in the most recent report, which publishes relevant data such as the recent report, which publishes relevant data such as the following (EY and Infoempleo, 2019):

- 76 % of recruitment professionals are present in networks and use professional or own profiles to search for talent. Professional or own profiles to search for talent,
- With regard to 2021, they consider that the mechanisms for using candidates will be: employment web portals (97 %), personal contacts (96 %), social networks (91 %) and, slightly below, corporate websites (89 %) and spontaneous candidacies (85 %),
- Recruitment strategies include: publication of job offers, communication with candidates, receiving applications and HeadHunting. Inbound Recruitment and the creation of talent are gradually growing. Regarding the objectives they hope to achieve: "Increasing the number of CVs they receive (47 %), improving their quality (45 %) and diversifying recruitment channels (45 %) are the main objectives that the different companies that use social networks for recruitment hope to achieve. They are followed by reducing the time spent on recruitment (41 %) and reducing recruitment costs (29 %),
- The online reputation of candidates continues to be checked on the main social network,
- 56 % of professionals see more job opportunities for candidates who are active on social media,
- 69 % believe that online recruitment is more successful in the selection process.

### **Strategies carried out by a headhunter**

Being already present online, Head-Hunters must configure their action strategy. When it comes to taking into account which are the most recurrent techniques or strategies, the blog HR Trends, about technological trends in HR, has recently analysed these issues. The post written by an expert in audiovisual communication is entitled "Headhunting techniques related to new technologies", and its author points out the following (Adriana, 2019):

- Chatbots, also known as virtual assistants, are playing a greater role as a key tool in the recruitment of talent. Chatbots, or virtual assistants, are playing a greater role as a key tool in the recruitment of talent carried out by these specialists. This is mainly due to their use, as they have recently been introduced in the different selection processes as interviews and screening filters. The screening phase is a consequence

of the use of this software in the performance of a series of short questions that would provide information on the candidates and simplify the decision,

- Gamification, another technique derived from the English word game, which allows HeadHunters to recognise a series of skills in candidates, such as leadership, through a test or game,
- Online interviews. These have the same purpose as face-to-face interviews, with the difference that now the format is digital, and they are carried out online through different electronic devices using Google Meet, Skype or electronic devices using Google Meet, Skype or Hangouts. The global pandemic and the rise and speed of online telecommunications have encouraged the use of this type of interview,
- Use of Big Data. Another technique that makes it possible to handle large volumes of information, speeding up the search for profiles and refining the choice.

### **Functions carried out by a headhunter**

The functions of a headhunter are to approach talent by going to different events where he/she knows that the talent he/she is looking for for a specific job position may exist. In the same way, they can use the digitalisation of human resources to explore professional social networks where they can find the right candidates. headhunting seeks mutual benefits between the company and the candidates. On the one hand, it contributes to improving the employment situation of workers through job opportunities in line with their skills. On the other hand, it satisfies the personnel needs of the company that decides to hire the services of a headhunter.

### **Optimising headhunting in companies**

There are some mechanisms that you can start to implement and guarantee better results:

- Bet on networking

Generate new connections and contacts with people within your industry, connect with profiles similar to those required by the company and focus on building authentic relationships. Add value with every interaction to build a network that translates into real influence in your sector.

- Develop a recruitment plan

To save time and money, create a deadline for finding the right person and focus your search planning on three key aspects: objectives, people involved and tools to use. That way, you will be able to keep everything that happens during the different stages of headhunting under control.

- Opt for a HR software

From having an ATS to screen curricula to the possibility of managing all your documents in one place, a HR software will give you the possibility of having flexible instruments that adapt to your needs, allowing you to save time and money.

## Data and methods

In this work, the deductive method is used, starting from the general to the particular, we start by collecting existing information about a company specialised in headhunting (the company chosen to analyze is Sommergroup), analysing its industry and its evolution, to later carry out an analysis with other headhunting companies in order to finally arrive at the benefits of headhunting and whether it can be a good tool for the recruitment of new employees. The deductive method is suitable to generate knowledge from previous knowledge and as already mentioned, this work has only collected existing information to examine it. In order to achieve the proposed objectives, the following methodology was used:

- Bibliographic analysis: a review of texts and online material, to gather information about the Sommergroup company, its characteristics and existing opportunities.
- Market research: application of surveys, in-depth interviews and secondary information (e.g. studies), in order to:

Knowing the competition: the aim is to determine which companies provide the same or a similar service to the one SommerGroup intends to develop (headhunting), and what are the characteristics of their service.

Based on the above, a more concrete analysis of each of the companies has been carried out, in order to analyze them as a whole.

## Description of SommerGroup

Sommer Group is a Chilean executive and professional search company seeking to internationalise by providing professional search services to companies. This company is dedicated to offering solutions to the human capital incorporation needs of organisations and its focus is the middle management segment. It was founded in 1995 by Rodolfo Sommer and Rodrigo Lara, who formed a partnership to form a company focused on providing training and recruitment services, called MAS Consultores. Due to changes in the market and the need to provide a specialised service to their clients, in 2006 MAS Consultores split into two companies: MAS Consultores, which focused on training and SommerGroup, which focused on executive and professional search.

Currently, SommerGroup is divided into 4 areas: Search, Evaluation, Commercial and Development. The areas of Search and Evaluation are the focus of the business and the main services offered to clients are: Executive and Professional Search (headhunting), Individual Evaluations, Assessment centres, Exit Interviews, and On-Boarding.

The clients with whom the company has the greatest expertise are the following:

- Energy: Pacific Hydro, GNL Quintero, Metrogas, Abastible, Colbún,
- Mass Consumption: Nestlé, Ariztía, Viña Errázuriz, Canon,
- Retail: Ripley, Casa & Ideas, Nike,
- Financial Services: Banchile, Larrain Vial, Itaú, Scotiabank,
- Telecommunications and transport: VTR, Chilexpress, DHL,
- Others: Arauco, Methanex.

The company's value proposition is based on the delivery of high-value-added advice to its clients, quality results, service availability and an innovative approach to offering solutions and methodologies. To achieve this, the company is committed to and responsible for:

- To generate long-term relationships with clients by providing advice that integrates a deep knowledge of the human capital market, the client's business and its organisational culture,
- To use methodologies that are effective, accurate in their results and comprehensive in their approach,
- To ensure the development and quality of life of our team, made up of specialised professionals capable of understanding the needs and characteristics of our clients and the market,
- To generate knowledge and total, innovative and segmented solutions that meet the specific needs of our clients and are profitable for our organisation,

To date, SommerGroup has more than 14 years of experience in the market and has a specialised and multidisciplinary team of 27 professionals. Since 2000, SommerGroup has carried out over 1200 executive and professional search processes and more than 27,000 individual assessments, with a high success rate in recruitment (less than 2 % of guarantees exercised).

### **Description of the industry of SommerGroup**

Executive search has been around for 50 years and its history has paralleled major trends in business, organisations and socio-economic development. Thus, executive search has evolved into a global consulting industry, with annual revenues of more than \$14 billion (AESC,2017).

In the 1960s and 1970s, with the rise of international trade and increasingly competitive local markets, companies were unable to meet the demand for experienced executives and professionals internally.

Loyalty between workers and employees broke down on both sides; executives realised that they could grow professionally faster in other companies and companies initiated more regular downsizing, restructuring, mergers and acquisitions, which also made the environment for their employees more unstable. Thus, an open market for talent management developed.

As client companies, mostly North American and European, began to expand into new markets around the world, executive search firms also began to expand to meet the needs of these clients. As a result, from 1970 to 1990, search firms had spread steadily, first in Europe and then in Latin America and Asia.

As clients saw the effectiveness of hiring specialised search firms to locate and recruit executive talent, they made this practice more and more frequent and relevant to their management. Organisations realised that through these talent searches they could achieve a competitive advantage, through new professionals who could bring new ideas and generate innovation in their cultures.

Thus, the executive search business flourished despite recessions, and by the 1980s, even non-profit organisations, institutions of higher education and government agencies had retained the services of search firms to fill key positions.

The following decades saw a continued expansion in executive recruitment, especially cross-border activity, which led AESC to establish the European AESC Council in 1996 and the Asia Pacific Council in 2004.

In a 2004 AESC statement, Peter Felix, then President of AESC, said: "The launch of the Asia Pacific Council is AESC's next major step in creating a truly global professional association, representing retained executive search consulting in all major markets around the world. This initiative builds on the recovering economic strength of the Asia Pacific region and recognises the crucial role that senior executive search talent will play in the region's future growth. It also confirms AESC's growing reach as the global voice for executive search and promoter of best practices. At the Asia Pacific Council, companies around the world were undergoing a digital transformation.

In recognition of the growing role of member firms, AESC adopted leadership consulting into its identity and, in 2014, changed the organisation's name to the Association of Executive Search and Leadership Consultants.

New industries, new functional roles, a new generation of digital natives entering the workplace and the digital reshaping of traditional roles changed business as we know it, and AESC members took it upon themselves to help clients meet the growing demand for executives with the knowledge and experience to lead the company's digital transformation.

To date, there are few large organisations that do not fill their key positions without including a search firm in the process.

### **SommerGroup's competitors**

The following companies are the direct competitors of SommerGroup (I have chosen the most important and well-known)

Heidrick & Struggles: is the leading company in the world and Spain in executive search consultancy. Within its scope of action, it specialises in the search and recruitment of presidents, managing directors, independent directors and executives for the top management of the company.

Amrop Seeliger y Conde: One of the leading headhunters in Spain, it specialises in the search of profiles for executive positions in finance, family business, health, consumer goods, real estate and construction, health, professional services, engineering, technology and media.

