

Analýza vlivu inflace na podnikání vybraného obchodního řetězce

Jaroslav Filus

Bakalářská práce
2024



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav ekonomie

Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Jaroslav Filus**
Osobní číslo: **M200009**
Studijní program: **B0413A050024 Ekonomika a management**
Specializace: **Ekonomika a management podniku**
Forma studia: **Kombinovaná**
Téma práce: **Analýza vlivu inflace na podnikání vybraného obchodního řetězce**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Zpracujte literární rešerši vztahující se k oblasti inflace a vybraných ukazatelů výkonnosti podnikání.

II. Praktická část

- Analyzujte ekonomické ukazatele výkonnosti vybraného řetězce s ohledem na vývoj inflace.
- Proveďte komparativní analýzu vybraných ukazatelů nákladů, výnosů, cen spotřebního koše a obchodní marže vybraného řetězce.
- Navrhněte vhodná doporučení pro snížení dopadu inflace na hospodaření vybraného řetězce.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická
Jazyk zpracování: Slovenština

Seznam doporučené literatury:

CASE, Karl E.; FAIR, Ray C. a OSTER, Sharon M. *Principles of macroeconomics. Thirteenth edition.* Harlow, England: Pearson, 2020. ISBN 978-1-292-30382-6.
HOLDEN, Reed K. a MUKHERJEE, Jeet. *Pricing with Confidence: Ten Rules for Increasing Profits and Staying Ahead of Inflation. Second Edition.* New Jersey, Spojené státy americké: John Wiley & Sons Inc, 2022. ISBN 1119910188.
JANÁČEK, Julius. *Statistika jednoduše: Průvodce světem statistiky.* Praha: Grada, 2022. ISBN 978-80-271-1738-3.
JUREČKA, Václav. *Makroekonomie. 3., aktualizované a rozšířené vydání.* Praha: Grada, 2017. ISBN 9788027102518.
SKOŘEPA, Michal. *Ekonomické jednohubky: odpovědi na 50 důležitých otázek ekonomie a financí.* Praha: Grada, 2023. ISBN 978-80-271-3901-9.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Monika Horáková, Ph.D.
Ústav ekonomie

Datum zadání bakalářské práce: 5. února 2024
Termín odevzdání bakalářské práce: 17. května 2024

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Petr Novák, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 5. února 2024

**PROHLÁŠENÍ AUTORA
BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE**

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen přípouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Hlavným cieľom tejto práce je skúmanie vplyvu inflácie a prítomnosť jej kauzálnych vzťahov v rámci finančných ukazovateľov obchodného reťazca. V teoretickej časti autor podáva stručnú charakteristiku vybraných pojmov z makroekonomického a mikroekonomického prostredia a metódy spracovania získaných dát. Pomocou komparácie analyzuje výsledky dát vývoja finančných ukazovateľov reťazca, odvetvových štatistík, konkurentov a položiek v spotrebiteľskom koši. Zámerom poslednej časti je vyhodnotenie empirického výskumu zameraného na vnímanie inflácie spotrebiteľom. Výsledky tejto práce naznačujú dopad na niektoré oblasti nákladov a tržieb. Umožňujú zostaviť odporúčania pre obchodný reťazec najmä v oblasti zmien energetickej stratégie, v produktovom portfóliu a neustálom upevňovaní pozície na maloobchodnom trhu.

Kľúčová slova: inflácia, obchodný reťazec, spotrebný koš, spotrebiteľ, index spotrebiteľských cien

ABSTRACT

The main aim of this Bachelor thesis is to evaluation the impact of inflation and the presence of causal relations of inflation with financial indicators of the retail chain. In the theoretical part, the author provides a review description of selected concepts from the macroeconomic and microeconomic aspect and the method of processing the obtained data. Using comparisons, in the practical part of the thesis, the author focuses on the analysis trend of results of financial indicators of the chain, of sectoral statistics, competitors and items in the consumer basket. The final part is intended to evaluate empirical research focuses on inflation from the point of view consumers. The results of the thesis suggest impact of inflation in the part of cost and revenues. The thesis allow to compile recommendations for the retail chain mainly in energetic strategies, change of the products portfolio and the continuously consolidating position on the retail market.

Keywords: inflation, retail chain, consumer basket, consumer, consumer price index

Týmto by som chcel úprimne poďakovať mojej vedúcej bakalárskej práce, pani Ing. Monike Horákovej, Ph.D., za jej energiu, čas, rýchlu spätnú väzbu a cenné pripomienky, ktoré som využil pri písaní tejto práce.

Veľké ďakujem patrí rovnako mojej rodinke, Mirke a Anitke, za to, že mi umožnili byť často mimo domova kvôli štúdiu a vo všetkých ťažkých chvíľach počas neho ma vždy podporovali a motivovali dokončiť to, čo som začal.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	9
CIELE A METODY SPRACOVANIA PRÁCE.....	10
I TEORETICKÁ ČASŤ.....	11
1 MAKROEKONOMICKÉ VYMEDZENIE INFLÁCIE	12
1.1 INFLÁCIA.....	12
1.2 DEFLÁCIA.....	14
1.3 TYPY INFLÁCIE.....	15
1.4 FORMY INFLÁCIE.....	16
1.5 PRÍČINY INFLÁCIE.....	17
1.5.1 Dopytová inflácia.....	18
1.5.2 Ponuková inflácia.....	18
1.6 DOPADY INFLÁCIE.....	20
1.6.1 Negatívne dopady inflácie.....	20
1.6.2 Pozitívne dopady inflácie.....	21
1.7 REGULÁCIA INFLÁCIE.....	22
2 METODIKY MERANIA INFLÁCIE	24
2.1 INDEX SPOTREBITEĽSKÝCH CIEN	24
2.2 IMPLICITNÝ CENOVÝ DEFLÁTOR.....	26
2.3 ALTERNATÍVNE INDEXOVÉ ZDROJE	26
2.4 MIERA INFLÁCIE.....	26
2.5 VPLYV INFLÁCIE NA NEZAMESTNANOSŤ.....	28
2.5.1 Phillipsova krivka.....	28
3 UKAZOVATELE HOSPODÁRENIA PODNIKU	30
3.1 ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA.....	30
3.1.1 Výkaz ziskov a strát.....	31
3.1.2 Metódy finančnej analýzy.....	32
3.1.3 Benchmarking.....	33
3.2 NÁKLADY.....	33
3.3 VÝNOSY.....	35
3.4 OBCHODNÁ MARŽA	35
3.5 PRIDANÁ HODNOTA.....	36
3.6 HRUBÁ A ČISTÁ ZISKOVÁ MARŽA	36
3.7 KONKURENCIESCHOPNOSŤ A KONKURENČNÁ VÝHODA.....	37
3.7.1 Herfindahl-Hirschmanov index.....	38
3.8 SWOT ANALÝZA	39

4	METÓDY VÝSKUMU	41
4.1	PRIMÁRNY VÝSKUM	41
4.2	SEKUNDÁRNY VÝSKUM	41
4.3	ŠTATISTICKÉ TESTY	42
5	ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI.....	43
II	PRAKTICKÁ ČASŤ	44
6	CHARAKTERISTICKÉ UKAZOVATELE	45
6.1	ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA VYBRANÉHO OBCHODNÉHO REŤAZCA	45
6.2	KONKURENČNÉ PROSTREDIE REŤAZCOV V SLOVENSKEJ REPUBLIKE	46
6.3	VÝVOJ EKONOMICKEJ PROSPERITY REŤAZCA	48
6.4	VÝVOJ TRŽNÉHO PODIELU REŤAZCA.....	49
6.5	VÝVOJ POČTU ZAMESTNANCOV	50
6.6	SWOT ANALÝZA	52
7	KOMPARATÍVNA ANALÝZA	53
7.1	ANALÝZA VÝVOJA INFLÁCIE	53
7.1.1	Vývoj inflácie na Slovensku	54
7.2	ANALÝZA VÝVOJA CIEN VYBRANÝCH POLOŽIEK SPOTREBITEĽSKÉHO KOŠA.....	55
7.3	ANALÝZA VZŤAHOV INFLÁCIE NA NÁKLADY REŤAZCA	56
7.4	ANALÝZA VZŤAHOV INFLÁCIE NA TRŽBY REŤAZCA.....	59
7.5	ANALÝZA VZŤAHOV INFLÁCIE NA OBCHODNÚ MARŽU	61
7.6	ANALÝZA EKONOMICKEJ VÝKONNOSTI REŤAZCA	62
8	DOTAZNÍKOVÝ VÝSKUM.....	64
8.1	CIELE A METÓDY VÝSKUMU	64
8.2	ŠTRUKTÚRA DOTAZNÍKA A RESPONDENTI	64
8.3	VYHODNOTENIE DOTAZNÍKOVÉHO VÝSKUMU A HYPOTÉZ.....	64
9	ZHRNUTIE ANALYTICKEJ ČASTI	69
9.1	ZHODNOTENIE A ODPORUČENIE	69
	ZÁVER	71
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	73
	ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....	80
	ZOZNAM OBRÁZKOV	82
	ZOZNAM TABULIEK	84
	ZOZNAM PRÍLOH.....	85

ÚVOD

Ľudstvo, svetová ekonomika, národné hospodárstva, podniky rôzneho druhu a zamerania, my všetci máme za sebou nepochybne veľmi zložité roky, ktoré sa v určitých ukazovateľoch značne vychýlili od štandardných hodnôt. V priebehu niekoľkých rokov sa situácia v ekonomike prudko zmenila vplyvom pandémie Covid-19, následným vojenským konfliktom na Ukrajine, čoho výsledkom boli šokové zmeny cenových hladín pri určitých komoditách a energetických surovinách. Vplyvom rôznych makroekonomických aspektov celý dodávateľský reťazec dlhodobo čelí výrazným tlakom a rôznym anomáliám. Ekonomiky krajín sa pri dnešnom dynamickom vývoji nestíhajú spamätať z posledných rokov a trh sa veľmi pomaly dostáva do rovnováhy. Súbežne s tým čelí spoločnosť ďalšej výzve v podobne globálneho otepľovania a potrebou aplikovania ekologickejších prvkov naprieč všetkými odvetvami. To všetko sú aspekty, ktoré sa vyvíjajú v čase a pôsobia niekde vyššou a nižšou mierou na agregátny trh. Inflácia, ktorú Európa zaznamenala v posledných rokoch, bola jedna z najvýznamnejších a od roku 1990 dosiahla svoje maximum. Akcelerovaný nástup inflácie v roku 2021 spôsobil okamžité zmeny pri niektorých cenových hladinách potravín, na čo museli reagovať všetci predajcovia, nevynímajúc obchodné reťazce. Vyššie ceny potravín v predajniach začali byť ornou pôdou pre radu kritikov obchodných reťazcov a zároveň vytvárali priestor pre dezinformácie, ktoré neboli založené faktom. Po pandémii Covid-19 sa spoločnosť všeobecne borí s množstvom dezinformácií, ku ktorým výraznou mierou prispieva aj rast cien a inflácia. Na nepodložených faktom a často neodbornosti vznikajú rôzne iniciatívny a politické rozhodnutia, ktoré majú skôr populistický charakter a v ekonomike spôsobujú opačný efekt. Z tohto dôvodu som považoval za veľmi zaujímavé zistiť vzťah inflácie a ekonomickej prosperity obchodných reťazcov a najmä jedného z nich, ktorý na slovenskom trhu pôsobí najdlhšie a je najviac etablovaným predajcom v spektre hypermarketov. Zároveň som predpokladal, že jeho hospodárske výsledky nebudú v značnej miere ovplyvnené výraznými investíciami do budov, výstavby obchodných jednotiek, distribučných centier a pozemkov, nakoľko na slovenskom trhu pôsobí cez 20 rokov a spoločnosť je známa svojou stabilnou predajnou štruktúrou. Súčasťou tejto práce je v prvom rade skúmať súvislosti inflácie v makroekonomickom ponímaní a hľadať ich súvislosti prostredníctvom finančnej analýzy spomínaného reťazca. Zistenia tejto práce by mali viesť k potvrdeniu, prípadne vyvráteniu verejného naratívu o nadmernej ziskovosti reťazcov v spojitosti s rastúcou infláciou a zároveň overiť, v akej miere sa inflácia prejavila v nákladových položkách reťazca.

CIELE A METODY SPRACOVANIA PRÁCE

Cieľom tejto práce je zistiť vplyv a mieru rozsahu inflácie na hospodárske výsledky vybraného obchodného reťazca vo vzťahu k celkovej situácii na trhu, rastu cenových hladín, trhového podielu a výsledkov konkurentov v odvetví maloobchodu. Na základe dotazníkového výskumu zistiť vnímanie inflácie bežných spotrebiteľov.

V prvej časti sa zameriavam na literárnu rešerš pomocou odbornej literatúry, publikácií a dostupných aktualizovaných webových zdrojov k témam, ktoré sú pokryté v tejto práci od makroekonomických aspektov inflácie a jej súvzťažností, až po mikroekonomické pojmy, vrátane teórie podnikovej ekonomiky a finančnej analýzy podniku. Práca rovnako pokrýva literárnu rešerš v oblasti základnej štatistiky a vyhodnotenia dát.

V praktickej časti sú využité získané informácie z existujúcej odbornej literatúry, aktualizované nové a historicky dostupné dáta štatistických úradov, konkrétne Štatistického úradu Slovenskej republiky, európskeho štatistického úradu Eurostat a iných. Všetky poznatky sú aplikované pri komparácií vplyvu inflácie z makroekonomického pohľadu a následnej analýze finančných ukazovateľov obchodného reťazca. Práca sa rovnako sústreďuje na prítomnosť kauzálnych vzťahov medzi infláciou a vývojom podnikania obchodného reťazca. Cieľom poslednej kapitoly praktickej časti je na základe vlastného empirického výskumu zistiť vzťah medzi infláciou a ekonomickou prosperitou alebo neprosperitou obchodného reťazca vplyvom určitých zmien v spotrebiteľskom správaní. Získané informácie sú komentované a znázornené pomocou grafov a tabuliek.

Cieľom v závere práce je komplexné zhrnutie všetkých nadobudnutých informácií z oboch častí práce a stanovenie odporúčaní v kontexte teoretických a praktických meraní a zistení.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 MAKROEKONOMICKÉ VYMEDZENIE INFLÁCIE

V prvej kapitole teoretickej časti je práca sústredená na komplexnejšiu definíciu inflácie ako jedného z najznámejších a najproblematickejších ekonomických javov, ktorý výrazným spôsobom ovplyvňujú rôzne ekonomické procesy v národnom a globálnom meradle. V nasledujúcich podkapitolách budú vysvetlené všetky jej významné príčiny ako aj formy, ktoré majú zásadné dopady na jednotlivé ekonomiky štátov, ich monetárne politiky, podnikateľské subjekty a v neposlednom rade domácnosti. Kapitola sa rovnako zameriava na teoretické spektrum rozsahu dopadov, ktoré inflácia spôsobuje pre tržné subjekty vrátane obchodných procesov, vývojom cenových hladín, zmenami na agregátnych trhoch a dopadmi v životoch bežných obyvateľov, ktorí majú často tendenciu pod jej výrazným tlakom meniť svoje spotrebiteľské správanie. Posledné dve kapitoly sú zamerané na formy regulácie z pohľadu rôznych globálnych a ekonomických teórií v historickom ako aj novodobom makroekonomickom vnímaní.

1.1 Inflácia

Formovanie inflácie sa historicky vyvíja pod vplyvom rôznych ekonomických aspektov, monetárnymi a fiškálnymi politickými zásahmi v rôznych krajinách a kontinentoch často nezávisle od seba už dlhé desaťročia. „Inflatio“ je latinské slovo, ktorého význam v preklade znamená „nafukovať“ a od neho je odvodená nami známa inflácia ako makroekonomický postrach ľudí a tržných subjektov. Inflácia je rozhodne jeden z najznámejších ekonomických termínov, ktorý v posledných rokoch negatívnym spôsobom rezonuje vo verejnosti a rovnako aj medzi odborníkmi. Tento makroekonomický jav je často synonymom ekonomického zla a spojenia zvýšenej miery neistoty vo vzťahu k budúcnosti. Inflácia vzniká dlhodobou nerovnovážnou situáciou v ekonomike, pričom dochádza k zvyšovaniu cien tovarov a služieb a následkom toho k znižovaniu kúpnej sily peňazí. Inflácia nedefinuje rast cien niektorého z tovaru, či služieb. Jedná sa o zvýšenie priemerných cenových hladín, pričom sa nevylučuje, že v tomto období môže nastať pokles pri niektorých jednotlivých tovaroch a službách (Jurečka a Macháček, 2023, s. 587).

Americký ekonóm špecializujúci sa na makroekonómiu Mankiw (2010, s. 79-93) definuje infláciu ako jednoduchý ekonomický jav, ktorý je následkom zvýšenia priemerných cien. Tvrdí, že pre lepšie pochopenie inflácie je potrebné najprv porozumieť definícií peňazí a tomu, čo ich ovplyvňuje. Infláciu vníma cez množstvo peňazí v obeh, ktoré kontrolujú jednotlivé vlády vo svojich ekonomikách. Prirovnáva ju k dani z držby peňazí a zároveň

ju označuje ako ďalšie peniaze pre príjmovú stranu jednotlivých ekonomík. Podľa jeho publikácie, daň z inflácie platia držiteľia peňazí, pretože oni sú tí, ktorých hodnota v peňaženke klesá.

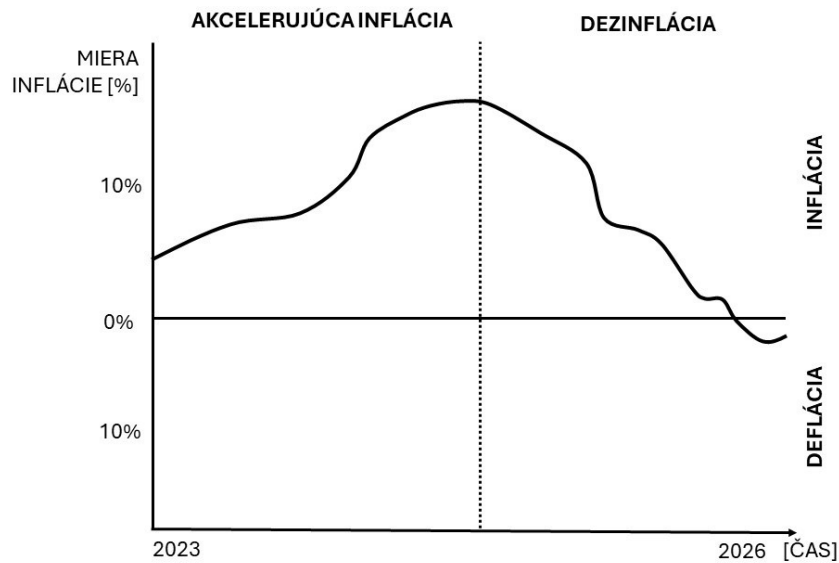
Teórie o inflácií sa v niektorých uhl'och pohľadu rôznia a mnoho odborníkov ich vníma s čiastočnými odchýlkami. Vo všeobecnosti ale platí niekoľko známych faktorov, ktoré ju spúšťajú alebo jej mieru znižujú. Inflácia bezpochyby oslabuje výraznejším spôsobom výdaje domácností a často je hodnotená ako neschopnosť vládnych politík zabezpečiť makroekonomickú stabilitu. Vplyvom vysokej inflácie je sprievodným javom nižší ekonomický rast a možné finančné krízy. Rast cien spôsobuje rovnako škodlivé efekty vo vzťahu k finančným investíciám, čo negatívne ovplyvňuje ekonomický rast a znižovanie kvality života (Ha et al., 2019, s. 5, 9-10).

Skořepa (2022, s. 22) usudzuje, že "V době inflace (růstu cen většiny druhu zboží/slужeb) je lepší se jakýchkoliv přebytečných peněz zbavit, protože ztrácejí reálnou hodnotu; za takové situace tedy uchovávají hodnotu špatně" a infláciu prirovnáva k zmätku.

Podľa Lavoie a Rochon (2023) je infláciu možno definovať ako teóriu, ktorej výsledkom je distribučný konflikt medzi firmami, pracovníkmi a daňovými poplatníkmi. Vo vzťahu k inflácií používa často termín konfliktná inflácia.

S infláciou sa tiež spájajú ďalšie pojmy, ktoré poukazujú na jej stav a dynamiku. Tieto termíny sú bežne používané v komunikačnej praxi a ich vymedzujú nasledovne:

- **Stagflácia** – platí v čase, keď ekonomika začne stagnovať a cenová hladina tovarov a služieb začne rásť pri zachovaní rovnakej úrovne reálneho produktu;
- **Slumpflácia** - v prípade kombinácie poklesu ekonomiky, vplyvom poklesu reálneho produktu a súbežnom raste cenovej hladiny označujeme tento stav za slumpfláciu;
- **Deflácia** – je stav, pri ktorom dochádza k znižovaniu cenovej hladiny a následnému zvyšovaniu kúpnej sily peňazí;
- **Dezinflácia a akcelerujúca inflácia** - označujeme tým zmenové stavy dynamiky inflácie, inými slovami stavy pri zvyšovaní či znižovaní miery inflácie. Spomaľovanie označujeme dezinfláciou a zvyšovanie termínom akcelerujúca inflácia (Jurečka a Macháček, 2023, s. 564-129).



Obrázok 1 Fázy inflácie (vlastné spracovanie podľa Jurečka a Macháček, 2023, s. 586)

1.2 Deflácia

Z laického vnímania by bolo možné chápať infláciu, ktorej hodnota miery osciluje na úrovni okolo nuly, prípadne stavu keď je inflácia pod nulou, ako výhodnú. Tento fakt označujeme ako „deflačná ilúzia“. Pravdou však je, že ekonómovia, ako aj centrálné banky nepovažujú takýto stav za najlepší, nakoľko sa inflácia môže následne ľahko presunúť do zápornej hodnoty, ktorú v makroekonómii označujeme ako deflácia. Jedná sa o stav, kedy sa zvyšuje kúpna sila peňazí a zároveň zaznamenávame pokles cenových hladín tovarov a služieb. Ako z názvu vyplýva, jedná sa o opačný stav inflácie. Negatíva a pozitíva, ktoré platia počas inflácie sa v časoch deflácie otáčajú a začína z tejto situácie viac profitovať veriteľ. Je to však čiastočne skresľujúci obraz, ktorý platí iba v určitých situáciách. Ak by sme hypoteticky pracovali s rapidným poklesom cien nehnuteľností počas deflácie, tak práve veritelia - banky, sú tou ohrozenejšou skupinou. Dlžníci vplyvom deflácie môžu stratiť schopnosť splácať svoje záväzky a banky budú nútené nehnuteľnosti predávať pod cenu úverových zmlúv, čo pre veriteľov môže znamenať fatálne následky až s možným vyústením bankovej krízy. Označovanie deflácie ale nemusí byť v princípe vždy vyslovene škodlivé. Ak ceny tovarov a služieb začnú klesať vplyvom niektorých faktorov ako je zvýšenie produktivity alebo poklesom hlavných výrobných faktorov vrátane energetických vstupov, je možné ju označovať ako kladnú defláciu, ktorá pre ekonomiku nemá ohrozujúce efekty. Vo všeobecnosti sa pri bežnej deflácií spúšťa deflačná špirála, ktorá pramení z poklesu

dopytu vo vzťahu k agregátnej ponuke, následného obmedzenia výrobných produkcie s ohľadom na neisté krytie výrobných nákladov, dodatočné prepúšťanie zamestnancov, čím je spôsobená nižšia spotreba a klesajú daňové príjmy štátu, ktorý je nútený obmedzovať svoje investičné a výdavkové aktivity. Tento deflačný jav je charakteristický veľkou opatrnosťou všetkých investorov. Často sa tento jav označuje ako „deflačná pasca“, pred ktorou sú všetci ekonómi na pozore, pretože historicky bola spúšťačom najväčších kríz (Jurečka, 2017, s. 150-153).

Primerane nízke hodnoty inflácie nad nulou nepredstavujú žiadne problémy pre ekonomiky štátov. Európska centrálna banka (ďalej len ECB) považuje za vysokú infláciu, v tomto prípade môžeme hovoriť o cválajúcej inflácií a rovnako nízku infláciu až defláciu za negatívnu až ohrozujúcu, v zmysle správneho fungovania ekonomiky. Tvrdí, že stabilitu ekonomiky a jej rast je možné zabezpečiť najmä pomocou plnenia inflačných cieľov, ktoré analytici ECB považujú za bezpečné, stabilné a predvídateľné. Práve stabilné držanie inflácie na úrovni 2% má zabezpečiť rovnaké úrovne cenových hladín pre podniky a ľudí, ktorí by tak mohli lepšie plánovať svoje výdavky a prípadne investície. Vplyvom tejto snahy je očakávanie kontinuálne rastúcich ekonomík členských štátov, čoho dôsledkom je zvyšovanie životnej úrovne s predpokladom zdravého rastu reálnych miezd (ECB, 2021-2024).

Skořepa (2022, s. 22) tvrdí, že "V době deflace (kdy většina druhu zboží/slужeb zlevňuje) jsou peníze nejlepším uchovavatelům hodnoty; v nich zachycená hodnota je nejenže zachována, ale dokonce v čase roste".

1.3 Typy inflácie

Vplyvom rôznych aspektov na strane ponuky, dopytu a prejavov dynamiky inflácie, dochádza k rozdeleniu na tri základné typy. Základným ekonomickým problémom je fakt, že všetky procesy v ekonomike sú veľmi úzko späté a teda nie je možné jasne definovať rýdzo čistý typ inflácie. Včasná a správna identifikácia formy inflácie je dôležitá pre následne kroky a použitie vhodných nástrojov monetárnej a fiškálnej politiky. V detailnejšom rozbere je možné analyzovať majoritný podiel jednotlivého typu inflácie. Typy inflácie sa rozdeľujú podľa tempa rastu cenového indexu (Jurečka et al., 2023, s. 626).

Rojíček et al. (2016, s. 369) rozdeľuje typy inflácie nasledovne:

- **Mierna inflácia** – charakteristická je svojim relatívne stabilným tempom akcelerovanej inflácie, prípadne dezinflácie v dlhšom časovom horizonte. Jej hodnota je do 10% pričom nepredstavuje žiadny výrazný problém pre ekonomiku, ak miera inflácie plní inflačné ciele centrálnych bánk, je dokonca hodnotená za pozitívnu;
- **Cválajúca inflácia** – pokrýva hodnoty inflácie nad 10% a je považovaná za ekonomický problém s dopadom na životnú úroveň. Typická je zvyšujúcimi sa sociálnymi nákladmi a stagnáciou ekonomického rastu;
- **Hyperinflácia** – v prípade, že mierna inflácie prekročí 100% je inflácia klasifikovaná ako hyperinflácia. Pri tomto stave dochádza k devalvácií peňazí, ktoré prestávajú plniť svoju základnú funkciu.

Jurečka a Macháček (2023, s. 628, 632) tvrdia, že hyperinflácia je veľmi výnimočný jav, ktorý je považovaný za extrémnu formu inflácie. Pri hyperinflácií dochádza k rastu cien o 100% v medziročnom porovnaní. V Európskom priestore bola poslednýkrát zaznamenaná v roku 1946, keď Maďarsko prechádzalo na novú peňažnú menu forint. Historicky najväčšou zaznamenanou hyperinfláciou je prípad z roku 2008 zo Zimbabwe. Miera inflácie tu dosahovala stoviek miliónov percent a tým sa zapísala ako rekord do ekonomických dejín. Vo všeobecnosti platí v ekonomike fakt, že čím je vyššia inflácia, tým je miera ekonomickej neistoty vyššia, čo negatívne pôsobí na všetky subjekty. Tento stav vyvoláva opatrnosť pre budúce investície a budúcu hodnotu úspor. Paradoxne stabilná vyššia miera inflácie v dlhodobom horizonte, spôsobuje často menšie ekonomické škody.

1.4 Formy inflácie

Podľa Jurečku (2017, s. 133) je hlbšia analýza foriem inflácie vždy potrebná v kontexte aktuálnych metód, ktoré môžu vykazovať isté významné štatistické odchyľky. „Je treba predpokladať, že žiadny štatistický úrad nezmerí infláciu tak presne, ako fungujúci teplomer teplotu.“ (Jurečka, 2017, s. 133). Upozorňuje na potrebu flexibilnejšie reagovať na zmeny spotrebiteľského chovania vo vzťahu k skutočnému vývoju. V praxi sa tak môže stať, že zákazník sa presunie z jedného obchodného reťazca do druhého s cieľom ušetriť a tento fakt indexy nemusia vhodne zachytiť. Nedokonalosti monitoringu prostredníctvom indexov vníma aj vo vzťahu ceny a technologickému pokroku, ktorý v praxi znamená vyššiu kvalitu s vyššou cenou produktu či služby (Jurečka, 2017, s. 133-134).

Liberto (2023) popisuje skrytú infláciu najčastejšie formou znižovania objemu produktov, ktorá podľa neho zaznamenáva rastúci trend a môže čiastočne kriviť štatistické data.

- **Skrytá inflácia** - synonymom skrytej inflácie sa stáva pojem Shrinkflation. Tento výraz vznikol z kombinácie dvoch slov „shrink“, ktoré prekladáme ako strata objemu a slova „flation“, ktoré zastupuje infláciu a teda rast cenovej hladiny. Tento novodobý fenomén a sprievodný jav inflácie sa najčastejšie vyskytuje pri produktoch potravinového charakteru. Shrinkflation znamená redukciu objemu produktu najčastejšie v reakcii na zvyšujúce sa vstupné výrobné náklady, prípadne môže indikovať tajné zvyšovanie ziskových marží. Práve minimálne zmeny spôsobujú často neprehľadnosť a ich zachytenie pomocou indexov spotrebiteľských cien (ďalej len CPI) je veľmi zložitú. Keďže si kupujúci zakupuje menšie množstvo takéhoto produktu za rovnakú alebo za jemne zvýšenú cenu, je meranie inflácie pri takýchto produktoch čiastočne skreslené.

Podľa Wilkinsa et al. (2016) sú spotrebiteľia citlivejší na explicitné nárasty cien a skôr akceptujú znižovanie balení. Faktom však zostáva, že spotrebiteľia takéto počítanie producentov vnímajú ako negatívny jav, ktorý môže mať za následok zmenu spotrebiteľskej preferencie.

