

CHALLENGES AND ISSUES OF SUPPLIERS EVALUATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE GLOBAL ENVIRONMENT

Dagmar Benediktová

Abstrakt

The topic of this article are Challenges and issues of suppliers evaluation of industrial enterprises in the global environment. The main aim is to find out with what positive aspects and challenges are encountered by workers who are evaluating suppliers precisely in connection with the global economic environment in which today's suppliers and their buyers from industrial companies operate. Methods to be used are: study and analysis of professional literature, questionnaire survey among industrial enterprises. Among the most important vendors' ratings in the current global environment that the respondents put were: the possibility to inspect information in official online registers (trade register, insolvency register, etc.), the ability to trace information, referrals via internet search engines, and the fact that today's rating very often in enterprises is carried out with the help of information systems (such as SAP). The most frequently mentioned challenges mentioned by the respondents were the following: a combination of several different existing methods of assessment using technology, international real-time data validation for evaluation, as well as other technical developments in the field of supplier evaluation. On the contrary, The negative ones mentioned by the respondents were considered in particular to be the following: a great deal of information that is not clear, a negative that 73% of respondents agree, the fact that a number of available information is difficult to verify and also difficult to compare suppliers from different Countries, different conditions, etc.

Keywords

Evaluation, Global Environment, Industrial Enterprises, Supplier

I. Úvod

Tématem tohoto příspěvku jsou výzvy a problémy hodnocení dodavatelů průmyslových podniků v globálním prostředí. Téma bylo zvoleno s ohledem na skutečnost, že současné globální prostředí je ve srovnání s dřívějšími dobami do značné míry specifické. Usnadňuje dálkovou komunikaci, ale i dodávání produktů či materiálů na velké vzdálenosti, umožňuje rychlejší domluvu i realizaci objednávek od dodavatelů a také očekává rychlejší odezvu na straně dodavatele. Umožňuje volit z většího množství dodavatelů, protože v dnešní globální ekonomice, s dopravními sítěmi a možnostmi komunikace přes mobilní telefony a internet prakticky kdykoliv a kdekoliv, je jednodušší se domluvit i s dodavatelem ze vzdálenějšího regionu na určité dodávce. Stejně tak existují různé produkty a materiály, ze kterých lze vybírat, je jednodušší dohledat řadu informací apod. Na druhou stranu s sebou hodnocení dodavatelů v globálním prostředí nese celou řadu problémů, které jsou spojeny právě s velkým počtem dodavatelů na trhu, ale i s tím, že dodavatelé někdy pocházejí z různých částí země, ale i ze zahraničí. Právě s ohledem na skutečnost, že se jedná o velmi aktuální problémy, bylo uvedené téma pro tento příspěvek zvoleno.

Dalším důvodem, pro volbu uvedeného tématu je fakt, že autorka v současnosti zpracovává disertační práci se zaměřením na modely hodnocení dodavatelů v průmyslových podnicích, přičemž problematika vlivu globálního prostředí na hodnocení dodavatelů se samozřejmě tématu disertační práce do určité míry dotýká, tudíž ji nelze opomíjet a jedná se o vhodné doplnění výzkumu realizovaného v rámci disertační práce. Dalším důvodem pro volbu tématu pak byly důvody profesní, protože autorka pracuje v rámci nákupního oddělení velkého průmyslového podniku v rámci automobilového průmyslu, tudíž má s problémy i výzvami vlastní praktické zkušenosti,

přičemž příspěvek pak ověřuje, zda se s podobnými výzvami a problémy setkávají i pracovníci nákupních oddělení v jiných průmyslových podnicích., či nikoliv.

Cílem příspěvku v návaznosti na výše uvedené aspekty je zjistit, s jakými pozitivy, výzvami a s jakými problémy se setkávají pracovníci, kteří se věnují hodnocení dodavatelů, právě v souvislosti s globálním hospodářským prostředím, ve kterém v dnešní době dodavatelé, ale i jejich odběratelé z řad průmyslových podniků působí.

Za účelem naplnění uvedeného cíle byla prostudována dostupná odborná literatura zaměřená na problematiku současného hodnocení dodavatelů v kontextu globálního prostředí a následně je realizován vlastní výzkum, který má podobu dotazníkového šetření mezi průmyslovými podniky se zaměřením na hodnocení dodavatelů v kontextu globálního prostředí.