### **Results**

We will analyse how each of the companies has been growing, both SommerGroup and its competitors.

### **Market segment**

These companies operate in highly competitive markets, so specialisation is a fundamental part of adding value to customers. They are focused on niche markets where the market segment is specialised and specific. The companies they collaborate with ask them to look for qualified candidates, who can adapt to technological changes and who speak several languages.



The clients they want to reach are workers who are looking for an opportunity in the world of work with high qualifications, mainly their search is focused on highly qualified people. Below is a table showing the market segments targeted by each company.

Table: 2 Market segments targeted by each company

Headhunter Companies	Market Segment	Clients Contracting The Services
<b>SommerGroup</b>	Executive search. Executive assessment. Coaching and professional Coaching and counselling. Internal management.	Highly qualified Staff who want to grow and develop their career.
<b>Heidrick &amp; Struggles</b>	Executive search.	Full staff. Experienced candidates Potential for the future. Staff with cultural attributes.
<b>Amrop Seeligery Conde</b>	Family. Financial. Industries. Real Estate. Technology.	Staff with values, principles and strong ideals. In-depth knowledge of products and market. Complete professionals. Geographical mobility. Leadership.

Source: Own processing.

## Cost structure

This part of the analysis shows the cost structure of the headhunter companies. According to the following tables, the fixed and variable costs that are observed in the database.

Figure 1: Sources of financing

Cuentas de pérdidas y ganancias			
Ingresos de explotación	116.927	399.312	644.131
Importe neto Cifra de Ventas	116.927	399.312	643.531
Consumo de mercaderías y de materias	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado bruto	n.d.	n.d.	n.d.
Otros gastos de explotación	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado Explotación	-288.819	-154.678	-392.824
Ingresos financieros	0	0	0
Gastos financieros	16.423	20.270	8.760
Resultado financiero	-16.423	-20.270	-8.760
Result. ordinarios antes Impuestos	-305.243	-174.949	-401.583
Impuestos sobre sociedades	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado Actividades Ordinarias	-305.243	-174.949	-401.583
Ingresos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.
Gastos extraordinarios	n.d.	n.d.	n.d.
Resultados actividades extraordinarias	n.d.	n.d.	n.d.
Resultado del Ejercicio	-305.243	-174.949	-401.583
Materiales	n.d.	-4.129	191.755
Gastos de personal	147.477	224.271	272.835
Dotaciones para amortiz. de inmovil.	197.897	173.744	189.485
Otros Conceptos de Explotación	-60.372	-160.103	-382.880
Gastos financieros y gastos asimilados	16.274	17.537	8.760

Source: Sommergroup database (2019).

Companies Sommergroup, Heidrick & Struggles and Amrop Seeliger & Conde, published in the years 2019 and 2020, show the sources of financing.

Figure 2: Database Heidrick & Struggles España Inc S.E.E

	20 ← 16	2020	2019	2018
Los ingresos totales		630 M	730 M	740 M
Costo de los ingresos		0	0	0
Beneficio bruto		630 M	730 M	740 M
Investigación y desarrollo		0	0	0
Venta General y Admin		120 M	140 M	140 M
Gastos operativos		580 M	660 M	670 M
Ingresos de explotación		50 M	68 M	69 M
Otros ingresos Gastos netos		0	0	0
EBIT		50 M	68 M	69 M
Ingresos por intereses		-200 K	-2,9 M	-1,1 M
Ingresos antes de impuestos		-31 M	69 M	70 M
Impuesto sobre la renta		6,3 M	22 M	21 M
Interés minoritario		0	0	0
Ingresos netos		-38 M	47 M	49 M
Utilidad neta básica		-38 M	47 M	49 M

Source: Database HEIDRICK & STRUGGLES ESPAÑA INC S.E.E. (2020).

Figure 3: Amrop Seeliger and Conde database

Ingresos de explotación	5.090.072	100	2.871.870	100	--	--
Aprovisionamientos	--	--	-693.844	-24,16	-24,16	-1.229.761
Variación de existencias	--	--	4.021	0,14	<b>0,14</b>	<b>7.126</b>
Gastos de personal	-1.719.589	-33,78	-1.268.792	-44,18	-10,40	-529.205
Otros gastos de explotación	-2.957.613	-58,11	-680.346	-23,69	<b>34,42</b>	<b>1.751.775</b>
Amortización del inmovilizado	-24.819	-0,49	-107.982	-3,76	-3,27	-166.568
Resultado Financiero	-165.466	-3,25	-41.308.403	-1.438,38	-1.435,13	-73.049.105
Beneficio potencial						<b>1.758.901</b>

Source: Amrop Seeliger and Conde database (2020).

### Source of Income

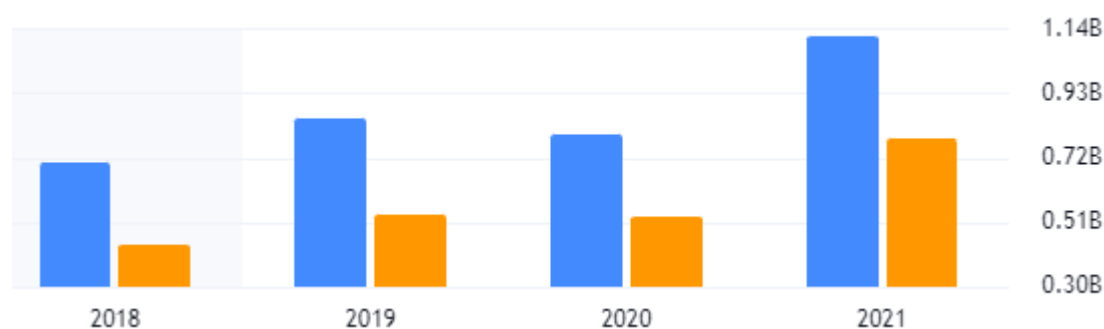
The source of income of the companies is classified according to their fixed costs and variable costs. In my research, I have found the financial data about their financial sources from the companies mentioned above. Company report Sommergroup balance sheet 2017,2018 and 2019.

Figure 4: Sommergroup database

Balance de situación			
Inmovilizado	493.519	592.859	616.109
Inmovilizado inmaterial	476.104	573.378	596.065
Inmovilizado material	2.165	3.587	6.267
Otros activos fijos	15.251	15.893	13.777
Activo circulante	43.498	97.853	323.099
Existencias	n.d.	n.d.	n.d.
Deudores	28.363	77.708	293.183
Otros activos líquidos	15.135	20.144	29.916
Tesorería	209	4.966	14.790
<b>Total activo</b>	<b>537.017</b>	<b>690.711</b>	<b>939.208</b>
Fondos propios	-204.366	-49.791	125.158
Capital suscrito	210.674	185.379	185.379
Otros fondos propios	-415.040	-235.170	-60.221
Pasivo fijo	121.583	344.978	335.387
Acreeedores a L. P.	121.583	344.978	335.387
Otros pasivos fijos	0	0	0
Provisiones	n.d.	n.d.	n.d.
Pasivo líquido	619.800	395.524	478.663
Deudas financieras	205.634	145.962	120.687
Acreeedores comerciales	14.537	42.012	74.885
Otros pasivos líquidos	399.630	207.550	283.091
<b>Total pasivo y capital propio</b>	<b>537.017</b>	<b>690.711</b>	<b>939.208</b>
Fondo de maniobra	13.826	35.696	218.298
Número empleados	5	7	11

Source: Sommergroup database (2019).

Figure 5: Assets and liabilities



Source: Sommergroup database (2019).

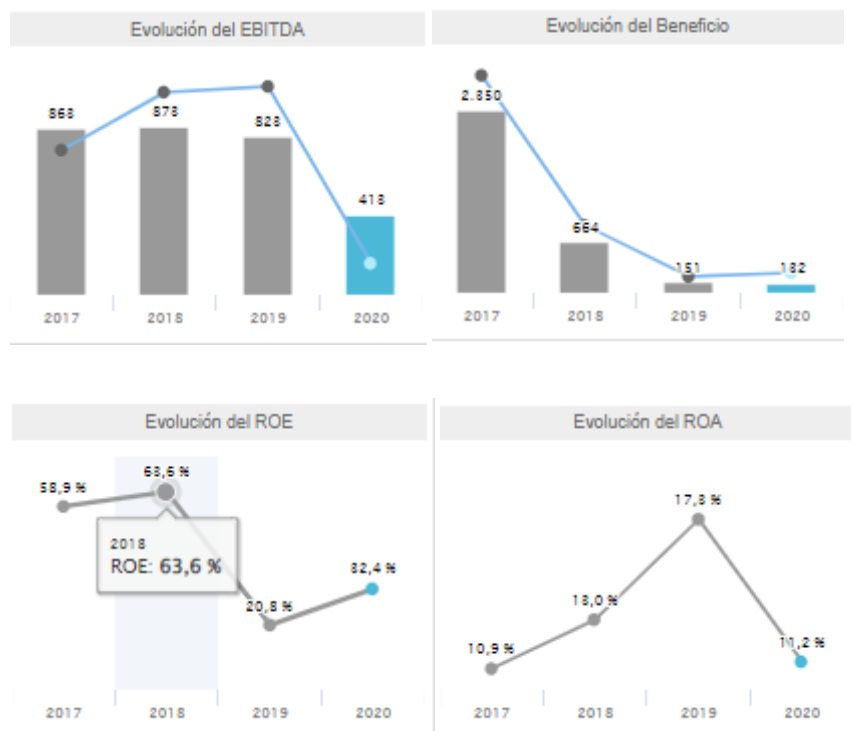
Blue:total assets, Orange:total liabilities.