- **Blokovaná inflácia** - Jurečka (2017, s. 134) tvrdí, že cenovým indikátorom sa úspešne vymyká okrem skrytej inflácie aj tzn. potlačená inflácia, ktorá je v niektorých literatúrach označovaná ako blokovaná inflácia. Dochádza k nej pri umelom zastropovaní cien rôznymi administratívnymi zásahmi. Regulácia cenových hladín smeruje často k deformáciám, ktoré sú sprevádzané nedostatkom regulovaných tovarov, poklesom investícií, rastom neregulovaných produktov a často znížením produkcie zo strany výrobcov. „Kromě toho „zmrazení cen“ podporuje růst cen na šedém či černém trhu.“ (Jurečka, 2017, s. 134).
- **Otvorená inflácia** - v prípade, že dochádza k ekonomickej nerovnováhe prelínaním rastu cenovej hladiny a ceny rastú bez akýkoľvek zásahov, môžeme tento stav označovať ako otvorenú infláciu (Tancošová, 2005, s. 44).

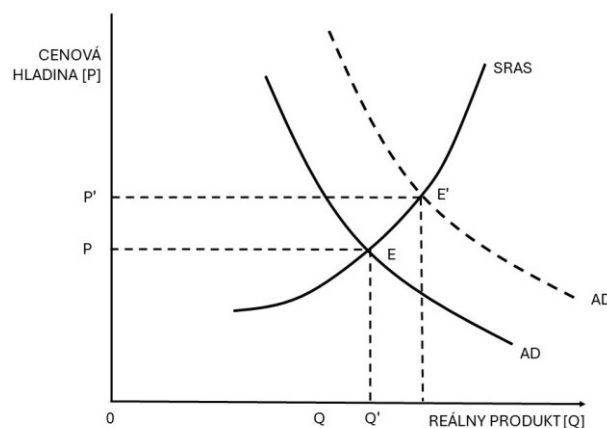
1.5 Príčiny inflácie

Príčiny inflácie sa môžu líšiť od lokality, času a rôznych interných a externých faktorov. Vznikajú na strane dopytu alebo ponuky. Je taktiež možné tvrdiť, že príčiny inflácie

primárne majú nepenažný charakter, napriek tomu, že samotnú infláciu charakterizujeme ako peňažný dopad na všetky ekonomické subjekty (Jurečka a Macháček, 2023, s. 620-622).

1.5.1 Dopytová inflácia

Najčastejšie skloňovanou príčinou inflácie je dopytová inflácia. Vzniká v dôsledku prevahy agregátneho dopytu nad agregátnou ponukou. Jej hnacím motorom je najmä expanzívna monetárna a fiškálna politika, ktorá je spojená s vyššími štátnymi výdajmi a znižovaním daní a odvodov. Tieto efekty môžu byť z hľadiska času v ekonomike viditeľné s výrazným časovým oneskorením. Rovnaký vplyv na dopytovú infláciu majú aj nadmerné investície firiem a nadmerné zadlžovanie formou lacnejších úverov, ktoré poskytujú bankové a nebankové subjekty. Vo všeobecnosti dochádza k stavu, pri ktorom ekonomické subjekty môžu spotrebovať väčší produkt než je k dispozícii. Tento stav je možné označovať ako „prehriatie“ ekonomiky. Medzera, ktorá vzniká medzi dopytom a ponukou sa môže dorovnať dvoma spôsobmi. Najpravdepodobnejší a najprirodzenejší scenár je spojený s rastom cien, ktorý vyplní inflačnú medzeru tým, že sa zníži kúpna sila ekonomických subjektov. Prioritným dôvodom pravdepodobnosti je, že ceny oveľa flexibilnejšie reagujú na zmeny v dopyte. Druhým prípadom, menej pravdepodobným, môže byť zvýšenie na strane ponuky, čo je však z krátkodobého hľadiska značne komplikované (Jurečka a Macháček, 2023, s. 623).

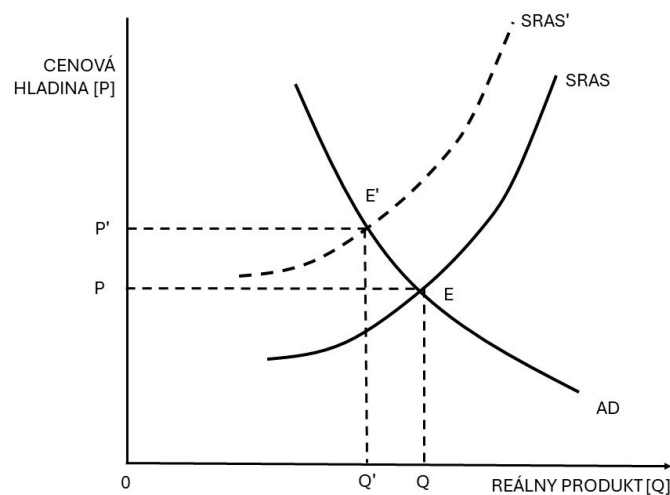


Obrázok 2 Dopytová inflácia v modeli AS-AD (vlastné spracovanie podľa Jurečka, 2017, s. 138)

1.5.2 Ponuková inflácia

Nákladová inflácia, inflácia tlačaná nákladmi – ekvivalentné označenia ponukovej inflácie,

napovedajú príčinu jej vzniku. Podľa Jurečku (2017, s. 139-140) je primárnym faktorom rast cenových hladín bez prirodzene zvyšujúceho sa agregátneho dopytu. Hlavným hnacím motorom je zvyšovanie cien vstupov spojených najmä s rapídym rastom cien energií, rastom nominálnych miezd, cien surovín a v neposlednom rade aj výraznou volatilitou cien ropných produktov. Vývoj rovnako ovplyvňujú rady politických rozhodnutí a nezanedbateľný vplyv má aj prostredie nedokonalkej konkurencie. Práve monopolné subjekty využívajú často svoje dominantné postavenie a ich ceny odzrkadľujú snahy o maximalizáciu ziskov. V tomto prípade je tento stav v makroekonómii označovaný ako zisková inflácia. V posledných rokoch je výrazným spôsobom ovplyvňovaná cena aj z pohľadu ekológie a tak sa k inflácií pripája pojem ekoinflácia. V praxi to môže znamenať čiastočné umelé navyšovanie cien tovarov a služieb s ohľadom na zvýšenie podpory produkcie pri používaní alternatívnych zdrojov, či postupnej snahe o paritu cien takýchto produktov. Všetky tieto okolnosti spôsobujú tlak na rast cien. Dôsledkom môže byť inflačná špirála, ktorej následkom je roztočenie rastu cien z najnižšej úrovne naprieč celým spracovateľským procesom až po rast nominálnych miezd.



Obrázok 3 Ponuková inflácia v modeli AS-AD (vlastné spracovanie podľa Jurečka, 2017, s. 140)

Podľa Rojíčka et al. (2016, s. 368) sú rovnako nezanedbateľné dôvody, ktoré ovplyvňujú príčiny externého a domáceho faktoru. Veľkosť vplyvu vyjadruje cenová elasticita dopytu, ktorá určuje možnosti substitúcie. Prvý externý faktor zahŕňa rast a pokles cien na svetových komoditných trhoch. V prípade surovinových a potravinových komodít je nutné poznamenať, že ceny môžu významne odzrkadľovať stav s neúrodou danej komodity,

producentských kartelov, alebo neobvyklým znížením dynamiky bežných odberateľov. Príčiny domáceho faktoru rovnako významnou mierou ovplyvňuje neúroda komoditných plodín, ale taktiež zmeny v daňovom a odvodovom systéme a dotačných mechanizmoch. V tomto prípade platí, že zásadný vplyv má elasticita dopytu.

Príčiny vzniku inflácie popisuje rovnako vo svojej štúdií Oner (2024, s. 31), ktorá používa v spojitosti s týmto termínom pojem kvantitatívna teória peňazí. Jej vznik pripisuje dôsledkom laxnej menovej politiky, ktorá nezabezpečuje rovnováhu na trhu a nesústreďuje sa na prirodzenú stimuláciu ekonomiky. Výrazný vplyv pripisuje rovnako k inflačným očakávaniam, ktoré sú spojené s indexáciou zmluvných cien a mzdovým vyjednávaním. Tieto faktory považuje za tendenčné, ktoré napomáhajú rastúcej inflácii v nasledujúcom období.

1.6 Dopady inflácie

Dôsledky inflácie sa bezpochyby dotýkajú všetkých makroekonomických subjektov. Inflácia je dôvodom neistoty a nestability v čase a zároveň je spojená s prípadnými rizikami budúcich ekonomických rozhodnutí, ktoré nemusia vždy plniť výnosové ciele investorov. Má rôzne podoby, intenzity a vo veľkej miere závisí od typu inflácie v sledovanom období. Jeden z najzávažnejších makroekonomických dopadov je prerozdelenie reálneho národného dôchodku. Vývoj cenových hladín tovarov a služieb spravidla rastie rôzne, často nezávislé od seba a ich výšky sú relatívne. Tento fakt diferencuje reálne príjmy výrobcov a rovnako aj reálne výdaje spotrebiteľov. Reálny dopad inflácie na konkrétne subjekty je preto závislý na tom, ktoré tovary a služby sa kupujú a predávajú. V redistribučnom kolotoči je pomerne zložité určiť, kto z inflácie profituje najviac a kto najmenej. Každý môže mať inú skladbu spotrebiteľského koša, a tým pádom inak reagovať na jednotlivé volatility v cenových hladinách (Jurečka, 2017, 145-148).

1.6.1 Negatívne dopady inflácie

Inflácia má prevahu negatívnych dopadov nad pozitívnymi. Podľa Jurečku (2017, s.145-148) sa to odzrkadľuje najmä v ekonomických a na to nadväzujúcich sociálnych dopadoch. Medzi najzraniteľnejšie skupiny patria poberatelia fixných platov či dôchodkov. Do tejto kategórie patria napr. platy štátnych zamestnancov. V prípade starobných dôchodkov sú penzie valorizované dodatočne, avšak s väčším časovým oneskorením, čo v praxi znamená, že príjemcovia tejto formy dôchodku nemajú zabezpečený dostatočný príjem

v čase, a tým sa cítia byť podvedení, napriek tomu, že inflácia im prináša spravidla každoročné navyšovanie ich príjmovej stránky o valorizačné čiastky. Ďalším výrazným dopadom môže byť likvidita investorov, ktorí môžu mať vplyvom výraznej inflácie problém realizovanú investíciu dokončiť. Za negatívum tiež pokladá neistotu v rozhodnutiach, ktoré môžu značne brzdiť uzatváranie obchodných príležitostí (Jurečka, 2017, s. 145-148).

Podľa Európskej bankovej asociácie (ďalej len EBA); (2023, s. 3) a iných, je zásadný dopad inflácie vo forme zvyšujúcich sa úrokových sadzieb, ktorých dôsledkom sa následne stávajú menej dostupné úvery pre značnú časť populácie a podnikateľské subjekty. Ďalším negatívnym dopadom môže byť variabilita úrokových sadzieb pri niektorých typoch úverov, čo má prakticky okamžitý dopad pre dlžníka. Inflácia taktiež negatívne znehodnocuje peňažné vklady, ktoré nerastú rovnakým tempom ako je miera inflácie.

Stroukal (2021, s. 488) tvrdí: "Učebnice ekonomie se shodnou, že inflace není zadarmo. I kdybychom souhlasili, že nízká a stabilní míra inflace znamená pro ekonomiku přínos, nebude to zadarmo". Podľa neho za infláciou treba vždy hľadať náklady, ktoré síce na prvý pohľad nie sú úplne zjavné, ale sú rozhodne merateľné. Najvýznamnejšia je degradácia nominálnej mzdy, ktorá pri raste inflácie úmerne zabezpečuje pokles reálnej mzdy. Ďalším výrazným nákladom je dopad na veriteľa, ten je v čase inflácie zásadne v nevýhode. Ďalšími sú časové náklady, ktoré spoločnosti a ľudia musia obetovať sledovaním ekonomickej prognózy a tomu prispôbovať svoje budúce výdaje a plány.

Case et al. (2020, s. 159) porovnáva vnímanie negatívnych efektov vysokej inflácie na príklade bežných ľudí, ktorých inflácia znepokojuje z pohľadu rastúcich cien. Podľa neho však ľudia zabúdajú na zásadnú vec, ktorú tak často nespomínajú a to je skutočnosť, že dnes nezarábajú toľko, koľko zarábali v minulosti, keď ich obľúbený produkt bol výrazne lacnejší.

1.6.2 Pozitívne dopady inflácie

Jurečka (2013, s. 145) tvrdí, že napriek prevládaniu negatívnych prvkov inflácie existujú aj isté pozitívne dopady, ktoré doručuje mierna inflácia. Často je označovaná aj ako stimulačný ekonomický faktor. V tomto prípade ceny tovarov a služieb rastú veľmi pozvoľne, čím nedochádza k výrazným ekonomickým šokom. Trh je zastabilizovaný a poskytuje dostatok motivácie pre ďalší rast produkcie a rozšírenie pracovných príležitostí.

Fernando (2024) za výhodu pokladá fakt, že z vyššej inflácie môžu profitovať jednotlivci a firmy s hmotným majetkom a zastabilizovaným dlhodobým nízkym úrokom. Inflácia spôsobuje častokrát rast hodnoty ich aktív. Vo všeobecnosti je možné taktiež predpokladať, že dopad inflácie sa môže pozitívne dotýkať príjemcov pohyblivých príjmov, ktorých ceny tovarov a služieb sú tvorené na princípe tržného prostredia, prípadne sú indexované o výšku miery inflácie. Z pohľadu príjmov pre štátnu pokladnicu tiež možno hovoriť o istom pozitívnom efekte.

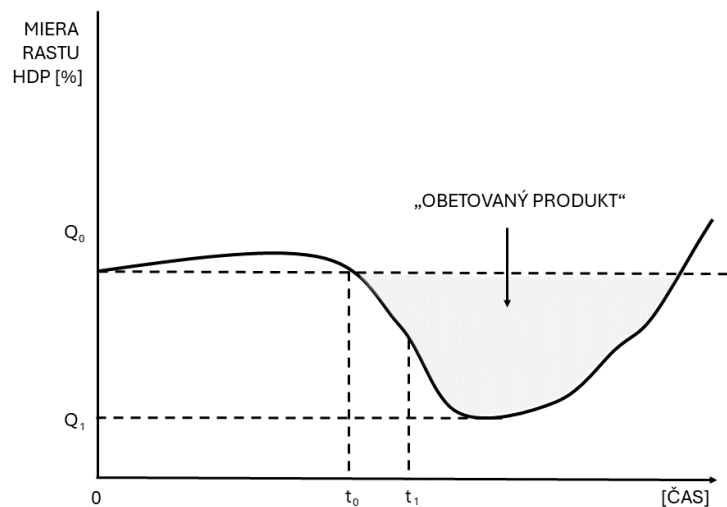
1.7 Regulácia inflácie

Protiinflačné politiky, alebo inak, teórie k spomaleniu rastu cien, sú často odlišné a veľmi závisia od typu inflačnej vlny. Do jednotlivých typov inflačných príčin je možné čiastočne zasiahnuť. Najčastejším zásahom pri rýchлом raste cien je zvýšenie úrokových sadzieb, ktoré majú za následok mierne spomalenie inflačného tlaku. V prípade dopytovej inflácie je možné využiť reguláciu formou obmedzeného rastu zložiek agregátneho dopytu a znížiť prírastok peňazí v obehu danej ekonomiky. Pomocou dôchodkovej politiky, niektorých restriktív a najmä monetárnej politiky, je možné nadstaviť ďalšie opatrenia. Efektívne riešenie tohto typu inflácie je pomerne komplikovanou záležitosťou. Vo všeobecnosti sa aplikujú opatrenia, ktoré skôr zvyšujú pružnosť ekonomiky a zabraňujú ekonomickým šokom. V rámci stabilizačných politík môžu byť použité prvky ortodoxnej stabilizačnej politiky, ktoré sú charakteristické svojim dôrazom k opatreniam v rámci menovej a fiškálnej politiky. Sprievodný jav tohto opatrenia je jednorazová devalvácia meny s cieľom stabilizácie platobnej bilancie a zmrazení cien (Rojíček et al., 2016, s. 392).

Skořepa (2022, s. 137) vníma reguláciu prostredníctvom vnímanej inflácie nasledovne: "Jestliže teda centrální bankéři vyhlášují cíl pro inflaci, ale nevyhlášují cíl pro objem produkce ekonomiky, je to hlavně proto, ze u inflace dává vyhlášení cíle smysl. Není to tak, že by byli posedlí za každou cenu čistě jen vracením inflace k inflačnímu cíli. Ledaže...".

Podľa Jurečku (2017, s. 148) je koncept protiinflačnej politiky označovaný ako inflačné targetovanie. Jedná sa o typ monetárnej politiky, ktorý sa pomocou jej nástrojov snaží dosiahnuť inflačný cieľ centrálnej banky (ďalej len CB). Práve tento typ politiky nabera v novodobých ekonomických dejinách čoraz väčšiu popularitu CB a teda znamená odlúčenie od klasickej teórie peňažných zásob v ekonomike. Pri takomto ciele CB je veľmi dôležité, aby bol cieľ spoločný ako pre CB, tak aj jestvujúcu vládu, čím je jeho plnenie pravdepodobnejšie. Pri plnení tohto cieľa dochádza k dezinflácií, ktorá spôsobuje zníženie

tlaku na faktory, ktoré vyvolávajú rast cien. Jedná sa najmä o zníženie agregátneho dopytu. S týmto faktom je spájaný výraz náklady dezinflácie, ktorých hodnota vypovedá o nákladoch obetovaného produktu v čase zníženia inflačnej miery a zníženia rastu HDP. „K přibližnému měření nákladů, které zpomalení inflace vyvolá, je používán koeficient obětování (sacrifice ratio). Jde v podstatě o počet procent ročního produktu ekonomiky, která jsou ztracena, a tak vlastně obětovaná během záměrného snižování míry inflace o jedno procento.“ (Jurečka et al., 2017, s. 148-150).



Obrázok 4 Znáozornenie obetovaného produktu HDP (vlastné spracovanie podľa Jurečka, 2017, s. 149)

2 METODIKY MERANIA INFLÁCIE

Druhá kapitola sa venuje všetkým nástrojom, ktoré sú využiteľné z pohľadu merania inflácie. V kontexte celej práce je detailnejšie rozanalyzovaná problematika spotrebiteľského koša so zameraním na slovenský spotrebiteľský kôš, nakoľko jeho položky sú v každej krajine čiastočne rozdielne. V poslednej podkapitole je zhrnutý vzťah inflácie k nezamestnanosti pomocou Phillipsovej krivky.

2.1 Index spotrebiteľských cien

Index spotrebiteľských cien označovaný ako CPI - Consumer Price Index (ďalej len CPI), je cenový index, ktorý monitoruje ceny výrobkov a služieb, ktoré si najčastejšie domácnosti kupujú. Meranie cenových hladín pomocou tohto nástroja je založené na preferenčnom spotrebiteľskom koši, ktorý je typický pre domácnosti v daných krajinách. V praxi tak funguje rovnica, čím bude ekonomika vyspelejšia, tým bude odlišná váha jednotlivých reprezentantov. Každá kategória má svojho produktového zástupcu a k nemu prináleží váha, ktorá zodpovedá relatívnej dôležitosti v spotrebiteľskom koši, a ktorá sa časom môže meniť vo vzťahu k spotrebiteľskému správaniu. Pri CPI ide o Laspeyrov index, ktorý počas dlhšieho obdobia využíva stále váhy v jednotlivých parametroch. Vyjadrenie tohto indexu je ilustrované na vzorci nižšie, ale vo všeobecnosti je ho možné vysvetliť ako porovnanie rovnakého spotrebiteľského koša v aktuálnom roku, či mesiaci s určitým predchádzajúcim obdobím. Hodnota danej položky sa v príslušnom období vždy násobí jeho množstvom a cenou. Ak výsledná hodnota je nad 100, znamená to rast ceny, čo v konečnom vyjadrení definuje infláciu skúmaného tovaru, či služby (Jurečka et al., 2017, s. 129).

Jurečka (2017, s. 129) tvrdí, že náklady na nákupy položiek spotrebiteľského koša v bežnom roku sú porovnávané s tými istými položkami v cenách základného roka alebo obdobia, voči ktorému cenové hladiny chceme zrovnávať. Výpočet indexu spotrebiteľských cien je možné ilustrovať vzorcom:

$$CPI = \frac{\text{hodnota daného spotrebiteľského koša v cenách bežného roka}}{\text{hodnota daného spotrebiteľského koša v cenách základného obdobia}} \times 100 \quad (1)$$

Hodnotu spotrebiteľského koša je možné vypočítať násobením množstva daného tovaru, či služby a jeho cenou v príslušnom období. V prípade, že hodnota indexu je vyššia ako 100, cenová hladina rastie. Takýto výsledok môžeme interpretovať potvrdením inflácie.

$$CPI = \frac{\sum Q_0 \times P_1}{\sum Q_0 \times P_0} \times 100 \quad (2)$$

kde „CPI“ označuje index spotrebiteľských cien

Q_0 = spotrebný kôš v základnom období

P_0 = cena tovaru alebo služby

P_1 = cena tovaru alebo služby

Výšky cien položiek spotrebiteľského koša sa analyzujú v rámci všetkých regiónov krajiny a vždy vo vybraných sieťach maloobchodných predajní a prevádzok. Na Slovensku sa spotrebný kôš skladá zo 740 vybraných reprezentantov bežnej spotreby domácnosti, ktoré spadajú do 12 kategórií, 44 skupín a 102 tried v zmysle klasifikácie COICOP. V rámci tejto klasifikácie spotrebiteľského koša sa vyhodnocujú dopady aj pre vybrané sociálne skupiny obyvateľstva, ktorými sú zamestnanci, seniori a zároveň nízkoprijemné domácnosti. Ich vyhodnotenie podlieha národnej metodike, ktorá sa líši najmä váhovou štruktúrou jednotlivých reprezentantov. CPI výpočet pre seniorov sa využíva na valorizáciu dôchodkov (ŠÚSR, 2024).

	Domácnosti spolu	Domácnosti zamestnancov	Domácnosti dôchodcov	Nízkoprijemné domácnosti
Bývanie, voda, elektrina, plyn a iné palivá	257.58	240.61	336.99	223.85
Potraviny a nealkoholické nápoje	236.07	225.82	269.93	255.51
Reštaurácie a hotely	74.21	85.91	28.8	60.77
Rozličné tovary a služby	72.29	73.89	62.48	77.57
Nábytok, bytové zariadenie a bežná údržba domu	72	73.52	67.86	78.12
Rekreácia a kultúra	71.51	75	55.76	66.16
Doprava	57.52	62.9	31.79	65.77
Alkoholické nápoje a tabak	47.13	47.16	48.79	49.37
Odevy a obuv	40.66	42.82	30.37	43.99
Zdravie	28.77	26.83	38.31	30.13
Pošta a spoje	27.22	27.32	26.52	26.47
Vzdelávanie	15.4	18.21	3.12	22.29
Celkom v %	1,000	1,000	1,000	1,000

Obrázok 5 Spotrebiteľský kôš a jeho váhy v roku 2024 – klasifikácia COICOP (v ‰)
(vlastné spracovanie podľa ŠÚSR, 2024)

Na štruktúru CPI nadväzujú harmonizované indexy spotrebiteľských cien označované skratkou HICP - Harmonized Index of Consumer Prices (ďalej len HICP) boli zavedené s primárnym cieľom získať štatistické dáta, ktoré sú spracované rovnakou metodikou napriek tomu, že spotrebiteľské koše majú isté preferenčné odlišnosti v jednotlivých krajinách. Od roku 2022 sa pri slovenskom spotrebiteľskom koši sleduje vývoj

na 729 reprezentantoch, pričom z tohto indexu sú vylúčené položky imputovaného nájomného vlastníctva, ktoré súvisia s vlastníctvom a nákladmi na bývanie. V krajinách V4 sú tieto položky pomerne významné a tak môže dochádzať k istým rozdielnostiam vo výpočtoch medzi CPI a HICP. Hodnoty oboch indexov HICP a CPI historicky vykazujú veľmi podobné hodnoty (ŠÚSR, 2024; Rojíček et al., 2016, s. 378).

2.2 Implicitný cenový deflátor

Podľa Jurečku (2017, s. 132) je implicitný cenový deflátor presnejší indikátor cenového vývoja. Označovaný je ako deflátor HDP a skratkou sa označuje IPD - Implicit Price Deflator (ďalej len IPD). Vyjadruje vývoj cenových hladín všetkých produktov v ekonomike. V jeho logike výpočtu sa zohľadňuje nominálny hrubý domáci produkt v období bežného roka pričom sa v menovateli nachádza reálny hrubý domáci produkt bežného roka. Vo všeobecnosti sú pri výpočte tohto ukazovateľa zahrnuté všetky produkty v hospodárstve.

$$IPD = \frac{\textit{nominálne HDP}}{\textit{reálne HDP}} \times 100 \quad (3)$$

2.3 Alternatívne indexové zdroje

Podľa Soukopa et al. (2022, s. 289) je potrebné okrem CPI a IPD venovať náležitú pozornosť aj ďalším cenovým indexom, ktoré sú rovnako dôležité. Jedná sa o index cien priemyselných výrobcov, index cien stavebných prác a rovnako index tržných služieb. Ich pridanú hodnotu vníma najmä v analytickej časti, ktorá môže byť zdrojom k predikácii vývoja budúcich hodnôt CPI. Z jeho teórie vyplýva, že CPI nemusí úplne pravdivo indikovať výdaje domácnosti. Reálny spotrebiteľský koš má tendenciu sa významne meniť a tým výpočet nereflektuje realitu. Štatistické úrady sa snažia tento fakt eliminovať častejšou revíziou spotrebiteľských košov. Nedostatky v indexe spotrebiteľských cien vníma najmä v rastúcej kvalite, ktorá je spravidla sprevádzaná vyššou cenou a rovnako substitúciou niektorých produktov.

2.4 Miera inflácie

Stanovovanie miery inflácie je možné vyjadriť percentuálnou zmenou priemernej alebo všeobecnej cenovej hladiny za určité obdobie. V jednoduchej definícii by sme mohli použiť, že sa jedná o porovnanie cenovej hladiny v čase konkrétnej skupiny tovarov a služieb. Označuje sa ako priemerná miera inflácie vo vzťahu k určitému obdobiu, najčastejšie však

za posledných 12 mesiacov. Uvádza sa v bázičkom indexe spotrebiteľských cien vo vzťahu k referenčnej hodnote (bežná hodnota je 100). Hodnota priemernej inflácie vychádza z výpočtu kĺzavého priemeru, ktorý odstraňuje sezónne výkony, ako napríklad rast cien niektorých plodín, vyššia spotreba v dovolenkovom období a pod. Výpočet inflácie je bezpochyby jeden z najdôležitejších zdrojov štatisticko-ekonomických dát. Jedná sa o komplexnú metodiku, na ktorú nadväzujú desiatky procesov v celom ekonomickom prostredí (Soukop et al., 2022, s. 290).

Cenové indexy sú nástrojom, ktoré monitorujú cenové hladiny avšak nevytvádzajú o miere inflácie. Miera inflácie predstavuje rozdiel dvoch období - bežného a základného, ktoré sa rovnako nachádza aj v menovateli. Miera inflácie sa tak rovná percentuálnej zmene jednotlivých cenových indexov (Jurečka, 2017, s. 132).

Pri využití CPI – indexu spotrebiteľských cien kalkuluje sa s nasledovnými parametrami:

$$\text{miera inflácie} = \frac{CPI_t - CPI_{t-1}}{CPI_{t-1}} \times 100 \quad (4)$$

Pričom CPI_t predstavuje výsledok merania CPI v bežnom období a CPI_{t-1} predstavuje základné obdobie. Pri využití implicitného cenového deflátoru (IPD) vzorec zostrojujeme s nasledovnými parametrami:

$$\text{miera inflácie} = \frac{IPD_t - IPD_{t-1}}{IPD_{t-1}} \times 100 \quad (5)$$

"Není inflace jako inflace" (Jurečka, 2017, s. 144). Z pohľadu výraznej volatility cien na trhu určitých komodít je potrebné sa na výpočet inflácie pozeráť z pohľadu jadrovej a korigovanej inflácie. Považujem za dôležité spomenúť nasledovné:

- **Jadrová inflácia** – v ukazovateli sa zameriava na skutočné jadro s vylúčením určitých reprezentantov spotrebiteľského koša, z ktorého sú vylúčené najmä regulované položky a položky ovplyvňované určitými administratívnymi reštrikciami (Jurečka, 2017, s. 144);
- **Korigovaná inflácia** - počíta sa s úplným spotrebiteľským košom. Z výpočtu sú vyčlenené iba položky potravín, a v prípade Českej republiky, aj ceny pohonných hmôt (Rojíček et al., 2016, s. 383-384).

2.5 Vplyv inflácie na nezamestnanosť

Jeden z najkomplexnejších ekonomických problémov je nezamestnanosť. V zmysle makroekonomických ukazovateľov je spolu s infláciou verejnosťou najčastejšie skloňovaným problémom. Nezamestnanosť a jej mieru ovplyvňuje mnoho faktorov, ktoré sa vyvíjajú v čase, lokácií a spôsobujú jej kolísavú mieru. Dopady prinášajú mnohé ekonomické a sociálne problémy v podobe zvyšovania deficitu štátneho rozpočtu, úpadku pracovných návykov, nárastu kriminality a často sociálnu izoláciu. Tieto problémy majú z ekonomického pohľadu negatívny efekt na ekonomiku a sú úzko späté s vysokou mierou inflácie (Jurečka, 2017, s. 154-165).

Jurečka (2017, s. 164) tvrdí, že „Hlavní rozdíl mezi dopady inflace a nezaměstnanosti je v tom, že nezaměstnanost svými negativními důsledky postihuje pouze některé rodiny, kdežto náklady inflace jsou rozprostřeny a dotýkají se (byť v různé míře) celé populace“.

Podľa Soukupa et al. (2022, s. 306) je vzťah medzi infláciou a zamestnanosťou dlhodobou predmetom ekonomických špekulácií. "Mezi ekonomy a jednotlivými ekonomickými školami neexistuje jednoznačná shoda, jakým způsobem vztahy mezi mírou inflace a mírou nezaměstnanosti vysvětlit. Neshodnou se ani v tom, zda mezi nimi existuje vůbec nějaká souvislost."

