

Disertační práce

Současné trendy spotřebitelského chování studentů v podmínkách ČR

The Current Trends in Consumer Behaviour of College Students in the Terms of the
Czech Republic

Autor: Ing. Monika Horáková

Obor: 6208V038 Management a ekonomika

Školitel: doc. Ing. Zuzana Dohnalová, Ph.D.

Rok: 2015

© Ing. Monika Horáková

Vydala Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.
Publikace byla vydána v roce 2015.

Klíčová slova:

Spotřebitelské chování, Preference, Disponibilní příjem, Domácí samoprodukce, Student, Model rozhodování o alokaci času.

Key words:

Consumer Behaviour, Preferences, Disposable Income, Home Production, Student, Decision-making Model of Time Allocation.

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala své školitelce doc. Ing. Zuzaně Dohnalové, Ph.D. za odborné vedení, dále doc. Ing. Jeně Švarcové, Ph.D. za cenné rady a připomínky, v neposlední řadě všem ostatním kolegům Ústavu ekonomie Fakulty managementu a ekonomiky UTB ve Zlíně.

Poděkování patří také všem studentům Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati, kteří se podíleli na výzkumech v letech 2013 a 2014.

ABSTRAKT

Tato disertační práce se zabývá spotřebitelským chováním studentů v České republice. Konkrétně se zaměřuje na oblast ekonomické teorie týkající se spotřebitelského chování, které stále prochází nesčetnými inovacemi jak v rovině mikroekonomické, taktéž v rovině makroekonomické. Původní mikroekonomické modely zjednodušeně vyobrazují teoretickou abstrakci, zatímco skutečné lidské jednání a chování ovlivňuje stále více determinantů, které odhalují nové spotřebitelské tendence a závislosti. Hlavním řešitelským cílem je návrh rozšířeného modelu rozhodování spotřebitele o alokaci času.

Nový model se zaměřuje na specifického spotřebitele – vysokoškolského studenta. Vlivem globalizace se mnohé velké tržní segmenty rozštěpily na menší, avšak kontroverzi tohoto tvrzení tvoří právě rozšiřující se segment vysokoškolských studentů. Počet osob vstupujících do terciárního vzdělávání se v mnoha vyspělých ekonomikách zvyšuje, na což poukazují i novodobé strategické cíle Evropské unie. Přestože se jedná o významný segment spotřebitelů, existuje mnoho odlišností, které reflektují značnou heterogenitu mezi těmito jednotlivci.

Výjimku a jistou homogenitu pro všechny tržní segmenty tvoří čas. Každý student spotřebitel disponuje 24 hodinou dotací, kterou dle svých preferencí diverzifikuje do níže navržených tří oblastí. První oblast zkoumání zahrnuje spotřebitelské chování (determinované disponibilním příjmem), druhá oblast se váže k domácí samoprodukci a třetí oblast vymezuje prostor pro volný čas včetně spánku.

Práce je členěna do několika klíčových částí. Úvodní část zdůvodňuje důležitost zvoleného ekonomického tématu. Pomocí literární rešerše byly podrobněji analyzovány mikro a makroekonomické aspekty spotřebitelského chování, dále terciárního vzdělávání v České republice a závěrem pohled na domácí samoprodukci. V druhé části byly stanoveny hlavní a dílčí cíle, které jsou v následující kapitole součástí zvolených metod zpracování.

Primární praktickou část tvořily provedené kvantitativní výzkumy se zaměřením na spotřebitelské chování a domácí samoprodukci. Následně byla data vhodně analyticky a statisticky vyhodnocena. Pomocí polostandardizovaných rozhovorů byly zjištěny bližší charakteristiky zkoumaných oblastí. Na základě zjištěných podkladů byl vytvořen predikovaný mikroekonomický model rozhodování studenta spotřebitele o časové alokaci.

Získaná typologie vysokoškolského studenta spotřebitele byla zdrojem pro závěrečná doporučení pro praktické využití z pohledu podnikové praxe, zvláště pak pro organizace z oblasti maloobchodního prodeje, restaurační zařízení či kulturně-společenské organizace. Teoretický a pedagogický koncept bude postaven na novém rozšířeném rozhodovacím modelu.

ABSTRACT

This dissertation concentrates on consumer behaviour of students in the Czech Republic. It focuses on the field of economic theory dealing with consumer behaviour that is still undergoing numerous innovations on the microeconomic as well as macroeconomic level. The original microeconomic models simply reflect the theoretical abstraction whereas more and more determinants influence real-life conduct of people. These determinants reveal new consumer tendencies and dependencies. The main research aim is to introduce a consumer model regarding decision-making about the time allocation.

The new model concentrates on a specific consumer – a university student. Due to globalization processes, many large market segments have split into smaller ones. However, the growing segment of university students forms the controversy of this statement. A number of people entering the tertiary education is increasing in many developed economies, which is the fact being referred to by EU and its contemporary strategic targets. Although it is a significant consumer segment, many differences reflecting certain heterogeneity within the group of these individuals exist.

The exception and certain homogeneity for all market segments is time. Every student – consumer has 24 hours available that he or she diversifies according to personal preferences into the following three areas. The first research area is connected with consumer behaviour that is determined by a disposable income. The second research area includes home production and the third research area focuses on free time activities including sleeping time.

The dissertation has several key parts. The introductory part gives reasons for the importance of the economic topic selected. Micro as well as macroeconomic aspects of consumer behaviour were analysed in detail by doing a literary research first. Then, the aspects of tertiary education in the Czech Republic were studied. Finally, there is an insight into home production. In the second part of the work, principal as well as partial targets were stated. These are part of the processing methods chosen in the following chapter.

The quantitative research done focusing on consumer behaviour and home production formed the primary practical part. Subsequently, the data were analytically as well as statistically evaluated. More detailed characteristics of the research areas were specified by conducting semi-standardized interviews. Based on these data obtained, a predicated microeconomic model regarding a student – consumer decision-making about the time allocation was formed.

The acquired typology of a university student – consumer served as a source for the final recommendation regarding the practical use from the business practice

perspective, mainly for organizations of retail sale, restaurants, or culturally and socially oriented organizations.

A theoretical as well as pedagogical model concept will be based on a new extended decision-making model.