Figure 6: Database Heidrick & Struggles España Inc S.E.E

Divisa: USD	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
▼ Activos totales	572.72M	581.50M	591.46M	700.63M	844.17M	787.81M	1.11B
	+0.71%	+1.53%	+1.71%	+18.46%	+20.49%	-6.68%	+40.49%
> Activos circulantes totales	308.96M	298.43M	343.79M	450.87M	494.48M	472.69M	745.39M
> Total de activos no circulantes	263.75M	283.07M	247.67M	249.76M	349.69M	315.13M	361.41M
▼ Pasivos totales	317.92M	322.91M	378.76M	433.47M	535.06M	520.21M	770.78M
	-1.89%	+1.57%	+17.29%	+14.45%	+23.44%	-2.78%	+48.17%
> Pasivos circulantes totales	229.43M	220.59M	265.79M	318.95M	345.34M	318.24M	534.69M
> Total de pasivos no circulantes	88.49M	102.32M	112.96M	114.52M	189.72M	201.97M	236.08M
> Capital total	254.80M	258.59M	212.71M	267.16M	309.12M	267.60M	336.02M
	+4.14%	+1.49%	-17.74%	+25.60%	+15.71%	-13.43%	+25.57%
Total de pasivo y patrimonio de los accionistas	572.72M	581.50M	591.46M	700.63M	844.17M	787.81M	1.11B
Deuda total	0.00	0.00	0.00	0.00	110.34M	115.80M	84.96M
Deuda neta	-197.65M	-165.01M	-207.53M	-280.01M	-222.53M	-220.67M	-460.27M
Valor contable por acción	13.86	13.92	11.33	14.09	16.13	13.82	17.15

Source: Database HEIDRICK & STRUGGLES ESPAÑA INC S.E.E. (2021).

Figure 7: Amrop Seeliger and Conde database



Source: Amrop Seeliger and Conde database (2020).

## Diskuse výsledků

To the question generated at the beginning of the paper, is headhunting effective? based on the data acquired from the analysis of the three companies, we have found that:

1) *In the cost structure (looking at the Profit and Loss Accounts of the three companies):*

### **SommerGroup:**

Turnover grew by 29.28 % between 2018 and 2019.

The company's EBIT grew by 11.24 % between 2018 and 2019.

(EBIT = Ingresos por ventas + Ingresos extraordinarios – costo de las mercancías vendidas – gastos administrativos y de ventas. También se puede calcular a partir de la utilidad bruta: EBIT = Utilidad bruta – gastos administrativos y de ventas)

This evolution implies an increase in the economic profitability of the company.

The result of these variations is an increase in the company's Operating Profitability of 53.55 % in the period analyzed, being equal to 39.37 % in 2019.

The company's Net Profit grew by 7.35 % between 2018 and 2019.

The contribution of the operating activities to the evolution of the Financial Profitability has been higher than that of the financial activities.

The result of these variations is a reduction of this profitability of 57.31 % in the period analyzed, being equal to 68.32 % in 2019.

**Heidrick & Struggles:**

Turnover grew by 10.41 % between 2018 and 2019.

The company's EBIT grew by 27.12 % between 2018 and 2019.

This development implies an increase in the economic profitability of the company.

The result of these variations is an increase in the company's Operating Profitability of 16.79 % in the period analyzed, which is equal to -35.48 % in 2019.

The company's Net Profit grew by 4.7% between 2018 and 2019.

The contribution of the operating activities to the evolution of the Financial Profitability has been higher than that of the financial activities.

The result of these variations is a reduction of this profitability of 62.59 % in the period analyzed, being equal to 64.53 % in 2019.

- **Amrop Seeliger Y Conde:**

Sales decreased by 56,42 % between 2019 and 2020.

The company's EBIT decreased by 44.52 % between 2019 and 2020.

The result of these variations is a decrease in the company's operating profitability of 23.49 % in 2019.

So, this company did not have a good year between 2019 and 2020.

2) *On the source of income (looking at the balance sheet of the three companies):*

- **SommerGroup:**

The total assets of the company grew by 73.54 % between 2018 and 2019.

This increase in assets has led to an increase in equity of 15.89 %. However, indebtedness has decreased by 23.17 %.

- **Heidrick & Struggles:**

The company's total assets grew by 20.4 % between 2018 and 2019.

This growth in total assets was reflected in an increase in non-current assets of 71.34 %.

This reduction in assets has led to an increase in Equity of 93.24 %. However, indebtedness has decreased by 1.04 %.

- **Amrop Seeliger Y Conde:**

The total assets of the company decreased by 13.63 % between 2018 and 2019.

This decrease in total assets was reflected in the reduction of non-current assets by 13.39 %.

This reduction in assets has led to a decrease in equity of 95.89 %. However, indebtedness grew by 9.17 %.

## Závěr

Finally, to conclude this review and analysis of headhunting, we have been able to verify that according to the analysis of the three companies, headhunting is a powerful tool for recruiting new employees, looking at both the balance sheet of each company and the profit and loss account. The company Amrop Seeliger y Conde presents nuances because it has a slower growth rate compared to the rest (during 2018 and 2019 the companies have carried out a growth that Amrop Seeligery Conde has not been able to demonstrate, this is because it has had an external situation that we do not know. According to the latest news regarding the company, in 2021, Amrop Seeliger y Conde has started a new phase as a partner of the international network of independent headhunter firms AltoPartners (separating from Amrop).

Using a headhunter in the recruitment process is a strategy that facilitates optimal decision-making. By knowing the skills and aptitudes of employees, these can be leveraged in the best way for the company's ongoing development, linking the employee to various projects where he or she can excel.

To achieve greater progress, organisations must consider their employees as the best source of information, finding in them the strengths of the company itself.

## Reference

- ADMINISTRATOR, 2022. Las estrategias de un buen headhunter. Hlghunters.com. Retrieved May 20.
- DELPUECHE, S. 2021. *Cómo optimizar el headhunting en empresas*. Factorial Blog; All-in-one HR Software - FactorialHR. <https://factorialhr.es/blog/optimizar-headhunting/>
- EL PAÍS, E. 2021. Headhunter. El País. <https://elpais.com/noticias/head-hunter/>
- HEIDRICK, D., STRUGGLES, K., 2022. Equiposytalento.Com. Retrieved May 20, from [https://www.equiposytalento.com/rrhh/executive\\_search/heidrickstruggles](https://www.equiposytalento.com/rrhh/executive_search/heidrickstruggles)
- LÓPEZ, J. E. 2022). ¿Qué es un-Headhunter? ¿Qué funciones tiene? Canal Orientación Laboral. <https://www.inesem.es/revistadigital/orientacion-laboral/headhunter/>
- MARTÍNEZ, M. 2019. ¿Qué es el headhunting? Recursos Humanos Hoy. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/seleccion-de-personal/que-es-el-headhunting/>
- MOTORESFERA.COM. Retrieved May 20, 2022, from <https://motoresfera.com/2022/04/21/pronostico-del-tamano-del-mercado-de-busqueda-ejecutiva-headhunting-2022-perspectivas-de-crecimiento-de-la-industria-participacion-e-ingresos-proximos-desafios-y-analisis-de-tendencias-hasta-2030/>
- COMILLAS.EDU, 2022. Retrieved May 30, 2022, from <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/103/1/TFG000025.pdf>
- SÁNCHEZ-SILVA, C. 2019. February 19). El negocio de cazar talento. El País. [https://elpais.com/economia/2019/02/15/actualidad/1550246067\\_640517.html](https://elpais.com/economia/2019/02/15/actualidad/1550246067_640517.html)
- SEELIGER Y CONDE S. L. 2022. Mercado de Facturas. Retrieved May 20, 2022, from <https://mercadodefaturas.es/empresas/seeliger-y-conde-sl/>

ZONAIT. 2022.Últimos artículos y noticias sobre Head-Hunting & Executive Search Consultoria – Consultores - Consultoría & Consultores. Consultoria-Consultores.Es. Retrieved May 30, 2022, from <https://consultoria-consultores.es/articulos?categoria=head-hunting--executive-search>

---

**Kontaktní adresa autora:**

Ing. Žaneta Bartušková, Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 517/10, 37001 České Budějovice, Česká republika, e-mail: [10378@mail.vstecb.cz](mailto:10378@mail.vstecb.cz)

# PROPOSAL OF AN APPROACH TO THE FINANCIAL EXPRESSION OF AESTHETIC VEHICLE DEFECTS

Nikola Kromková<sup>1</sup>,

<sup>1</sup> School of Expertness and Valuation, Institute of Technology and Business in České  
Budějovice, Czech Republic

## **Abstract**

The aim of the thesis the proposal of an approach to the financial expression of aesthetic vehicle defects will indicate whether it is worthwhile for the buyer to buy a vehicle with an aesthetic defect. As an aesthetic defect, I took a normal paint scratch, the removal of which costs approximately the same for all vehicles. Furthermore, in this work I will deal with whether technological development and developing transport platforms have an effect on the purchase of cars.

**Keywords:** aesthetics, defect, liability, automobile, insurance company.



# NÁVRH PŘÍSTUPU K FINANČNÍMU VYJÁDŘENÍ ESTETICKÝCH VAD VOZIDEL

Nikola Kromková<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých  
Budějovicích, Česká republika

## Abstrakt

Cílem práce je návrh přístupu k finančnímu vyjádření estetických vad vozidel bude vyjádřit, zda se vyplatí kupujícímu koupit vozidlo s estetickou vadou. Jako estetickou vadu jsem vzala běžnou oděrku laku, jejíž odstranění stojí přibližně stejně u všech vozidel. Dále se v této práci budu zabývat, zda má vliv na pořizování automobilů i technologický vývoj a rozvíjející se dopravní platformy.