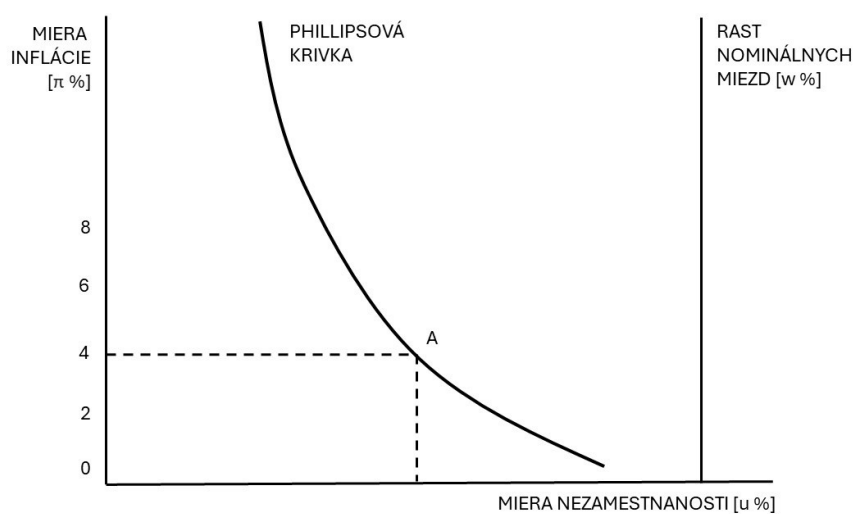
2.5.1 Phillipsova krivka

Phillipsova krivka je ukazovateľ, ktorého výsledkom je skúmanie vzťahu medzi mierou inflácie a výškou nezamestnanosti. Pri tomto vzťahu platí inverzná úmera, čím je inflácia vyššia, tým je nezamestnanosť nižšia a naopak. Výsledky, ktoré poskytuje analýza Phillipsovej krivky sú v novodobej makroekonómii častokrát spochybňované, nakoľko v dlhodobom horizonte neplní očakávania a stráca výpovednú hodnotu. Faktom však je, že nie je konštantná a dôvody zníženej výpovednej hodnoty v dlhšom časovom intervale často pramenia zo zmeny výrobnotechnických procesov, politických či obchodných zmien, prirodzených zmien a rigidity na trhu práce (Jurečka, 2017, 172-181).

Prvá teória o Phillipsovej krivke bola definovaná A.W. Phillipsom v publikácii „The Relationship between Unemployment and the Rate of Change of Money Wage Rates in the United Kingdom“. V praxi je označovaná ako mzdová, nakoľko vychádza z predpokladu vzťahu medzi vývojom nominálnych mzdových sadziieb a mierou nezamestnanosti. V druhej evolučnej fáze sa krivka transformovala na cenovú, pričom miera

inflácie nahradila nominálne mzdové sadzby. Potvrdilo sa, že mzdová inflácia môže reagovať na cenovú infláciu. Cenovú tvorbu tovarov a služieb vo výraznej miere ovplyvňujú ďalšie faktory ako sú ropné a iné ponukové šoky. Rast cenovej hladiny je v tomto vzťahu veľmi závislý rovnako na raste produktivity práce a miezd (Soukup et al. , 2022, s. 305-317).

Jurečka (2017, s. 172) tvrdí, že „Pokud by však mzdy rostly rychleji než produktivita práce, pak lidé budou chtít své příjmy utratit, poroste agregátní poptávka, která „potáhne“ za sebou cenovou hladinu“, čím by následne reagovala trhov^á ekonomika formou inflačnej špirály.



Obrázok 6 Phillipsova krivka doplnená o mieru inflácie (vlastné spracovanie podľa Jurečka et al., 2017, s. 172)

Tretou modifikáciou bolo rozšírenie krivky o prirodzenú nezamestnanosť a faktor inflačného očakávania. Zásadný dopad má práve faktor adaptívneho a racionálneho očakávania, ktorý predpokladá so zotrvačnou infláciou, čo v praxi znamená, že subjekty s určitou mierou inflácie budú počítať aj v budúcom vývoji. Vzhľadom na fungovanie trhu sa v praxi indexujú kontrakty, tvorí cenotvorba a valorizujú mzdy na základe očakávaní predpokladaných hodnôt. Tento efekt následne vyvoláva tzn. akceleráciu inflácie v dlhšom časovom období bez zmeny miery nezamestnanosti, a tým sa teória substitučného vzťahu nepotvrďuje (Soukup et al., 2022, s. 315-323).

Význam Lucasovej verzie Phillipsovej krivky spočíva v spochybnení účinnosti makroekonomickej politiky a istej miery vypočítavosti spotrebiteľov, vzhľadom na racionálne očakávania vo vzťahu k nasledujúcemu vývoju inflácie. Táto krivka je často označovaná za pravdivú v dlhodobom horizonte (Jurečka, 2017, s. 180).

3 UKAZOVATELE HOSPODÁŘENIA PODNIKU

Tretia kapitola je zameraná na teoretické vysvetlenie problematiky ukazovateľov hospodárenia podniku, s ktorými budem pracovať v praktickej časti. V prvých dvoch podkapitolách je vysvetlená definícia nákladov, výnosov, obchodnej marže a metodika výpočtu pridanej hodnoty. Posledná pasáž teoretickej časti je venovaná téme konkurencieschopnosti, konkurenčnej výhody a teórie v oblasti SWOT analýzy.

3.1 Účtovná závierka

Účtovnú závierku (ďalej len ÚZ) je možné charakterizovať ako komplexné zobrazenie finančnej kondície účtovnej jednotky (ďalej len ÚJ) v zmysle rozsahu jej majetku, záväzkov, vlastnom a cudzom kapitále. Jej neoddeliteľnou súčasťou je výkaz ziskov a strát, ktorý poskytuje informácie o nákladoch, výnosoch a zobrazenie údajov o dosiahnutom výsledku hospodárenia. Pre radu užívateľov je ÚZ jeden z najdôležitejších rozhodovacích prvkov a zostavuje v peňažnom vyjadrení, pričom štandardne sú čiastky zaokrúhľované v tisícinách, ak to nie je uvedené inak. Tvoria ju výkazy, ktoré možno zostaviť v plnej alebo skrátenej forme (skrátená forma je možná iba pri ÚJ, ktoré nie sú povinné mať závierku overenú audítorom) (Šteker a Otrusinová, 2021, s. 242).

Knápková et al. (2017, s. 21) definuje formálne súčasti ÚZ nasledovne:

- **rozvaha** – pohľad na majetkovú a finančnú štruktúru;
- **výkaz ziskov a strát** – pohľad na náklady a výnosy, výsledok hospodárenia;
- **výkaz cashflow** – pohľad na tok peňažných prostriedkov;
- **prehľad o zmenách vlastného kapitálu** – prehľad o transakciách, ktoré ovplyvnili veľkosť a štruktúru vlastného kapitálu;
- **príloha.**

Podľa Knápkovej et al. (2017, s. 21) je ÚZ spolu s výkazmi významným zdrojom dát, bez ktorých by sa finančná analýza nedala zrealizovať. ÚZ spolu s výkazmi často vykazujú nižšiu mieru výpovednej hodnoty, a preto je potrebné tieto informácie analyzovať v kombinácii s inými dostupnými zdrojmi, napr. z odvetvia a konkurencie, prípadne ich interpretovať s istou mierou rezervovanosti. „Výkazy jsou zpracovávány pro účely účetní a daňové, neobsahují tudíž data, která věrně zobrazují ekonomickou realitu podniku.“ (Knápková et al., 2017, s.21).

Šteker a Otrusinová (2021, s. 246) tvrdia, že podľa zákona o účtovníctve majú ÚJ povinnosť a v prípade niektorých ÚJ možnosť zostavovať ÚZ v súlade s medzinárodnými štandardami finančného výkazníctva (IFRS), ktoré podliehajú právnou úpravou EU. ÚZ je možné zostaviť v rôznych časoch a z tohto dôvodu ich klasifikujú ako nasledovné:

- **riadna ÚZ** – je zostavená ku koncu účtovného obdobia;
- **mimoriadna ÚZ** – je zostavená v inom dátume (napríklad pri zániku ÚJ);
- **dočasná ÚZ** – je zostavená počas účtovného obdobia. Vztahujú sa na ňu právne predpisy (napríklad pri predaji obchodného podielu);
- **konsolidovaná ÚZ** – je možná pri majetkovo prepojených skupinách, ktoré zostavujú konsolidovanú účtovnú zvierku.

3.1.1 Výkaz ziskov a strát

Výkaz ziskov a strát je možné definovať aj ako odvodený výkaz účtovnej rozvahy, nakoľko detailnejšie špecifikuje a zobrazuje položku na pasívnej strane rozvahy – výsledok hospodárenia bežného účtovného obdobia. Výkaz ziskov a strát vždy obsahuje dve obdobia, bežné a minulé. Výsledok hospodárenia možno podľa Šteker a Otrusinovej (2021, s. 211-230, 247-248) sledovať na troch úrovniach:

- **celkový výsledok hospodárenia;**
- **výsledok hospodárenia z prevádzkovej činnosti;**
- **výsledok hospodárenia z finančnej činnosti;**

Vo výkaze sú náklady označované písmenami a výnosové položky číslicami. Výkaz môže byť zostavený na základe druhového členenia, ktoré je v praxi najpoužívanejšie.

Z hľadiska komparácie období a benchmarkingu sú veľmi významnými položkami výkazov ziskov a strát tržbové a nákladové položky, ktoré sú prirodzene so sebou späté. V prípade tržbových položiek sú to tržby za predaj vlastných výrobkov a služieb, ktoré vykazujú vyššie hodnoty najmä pri výrobných spoločnostiach. Tržby za predajné tovary a služby sú typické pre obchodné spoločnosti. Výkonové spotreby delíme na náklady za predané tovary a služby, služby, spotrebu energie a materiálu. Do nákladovej položky služby spadajú všetky náklady na opravy, cestovné, nájomné, náklady vynaložené na reprezentáciu a náklady spojené so zavedením nehmotného majetku. Do nákladov spadajúcich do zmeny stavu zásob z vlastnej činnosti spadajú zvýšenia alebo zníženia zásob v priebehu účtovného obdobia.

Znížené náklady aktivácie zahrňujú náklady z titulu vytvorenia zásob. Pri výpočte výsledkov hospodárenia jednotlivých ukazovateľov zisku vychádzame z nasledujúcej logiky: (Knápková et al., 2017, s. 43-48).

Tabuľka 1 Výpočty ziskov rôznych úrovní (vlastné spracovanie podľa Knápkovej, 2017)

Zisk pred úrokmi, zdanením a odpismi (EBITDA)
- odpis
= zisk pred úrokmi a zdanením (EBIT)
- nákladové úroky
= zisk pred zdanením (EBT)
- daň z príjmu
= čistý zisk (EAT)

3.1.2 Metódy finančnej analýzy

Významnosť a využiteľnosť finančnej analýzy v historickom kontexte stúpa a v praxi je čoraz žiadanejšia. Metodika finančnej analýzy má za sebou istú evolúciu, ktorá sa v priebehu svojho vývoja štandardizovala. Ďalší vývoj pokračuje v analyzovaní a skúmaní získaných výsledkov, ich spojitosti s inými ukazovateľmi, či prípadnou implementáciou výsledkov s prepojením do informačných systémov pre účely manažérskeho rozhodovania. V zásade platí, že využívaná metóda finančnej analýzy závisí najmä od užívateľa, ktorý skúma a potrebuje získať niektorú oblasť dát o ekonomickej výkonnosti alebo majetkovej štruktúre podniku (Knápková et al., 2017, s. 65-71). Pri finančnej analýze sa využívajú najmä metódy:

- **Analýza stavových (absolútnych) ukazovateľov** – ide o majetkovú a finančnú analýzu štruktúry pri ktorej je využiteľná vertikálna forma, ktorá skúma percentuálnu zmenu medzi jednotlivými položkami rozvahy alebo horizontálna, ktorá skúma analýzu trendov;
- **Analýza tokových ukazovateľov** – pri tejto analýze je možné využitie vertikálneho, či horizontálneho hodnotenia pričom sa hodnotia náklady, výnosy, výsledky hospodárenia a cashflow;
- **Analýza rozdielových ukazovateľov** – najznámejším reprezentantom rozdielových ukazovateľov je čistý pracovný kapitál (ČPK);

- **Analýza pomerových ukazovateľov** – ukazovatele likvidity, rentability, zadlženosti, produktivity, aktivity, ukazovateľov kapitálového trhu;
- **Analýza sústav ukazovateľov** – predmetom analýzy je vplyv čiastkových aspektov finančnej kondície vo vzťahu k súhrnnému ukazovateľu hodnotenia;
- **Súhrnné ukazovatele hospodárenia** – analýza hodnotenia zdravia podniku prostredníctvom bonitných a bankových modelov;

Pre účely analýz sú využívané najmä údaje z ÚZ a tieto informácie vo finančnej analýze označujeme ako absolútne ukazovatele. Ak hodnotíme údaje z rozvahy (stavové ukazovatele), hovoríme o rozdielových ukazovateľoch. Ak analyzujeme tokové ukazovatele, ako napríklad, náklady, výnosy, tak hovoríme o pomerových ukazovateľoch (Knápková et al., 2017, s. 65-71).

3.1.3 Benchmarking

Knápková et al. (2017, s. 120) tvrdí, že „Cílem benchmarkingu je poznaní vlastní pozice na základě srovnání a následné posílení této pozice“. Táto metóda spočíva v jednoduchom porovnávaní rôznych ukazovateľov vo vzťahu ku konkurencií a ich kondíciám. Benchmarking je neoceniteľným nástrojom, ktorý je využiteľný v manažérskej praxi pre stanovenie konkrétnych cieľov a môže byť vhodným nástrojom na signalizáciu istých výkyvových ukazovateľov, ktoré sú vychýlené odvetvových priemerov. Slabou stránkou benchmarking môže byť nedostatok kvalitných informácií, skreslené informácie vo vzťahu k investíciám skúmanej spoločnosti a práca s informáciami, ktoré v danom čase už nemusia reflektovať úplne realitu (Knápková et al., 2017, s. 120).

3.2 Náklady

Náklady reprezentujú kombináciu využitých výrobných faktorov podniku, ktoré vznikajú za určité obdobie pri využití určitých vstupov a výkonov činnosti podniku, čoho výsledkom sú vyprodukované tovary a služby. Bežnou činnosťou vznikajú rôzne výrobné a prevádzkové náklady. Vo finančnom účtovníctve vo vzťahu k nákladom sa môžeme stretnúť s pojmom nehmateľný charakter, ktorý predstavuje amortizáciu dlhodobého majetku. Vo všeobecnosti ich účtovníctvo definuje nasledovne:

- **druhotné náklady** – zameriavajú sa na povahu nákladu, inak povedané, aké druhy nákladov boli využité pri spotrebe materiálu a mzdových nákladov;

- **účelové náklady** - pri účelom členení sledujeme príčinu vzniku nákladu a teda, na aký účel bol jednotlivý náklady využitý - napríklad výroba, odbyt a správa. Tieto náklady môžu byť označované ako náklady vnútropodnikového charakteru (Martinkovičová et al., 2019, s. 228).

Šteker a Ostrusinová (2021, s. 211) definujú náklady z hľadiska finančného účtovníctva ako úbytok ekonomického prospechu, ktoré sa prejavuje úbytkom aktív a rastom dlhu. V manažérskom účtovníctve sú náklady prostriedky, ktoré sú účelovo vynaložené zdroje súvisiace s činnosťou ekonomického subjektu. Vďaka týmto rozdielnym pohľadom na náklady sa stáva, že niektoré nákladové položky nie sú vždy brané ako náklad a zároveň sú v manažérskom účtovníctve vnímané komplexnejšie. Základné členenie nákladov je možné určiť nasledovne:

- **fixné** – ich výška nie je závislá na jednotke kusu;
- **variabilné** – sú závislé na produkcii, jednotke kusu.

Popesko et al. (2016, s. 201) vníma delenie nákladov najmä z hľadiska manažérskeho účtovníctva, na náklady produktu, náklady obdobia, náklady technologické, náklady na riadenie a obsluhu, náklady jednotkové a prevádzkové, delenie nákladov podľa oddelení spoločnosti, kalkulačné vnímanie nákladov formou priamych a nepriamych nákladov, členenie nákladov podľa závislosti na objeme výkonov. V moderných podnikoch sa riadeniu nákladov, ich kontrole, venujú mnohočlenné oddelenia, ktorých cieľom je kontrola nákladov, identifikácia zbytočných nákladov a ich zníženie s cieľom rastu efektivity podniku. Tieto oddelenia sa nákladom venujú rovnako aj z pohľadu kalkulačného vzorca, s cieľom maximalizovať presnosť výpočtov v zmysle výnosnosti a úspešnosť prípadnej obchodnej príležitosti. Sú neoddeliteľným podporným nástrojom pre správne a efektívne manažérske rozhodnutia. Jeden z najvýznamnejších nákladov v manažérskom účtovníctve, sú oportunitné náklady (náklady obetovanej príležitosti), ktoré reprezentujú ušlé výnosy z inej obchodnej alebo strategickej príležitosti, ktorá nebola akceptovaná. Vo vnímaní manažérskeho účtovníctva sú tieto náklady predmetom kalkulácii aj napriek tomu, že majú implicitný charakter. Ďalšími klasifikovanými nákladmi sú tzn. imputované náklady, ktoré vyjadrujú náklady, ktoré vznikli vplyvom určitého rozhodnutia a majú širší charakter dopadu pre celý podnik. Viazané náklady predstavujú časť nákladov, ktoré sa generujú súčasným rozhodnutím v budúcnosti.

3.3 Výnosy

Výnosy môžeme charakterizovať ako prírastok peňažných zdrojov, ktoré predstavujú výkony zo všetkých činností podniku za určité obdobie. V účtovníctve sa výnosy vykazujú v okamžiku, kedy vznikajú, pričom reálne príjmy, ktoré s nimi súvisia, sú spravidla prijaté v inom časovom období. Výnos nemusí vždy znamenať príjem. Existujú prípady, kedy výnosy nie sú nikdy uhradené, ako napríklad aktivácia. Podľa základného druhového triedenia výnosy rozdeľujeme nasledovne:

- **tržby z predaja výrobkov a služieb** – ich vyššie hodnoty sú charakteristické pre výrobné podniky;
- **tržby za predaj tovarov** – ich vyššie hodnoty sú charakteristické pre obchodné spoločnosti, ktoré sú charakteristické len obmedzenou alebo žiadnou výrobou;
- **ostatné prevádzkové výnosy** - patria sem tržby z predaného dlhodobého majetku, ostatne prevádzkové výnosy;
- **finančné výnosy** – sú výnosové úroky, ostatne finančné výnosy, výnosy z dlhodobého finančného majetku (Martinovičová et al., 2019, s. 216).

Definície výnosov sa dnes líšia v pohľadoch finančného a manažérskeho účtovníctva. Rovnako ako pri nákladoch finančné účtovníctvo nezachycuje výnosy implicitného charakteru. V manažérskom účtovníctve sa stretávame s pojmom imputovaných výnosov. Sú to výnosy, ktoré sú vyvolané určitým rozhodnutím v danom čase a majú často významný vplyv na efektivitu podniku. Ušlé výnosy reprezentujú časť stratených výnosov, o ktoré podnikateľský subjekt prišiel v dôsledku neakceptovania obchodného alebo investičného rozhodnutia (Popesko et al., 2016, s. 193).

3.4 Obchodná marža

Podľa Růčkovej (2022, s. 18), výška marže podniku spravidla reflektuje škálu substitútov na predajnom trhu a zároveň je výrazne ovplyvňovaná mierou konkurencie. Znamená to, že vyšší podiel konkurencie znamená vyšší podiel substitútov, čo spôsobuje na trhu nižšie možnosti rastu marže. Na výšku marže pôsobí mnoho faktorov trhu a zároveň aj vnútropodnikové procesy, ako aj vyjednávací schopnosti podniku pri nákladoch vynaložených za nákup tovarov a služieb.

Knápková (2017, s. 44) uvádza, že od 1.1.2016 sa výška obchodnej marže a rovnako aj pridaná hodnota neuvádzajú vo výkaze ziskov a strát. Ich výpočet je demonštrovaný vzorcami, ktoré sú uvedené nižšie:

- **obchodná marža (absolútna hodnota)** = tržby za predané tovary a služby – náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru; (6)

v prípade percentuálneho vyjadrenie pracujeme so vzorcom nasledovne:

- **obchodná marža (percentuálne vyjadrenie)** = tržby za predané tovary a služby – náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru / tržby za predané tovary a služby * 100; (7)

z tohto dôvodu je možné konštatovať, že výška obchodnej marže nikdy nepresiahne úroveň 100%.

Seneši (2021) definuje pomerne zásadný rozdiel medzi obchodnou maržou a obchodnou prirážkou pri ktorej sa zisk dáva do pomeru k nákupnej cene a tým percento vyjadruje výšku obchodnej prirážky. V jednoduchosti povedané, 100% bude znamenať 50% maržu. Výpočet obchodnej prirážky možno demonštrovať nasledovne:

- **obchodná prirážka** = (predajná cena – nákupná cena) / nákupná cena * 100 (8)

3.5 Pridaná hodnota

Pridaná hodnota je rozdiel medzi tržbami (z predaja tovaru a z predaja vlastných výrobkov a služieb) a výkonovou spotrebou (náklady na predaj tovaru, spotreba materiálu a energie, služby). Výpočet pridanej hodnoty je možné demonštrovať nasledovne:

- **pridaná hodnota** = (I. tržby z predaja vlastných výrobkov + II. tržby z predaja tovarov) – (A. výkonová spotreba) – (B. zmena stavu zásob) – (C. aktivácia) (9)

Táto hodnota vyjadruje hodnotu pridanú spracovaním, ktorú subjekt vložil k nákladom zakúpených medziproduktov Knápková et al. (2017, s. 44).

3.6 Hrubá a čistá zisková marža

Pojmy hrubá zisková marža a čistá zisková marža sú rozdielne finančné ukazovatele, ktorých výpočty majú rozdielne premenné. Jedná sa o ukazovatele, ktoré reprodujú finančný stav podniku, z ktorého je možné zistiť jeho stabilitu a ziskovosť. Tieto ukazovatele môžeme následne porovnávať s výsledkami jednotlivých konkurenčných subjektov, výsledkov

rôznych trendov v jednotlivých častiach hospodárskych odvetví a rovnako ich hodnotiť z hľadiska geografického pôsobenia ekonomických subjektov.

- **čistá zisková marža** - je ukazovateľ pri ktorom čistý zisk (po zdanení) dávame do pomeru s celkovými tržbami, výsledok je percento zisku na 1 euro tržieb. Výpočet je možné demonštrovať nasledovne:

$$\text{čistá zisková marža} = (\text{čistý zisk} / \text{celkové tržby}) * 100; \quad (10)$$

čistú ziskovú maržu najviac ovplyvňujú ceny zakúpených tovarov, množstvo predaného tovaru, poskytnutých služieb a celkových nákladov spoločnosti.

- **hrubá zisková marža** – dáva do pomeru pridanú hodnotu a celkové tržby, výsledok je vyjadrený percentom, môžeme ho definovať nasledovne:

$$\text{hrubá zisková marža} = (\text{pridaná hodnota} / \text{celkové tržby}) * 100; \quad (11)$$

tento ukazovateľ je považovaný za dobrý nástroj monitoringu finančného zdravia spoločnosti, nakoľko v prípade istej miery zmien v odvetví je žiadúce, aby jeho hodnota bola stabilná s minimálnymi prvkami kolísania. Hrubá marža naopak nie je vhodný nástroj na monitoring cenovej stratégie (Ondrušeková, 2014).

3.7 Konkurencieschopnosť a konkurenčná výhoda

Konkurenciu je možné voľne definovať ako súťaženie alebo súperenie na trhu viacerých subjektov. V ekonómii má rozsiahlejšie vymedzenie a z pohľadu podniku je možné ju definovať aj ako skúmanie ostatných podnikateľských subjektov na rovnakom trhu pôsobenia. Konkurencia má dve základne formy - medzi ponukou a dopytom, konkurencia na strane ponuky. Všetky jej formy reflektujú záujmy tej či onej strany v zmysle plnenia svojich nákladových výdajov, maximalizácie zisku a získania čo väčšieho podielu na trhu. Najčastejšie označenie vyplýva z cenového a necenového charakteru, pričom ide najmä o súperenie v cenotvorbe a jej finálnej hladiny. Pri necenovej konkurencii je primárnym cieľom získanie zákazníka kvalitou, dizajnovým prevedením výrobku, či technologickým oddelením výrobku od konkurencie. Vo všeobecnosti je najväčším prijímateľom výhod pravé samotný spotrebiteľ, ktorý profituje z nižšej ceny a vyššej kvality. Ekonómovia sa často sústreďia na rozdelenie dokonalej a nedokonalej konkurencie, ktorá je zároveň dôvodom rôznych anomálií najmä v cenových hladinách. Dokonalá konkurencia vzniká pri veľkom počte konkurentov naprieč celým trhom a vo všeobecnosti je označovaná za ideálny stav. Opakom toho je nedokonalá konkurencia, s ktorou sa bežne stretávame v praxi.

V prípade, že na trhu pôsobí iba malý počet predávajúcich, v ekonómii označujeme takýto stav za oligopol. Monopolom sa rozumie stav, v ktorom na trhu dochádza k netradičnému postaveniu jedného dodávateľa, ktorý dodáva jeden výrobok všetkým zákazníkom. V neposlednom rade je ešte známa monopolná konkurencia, ktorá je charakteristická výrazným počtom výrobcov s podobným druhom tovarov a služieb a voľným vstupom na trhu (Mikoláš, 2005, s. 65-67).

Podľa Holdena (2022, s. 200-201) je konkurencieschopnosť hra, v ktorej majú slabí konkurenti vždy výhodu, nakoľko nemajú čo stratiť. Rovnako noví účastníci trhu sú v rovnakej situácii a majú tendenciu využívať dumpingové ceny. V prípade, že konkurencieschopnosť v zmysle nízkej cenovej hladiny nie je targetovaná na ovládnutie trhu, tak neprináša žiadnu udržateľnú konkurenčnú výhodu. "Zákazníci, ktorí k Vám prechádzajú kvôli cene, budú prví, ktorí odídu, keď sa objaví iný konkurent s nízkou cenou." (preložené autorom práce, Holden (2022, s. 200-201).

Vymedzenie konkurencieschopnosti mikroekonómii je definované ako podiel na domácom a vonkajšom trhu. Konkurencieschopnosť závisí na cenovej hladine zrovnateľného produktu, či služby, ktoré ovplyvňujú najmä tri základne faktory, akými sú náklady vo vzťahu k výrobe produktu či služby, výška požadovaného zisku a výmene menového kurzu. Konkurenciu definujú rôzne marketingové teórie, ktoré sa od seba rozdeľujú vnímaním konkurencie. Najznámejšie sú Porterova teória konkurenčných síl, sily v konkurenčnej stratégii podľa J. Jiráka, Porterovy generické konkurenčne stratégie, teórie trhových pozícií konkurencie podľa P. Kotlera (Mikoláš, 2005, s. 67-81).

3.7.1 Herfindahl-Hirschmanov index

Mieru konkurencie a jej koncentráciu v odvetví je možné vyjadrovať prostredníctvom Herfindahl-Hirschmanového indexu (HHI), ktorý meria veľkosť spoločnosti k pomeru odvetvia v ktorom jednotlivé subjekty pôsobia. HHI sa počíta odmocnením súčtom podielov všetkých konkurenčných subjektov pôsobiacich na rovnakom trhu, čoho výsledkom je miera koncentrácie v odvetví. Jeho hodnoty sú zobrazované na škále od 0 po 1, pričom nulu reprezentuje stav dokonalej konkurencie a jedna znamená monopol. Ak výsledok indexu predstavuje nižšiu hodnotu ako 0,15, považujeme tento trh za málo konkurenčný trh. Trhy s hodnotou od 0,15-0,25, sú vymedzené ako mierne koncentrované, nad hodnotu 0,25 sú trhy vysoko koncentrované, čiže miera konkurencie sa rovná monopolu. Hlavou výhodou HHI je jednoduchosť výpočtu s potrebou malého množstva dát. Na druhej strane, jeho slabou

stránkou je fakt, že vo svojom výpočte nezohľadňuje zložitosť trhov a ich špecifiká. Výpočet HHI môžeme demonštrovať nasledujúcim vzorcom:

$$HHI = s_1^2 + s_2^2 + s_3^2 \dots s_n^2; \quad (12)$$

kde s_n znamená percentuálne vyjadrenie podielu firmy, pričom je uvedené ako číselná hodnota (Bromberg, 2023).

Podľa Breziny a Pekára (2013, s. 749) môže byť využitie HHI problematické pre menšie ekonomiky, na ktorých trhoch pôsobí nižší počet subjektov. Základným nedostatkom je určenie hraníc intervalov, ktoré by mali byť odvodené skôr od dolnej hranice $1/n$. Výsledok by predstavoval objektívnejšiu charakteristiku s ohľadom na veľkosť relevantného trhu.

3.8 SWOT analýza

Podľa Srpovej et al. (2010, s.132-133) je SWOT analýzu možné prirovnať k jednoduchému nástroju, ktorý sa sústreďuje na vymedzenie vnútorných a vonkajších slabých a silných stránok podniku. Sústreďuje sa na analýzu faktorov, ktoré môžu zohrávať kľúčovú úlohu v prospech a neprospech podniku. Jej nevýhodou je často subjektívny pohľad zostavovateľa analýzy a z tohto dôvodu je vhodnejšie analyzovať svoje silné a slabé stránky prostredníctvom vnímania zákazníkov, dodávateľov či konkurencie. Úloha SWOT analýzy je identifikácia a posúdenie predikčných vývojových trendov z vnútorného, ako aj vonkajšieho pohľadu.

SWOT analýzu rozdeľujeme do kategórií, v ktorých definujeme hodnoty pre konkrétny podnik:

- **silné stránky** (strengths) - interný faktor;
- **slabé stránky** (weaknesses) - interný faktor;
- **príležitosti** (opportunities) - externý faktor;
- **hrozby** (threats) - externý faktor.

Zostavenie samotnej analýzy SWOT sa riadi pravidlami, ktoré sú dôležité pre jej správne vyhodnotenie. Každý faktor jednotlivej stránky má svoje ohodnotenie. Pri silných stránkach a príležitostiach ich hodnotíme na škále od 1 po 5, pričom 5 znamená najvýznamnejšie hodnotenie. Pri hrozbách a slabých stránkach je stupnica definovaná zápornými číslami na škále od -1 do -5, pričom -5 najvýraznejšia slabosť, závažnosť. Každý kvadrant SWOT

analýzy má hodnotu 1, který mezi jednotlivé faktory uvedené v analýze konkrétní kategorie rozděluje poměrem vah. Platí, čím důležitější parameter, tím vyšší koeficient váhy. Pro konečnou bilanci z výsledků jednotlivých kvadrantů je potřebné při jednotlivých položkách kvadrantu vynásobit hodnotu váhy a hodnocení, čeho výsledkem bude výsledná hodnota za celý kvadrant. Výsledky SWOT analýzy je potřebné hodnotit velmi omezeně vzhledem na její výpovědnou schopnost (Černaj, 2024).

