

Než špatná regulace trhu, to raději žádná

říká **Zdeněk Juračka**, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. Od letošního ledna se zvedla spodní hranice DPH. Jaký dopad to bude mít na obchodníky a spotřebitele?

Pokud Českou republiku v letošním roce zasáhne recese, jak na to podle vás zareaguje obchod?

Bezesporu větší výhodu mají zahraniční obchodní řetězce, kde lze pomocí mateřské firmy „podržet“ filii, která se ocitla v problémech. Ani ony to nemají příliš jednoduché. Recese má a bude mít evropské a světové rozměry. Problémy se nevyhnou ani firmě mateřské. Stále více na významu nabývá požadavek firem na zvýšení vlastní rentability podnikání v třetích zemích, Českou republiku nevyjímaje. Že je tato úvaha platná, se dá vydedukovat z některých „netrpělivých“ zásahů zahraničních vlastníků do vnitřního chodu firmy. Nejčastější je změna managementu nebo zásadní, podle mě někdy zmatečná, změna marketingových aktivit.

Pokud se naplní nepříznivá očekávání v ekonomickém vývoji, určitě to bude mít vliv na změnu v rozdělení trhu. Již nyní některé firmy signalizují, že budou muset zvýšit své marketingové aktivity. Znamená to tedy, že v důsledku boje o trh na tom spotřebitelé vydělají?

Chtěl bych zdůraznit, že na naší typicky české situaci na trhu vydělávají spotřebitelé již dlouho, prakticky od nástupu tržního hospodářství do zemí českých. Bezbřehá liberalizace obchodu v devadesátých letech byla tak silná, že ji z důvodu malé šance na přežití českých subjektů kritizoval i jinak zcela liberální tehdejší Svaz obchodu. Došlo k vytvoření silného konkurenčního tržního prostředí, které nemá v Evropě obdoby. To samozřejmě způsobí enormní boj o zákazníka zejména na úrovni spotřebitelských cen. Tento tlak se v dosti silné míře přenáší na výrobce i dodavatele, což má pozitivní dopad v tom, že nutí k integraci dodavatelských struktur a vytváření prostoru k protitlaku vůči síle obchodu. Bohužel typicky českou cestu zvolila potravinářská a zemědělská



Může dojít k ohrožení takových projektů, jako jsou Klasa anebo Regionální výrobek.



lobby, která se rozhodla řešit situaci násilnou regulací trhu namířenou zcela jednostranně proti obchodu, čímž silně narušila stávající tržní prostředí. Důsledky jsou a budou jasné. Poleví tlak na dodavatele a jejich cenu, což ve svém důsledku „odnese“ opětovně zákazník v podobě vyšší prodejní ceny. Proto Svaz obchodu zvolil a stále hájí zásadu, že žádná regulace trhu je lepší než špatná.



Ing. Zdeněk Juračka

VZDĚLÁNÍ: Vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze, obor Cestovní ruch a služby. | **ZAMĚSTNÁNÍ:** Od roku 1969 pracuje ve spotřebním družstevnictví. V roce 1991 byl zvolen do funkce předsedy Jednoty, spotřebního družstva Kroměříž. Od roku 1993 je předsedou představenstva COOP Centrum, družstvo Praha a od roku 2004 předsedou Svazu českých a moravských spotřebních družstev. Je členem představenstva Družstevní Asociace ČR a členem představenstva Hospodářské komory ČR. Od roku 2000 je ve funkci místopředsedy dozorčí rady COOP Euro, (nákupní aliance spotřebních družstev ČR, Slovenska a Maďarska). Je členem České statistické rady.

Preferenci českého spotřebitele je cena. Co si myslíte o názoru některých výrobců, že s ohledem na navýšení DPH a související nárůst výdajů domácností se důraz na cenu ještě zvýší, což bude mít za následek snižování kvality nabízených produktů a služeb?

Předpověď vývoje HDP na rok 2012 jistě není dobrým signálem pro nikoho. Přičteme-li k tomu související jevy, jako jsou pokles kupní síly, zaměstnanosti, zvyšování vstupních nákladů s následným růstem cen, to nevěští nic dobrého ani pro velkoobchod, ani pro maloobchod. K tomu samozřejmě patří i zvýšení snížené sazby DPH z 10 na 14 %, které vláda přijala v touze vybrat pro státní kasu více než doposud. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR na nelogičnost takového postupu nesčetněkrát upozorňoval včetně konkrétního návrhu jiné varianty řešení – účinné potlačení určité oblasti šedé zóny. V otázce správně poukazuje na následek ve snižování kvality nabízeného zboží. To je věc, která obchod a konec konců společnost velmi trápí a uvedená situace zlepšení kvality zboží určitě nepomůže. Druhou záležitostí, která