OBSAH

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	9
SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK	12
SEZNAM PŘÍLOH	13
ÚVOD	14
1 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	16
1.1 Chování spotřebitele na trhu výrobků a služeb	16
1.1.1 Makroekonomické pojetí chování spotřebitele	17
1.1.2 Mikroekonomické pojetí chování spotřebitele	25
1.2 Domácí samoprodukce	28
1.2.1 Makroekonomické pojetí domácí samoprodukce	28
1.2.2 Mikroekonomické pojetí domácí samoprodukce	31
1.3 Student jako spotřebitel v podmínkách ČR	35
1.3.1 Makroekonomické pojetí Student a terciární vzdělávání	35
1.3.2 Mikroekonomické pojetí – Student a terciární vzdělávání	38
1.3.3 Makroekonomické pojetí – Student a trh práce	42
1.3.4 Mikroekonomické pojetí – Student a trh práce	43
2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE	48
2.1 Hlavní cíl	48
2.2 Dílčí cíle	49
2.3 Hypotézy	50
2.4 Vědecké otázky	51
3 ZVOLENÉ METODY ZPRACOVÁNÍ	52
3.1 Postup zpracování disertační práce	52
3.2 Metody empirického výzkumu	57
3.2.1 Dotazníkové šetření	57
3.2.2 Polostandardizované rozhovory	62
3.3 Metody analýzy dat	63
3.3.1 Metoda testování hypotéz Chí-kvadrát test	63
4 HLAVNÍ VÝSLEDKY PRÁCE	66
4.1 Výsledky kvantitativního výzkumu	66
4.1.1 Identifikační údaje - kvantitativní výzkum v roce 2013 a 2014	66
4.2 Oblasti zkoumání a ověření hypotéz	67
4.2.1 O1 = oblast spotřeby	67
4.2.2 Struktura spotřebitelského koše studentů VŠ	70
4.2.3 Změna struktury spotřebitelského koše	73
4.2.4 Ovlivňující činitele při nákupu běžných denních výrobků	76
4.2.5 Charakteristika bydlení	78
4.2.6 Úspory	79
4.2.7 Důvody terciárního vzdělávání	81
4.2.8 O2 = oblast domácí samoprodukce	82

4.2.9	Důvody domácí samoprodukce.....	91
4.2.10	O3 = oblast volného času a spánku.....	93
4.3	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření.....	96
4.4	Výsledky kvalitativního výzkumu.....	99
4.4.1	Identifikační charakteristiky – kvalitativní výzkum.....	99
4.4.2	Výsledky úvodní dotazník a polostandardizované rozhovory.....	99
4.5	Shrnutí výsledků polostandardizovaných rozhovorů.....	102
4.6	Souhrn výsledků kvantitativního a kvalitativního výzkumu.....	104
4.7	Model rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času.....	108
5	PŘÍNOS PRÁCE PRO VĚDU A PRAXI.....	109
5.1	Přínos pro vědu.....	109
5.2	Přínos pro praxi.....	110
6	NÁSTIN DALŠÍHO POKRAČOVÁNÍ PRÁCE.....	113
	ZÁVĚR.....	114
	LITERATURA.....	116
	SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA.....	124
	CURRICULUM VITAE AUTORA.....	126

SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1</i> Struktura spotřebních výdajů domácností dle CZ-COICOP 1999 – 2010. (Zdroj: ČSÚ, 2012d)	19
<i>Obr. 2</i> Hrubý disponibilní příjem domácností rozložení (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2013j) .	24
<i>Obr. 3</i> Model spotřebitelského chování a rozhodování (vlastní zpracování; Zdroj: Schiffmann a Kanuk (2007), převzato Stávková a Stejskal (2011))	26
<i>Obr. 4</i> Optimální alokace času mezi prací a volný čas (vlastní zpracování; Zdroj: Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007)	27
<i>Obr. 5</i> Klesající mezní výnosy z produkční funkce domácností (vlastní zpracování; Zdroj: Hoffman a Averett, 2009).....	31
<i>Obr. 6</i> Produkční funkce domácnost, mzdové omezení a preference (převzato: Brožová, 2010, Zdroj: Hoffman, S. D. a S. Averett, 2009, upraveno).....	33
<i>Obr. 7</i> Individuální nabídková křivka studenta na trhu práce, působení substitučního a důchodového efektu (vlastní zpracování; Zdroj: Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007; Krugman a Wells, 2013b; Mankiw, 2014b; Pindyck a Rubinfeld, 2013; Samuelson a Nordhaus, 2013)	44
<i>Obr. 8</i> Koloběh přebytku a nedostatku pracovní síly na trhu práce (vlastní zpracování, Zdroj: Hoffman a Averett, 2009).....	46
<i>Obr. 9</i> Diagram rozložení času 24 h (vlastní zpracování).....	48
<i>Obr. 10</i> Postup zpracování disertační práce (vlastní zpracování; Zdroj: doctorandus.info, 2011) 52	