4 METÓDY VÝSKUMU

Kapitola je orientovaná na teoretické poznatky využitých štatistických metód a postupov, ktoré sú využívané v tejto práci. Ich použitie je sústredené na dotazníkový výskum, ktorý bol realizovaný vo vzťahu k zmenám spotrebiteľského správania vplyvom inflácie. Dátové zdroje použité v tejto práci sú čerpané výhradne z verejne dostupných zdrojov zo SÚSR, Eurostatu, NBS a verejne dostupných výročných správ a ÚZ obchodných reťazcov prostredníctvom webových portálov registrov ÚZ v Slovenskej republike. Na spracovanie a vyhodnotenie hypotéz je v práci využitý MS Excel, ktorý vzhľadom na náročnosť štatistických vyhodnotení je dostačujúcim nástrojom.

4.1 Primárny výskum

Podľa Foreta a Melasa (2020, s. 37) je možné primárne výskumné data definovať ako údaje, ktoré si realizátor najčastejšie získava vlastnými silami. Ide o informácie, ktoré ešte v rovnakom rozsahu neboli nikde publikované a zahŕňajú postupy, ktoré majú čo najefektívnejšie obsiahnuť kvalitu výstupov. Je možné definovať päť základných krokov pri ich zostavovaní: definovanie problému a cieľu výskumu, zostavenie plánu, zhromaždenie informácií, analýza a štatistické spracovanie. Výstupom je prezentácia výsledkov, vrátane odporúčaní, ktoré vyplývajú z podstaty získaných informácií vo výskume. V primárnom výskume je definované základné rozdelenie – kvalitatívny a kvantitatívny výskum. Pri kvalitatívnom výskume používame prevažne metódu výskumu rozhovorom a nevyužívame pri nej testovanie na základe hypotéz. Kvantitatívne výskumy možno charakterizovať ako rozsiahlejšie súbory informácií, ktoré zhromažďujú data od stoviek až tisícov respondentov s cieľom pokryť čo najväčší reprezentatívny vzor, ktorý sa následne porovnáva voči celkovej populácii (základný súbor). Najčastejšie využívaná metóda sú dotazníkové výskumy, ktoré sú charakteristické svojou časovou a finančnou náročnosťou, pričom však prinášajú relatívne dobre výpovedné hodnoty v prehľadnej forme.

4.2 Sekundárny výskum

Sekundárne data reprezentujú informácie, ktoré už boli vyhodnotené v minulosti a ktoré v prípade sekundárneho výskumu môžu získať nové zapracovanie a ich interpretáciu. Najvýraznejším rozdielom medzi primárnymi a sekundárnymi výskumnými dátami je limitovaný prístup k detailnejším dátam. V prípade agregovaných dát, ktoré už raz boli štatisticky interpretované formou percent, mediánov a rozptylov, je ďalšie spracovanie

veľmi obmedzené. Data v tejto štruktúre je možné vyhodnocovať prakticky iba na porovnávajúcej úrovni s iným obdobím. Na druhej strane ich najväčšou devízou je poskytnutie správnych informácií pri zostavovaní primárneho výskumu. Najvyužívanejšie zdroje pre získanie tohto typu dát sú najmä rôzne databázy, štatistické úrady, odborné články a periodické odborné časopisy (Foret a Melas, 2020, s. 41).

4.3 Štatistické testy

Testovanie štatistických hypotéz sa riadi vždy presnými pravidlami a postupmi, ktoré je možné zhrnúť nasledovne:

- **určenie výskumnej otázky** – stanovenie výskumnej otázky v štatistickej teórii nulovej hypotézy je najzásadnejším bodom, ktorý má vplyv na stanovenie výskumných otázok v primárnom výskume. Alternatívna hypotéza, niekedy označovaná ako hypotéza 1, je negácia nulovej hypotézy;
- **výber testu a kontrola predpokladov** - v tomto kroku je potrebné zvoliť vhodný štatistický test v závislosti od výskumnej otázky a podmienok jednotlivých štatistických testov, ak by v tomto bode nebol vybraný vhodný štatistický test, jeho výpovedná hodnota by nemusela byť správna;
- **určenie hladiny významnosti** - je možné definovať aj ako hranicu pravdepodobnosti, najčastejšie stanovenú hodnotou predstavuje $\alpha=0,05$
- **realizácia testu** - pomocou nameraných dát realizujeme štatistický test, pri ktorom zistíme p-hodnotu;
- **interpretácia výsledkov** - výsledkom testovania hypotézy je p-hodnota, ktorá ak je rovná alebo menšia ako hladina významnosti α , tak nulovú hypotézu zamietame a prijímame alternatívnu hypotézu;

P-hodnota sa všeobecne počíta prostredníctvom štatistických nástrojov a softvérov. (Janáček, 2022, s. 41-44, 46).

5 ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Teoretická časť je zhrnutá do štyroch kapitol. Sústreďujú sa na všetky oblasti, ktoré vyplývajú z podstaty tejto práce.

V prvej a druhej kapitole práce je vysvetlená problematika inflácie. Ide najmä o vymedzenie pojmov spojených s infláciou ako aj obsiahnutie všetkých dôležitých teoretických poznatkov. Zároveň sú pomerne komplexne charakterizované všetky potrebné výpočty miery inflácie ako aj výpočty indexov, ktorých výstupné data sú dátovým imputom do výpočtu celkovej inflácie. V časti (2.1.) sa podkapitola zaoberá podrobne spotrebným košom. Sú definované jeho základné charakteristiky a kategórie spolu s váhami v Slovenskej republike. V poslednej podkapitole tejto časti sa práca venuje teoretickému popísaniu vzťahu medzi infláciou a zamestnanosťou.

Tretia kapitola teoretickej časti sa sústreďí na prvky podnikovej ekonomiky a finančnej analýzy, ktorej teória je v práci využívaná v praktickej časti. Komplexne sú vysvetlené témy obchodnej marže, nákladov a výnosov. Časť tejto kapitoly sa venuje teoretickým poznatkom z oblasti účtovníctva, bez ktorých by bolo vyhodnotenie finančnej analýzy pomerne komplikované. Zároveň sú definované pojmy konkurencia, konkurenčná výhoda, konkurencieschopnosť a v tomto kontexte sú definované nástroje, pomocou ktorých je možné merať mieru konkurencie v jednotlivých odvetviach trhu. V poslednej podkapitole je definovaná SWOT analýza s teoretickými poznatkami, ktorá predstavuje vhodný nástroj na prípadné posilnenie na trhu.

Posledná, štvrtá kapitola, sa venuje teoretickým poznatkom, ktoré sú využité pri empirickom výskume. Všetky získané teoretické poznatky sú v plnej miere aplikované v praktickej časti.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

6 CHARAKTERISTICKÉ UKAZOVATELE

Prvá kapitola praktickej časti zahrňuje všetky dostupné poznatky o vybranom obchodnom reťazci z hľadiska histórie jeho pôsobenia na slovenskom maloobchodnom trhu. Zároveň sa sústreďí na zhodnotenie konkurenčného prostredia. V poslednej podkapitole je zhrnutá veľkosť reťazca v súvislosti so zamestnanosťou a vývojom počtu zamestnancov. V tejto časti sú využívané všetky verejne dostupné informácie obchodného reťazca a vo veľkej miere sú informácie čerpané z účtovných závierok. Posledná zverejnená účtovná závierka v roku 2024 je z roku 2022. Dopytované detailnejšie údaje z interného prostredia obchodného reťazca z hľadiska citlivosti informácií absentujú. Finančný rok spoločnosti Tesco Stores a.s. je od 1.3. do konca februára nasledujúceho roka.

6.1 Základná charakteristika vybraného obchodného reťazca

Začiatky spoločnosti Tesco Stores a.s. sa na slovenskom trhu začali v roku 1996, keď najväčšia maloobchodná sieť z Veľkej Británie odkúpila sedem obchodných domov od spoločnosti Kmart SR a.s. (SME, 1996).

Práve Tesco prinieslo na Slovensko ako prvé formát obchodnej predajne s označením hypermarket. V prvom hypermarkete, ktorý bol otvorený 1. júna 1999 v Nitre, si mohli zákazníci zakúpiť takmer 50-tisíc druhov tovaru na jednom mieste s plochou 7 000 m². Tesco sa prakticky hneď po otvorení stalo jedným z najväčších zamestnávateľov v krajine. Pri otvorení prvej predajne, pre spoločnosť pracovalo už vyše 600 ľudí. V tomto čase predstavil reťazec koncept vlastných výrobkov potravín a drogérie, na ktoré sú zákazníci zvyknutí dodnes. S vývojom času obchodný reťazec postupne expandoval s formátom hypermarketov a supermarketov do takmer všetkých miest v rámci Slovenska a stabilne upevňoval pozíciu jednotky na trhu maloobchodných predajní potravín (Tesco, 2019).

V roku 2010 obchodný reťazec otvoril prvýkrát nový formát hypermarketu s označením Tesco Extra, ktorého formát dovtedy prevádzkoval iba v Spojenom kráľovstve. Koncept so širším spektrom produktov, re-dizajnom predajnej plochy sa stal parametricky ešte väčším hypermarketom a zároveň, ako prvý na Slovensku predstavil koncept samoobslužných pokladní (SITA, 2010).

V priebehu ďalších rokov sa Tesco snažilo postupne zavádzať inovácie a byť lídrom v technologických službách. Služby „Scan&Shop“, „Klikni a vyzdvihni“ a „Potraviny domov“, ktoré zabezpečuje prostredníctvom outsourcingového partnera startup-u DoDo

spustilo v ponímaní maloobchodných sietí ako prvé. Tesco sa snaží implementovať službu online nákupov v rámci všetkých regiónov celej krajiny. Obchodný reťazec prevádzkuje 179 obchodných jednotiek (2024), ktoré obsluhujú tri logistické centrá v Beckove, Prešove a Bratislave. Zároveň je prevádzkovateľom 18 vlastných čerpacích staníc (2024), ktoré sa nachádzajú v tesnej blízkosti hypermarketov. Z pohľadu prínosu pre slovenskú ekonomiku sa obchodný reťazec dlhodobo významným spôsobom podieľa na príjmoch štátneho rozpočtu v zmysle platby dane z príjmu, pričom v roku 2022 realizoval platbu vo výške 22 132 000 EUR. Veľkosťou patrí medzi jedných z najväčších zamestnávateľov v krajine a zároveň mimo svojich ekonomických prosperít chce tvoriť, kreovať komunity a spoločenskú zodpovednosť na Slovensku. Spoločnosť založila v roku 2011 Nadáciu Tesco, ktorá spravuje všetky aktivity v oblasti spoločenskej zodpovednosti. V roku 2021 prostredníctvom nej rozdala viac ako 7 mil. EUR na podporu rôznych miestnych, regionálnych ako aj komunitných projektov. V roku 2022 získala Národnú cenu za kvalitu a spoločenskú zodpovednosť, ktorú udeľuje Úrad pre normalizáciu, metrológiu a skúšobníctvo Slovenskej republiky. Medzi ďalšie nesporné ocenenia môžeme zaradiť ocenenie Najdôveryhodnejšia značka, ocenenie od Via Bona za Zodpovednú firmu a rovnako produktové ocenenia v štyroch kategóriách výrobkov privátnej značky Tesco v ocenení Voľba spotrebiteľov – Najlepšia novinka 2023 (Tesco Stores a.s., 2023).

6.2 Konkurenčné prostredie reťazcov v Slovenskej republike

Obchodné reťazce možno klasifikovať ako významné trhové subjekty, ktoré musia mať dokonale zabezpečenú logistiku, jej dynamiku s ohľadom na faktor času a druh tovarov podliehajúcich rýchlej skaze, procesy vyjednávania a predaja s neustálym sledovaním makroekonomických ukazovateľov. Boj o zákazníka na trhu vzhľadom na veľkosť kúpnej sily ako aj geografické činitele je náročný proces (Retail Week, 2023).

V roku 2022 na Slovensku v maloobchodnej sieti pôsobilo 39 031 spoločností. Podľa dostupných ÚZ a dosiahnutých tržieb je možné konštatovať, že slovenský líder v maloobchode je spoločnosť Lidl Slovenská republika, v.o.s. s tržbami na úrovni 1,9 miliardy EUR. Na druhom mieste je spoločnosť TESCO STORES a.s., ktorá si so svojimi tržbami vo výške 1,6 miliardy od roku 2020 drží stabilne pozíciu. Na tretej pozícií z hľadiska dosiahnutých tržieb je Kaufland Slovenská republika v.o.s. s tržbami na úrovni 1,5 miliardy EUR a tržbami 0,8 miliardy eur spoločnosť BILLA s.r.o. (ÚZ spoločností, 2022).

Tabuľka 2 Prehľad počtu obchodných prevádzok (vlastné spracovanie podľa interných zdrojov spoločností)

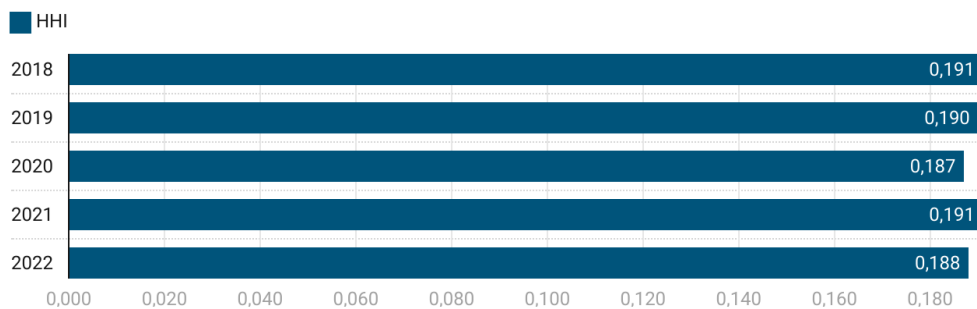
Začiatok podnikania (rok)	1996	2004	2000	1993
Prírastky predajní (rok)	Tesco	Lidl	Kaufland	Billa
2017	0	7	3	N/A
2018	0	4	2	N/A
2019	0	5	1	N/A
2020	3	8	2	N/A
2021	4	8	2	N/A
2022	3	7	2	N/A
2023	6	4	5	N/A
Celkom predajní (2024)	179	164	79	167

Najväčšími konkurentmi Tesca sú obchodné reťazce pôsobiace pod značkami Lidl a Kaufland, ktoré patria do jednej vlastnickej štruktúry spoločnosti Schwarz Gruppe. Za posledných 5 rokov ich celkové tržby z predaja tovarov dosahujú trhovú podiel na úrovni 57%. Konkurenčné prostredie obchodných reťazcov na Slovensku je s ohľadom na celkovú početnosť obchodných jednotiek a jej regionálnu vyváženosť pozitívum, najmä pre zákazníka, ktorý profituje z prirodzene silného konkurenčného prostredia, v ktorom chce každý subjekt predat' čo najväčšie množstvo tovaru. Na trhu maloobchodu pôsobí aj desiatka iných spoločností, ktoré sú svojim konceptom, regionálnym pôsobením a najmä formátom iný typ konkurencie (ÚZ spoločností, 2022, výročná správa 2022 Tesco Stores a.s., 2022).

Slovenský maloobchodný trh v priebehu 10 rokov opustili dva globálne reťazce. V roku 2018 zatvoril svoju poslednú predajňu Carrefour, ktorý sa dlhodobo potácal v ekonomických problémoch a po 17 rokoch ukončil svoje pôsobenie na Slovensku (Sladkovská, 2018). V tom istom roku ohlásil koniec aj reťazec Hypertnova, ktorý patril pod skupinu Ahold (v Českej republike vlastní reťazec Albert). Poslednú predajňu z dvadsiatich zavreli koncom roka 2018 (Legén, 2018). Koncom roka 2023 ohlásil poľský reťazec Biedronka vstup na slovenský trh. Stane sa tak po dlhej dobe novým reťazcom na slovenskom trhu. Predpokladá sa silný konkurenčný boj v podobe rýchlej expanzie a nízkou cenou potravín (Kullová, Trend, 2023).

Ako už bolo spomenuté v podkapitole (3.7.1.), na vyhodnotenie miery konkurencie na trhu je možné k výpočtu využiť HHI. Podľa výpočtu, ktorý som realizoval na ôsmich najväčších

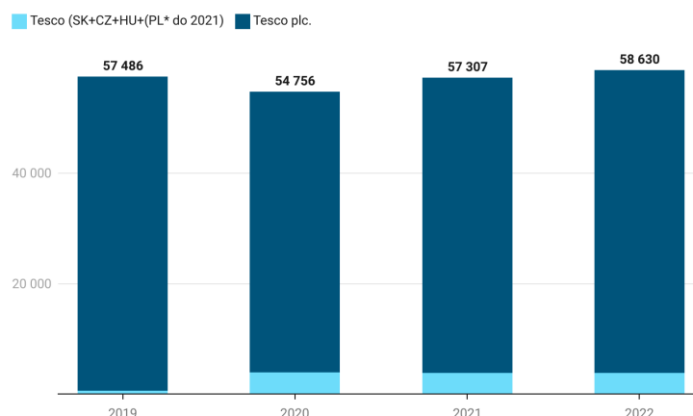
reťazcoch (Lidl, Kaufland, Tesco, Billa, COOP Jednota, Terno, Milk-Agro, Labaš) je zrejmé, že miera koncentrácie konkurencie je výrazná (monopol = 1, dokonalá konkurencia = 0). V tomto ohľade je interpretácia jednoznačná. Slovenské maloobchodné prostredie je výrazne konkurenčné a zároveň sa očakáva, že príchodom nového poľského obchodného reťazca Biedronka sa miera konkurencie v indexe ešte zvýši.



Obrázok 7 Vývoj HHI indexu n Slovensku za posledných 5 rokov (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ spoločností, 2024)

6.3 Vývoj ekonomickej prosperity reťazca

Z dostupných dát celej skupiny Tesco plc. je zjavné, že sila obchodnej značky Tesco vo svete skôr klesala. Do roku 2011 sa obchodný reťazec nachádzal v prvej desiatke globálnych maloobchodných predajcov a ešte do roku 2013 Tesco pôsobilo aj v Spojených štátoch amerických. Tesco ustúpilo následne z viacerých trhov v Ázii – Japonsku, Južnej Kórei, Malajzii a Thajsku.



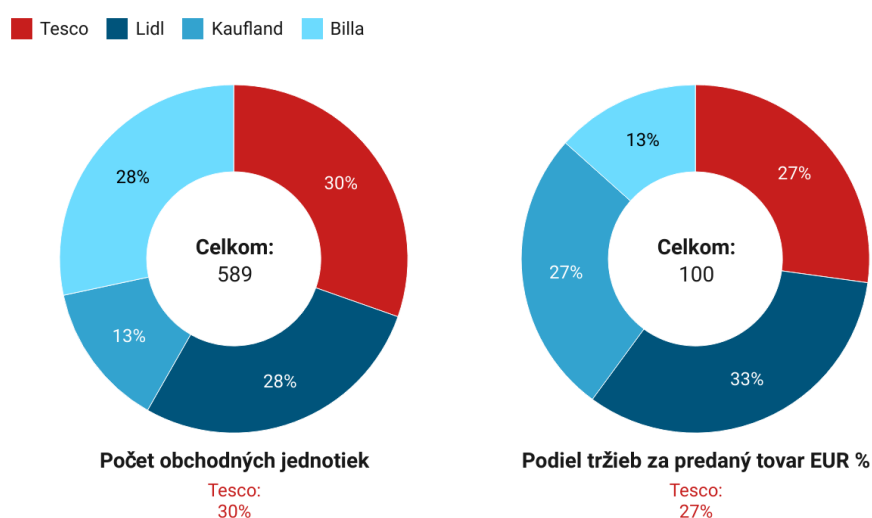
Obrázok 8 Vývoj celkových tržieb z predaja tovaru Tesco plc. (v mil. GBP) (vlastné spracovanie podľa Tesco plc, 2024)

V roku 2020 sa obchodný reťazec rozhodol prekvapivo ukončiť svoje pôsobenie aj v Poľsku, kde prevádzkoval 301 predajní pričom za túto transakciu utŕžil 165 miliónov britských libier (Jolly, 2020).

Rovnako na Slovensku a v Českej republike sa v minulosti špekulovalo o odchode reťazca, čo sa však nikdy oficiálne nepotvrdilo (Česká televízia, 2015). Tesco naopak pomerne včas dokázalo reagovať na zmenu spotrebiteľského chovania a začalo otvárať formátovo menšie predajne. Ďalším krokom bolo postupné znižovanie veľkoformátových predajní a z výročnej správy spoločnosti za rok 2022 vyplýva, že sa chystá v nasledujúcom období odpredať niektoré obchodné domy v rámci väčších miest na Slovensku (Tesco, 2022). V roku 2020 Tesco prišlo na slovenský trh s konceptom franšízy Žabka, avšak po prevádzkových a ekonomických problémoch sa koncom roka 2023 rozhodlo projekt ukončiť a časť predajní pretransformovať pod vlastnú značku vo formáte Tesco Express (Tesco, 2024).

6.4 Vývoj tržného podielu reťazca

Tržný podiel spoločnosti Tesco Stores a.s. najlepšie demonštruje nižšie uvedená tabuľka. Vplyvom rastúcej konkurencie sa obchodnému reťazcu nedarí výrazne zvyšovať svoje postavenie v aspekte celkových tržieb, ani v počte nových obchodných prevádzok. Je pravdepodobné, že ak bude pokračovať aktuálny medziročný trend nárastu tržieb u konkurencii, dostane sa reťazec do pozície trojky na trhu (Tesco ÚZ, 2022).



Obrázok 9 Zobrazenie jednotlivých podielov konkurenčných spoločností (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ a interných zdrojov)

Napriek dlhodobému etablovaní sa na slovenskom trhu a postupným otváraním nových obchodných jednotiek, rastúcimi tržbami sa reťazec nemôže pochváliť s výrazne lepšími výsledkami v rámci tržného podielu. Podľa vývoja tržieb spoločnosti je značné, že síce konštantne rastú, avšak vplyv a podiel na trhu klesá vo vzťahu k rastu tržieb konkurencie.

6.5 Vývoj počtu zamestnancov

Tesco patrí na Slovensku k dlhodobo najvýznamnejším a najväčším zamestnávateľom. Svedčí o tom fakt, že za posledné tri roky získalo ocenenie v kategórii Najzamestnávateľ, ktorú každoročne vyhlasuje pracovný portál Profesia.sk. Podľa tlačovej správy v oblasti diverzity, rovnosti a inklúzie 2022-2023 uverejnenej na webových stránkach obchodného reťazca vyplýva, že v spoločnosti pracovalo celkovo 6620 zamestnancov, z čoho až 70,9% tvoria ženy. V rámci svojich prevádzok, v distribučných centrách a centrálnej kancelárii, zamestnáva Tesco ľudí zo 16 rôznych národností. Najčastejšie zastúpená je slovenská, česká a maďarská národnosť. Tesco sa dlhodobo venuje diverzite, rovnosti a inklúzii. V roku 2022 tvoril podiel zamestnancov so zdravotným znevýhodnením až 6,7% (Tesco, 2023).

Tabuľka 3 Vývoj počtu zamestnancov (vlastné spracovanie podľa výročných správ a interných dát)

	2018	2019	2020	2021	2022
Počet zamestnancov	8517	7495	6730	6780	6620
Počet obchodných jednotiek	148	151	155	158	164
Zamestnanci / obch. jednotka	57,54	49,64	43,42	42,91	40,36

Zo štatistického pohľadu počet zamestnancov klesá. Môžu za to najmä optimalizačné procesy, inovácie a technologické vylepšenia, ktoré sa odzrkadľujú v nižšej potrebe zamestnancov (Tesco ÚZ, 2016-2022). V roku 2021 sa zvýšil počet o 50 zamestnancov. Tento nárast s vysokou pravdepodobnosťou súvisel s otvorením nových prevádzok, ktoré obchodný reťazec od roku 2020 otváral po dlhom čase. Klesajúci trend po roku 2021 opäť pokračoval napriek skutočnosti, že reťazec otváral nové prevádzky. Okrem úpravy prevádzkových procesov, implementácie samoobslužných pokladní, môže byť ďalším dôvodom poklesu, ukončenie nonstop otváracích hodín hypermarketov.

Tabuľka 4 Vývoj priemernej mzdy v Tesco vs. nominálne mzdy (vlastné spracovanie podľa dát ŠUSR a ÚZ Tesco)

	2018	2019	2020	2021	2022
Mzdové náklady / zamestnanec v EUR	934	1 093	1 273	1 352	1 453
Medziročná zmena v %	9,1%	9,7%	9,7%	8,9%	9,0%
Nominálna mzda v EUR - hospodárstvo SR	1 013	1 092	1 133	1 211	1 304
Medziročná zmena v %	6,2%	7,8%	3,8%	6,9%	7,7%
Nominálna mzda v EUR - maloobchod	933	1 002	1 029	1 119	1 233
Medziročná zmena v %	7,7%	7,4%	2,7%	8,7%	10,2%
Rozdiel v zmene % Tesco vs. nominálna mzda v maloobchode	1,4%	2,3%	7,0%	0,2%	-1,2%

Tesco vplyvom rastúcich nominálnych miezd v národnom hospodárstve a rastom miezd konkurenčných obchodných reťazoch, muselo reflektovať trhové parametre smerom k ich zamestnancom. Podľa analýzy vyplýva, že Tesco sa snaží konštantne držať svoju mzdovú politiku a navyšuje mzdy svojim zamestnancom na priemernej ročnej úrovni okolo 9%. Svoj vplyv majú rozhodne aj štátom definované zvýšene príplatky za prácu v sobotu, nedeľu a v noci, ako aj samotný ročný rast minimálnej mzdy. V mzdových nákladoch sú obsiahnuté platy všetkých zamestnancov spoločnosti, vrátane manažmentu, čo vzhľadom k počtu zamestnancov len mierne skresľuje priemernú nominálnu mzdu pracovníka na obchodnej jednotke. Mzdy v reťazci rástli oproti nominálnej mzde v národnom hospodárstve vyšším tempom vo všetkých sledovaných obdobiach. V roku 2020 počas pandémie COVID-19 rástli dokonca viac ako dvojnásobne. Ak porovnáme priemernú hrubú mzdu v Tesco, s nominálnou mzdou v odvetí (veľkoobchod, maloobchod), budú mzdy v Tesco vždy vyššie ako je priemer v odvetí, s výnimkou roka 2022, kde vychádza pokles o 1,2 percentuálneho bodu. Podľa benchmarkingu konkurentov vychádza, že práve Tesco má najvyššie náklady na jedného zamestnanca, preto pokles oproti nominálnej mzde v odvetí nemožno považovať za smerodajný. V roku 2018 malo Tesco priemerné osobné náklady na zamestnanca vo výške 15 602,91 EUR, v roku 2019 výrazne pridalo a v nasledujúcom roku 2020 dosiahlo

najvyššie náklady spomedzi všetkých štyroch najväčších reťazcov. Priemerné osobné náklady v roku 2022 predstavovali 23 830,36 EUR, čo je v porovnaní s tržbovo najsilnejším Lidlom viac o 988,34 EUR. Zvýšené osobné mzdové náklady sú čitateľné vo výkazoch aj pri ostatných konkurenčných reťazcoch, s výnimkou spoločnosti Billa, pri ktorej sú medziročne znížené výdavky na zamestnanca až o 1 363,15 EUR. Takto výrazný pokles však súvisí skôr s prevádzkovými zmenami, ktoré by si vyžadovali hlbšiu analýzu príčiny. V roku 2023 sa spoločnosť Tesco rozhodla pre plošnú valorizáciu miezd zamestnancov pracujúcich v obchodných jednotkách o 9,3%. Celkové investície do rastu miezd predstavovali 12 mil. EUR. Spoločnosť sa snaží udržať zamestnancov a znižovať fluktuáciu benefitmi, ktoré sú orientované najmä na rodinný rozpočet – zamestnanecké nakupovanie so zľavou, dorovnanie čistej mzdy počas materskej dovolenky a pod. (Tesco, 2023).

6.6 SWOT analýza

V tabuľke SWOT analýzy demonštrujem jednotlivé body, ktoré vychádzajú z charakteristiky fungovania reťazca ako aj subjektívneho zhrnutia a vnímania značky. Body SWOT analýzy sú limitované v rozsahu získaných informácií z interného prostredia.

Tabuľka 5 SWOT analýza Tesco (vlastné spravovanie)

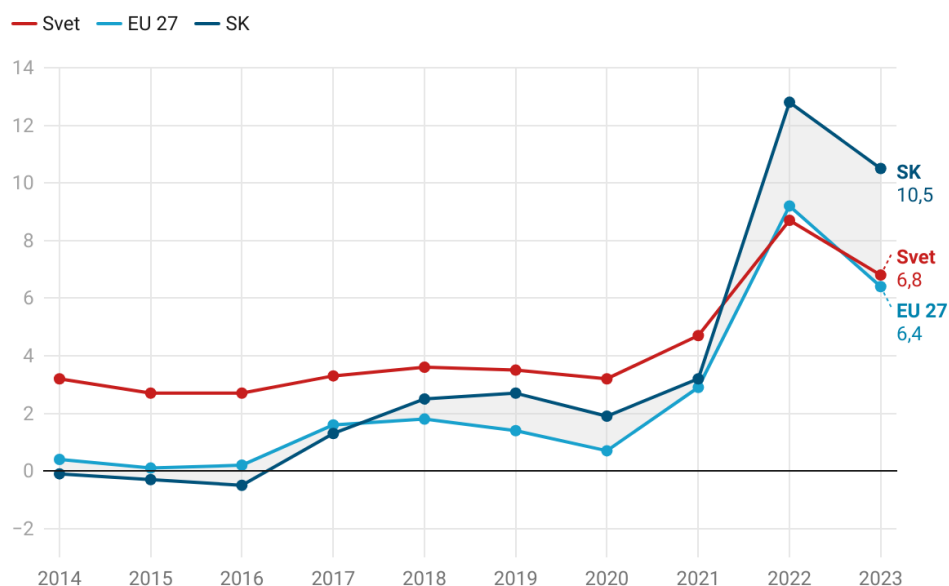
Silné stránky	Váha	Známka	Slabé stránky	Váha	Zámka
Počet predajní na trhu	0,5	5	Nižšia kvalita prostredia nakupovania	0,4	-5
Platové kondície zamestnancov	0,25	3	Nižšia kvalita čerstvých produktov	0,4	-4
Najviac akciového tovaru	0,25	4	Slabší marketing	0,2	-1
S - výsledok:	1	4,25	W - výsledok:	1	- 3,80
Príležitosti			Hrozby		
Otváranie nových obchodných prevádzok	0,6	5	Znižujúci sa trhoví podiel	0,3	-2
E-commerce – online potraviny	0,2	2	Nový konkurent Biedronka	0,6	-4
Stratégia – životné prostredie	0,2	2	Zmena spotrebiteľských preferencií	0,1	-1
O - výsledok:	1	3,80	T - výsledok:	1	- 3,10

7 KOMPARATÍVNA ANALÝZA

Pomocou komparatívnej metódy sa v tejto kapitole práca zameriava na všetky zásadné verejne dostupné ekonomické ukazovatele obchodného reťazca, ktoré dáva do pomeru s vývojom inflácie za posledné roky. Prvá podkapitola je sústredená na analyzovanie vývoja inflácie vo svetovom a národnom meradle s dopadom na zmeny v spotrebiteľskom koši prostredníctvom vyhodnotenia indexu spotrebiteľských cien.