II. Teoretická východiska

Hodnocení dodavatelů

Hodnocení dodavatelů probíhá v rámci samotného výběru dodavatelů, ovšem úkolem oddělení nákupu je i průběžná kontrola již existujících dodavatelů a zjišťování jejich kompatibility s předem stanovenými kritérii. Kladné hodnocení současného dodavatele je přitom předpokladem pro rozhodování odběratele o pokračování spolupráce, o modifikaci či o úplném zrušení obchodních vztahů.¹

Pro kupující spočívá samotný základ hodnocení dodavatelů ve stanovení určitých kritérií, která vycházejí ze základních ukazatelů. Teprve po bližší specifikaci těchto ukazatelů na konkrétní kritéria může probíhat samotný proces hodnocení. Základní ukazatele jsou chápány jako souhrn dodavatelských služeb, mezi které patří zejména dodací lhůta (čas), dodací spolehlivost, dodací pružnost (flexibilita) a dodací kvalita.²

Dodací lhůta vyjadřuje dobu, která uplyne od předání objednávky odběratele až po moment dostupnosti výrobků u odběratele. Pro kupujícího je výhodná kratší dodací lhůta, která umožňuje snížit stavy zásob a tím nižší dodatečné náklady.

Dodací spolehlivost vyjadřuje pravděpodobnost, s jakou bude dodací lhůta dodržena. Případné zpoždění může mít za následek poruchy podnikového procesu a tím zvyšování nákladů na jejich odstranění. Důležité jsou především spolehlivost pracovních postupů a dodací pohotovost na straně dodavatele.

Dodací pružnost pak vyjadřuje pružnost reakcí expedičního systému dodavatele na požadavky a přání odběratele, které se v čase mění. Patří sem zejména odběr množství, způsob předání a dodací modalita (druh balení, dopravní varianty, možnosti dodávky na výzvu atd.).

Dodací kvalita je kritériem, které vyjadřuje přesnost dodání a stavu dodávky. Její součástí je i obal, který svým charakterem určuje odolnost výrobku vůči vnějším vlivům a poškození při transportu. Při posouzení dodávky jako nepoužitelné, ať už na expedování nebo pro použití ve výrobě, je možné dodat náhradou jinou dodávku, která bude splňovat požadované atributy. V tomto případě však dochází k prodloužení dodací lhůty, což způsobuje dodatečné náklady. Dodací kvalita je proto jeden z nejdůležitějších ukazatelů, které by měla dodavatelská služba splňovat.³

Jedním z hlavních ukazatelů, kromě výše zmíněných, je cena vyjádřená cenovou nabídkou spolu s možností uplatnit množstevní a jiné slevy. Při hodnocení situace na nákupním trhu, a následně při samotném výběru dodavatele se obvykle aplikuje jedna z používaných metod hodnocení dodavatelů.

¹ Nenadál (2006).

² Pfefferli (2002).

³ Pfefferli (2002).

Četnost hodnocení

V návaznosti na metody hodnocení dodavatelů a zvolené kritéria je pro podnik stejně důležité provést rozhodnutí týkající se frekvence tohoto hodnocení dodavatelů. Jinak řečeno určit, jak často budou pracovníci podniku přistupovat k procesu hodnocení a následnému výběru dodavatelů. V nejobecnější rovině můžeme v tomto směru hovořit o dvou základních přístupech a to o pravidelném a nepravidelném hodnocení.⁴

U pravidelného přístupu k hodnocení dodavatelů podnik aplikuje proces hodnocení v pravidelných intervalech, zpravidla měsíčních nebo čtvrtletních. Ve smyslu tohoto přístupu tak pracovníci podniku pravidelně přistupují k procesu hodnocení a snaží se na základě získaných informací hodnotit jak dosavadní přínos dodavatelů pro podnik, tak jejich vývoj z hlediska úrovně spolupráce.⁵ Při tomto procesu je třeba, aby v podniku byly řádně automatizované postupy objektivního hodnocení dodavatelů, a to především za účelem efektivního a hlavně rychlého hodnocení dodavatelů.

Druhý přístup je pak představován prostřednictvím pravidelné kontroly, která je podrobnější a současně časově více náročná na své uskutečnění. Vzhledem k detailnosti a náročnosti takového způsobu hodnocení se doporučuje, aby podrobné hodnocení bylo prováděné maximálně dvakrát do roka.⁶