SEZNAM TABULEK

Tab. 1 Konečná spotřeba domácností ČR dle COICOP (1000 = 100 %). (Zdroj: Eurostat, 2015c; Eurostat, 2015d).....	20
Tab. 2 Váhy jednotlivých oddílů spotřebního koše v roce 2005, 2008, 2010 a 2012 (100 % = 1000). (Zdroj: ČSÚ, 2015c)	21
Tab. 3 Položky spotřebního koše s nejvyšší vahou pro rok 2015 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2015c).....	22
Tab. 4 Položky spotřebního koše s nejnižší vahou pro rok 2015 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2015c).....	22
Tab. 5 Vývoj reálného HDP v ČR v letech 2008 – 2014 v mil. Kč (Zdroj: ČSÚ, 2015a)	23
Tab. 6 Míra úspor domácností (včetně neziskových organizací sloužící domácnostem) k hrubému disponibilnímu důchodu) v % (vlastní zpracování; Zdroj: Eurostat, 2015e)	25
Tab. 7 Počet studentů českých vysokých škol dle formy studia v letech 2005 – 2013 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2014e; ČSÚ, 2015i)	35
Tab. 8 Struktura průměrných peněžních výdajů dle COICOP na 1 obyvatele za rok 2014 dle vzdělání (vlastní zpracování; Zdroj: ČSÚ, 2015l)	37
Tab. 9 Cíle Strategie Evropa 2020 a vývoj indikátorů v ČR (vlastní zpracování, Zdroj: Eurostat, 2015b)	38
Tab. 10 Míra zaměstnanosti v ČR dle klasifikace vzdělávání v letech 2010 – 2014 (vlastní zpracování; Zdroj: Eurostat, 2015a)	43
Tab. 11 Identifikační charakteristiky respondentů – dotazníková šetření 2013 a 2014 (vlastní zpracování).....	58
Tab. 12 Kontingenční tabulka – placená práce 2013 (vlastní zpracování)	68
Tab. 13 Kontingenční tabulka – placená práce 2014 (vlastní zpracování)	68
Tab. 14 Klasifikace spotřebního koše dle COICOP (vlastní zpracování; Zdroj: ČSÚ, 2012d)	70
Tab. 15 Struktura spotřebitelského koše studentů dle disponibilních příjmů za 2013 (vlastní zpracování).....	71
Tab. 16 Struktura spotřebitelského koše studentů dle disponibilních příjmů za 2014 (vlastní zpracování).....	71
Tab. 17 Změna struktury spotřebitelského koše 2013 (vlastní zpracování).....	74
Tab. 18 Změna struktury spotřebitelského koše 2014 (vlastní zpracování).....	75
Tab. 19 Ovlivňující marketingové nástroje při nákupu běžných denních výrobků r. 2013 + 2014 (vlastní zpracování).....	77
Tab. 20 Situace v oblasti bydlení v roce 2013 (vlastní zpracování)	78
Tab. 21 Situace v oblasti bydlení v roce 2014 (vlastní zpracování)	78
Tab. 22 Úspory studentů v roce 2013 (vlastní zpracování)	79
Tab. 23 Úspory studentů v roce 2014 (vlastní zpracování)	80
Tab. 24 Důvod studia vysoké školy (vlastní zpracování)	81
Tab. 25 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle pohlaví 2013 (vlastní zpracování).....	83
Tab. 26 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle pohlaví 2014 (vlastní zpracování)	83
Tab. 27 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle disponibilního příjmu 2013 (vlastní zpracování).....	85
Tab. 28 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle disponibilního příjmu 2014 (vlastní zpracování).....	86
Tab. 29 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle věkové kategorie 2013 (vlastní zpracování).....	88
Tab. 30 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle věkové kategorie 2014 (vlastní zpracování).....	89
Tab. 31 Důvody domácí samoprodukce (vlastní zpracování)	91
Tab. 32 Kontingenční tabulka volný čas dle disponibilního příjmu 2013 (vlastní zpracování)	93

<i>Tab. 33 Kontingenční tabulka volný čas a spánek dle disponibilního příjmu 2014 (vlastní zpracování).....</i>	<i>94</i>
<i>Tab. 34 Souhrn výsledků kvantitativního a kvalitativního výzkumu (vlastní zpracování)</i>	<i>96</i>
<i>Tab. 35 Charakteristika respondentů kvalitativního výzkumu (vlastní zpracování).....</i>	<i>99</i>

SEZNAM ZKRATEK A ZNAČEK

COICOP	The Classification of Individual Consumption by Purpose (Klasifikace individuální spotřeby podle účelu)
CPI	Consumer Price Index (Index spotřebitelských cen)
ČSÚ	Český statistický úřad
ESA2010	European System of Accounts 2010 (Evropský systém účtů 2010)
HICP	Harmonized Indices of Consumer Prices (Harmonizovaný index spotřebitelských cen)
ISCED	International Standard Classification of Education (Mezinárodní standardní klasifikace vzdělávání)
SRÚ	Statistika rodinných účtů
VŠPS	Výběrové šetření pracovních sil
χ^2	Testovací kritérium Chí-kvadrát
α	Hladina významnosti testování hypotéz

SEZNAM PŘÍLOH

- A - Statistika rodinných účtů (SRÚ) 2014
- B - Indexy spotřebitelských cen (CPI) – revize 2012
- C - Mimořádná revize národních účtů ESA 2010
- D - Strategické cíle Evropa 2020
- E - Počet studentů vysokých škol v ČR 2005 - 2013
- F - Mezinárodní standardní klasifikace vzdělávání ISCED 2011
- G - Dotazník pro kvantitativní výzkum
- H - Vyhodnocení dotazníkového šetření 2013+2014 při snížení disponibilních příjmů
- I - Vyhodnocení dotazníkového šetření 2013+2014 při zvýšení disponibilních příjmů
- J - Vyhodnocení dotazníkového šetření 2013+2014 nezbytná položka spotřebního koše
- K - Dotazník pro polostandardizované rozhovory
- L - Vyhodnocení polostandardizovaných rozhovorů

ÚVOD

Dynamika vývoje spotřebního trhu prochází neustálými změnami, jejichž význam zásadně podněcuje vývoj moderních technologií, růst znalostí i celosvětová globalizace. Každý spotřebitel dennodenně čelí enormnímu vlivu širokého spektra výrobků a služeb nabízených firmami na trhu. Každá konkurenčně schopná firma implementuje a neustále inovuje své marketingové strategie, aby přinutila zákazníka ke koupi svých produktů.

Ze základního ekonomického pohledu je odvozena logická provázanost plynoucí ze vztahu spotřebitele jako zákazníka a spotřebitele resp. jedince vynakládajícího svou vlastní pracovní sílu. Jednodušeji popsáno vztahem, když chci mít (resp. spotřebovat), musím na to mít (resp. vydělat nebo obstat si finanční prostředky odjinud příp. si produkty vyrobit sám vlastní činností). Znalost skutečných potřeb nám umožňuje odvodit přibližnou finanční částku, která pokryje naše spotřebitelské výdaje a zároveň se na tuto stejnou peněžní sumu můžeme dívat ambivalentně jako na příjem plynoucí z výrobního faktoru práce.

Hnacím motorem, co žene lidstvo kupředu, jsou mimo jiné i znalosti. V současné době se zvyšuje tlak na vzdělanost lidí (strategie Evropa 2020), protože právě vzdělání podněcuje k ekonomickému růstu. (Schiller, 2013) V České republice se stále zvyšuje počet mladých lidí, kteří místo odchodu na pracovní trh, volí vstup do terciárního vzdělávání. Důvody odkladu vstupu na pracovní trh jsou nejčastěji zakořeněny v ekonomické či sociální stráni.