7.1 Analýza vývoja inflácie

Vzhľadom na historický vývoj inflácie je možné konštatovať, že extrémne hodnoty globálnej inflácie v 80. a 90. rokoch nahradili za posledné roky stabilné obdobia, ktorých miera inflácie sa pohybuje medzi tromi až piatimi percentami. Za posledné roky sa z tohto rozpätia vychýľujú najmä rok 2008, keď prudký nárast spôsobila globálna finančná kríza. Ďalším obdobím v globálnom meradle je rok 2022. Napriek ťažkým rokom počas pandémie Covid-19 sa miera inflácie držala na relatívne dobrej úrovni. Prudký nárast sa spustil v spojitosti s oneskorením dodávateľských reťazcov, vojnovým konfliktom na Ukrajine a tým spojenou energetickou krízou. Krajina, ktorá aktuálne zaznamenáva najvyššiu infláciu je Venezuela. Vplyvom nadmernej spotreby, tlače dodatočných peňazí, migračnej krízy a sankčných reštrikcií sa krajine podarilo dostať do hyperinflácie (O'Neill, 2024).



Obrázok 10 Vývoj inflácie vo svete, EU27 a SK (vlastné spracovanie podľa dát IMF, Eurostat, ŠÚSR)

Podľa desaťročnej analýzy vývoja inflácie v Európe sa jej miera pomerne stabilne vyvíjala v rokoch 2014 až 2016, počas ktorých trhy fungovali stabilne bez značných anomálií. Od roku 2017 začala inflácia oscilovať na úrovni okolo 2%, čo je stav, ktorý je v súlade s ECB a rovnako ďalšími nezávislými národnými bankami. Možno teda konštatovať, že od roku 2017 do roku 2021 sa darilo európskej ekonomike plniť inflačné ciele, ktorých cieľom je zdravý ekonomický rast. Po nástupe pandémie Covid-19 sa inflácia prejavila s istým oneskorením, ktoré v zásade neznamenal príliš radikálny rast. Miera medziročnej inflácie v EU27 tak dosiahla v roku 2021 úroveň 2,9 percentuálneho bodu. Výrazná akcelerácia inflácie nastala až po vyhlásení vojnového konfliktu na Ukrajine, na čo trhy ihneď reagovali a ekonomika sa prakticky z mesiaca na mesiac dostala do nerovnováhy. Výsledkom tejto nerovnováhy je jasné vychýlenie od historických inflačných úrovní v Európe. Na konci roka 2022 dosiahla inflácia za posledných 10 rokov svoje maximum na úrovni 9,2% a dezinflácia sa začala prejavovať až v roku 2023.

7.1.1 Vývoj inflácie na Slovensku

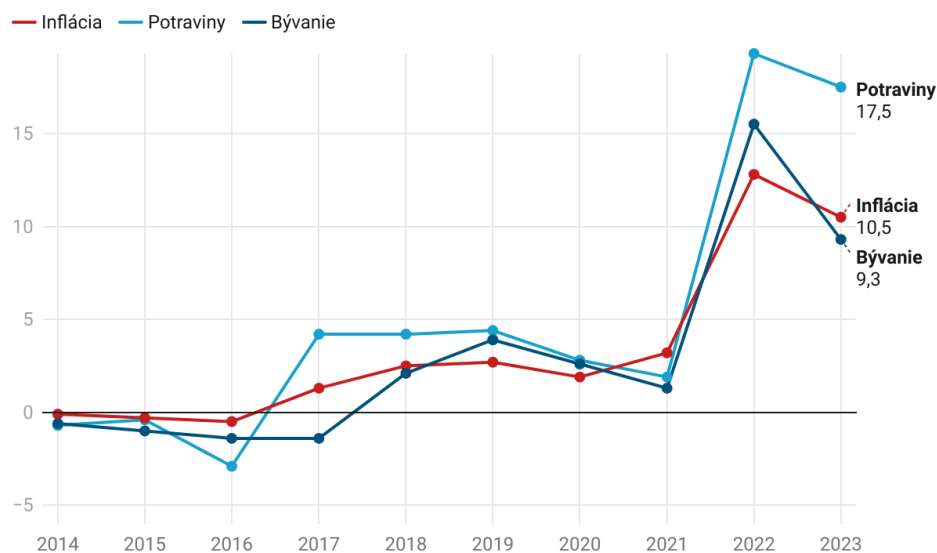
Ekonomiku Slovenskej republiky a výšku miery inflácie vzhľadom na jej veľkosť a silu dlhodobo ovplyvňujú najmä aspekty vonkajších faktorov. Hlavným zdrojom zvýšenej inflácie za posledné roky je extrémny nárast energetických cien a agro komodít. Infláciu rovnako ovplyvnila pandémia, ktorá spôsobila v prvej fáze pokles na strane ponuky. Veľká podniku obmedzila svoju produkciu, správanie spotrebiteľov nabralo iný smer aj vďaka sektorovým obmedzeniam, ktoré obmedzili nejaký čas možnosti ponuky a dopytu (NBS, 2023).

Dobrym príkladom je výrazné zvýšenie cien bicyklov ako aj ich samotná dostupnosť na trhu v tomto čase. Výrazne zvýšený dopyt po nich spustil značnú nerovnováhu na trhu, ktorá mala ďalšie efekty v dodávateľskom reťazci a forma tohto dopytového šoku nedokázala reflektovať s dostatočnou ponukou. Ďalším problémom boli pandemické reštrikcie v jednotlivých častiach sveta nezávislé od seba čo v dodávateľskom reťazci spôsobilo absolútny chaos (Čupka, 2021). Ako sa ukazuje, slovenský trh je veľmi citlivý na všetky vonkajšie faktory, ktoré sú takmer okamžite premietnuté do vstupných cien výrobkov a služieb. Ako je možné vidieť z grafu, inflácia v roku 2022 dosiahla úroveň 12,8%, pričom jej najvýznamnejším ťahúňom bol rast ceny potravín na úrovni 19,3% a rast nákladov spojených s bývaním a energiami na úrovni 15,5 percentuálneho bodu. Na všetkých týchto skokových rastoch sa podpísal vojenský konflikt a energetická kríza, ktorá začala

v júli 2021. Začiatkom januára 2022 začali výrazne akcelerovať ceny elektriny a plynu na svetovom trhu (URSO, 2023).

7.2 Analýza vývoja cien vybraných položiek spotrebiteľského koša

Slovenský spotrebiteľský kôš pozostáva z rozdelenia na 12 kategórií. V roku 2023 zastupujú najvyšší podiel na úrovni 25,2% náklady na bývanie (voda, električka, plyn) a 23,8% sú potraviny a nealkoholické nápoje. Zvyšných 10 kategórií spotrebného koša zastupujú kategórie, ktorých podiel predstavuje menej ako 10%.



Obrázok 11 Vývoj inflácie a spotrebiteľských cien podľa národnej metodiky (vlastné spracovanie podľa dát ŠÚSR)

Veľmi dynamickými kategóriami sú reštaurácie a hotely, ktoré vo výraznej miere kopírujú vývoj cien potravín a bežne dosahujú hodnoty nižšie o 2 percentuálne body. Za posledných 10 rokov táto kategória dosiahla vyššiu hodnotu iba v roku 2021. V porovnaní s infláciou potravín bola vyššia o 4,5%. Dôvodom tejto anomálie je pravdepodobne fakt, že reštaurácie a pohostinstvá si touto cestou kompenzovali straty z obmedzenia počas pandémie Covid-19, ktoré im začali vznikať v roku 2020 pri prvých lockdownoch. Nevšedným rastom prechádzala v roku 2021 aj kategória alkoholických nápojov, pri ktorých cenové hladiny vystrelili nahor. Je za tým vyššia konzumácia počas pandémie. Pomerne dynamickou časťou spotrebného koša je doprava, ktorej rastúce ceny vo veľkej miere odzrkadľujú vývoj cien pohonných hmôt a olejov (ŠÚSR, 2024).

Inflácia potravín od roku 2017 do roku 2019 oscilovala na relatívne stabilnej úrovni niečo pod 5%, čo však výrazne prevyšovalo celkovú infláciu. Od roku 2020 postupne klesala spolu s najvýznamnejšou kategóriou spotrebného koša. V medziročnom vyjadrení v roku 2022 raketovo vystrelila z hodnoty 1,9% na 19,3%. Dôvodom tohto rastu bol rast spôsobený globálnym rastom potravinových komodít (FAO, 2024). Ako je vidno z grafu, rast cien potravín bol výraznejší ako rast inflácie, ktorá kopírovala celosvetový rast inflácie. V roku 2023 bola zaznamenaná deflácia, pričom celková miera inflácie klesla na úroveň 10,5 percentuálneho bodu. Potraviny rovnaký trend v poklese nezaznamenali. Ich hodnota za roku 2023 v medziročnom porovnaní stále dosahuje výrazne vysokú úroveň s 17,5%. Najvýraznejšie rastúce cenové hladiny sa v medziročnom porovnaní dlhodobo prejavujú v cenách zeleniny, ktoré rástli v roku 2023 o 20,3%, čo pokračovalo rastom z roku 2022, kde bol rast vo výške 20,1%. Spomalenie zdražovania sa naopak preukázalo pri chlebe, mäse a mliečnych výrobkoch. Rekordne najvýraznejší rast cien bol zaznamenaný v roku 2022 pri tukoch a olejoch, ktoré rástli medziročne o 42,2%.

Tabuľka 6 Vybrané položky spotrebiteľského koša a ich vývoj (vlastné spracovanie podľa dát ŠUSR, 2024)

Položka spotrebiteľského koša	2023	2022	2021	2020	2019
mäso	17,3 %	18,3 %	0,5%	9,2%	5,2%
mlieko, syry a vajcia	19,1 %	21,4 %	1,8%	0,5%	2%
chlieb a obilniny	18,3 %	20,7 %	2,7%	1,6%	6,5%
zelenina	20,3 %	20,1 %	3,9%	-6,7%	16,1%
ovocie	10,4 %	10,2 %	-0,6%	6,6%	-3,5%
minerálne vody a nealko	16,5 %	11,5 %	1,3%	0,5%	0,6%
pivo	11,4 %	6,0 %	-0,5%	0,3%	2,2%

7.3 Analýza vzťahov inflácie na náklady reťazca

Ako už bolo spomenuté v podkapitole (7.2.1), vývoj nákladov v rokoch 2018 až 2022 v maloobchode a obchodných reťazcov viac menej kopíroval trhovú realitu s rastúcimi vstupmi spôsobenými najmä energetickou krízou. Z analýzy vyplýva, že rast energií nákladov za energie sa premietol vo výkaze zisku a strát v roku 2022. Obchodný reťazec Tesco vykázal náklady vyššie o 13,9 mil. EUR, čo znamená, medziročné zvýšenie nákladov za energie až takmer o 63%. Podľa výročných správ reťazec od roku 2019 začal pomerne

výrazne investovať do technického zhodnotenia svojich obchodných jednotiek. Ich súčasťou boli vo veľkej miere výmeny chladiarenských zariadení, osvetlenia a inštalácie tepelných čerpadiel, to všetko v súlade s politikou Tesco, ktorá má za cieľ znižovať spotrebu energií a tým plniť plán CO2 neutrality do roku 2035 (Tesco, 2024).

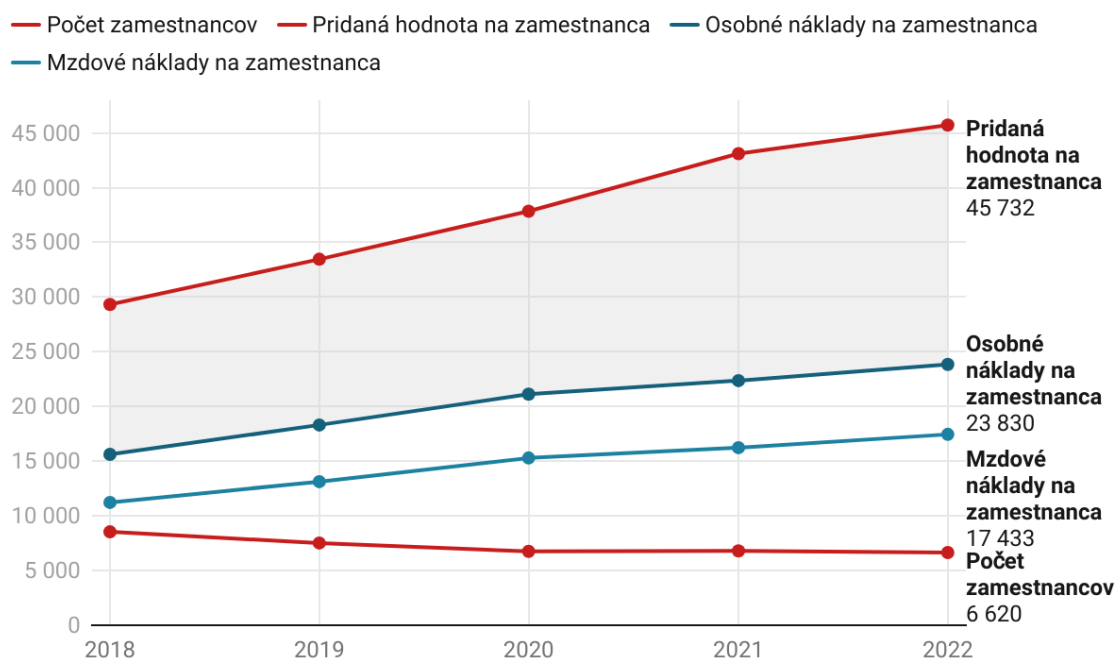
Finančné náklady najvýraznejšie rástli v roku 2019 na účte ostatných nákladových úrokoch o vyše 5,6 mil. EUR. Na približne podobnej úrovni sa hýbu aj náklady za ostatnú finančnú činnosť. Náklady za finančnú činnosť spolu tak tvoria v priemere 0,68% z celkových nákladov a v zmysle hore uvedeného porástli iba v roku 2019.

Tabuľka 7 Medziročné zmeny v % v nákladoch a výnosoch (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ Tesco)

Medziročná zmena v %	2018	2019	2020	2021	2022
Výnosy	0,41 %	- 2,07%	- 2,84%	7,24%	9,84%
N celkom	4,51 %	- 3,89%	-1,11%	5,23%	11,81%
N energie	4,74 %	0,44%	- 3,62%	0,33%	62,72%
N služby	- 3,64%	- 11,05%	- 6,04%	7,75%	13,25%
N osobné	1,83%	3,19%	3,63%	6,66%	4,09%

Náklady za služby boli v Tesco dlhodobo medziročne klesajúce až do roku 2021, kedy sa začali zvyšovať. Za týmto rastom je vo veľkej miere rozšírenie pôsobnosti formou nových obchodných jednotiek. Ich spustenie si vyžaduje radu dodávateľských činností, ktoré môžu nákladovo pohltiť značnú časť finančných prostriedkov. Výrazným nákladom pre spoločnosť sú služby rôznych dodávateľov od platobných terminálov, prenájom budov až po dopravnú-logistické procesy. Práve tie môžu zásadným spôsobom ovplyvňovať rast nákladov formou palivových doložiek, ktoré sa menia s vývojom rastu cien pohonných hmôt a rôznych iných indexácií.

Ďalšou významnou položkou na nákladovej stránke sú náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru, ktoré prirodzene vplyvom rastúcich cien rovnako rástli. Do týchto nákladov spadajú všetky náklady za zakúpený tovar, ktorý obchodný reťazec predáva. Podrobnejšie sa k tejto nákladovej stránke dostaneme v nasledujúcich kapitolách.



Obrázok 12 Priemerné náklady na zamestnanca, počet zamestnancov a pridaná hodnota na zamestnanca v Tesco (v tis. EUR) (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ Tesco)

Ďalším rastúcim nákladom, ktorý sa prirodzene rastovo v rokoch vyvíja vzhľadom na rast minimálnej mzdy a príplatkov, sú osobné náklady, ktoré v porovnaní s konkurenciou a celkovo odvetvím, má Tesco pomerne vysoké. V roku 2022 spoločnosť Lidl, ktorá dosahuje konštantne najvyššie tržby z predaja tovarov na trhu, mala osobné náklady na zamestnanca nižšie o 6,8%, čo predstavuje v absolútnej hodnote náklad nižší o 1 658 EUR. Ako už bolo uvedené, osobné náklady rastú konštantne v priemere približne 3,6% ročne, s výnimkou roku 2021, počas ktorého v spoločnosti pracovalo o 50 ľudí viac, čo je k celkovému počtu kmeňových zamestnancov zanedbateľné. Dôvodom je pravidelné zvyšovanie plátov a pravdepodobne vyšší počet nadčasov, príplatkov a odmien vo vzťahu k pandémii Covid-19. Na rast miezd bezpochyby tlačí aj vysoká inflácia a v značnej miere aj konkurencia. Rast nominálnej mzdy v národnom hospodárstve a rast miezd v maloobchode, ktorý je ilustrovaný v tabuľke (4) a vplyvnom inflácie spojený pokles reálnych miezd, vyvolával tlaky, ktorého výsledkom je ďalší valorizačný plán spoločnosti Tesco, ktorá deklaruje v roku 2023 investovať do zvýšenia plátov svojich zamestnancov (Tesco, 2023). Faktom však zostáva, že Tesco ako je vidieť nižšie v grafe, zaznamenáva kontinuálne pokles zamestnancov, čo má zaručene pozitívny vplyv na rast pridanej hodnoty na zamestnanca. V tabuľke nižšie je zobrazená štruktúra nákladov v čase spolu s pozitívnym vývojom pridanej hodnoty pri znižujúcom sa počte zamestnancov.

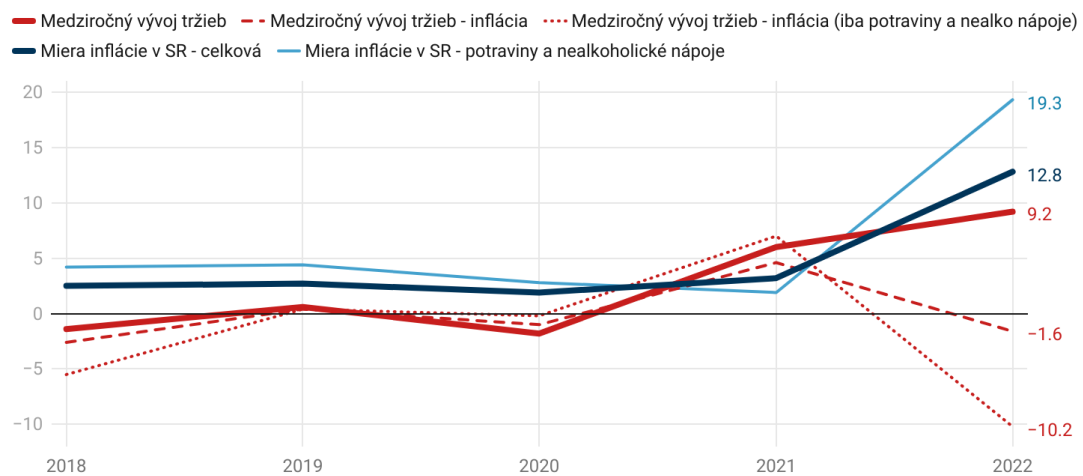
7.4 Analýza vzťahov inflácie na tržby reťazca

Celkové tržby najväčších slovenských obchodných reťazcov a rovnako obchodného reťazca Tesco by sme za posledných päť rokov mohli označiť za pozitívne vyvíjajúce sa a kontinuálne rastúce. Z pohľadu ekonomickej efektivity podniku je to na prvý pohľad úspešný výsledok. Rastúce tržby predsa chce každý akcionár a obchodník, nevynímajúc obrovské reťazce, pre ktorých sú tržby „alfa omega“. Za ich rastom stojí najmä rast cenových hladín tovarov, ktoré predávajú. Táto teória je jednoducho odôvodniteľná z faktu, že pri vysokej inflácii značne degraduje reálna mzda a to znamená reálne nižšiu kúpyschopnosť. Pomocou dotazníkového prieskumu, ktorý som realizoval vyplýva, že až 53% respondentov potvrdilo, že ich reálna spotreba potravín za posledné roky klesla. To sú všetko faktory, ktoré výrazným spôsobom ovplyvňujú tržby v maloobchode.

V prípade Tesco je zásadný rok 2021, kde prišlo k poklesu tržieb o 2,81 percentuálneho bodu. V rokoch 2021 a 2022 si pomohlo s tržbami z predaja dlhodobého majetku, ktoré predstavovali v roku 2021 2,53 mil. EUR a v roku 2022 vo výške 2,3 mil. EUR. Predaj dlhodobého majetku bol avizovaný vo výročných správach, kde sa manažment spoločnosti rozhodol postupne odpredávať časť svojho dlhodobého majetku v podobe niektorých obchodných prevádzok, najmä veľkých obchodných domov. Z tohto kroku je možné konštatovať, že veľké obchodné domy v centre miest už nie sú trend a pravdepodobne ich ziskovosť v dlhodobom horizonte klesá. Potvrďuje to aj fakt, že Tesco sa v poslednej dobe snaží v centrách miest budovať skôr formátovo menšie predajne typu Express. V týchto priestoroch často pôsobí ako podnájomca, čo sa ukazuje v rastúcich nákladoch za služby.

Pri obchodných reťazcoch je najvýznamnejšie sledovať vývoj dosiahnutých tržieb za predaj tovarov, ktoré odzrkadľujú najlepšie stav spoločnosti a pozíciu jeho konkurentov, keďže do výpočtu nevstupujú prípadne predaje majetku a ďalšie položky z tržieb vo výkaze ziskov a strát. Všetky reťazce majú vo svojom predajnom portfóliu vlastné privátne značky, ktoré ako bolo už spomenuté v kapitole (6.1.). Tieto položky si však reťazce a nevynímajúc Tesco objednávajú priamo od výrobcov, ktorým svojím spôsobom definujú dizajn a parametre kvality týchto produktov. Z tohto dôvodu ich vo výkaze ziskov a strát nie je možné nájsť pod tržbami z predaja vlastných výrobkov. Výsledkom vysokej inflácie je substitučný efekt, ktorý sa za posledné roky potvrdil v maloobchode, kde podiel privátnych značiek dosiahol historickú úroveň (RTVS, 2023). Tesco má vo svojom portfóliu dlhodobo zaradené výrobky a počas inflácie súperí spolu s konkurenciou v marketingovom boji o zákazníka v zmysle nízkych cien týchto výrobkov, protiinflačných a podobných sloganov. Rast podielu

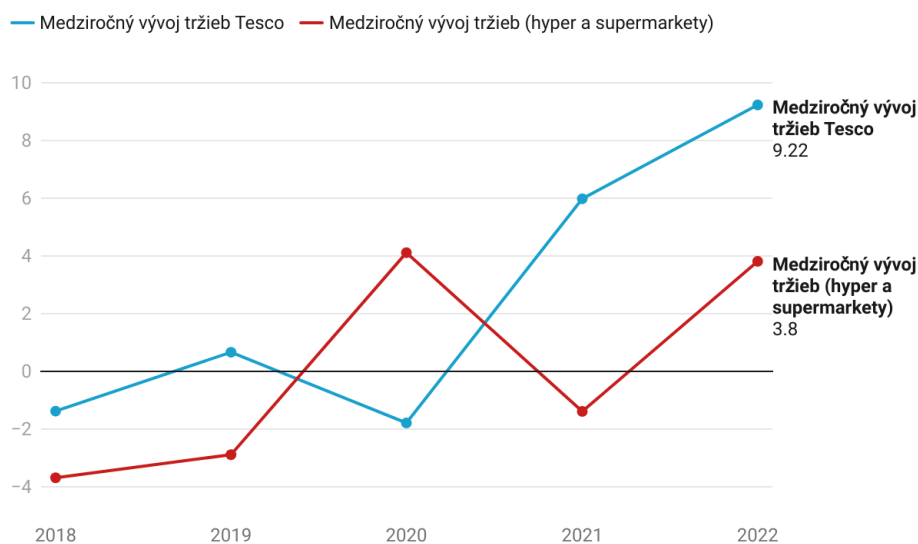
privátnych značiek, inak povedané zvýšený dopyt po nich, môže byť pomerne rozhodujúci v konkurenčnom boji o zákazníka.



Obrázok 13 Vývoj tržieb a miera inflácie (v %) (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ Tesco a ŠÚSR)

Z analýzy vyplýva, že zaznamenaný rast tržieb len za predané tovary pri štyroch najväčších obchodných reťazcoch bol najvýraznejší v Lidli v roku 2022. V medziročnom porovnaní ide o 14%, a ako jediný sa dostal nad hranicu rastu vo vzťahu k očisteným rastom o medziročnú mieru inflácie. Zároveň je možné konštatovať, že rastúce tržby zaznamenávajú lineárne spoločnosti Lidl a Kaufland. Tržby za predajný tovar v Tesco v roku 2020 ovplyvnila pandémia, kde v kontexte rastúcich tržieb celej konkurencie možno zhodnotiť, že Tesco nedostatočne reflektovalo na zmenu trhu počas nástupu pandémie Covid-19. Od roku 2020 začalo Tesco postupne otvárať nové predajne, ktorých výsledok sa prejavil v rastúcich tržbách. Pravidelný medziročný pozitívny vývoj však možno zaznamenať v tržbách na zamestnanca, kde sa od roku 2018 hodnota lineárne zvyšuje, k čomu najviac prispieva faktor klesajúcej pracovnej sily. Z pohľadu očistených tržieb o celkovú infláciu a zároveň infláciu iba potravín a nealko nápojov, je už bilancia tržieb horšia. Ako je vidieť v grafe, tržby síce rástli, avšak predbehli tempo rastu inflácie. Po očistení tržieb o infláciu medziročné tržby, sú v prepade o 1,6%. Ak očistíme tržby o medziročnú infláciu vyplývajúcu zo spotrebného koša odboru potravín a nealko nápojov, dosahuje prepád tržieb až -10,2%. Podobné prepady sú viditeľné aj v konkurenčných reťazcoch vo vyššej či nižšej miere s výnimkou Lidla, ktorý dosahuje v odvetí najlepšie hodnoty. Z tohto pohľadu je možné konštatovať, že Tesco neplnilo tržby, tak aby predbehlo dynamický vývoj inflácie v roku 2022. Tržby nad celkovou infláciou boli len v roku 2021, kde zaznamenala

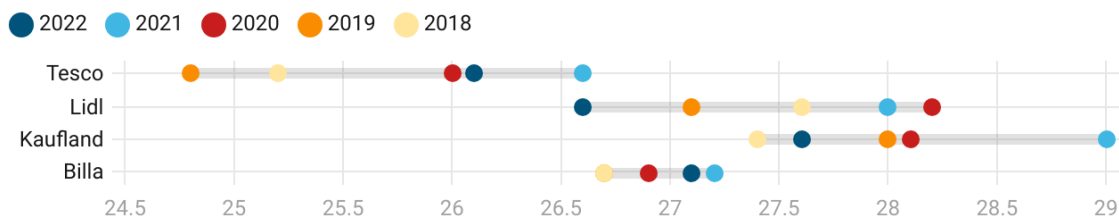
spoločnosť medziročný rast tržieb z predaja tovaru na úrovni 6%. Ak dosiahnuté výsledky porovnávame s celým odvetvím maloobchodu, tak naopak môžeme konštatovať, že Tesco vždy plnilo úroveň nadpriemer odvetvových štatistík, s výnimkou roku 2020 v kontexte spomenutých dopadov pandémie.



Obrázok 14 Vývoj tržieb v maloobchode (špecializované predajne) vs. vývoj tržieb Tesco (v %) (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ Tesco a ŠÚSR)

7.5 Analýza vzťahov inflácie na obchodnú maržu

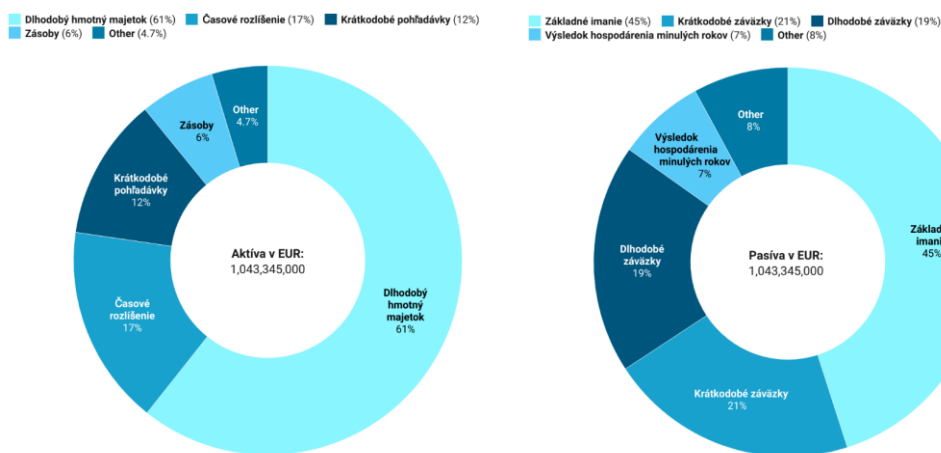
Obchodná marža v Tesco od roku 2020 osciluje na úrovni 26% a vzhľadom na obchodné marže troch najväčších konkurentov je možné konštatovať, že pracuje s jej najnižšou hodnotou. Tento fakt môže naznačovať dva scenáre, ktoré výšku marže môžu ovplyvňovať. Jeden z nich indikuje lepšie dohodnuté podmienky za nákup tovarov u dodávateľov na celosvetovej úrovni pri veľkých konkurenčných subjektoch Lidl a Kaufland, ktorý patria do skupiny Schwarz Gruppe alebo v prípade Billy, ktorá patrí do Rewe Group. Druhou možnosťou je agresívnejšia predajná cena, čo však v štatistikách nedáva príliš súvislosť, nakoľko Tesco dlhodobo tržbovo výrazne nerastie v porovnaní s konkurenciou a s ohľadom na štatistiku tržieb očistených o infláciu. Podľa výsledkov je ďalšou zaujímavosťou, že marža dokonca medziročne začala klesať a to naznačuje, že Tesco nakupovalo s tempom, ktoré obchodne nepretavilo do koncových cien tovarov. Rast vstupných cien a nárasty v agro komoditách sa tak neprejavili v plnej miere vo zvýšenej marži. Výška obchodnej marže dosahovala v roku 2022 hodnotu 0,4 mld. EUR. V porovnaní s jej najväčším konkurentom Lidlom je to v absolútnej hodnote o takmer 96 mil. EUR menej.