Stejně tak je možné v široké míře doporučit, aby i takové hodnocení nebylo prováděné ve vztahu ke všem dodavatelům, ale jen těm, kteří jsou označeni jako strategičtí, tedy takoví, kteří mají pro podnik mimořádný význam. Oba možné přístupy k frekvenci hodnocení dodavatelů mají své výhody i nevýhody. U pravidelného hodnocení můžeme hovořit o systematickém zjišťování aktuálního stavu, avšak při větší administrativní náročnosti. Naopak při komplexním hodnocení je vzhledem k podrobnosti celého procesu vytvořen objektivnější obraz aktuální situace, avšak vzhledem k nízké frekvenci nemusí dosažené výsledky v mezidobí odpovídat skutečnosti. Pro jakou frekvenci hodnocení se podnik v konečném důsledku rozhodne, bude tak záviset především na jeho potřebách, cílech a finančních a administrativních možnostech.⁷

Klasifikace dodavatelů

Globální doba a hospodářství umožňuje výskyt velkého počtu dodavatelů na trhu. Z tohoto důvodu je tak nutné dodavatele nějak klasifikovat, rozdělit do kategorií. V rámci klasifikace dodavatelů, které lze v dnešní době běžně potkat, je možné je rozdělit podle sedmi hledisek, a to následovně:⁸

- **Inovátoři** – tento typ dodavatele lze považovat za ideálního, protože v rámci svých možností dbá na zkvalitnění svých výrobků a k tomuto cíli mu napomáhá výzkumné a vývojové zázemí. Inovátoři nabízejí ve své nabídce produktů omezený druh výrobku, avšak tyto produkty jsou přizpůsobeny na míru. Samozřejmostí je komunikace mezi kupujícím a prodávajícím a možnost změny vlastností výrobku.
- **Experti** – se považují za špičky ve svém oboru, jejich produkty jsou dodávány na vysoké úrovni především kvůli zázemí, které je ve vývojové základně. Málo se přizpůsobují požadavkům zákazníků, spíše u tohoto typu dodavatele se právě odběratel musí podřídít jejich požadavkům.

⁴ Šlapota, Grabarczyk a Leták (2005).

⁵ Vaněček (2008).

⁶ Šlapota, Grabarczyk a Leták (2005).

⁷ Schulte (2001).

⁸ Gros a Grosová (2006).

- Konzervativci – patří do skupiny dodavatelů, kteří pracují standardně a dlouhodobě s produkty, které jsou osvědčené a nemají tendenci inovovat.
- Napodobitelé – dodavatelé, kteří vyrábějí na bázi licenci původních výrobců, přičemž se u nich nenachází vývojové pracoviště a to pro zákazníka znamená, že není možné od nich očekávat vstřícnost, která by byla nutná při mimořádných požadavcích.
- Univerzalisté – sem patří dodavatelé, kteří pro své zákazníky jsou schopni sehnat široký sortiment výrobků a služeb, většinou se do této skupiny zahrnují položky skupiny C. Tato skupina se zaměřuje na prodej velkého množství různých položek a není možné pro zákazníka poskytnout poradenské služby.
- Spasitelé – tento typ dodavatele zahrnuje firmy, které jsou využívány tehdy, pokud nastane situace, kdy dosavadní dodavatel selže. Spasitelé se dokáží velmi rychle adaptovat na danou situaci a flexibilně reagovat na extrémní požadavky. Do této skupiny lze přidat i podniky, které jsou schopny dodat svému zákazníkovi malé množství speciálních produktů.
- Podlézavci – do této skupiny zahrnujeme dodavatele, kteří pro své zákazníky nabízejí ceny, které jsou hluboko pod průměrem. Jejich výrobky jsou však často kvalitou méněcenné a také logistické služby mají nízkou hodnotu.⁹

Kritéria výběru a hodnocení dodavatelů v kontextu globální doby

Pro výběr dodavatelů jsou důležitá kritéria výběru a hodnocení dodavatelů, která jsou úzce spjata s prioritami podniku, stejně jako se samotným obstaráváním či nákupem potřebných položek pro podnik. Výběr vhodných dodavatelů je realizován s perspektivou ušetření, resp. snížení nákladů na daný materiál, a tím zvýšení ziskového rozpětí na každou jednotku, která je vyrobena a následně prodána. Vybraní dodavatelé pozitivně ovlivňují zákaznický servis, který pracuje rychle a bez vážných problémů. Většinou při výběru vhodného dodavatele se berou v úvahu následující kritéria:¹⁰

- schopnost vyhovět požadavkům,
- přiměřené dodací lhůty a jejich spolehlivost,
- garance za kvalitu dodaného materiálu,
- včasná výměna vadné dodávky,
- solventnost dodavatele.