Ve zjednodušeném pojetí můžeme považovat studium jako svobodný pracovně-právní vztah, kterým se zavazujete plnit stanovené požadavky (absolvování zkoušek a zápočtů), jen s tím rozdílem, že za to nebudete dostávat žádnou pravidelnou protihodnotu (příjem). Rozhodování o studiu je rámcově velmi podobné rozhodování o individuální nabídce práce. Klíčovou rolí při tomto procesu hraje očekávaná hodnota, kterou student získá danou činností, a dle toho investuje takové množství času do dané činnosti.

Denní student se z ekonomického pohledu bere jako osoba ekonomicky neaktivní. (Jurečka, 2013) Přestože oficiálně není výdělečně činný (za splnění podmínek žádného vedlejšího pracovního poměru), stává se také účastníkem trhu finální produkce jako spotřebitel. Finanční prostředky na pokrytí svých výdajů může získat bez vlastního přičinění od rodinných příbuzných příp. v rámci transferových plateb od státu. (Hope, 1999) Ekvivalentně zde existují i možnosti, které ovšem vyžadují aktivní participaci samotného spotřebitele a to je vlastní pronájem práce na trhu práce (brigády), nebo si spotřebu může zajistit svou vlastní neplacenou prací doma (domácí samoprodukce).

Společenská věda ekonomie se může dívat na spotřebitele na trhu výrobků a služeb z pohledu mikroekonomické teorie, stejně tak jako z pohledu

makroekonomické teorie. Totožné úhly pohledu můžeme vidět i u problematiky nabídky pracovní síly na trhu práce. Pro účely zpracování tezí disertační práce bude využito poznatků z obou dílčích subkategorií ekonomické vědní disciplíny.

Cílem práce pak bude vytvoření modelu rozhodování spotřebitele (vybraným cílovým segmentem spotřebitelů budou studenti vysokých škol), který se bude rozhodovat o distribuci svého denního času 24 h mezi tři proměnné – placenou práci na trhu práce, domácí samoprodukci, volný čas včetně spánku. Existuje řada ovlivnitelných a neovlivnitelných faktorů působících na všechny tři zkoumané struktury. V disertační práci byla pro všechny tři proměnné testována výše disponibilního příjmu, v případě proměnné domácí samoprodukce byly testovány dvě fyziologické predispozice – pohlaví a věková kategorie. Statistické ověření závislosti dílčích kategorií u třech proměnných pomohlo autorce při finální ilustraci rozhodovacího modelu studenta spotřebitele při alokaci času.

1 SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY

1.1 Chování spotřebitele na trhu výrobků a služeb

První zkoumaná proměnná pro tvorbu nového mikroekonomického modelu je reprezentována spotřebitelským chováním. Spotřebitel je každý ekonomický jedinec vystupující na poptávkové straně. Vědní obor ekonomie spotřebitele označuje také pod pojmem domácnost. Daný spotřebitel/domácnost vstupuje na trh výrobků a služeb s cílem uspokojit své individuální potřeby. Dále jej můžeme označit za koncového uživatele daného výrobku či služby na trhu finální produkce. (Frank, 2006; Hořejší, 2007; Krugman a Wells, 2013b; Mankiw, 2014b; Pindyck, 2013; Samuelson a Nordhaus, 2013)

Na každého spotřebitele působí mnoho faktorů, na jejichž základě spotřebitel zaujímá určitý postoj tzn. vytváří si preference, díky nimž dochází k ovlivňování při rozhodování spotřebitele o nákupu. (Clemons, 2008)

Pochopení chování spotřebitele na trhu výrobků a služeb, tedy změny na poptávkové straně, je prvním krokem pro tvorbu konkurenční strategie firem, představitele nabídkové strany na trhu finální produkce. Adekvátně naplánovaná reakce nabídky na změny spotřebitelského chování je základ pro zvýšení firemních příjmů. Aby mohlo dojít k vzájemné interakci spotřebitelů a firem na trhu výrobků a služeb je předpokladem aktivita spotřebitele na trhu výrobních faktorů (zejména na trhu práce). Za svou nabízenou práci obdrží určitý příjem, se kterým disponuje dle subjektivních úvah na trhu finální produkce. Tímto se vytváří ekonomický koloběh = firmy nabízejí vyrobené produkty domácnostem (spotřebitelům) a ti je nakupují za příjmy, které obdrželi za své nabízené výrobní faktory (především práci, dále půda a kapitál). (Jurečka, 2013; Krugman a Wells, 2013a; Mankiw, 2014a; Samuelson a Nordhaus, 2013; Schiller a Hill, 2013)

Na spotřebitele jako jednoho individuálního člověka lze pohlížet z mikroekonomického pohledu, jestliže se bude jednat o všechny spotřebitele v dané ekonomice, označuje se tento pohled za agregovaný tj. makroekonomický. Všechny následující kapitoly přináší pohled z obou ekonomických vědních disciplín.

Značné množství makroekonomických statistik a národních ukazatelů zajišťuje Český statistický úřad (dále jen ČSÚ). Tento úřad pracuje v součinnosti se statistickým úřadem EU, nazýván Eurostat. Zveřejňovaná data slouží všem organizačním složkám veřejného i soukromého sektoru stejně tak jako domácnostem. Záměrné cílené statistiky z Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT) jsou další národní makroekonomickou základnou pro získání agregátních údajů za ČR. Veškerá převzatá makroekonomická data jsou základním stavebním prvkem pro zpracování makroekonomických úhlů pohledu.

1.1.1 Makroekonomické pojetí chování spotřebitele

Spotřebitelské chování v agregovaném konceptu se dotýká mnoha makroekonomických ukazatelů. Primárně zde budou uvedeny ty, které budou zcela nebo částečně využity pro provedené výzkumy. Jedná se o tyto národní ukazatele: Příjmy, výdaje a životní podmínky domácností; Inlace (Index spotřebitelských cen); Hrubý domácí produkt (výdajová metoda výpočtu).