**Klíčová slova:** estetika, vada, automobil, odpovědnost, pojišťovna.

---

## Úvod

Estetiku můžeme chápat na jedné straně jako vědeckou disciplínu, na straně druhé jí můžeme rozumět jako soubor smyslově uchopitelných jevů, jejichž strukturu estetika zkoumá (Janata, 2018). Estetické vnímání má každý jedinec jiné. Muži a ženy berou estetické vady na vozidle odlišně. Zatímco ženy berou vozidlo jako prostředek k přemístování, muži si auto více „opečovávali“ a více dbají na vzhled. Co je vlastně estetická vada motorového vozidla? Je to taková vada, která neovlivňuje jízdní vlastnosti vozidla, ale může ovlivnit myšlení kupujícího při výběru vozidla? V tomto článku se budu především zajímat, zda se má estetická vada na vozidle promítnout do ceny prodávajícího auta, či nikoliv a zda ovlivní příspěví pojišťovny nákup či prodej vozidla. Má vliv i cena pojištění na koupi vozidla? Dále jsem se zabývala prodejností automobilů za poslední roky, kdy byl trh ovlivněn pandemií Coronaviru.

Cílem práce je vyjádřit jaký vliv má na cenu motorového vozidla estetická vada. Kdy danou vadu a jak promítnout do ceny vozidla. Ke stanovení cíli této práce mi pomohou tyto tři výzkumné otázky:

*Výzkumná otázka č. 1*

Návrh, zda vadu odstranit s příspěví pojišťovny, nebo na vlastní náklady, tzn. promítnout její odstranění při stanovení ceny vozidla?

## *Výzkumná otázka č. 2*

Ovlivňuje prodej aut i technologický pokrok ve výrobě a rozvoj nových platforem, jako je Uber, Lift, Bolt?

### **Literární rešerše**

Za poslední dva roky se kvůli covidové pandemii hodně změnil trend při nákupu nových motorových vozidel. Za poslední rok se prodalo více ojetých automobilů než nových. Což se naposledy stalo v roce 2008. Především je to dáno tím, že v době lockdownů pracovníci nemuseli využívat služební automobily pro přepravu do zaměstnání, tudíž nevedlo k takovému opotřeбенí. Odborníci tvrdí, že vozidla s vysokým počtem najetých kilometrů v přední linii v prodejnách nových automobilů nejsou jen dočasným trendem, který zmizí, jakmile bude nový a trhy ojetých vozidel se stabilizují.

Poptávka je na historickém maximu, protože pandemie zaznamenala výrazný pokles nových dodávek automobilů, který se zhoršil globálním nedostatkem počítačových čipů polovodičů (Massey, 2021). Dvě věci mění trh ojetých automobilů. Za prvé, dnešní vozidla vydrží mnohem déle než 100 000 km; zákazníci ojetých vozů to vědí a stále raději kupují dobře udržovaná vozidla s vysokým počtem kilometrů.

Za druhé, cena ojetých vozidel se šestimístným počtem najetých kilometrů je cenově dostupnými pro kupující, kteří jsou pro většinu 2- a 3 letá ojetá auta. Údaje společnosti Cox Automotive ukazují, že ceny použitých vozidel byly v lednu 2022 o 37 % vyšší než v lednu 2021. Boyd říká: „Dnešní auta jsou mnohem lépe konstruována a sestavena.“. Jde o rodokmen. Pokud se o ně postarají a udržují, je možné najet dalších 200 000 km.

Dále se při prodeji aut přihlíží na použitelnost vozidel.

Platformy jako jsou Uber a Airbnb, se staly populárními peer-to-peer platformami v ekonomice sdílení. A studie zjišťují, zda zavedení přední platformy Didi Chuxing zvyšuje nebo snižuje prodej nových vozů krátce po vstupu na platformu v 51 městech v Číně. Naše empirické výsledky naznačují, že počáteční vstup dominantní společnosti poskytující jízdu-hailing, jako je Didi Chuxing, pozitivně ovlivňuje prodej nových vozů v krátkodobém horizontu. Domníváme se však, že tento pozitivní efekt bude přechodný. Dynamiku trhu s novými automobily mohou ovlivnit také konkurence platforem a specifické charakteristiky země (Guy, 2020).

Free-Floating Car Sharing je potenciální náhradou soukromého vlastnictví automobilů. Jeho postupné zavádění v německých městech je využíváno metodologií rozdílů v rozdílů, která využívá původní soubor údajů administrativního panelu o registracích automobilů k odhadu vlivu volně plovoucího sdílení aut na prodej nových vozů. Jedno vozidlo pro sdílení aut snižuje roční prodej nových aut o tři vozidla. Tento efekt je tažen snížením prodeje malých, kompaktních a středně velkých modelů automobilů (Smidt, 2020).

### **Data a metody**

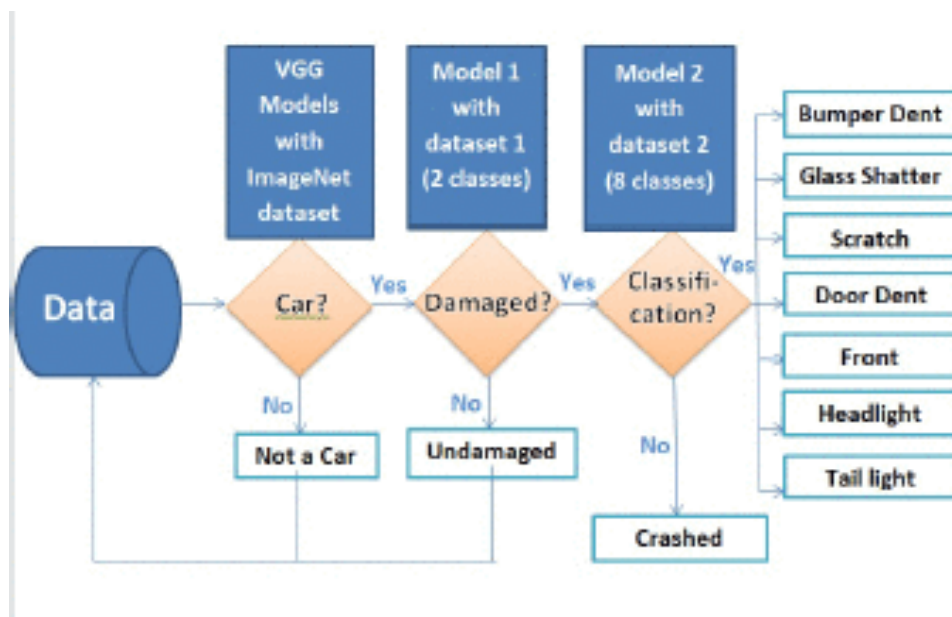
Pro lepší rozhodování o koupi auta jsem porovnávala u 4 modelů aut různé třídy ceny koupě a ceny pojištění. Dále jsem se poptávala, zda některé z uvedených vozidel má estetickou vadu. Takovou vadou rozumím oděrku laku, která nemá vliv na jízdní vlastnosti vozidla a vyretušování a přelakování se pohybuje okolo cca 10 000 Kč, dle Škoda Auta Tábor.

Žádné z uvedených vozidel takovou vadu nemělo. Bohužel je ale běžnou praxí, že prodejní inzeráty neuvádějí, zda je vozidlo nějak poškozené. Při fyzickém zkoumání prodávajícího vozidla, dost často kupující nalezne různé odchylky od uváděného stavu. Poté záleží na prodávajícím a kupujícím, zda od smlouvy ustoupí, nebo vadu odstraní na náklady jednoho z nich. Pro porovnání jsem přidala ceny pojištění, od pojišťovny Direct, které jsem vyhledala na portálu srovnejto.cz.

Automobily hrají v dnešním moderním světě klíčovou roli a schopnost automaticky klasifikovat škody na vozidlech, má pro automobilový pojišťovací průmysl zvláštní význam. Autopojišťovny se denně vyrovnávají s kontrolou a testováním vozu. Tyto kontroly jsou pracné, časově náročné a někdy i nepřesné procesy. Klienti i pojišťovny čelí nákladům a nepohodlí v důsledku určitých procesů (Kosina, 2021).

Ve smyslu rozpoznání poškození auta, protože jsme neznali žádné minulé implementace, bylo obtížné předem předvídat, jak daleko bychom se v rámci analýzy mohli dostat. Proto jsme se rozhodli rozdělit proces klasifikace poškození do několika kroků, abychom s postupem mohli začít s přiměřeně snadným úkolem a zvýšit složitost. To znamená, že nejprve zavedeme metodu klasifikace, zda daný obrázek obsahuje auto. Poté přistoupíme k našemu klíčovému úkolu, kterým je klasifikace, zda je auto poškozeno nebo ne. Vzhledem k tomu, že poškození může vypadat velmi odlišně v závislosti na typu, umístění a intenzitě poškození, očekáváme, že tento úkol bude náročnější než ten první. Již nyní budeme velmi spokojeni, pokud tuto misi zvládneme srovnatelně dobře (Sruthy 2021).

Obrázek 1: Vývojový diagram hodnocení poškození vozu



Zdroj: (Sruthy 2021).

Uvedený graf ukazuje kdy je auto ještě prodejné, při jakém poškození. Na pravé straně jsou běžná poškození, která nemají vliv na jízdní vlastnosti vozidla. Ve spodní části grafu jsou uvedeny poruchy, kdy je auto nepojízdné a tudíž neprodejné (max na náhradní díly).