Obrázok 15 Vývoj marží Tesco vs. konkurencia (v %) (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ spoločností)

7.6 Analýza ekonomickej výkonnosti reťazca

Spoločnosť Tesco dosahuje pomerne stabilné finančné ukazovatele, ktoré vychádzajú z dlhodobého etablovania na trhu a nastavených procesov. Zmenou, ktorá sa preukazuje v číslach sú skôr trhové výkyvy a konkurenčný boj. Podľa kapitálovej štruktúry je možné konštatovať, že Tesco v odvetví patrí k rarite, ktorá má vysoký podiel vlastného kapitálu - v roku 2022 to bolo až 45%. Počas posledných 5 rokov pandémie ani inflácia nespôsobila na tejto strane výrazne problémy a spoločnosť fungovala stabilne.



Obrázok 16 Aktíva a pasíva Tesco (v %) (vlastné spracovanie podľa ÚZ Tesco)

V tabuľke nižšie uvádzam prehľad niekoľkých zásadných tokových a rozdielových ukazovateľov, ktoré najmä od roku 2020 vykazujú pozitívne trendy. Z týchto ukazovateľov je možné definovať, že spoločnosti sa darí a vysoká inflácia jej čiastočne pomohla. Na druhej strane sa však nepremietla do rapídnych profitových zlepšení. Vo výsledkoch zhodnotenia je v rozdielových ukazovateľoch vidieť záporné hodnoty ČPK v rokoch 2019-2020, čo naznačuje agresívnejší prístup financovania reťazca, ktoré pokrýva istá miera rizikovosti. Na druhej strane platby za tovar od zákazníkov, reťazec dostáva prakticky okamžite a svojim dodávateľom dokáže natiahnuť splatnosť pomerne výrazným spôsobom. Je v pozícii v ktorej

sa môže nechať čiastočne financovať od svojich dodávateľov. Dlhodobu záporne ČPK má reťazec Billa a v niektorých rokoch aj ostatné spomenuté reťazce. Kladne ČPK sa v Tesco vrátilo do normy už v roku 2021 a to znamená, že môžeme konštatovať, že inflácia s týmto vybočením zo štandardného rámca reťazca nemala čo dočinenia.

Tabuľka 8 Finančné ukazovatele Tesco v rokoch 2018-2022 (vlastné spracovanie podľa dát ÚZ Tesco)

Hodnoty v mld. EUR a %	2018	2019	2020	2021	2022
Tržby (mld. EUR)	1,434	1,432	1,393	1,493	1,639
EBITDA (mld. EUR)	0,112	0,112	0,108	0,136	0,137
EAT (mld. EUR)	0,050	0,073	0,049	0,075	0,057
ČPK (mld. EUR)	0,075	-0,035	-0,030	0,129	0,178
Aktíva (mld. EUR)	0,922	0,921	0,927	1,004	1,043
Vlastné imanie (mld. EUR)	0,683	0,587	0,586	0,624	0,615
EBIDTA marža (%)	7,8%	7,8%	7,8%	9,1%	8,4%
Celková zadlženosť (%)	26%	36,3%	36,8%	37,9%	41%
Likvidita 2. stupňa	1,10	0,46	0,45	0,76	0,72
Čistý dlh/EBITDA	-0,40	-0,19	-0,32	-0,16	-0,24
Závazky/EBITDA	2,13	2,99	3,15	2,80	3,12
ROS	3,5%	5,1%	3,5%	5,0%	3,5%

8 DOTAZNÍKOVÝ VÝSKUM

Ôsma kapitola práce je sústredená na dotazníkový výskum, ktorý sa zameriava na spotrebiteľské vnímanie inflácie. Výsledkom výskumu je prepojenie informácií a samotných pohľadov spotrebiteľov vo vzťahu k dopadu inflácie na ich nákupné správanie, ktoré môže výrazne súvisieť s ekonomickou prosperitou reťazcov a ich konkurenčným postavením.

8.1 Ciele a metódy výskumu

Pre dotazníkový výskum bol stanovený hlavný cieľ: Existuje štatistický významný vplyv inflácie na zmenu spotrebiteľského správania? Zároveň boli stanovené čiastkové ciele:

- **VO1:** Do akej miery ovplyvňuje inflácia spotrebiteľské správanie respondentov?
- **VO2:** V ktorej oblasti spotrebiteľského koša spotrebiteľa cítia najvýznamnejší dopad vplyvu inflácie?
- **VO3:** Aký je vzťah medzi zmenou spotreby potravín a infláciou?
- **VO4:** Aké je vnímanie spotrebiteľa vo vzťahu k riešeniu prípadnej regulácie pri vysokej inflácii (nad 10%)?

V kvantitatívnom výskume bola zvolená metóda pomocou dotazníkového výskumu, ktorý bol realizovaný prostredníctvom webovej platformy Survio.com. Zdieľanie dotazníku prebehlo prostredníctvom sociálnych sietí a emailovej komunikácie s cieľom zachytiť všetky vekové spektrá respondentov.

8.2 Štruktúra dotazníka a respondenti

Dotazník mal celkom 15 otázok, pričom 4 z nich sa sústredili na identifikáciu respondenta a zvyšných 11 otázok bolo zameraných na otázky týkajúce sa vnímania inflácie. Pri 8. otázke si respondent mohol zvoliť 1 až 3 odpovede. Kompletný dotazník je súčasťou prílohy P I.

8.3 Vyhodnotenie dotazníkového výskumu a hypotéz

Vo výskume boli stanovené štyri hypotézy, ktoré sú v tejto podkapitole jednotlivo vyhodnotené pomocou štatistického testovania v MS Excel. Zostavené hypotézy boli odkonzultované s Ústavom štatistiky a kvantitatívnych metód Fakulty managementu a ekonomiky UTB. Pri každej hypotéze boli zvolené testové kritéria a zároveň použitý druh testu, pričom platí nasledovné:

$H_0: p_0=0,5$

$H_A: p_0>0,5$

Hladina významnosti $\alpha= 0,05$

$T < T_{krit.}$, nezamietame H_0 v prospech H_A

$T > T_{krit.}$, zamietame H_0 v prospech H_A

VO1: Do akej miery ovplyvňuje inflácia spotrebiteľské správanie respondentov?

Cieľom prvej výskumnej otázky bolo získanie informácií o vplyve inflácie na spotrebiteľa vo vzťahu k jeho nákupnému správaniu. Až 78% respondentov uviedlo, že inflácia má vplyv na ich nákupné správanie, čo považujem za významné.

H1: U väčšiny zákazníkov sa zmenilo nákupné správanie vplyvom inflácie.

Z výsledku dotazníkového výskumu jasne vyplýva, že inflácia ovplyvňuje výraznou mierou nákupné správanie spotrebiteľov.

$H_A=H_1$: U väčšiny zákazníkov sa zmenilo nákupné správanie vplyvom inflácie.

H_0 : U väčšiny zákazníkov sa nezmenilo nákupné správanie vplyvom inflácie.

Tabuľka 9 Výpočet H_1 (vlastné spracovanie)

	Áno	Nie
Početnosť	156	44
Relatívna početnosť	0,780	0,220

$T= 7,919595949$

$T_{krit.}= 1,644853627$

p-value= <0,01

Záver: Zamietame H_0 . U väčšiny zákazníkov sa nezmenilo nákupné chovanie vplyvom inflácie.

VO2: V ktorej oblasti spotrebiteľského koša spotrebiteľia cítia najvýznamnejší dopad vplyvu inflácie?

Vzhľadom na váhové preferencie spotrebiteľského koša bolo cieľom tejto otázky overiť významnosť vplyvu inflácie na spotrebiteľa v oblasti spotreby potravín a nealko nápojov. Respondent mal na výber minimálne jednu alebo tri odpovede.

H2: Najväčší dopad inflácie pociťujú spotrebiteľia pri nakupovaní potravín a nealko nápojov.

Otázka druhej hypotézy smerovala na zistenie oblasti, ktorá spotrebiteľov najviac zasahuje vplyvom inflácie. Najpreferovanejšou odpoveďou boli potraviny a nealko nápoje.

HA=H2: Najväčší dopad inflácie pociťujú spotrebiteľia pri nakupovaní potravín a nealko nápojov.

H0: Najväčší dopad inflácie nepociťujú spotrebiteľia pri nakupovaní potravín a nealko nápojov.

Tabuľka 10 Výpočet H2 (vlastné spracovanie)

Oblasť spotrebiteľského koša	Pozorované	Očakávané	Standard. rezidua
Potraviny a nealko nápoje	141	43,25	14,86358976
Alkoholické nápoje a tabakové výrobky	15	43,25	-4,29561545
Oblečenie a obuv	38	43,25	-0,79830021
Bývanie (voda, elektrina, plyn a iné)	99	43,25	8,477188022
Bytové vybavenie a potreby pre domácnosť	16	43,25	-4,14355827
Zdravie a lieky	36	43,25	-1,10241458
Doprava a pohonné hmoty	82	43,25	5,89221589
Pošta a telekomunikácie, mobilný telefón	4	43,25	-5,96824448
Rekreácia a kultúra	31	43,25	-1,86270050
Vzdelanie	4	43,25	-5,96824448
Stravovacie a ubytovacie služby	37	43,25	-0,95035740
Ostatné tovary a služby	16	43,25	-4,14355827
Celkom:	519	519	

p-value= <0,01

Porovnanie hodnoty p vs. α = Zamietame H0.

Záver: Zamietame H0. Najväčší dopad inflácie nepociťujú spotrebiteľia pri nakupovaní potravín a nealko nápojov.

VO3: Aký je vzťah medzi zmenou spotreby potravín a infláciou?

Vplyvom vysokej inflácie sa predpokladá celkový pokles spotreby. Ak vychádzame z teórie, zákazník by mal mať pri poklese jeho reálnej mzdy tendenciu znižovať spotrebu, prípadne substituovať.

H3: Väčšina zázakzníkov znížila spotrebu potravín za posledné dva roky.

Hypotéza overuje, či má táto informácia výpovednú hodnotu. Spotreba potravín u 59 respondentov (29,5%) zostala rovnaká.

HA=H3: Väčšina zázakzníkov znížila spotrebu potravín za posledné dva roky.

H0: Väčšina zázakzníkov neznížila spotrebu potravín za posledné dva roky.

Tabuľka 11 Výpočet H3 (vlastné spracovanie)

	Áno	Nie
Početnosť	105	36
Relatívna početnosť	0,745	0,255

$$T = 5,810848255$$

$$T_{krit.} = 1,644853627$$

$$p\text{-value} = <0,01$$

Záver: Zamietame H0. Väčšina zázakzníkov neznížila spotrebu potravín za posledné dva roky.

VO4: Aké je vnímanie spotrebiteľa vo vzťahu k riešeniu prípadnej regulácie pri vysokej inflácii (nad 10%)?

Táto výskumná otázka bola zostavená vzhľadom na verejný naratív, že počas inflácie sú obchodné reťazce nadmerne ziskové a mala by vzniknúť istá forma regulácie ich ziskov. Väčšina opýtaných by uvítala riešenie prostredníctvom regulácie cien základných potravín a pohonných hmôt, kontroly obchodných marží reťazcov a istej formy odpustenia výšky DPH na základné potraviny.

H4: Väčšina zázakzníkov by súhlasila s reguláciou obchodných reťazcov pri inflácii nad 10%.

Neutrálnym postojom sa vyjadrilo až 30% (absolútnom čísle 60) respondentov pričom uviedlo, že k tejto téme nevedia zaujať jednotné stanovisko.

HA=H4: Väčšina zázakzníkov by súhlasila s reguláciou obchodných reťazcov pri inflácii nad 10%.

H0: Väčšina zázakzníkov by nesúhlasila s reguláciou obchodných reťazcov pri inflácii nad 10%.

Tabuľka 12 Výpočet H4 (vlastné spracovanie)

	Súhlasím	Nesúhlasím
Početnosť	92	48
Relatívna početnosť	0,657	0,343

$$T = 3,718678721$$

$$T_{krit.} = 1,644853627$$

$$p\text{-value} = 0,000100134$$

Záver: Zamietame H0. Väčšina zákazníkov by nesúhlasila s reguláciou obchodných reťazcov pri inflácií nad 10%.

Z výsledkov dotazníkového výskumu zároveň vyplýva, že miera výdajov vynaložených na nákup potravín u väčšiny respondentov predstavuje 21-30% z výšky ich príjmov. Rozdielnosť v pomere vynaložených výdajov však prirodzene nastáva s prihliadnutím na ekonomický status respondenta. V prípade dôchodcov je pomer výdajov k ich príjmom značne rozdielny. Drvivá väčšina seniorov vykazuje výdaje od 30% a viac. Zároveň z výsledkov vyplýva, že riešenie hľadajú v substitúcií formou nákupu najmä akciového tovaru, prípadne obmedzenej spotreby. Výsledky len potvrdzujú fakt, že seniori môžu citelnejšie vnímať infláciu a to aj s prihliadnutím spomínaného faktu, že ich príjmová stránka sa valorizuje s istou mierou oneskorenosti. Znaky substitúcie vykazujú v čase vysokej inflácie pomerne výrazné hodnoty, až 47% opýtaných buď nakupuje akciový tovar alebo preferuje lacnejšie alternatívy. Podľa respondentov nakupovanie v inom obchodnom reťazci je pri inflácií bezvýznamné riešenie, keďže túto alternatívu zvolilo minimum opýtaných. V rámci vyhodnotia spotrebiteľov, ktorí sú zákazníci obchodného reťazca Tesco je najčastejšou reakciou zmena spotrebiteľského vnímania formou nákupu najmä akciového tovaru pričom takmer väčšina z týchto zákazníkov preferuje nakupovanie v hypermarketoch. Až 65,71% zákazníkov Tesco znížilo za posledné dva roky spotrebu potravín čo je zároveň najvyššie percento pri všetkých sledovaných reťazcoch. Pomerne výrazný je výsledok v otázke štátnej regulácie v čase vysokej inflácie (nad 10%) ku ktorej sa priklonilo až 46% respondentov. Celkové výsledky potvrdzujú, že spotrebiteľia infláciu vnímajú veľmi citlivo a majú tendencie spotrebu potravín obmedzovať a často všeobecne substituovať formou nákupu najmä akciových tovarov. Z týchto zistení je možné zostaviť záver, že zmena spotrebiteľského správania môže pomerne významným spôsobom ovplyvňovať hospodárske výsledky obchodných reťazcov. Súčasťou prílohy (P I) je zhrnutie všetkých odpovedí dotazníkového výskumu v tabuľkovom a grafickom vyjadrení.

9 ZHRNUTIE ANALYTICKEJ ČASTI

Praktická časť sa v jej prvej kapitole venuje charakteristike vybraného obchodného reťazca počnúc jeho históriou vstupu na trh a následným celým priebehom počas všetkých rokov pôsobenia na slovenskom trhu až do dnešného dňa. Kapitola sa z veľkej časti sústreďí na vnímanie postavenia obchodného reťazca na malom obchodnom trhu s výraznou mierou konkurenčného prostredia. Následne sa venuje skúmaniu dlhodobého vývoja značky Tesco v kontexte ekonomickej prosperity doma aj vo svete. Rovnako hodnotí vývoj počtu zamestnancov a analyzuje konkurenčné prostredie, silné a slabé stránky pomocou zostavenej SWOT analýzy. V komparatívnej časti sa práca venuje zhrnutiu analýzy výsledkov miery inflácie a jej ďalších súvzťahností v kontexte spotrebiteľského koša. Zároveň sa skúma prítomnosť kauzálnych vzťahov inflácie na jednotlivé ukazovatele finančnej analýzy obchodného reťazca, pričom sa zistené hodnoty pomocou benchmarkigu porovnávajú s výsledkami najväčších konkurentov a odvetvovými štatistikami. V ôsmej kapitole sa analytická časť práce venuje vyhodnoteniu empirického výskumu a testovaniu hypotéz.

9.1 Zhodnotenie a odporúčenie

V kontexte nadobudnutých teoretických poznatkov a následnej praktickej analýzy komparatívnou metódou je možné konštatovať, že vplyv inflácie nemal na ekonomickú prosperitu reťazca Tesco extrémne výrazný vplyv tak, ako mala inflácia na samotného spotrebiteľa. Základným elementom bol rastúci objem tržieb, ktoré po očistení o celkovú infláciu alebo infláciu vychádzajúcu z vývoja cenových hladín potravín, vykazovali záporné hodnoty. Z tohto pohľadu je možné rast reálnych tržieb hodnotiť ako prepad. Na druhej strane v kontexte odvetvových štatistík a výkazov ostatných najväčších konkurentov, bol vývoj veľmi podobný a možno ho pripísať k celkovému poklesu tržieb v maloobchode, čo je zapríčinené najmä nižšou hodnotou reálnej mzdy v časoch vysokej inflácie. Tesco vykázalo v oblasti nákladov za služby a energie v roku 2022 medziročne náklady vyššie o viac ako 18,5 mil. EUR. Vzhľadom k značne rastúcim nákladom za energie by som obchodnému reťazcu odporúčal pokračovať vo výraznom znižovaní spotreby elektrickej energie, pokračovať vo väčšej energetickej slobode v podobe vyššieho podielu vlastných obnoviteľných zdrojov, pomocou ktorých by spoločnosť mohla lepšie reagovať na prípadne šokové výkyvy, ktoré boli zaznamenané v trhových cenách elektriny a plynu. Ďalšom výraznou položkou sú náklady na obstaranie predaného tovaru, ktoré rastú najmä v prvej

fáze svojho spracovateľského procesu. Odvetvie agro sektora vykazovalo v čase vysokej inflácie rovnako rastúci trend tržieb, ale najmä zaujímavé rasty ziskových marží. Je možné predpokladať, že odvetvie agro sektora bude čeliť turbulenciám aj v budúcnosti. Ich produkciu výrazne ovplyvňujú sezónne výkyvy, rovnako globálne otepľovanie, ktoré môže časom spôsobiť nedostatok alebo nižšiu produkciu určitých komodít, čo automaticky bude tlačiť cenovú hladinu smerom hore. Ďalšou výzvou pre poľnohospodárov je a bude v budúcnosti Green Deal, ktorý má zabezpečiť lepší vzťah k pôde v ponímaní ekologických aspektov. Jeho súčasťou je využívanie ekologickejších spracovateľských strojov, vozidiel a aplikovanie hnojív, ktoré sú ekologickejšie. Bezpochyby tieto faktory spôsobia vyššie náklady na strane pestovateľov a chovateľov, ktorí ich premietnu do výsledných cien. Podľa CPI rast cien zeleniny dlhodobo vykazuje rastúce hodnoty, ako bolo už spomenuté v podkapitole (7.2). Ceny zeleniny dokonca medziročne za posledné dva roky rástli konštantne o 20%. Na základe týchto vyhodnotení by som odporúčal obchodnému reťazcu vyvinúť snahu o získanie podielov u niektorých strategických dodávateľov, čo by mohlo do budúca zabezpečiť lepšiu stabilitu cien. Ďalšou možnosťou je snaha uzatvoriť čo najväčší podiel zmlúv na dlhšie obdobie bez možnosti indexácie, prípadne s čo najnižšou mierou indexácie cien, ktorých cieľom by bolo zníženie skokových výkyvov cien, ktoré sa v praxi prenášajú veľmi rýchlo do výslednej ceny. Na základe poznatkov spomenutých v kapitole (7.4.) a dotazníkovom výskume, je preukázaný substitučný efekt v časocho vysokej inflácie. Z tohto dôvodu je vhodné pracovať na výrobných kondíciách a parametroch týchto výrobkov a v neposlednom rade rozširovať ich portfólio. Rovnako dôležité je značku dlhodobo marketingovo presadzovať, a tým jej pripravovať dobrú pozíciu na časy, keď zákazník má tendenciu substituovať. Z finančného pohľadu začala v roku 2020 spoločnosť tvoriť ostatné rezervy, čo hodnotím pozitívne a zároveň v roku 2020-2021 vykazovala zápornú hodnotu ČPK. Medziročne v roku 2022 vykázala ČPK vyššiu o 38,5%. Vzhľadom na charakteristiku tohto odvetvia a faktu, že za predané tovary inkasuje ihneď, by som odporúčal viac agresívnejšiu stratégiu financovania, ČPK znížiť a dlhodobo držať na nižšej hodnote. Vykazovaná hodnota 178 mil. EUR s medziročným rastúcim trendom podľa môjho názoru nie je potrebná. Nižšie ČPK by Tesco zlacnilo kapitál, čo v prípade rastúcich úrokových sadzieb môže byť tiež pomocný faktor. V neposlednom rade je potrebné, aby sa Tesco usilovalo o zvyšovanie podielu na trhu a tento faktor sledovalo prepočtom rastúcej tržby na obchodnú jednotku. Bez rastúceho trhového podielu sa ukazovatele zlepšovať nebudú a rovnako sa spoločnosť dobre nepripraví na ďalšie trhové výzvy.

ZÁVER

Cieľom tejto bakalárskej práce bolo overiť a zhodnotiť vplyv inflácie na podnikanie obchodného reťazca Tesco a zároveň definovať hlavné príčiny, ktoré majú významný dopad na jeho finančné ukazovatele. Pomocou rozsiahlej analýzy odbornej literatúry a získaných dát z makroekonomických ukazovateľov, finančných kondícií obchodného reťazca a výstupov z empirického výskumu, výsledky zodpovedajú na ciele a otázky z úvodu tejto práce.

Teoretická časť bola zameraná na literárnu rešerš v oblasti inflácie, upresnenie pojmov nákladov, výnosov a ukazovateľov finančnej analýzy. Na konci tejto kapitoly boli zhodnotené všetky poznatky, ktorých využitie bolo aplikované pri spracovaní praktickej časti.

V prvom kroku analytickej časti sa práca zamerala na charakteristiku obchodného reťazca, ktorý porovnávala s konkurenciou v slovenskom maloobchode. Vybrané ukazovatele boli porovnávané v kontexte odvetvových štatistík a analyzovaním ich súvislosti. Pomocou SWOT analýzy sú identifikované faktory, ktoré by mohli pomôcť obchodnému reťazcu Tesco byť efektívnejšou spoločnosťou v budúcnosti najmä s ohľadom na jeho silné a slabé stránky. Časť práce sa venuje zhodnoteniu vývoja počtu zamestnancov a oblasti rastúcich osobných nákladov. Predmetom analýzy bolo rovnako skúmanie ekonomickej prosperity reťazca z globálneho hľadiska.

V druhej, praktickej časti práce sa metódou komparácie vyhodnocujú získané dáta zo štatistických úradov a finančných výsledkov obchodného reťazca a jeho priamych konkurentov. Výsledkom komparatívnej analýzy boli zistené čiastkové dopady inflácie na obchodný reťazec v nákladových položkách, ktoré vychádzali najmä z rastu cien energetických surovín. Na výnosovej strane boli preukázané prirodzené rasty tržieb, ktoré vychádzali z rastu cenových hladín a tým sa nepotvrdil reálny rast tržieb alebo zvýšenie trhového podielu. Jedna z kapitol práce sa zameriavala na analyzovanie vybraných finančných ukazovateľov, pričom v súvislosti s vysokou infláciou sa neprejavil negatívne žiaden z týchto štandardných ukazovateľov.

V zmysle širšieho pohľadu vnímania inflácie bol realizovaný kvantitatívny výskum pomocou dotazníkového šetrenia, ktorý sa realizoval online prostredníctvom webovej platformy Survio.com. Prieskumu sa zúčastnilo 200 respondentov a až 78% z nich odpovedalo kladne na otázku zmien v ich spotrebiteľskom správaní, ktorého príčinou bola

inflácia. Výsledok výskumu preukazuje substitučné nálady spotrebiteľov v čase vysokej inflácie. 29,5% z opýtaných uviedlo, že vplyvom inflácie nakupuje najmä akciový tovar. Zároveň sa nepreukázali jasné postoje k štátnej regulácii obchodných reťazcov v čase vysokej inflácie (nad 10%). Najvýznamnejšie hodnotený bol nástroj, pomocou ktorého by štát mal zastropovať ceny základných potravín a pohonných hmôt. Riešenie vysokej inflácie v tomto nástroji vidí až 22% respondentov. Druhým najčastejším výberom bola kontrola marží obchodných reťazcov čo len potvrdzuje zamyslenie z úvodu tejto práce.

Záverom práce boli zhodnotené všetky skúmané informácie a vyhodnotenia, na základe ktorých boli zostavené odporúčania pre obchodný reťazec. Týkajú sa najmä optimalizácií energetických výdajov, nákladov vynaložených na obstaranie tovarov, ktoré sú predmetom následného predaja koncovému spotrebiteľovi. Zároveň sú odôvodnené odporúčania prečo je potrebné viac pracovať s privátnou značkou, ktorá je v časoch inflácie častejšie preferovanejšia a môže obchodnému reťazcu pri výrazných rastoch cien prinášať istú konkurenčnú výhodu.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATURY

CASE, Karl E.; FAIR, Ray C. a OSTER, Sharon M, 2020. *Principles of macroeconomics. Thirteenth edition*. Harlow, England: Pearson. ISBN 978-1-292-30382-6.

FORET, Miroslav a MELAS, David, 2020. *Marketingový výzkum: v udržitelném marketingovém managementu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1723-9.

HA, Jongrim; KOSE, M. Ayhan a OHNSORGE, Franziska, 2019. *Inflation in Emerging and Developing Economies. Evolution, Drivers, and Policies*. Washington, United States of America: The World Bank. ISBN 978-1-4648-1376-4.

HOLDEN, Reed K. a MUKHERJEE, Jeet, 2022. *Pricing with Confidence: Ten Rules for Increasing Profits and Staying Ahead of Inflation. Second Edition*. New Jersey, United States of America: John Wiley & Sons Inc. ISBN 1119910188.

JANÁČEK, Julius, 2022. *Statistika jednoduše: Průvodce světem statistiky*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-1738-3.

JUREČKA, Václav a MACHÁČEK, Martin, 2023. *Makroekonomie: 4., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3635-3.

JUREČKA, Václav, 2017. *Makroekonomie. 3., aktualizované a rozšířené vydání*. Expert. Praha: Grada. ISBN 9788027102518.

KNÁPKOVÁ, Adriana; PAVELKOVÁ, Drahomíra; REMEŠ, Daniel a ŠTEKER, Karel, 2017. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady. 3., kompletně aktualizované vydání*. Prosperita firmy. Praha: Grada. ISBN 9788027105632.

MANKIW, N. Gregory, 2010. *Macroeconomics. 7th edition*. New York, United States of America: Worth Publishers. ISBN 0716762137.

MANKIW, N. Gregory, 2021. *Principles of macroeconomics. Ninth edition*. United States of America: Cengage Learning. ISBN 978-0-357-13349-1.

MARTINOVIČOVÁ, Dana; KONEČNÝ, Miloš a VAVŘINA, Jan, 2019. *Úvod do podnikové ekonomiky: 2., aktualizované vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-2034-5.

MIKOLÁŠ, Zdeněk, 2005. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku: Konkurenční dynamika a potenciál podnikání*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1277-6.

POPESKO, Boris a PAPADAKI, Šárka, 2016. *Moderní metody řízení nákladů: 2., aktualizované a rozšířené vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5773-5.

ROJÍČEK, Marek; SPĚVÁČEK, Vojtěch; VEJMĚLEK, Jan; ZAMRAZILOVÁ, Eva a ŽDÁREK, Václav, 2016. *Makroekonomická analýza - teorie a praxe*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5858-9.

RŮČKOVÁ, Petra, 2021. *Finanční analýza - 7. aktualizované vydání: metody, ukazatele a využití v praxi*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3124-2.

SKOŘEPA, Michal, 2023. *Ekonomické jednohubky: Odpovědi na 50 důležitých otázek ekonomie a financí*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3901-9.

SOUKUP, Jindřich; POŠTA, Vít; NESET, Pavel a PAVELKA, Tomáš, 2022. *Makroekonomie*. Praha: Albatros Media. ISBN 978-80-7261-598-8.

SRPOVÁ, Jitka a ŘEHOŘ, Václav, 2010. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3339-5.

STROUKAL, Dominik, 2021. *Ekonomické bubliny - druhé rozšířené vydání: Průvodce hospodářskými krizemi od tulipánů po korunu*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3172-3.

ŠTEKER, Karel a OTRUSINOVÁ, Milana, 2021. *Jak číst účetní výkazy: Základy českého účetnictví a výkaznictví - 3., aktualizované vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3184-6.

TÁNCOŠOVÁ, Judita, 2005. *Inflácia*. Bratislava, Slovenská republika: Iura Edition. ISBN 80-8078-044-7.

Webové zdroje:

BREZINA, Ivan a PEKÁR, Juraj, 2020. *Analýza citlivosti hodnôt herfindalhovho-hirschmanovho indexu slovenského bankového sektora*. Online. In: Ekonomická univerzita v Bratislave. Dostupné z:

https://www.researchgate.net/publication/290457710_Analyza_citlivosti_hodnot_Herfindalovho-Hirschmanovho_indexu_slovenskeho_bankoveho_sektora. [cit. 2024-05-08].

BROMBERG, Michael, 19.12.2023. *Herfindahl-Hirschman Index (HHI) Definition, Formula, and Example*. Online. In: Investopedia. Dostupné z:

<https://www.investopedia.com/terms/h/hhi.asp>. [cit. 2024-05-08].

ČERNAJ, Tomáš, 12.3.2023. *SWOT analýza*. Online. In: Euroekonom. Dostupné z:

<https://www.euroekonom.sk/manazment/strategicka-diagnostika/swot-analyza/>. [cit. 2024-05-08].

ČESKÁ TELEVÍZIA, 05.03.2015. *Ztráta Tesco ČR už je čtyři miliardy. Zváží odchod?*.