Spotřebitelské výdaje – Příjmy, výdaje a životní podmínky domácností

Všichni jedinci vstupující na trh za účelem uspokojení potřeb prostřednictvím nákupu statků či služeb se stávají také spotřebiteli. Samotnou spotřebu, nákup statků a služeb, umožňuje peněžní příjem. Z pohledu celého národního hospodářství se sledují jak peněžní příjmy domácností, tak i spotřební vydání domácností. Konkrétní metodika s vazbou na tato zjišťování se nazývá Statistika rodinných účtů (dále SRÚ). Spektrum využití výsledků SRÚ je velmi široké, slouží především jako podklad při realizaci sociální politiky státu, pro interní statistiky ČSÚ (např. vytvoření spotřebitelského koše pro revize indexu spotřebitelských cen CPI, podpůrný zdroj pro sestavení národních účtů za sektor domácností jako součást produktu ekonomiky) a také pro mezinárodní srovnávání viz příloha A. (ČSÚ, 2015I)

Příjmy mohou mít různou formu, od příjmů ze závislé činnosti (hlavní a vedlejší zaměstnání), přes příjmy z podnikání, sociální příjmy (důchody, podpora v nezaměstnanosti, ostatní sociální dávky) či ostatní příjmy (příjmy z kapitálu, nemovitostí, peněžní dary od příbuzných aj. osob). Tyto příjmy domácností jsou děleny do dvou základních kategorií:

- **Hrubé peněžní příjmy** = mzdy/platy + ostatní příjmy (nelze započítat vybrané úspory ani přijaté půjčky a úvěry);
- **Čisté peněžní příjmy** = hrubé peněžní příjmy – odvody na sociální a zdravotní pojištění – daň z příjmů.

Výdaje se stejně jako příjmy dělí na hrubé a čisté:

- **Hrubá peněžní vydání** = spotřební vydání + vydání neklasifikovaná jako spotřební (nelze započítat vklady, splacené půjčky a úvěry);
- **Čistá peněžní vydání** = hrubá peněžní vydání – odvody na sociální a zdravotní pojištění – daň z příjmů.

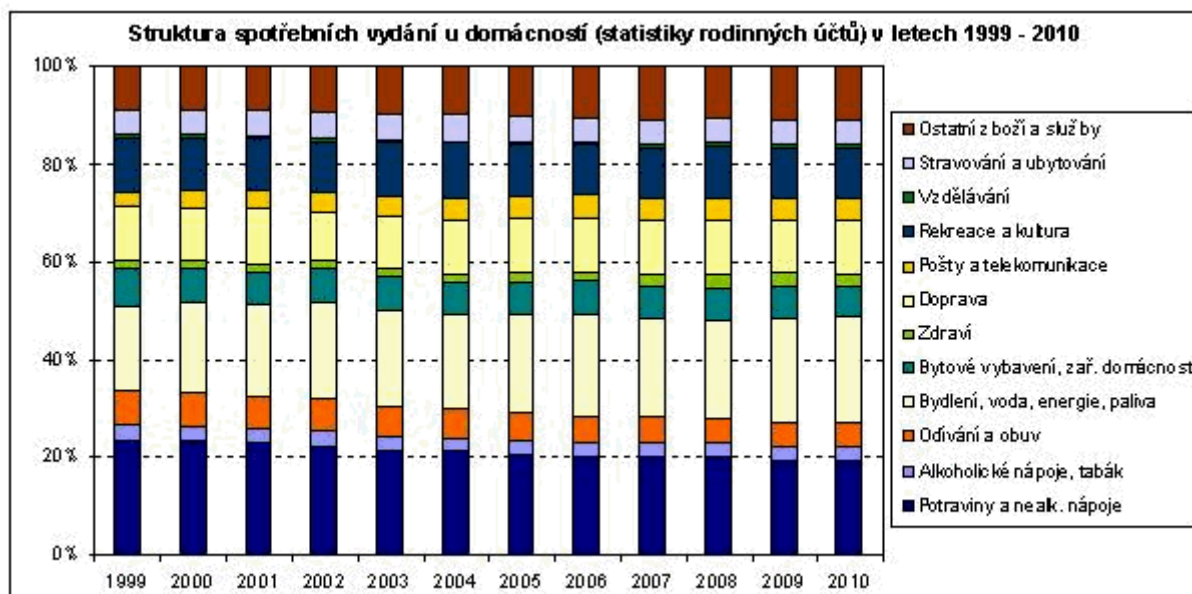
ČSÚ dle směrnice Evropské unie rozděluje jednotlivá spotřební (peněžní) vydání dle mezinárodní klasifikace COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose; Klasifikace individuální spotřeby podle účelu). Předmětem klasifikace je zařazení všech druhů individuální spotřeby (vydání za zboží a služby) podle účelu použití. Dle ČSÚ (2012d) a Eurostatu (2015c) se sleduje prvních dvanáct oddílů klasifikace 1 – 12:

- 1. Potraviny a nealkoholické nápoje** - veškeré potraviny včetně nealkoholických nápojů.
- 2. Alkoholické nápoje a tabák** - alkoholické nápoje a tabákové výrobky.
- 3. Odívání a obuv** - oděvní materiály, oděvy, oděvní doplňky, textilní galanterie, obuv; včetně půjčování a oprav.
- 4. Bydlení, voda, energie, paliva** - nájemné vč. imputovaného, úhrady za užívání družstevních bytů, služby spojené s užíváním bytu, výrobky a služby pro běžnou údržbu bytu, vodné a stočné, odvoz popela a odpadků, všechny druhy energií (plyn, elektřina, teplo), tuhá paliva.
- 5. Bytové vybavení, zařízení domácnosti, opravy** - nábytek a bytové vybavení, koberce a ostatní podlahové krytiny, bytový textil vč. ložního prádla, domácí spotřebiče, skleněné, stolní a kuchyňské potřeby pro domácnost, zboží a služby pro běžnou údržbu domácnosti, nářadí, nástroje a různé potřeby pro dům a zahradu.
- 6. Zdraví** - léčiva a zdravotnické výrobky, stomatologické výrobky, služby očních optiků, služby lékařů, lázeňská péče, regulační poplatky.
- 7. Doprava** - osobní dopravní prostředky vč. oprav a náhradních dílů, pohonné hmoty, veřejná doprava (železniční, autobusová, místní, letecká), doprava žáků a studentů.
- 8. Pošty a telekomunikace** - poštovní služby, telefonní přístroje (mobilní telefony), telefonní služby.
- 9. Rekreace a kultura** - rozhlasové a televizní přijímače, přehrávače a rekordéry, výpočetní technika, hudební nástroje, sportovní potřeby vč. oprav, knihy, noviny a časopisy, hračky, papírenské zboží, kulturní služby, sportovní aktivity, tuzemská a zahraniční rekreace, květiny a potřeby pro jejich pěstování, domácí zvířata a potřeby pro jejich chov vč. veterinární služby.
- 10. Vzdělávání** - všechny stupně vzdělávání vč. výuky jazyků a umělecké výchovy.
- 11. Stravování a ubytování** - jídlo a nápoje v restauracích, kavárnách a podobných zařízeních, závodní stravování, školní stravování, ubytování v hotelích, v penzionech, chatách, na internátech a vysokoškolských kolejích.
- 12. Ostatní zboží a služby** - služby osobní péče, elektrické spotřebiče pro osobní péči, kosmetické výrobky, klenoty, hodinky, kožená galanterie, pojištění (osob, bytů, domů, automobilů), sociální a finanční služby, správní a administrativní poplatky.