## Výsledky

Na základě sběru dat bych detailněji nastínil, na co všechno je nutné brát v potaz při nákupu vozidla. Jaká je výše havarijního pojištění, zda i k tomu se dá přihlížet jako k benefitu k pořízení vozidla, či spíše výše pojistného kupujícího odradí.

V následující tabulce jsou uvedeny čtyři druhy automobilů, snažila jsem se vybrat vozy z různé finanční třídy. Nejlevnější Škoda Fabia, následuje jí Peugeot 2008, Škoda Kodiaq a nejdražším automobilem je Mercedes-Benz GLC. Nejlevnější Havarijní pojištění vyšlo u Škody Fabie kdy u spoluúčasti 3 000 Kč je roční pojištění 4 000 Kč a u spoluúčasti 5 000 Kč „pouze“ 2 900 Kč. Naopak u Mercedesu vyšlo pojištění nejdraž, což se při ceně jeho pořízení dalo předpokládat. Havarijní pojištění tohoto vozidla při spoluúčasti 3 000 Kč vychází na 40 000 Kč a při spoluúčasti 5 000 Kč na 29 000 Kč.

Při spoluúčasti 5 000 Kč se vada za 10 000 Kč nevyplatí opravovat na vlastní náklady. Obecně bych nechala takovou vadu odstranit u všech vozidel, ale jako kupující bych to požadovala promítnout do ceny vozidla, to znamená, požadovala bych od prodávajícího slevu v minimální výši účasti havarijního pojištění.

Tabulka 1: Porovnávaná vozidla

	Značka auta	Rok výroby	Počet ujetých km	Cena v CZK	Havarijní pojištění, spoluúčast 3 000 Kč	Havarijní pojištění, spoluúčast 5 000 Kč
	Mercedes-Benz GLC	2018	64 000	1 150 000	40 000	29 000
	Škoda Kodiaq	2018	98 000	710 000	21000	15000
	Škoda Fabia	2018	133 000	175 000	4200	2900
	Peugeot 2008	2018	32 000	310 000	9900	6800

Zdroj: Vlastní zpracování.

## Diskuse výsledků

Z uvedených výsledků lze vyčíst, že Coronavirová pandemie ovlivnila prodej nových vozidel. Ať už se jedná o vozidla nová, nebo starší.

*Výzkumná otázka č. 1 zní:*

Návrh, zda vadu odstranit s přispěním pojišťovny, nebo na vlastní náklady, tzn. promítnout její odstranění při stanovení ceny vozidla?

Jak jsem již uvedla výše, pokud by byla u havarijního pojištění sjednána spoluúčast 5 000 Kč vadu, která byla stanovena odborným autoservisem, se nevyplatí opravovat na vlastní náklady. Cenu bych požadovala odstranit po prodeji.

*Výzkumná otázka č. 2 zní:*

Ovlivňuje prodej aut i technologický pokrok ve výrobě a rozvoj nových platforem, jako je Uber, Lift, Bolt?

Ano, ovlivňuje. V dnešní době jezdí téměř každý do práce autem, ať už v osobním vlastnictví nebo ve služebním, proto se téměř každý den stává, že se zaseknete v koloně. Já osobně radši využívám hromadnou dopravu, tzn. metro, tramvaj v Praze, trolejbus MHD v ostatních městech. Pokud bych nechtěla použít hromadnou dopravu, využívám právě výše uvedené platformy Uber, Bolt, Lift. Je to jednoduché na objednání a finančně to vyjde téměř srovnatelně, pokud vezmete v úvahu, kolik stojí pořízení a provoz nového automobilu.

## **Závěr**

Cílem této práce bylo zjistit, zda se vyplatí pořizovat si automobil s estetickou vadou a zda ovlivňuje nákup automobilu i rozvíjející se technologický pokrok. Z výsledků, které tento výzkum provedl všeobecně, vyplývá, že kupující by si neměl odstranit malou estetickou vadu na vozidle sám s příspěvím pojišťovny, ale měl by její odstranění požadovat po prodeji automobilu. Dále z výzkumu vyplývá, že vozidlo s levnější cenou pořízení má i levnější pojištění, a tudíž i náklady na provoz. Naopak vozidlo dražší, má cenu havarijního pojištění větší. Bere se i v potaz výš spoluúčasti při plnění pojištění. Dále z výzkumu vyplynulo, že ve větších městech jsou více využívány nově rozvíjející se platformy dopravy, např. Uber, Bolt atd.

## **Reference**

- BANDI, H., 2021. Assessing car damage with convolutional neural network. *Conference: 2021 International Conference on Communication information and Computing Technology (ICCICT)*, 1-5.
- ELISCHER, D., 2020. Kobjektivní odpovědnosti právnických osob-několik úvah nad přičitatelností škodlivých následků. *Jurisprudence*, 4, 1802-3843.
- GIBBS, N., 2019. Europe becomes a test bed for online car sales; Ford, Toyota, VW, Volvo give it a spin. *Automotive News*, 93(6888), 20. ISSN 0005-1551.
- GUO, Y., 2020. Perspective on Opportunities or threats: The rise of online collaborative consumption (OCC) and its impact on new car sales. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 100932. ISSN 1567-4223.
- JANATOVÁ, D., 2017. Analýza nabídky povinného ručení na Českém trhu: Vysoká škola ekonomická v Praze (bakalářská práce).
- JINDROVÁ, B., 2002. Leasing chyby a problémy. 2. aktualizované vydání. Grada Publishing, spol. s r.o., ISBN 80-247-0132-4.

- KANTOLA, H. K., 2021. Hydrogen cars now: Hydrogen car sales up in 2021. Chatham: Newstex, 2022
- KOSINA, K. 2021. Odpovědnost za škodu způsobenou autonomním dopravním prostředkem.
- KYU, P., WORARATPANYA, K., 2020. Car damage detection and classification. *ACM*, 1-6. ISBN 9781450377591;1450377599
- OU-YANG, Ch., CHOU, S., JUAN, Y., 2022. Improving the Forecasting Performance of Taiwan Car Sales Movement Direction Using Online Sentiment Data and CNN-LSTM Model. *Applied Sciences*, 12(3), 1550.
- PATIL, K., 2017. Deep learning based car damage classification. *16th IEEE International Conference on Machine Learning and Applications*, 50-54.
- SARATH, P., 2020. Assessing Car Damage using Mask R-CNN.
- SHIRODE, A., 2022. Car damage detection and assessment using CNN. IEEE Delhi Section Conference (DELCON) 1-5.
- SCHMIDT, P. The effect of car sharing on car sales. *International Journal of Industrial Organization*, 71, 102622. ISSN 0167-7187.
- SINGH, A., 2021. Propagation of online consumer perceived negativity: Quantifying the effect of supply chain underperformance on passenger car sales. *Journal of Business Research*, 132, 102-114. ISSN 0148-2963.
- SRUTHY, C. M., KUNJUMON, S., NANDAKUMAR R., 2021. Car damage identification and categorization using various transfer learning models. *5th International Conference on Trends in Electronics and Informatics*, 1097-1101.
- TICHÝ, L., 2015. Odpovědnost za vady a náhrada škody v soukromém právu (srovnávací studie). *Acta Universitatis Carolinae Iuridica*, 61(3),105-151.
- TRUETT, R., 2022. NEW Value In Used Cars: With Proper Reconditioning, High-Mileage Vehicles Turn Into Sales For Retailers. *Automotive News*.
- WALSWORTH, J., 2022. Power: Per-vehicle gross and F&I profits to increase. *Automotive News*, 26(1). ISSN 0005-1551
- 

**Kontaktní adresa autora:**

Nikola Kromková, Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 517/10, 37001 České Budějovice, Česká republika, studentka bakalářského programu e-mail: [30134@mail.vstecb.cz](mailto:30134@mail.vstecb.cz)

## Přílohy

### Příloha 1: Peugeot pojištění

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
3 % min. 3 000 Kč

**od 9 960 Kč**  
měsíčně 830 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel
- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
5 % min. 5 000 Kč

**od 7 117 Kč**  
měsíčně 593 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel
- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

### Příloha 2: Mercedes pojištění

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
3 % min. 3 000 Kč

**od 40 038 Kč**  
měsíčně 3 336 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel
- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
5 % min. 5 000 Kč

**od 28 598 Kč**  
měsíčně 2 383 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel

- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

### Příloha 3: Kodiaq pojištění

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
3 % min. 3 000 Kč

**od 21 185 Kč**  
měsíčně 1 765 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel

- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
5 % min. 5 000 Kč

**od 15 133 Kč**  
měsíčně 1 261 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel

- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč



## Příloha 4: Fabia pojištění

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
3 % min. 3 000 Kč

**od 4 161 Kč**  
měsíčně 346 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel
- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

**direct**  
pojišťovna  
**HP DIRECT ALL RISK**

**spoluúčast:**  
5 % min. 5 000 Kč

**od 2 973 Kč**  
měsíčně 247 Kč

- Havárie
- Odcizení
- Vandalismus
- Živel
- Střet se zvířeti
- Základní asistence při nehodě
- Odškodnění po nehodě
- Slevový kupón 100 Kč na Mall.cz
- Sleva 850 Kč na pískování skel
- Všechna skla od 690 Kč
- Asistence PLUS od 549 Kč
- Zavazadla od 250 Kč
- Úrazové pojištění od 100 Kč
- Garance ceny od 269 Kč

## Příloha 5: Fotografie Fabia



Příloha 6: Fotografie Kodiaq



Příloha 7: Fotografie Mercedes



Příloha 8: Fotografie Peugeot



# ACTUAL PAID COST OF EQUITY IN CONSTRUCTION

Ondřej Dvorač<sup>1</sup>

<sup>1</sup> School of Expertness and Valuation, Institute of Technology and Business in České Budějovice, Czech Republic

## Abstract

The value of the cost of equity capital is very important, both for all businesses and for investors, as it expresses the return on invested funds and is one of the most important factors in decision-making. The aim of the seminar work is to determine the value of the actual paid costs of equity capital in the construction industry in the years 2016 – 2020. The used data from the Cribis/Albertina databases were processed using changes in the undistributed economic result of previous years and the economic result of the current accounting period. The results found show that the average cost of equity in the years 2016 - 2019 ranges from 29.35% - 37.81% and the median values range from 16.43% - 24.24%. The benefit of the presented results is primarily seen in their possibility of subsequent prediction of future costs of equity capital. The limitation of the research can only be in the data used, which needs to be up-to-date.