nás v souvislosti s cenovým vývojem rovněž trápí, je možný dopad na obchod se zbožím české provenience, ať již na celostátní či regionální úrovni. Nárůst vstupních nákladů pro výrobce a zpracovatele potravin, korunovaný zvýšením DPH pro spotřebitele, ovlivní cenu motivovanou spotřebitelskou poptávkou kontraproduktivním směrem. Vývoj dodavatelských cen tak paradoxně podpoří kritizované lacinější dovozy a třeba i nákupní turistiku do sousedních zemí, kde si s nadsázkou řečeno, může ČSÚ zavést novou kategorii ve sledování hodnoty vývozu spotřeby domácností. To není zcela jistě dobrá zpráva pro české dodavatele, kde už se třeba začalo dařit rozvíjet spolupráci s regionálními dodavateli. Může dojít k ohrožení takových projektů, jako jsou Klasa anebo Regionální výrobek.

Máte dobrý přehled o tom, kolik hypermarketů, supermarketů a diskontů s převahou prodeje rychloobrátkového zboží u nás existuje?

Díky statistickým zjišťováním a vykazováním ČSÚ máme v poslední době k dispozici v časových řadách pravidelný měsíční přehled o vývoji tržeb velkých obchodních společností s tisíci a více zaměstnanci v nespécializovaných prodejnách s převahou potravin, jež jsou hlavními nositeli naznačeného řetězcového prodeje v naší zemi. Tyto údaje



Předpověď vývoje HDP na rok 2012 jistě není dobrým signálem pro nikoho.

nám v mnohém slouží k soustavné analýze maloobchodního prodeje a je žádoucí, budou-li nadále při naší spolupráci precizovány a vyhodnocovány. K tradiční analytické práci v našem svazu patří též využívání rozborů a dokumentace zainteresovaných poradenských a výzkumných institucí. Sem náleží systematické sledování velkých obchodních firem, vyhodnocování jejich TOP žebříčků a řada dalších charakteristik obchodu i jeho dodavatelů.

Jsou všechny obchodní organizace členy vašeho svazu?

V naprosté většině. Doufám, že je to i výrazem ocenění dosavadní práce našeho svazu a vnímání jeho významu pro zaměstnavatele a podnikatele nejen v obchodu, ale i v cestovním ruchu. Dovoluji si zcela průkazně tvrdit, že Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR je vrcholným představitelem těchto dvou oborů nejen v ČR, ale i v Evropě. Stvrzuje to svým postavením v představenstvu a Správní radě evropského svazu obchodu EuroCommerce a také přes své členské sdružení AHR i ve vedení HOTREC, což je vrcholná mezinárodní asociace v oboru pohostinství. Svaz nesdružuje jenom obchodní řetězce nebo velké hotely a společnosti v gastronomii, ale je stejně rozhodným zástupcem malých a středních podnikatelů v těchto oborech, pro jejichž podporu či třeba integraci se snaží dělat vše, co je v jeho silách. Vždyť tito podnikatelé tvoří hodně přes 90 % z firem činných v obou oborech. Velkoobchod a maloobchod je druhým největším zaměstnavatelem v české ekonomice. Je schopen z určité části i absorbovat pracovní sílu, která může být v jiných oborech obtížněji zaměstnatelná. Z tohoto důvodu je náš svaz také členem tripartity, kde v rámci zaměstnavatelské delegace hájí zájmy zaměstnavatelů v zastupovaných oborech jako sociální partner.

Jste členem České statistické rady. Má to vliv na dobrou respons vašich členů?

Podle mých poznatků soudím, že dlouholetá trvale vyhodnocovaná spolupráce našeho svazu s Českým statistickým úřadem souběžně i s Vysokou školou ekonomickou je zárukou dobré informovanosti naší členské základny o významu a potřebách statistiky. Vyžadování kvalitních souhrnných informací je opodstatněné tehdy, funguje-li řádný kvalitní respons. Proto také naši spolupráci ze strany svazu i na vrcholné úrovni každoročně hodnotíme, proto se též pravidelně podílíme na tvorbě obsahu a pravidel statistických zjišťování tak, jak je připravuje ČSÚ.

Na čem bude váš svaz v nejbližší době s ČSÚ spolupracovat?

Již z předchozích odpovědí vyplynulo, že naší snahou je a nadále bude, abychom společně i za přispění akademické sféry působili na zkvalitňování informací o vývoji spotřebitelského trhu, podnikatelských strukturách obchodu a jejich výkonnosti, abychom dále pokročili ve strukturálních analýzách a rovněž tak v možnostech využití regionální spolupráce krajských složek našeho svazu a ČSÚ. Velice rádi bychom v blízké budoucnosti přistoupili ke spolupráci s ČSÚ na provedení cenzu obchodních sítí jako jedné ze základních podmínek další optimalizace sítí, jejich zkvalitňování a kompatibility s kohezní politikou a dalšími aspekty obchodního podnikání a tržních služeb.

Alena Géblová | odbor vnější komunikace