Tato klasifikace pro Českou republiku CZ-COICOP je součástí metodiky SRÚ pro rok 2014. Vydání neklasifikovaná jako spotřební zde nejsou začleněna, jedná se zejména o investiční výdaje na výstavbu resp. rekonstrukci domu nebo bytu, výdaje spojené s péčí o užitkovou zahradu a užitková zvířata. V SRÚ zatím nejsou započítávány skupiny 02.3 Narkotika, 04.2 Imputované nájemné a 12.2 Prostituce. (ČSÚ, 2015d)

Imputované nájemné = hypotetické nájemné, které by majitelé obydlí, ve kterých bydlí, inkasovali, kdyby svá obydlí pronajímali. Anebo naopak, je hypotetické nájemné, které by museli platit, kdyby tato obydlí nevlastnili, ale měli je v pronájmu. V ČR se využívá stratifikační metoda, založená na skutečném nájemném v podobných soukromě vlastněných obydlích. (ČSÚ, 2011b)

Na obr. 1 je znázorněn poměr jednotlivých spotřebních vydání dle klasifikace COICOP pro Českou republiku v letech 1999 – 2010. Jak je možné vidět z grafu, nejvyšší % výdaje domácností jsou vynaloženy na položky skupiny 4 – Bydlení, voda, energie, paliva. Druhou nejvyšší položku tvoří kategorie 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje). Další téměř totožným procentuálním zastoupením jsou kategorie položky třídy 12 (Ostatní zboží a služby) a 7 (Doprava). Naopak nejnižší výdaje jsou u položek kategorie 10 (Vzdělávání), 6 (Zdraví) a 2 (Alkoholické nápoje a tabák).



Obr. 1 Struktura spotřebních výdajů domácností dle CZ-COICOP 1999 – 2010. (Zdroj: ČSÚ, 2012d)

V následující Tab. 1 z Eurostatu jsou evidentní konkrétní hodnoty finálních spotřebních výdajů domácností pro ČR. Tyto hodnoty jsou měřeny v 5 letých intervalech (následující měření v roce 2015) a slouží pro mezinárodní srovnávání. Tyto statistiky ve skutečnosti reflektují procentuální zastoupení klasifikace COICOP z předchozího obrázku 1. (Eurostat, 2015c; Eurostat, 2015f)

Od roku 1999 klesla spotřební vydání domácností v ČR nejvíce u položek třídy 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 3 (Odívání a obuv) a 12 (Ostatní zboží a služby). Opačný vývoj, růst spotřebních vydání, zaznamenaly kategorie 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 6 (Zdraví) a 8 (Pošty a telekomunikace).

Tab. 1 Konečná spotřeba domácností ČR dle COICOP (1000 = 100 %). (Zdroj: Eurostat, 2015c; Eurostat, 2015d)

	COICOP (CP01-12)	1999	2005	2010
CP01	Potraviny a nealkoholické nápoje	232	206	203
CP02	Alkoholické nápoje, tabák	34	29	29
CP03	Odívání a obuv	70	56	52
CP04	Bydlení, voda, energie, paliva	175	201	227
CP05	Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	77	67	66
CP06	Zdraví	16	20	29
CP07	Doprava	113	111	112
CP08	Pošty a telekomunikace	25	46	48
CP09	Rekreace a kultura	113	106	107
CP10	Vzdělání	5	5	7
CP11	Stravování a ubytování	48	51	53
CP12	Ostatní zboží a služby	92	102	69

Spotřebitelské výdaje – Inlace (Index spotřebitelských cen)

Hlavním důvodem sledování a úpravy hodnot konečných spotřebitelských výdajů domácností bezprostředně souvisí s aktualizací jednotlivých vah spotřebitelského koše výrobků a služeb využívaného pro HICP (Harmonizovaný index spotřebitelských cen). Na základě zjištěných hodnot tohoto indexu je v EU a Eurozóně počítána míra inflace. ČSÚ bere HICP jako metodický základ a upravuje jej pro prostředí České republiky. Výsledným upraveným ukazatelem je index spotřebitelských cen (CPI). Díky tomu indexu je počítána míra inflace pro ČR a následně šířena veřejnosti.

Podstata měření CPI spočívá ve výběru jednotlivých cenových reprezentantů pro každou z 12 kategorií COICOP. Tento výběr reprezentativních položek se nazývá spotřebním košem, zpravidla se jedná o cca 700 položek pro ČR (aktualizace každý rok vychází z požadavků Eurostatu). Spotřebitelský koš pro rok 2015 zahrnuje 699 výrobků a služeb. Nejvíce reprezentantů, celkem 161, obsahuje kategorie 1 (Potraviny a nealko nápoje) následuje kategorie 9 (Rekreace kultura) obsahující 108 položek. Naopak nejméně zástupců, pouhé 4, jsou v kategorii Pošty a telekomunikace.