**Keywords:** profitability, cost of equity, profit share, average, median.

# SKUTEČNĚ VYPLACENÉ NÁKLADY NA VLASTNÍ KAPITÁL VE STAVEBNICTVÍ

Ondřej Dvorák<sup>1</sup>,

<sup>1</sup> Ústav znalectví a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Česká republika

## Abstrakt

Hodnota nákladů na vlastní kapitál je velmi důležitá, jak pro všechny podniky, tak i pro investory, jelikož vyjadřuje výnos z vložených finančních prostředků a je jedním z nejdůležitějších faktorů při rozhodování. Cílem seminární práce je určit hodnotu skutečně vyplacených nákladů na vlastní kapitál ve stavebnictví v letech 2016 – 2020. Použitá data z databází Cribis/Albertina byla zpracována pomocí změn nerozděleného hospodářského výsledku minulých let a hospodářského výsledku běžného účetního období. Zjištěné výsledky ukazují, že průměrné náklady na vlastní kapitál v letech 2016 – 2019 se pohybují 29,35 % - 37,81 % a mediánové hodnoty v rozmezí 16,43 % - 24,24 %. Přínos předkládaných výsledků je spatřován především v jejich možnosti následné predikce budoucích nákladů na vlastní kapitál. Omezení výzkumu může být pouze v použitých datech, u kterých je potřeba jejich aktuálnost.

**Klíčová slova:** hospodářský výsledek, náklady na vlastní kapitál, podíl na zisku, průměr, medián.

---

## Úvod

Téma nákladů vlastního kapitálu se týká každého podniku, jelikož jsou to výnosy, které jsou požadovány za danou investici či projekt. Jsou to tedy nezbytné informace potřebné ke správnému rozhodování, a to je jedna z nejdůležitějších aktivit, kterou vlastníci či manažeři dělají. Seminární práce tím odpovídá na společenskou poptávku po určení adekvátních požadovaných výnosů z investice, v tomto případě ve stavebnictví a způsobu stanovení těchto požadovaných výnosů. Náklady na vlastní kapitál jsou většinou pouze predikovány do budoucna a jen málo autorů se zabývá jejich historickou hodnotou, která může být pro predikci do budoucna více přínosná než běžně využívané způsoby, a právě tímto se bude předkládaná seminární práce zabývat.

Cílem příspěvku je určit hodnotu skutečně vyplacených nákladů na vlastní kapitál ve stavebnictví v letech 2016 – 2020. Tento cíl bude splněn prostřednictvím několika výzkumných otázek.

Jak vysoké jsou náklady na vlastní kapitál v jednotlivých letech?

Kolik bylo celkově skutečně vyplaceno na podílech na zisku v jednotlivých letech?

## Literární rešerše

Důležitým rozhodnutím podniku je stanovení dividendové politiky, která může mít vliv na hodnotu společnosti. Především variabilita dividendové politiky je velmi důležitá při stanovování budoucího vývoje podniku, přičemž vlastníci očekávají, že řízení financí podniku bude prováděno dobře a bude schopné se přizpůsobit okolním vlivům (Sari a Patrisia, 2019).

Zisk je jeden z hlavních faktorů ekonomického růstu (Dementyev a Scherbakov, 2017). Zisk tudíž představuje převládající ekonomickou veličinu, kterou využívají externí i interní uživatelé v rozhodovacím procesu (Ermacora, 2018).

Na výplatu dividend má podle Chen et al. (2017) také vliv pohlaví nejvýše postavených zaměstnanců podniku. Ženy vyplácejí větší dividendu než muži, přičemž u firem se slabým řízením je toto zvýšení výrazné. Toto zjištění tedy naznačuje, že ženy využívají výplatu dividend jako nástroj řízení. Ke stejnému výsledku došli Almeida, de Morais a Coelho, 2020, kteří zjistili, že přítomnost žen v řídicích orgánech podniku přispívá k vyšší pravděpodobnosti vyšších dividend. K opačnému výsledku došel Sanan, 2019, který ukazuje, že ženy ve vedení podniku mají negativní vliv na výplatu dividend. Dále má na výplatu dividend velký vliv organizace vedení podniku, protože dobře organizované vedení má pozitivní vliv na politiku vyplácení dividend (Tahir et al., 2020).

Kovalev a Drachevskiy (2020) se zabývali dividendovou politikou ropných a plynárenských podniků na rozvíjejících trzích a identifikovali dva hlavní problémy při výpočtu dividend, a to určení správné diskontní sazby a stanovení smysluplných predikovaných údajů o výplatě dividend. Jako nejvhodnější metodu pro výpočet diskontní sazby zvolili model CAPM. Pro prognózu dividend byl zvolen simulační model Monte Carlo.

Na dividendovou politiku mají vliv ziskovost, velikost podniku, růst, dluh a makroekonomické proměnné (Nur a Karnen, 2014). Ranajee, Pathak a Saxena, 2018, k těmto vlivům přidávají, že vyšší dividendy vyplácejí skupinové podniky oproti samostatným podnikům.

Na fungování stavebních podniků a jejich finančních výsledcích má významný vliv makroekonomické prostředí, ve kterém se podnik nachází. (Pavelko et al., 2021). V cenách jednotlivých stavebních prací by měl být vždy započítán odpovídající zisk tak, aby byla zajištěna jejich konkurenceschopnost, jelikož zisk je důležitý pro přežití společnosti (Majer, et al., 2020). Na zisk stavebních podniků má velký vliv efektivita provádění stavebních prací. Každé prováděné stavební práce (např. stavba domu) musí být dobře kalkulovány a následně v průběhu provádění těchto prací vhodnými metodami vyhodnocovány. Vzniklé informace jsou velmi důležité pro vedení podniku k budoucím rozhodnutím (Anysz, 2017).

Náklady na vlastní kapitál představují očekávanou míru návratnosti požadovanou trhem k získání požadovaných finančních prostředků pro investici, přičemž nejsložitější složkou kalkulace nákladů na vlastní kapitál je kapitálová složka (Valaskova a Bakes, 2018).

S náklady na vlastní kapitál může souviset i going concern princip. Tato souvislost byla pozitivně potvrzena a bylo zjištěno, že u firem, u kterých byl poprvé potvrzen going concern princip se zvýšily náklady na vlastní kapitál v rozmezí 3,3 – 5,7 % (Amin et al., 2014).

Na náklady vlastního kapitálu mají vliv také zákazníci, především u podniků, u kterých je větší šance, že ztratí klíčové zákazníky nebo jsou náchylnější k větší ztrátě, když přijdou o klíčové zákazníky, tak jsou náklady na vlastní kapitál vyšší. Zatímco podniky, které mají v zákaznické základně více státních zákazníků mají nižší náklady na vlastní kapitál. Celkově tedy zákaznická základna ovlivňuje náklady na financování (Dhaliwal et al., 2016).

Náklady vlastního kapitálu jsou také ovlivněny sociálním kapitálem, protože v zemích, kde je nižší sociální kapitál, tak jsou náklady na vlastní kapitál vyšší a v zemích s vyšším sociálním kapitálem náklady na vlastní kapitál klesají. Tento vztah je ovšem významný pouze pro firmy s relativně nízkou úrovní konkurence na trhu a také pro firmy s dobrou reputací (Gupta et al., 2017). Na náklady vlastního kapitálu má rovněž vliv politická korupce, protože u podniků působících ve státech s vyšší mírou korupce jsou náklady na vlastní kapitál vyšší (Hossain a Kryzanowski, 2021). Výkonnost podniků v oblasti společenské odpovědnosti má vliv na náklady vlastního kapitálu, protože výkonnost společenské odpovědnosti podniku významně negativně koreluje právě s náklady na vlastní kapitál (Chen a Zhang, 2021).

Pro oceňování nákladů vlastního kapitálu lze využít CAPM model, který Laghi a Marcantonio, 2016, rozšířili o prémie za určitá idiosynkratická rizika. Těmito riziky jsou velikost firmy, hodnotový faktor, operační rizika, finanční struktura a volatilita cen na akciovém trhu. Těmito úpravami bylo zjištěno, že CAPM model systematicky podhodnocuje náklady na vlastní kapitál, zatímco s navrženými úpravami již dochází ke správnému odhadu jeho očekávané hodnoty. Glova, 2015, zkoumal CAPM v jeho dynamicky časově proměnlivé formě. Predikci budoucích nákladů na vlastní kapitál zkoumali také Momčilovič, Begovič a Živkov, 2015, kteří pomocí modelů CAPM a Downside CAPM zkoumali náklady na vlastní kapitál potravinářského průmyslu.