Schopnost vyhovět požadavkům je tradičním kritériem hodnocení dodavatelů, které však v současné době, kdy dodavatelů je v řadě oborů nadpočet a lze využít i zahraniční či vzdálenější dodavatele, je ještě důležitější než dříve, kdy nebylo možné využívat tak vzdálené dodavatele a dohledávání nových dodavatelů bylo leckdy složitější. Tato schopnost je důležitá i z jiných důvodů – v dnešní globální době je totiž velmi snadné, aby některý nespokojený odběratel napsal například negativní reference na internet, jejichž dohledání je pak pro nového potenciálního odběratele záležitostí chvilky, a mohou mít zásadní negativní vliv na hodnocení dodavatele, a to zejména pokud se jedná o prvotní hodnocení při výběru dodavatele.

Přiměřené dodací lhůty a jejich spolehlivost jsou rovněž globální dobou ovlivněny. Globální doba je rychlejší než doba předcházející, což vede k tomu, že se očekávají rychlejší dodávky, kratší dodací lhůty než v minulosti. Na přiměřenost lhůty dodání i spolehlivost v dodávkách má vliv jak situace

⁹ Gros a Grosová (2006).

¹⁰ Čujan a Málek (2008).

na straně dodavatele, jak rychle požadovaný produkt vyrobí a odešle, možnosti dopravy (ať již možnosti vlastní dopravy dodavatelem, která je dnes rychlejší), tak možnosti využití spedičních firem, kterých je dnes celá řada. Vždy je především důležité volit určitou úměru mezi cenou a termínem dodání. Z hlediska hodnocení dodavatele je žádoucí se zaměřit nejen na to, jak rychle dodavatel produkt vyrobí či sežene a následně vyexpeduje, ale také na to, s jakými subjekty v této oblasti spolupracuje.

Garance za kvalitu dodaného materiálu je dnes důležitější než dříve, kdy nebyla taková variabilita, pokud se týká dodavatelů a používaných materiálů, stejně jako třeba technik a metod výroby či opracování materiálu, a kdy tudíž nebylo nutné na kvalitu tolik hledět. Dnes se nabídky dodavatelů však mohou v kvalitě lišit velmi zásadně, proto je nutné kvalitě věnovat dostatečnou pozornost. Důraz je nutné klást i na garance, nestačí jen to, že dodavatel má garanci uvedenou např. na webových stránkách, je žádoucí si garanci pokud možno co nejlépe zasmulvnit, opět jsou důležité i reference na dodavatele a jeho prověřeni za pomoci internetu a dalších metod.

Včasná výměna vadné dodávky je opět spojena jak s tím, že je nutné si ji řádně smluvně upravit, ale také s tím, že samotná rychlost výměny může opět záviset i na tom, s jakými dopravci dodavatel spolupracuje.

Solventnost dodavatele je významným faktorem, neboť řada podniků působících na trhu v dnešní době má finanční problémy, není schopna plnit své závazky apod. Ačkoliv z pozice odběratele podnik zajímá především otázka dodávky, nikoliv například finanční situace dodavatele, skutečnost je taková, že špatná finanční situace dodavatele může velmi negativně ovlivnit i samotné dodávky, a především dodržení závazků, které dodavatel má vůči odběrateli. Je totiž nutné vzít v úvahu, že pokud i dodavatel od někoho odebírá např. suroviny, je možné, že mu budou dodávky v případě, že dlouhodobě není solventní, pozastaveny, což se může projevit na schopnosti dodat řádně a včas produkt, na který čeká odběratel. Stejně tak negativní jevy typu exekuce či insolvenční řízení se mohou na pravidelnosti, správnosti a řádnosti dodávek projevit, protože může např. dojít k dočasnému uzavření provozu dodavatele, čímž se zpozdí i samotná dodávka. Může dokonce dojít k ukončení jeho činnosti, čímž může najednou chybět odběrateli určitý produkt, který od dodavatele odebíral apod. Z tohoto důvodu je solventnost dodavatele velmi důležitá. V dnešní době je přítom jednodušší než dříve si solventnost dodavatele alespoň částečně ověřit, a to i přes internet, kde lze nahlédnout například do centrálního registru exekucí, insolvenčního rejstříku, ale většina podniků má také povinnost zveřejňovat účetní závěrky v obchodním rejstříku. Přes internet lze jednat ověřit, zda společnost tuto povinnost plní, ale také zjistit, jak si stojí po ekonomické stránce.¹¹

V návaznosti na výše uvedené lze konstatovat, že globální doba je charakteristická vysokou technickou vyspělostí, rychlostí, informačními technologiemi i rychlejší dopravou i komunikací, ale také velkým počtem informací, které je nutné sledovat, a se kterými se lze setkat. Z tohoto hlediska je pak otázkou, jakým způsobem se globální doba projevuje u průmyslových podniků, což zjišťuje vlastní výzkum.