Nedílnou součástí pro spotřebitelský koš je stanovení váhy pro dané cenové reprezentanty tzn. důležitost dané položky pro domácnosti z pohledu peněžních vydání. Tyto váhy jsou počítány na základě konceptu konečné peněžní spotřeby

domácností ze Statistiky rodinných účtů (aktualizace každé 2 roky). V Tab. 2 jsou zachyceny váhy 12 kategorií spotřebního koše dle klasifikace COICOP pro výpočet CPI vč. aktuální se stálými váhami roku 2012. Konkrétní metodika výpočtu CPI, sestavení spotřebitelského koše a váhový systém vyobrazeny v příloze B. (ČSÚ, 2015d)

Tab. 2 Váhy jednotlivých oddílů spotřebního koše v roce 2005, 2008, 2010 a 2012 (100 % = 1000). (Zdroj: ČSÚ, 2015c)

Oddíly COICOP	rok 2005	rok 2008	rok 2010	rok 2012
1. Potraviny a nealkoholické nápoje	162,6	170,3	149,8	170,8
2. Alkoholické nápoje, tabák	81,7	86,0	96,0	95,0
3. Odívání a obuv	52,4	47,2	35,9	32,9
4. Bydlení, voda, energie, paliva	248,3	253,4	280,3	265,6
5. Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	58,1	55,2	58,0	61,1
6. Zdraví	17,9	25,0	23,1	23,8
7. Doprava	114,1	114,9	105,0	101,3
8. Pošty a telekomunikace	38,7	39,9	36,1	30,6
9. Rekreace a kultura	98,6	93,7	90,4	87,6
10. Vzdělávání	6,2	7,8	7,8	7,4
11. Stravování a ubytování	58,4	44,2	48,6	55,6
12. Ostatní zboží a služby	63,0	62,4	69,0	68,3
Celkem	1 000,0	1 000,0	1 000,0	1 000,0

U Tab. 2 reprezentující nejdůležitější položky spotřebního koše dle jejich významu pro domácnosti, která vychází z koncepce SRÚ v Tab. 1 o konečném spotřebním vydání domácností, lze spatřit významnou diferenciaci v poměrovém srovnání. Nejvýše zastoupená kategorie 4 (Bydlení, voda, energie, paliva) je transparentně nejvyšší u obou indikátorů. Kategorie 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje) je druhá nejvýše hodnocená u obou tabulek, avšak evidentní rozdíl u váhového poměru při počítání indexu spotřebitelských cen, kdy tyto položky nesou mnohem nižší důležitost než položky kategorie 4. Na třetím místě v peněžním vydání byly téměř stejně zastoupeny kategorie 12 (Ostatní zboží a služby) těsně následované kategorií 7 (Doprava). Při porovnání váhových poměrů je zde viditelná diferenciaci u položek č. 12, které spadají do průměrné důležitosti spotřebitelského koše. Na druhém konci spotřebitelského koše se nachází položky související se Vzděláním (10) následované položkami Zdraví (6).

Detailní strukturu spotřebitelského koše lze zjistit z ČSÚ a není součástí přílohy této disertační práce. V příloze B jsou uvedeny váhy pouze za celé kategorie (1-12). Bližší představu o top 10 položek s nejvyšší a nejnižší váhou napříč celým spotřebitelským košem přináší tabulky 3 a 4.

Z tabulky 3 vyplývá nejdůležitější podíl položek třídy 4 – Bydlení, voda, energie a paliva. Dále jsou významné položky třídy 2 – Alkoholické nápoje a tabák.

Tab. 3 Položky spotřebního koše s nejvyšší vahou pro rok 2015 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2015c)

POLOŽKY SK 2015 S NEJVYŠŠÍ VÁHOU					
pořadí	COICOP	NÁZEV	MĚRNÁ JEDNOTKA		VÁHA v ‰
1	04.211.01	SUBI HYPOTETICKÉ NÁJEMNÉ VLASTNÍKŮ			92,955475
2	04.511.01	SUBI ELEKTŘINA			47,404951
3	04.521.01	SUBI PLYN ZE SÍTĚ			29,269059
4	08.301.01	SUBI TELEFONICKÉ A TELEFAXOVÉ SLUŽBY			28,316251
5	07.221.02	BENZIN AUTOMOBILOVÝ NATURAL 95 OKTANU	1	l	26,688448
6	04.551.01	TEPLO PRO OTOPI A PŘÍPRAVU TEPLÉ VODY	1	GJ	20,494425
7	02.201.03	RED AND WHITE ORIGINAL	1	bal.	12,758499
8	02.201.05	VICEROY SPECIAL FILTER RED	1	bal.	12,758498
9	12.621.01	SUBI FINANČNÍ SLUŽBY			12,272082
10	02.131.01	PIVO VÝČEPNÍ, SVĚTLÉ, LAHVOVÉ	0,5	l	10,068504

Při detailním pohledu na opačný konec spotřebního koše s nejnižšími vahami jsou nejvíce zastoupeny položky kategorie 6 (Zdraví), 10 (Vzdělání) a ty položky, které se v obecném měřítku platí 1x ročně či jednorázově (všeobecně je lze označit jako poplatky).

Tab. 4 Položky spotřebního koše s nejnižší vahou pro rok 2015 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2015c)

POLOŽKY SK 2015 S NEJNIŽŠÍ VÁHOU					
pořadí	COICOP	NÁZEV	MĚRNÁ JEDNOTKA		VÁHA (v ‰)
1	12.702.02	VYDÁNÍ STAVEBNÍHO POVOLENÍ	1	poplatek	0,003192
2	04.531.01	PETROLEJ	1	l	0,021080
3	06.121.07	KONDOM	3	ks	0,023958
4	06.121.08	DIGITÁLNÍ TEPLOMĚR	1	ks	0,023958
5	06.121.06	OBINADLO NA ZPEVNĚNÍ KLOUBU	5	m	0,044304
6	06.211.03	POPLATEK ZA NÁVŠTEVU POHOTOVOSTI	1	poplatek	0,045806
7	07.231.08	MYTÍ AUTOMOBILU	1	služba	0,048271
8	10.201.01	ŠKOLNÉ NA SOUKROMÉM GYMNÁZIU		ročně	0,053603
9	10.401.02	POPLATEK ZA PŘIJÍMACÍ ŘÍZENÍ NA VŠ	1	poplatek	0,067996
10	09.112.09	MP3/MP4 PŘEHRAVAČ	1	ks	0,072311

Spotřebitelské výdaje - Hrubý domácí produkt (výdajová metoda)

Produkt, v mnoha zemích primární ukazatel výkonnosti ekonomiky, lze vyjádřit jako finální hodnotu statků a služeb vyrobených ekonomickými subjekty na území státu za určité časové období. (Jurečka, 2013; Krugman a Wells, 2013a; Mankiw, 2014a; Samuelson a Nordhaus, 2013; Schiller a Hill, 2013)