Souvislost úrovně likvidity a rizik na implikované náklady vlastního kapitálu zkoumali Saad a Samet, 2017, kdy zjistili, že implikované náklady na vlastní kapitál se zvyšují na úrovni nelikvidity a v kovariaci mezi nelikviditou na úrovni firmy a nelikviditou trhu, ale snižují se jak v kovariaci mezi výnosy na úrovni firmy a nelikviditou trhu, tak i v kovariaci mezi firmami. Dále bylo pozorováno, že úroveň likvidity a rizika ovlivňují implikované náklady akcií během krizových a bezkrizových období, ale tento vztah je výraznější během krizových období u nejnelikvidnějších akcií.

Důležitou roli v podnikových financích hraje generální ředitel, který má velký vliv na náklady vlastního kapitálu, přičemž na tento vliv má dopad jeho sebevědomí, protože, mezi přehnaným sebevědomím generálního ředitele a cenou vlastního kapitálu je nelineární souvislost (Aghazadeh et al., 2018). Odměňování vedoucích pracovníků má též vliv na náklady vlastního kapitálu (Chen et al., 2015).

Informační riziko je další proměnná, která má významný dopad na náklady vlastního kapitálu (Abdollahi et al., 2021). Saleem a Usman, 2021, provedli obdobný výzkum a došli ke stejnému závěru. Bae et al., (2020), ukazují, že cca 42 % celkového účinku kvality informací na náklady vlastního kapitálu mají nepřímé vlivy, a to informační asymetrie, tržní riziko a riziko likvidity.

Mezi další faktory ovlivňující výši nákladů na vlastní kapitál lze zahrnout pověst společnosti, jelikož společnosti s vyšším skóre reputace mají nižší náklady na vlastní kapitál a tento efekt se zvyšuje se stupněm informační asymetrie (Cao et al., 2015). Dále to mohou být výroční zprávy, které velké podniky musí zveřejňovat, mohou také ovlivnit náklady na vlastní kapitál, jelikož větší složitost textu je spojena s vyššími náklady na vlastní kapitál (Rjiba et al., 2021).

## Data a metody

Data využitá pro seminární práci jsou převzata z aplikací Cribis/Albertina, které poskytují informace o podnicích a fyzických osobách. Převzatá data jsou v datovém souboru typu excel. Jsou v něm zařazeny podniky působící v odvětví stavebnictví a u každého z nich jsou uvedeny data z účetních výkazů za období 2016 – 2020.

Pro výpočet nákladů na vlastní kapitál se nejběžněji využívá model CAPM či stavebnicový model. Tyto modely jsou pro výpočet nákladů na vlastní kapitál vhodné, ovšem jejich výpočtem se zjistí budoucí hodnota nákladů na vlastní kapitál, což pro potřeby zjištění skutečně vyplacených nákladů na vlastní kapitál je nevhodné.

Pro zodpovězení výzkumných otázek tedy bude zvolen následující metodický postup:

Pro zjištění vyplacených podílů na zisku v daném roce u jednoho podniku bude sečten výsledek hospodaření běžného účetního období s nerozděleným ziskem minulých let/nerozděleným ziskem nebo neuhrazenou ztrátou minulých let a následně od této hodnoty odečten nerozdělený zisk minulých let/nerozdělený zisk nebo neuhrazená ztráta minulých let. A z tohoto důvodu budou náklady na vlastní kapitál počítány pouze do roku 2019.

U položky nerozdělený zisk minulých let/nerozdělený zisk nebo neuhrazená ztráta minulých let se vybírá ten údaj, který je v daném období k dispozici.

Po provedení těchto výpočtů je nutné data vyfiltrovat na pouze relevantní, což znamená, že se musí vymazat mínusové položky a procentuální položky přesahující hodnotu 100. Následně bude vzniklá hodnota vydělena vlastním kapitálem daného roku a převedena na procenta.

Pro závěrečné zhodnocení budou využity statistické funkce průměr, medián, rozptyl, směrodatná odchylka.

## Výsledky

Tabulka 3: Výsledné hodnoty nákladů na vlastní kapitál za období 2016 - 2019

Rok	Průměrné náklady VK	Medián nákladů VK	Celkově vyplaceno
2016	29,35 %	16,43 %	19 656 223 745,00
2017	36,40 %	23,07 %	49 966 461 785,00
2018	31,64 %	17,84 %	24 212 135 900,00
2019	37,81 %	24,24 %	34 758 034 067,00
<b>Celkem</b>	<b>135,20 %</b>	<b>81,57 %</b>	<b>128 592 855 497,00</b>

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka č. 1 prezentuje výsledné hodnoty nákladů na vlastní kapitál za období 2016 – 2019, kde jsou uvedené průměrné, mediánové hodnoty a celkově vyplacené podíly na zisku. Výsledky ukazují, že průměrné hodnoty a mediánové hodnoty se liší, a to skoro o polovinu v každém sledovaném roce. Nejvyšších hodnot v případě průměru a mediánu bylo dosaženo v roce 2019 a v případě celkově vyplacených podílů na zisku v roce 2017.

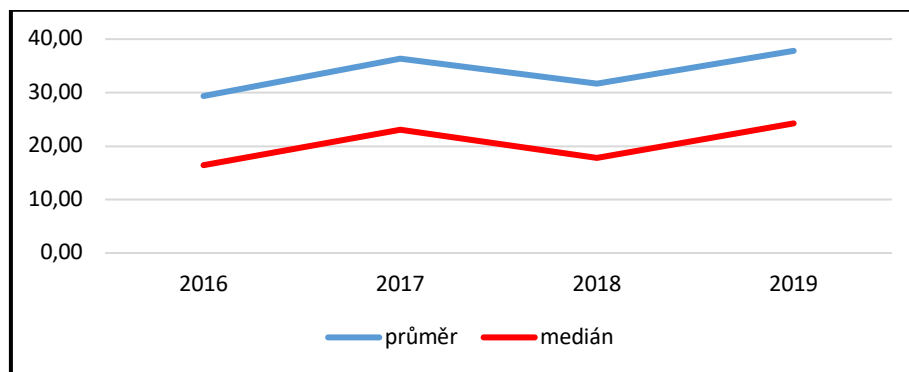
Tabulka 4: Vybrané statistické ukazatele z výsledných hodnot nákladů vlastního kapitálu za období 2016 - 2019

Veličina	Z průměrných nákladů VK	Z mediánů VK	Z celkově vyplacených podílů
<b>Průměr</b>	33,80 %	20,39 %	32 148 213 874,25
<b>Medián</b>	34,02 %	20,45 %	29 485 084 983,50
<b>Rozptyl</b>	11,81	11,06	1,36
<b>Směrodatná odchylka</b>	3,44	3,32	11 654 744 431,45

Zdroj: Vlastní zpracování.

Tabulka č. 2 prezentuje vybrané statistické ukazatele z výsledných průměrných a mediánových hodnot nákladů na vlastní kapitál za období 2016 – 2019, kde jsou uvedeny průměr, medián, rozptyl a směrodatná odchylka. Výsledky ukazují, že průměrné a mediánové hodnoty se u nákladů na vlastní kapitál se skoro neliší a u celkově vyplacených podílů na zisku je rozdíl pouze 8,2 %.

Obrázek 1: Vývoj průměrných a mediánových hodnot nákladů na vlastní kapitál za období 2016 - 2019

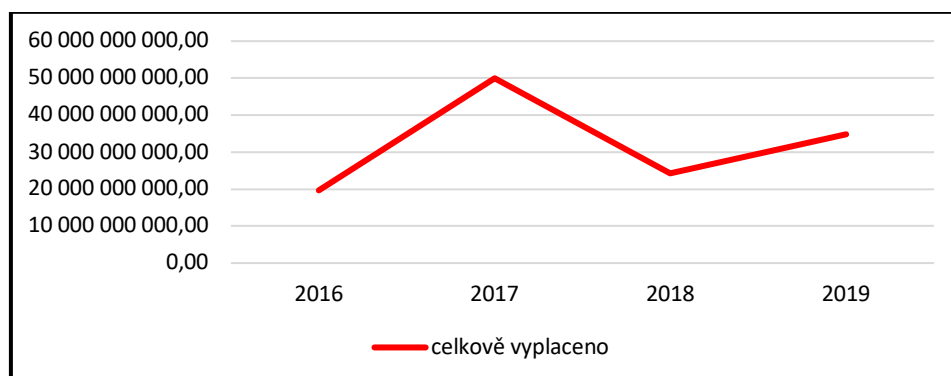


Zdroj: Vlastní zpracování.

Obrázek č. 1 prezentuje vývoj průměrných a mediánových hodnot nákladů na vlastní kapitál za období 2016 – 2019, na kterém jde dobře vidět průběh těchto hodnot v jednotlivých letech. Z grafu je patrné, že vývoj průměrných a mediánových hodnot v jednotlivých letech je kolísavý, kdy v roce 2017 dochází u obou hodnot k růstu. Následující rok došlo k mírnému poklesu oproti minulému období, kdy ovšem výsledné hodnoty jsou vyšší než v roce 2016. V posledním sledovaném roce došlo opět k růstu průměrné a mediánové hodnoty nákladů na vlastní kapitál.



Obrázek 2: Vývoj celkových vyplacených podílů na zisku za období 2016 - 2019



Zdroj: Vlastní zpracování.

Obrázek č. 2 prezentuje celkově vyplacené podíly na zisku za období 2016 – 2019, na kterém jde dobře vidět průběh vyplacených podílů na zisku v jednotlivých letech. Průběh vyplacených podílů na zisku v jednotlivých letech kopíruje vývoj průměrných a mediánových hodnot nákladů na vlastní kapitál, tedy v roce 2017 roste, následující rok došlo k poklesu a poslední rok opět k růstu.