Online. In: Česká televízia. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/ekonomika/ztrata-tesco-cr-uz-je-ctyri-miliardy-zvazi-odchod-136500>. [cit. 2024-05-08].

Čupka, Milan, 15.06.2021. *Prišiel cyklistický boom a zásoby sa minuli. Za koľko sa dostanete k novému bicyklu?*. Online. In: Forbes. Dostupné z:

<https://www.forbes.sk/prisiel-cyklisticky-boom-a-zasoby-sa-minuli-za-kolko-sa-dostanete-k-novemu-bicyklu/>. [cit. 2024-05-08].

EUROPEAN CENTRAL BANK, 16.11.2021. *Why is inflation currently so high?*. Online.

In: European central bank. Dostupné z: https://www.ecb.europa.eu/ecb-and-you/explainers/tell-me-more/html/high_inflation.en.html. [cit. 2024-05-08].

EURÓPSKA BANKOVÁ AUTORITA, 2023. *Aký vplyv majú inflácia a rast úrokových sadzieb na moje peniaze?*. Online. In: EBA, EIOPA, ESMA. Dostupné z:

https://www.eiopa.europa.eu/document/download/fb8310de-bcf4-410d-b9b1-f04b40b25a03_sk?filename=inflation-factsheet_SK.pdf. [cit. 2024-05-08].

FAO, 2024. *FAO Food Price Index*. Online. In: Food and Agriculture Organization of the United Nations. Dostupné z:

<https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>. [cit. 2024-05-08].

FERNANDO, Jason 14.04.2024. *Inflation: What It is, How It Can Be Controlled, and Extreme Examples*. Online. In: Investopedia. Dostupné z:

<https://www.investopedia.com/terms/i/inflation.asp>. [cit. 2024-05-08].

JOLLY, Jasper, 18.06.2020. *Tesco sells up in Poland to focus on UK*. Online. In:

The Guardian. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/business/2020/jun/18/tesco-sells-up-in-poland-to-focus-on-uk>. [cit. 2024-05-08].

KULLOVÁ, Zuzana, 02.11.2023. *Slováci chcú kvalitné, no lacné potraviny. Príchod Biedronky zhorší pozíciu domácich výrobcov*. Online. In: Trend. Dostupné z:

<https://www.trend.sk/financie/slovaci-chcu-kvalitne-lacne-potraviny-prichod-biedronky-zhorsu-poziciu-domacich-vyrobcov>. [cit. 2024-05-08].

LAVOIE, Marc a ROCHON, Luis-Philippe, 03.01.2023. *Olivier Blanchard and Inflation*.

Online. In: Monetary Policy Institute Blog. Dostupné z:

<https://medium.com/@monetarypolicyinstitute/olivier-blanchard-and-inflation-219f195125fe>. [cit. 2024-05-08].

LEGÉŇ, Marek, 08.10.2018. *Hypernova definitívne skončila, poslednú zatvorili v Považskej Bystrici*. Online. In: Trend. 08.10.2018. Dostupné z: <https://www.trend.sk/biznis/hypernova-definitivne-skoncila-poslednu-zatvorili-povazskej-bystrici>. [cit. 2024-05-08].

LIBERTO, Daniel, 16.11.2023. *Shrinkflation: What It Is, Reasons for It, How to Spot It*. Online. In: Investopedia. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/s/shrinkflation.asp>. [cit. 2024-05-08].

NBS, 20.06.2023. *Výročná správa 2022*. Online. In: Národná banka Slovenska. Dostupné z: <https://nbs.sk/dokument/34a5a261-1f3f-4237-a747-b6198917486f/stiahnut?force=false>. [cit. 2024-05-08].

ONDRUŠEKOVÁ, Monika, 22.12.2014. *Hrubá a zisková marža firiem podľa odvetví a krajov v roku 2013*. Online. In: Podnikajte. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/financny-manazment/hruba-a-ziskova-marza-firiem-2013>. [cit. 2024-05-08].

O'NEILL, Aaron, 10.04.2024. *Global inflation rate from 2000 to 2022, with forecasts until 2028*. Online. In: Statista. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/256598/global-inflation-rate-compared-to-previous-year/>. [cit. 2024-05-08].

ONER, Ceyda, 2023. *Inflation: Price on the Rise*. Online. In: International Monetary Fund. Dostupné z: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/Series/Back-to-Basics/Inflation>. [cit. 2024-05-08].

REGISTER ÚČTOVNÝCH ZÁVIEROK, 2022. *Účtovné závierky a výročné správy - Billa s.r.o.*. Online. In: Ministerstvo financií Slovenskej republiky. Dostupné z: <https://www.registeruz.sk/cruz-public/domain/accountingentity/show/162107>. [cit. 2024-05-08].

REGISTER ÚČTOVNÝCH ZÁVIEROK, 2022. *Účtovné závierky a výročné správy - Kaufland Slovenská republika v.o.s.*. Online. In: Ministerstvo financií Slovenskej republiky. Dostupné z: <https://www.registeruz.sk/cruz-public/domain/accountingentity/show/478790>. [cit. 2024-05-08].

REGISTER ÚČTOVNÝCH ZÁVIEROK, 2022. Účtovné závierky a výročné správy - *Lidl Slovenská republika, v.o.s.*. Online. In: Ministerstvo financií Slovenskej republiky.

Dostupné z: <https://www.registeruz.sk/cruz-public/domain/accountingentity/show/469926>. [cit. 2024-05-08].

REGISTER ÚČTOVNÝCH ZÁVIEROK, 2022. Účtovné závierky a výročné správy - *Tesco Stores a.s.*. Online. In: Ministerstvo financií Slovenskej republiky. Dostupné z:

<https://www.registeruz.sk/cruz-public/domain/accountingentity/show/430019>. [cit. 2024-05-08].

RETAIL WEEK, 19.04.2023. *Amazon and Tesco have 'best in class' supply chain*

strategies. Online. In: Retail week. Dostupné z: <https://www.retail-week.com/supply-chain/amazon-and-tesco-have-best-in-class-supply-chain-strategies/7043552.article>. [cit. 2024-05-08].

RTVS, 03.03.2023. *Slováci siahajú po lacnejších potravinách. Slovenské výrobky nemôžu konkurovať zahraničným*. Online. In: RTVS. Dostupné z:

<https://spravy.rtvsk.sk/2023/03/slovaci-siahajuv-obchodoch-po-lacnejších-potravinách-slovenske-vyrobky-nedokazu-konkurovat-tym-zahranicnym/>

SENEŠI, Norbert, 08.05.2021. *Marža, prirážka a rabat – v čom je rozdiel?*. Online. In:

Podnikajte. Dostupné z: <https://www.podnikajte.sk/financny-manazment/marza-prirazka-rabat>. [cit. 2024-05-08].

SITA, 30.03.2010. *Prvé samoobslužné pokladne na Slovensku budú v Petržalke*. Online.

In: Pravda. Dostupné z: <https://uzitocna.pravda.sk/spotrebiteľ/clanok/24978-prve-samoobsluzne-pokladne-na-slovensku-budu-v-petrzalke/>. [cit. 2024-05-08].

SLADOVSKÁ, Ivana, 21.01.2018. *Carrefour zatvoril poslednú predajňu na Slovensku.*

Online. In: Aktuality. Dostupné z: <https://www.aktuality.sk/clanok/558264/carrefour-zatvoril-poslednu-predajnu-na-slovensku/>. [cit. 2024-05-08].

SME, 21.09.1996. *Kmart končí, Tesco začína aj na Slovensku*. Online. In: SME. Dostupné

z: <https://www.sme.sk/c/2091543/kmart-konci-tesco-zacina-aj-na-slovensku.html>. [cit. 2024-05-08].

ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 25.04.2024. *Spotrebiteľské ceny a ceny produkčných štatistik*. Online. In: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Dostupné z:

<https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/macroeconomic/prices/metadata!/ut/p/z1/j>

ZHLD0IwEEW_xS_oBcprOaCUGsKjtYLdGFaGRNGF8fsIJm5MBGY3ybknM7nMso7ZsX8NI_453Mf-Ou0nG5ybUEZJ4hAiPwRkqQ1w1NBVwNofofQ7yAPVQu25A-4zuyafCsp5WABRIXxIyo2KG88Deevy-DOEdfkZwM7rW2Y_yNwHSw47e6RwFgB8DZmuXYq5SLeqyqYWUjfsReACDnvcjDEdBjnQ5g0UDpvn/dz/d5/L2dJQSEvUUt3QS80TmxFL1o2X1E3SThCQjFBMDg1NzAwS U5TVTAwVIMwVEkz/. [cit. 2024-05-08].

ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2024. *Indexy spotrebiteľských cien - podrobné údaje*. Online. In: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Dostupné z: https://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_INTERN/sp0029ms/v_sp0029ms_00_00_00_sk. [cit. 2024-05-08].

ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2024. *Maloobchod okrem motorových vozidiel (Tržby za vlastné výkony a tovar)*. Online. In: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Dostupné z: https://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_INTERN/ob0004ms/v_ob0004ms_00_00_00_sk. [cit. 2024-05-08].

ŠTATISTICKÝ ÚRAD SLOVENSKEJ REPUBLIKY, 2024. *Priemerná mesačná mzda v hospodárstve SR*. Online. In: Štatistický úrad Slovenskej republiky. Dostupné z: [http://statdat.statistics.sk/cognosext/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=storeID\(%22i94C7052B240A492FB3BE8C7A487D337B%22\)&ui.name=Priemern%C3%A1%20mesa%C4%8Dn%C3%A1%20mzda%20v%20hospod%C3%A1rstve%20SR%20%5Bpr0204qs%5D&run.outputFormat=&run.prompt=true&cv.header=false&ui.backURL=%2F%2Fcognosext%2Fcps4%2Fportlets%2Fcommon%2Fclose.html&run.outputLocale=sk](http://statdat.statistics.sk/cognosext/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=storeID(%22i94C7052B240A492FB3BE8C7A487D337B%22)&ui.name=Priemern%C3%A1%20mesa%C4%8Dn%C3%A1%20mzda%20v%20hospod%C3%A1rstve%20SR%20%5Bpr0204qs%5D&run.outputFormat=&run.prompt=true&cv.header=false&ui.backURL=%2F%2Fcognosext%2Fcps4%2Fportlets%2Fcommon%2Fclose.html&run.outputLocale=sk). [cit. 2024-05-08].

TESCO, 2023. *Kľúčové fakty*. Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/o-nas/klucove-fakty>. [cit. 2024-05-08].

TESCO, 08.01.2019. *Prvý hypermarket na Slovensku otvorilo Tesco pred 20 rokmi*. Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/prvy-hypermarket-na-slovensku-otvorilo-tesco-pred-20-rokmi/>. [cit. 2024-05-08].

TESCO, 2023. *Správa o potravinovom odpade 2023*. Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/media/egahls0a/spr%C3%A1va-o-potravinovom-odpade-2023-10.pdf>. [cit. 2024-05-08].

TESCO, 2023. *Správa v oblasti diverzity, rovnosti a inklúzie 2022*. Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/strategia-udrzatelnosti/kolegovia/sprava-v-oblasti-diverzity-a-inkluzie-2022>. [cit. 2024-05-08].

TESCO, 2023. *Správa v oblasti diverzity, rovnosti a inklúzie 2023*. Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/media/grdayulo/spr%C3%A1va-v-oblasti-diverzity-rovnosti-a-inkl%C3%BAzie-2023.pdf>. [cit. 2024-05-08].

TESCO, 2024. *Znižujeme emisie v obchodoch..* Online. In: Tesco Stores a.s.. Dostupné z: <https://corporate.tesco.sk/strategia-udrzatelnosti/planeta/emisie-v-obchodoch>. [cit. 2024-05-08].

ÚRAD PRE REGULÁCIU SIEŤOVÝCH ODVETVÍ, 28.07.2023. *Vývoj cien elektriny a plynu v roku 2023 a odhad na rok 2024 so zameraním na domácnosti*. Online. In: Úrad pre reguláciu sieťových odvetví. Dostupné z: https://www.urso.gov.sk/data/files/625_odhad-vyvoja-regulovanych-cien-energii-2024-28072023.pdf. [cit. 2024-05-08].

WILKINS, Stephen., BECKENUYTE, Carina., a BUTT Muhammad Mihsin, 08.02.2016. *Consumers' behavioral intentions after experiencing deception or cognitive dissonance caused by deceptive packaging, package downsizing or slack filling*. Online. In: University of Plymouth. Dostupné z: [https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/4367/Wilkins,%20Beckenuyte%20and%20Butt%20\(2016\)%20Deceptive%20packaging%20and%20slack%20filling.pdf?sequence=1](https://pearl.plymouth.ac.uk/bitstream/handle/10026.1/4367/Wilkins,%20Beckenuyte%20and%20Butt%20(2016)%20Deceptive%20packaging%20and%20slack%20filling.pdf?sequence=1). [cit. 2024-05-08].

Interné zdroje:

pracovníci oddelenia styku s verejnosťou

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

a.s.	akciová spoločnosť
AD	agregátny dopyt
AS	agregátna ponuka
CB	centrálne banky
COICOP	Klasifikácie individuálnej spotreby podľa účelu
CPI	index spotrebiteľských cien
ČPK	čistý pracovný kapitál
EAT	čistý zisk
EBA	Európska banková autorita
EBA	Európsky orgán pre cenné papiere a trhy
EBIT	zisk pred úrokmi a zdanením
EBITDA	pred úrokmi, zdanením a odpismi
EBT	zisk pred zdanením
ECB	Európska centrálna banka
EIOPA	Európsky orgán pre poisťovníctvo a dôchodkové poistenie zamestnancov
EU	Európska únia
EU27	krajiny Európskej únie
Eurostat	Štatistický úrad Európskych spoločností
GBP	britská libra
HDP	Hrubý domáci produkt
HHI	Herfindahl-Hirschmanov index
IFRS	medzinárodné štandardy finančného účtovníctva
MS	Microsoft
NBS	Národná banka Slovenska
P	cenová hladina

PC	Phillipsová krivka
Q	množstvo
s_n	trhový podiel voči konkurencii
s.r.o.	spoločnosť s ručením obmedzením
SR	Slovenská republika
SRAS	krátkodobá agregátna ponuka
ŠUSR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
$T_{krit.}$	testovacie kritérium
T	oblasť testovania
ÚZ	účtovná závierka
UJ	účtovná jednotka
URSO	Úrad pre reguláciu sieťových odvetví
v.o.s	verejno-obchodná spoločnosť
VO	výskumná otázka
α	alfa, hladina významnosti
π	miera inflácie
‰	promile

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Fázy inflácie.....	14
Obrázok 2 Dopytová inflácia v modeli AS-AD.....	18
Obrázok 3 Ponuková inflácia v modeli AS-AD	19
Obrázok 4 Znázornenie obetovaného produktu HDP.....	23
Obrázok 5 Spotrebiteľský koš a jeho váhy v roku 2024 – klasifikácia COICOP (v %).....	25
Obrázok 6 Phillipsova krivka doplnená o mieru inflácie	29
Obrázok 7 Vývoj HHI indexu n Slovensku za posledných 5 rokov	48
Obrázok 8 Vývoj celkových tržieb z predaja tovaru Tesco plc. (v mil. GBP).....	48
Obrázok 9 Zobrazenie jednotlivých podielov konkurenčných spoločností.....	49
Obrázok 10 Vývoj inflácie vo svete, EU27 a SK	53
Obrázok 11 Vývoj inflácie a spotrebiteľských cien podľa národnej metodiky	55
Obrázok 12 Priemerné náklady na zamestnanca, počet zamestnancov a pridaná hodnota na zamestnanca v Tesco (v tis. EUR)	58
Obrázok 13 Vývoj tržieb a miera inflácie (v %).....	60
Obrázok 14 Vývoj tržieb v maloobchode (špecializované predajne) vs. vývoj tržieb Tesco (v %)	61
Obrázok 15 Vývoj marží Tesco vs. konkurencia (v %).....	62
Obrázok 16 Aktíva a pasíva Tesco (v %)	62
Obrázok 17 Pohlavie.....	86
Obrázok 18 Veková kategória.	86
Obrázok 19 Ukončené vzdelanie.	87
Obrázok 20 Ekonomický status	87
Obrázok 21 Odhadnete, aké % Vašich príjmov tvoria výdaje na potraviny?.....	88
Obrázok 22 Má inflácia dopad na Vaše nákupné správanie?	88
Obrázok 23 Odhadnete, do akej miery ovplyvňuje inflácia Vaše nákupné správanie?.....	89
Obrázok 24 V ktorých oblastiach spotrebiteľského koša má inflácia na Vás najväčší dopad?	90
Obrázok 25 Ktorý z obchodných reťazcov preferujete pri nakupovaní potravín najviac?..	90
Obrázok 26 Kde najčastejšie nakupujete potraviny?	91
Obrázok 27 Aké zmeny ste si všimli vo svojom nákupnom správaní pri kategórií potravín v dôsledku inflácie?	91
Obrázok 28 Zmenila sa Vaša spotreba potravín za posledné dva roky?	92
Obrázok 29 Stretli ste sa za posledné roky s úpravou veľkosti balenia potravín?.....	92
Obrázok 30 Aký je Váš názor na štátnu reguláciu obchodných reťazcov v dobe vysokej inflácie (nad 10%)?	93

Obrázok 31 Aký nástroj pre reguláciu je podľa Vás v dobe vysokej inflácie (nad 10%) vhodné využiť? 94

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 Výpočty ziskov rôznych úrovní	32
Tabuľka 2 Prehľad počtu obchodných prevádzok	47
Tabuľka 3 Vývoj počtu zamestnancov	50
Tabuľka 4 Vývoj priemernej mzdy v Tesco vs. nominálne mzdy	51
Tabuľka 5 SWOT analýza Tesco	52
Tabuľka 6 Vybrané položky spotrebiteľského koša a ich vývoj	56
Tabuľka 7 Medziročné zmeny v % v nákladoch a výnosoch	57
Tabuľka 8 Finančné ukazovatele Tesco v rokoch 2018-2022	63
Tabuľka 9 Výpočet H1	65
Tabuľka 10 Výpočet H2	66
Tabuľka 11 Výpočet H3	67
Tabuľka 12 Výpočet H4	68

ZOZNAM PRÍLOH

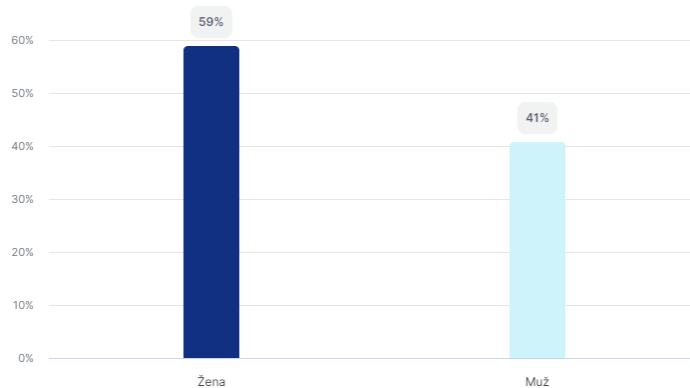
Príloha P I: Dotazník

Príloha P II: Účtovné závierky 2018-2022, spoločnosť Tesco Stores a.s.

PRÍLOHA P I: DOTAZNÍK

1) Pohlavie: 200 odpovedí

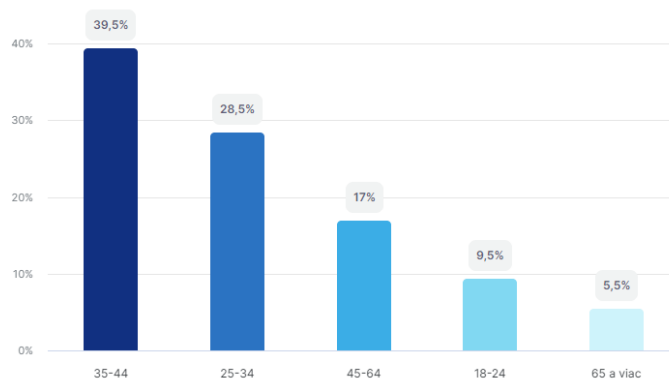
Pohlavie	Početnosť	Relatívna početnosť
Muž	82	41%
Žena	118	59%



Obrázok 17 Pohlavie.

2) Veková kategória: 200 odpovedí

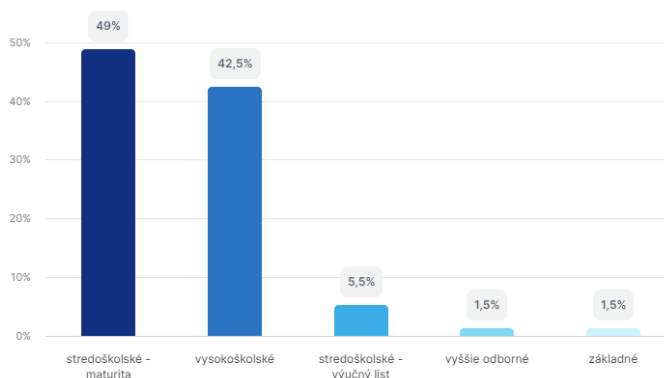
Veková kategória	Početnosť	Relatívna početnosť
18-24	19	9,5%
25-34	57	28,5%
35-44	79	39,5%
45-64	34	17%
65 a viac	11	5,5%



Obrázok 18 Veková kategória.

3) Ukončené vzdelanie: 200 odpovedí

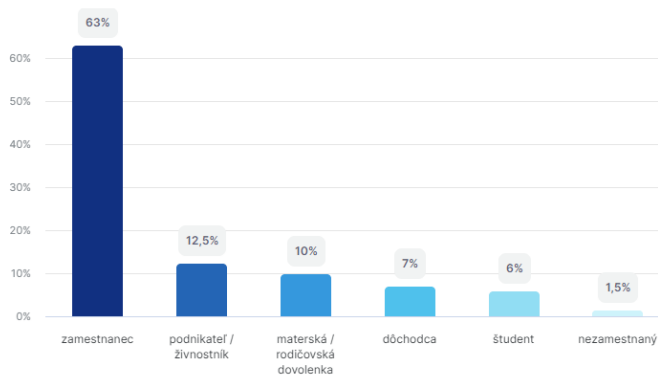
Ukončené vzdelanie	Početnosť	Relatívna početnosť
základné	3	1,5%
stredoškolské – výučný list	11	5,5%
stredoškolské – maturita	98	49%
vyššie odborné	3	1,5%
vysokoškolské	85	42,5%



Obrázok 19 Ukončené vzdelanie.

4) Ekonomický status: 200 odpovedí

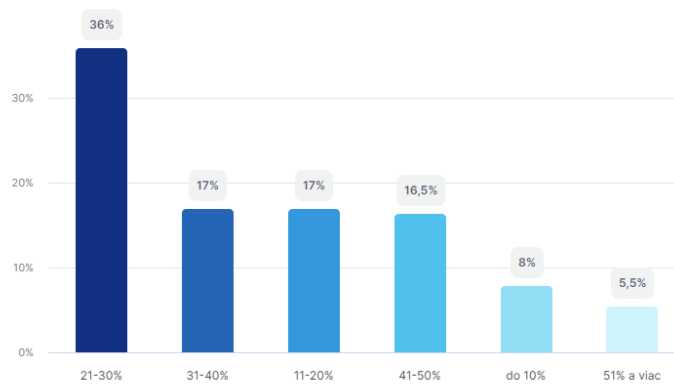
Ekonomický status	Početnosť	Relatívna početnosť
študent	12	6%
nezamestnaný	3	1,5%
zamestnanec	126	63%
podnikateľ / živnostník	25	12,5%
materská / rodičovská dovolenka	20	10%
dôchodca	14	7%



Obrázok 20 Ekonomický status

5) Odhadnete, aké % Vašich príjmov tvoria výdaje na potraviny? 200 odpovedí

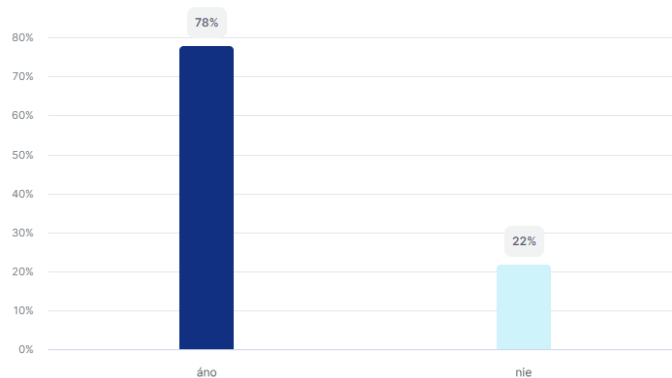
Podiel výdajov na potraviny %	Početnosť	Relatívna početnosť
do 10%	16	8%
11-20%	34	17%
21-30%	72	36%
31-40%	34	17%
41-50%	33	16,5%
51% a viac	11	5,5%



Obrázok 21 Odhadnete, aké % Vašich príjmov tvoria výdaje na potraviny?

6) Má inflácia dopad na Vaše nákupné správanie? 200 odpovedí

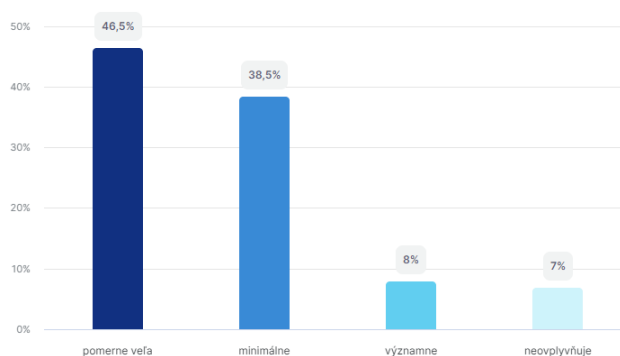
Vplyv inflácie na nákupné správanie	Početnosť	Relatívna početnosť
Áno	156	78%
Nie	44	22%



Obrázok 22 Má inflácia dopad na Vaše nákupné správanie?

7) Odhadnete, do akej miery ovplyvňuje inflácia Vaše nákupné správanie? 200 odpovedí

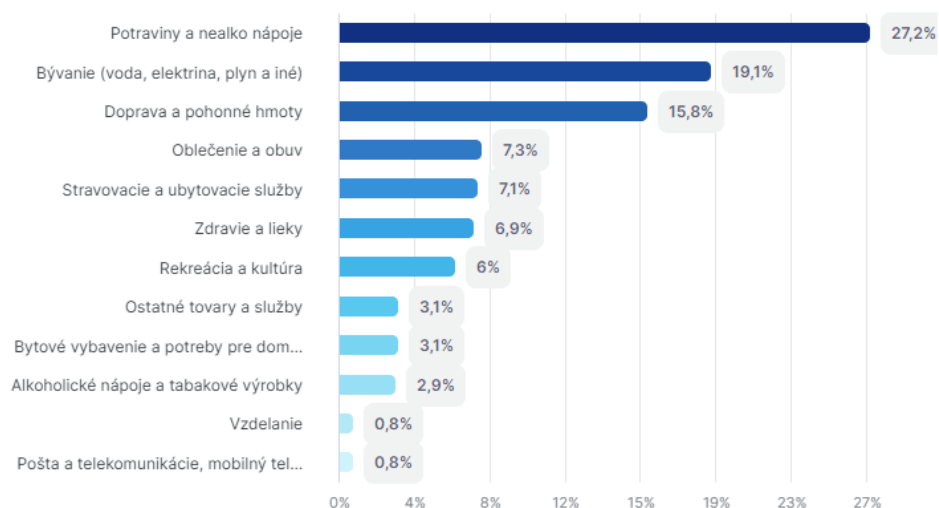
Vplyv inflácie na spotrebiteľa	Početnosť	Relatívna početnosť
neovplyvňuje	14	7%
minimálne	77	38,5%
pomerne veľa	93	46,5%
významne	16	8%



Obrázok 23 Odhadnete, do akej miery ovplyvňuje inflácia Vaše nákupné správanie?

8) V ktorých oblastiach spotrebiteľského koša má inflácia na Vás najväčší dopad? 200 odpovedí

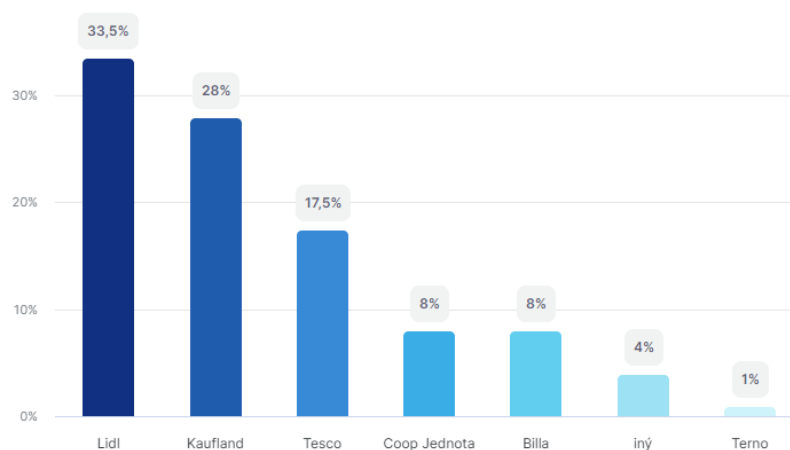
Oblasť spotrebného koša	Početnosť	Relatívna početnosť
Potraviny a nealko nápoje	141	27,2%
Alkoholické nápoje a tabakové výrobky	15	2,9%
Oblečenie a obuv	38	7,3%
Bývanie (voda, elektrina, plyn a iné)	99	19,1%
Bytové vybavenie a potreby pre domácnosť	16	3,1%
Zdravie a lieky	36	6,9%
Doprava a pohonné hmoty	82	15,8%
Pošta a telekomunikácie, mobilný telefón	4	0,8%
Rekreácia a kultúra	31	6%
Vzdelanie	4	0,8%
Stravovacie a ubytovacie služby	37	7,1%
Ostatné tovary a služby	16	3,1%



Obrázok 24 V ktorých oblastiach spotrebiteľského koša má inflácia na Vás najväčší dopad?