III. Metodika zpracování

Vlastní výzkum byl realizován za použití kvantitativního šetření, jež spočívá v polostrukturovaném dotazníku. Dotazník patří mezi tzv. subjektivní metody výzkumu. To znamená, že respondent má možnost různým způsobem modifikovat své odpovědi (tj. může uvádět pravdu, ale i nepravdu). Z tohoto důvodu, kdy s ohledem na obchodní tajemství či nesdělování určitých informací ze strany podniků lze očekávat, že některé jednotlivé výsledky mohou být zkreslené, bylo nutné zajistit

¹¹ Müllerová a Šindelář (2016).

dostatečný počet respondentů, aby výsledky byly s přihlédnutím k možnému zkreslení ze strany některých podniků i tak dostatečně průkazné.¹²

V první fázi výzkumu bylo v období dubna až června 2017 osloveno celkem 100 podniků, které tvoří výběrový soubor, který se vyznačuje tím, že se jedná zejména o podniky z oblasti automobilového, sklářského a na výrobu plastových dílů zaměřeného průmyslu. Základní soubor je pak tvořen obecně všemi průmyslovými podniky v ČR, ze kterých byl na základě vlastních profesních kontaktů proveden záměrný výběr oslovených podniků. Záměrný výběr na jedné straně snižuje reprezentativnost výzkumného souboru, na straně druhé byly výzkumem zjišťovány interní, citlivé informace, které by podniky vybrané zcela náhodně nesdělily. Validita výsledků takového výzkumu je však podstatně vyšší než v případě ankety, kdy je dotazník rozeslán velkému počtu podniků, a odpovědi by byly získány jen od malého procenta respondentů. Na dotazník odpovědělo 78 podniků, z toho však bylo nutno vyřadit 4 dotazníky pro neúplné odpovědi. Výsledný vzorek čítá 74 respondentů.

Výzkumu se účastnili jednak podniky působící v automobilovém průmyslu, dále podniky působící ve sklářském a plastikářském průmyslu, nicméně v rámci distribuce dotazníků byla snaha oslovit i další podniky působící v jiných oblastech průmyslu. Výše uvedená odvětví průmyslu byla zvolena proto, že jednak jsou poměrně rozmanitá, čímž umožňují získat obecnější představu o hodnocení dodavatelů v průmyslových podnicích obecně a následnou komparaci s průmyslem automobilovým.

Dotazník byl určen podnikům, kterým je dodáváno, tj. odběratelům, kteří hodnotí své dodavatele. Jeho cílem je zejména zjistit, s jakými výzvami a s jakými problémy se setkávají pracovníci, kteří se věnují hodnocení dodavatelů právě v souvislosti s globálním hospodářským prostředím, ve kterém v dnešní době dodavatelé, ale i jejich odběratelé z řad průmyslových podniků působí.

Po sestavení dotazníku byl dotazník v elektronické podobě (e-mailem) distribuován průmyslovým podnikům, kterým bylo ponecháno 14 dní na zodpovězení dotazníku. Podniky, které jej nedodaly v tomto termínu vyplněny, byly opětovně e-mailem a případně i telefonicky požádány o vyplnění a byla jim poskytnuta dodatečná lhůta pro vyplnění – dle dohody se jednalo o 7–10 dní. Samotný sběr dat byl tedy plánován cca na 4–6 týdnů a byl realizován v dubnu a květnu roku 2017. Poté, co byla data sesbírána, byly ve druhé fázi vyřazeny dotazníky, které byly vyhodnoceny jako neplatné (např. ty, kde chyběly některé odpovědi, což byly celkem 4 případy) a zbylé dotazníky byly následně ve třetí fázi vyhodnoceny a zpracovány pomocí nástrojů deskriptivní statistiky a za pomoci programu MS Excel.

IV. Výsledky

Oslovené průmyslové podniky odpovídaly celkem na 6 otázek, ze kterých je usuzováno na to, jak se při hodnocení dodavatelů vypořádávají s výzvami a problémy, které jim v této oblasti poskytuje dnešní globální doba.

Otázka č. 1: Myslíte si, že dnešní globální doba má vliv na výběr a hodnocení dodavatelů u vás v podniku?