## Diskuse výsledků

*Jak vysoké jsou náklady na vlastní kapitál v jednotlivých letech?*

V jednotlivých letech jsou náklady na vlastní kapitál v případě průměrných hodnot 29,35 %, 36,40 %, 31,64 % a 37,81 %. V případě mediánových hodnot byly náklady na vlastní kapitál 16,43 %, 23,07 %, 17,84 % a 24,24 %. Z výsledků je patrné, že rozdíl mezi průměrnými a mediánovými hodnotami nákladů na vlastní kapitál je skoro dvojnásobný. Je tedy pro výpočet velmi důležité vhodně zvolit ukazatele, protože výsledné hodnoty se následně mohou velice lišit. Většina výzkumů nákladů na vlastní kapitál vypočítává budoucí hodnotu nákladů na vlastní kapitál nejčastěji metodou CAPM. Tato seminární práce předkládá metodu výpočtu, která dochází ke skutečným hodnotám nákladů na vlastní kapitál a tím dává lepší zpětnou vazbu pro výpočet budoucí hodnoty nákladů na vlastní kapitál.

*Kolik bylo celkově skutečně vyplaceno na podílech na zisku v jednotlivých letech?*

V jednotlivých letech bylo vyplaceno na podílech na zisku 19 656 223 745 Kč, 49 966 461 785 Kč, 24 212 135 900 Kč a 34 758 034 067 Kč. Z výsledků je patrné, že jejich hodnoty jsou hodně kolísavé, kdy nejnižší hodnota je na úrovni 19 miliard Kč a nejvyšší hodnota na úrovni 49 miliard Kč.

## Závěr

Cílem příspěvku bylo určit hodnotu skutečně vyplacených nákladů na vlastní kapitál ve stavebnictví v letech 2016 – 2020. Cíl seminární práce byl kromě výpočtu nákladů na vlastní kapitál roku 2020 splněn. Splnění cíle bylo prostřednictvím vytvoření metodiky pro výpočet nákladů na vlastní kapitál z finančních výkazů z celého odvětví stavebnictví.

Zjištěné výsledky jsou především v případě průměrných a mediánových hodnot nákladů na vlastní kapitál v jednotlivých letech velmi rozdílné. Průměrné hodnoty nákladů na vlastní kapitál se pohybují v rozmezí 29,35 % - 37,81 % a mediánové hodnoty v rozmezí 16,43 % - 24,24 %.

Provedený výzkum má limity v neaktuálních datech, ve kterých chybí hodnoty za rok 2021. I přes tento fakt je využitelnost seminární práce pro praktické účely vysoká, především předkládaná metodika seminární práce, která popisuje postup výpočtu skutečně vyplacených nákladů na vlastní kapitál. Výsledky mohou sloužit pro predikci budoucích nákladů na vlastní kapitál, kdy tato predikce může být spolehlivější než běžně využívané metody, jelikož vychází z historických hodnot, které mohou lépe predikovat budoucí vývoj, především při stabilním vývoji trhu.

Prostor pro další výzkum je široký, jelikož dané postupy jsou využitelné pro jakýkoliv podnik nebo celé odvětví, jako v předkládaném příspěvku.

## Reference

- ABDOLLAHI, A., 2021. Information risk, cost of equity and stock returns: evidence from iranian firms. *Journal of financial reporting and accounting*, ISSN 1985-2517.
- AGHAZADEH, S., 2018. Investors perception of CEO overconfidence: evidence from the cost of equity capital. *Review of quantitative finance and accounting*, 51(4), 1129-1150. ISSN 0924-865X.
- ALMEIDA, T. A., DE MORAIS, C. R. F., 2020. Gender diversity, governance and dividend policy in Brazil. *Rege-revista de gestao*, 27(2), 189-205. ISSN 1809-2276.
- AMIN, K., KRISHNAN, J., YANG, J. S., 2014. Going concern opinion and cost of equity. *Auditing-a journal of practice and theory*, 33(4), 1-39. ISSN 0278-0380.
- ANYSZ, H., 2017. The profit as in-company evaluation of the construction site effectiveness. *RSP 2017 – XXVI R-S-P Seminar 2017 theoretical foundation of civil engineering*, 117. ISSN 2261-236X.
- BAE, S. M., AN, H. T., KIM, J. D., 2020. Mediators linking information quality and the cost of equity capital. *Asia-pacific journal of financial studies*, 49(3), 410-437. ISSN 2041-6156.
- CAO, Y., 2015. Company reputation and the cost of equity capital. *Review of accounting studies*, 20(1), 42-81. ISSN 1380-6653.
- DEMENTYEV, V. V., SCHERBAKOV, A. P., 2017. Profit and economic growth. *Terra economicus*, 15(3), 75-91. ISSN 2073-6606.
- DHALIWAL, D., 2016. Customer concentration risk and the cost of equity capital. *Journal of accounting and economics*, 61(1), 23-48. ISSN 0165-4101.
- ERMACORA, R., 2018. Accounting approach versus economic approach in determining profit of small family dairy company. *7th international scientific symposium economy of eastern croatia – vision and growth*, 996-1004. ISSN 1848-9559.
- GLOVA, J., 2015. Time-varying CAPM and its applicability in cost of equity determinativ. *Emerging markets queries in finance and business 2014*, 32, 60-67. ISSN 2212-5671.
- GUPTA, A., RAMAN, K., SHANG, C. G., 2018. Social capital and the cost of equity. *Journal of bankong and finance*, 87, 102-117. ISSN 0378-4266.

- HOSSAIN, A. T., KRYZANOWSKI, L., 2020. Political corruption and cost of equity. *Business and society*, 60(8), 2060-2098. ISSN 0007-6503.
- CHEN, B., ZHANG, A. J., 2021. How does corporate social responsibility affect the cost of equity capital through operating risk. *Borsa istanbul review*, 21, 38-45. ISSN 2214-8450.
- CHEN, J., LEUNG, W. S. A., GOERGEN, M., 2017. The impact of board gender composition on dividend payouts. *Journal of corporate finance*, 43, 86-105. ISSN 0929-1199.
- CHEN, Y. Y., TRUONG, C., VEERARAGHAVAN, M., 2015. CEO risk-taking incentives and the cost of equity capital. *Journal of business finance and accounting*, 42(7-8), 915-946. ISSN 0306-686X.
- KOVALEV, V. V., DRACHEVSKIY, I. S., 2020. Dividend policy as a factor for managing company value: comparing trends in emerging markets. *vestnik sankt-peterburgskogo universiteta – ekonomika – st petersburg university journal of economic studies*, 36(1), 95-116. ISSN 1026-356X.
- LAGHI, E., DI MARCANTONIO, M., 2016. Beyond CAPM: estimating the cost of equity considering idiosyncratic risks. *Quantitative finance*, 16(8), 1273-1296. ISSN 1469-7688.
- MAJER, R., ELLINGEROVA, H., GASPARIK, J., 2020. Methods for the calculation of the lost profit in construction contracts. *Buildings*, 10(4). ISSN 2075-5309.
- MOMCILOVIC, M., BEGOVIC, S. V., 2015. Cost of equity: the case of serbian food industry. *Custos e agronegocio on line*, 11(1), 184-197. ISSN 1808-2882.
- NUR, T., KARNEN, K. A., 2014. Searching for determinants of pay or not to pay cash dividend in indonesia. *Indonesian capital market review*, 6 (1), 19-37. ISSN 1979-8997.
- PAVELKO, O., 2021. Construction development and its impact on the construction enterprises financial results. *Estudios de economia aplicada*, 39(3). ISSN 1133-3197.
- RANAJEE, R., PATHAK, R., SAXEN, A., 2018. To pay or not to pay: what matters the most for dividend payments? *International journal of managerial finance*, 14(2), 230-244. ISSN 1743-9132.
- RJIBA, H., 2021. Annual report readability and the cost of equity capital. *Journal of corporate finance*, 67. ISSN 0929-1199.
- SAAD, M., SAMET, A., 2017. Liquidity and the implied cost of equity capital, *Journal of international financial markets institutions and money*, 51, 15-38. ISSN 1042-4431.
- SALEEM, S., USMAN, M., 2021. Information risk and cost of equity: the role of stock price crash risk. *Journal of asian finance economics and business*, 8(1), 623-635. ISSN 2288-4637.
- SANAN, K., 2019. Impact of board characteristics on firm dividends: evidence from india. *Corporate governance-the international journal of business in society*, 19(6), 1204-1215. ISSN 1472-0701.

SARI, R. M., PATRISIA, D., 2019. The effect of institutional ownership, capital structure, dividend policy, and companys growth on firm value (study of property real estate and building construction companies), *Proceedings of the third padang international conference on economics education, economics, business and management, accounting and entrepreneurship*, 97, 637-645. ISSN 2352-5428.

TAHIR, H., MASRI, R., RAHMAN, MM., 2020. Impact of board attributes on the firm dividend payout policy: evidence from malaysia. *Journal information*, 20(5), 919-937. ISSN 1472-0701

VALASKOVA, K., BAKES, V., 2018. International perception of the costs of equity estimation. *Globalization and its socio-economic consequences*, 1887-1894.

---

**Kontaktní adresa autora:**

Bc. Ondřej Dvorač, Ústav znaleství a oceňování, Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích, Okružní 517/10, 37001 České Budějovice, Česká republika, student magisterského studia, e-mail: [24884@mail.vstecb.cz](mailto:24884@mail.vstecb.cz)