9) Ktorý z obchodných reťazcov preferujete pri nakupovaní potravín najviac? 200 odpovedí

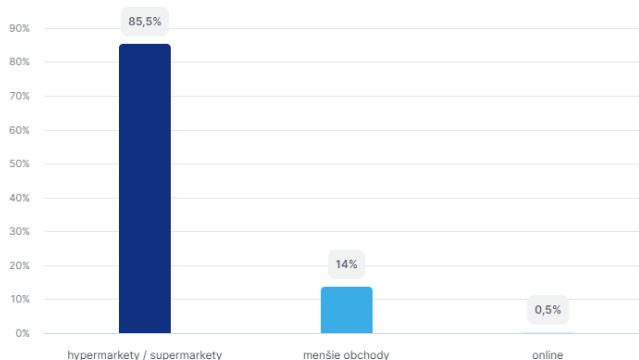
Preferovaný obchodný reťazec	Početnosť	Relatívna početnosť
Tesco	35	17,5%
Lidl	67	33,5%
Billa	16	8%
Kaufland	56	28%
Coop Jednota	16	8%
Terno	2	1%
Iný	8	4%



Obrázok 25 Ktorý z obchodných reťazcov preferujete pri nakupovaní potravín najviac?

10) Kde najčastejšie nakupujete potraviny? 200 odpovedí

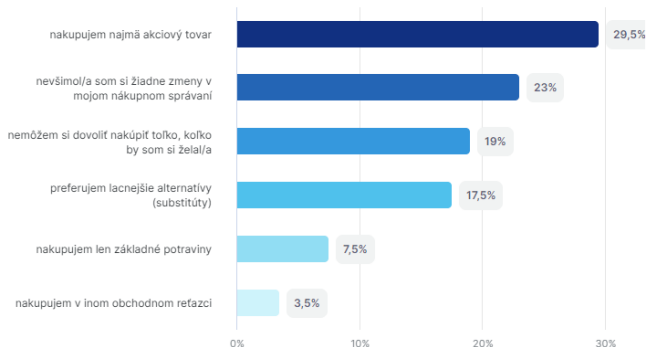
Najviac preferovaný typ obchodu	Početnosť	Relatívna početnosť
hypermarkety / supermarkety	171	85,5%
menšie obchody	28	14%
online	1	0,5%



Obrázok 26 Kde najčastejšie nakupujete potraviny?

11) Aké zmeny ste si všimli vo svojom nákupnom správaní pri kategórii potravín v dôsledku inflácie? 200 odpovedí

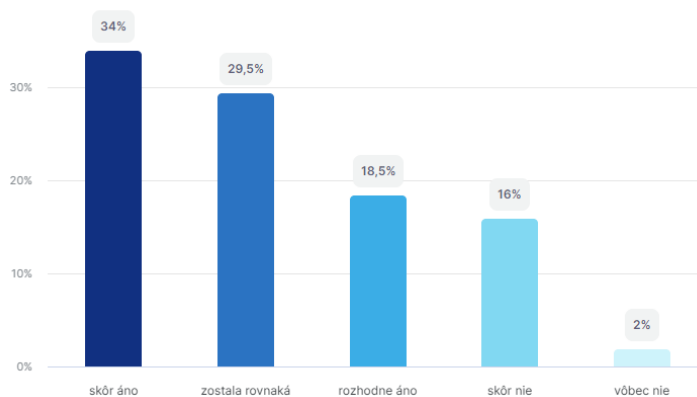
Zmeny v nákupnom správaní	Početnosť	Relatívna početnosť
nemôžem si dovoliť nakúpiť toľko, koľko by som si želal/a	38	19%
nakupujem v inom obchodnom reťazci	7	3,5%
preferujem lacnejšie potraviny	35	17,5%
nakupujem len základné potraviny	15	7,5%
nakupujem najmä akciový tovar	59	29,5%
nevšímol/a som si žiadne zmeny v mojom nákupnom správaní	46	23%



Obrázok 27 Aké zmeny ste si všimli vo svojom nákupnom správaní pri kategórii potravín v dôsledku inflácie?

12) Zmenila sa Vaša spotreba potravín za posledné dva roky? 200 odpovedí

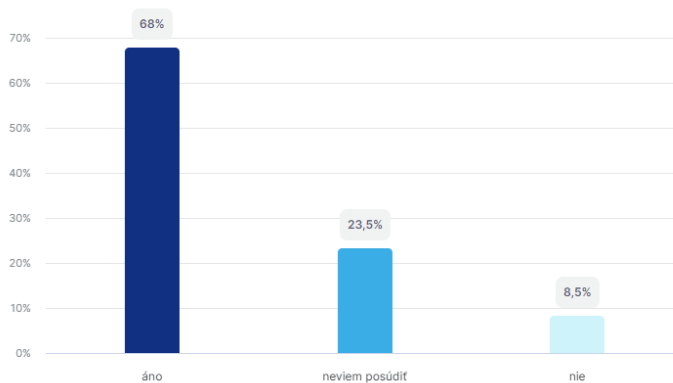
Zmena v spotrebe potravín	Početnosť	Relatívna početnosť
rozhodne áno	37	18,5%
skôr áno	68	34%
zostala rovnaká	59	29,5%
skôr nie	32	16%
vôbec nie	4	2%



Obrázok 28 Zmenila sa Vaša spotreba potravín za posledné dva roky?

13) Stretli ste sa za posledné roky s úpravou veľkosti balenia potravín? 200 odpovedí

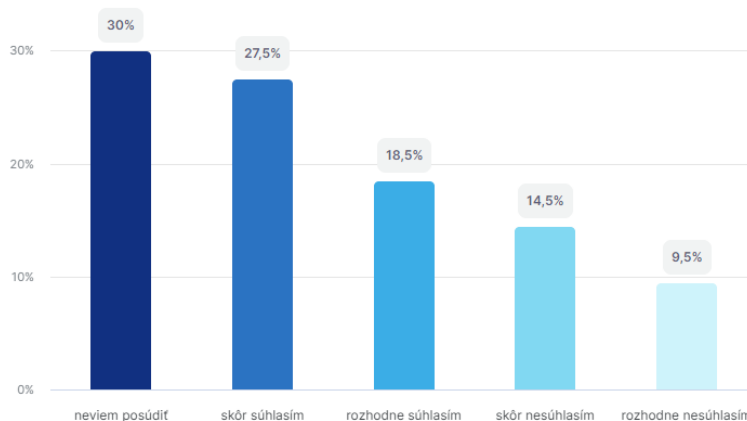
Zmena objemu/ veľkosti potravín	Početnosť	Relatívna početnosť
áno	136	68%
nie	17	23,5%
neviem posúdiť	47	8,5%



Obrázok 29 Stretli ste sa za posledné roky s úpravou veľkosti balenia potravín?

14) Aký je Váš názor na štátnu reguláciu obchodných reťazcov v dobe vysokej inflácie (nad 10%)? 200 odpovedí

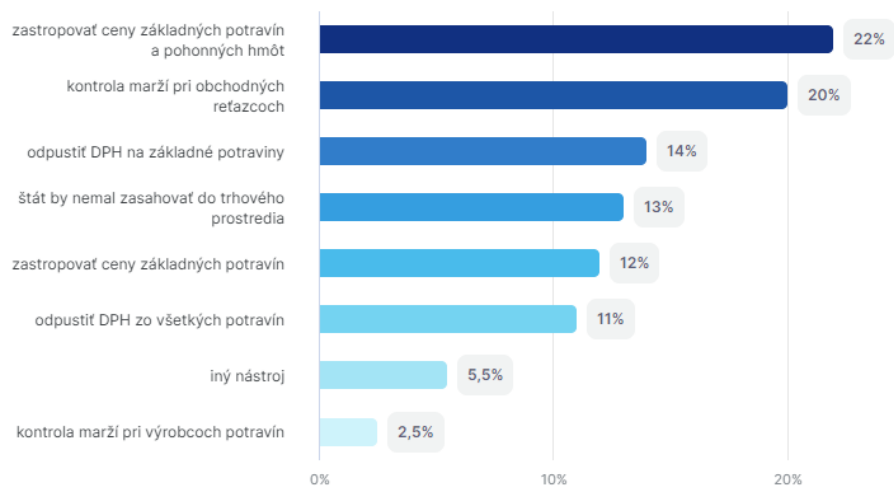
Zmena v spotrebe potravín	Početnosť	Relatívna početnosť
rozhodne súhlasím	37	18,5%
skôr súhlasím	55	27,5%
skôr nesúhlasím	29	14,5%
rozhodne nesúhlasím	19	9,5%
neviem posúdiť	60	30%



Obrázok 30 Aký je Váš názor na štátnu reguláciu obchodných reťazcov v dobe vysokej inflácie (nad 10%)?

15) Aký nástroj pre reguláciu je podľa Vás v dobe vysokej inflácie (nad 10%) vhodné využiť? 200 odpovedí

Preferovaný nástroj - inflácia	Početnosť	Relatívna početnosť
odpustiť DPH na základné potraviny	28	14%
odpustiť DPH zo všetkých potravín	22	11%
zastropovať ceny základných potravín	24	12%
zastropovať ceny základných potravín a pohonných hmôt	44	22%
kontrola marží pri výrobcov potravín	5	2,5%
kontrola marží pri obchodných reťazcoch	40	20%
iný nástroj	11	5,5%
štát by nemal zasahovať do trhového prostredia	26	13%



Obrázok 31 Aký nástroj pre reguláciu je podľa Vás v dobe vysokej inflácie (nad 10%) vhodné využiť?

PRÍLOHA P II: ÚČTOVNÉ ZÁVIERKY

Typ 2014 (2018 až 2022) Prehľad účtovných závierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Aktíva	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
A	Spolu majetok [02+33+74]	001	1 043 345 000,00	1 003 961 000,00	927 047 000,00	921 199 000,00	921 849 000,00
A.I.1	Neobčasný majetok [03+11+21]	002	648 725 000,00	689 072 000,00	801 230 000,00	797 598 000,00	661 994 000,00
A.I.2	Dlhodobý nehmotný majetok súčet [04 až 10]	003	52 000,00	116 000,00	164 000,00	179 000,00	1 085 000,00
A.I.1.1	Aktivované náklady	004					
A.I.2	Software	005	28 000,00	42 000,00	55 000,00	3 000,00	987 000,00
A.I.3	Oceňiteľné práva	006	24 000,00	74 000,00	109 000,00	79 000,00	97 000,00
A.I.4	Goodwill	007					
A.I.5	Ostatný dlhodobý nehmotný majetok	008					
A.I.6	Obstarávaný dlhodobý nehmotný majetok	009					
A.I.7	Poskytnuté preddávky na dlhodobý nehmotný majetok	010					
A.I.8	Dlhodobý hmotný majetok súčet [12 až 20]	011	633 098 000,00	671 131 000,00	784 917 000,00	781 844 000,00	645 334 000,00
A.I.1.1	Pozemky	012	133 955 000,00	150 082 000,00	178 515 000,00	175 511 000,00	171 990 000,00
A.I.2	Stavby	013	293 490 000,00	337 353 000,00	427 276 000,00	411 718 000,00	406 075 000,00
A.I.3	Samostatné hmotné veci a súbory hmotných vecí	014	68 619 000,00	62 903 000,00	66 263 000,00	64 520 000,00	58 966 000,00
A.I.4	Pestovateľské celky trvalých porastov	015					
A.I.5	Základné stádo a ťažné zvieratá	016	124 790 000,00	113 416 000,00	109 760 000,00	110 860 000,00	8 303 000,00
A.I.6	Ostatný dlhodobý hmotný majetok	017	12 244 000,00	7 377 000,00	3 103 000,00	19 235 000,00	
A.I.7	Obstarávaný dlhodobý hmotný majetok	018					
A.I.8	Poskytnuté preddávky na dlhodobý hmotný majetok	019					
A.I.9	Opravná položka k nadobudnutému majetku	020					
A.I.1	Dlhodobý finančný majetok súčet [22 až 32]	021	15 575 000,00	17 825 000,00	16 149 000,00	15 575 000,00	15 575 000,00
A.I.1.1	Podielové cenné papiere a podiely v prepojených účtovných jednotkách	022	15 575 000,00	17 825 000,00	16 149 000,00	15 575 000,00	15 575 000,00
A.I.2	Podielové cenné papiere a podiely s podielovou účasťou o 023	023					
A.I.3	Ostatné realizovateľné cenné papiere a podiely [063A]/05	024					
A.I.4	Pôžičky prepojeným účtovným jednotkám [066A]/096A/ 025	025					
A.I.5	Pôžičky v rámci podielovej účasti okrem prepojeným účtov 026	026					
A.I.6	Ostatné pôžičky [067A]/096A/	027					
A.I.7	Dlhové cenné papiere a ostatný dlhodobý finančný majetok	028					
A.I.8	Pôžičky a ostatný dlhodobý finančný majetok so zostatkov 029	029					
A.I.9	Účty v bankách s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok [2 030	030					
A.I.10	Obstarávaný dlhodobý finančný majetok [043]/096A/	031					
A.I.11	Poskytnuté preddávky na dlhodobý finančný majetok [05]/032	032	221 140 000,00	195 532 000,00	125 817 000,00	123 601 000,00	259 855 000,00
B	Občasný majetok [34+41+53+66+71]	033	64 818 000,00	54 032 000,00	54 943 000,00	50 381 000,00	57 080 000,00
B.I.	Zásoby súčet [35 až 40]	034					
B.I.1	Materiál	035					
B.I.2	Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby	036					
B.I.3	Výrobky	037					
B.I.4	Zvieratá	038					
B.I.5	Tovar	039	64 818 000,00	54 032 000,00	54 943 000,00	50 381 000,00	57 080 000,00
B.I.6	Poskytnuté preddávky na zásoby	040					
B.I.1	Dlhodobé pohľadávky súčet [42+46 až 52]	041					
B.I.1.1	Pohľadávky z obchodného styku súčet [43 až 45]	042					
B.I.1.a	Pohľadávky z obchodného styku voči prepojeným účtovným 043	043					

Typ 2014 (2018 až 2022) Prehľad účtovných závierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Aktiva	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
B.II.1.b.	Pohľadávky z obchodného styku v rámci podielovej účasti	044					
B.II.1.c.	Ostatné pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 31: 045						
B.II.2	Čistá hodnota zájazky	046					
B.II.3	Ostatné pohľadávky voči prepojeným účtovným jednotkám 047						
B.II.4	Ostatné pohľadávky v rámci podielovej účasti okrem pohlt 048						
B.II.5	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu 049						
B.II.6	Pohľadávky z derivátových operácií (373A, 376A)	050					
B.II.7	Iné pohľadávky 051						
B.II.8	Odlôžená daňová pohľadávka 052		123 177 000,00	119 521 000,00	36 102 000,00	52 406 000,00	157 546 000,00
B.II.	Krátkodobé pohľadávky súčet [54+58 až 065]	053					
B.III.1	Pohľadávky z obchodného styku súčet [55 až 57]	054	25 123 000,00	21 150 000,00	22 596 000,00	17 792 000,00	24 983 000,00
B.III.1.a.	Pohľadávky z obchodného styku voči prepojeným účtovným 055						
B.III.1.b.	Pohľadávky z obchodného styku v rámci podielovej účasti 056						
B.III.1.c.	Ostatné pohľadávky z obchodného styku (311A, 312A, 31: 057						
B.III.2	Čistá hodnota zájazky 058		92 757 000,00	96 097 000,00	10 253 000,00	19 000 000,00	125 011 000,00
B.III.3	Ostatné pohľadávky voči prepojeným účtovným jednotkám 059						
B.III.4	Ostatné pohľadávky v rámci podielovej účasti okrem pohlt 060						
B.III.5	Pohľadávky voči spoločníkom, členom a združeniu 061						
B.III.6	Sociálne poistenie 062						
B.III.7	Darové pohľadávky a dotácie 063			0,00	251 000,00	11 254 000,00	19 000,00
B.III.8	Pohľadávky z derivátových operácií 064		295 000,00	803 000,00	389 000,00	0,00	
B.III.9	Iné pohľadávky 065		5 002 000,00	1 471 000,00	2 613 000,00	4 360 000,00	7 533 000,00
B.IV.	Krátkodobý finančný majetok súčet [67 až 70]	066					
B.IV.1	Krátkodobý finančný majetok v prepojených účtovných jer 067						
B.IV.2	Krátkodobý finančný majetok bez krátkodobého finančné 068						
B.IV.3	Vlastné akcie a vlastné obchodné podiely (252)	069					
B.IV.4	Obstarávaný krátkodobý finančný majetok (259, 314A)/? 070						
B.V.	Finančné úcty súčet [72+73]	071	33 145 000,00	21 979 000,00	34 772 000,00	20 814 000,00	45 229 000,00
B.V.1.	Peniaze 072		13 115 000,00	16 132 000,00	15 274 000,00	13 099 000,00	10 184 000,00
B.V.2.	Úcty v bankách 073		20 030 000,00	5 847 000,00	19 498 000,00	7 715 000,00	35 045 000,00
C	Časové rozlíšenie súčet [75 až 78]	074	173 480 000,00	119 357 000,00			
C.1	Náklady budúcich období dlhodobé 075						
C.2	Náklady budúcich období krátkodobé 076						
C.3	Príjmy budúcich období dlhodobé 077						
C.4	Príjmy budúcich období krátkodobé 078						

Typ 2014 (2018 až 2022) Prehľad účtovných závierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Pasíva	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
A	Spolu vlastné imanie a záväzky [80+101+141]	079	1 043 345 000,00	1 003 961 000,00	927 047 000,00	921 199 000,00	921 849 000,00
A.I	Vlastné imanie [81+85+86+87+90+93+97+100]	080	615 369 000,00	623 756 000,00	585 879 000,00	586 860 000,00	682 583 000,00
A.I.1	Základné imanie súčet [82 až 84]	081	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00
A.I.1.1	Základné imanie	082	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00	469 960 000,00
A.I.2	Zmena základného imania	083					
A.I.3	Pohládavy za upísané vlastné imanie	084					
A.II	Emisné ážio	085					
A.III	Ostatné kapitálové fondy	086					
A.IV	Zákonny rezervný fond [88+89]	087	69 452 000,00	61 966 000,00	57 064 000,00	49 740 000,00	44 762 000,00
A.IV.1	Zákonny rezervný fond a nedeliteľný fond	088	69 452 000,00	61 966 000,00	57 064 000,00	49 740 000,00	44 762 000,00
A.IV.2	Rezervný fond na vlastné akcie a vlastné podiely	089					
A.V	Ostatné fondy zo zisku [91+92]	090					
A.V.1	Statutárne fondy	091					
A.V.2	Ostatné fondy	092					
A.VI	Oceňovacie rozdiely z precenenia súčet [94 až 96]	093					
A.VI.1	Oceňovacie rozdiely z precenenia majetku a záväzkov súčet 094	094					
A.VI.2	Oceňovacie rozdiely z kapitálových účastí	095					
A.VI.3	Oceňovacie rozdiely z precenenia pri zluččení, splynutí a ro. 096	096					
A.VII	Výsledok hospodárenia minulých rokov [98+99]	097	75 957 000,00	91 830 000,00	58 855 000,00	67 160 000,00	167 861 000,00
A.VII.1	Nerozdelený zisk z minulých rokov	098	75 957 000,00	91 830 000,00	58 855 000,00	67 160 000,00	167 861 000,00
A.VII.2	Neuhradená strata minulých rokov	099					
A.VIII	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zriadení [0: 100]	100	427 976 000,00	380 205 000,00	341 168 000,00	334 339 000,00	239 265 000,00
B	Záväzky [102+119+121+122+136+139+140]	101	198 700 000,00	181 677 000,00	176 213 000,00	169 255 000,00	42 411 000,00
B.I	Dlhodobé záväzky súčet [103+107 až 117]	102					
B.I.1	Dlhodobé záväzky z obchodného styku súčet [104 až 106]	103					
B.I.1.a	Záväzky z obchodného styku voči prepojeným účtovným jr 104	104					
B.I.1.b	Záväzky z obchodného styku v rámci podielovej účasti okr. 105	105					
B.I.1.c	Ostatné záväzky z obchodného styku	106					
B.I.2	Čistá hodnota záväzky	107					
B.I.3	Ostatné záväzky voči prepojeným jednotkám	108					
B.I.4	Ostatné záväzky v rámci podielovej účasti okrem záväzkov 109	109					
B.I.5	Ostatné dlhodobé záväzky	110					
B.I.6	Dlhodobé prijaté preddiavky	111					
B.I.7	Dlhodobé zmenky na úhradu	112					
B.I.8	Vydané dlhopisy	113					
B.I.9	Záväzky zo sociálneho fondu	114					
B.I.10	Iné dlhodobé záväzky	115	151 038 000,00	132 674 000,00	130 975 000,00	130 706 000,00	8 307 000,00
B.I.11	Dlhodobé záväzky z derivátových operácií	116					
B.I.12	Odložené daňové záväzky	117	47 662 000,00	49 003 000,00	45 238 000,00	38 549 000,00	34 104 000,00
B.II	Dlhodobé rezervy [119+120]	118	6 194 000,00	6 129 000,00	2 472 000,00		
B.II.1	Zákonné rezervy	119					
B.II.2	Ostatné rezervy	120	6 194 000,00	6 129 000,00	2 472 000,00		
B.III	Dlhodobé bankové úvery	121					

Typ 2014 (2018 až 2022) Prehľad účtovných závierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Passiva	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
B.IV.	Krátkodobé záväzky súčet [123+127 až 135]	122	216 146 000,00	185 989 000,00	155 939 000,00	158 331 000,00	184 452 000,00
B.IV.1.	Záväzky z obchodného styku súčet [124 až 126]	123	95 145 000,00	68 807 000,00	64 257 000,00	58 392 000,00	77 771 000,00
B.IV.1.a.	Záväzky z obchodného styku voči prepojeným účtovným j. 124	124	5 715 000,00	2 960 000,00	4 230 000,00	5 448 000,00	6 117 000,00
B.IV.1.b.	Záväzky z obchodného styku v rámci podielovej úasti okr. 125	125					
B.IV.1.c.	Ostatné záväzky z obchodného styku	126	89 430 000,00	65 847 000,00	60 027 000,00	52 944 000,00	71 654 000,00
B.IV.2.	Čistá hodnota zákazky	127					
B.IV.3.	Ostatné záväzky voči prepojeným účtovným jednotkám	128	11 270 000,00	8 238 000,00	7 956 000,00	9 699 000,00	13 145 000,00
B.IV.4.	Ostatné záväzky v rámci podielovej úasti okrem záväzkov 129	129					
B.IV.5.	Záväzky voči spoločníkom a združeniu	130					
B.IV.6.	Záväzky voči zamestnancom	131	7 503 000,00	7 072 000,00	6 705 000,00	6 511 000,00	6 147 000,00
B.IV.7.	Záväzky zo sociálneho poistenia	132					
B.IV.8.	Darové záväzky a dotácie	133	8 669 000,00	8 795 000,00	0,00	0,00	1 344 000,00
B.IV.9.	Záväzky z derivátových operácií	134	299 000,00	0,00	30 000,00	14 000,00	2 000,00
B.IV.10.	Iné záväzky	135	93 260 000,00	93 077 000,00	76 991 000,00	83 715 000,00	86 043 000,00
B.V.	Krátkodobé rezervy [137+138]	136	6 936 000,00	6 410 000,00	6 544 000,00	6 753 000,00	12 402 000,00
B.V.1.	Základné rezervy	137					
B.V.2.	Ostatné rezervy	138	6 936 000,00	6 410 000,00	6 544 000,00	6 753 000,00	12 402 000,00
B.VI.	Bežné bankové úvery	139					
B.VII.	Krátkodobé finančné výpomoci	140					
C.	Časové rozlíšenie súčet [142 až 145]	141					
C.1.	Výdavky budúcich období dlhodobé	142					
C.2.	Výdavky budúcich období krátkodobé	143					
C.3.	Výnosy budúcich období dlhodobé	144					
C.4.	Výnosy budúcich období krátkodobé	145					

Typ 2014 (2018 až 2022) Prehľad účtovných závierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Výkaz ziskov a strát	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
*	Čistý obrat (časť účt. Tr. 6 podľa zákona)	01					
**	Výnosy z hospodárskej činnosti spolu súčet [03 až 09]	02	1 647 945 000,00	1 501 127 000,00	1 400 885 000,00	1 441 428 000,00	1 440 406 000,00
I.	Tržby z predaja tovaru	03	1 564 234 000,00	1 432 176 000,00	1 351 462 000,00	1 376 287 000,00	1 367 404 000,00
II.	Tržby z predaja vlastných výrobkov	04					
III.	Tržby z predaja služieb	05					
IV.	Zmeny stavu vnútroorganizačných zásob	06	72 282 000,00	58 292 000,00	41 532 000,00	55 839 000,00	65 867 000,00
V.	Aktivácia	07				17 000,00	71 000,00
VI.	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku, dlhod. 08		2 295 000,00	2 530 000,00	497 000,00	-60 000,00	405 000,00
VII.	Ostatné výnosy z hospodárskej činnosti	09	9 134 000,00	8 129 000,00	7 394 000,00	9 345 000,00	6 659 000,00
**	Náklady na hospodársku činnosť spolu [11+12+13+14+15+10]		1 560 401 000,00	1 395 596 000,00	1 325 303 000,00	1 340 665 000,00	1 402 089 000,00
A.	Náklady vynaložené na obstaranie predaného tovaru	11	1 156 614 000,00	1 051 316 000,00	1 000 521 000,00	1 035 404 000,00	1 022 475 000,00
B.	Spotreba materiálu, energie a ostatných neskladovateľných 12		36 018 000,00	22 135 000,00	22 052 000,00	22 891 000,00	22 790 000,00
C.	Opravné položky k zásobám	13					
D.	Služby	14	141 141 000,00	124 625 000,00	115 658 000,00	123 096 000,00	138 387 000,00
E.	Osobné náklady [16 až 19]	15	157 757 000,00	151 564 000,00	142 105 000,00	137 131 000,00	132 890 000,00
E.1.	Mzdové náklady	16	115 409 000,00	109 988 000,00	102 797 000,00	98 272 000,00	95 473 000,00
E.2.	Odmeny členom orgánov spoločnosti a družstva	17					
E.3.	Náklady na sociálne poistenie	18					
E.4.	Sociálne náklady	19	35 005 000,00	35 384 000,00	33 781 000,00	32 857 000,00	31 749 000,00
F.	Dane a poplatky	20	7 343 000,00	6 192 000,00	5 527 000,00	6 002 000,00	5 668 000,00
G.	Odpisy a opravné položky k dlhodobému nehmotnému m: 21		2 075 000,00	2 857 000,00	3 359 000,00	2 931 000,00	3 341 000,00
G.1.	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého h: 22		52 005 000,00	33 015 000,00	33 024 000,00	11 049 000,00	74 373 000,00
G.2.	Opravné položky k dlhodobému nehmotnému majetku a c: 23						
H.	Zostatková cena predaného dlhodobého majetku a predar: 24		3 000,00		286 000,00		
I.	Opravné položky k pohládkam	25					
J.	Ostatné náklady na hospodársku činnosť	26	14 788 000,00	10 084 000,00	8 288 000,00	8 163 000,00	7 833 000,00
***	Výsledok hospodárenia z hospodárskej činnosti [02-10]	27	87 544 000,00	105 531 000,00	75 582 000,00	100 763 000,00	38 317 000,00
*	Pridaná hodnota [(03+04+05+06+07)-(11+12+13+14)]	28	302 743 000,00	292 392 000,00	254 753 000,00	250 752 000,00	249 690 000,00
**	Výnosy z finančnej činnosti spolu [30+31+35+39+42+43+44]	29	2 529 000,00	1 515 000,00	373 000,00	817 000,00	32 290 000,00
VIII.	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	30					
IX.	Výnosy z dlhodobého finančného majetku [32 až 34]	31					
IX.1.	Výnosy z cenných papierov a podielov od prepojených út: 32						
IX.2.	Výnosy z cenných papierov a podielov v podielovej účasti: 33						
IX.3.	Ostatné výnosy z cenných papierov a podielov	34					
X.	Výnosy z krátkodobého finančného majetku súčet [36 až 35]	35					
X.1.	Výnosy z krátkodobého finančného majetku od prepojený: 36						
X.2.	Výnosy z krátkodobého finančného majetku v podielovej: 37						
X.3.	Ostatné výnosy z krátkodobého finančného majetku	38					
XI.	Výnosové úroky [40+41]	39	1 251 000,00			817 000,00	561 000,00
XI.1.	Výnosové úroky od prepojených účtovných jednotiek	40	1 251 000,00			817 000,00	561 000,00
XI.2.	Ostatné výnosové úroky	41	1 278 000,00	1 071 000,00	373 000,00	817 000,00	675 000,00
XII.	Kurzové zisky	42		444 000,00			39 000,00
XIII.	Výnosy z precenenia cenných papierov a výnosy z derivát: 43						

Typ 2014 [2018 až 2022] Prehľad účtovných zázvierok firmy TESCO STORES SR, a.s.

Zdroj dát	Výkaz ziskov a strát	Číslo	2022	2021	2020	2019	2018
XIV.	Ostatné výnosy z finančnej činnosti	44					
**	Náklady na finančnú činnosť spolu [46+47+48+49+52+53+ 45		11 817 000,00	10 585 000,00	10 989 000,00	10 678 000,00	3 980 000,00
K.	Predané cenné papiere a podiely	46					
L.	Náklady na krátkodobý finančný majetok	47				290 000,00	
M.	Opravné položky k finančnému majetku	48					
N.	Nákladové úroky [50+51]	49	5 858 000,00	5 730 000,00	5 553 000,00	5 675 000,00	37 000,00
N.1.	Nákladové úroky pre prepojené účtovné jednotky	50					
N.2.	Ostatné nákladové úroky	51	5 858 000,00	5 730 000,00	5 553 000,00	5 675 000,00	37 000,00
O.	Kurzové straty	52			781 000,00	180 000,00	
P.	Náklady na precenenie cenných papierov a náklady na der	53	612 000,00			31 000,00	
Q.	Ostatné náklady na finančnú činnosť	54	5 347 000,00	4 855 000,00	4 655 000,00	4 502 000,00	3 943 000,00
****	Výsledok hospodárenia z finančnej činnosti [29-45]	55	-9 288 000,00	-9 070 000,00	-10 616 000,00	-9 861 000,00	28 310 000,00
****	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie pred zdanením	56	78 256 000,00	96 461 000,00	64 966 000,00	90 902 000,00	66 627 000,00
R.	Daň z príjmov [58+59]	57	20 791 000,00	21 602 000,00	15 940 000,00	17 669 000,00	16 842 000,00
R.1.	Daň z príjmov spätná	58	22 132 000,00	17 836 000,00	9 251 000,00	8 914 000,00	20 667 000,00
R.2.	Daň z príjmov odložená	59	-1 341 000,00	3 766 000,00	6 689 000,00	8 755 000,00	-3 825 000,00
S.	Prevod podielov na výsledku hospodárenia spoločníkom	60					
****	Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie po zdanení [51-61]		57 465 000,00	74 859 000,00	49 026 000,00	73 233 000,00	49 784 000,00