Z odpovědí, které jsou znázorněny v tabulce č. 1 je patrné, že nejpočetnější skupina respondentů – 58 % je přesvědčena o tom, že globální doba a globální prostředí na hodnocení a výběr dodavatelů spíše vliv mají, 31 % respondentů pak uvedlo, že ano, mají. Pouze 8 % respondentů mělo za to, že spíše vliv globálního prostředí na hodnocení dodavatelů není patrný a jen 3 % respondentů uvedla, že není patrný.

¹² Reichel (2009).

Tabulka 1 Vliv globální doby na hodnocení a výběr dodavatelů v podniku

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	23	31 %
Spiše ano	43	58 %
Spiše ne	6	8 %
Ne	2	3 %
Celkem	74	100 %

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

Otázka č. 2: Jak vnímáte současné možnosti hodnocení dodavatelů v kontextu globálního prostředí, technických a jiných možností ve srovnání např. s obdobím před 20 lety?

Z odpovědí na tuto otázku vyplynulo, že nejpočetnější skupina respondentů uvedla, že současné možnosti hodnocení dodavatelů v globálním prostředí vnímají pozitivně. Tuto variantu uvedlo 49 % respondentů. Dalších 19 % ji naopak vnímalo negativně, 16 % neutrálně, 12 % problematicky a 4 % jako výzvu. Výsledky znázorňuje tabulka č. 2.

Tabulka 2 Hodnocení dodavatelů v globální době ve srovnání s obdobím před cca 20 lety

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Pozitivně	36	49 %
Negativně	14	19 %
Problematicky	9	12 %
Jako výzvu	3	4 %
Neutrálně	12	16 %
Celkem	74	100 %

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

Otázka č. 3: Jaká pozitiva vám globální prostředí přináší při výběru a hodnocení Vašich dodavatelů?

Další otázka zjišťovala, jaká pozitiva globální prostředí a dnešní globální doba přináší do hodnocení dodavatelů českých průmyslových podniků. Podniky mohly zvolit libovolný počet odpovědí, nicméně v průměru respondenti zvolili pouze 1,69 odpovědi, tedy většina respondentů zvolila 1-2 odpovědi. Z výsledků, které prezentuje tabulka č. 3 je patrné, že nejčastěji je za pozitivum možnost prověřit informace v oficiálních rejstřících jako je obchodní rejstřík, insolvenční rejstřík či centrální registr exekucí, kterou uvedlo 58 % respondentů. 43 % pak uvedlo možnost dohledat informace a prověřit reference přes web, 35 % respondentů pak za pozitivum označovalo hodnocení dodavatelů v informačních systémech jako je např. SAP, které ušetří čas i poměrně hodně administrativní práce, 11 % respondentů pak uvedlo možnost mít hodnocení v Cloudu či ve smartphonu a tedy průběžně u sebe, 10 % uvedlo obecně jednodušší ověřování informací, 8 % pak možnost snadného získání referencí i ze zcela jiné části světa např. pomocí telefonu či e-mailu, 3 % respondentů uvedla jinou variantu a 1 % uvedlo, že nespatřuje žádná pozitiva.

Tabulka 3 Pozitiva globálního prostředí v oblasti hodnocení dodavatelů

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Možnost dohledat informace, reference přes internetové vyhledávače	32	43 %
Možnost prověřit informace v oficiálních rejstřících online (OR, Ins. R. apod.).	43	58 %
Možnost snadného získání referencí i ze zcela jiné části světa (telefon, e-mail, internet)	6	8 %
Hodnocení v informačních systémech (např. SAP, CMS)	26	35 %
Možnost mít hodnocení v Cloudu, ve smartphone, hodnotit tak kdykoliv a průběžně	8	11 %
Jednodušší ověřování informací (internet, překladače apod.)	7	10 %
Jiná	2	3 %
Žádná	1	1%

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

Otázka č. 4: Jaká negativa (problémy) při současném hodnocení dodavatelů v globálním kontextu vnímáte?

Jednalo se o otázku, kde respondenti mohli opět zvolit více různých variant odpovědí. Z výsledků zanesených do tabulky č. 4 je patrné, že 73 % považovalo za negativum (problém) velké množství informací, které o dodavatelích mají, resp. mohou získat, které jsou však leckdy nepřehledné. 36 % negativně vnímalo, že řada dostupných informací je obtížně ověřitelná. 32 % respondentů uvedlo, že je často obtížné srovnat dodavatele z různých zemí a z různých podmínek. 18 % respondentů chápalo jako negativum také rychlost současné globální doby, rychlost v rozhodování. 10 % jako negativum vnímalo i nutnost pracovat s velkým množstvím techniky, 9 % uvádělo jako negativum obtížné ověřování informací u zahraničních partnerů z dalekých zemí (např. u Číny apod.), 7 % respondentů žádné negativum nespatořovalo a 3 % uvedli také jiná negativa.

Tabulka 4 Negativa (problémy) globálního prostředí v oblasti hodnocení dodavatelů

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Velké množství informací, které nejsou přehledné	54	73 %
Řada dostupných informací je obtížně ověřitelná	27	36 %
Rychlost doby, rozhodování	13	18 %
Obtížné ověřování informací u zahraničních partnerů z dalekých zemí (např. Čína)	7	9 %
Obtížně se srovnávají dodavatelů z různých zemí, různých podmínek apod.	24	32 %
Nutnost práce s velkým množstvím techniky	7	10 %
Jiná	2	3 %
Žádná	5	7 %

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

Otázka č. 5: Co je podle vás v souvislosti s hodnocením dodavatelů v globálním prostředí největší výzvou pro váš podnik?

Otázka směřovala ke zjištění největší výzvy, kterou respondenti spatřují v hodnocení dodavatelů v kontextu globálního prostředí. Z tabulky č. 1, která zobrazuje výsledky, je zřejmé, že nejpočetnější skupina respondentů a to 35 % respondentů uvádí jako největší výzvu kombinaci více různých metod hodnocení za pomoci moderní techniky, 24 % považuje za největší výzvu mezinárodní ověřování informací v reálném čase, 20 % pak technický rozvoj v oblasti hodnocení

dodavatelů, 9 % spoléhá na nové metody hodnocení, 8 % pak na mezinárodní komunikaci při hodnocení dodavatelů a 1 % uvádí jinou možnost a 1 % žádnou variantu.

Tabulka 5 Největší výzva globálního prostředí v oblasti hodnocení dodavatelů

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Technický rozvoj v oblasti hodnocení dodavatelů	15	20 %
Nové metody hodnocení	7	9 %
Kombinace více různých stávajících metod hodnocení za pomoci techniky	26	35 %
Mezinárodní komunikace v reálném čase při hodnocení	6	8 %
Mezinárodní ověřování dat v reálném čase při hodnocení	18	24 %
Jiná	1	1 %
Žádná	1	1 %

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

Otázka č. 6: Je podle Vás hodnocení dodavatelů v globální době spíše snazší (např. s ohledem na technická usnadnění), nebo naopak složitější (např. s ohledem na nutnost precizněji formulovat podmínky, posuzovat apod.) než dříve?

Šestá otázka, jejíž výsledky jsou zaneseny do tabulky č. 6, zjišťovala, zda respondenti z průmyslových podniků vnímají hodnocení dodavatelů v současné globální době s jejími možnostmi jako spíše snazší nebo naopak obtížnější. Z výsledků je patrné, že 42 % považovalo hodnocení dodavatelů v globálním prostředí a s dnešními globálními možnostmi za jednodušší, 32 % naopak za obtížnější. Dalších 19 % respondentů uvedlo, že neví, resp. nedokáže situaci posoudit a jen 7 % respondentů se domnívalo, že hodnocení je stejně náročné.

Tabulka 6 Jednoduchost/složitost hodnocení dodavatelů v globálním prostředí

	Absolutní četnost	Relativní četnost
Jednodušší	31	42 %
Obtížnější	24	32 %
Stejně náročné	5	7 %
Nevim, nedokážu posoudit	14	19 %
Celkem	74	100 %

Zdroj: vlastní výzkum (2017)

V. Diskuse

Z výsledků realizovaného šetření je patrné, že poměrně značná část respondentů, jejichž náplní práce je hodnocení dodavatelů, považuje hodnocení dodavatelů v dnešní globální době za odlišné od hodnocení dodavatelů v dřívějších dobách. Nejpočetnější skupina, která však nepřesahovala polovinu respondentů, jej vnímala pozitivně, ale lze říci, že názory nebyly příliš jednotné. Rovněž identifikace pozitiv, negativ a výzev, které s sebou hodnocení dodavatelů přináší, byla poměrně různorodá. Lze si tudíž nesporně klást otázku, čím to je? Lze se domnívat, že samotný pojem globální prostředí či globální doba je vnímán různě a vždy je jeho vnímání ovlivněno subjektivními znalostmi, přesvědčeními a dalšími faktory na straně respondenta. Tudíž z ryze subjektivního pohledu, každý respondent odpovídal dle svého přesvědčení a výsledky jsou tudíž subjektivního rázu. Vzhledem k tomu, že dotazník byl zaměřen na podniky a práci v nich, nikoliv přímo na osoby vyplňující dotazník, nebyla například zjišťována věková struktura respondentů, která by např. ve vztahu k moderní technice, práci v cizích jazycích apod. mohla ledačos napovědět. Ačkoliv tedy

respondenti odpovídali za podnik, uváděli, jak osobně vnímají práci na hodnocení dodavatelů v podniku v kontextu globálního prostředí. Každý dotazovaný i každý podnik, za který respondenti odpovídali, měl jiné priority, někde se například soustředil na technickou stránku, jinde se snažil maximálně prověřovat informace z dostupných zdrojů za účelem hodnocení dodavatelů, tudíž i strategie, jakou podnik má nastavenou při hodnocení dodavatelů může mít a patrně také obvykle má svůj zásadní vliv na to, jak budou respondenti odpovídat. Je škoda, že v českém prostředí, na který se výzkum zaměřoval, nebyl nalezen žádný srovnatelný výzkum, který by mohl napomoci k verifikaci zjištěných dat. Bylo by tudíž jistě zajímavé, pokud by se podařilo podobný výzkum realizovat ve více podnicích a vzít do úvahy více souvislostí (např. věk zaměstnanců, kteří hodnotí dodavatele, firemní strategii apod.).

VI. Závěr

Cílem příspěvku bylo zjistit, s jakými pozitivy, výzvami a s jakými problémy se setkávají pracovníci, kteří se věnují hodnocení dodavatelů právě v souvislosti s globálním hospodářským prostředím, ve kterém v dnešní době dodavatelé, ale i jejich odběratelé z řad průmyslových podniků působí. Mezi nejvýznamnější pozitivní hodnocení dodavatelů v současném globálním prostředí, která respondenti uváděli, patřili: možnost prověřit informace v oficiálních rejstřících online (obchodní rejstřík, insolvenční rejstřík apod.), možnost dohledat informace, reference přes internetové vyhledávače a skutečnost, že hodnocení dnes velmi často v podnicích probíhá za pomoci informačních systémů (jako je např. SAP). Nejčastěji uváděnými výzvami, které respondenti zmínily, byly následující: kombinace více různých stávajících metod hodnocení za pomoci techniky, mezinárodní ověřování dat v reálném čase při hodnocení a rovněž další technický rozvoj v oblasti hodnocení dodavatelů. Naopak za problémy, resp. negativa, která respondenti uváděli, byla považována zejména následující negativa: velké množství informací, které nejsou přehledné, což je negativum, na kterém se shodlo 73 % respondentů, dále skutečnost, že řada dostupných informací je obtížně ověřitelná a také obtížně se srovnávají dodavatelé z různých zemí, různých podmínek apod. Ani na tom, zda je hodnocení dodavatelů v globálním prostředí a za pomoci celé řady nástrojů, které jsou jeho součástí ve skutečnosti jednodušší než dříve, se respondenti nebyli schopni nijak jednoznačně shodnout. Pouze 42 % respondentů jednoznačně uvedlo, že je hodnocení takto jednodušší a 32 % jej naopak považovalo za obtížnější, řada respondentů však byla poměrně nerozhodná. V této souvislosti lze opět konstatovat, že vliv má celá řada faktorů od samotného nastavení hodnocení v podniku, přes firemní strategii, osobnost, případně i věk a znalosti hodnotícího pracovníka a další okolnosti.

Poděkování/Financování

Zde můžete uvést poděkování, resp. odkazy na granty a jiné zdroje financování.

Literatura

- Čujan, Z. a Málek, Z. (2008). *Výrobní a obchodní logistika*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
- Gros, I. a Grosová, S. (2006). *Tajemství moderního nákupu*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická.
- Müllerová, L. a Šindelář, M. (2016). *Účetnictví, daně a audit v obchodních korporacích*. Praha: Grada Publishing.
- Nenadál, J. (2006). *Management partnerství s dodavateli: nové perspektivy firemního nakupování*. Praha: Management Press.
- Pfefferli, H. (2002). *Lieferantenqualifikation: die Basis für Wettbewerbsfähigkeit und nachhaltigen Erfolg*. Renningen: Expert Verlag.
- Reichel, J. (2009). *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada.

Schulte, G. (2001). *Material- und Logistikmanagement*. München: Oldenbourg.

Šlapota, B., Grabarczyk, K., & Leták, J. (2005). *Nákup?* Havířov: Question Marks.

Vaněček, D. (2008). *Logistika*. V Českých Budějovicích: Jihočeská univerzita, Ekonomická fakulta.