Finální hodnotu můžeme vypočítat několika způsoby. V ČR je HDP počítán Českým statistickým úřadem (2015a) pomocí 3 metodických postupů (finální hodnoty jsou totožné):

- **Produkcční metoda (vychází z tvorby produktu)**
 $HDP = \sum \text{přidaných hodnot (VA); nebo}$
finální produkce – mezispotřeba
- **Výdajová metoda (vychází z užití produktu)**
 $HDP = \text{spotřebitelské výdaje domácností (C) + hrubé investice firem (I) +}$
vládní výdaje na konečnou spotřebu (G) + čistý export (NX = vývozy – dovozy)
- **Důchodová metoda (vychází z přerozdělení příjmů)**
 $HDP = \text{národní důchod (NI) + investice obnovovací (Io) + nepřímé daně}$

Z tabulky 3 níže je ilustrován vývoj HDP pro ČR v letech 2008 – 2014 (předběžně). Rok 2009 je v celkové sumě produktu jasně poznamenán globální krizí, což také vedlo k poklesu výkonnosti ekonomiky.

Tab. 5 Vývoj reálného HDP v ČR v letech 2008 – 2014 v mil. Kč (Zdroj: ČSÚ, 2015a)

Komponenta HDP / HDP celkem	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ^e
Výdaje na konečnou spotřebu	2723305	2734222	2756756	2737450	2695025	2719923	2770441
Domácnosti	1913129	1900240	1919942	1924727	1889706	1896647	1928835
Vládní instituce	782718	806518	809674	785937	778074	795793	813778
NISD	27248	27429	27140	26786	27299	27914	28406
Tvorba hrubého kapitálu	1255890	1028853	1074377	1094386	1053490	999635	1030136
Tvorba hrubého fixního kapitálu	1170223	1052148	1066005	1077444	1045839	999778	1044366
Čisté pořízení cenností	3836	3919	3541	3707	6055	4497	4451
Hrubé domácí konečné výdaje	3980745	3762748	3831133	3831836	3748856	3720785	3801686
Vývoz zboží a služeb	2552024	2300906	2645451	2890966	3006896	3017706	:
Dovoz zboží a služeb	2464787	2193196	2522933	2691510	2755656	2765857	:
Hrubý domácí produkt	4061601	3864947	3953651	4031292	3998703	3970646	4049726

Ve všech sledovaných letech je podíl konečné spotřeby domácností na celkovém produktu v rozmezí 47 – 50 %. Z těchto dat vyplývá, že domácnosti představují pro českou ekonomiku významný sektor, na němž závisí téměř polovina produktové výkonnosti ekonomiky.

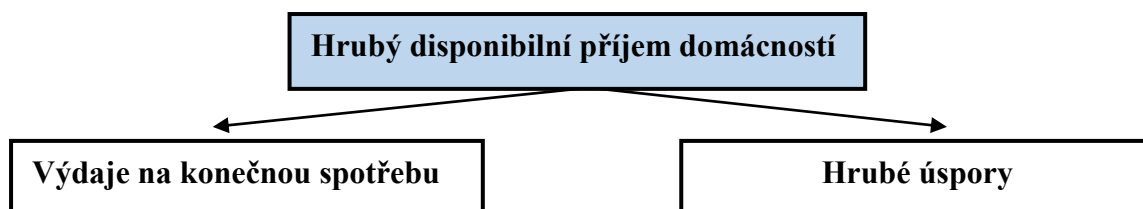
Dle Slováka (2007) se struktura spotřebitelské poptávky v ČR razantně změnila po pádu socialistického režimu, kdy se v listopadu 1989 centrálně plánovaná ekonomika transformovala na ekonomiku tržní. Empirické studie dokazují volatilitu spotřebitelského chování v závislosti na současných trendech západu. Mezi faktory mající vliv na post-komunistickou spotřební éru můžeme zařadit technologický pokrok, globalizaci společnosti, širokospektrální nabídku produktů a jimi vyvolanou změnu spotřebitelských preferencí, vstup nadnárodních společností na český trh, dynamizaci trhu práce, požadavky na kvalifikovanou pracovní sílu aj.

Pojem disponibilní příjem v sobě zahrnuje nejen příjem získaný na trhu práce za pronájem své pracovní síly, nýbrž jsou zde i ostatní příjmy, které původní příjmy navyšují. Především mohou spotřebitelé dostávat navíc transfery od státu v různé podobě (důchody, podpory v nezaměstnanosti, stipendia aj.), dalším zdrojem příjmů mohou být příjmy z kapitálového majetku či půdního bohatství. Kompletním sečtením příjmů ze všech alternativních zdrojů příjmů dostáváme příjem disponibilní. (Besanko et al., 2015)

Ne všechny disponibilní příjmy domácností jsou přeměněny na spotřebitelská vydání. To, co domácnosti z disponibilního příjmu neutratí za nákup statků a služeb, lze ponechat na „horší časy“ ve formě úspor.

Z makroekonomického pohledu je beze sporu nutné sledovat i úspory domácností. Jak vysvětlují ekonomové Krugman a Wells (2013a) a Mankiw (2014a) funkce úspor vychází z teoretického konceptu, který označuje úspory jako úniky z ekonomiky a mají negativní vliv na současný produkt. Vznik úspor působí kontraproduktivně pro tvorbu HDP, což je zapříčiněno absencí spotřebitelských výdajů v ekonomice. Ambivalentně se lze na úspory dívat také jako na odloženou spotřebu, která se projeví spotřebou v budoucnu. Tato funkce úspor má pozitivní dopad na budoucí produkt ekonomiky. (Samuelson a Nordhaus, 2013; Schiller a Hill, 2013)

Základem pro vznik hrubých úspor domácností je existence hrubého disponibilního příjmu domácností viz schéma na obr. 2. Hrubý disponibilní důchod je tedy primárním zdrojem jak pro konečnou spotřebu, tak i pro hrubé úspory.



Obr. 2 Hrubý disponibilní příjem domácností rozložení (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2013j)

Úspory hrají pro každou ekonomiku důležitou roli ať už to z pohledu současného či budoucího produktu. Pozornost vůči tomuto indikátoru je věnována nejen v ČR, ale také z pohledu celé EU. Konkrétně je sledována absolutní hodnota úspor v peněžním vyjádření a podíl hrubých úspor na hrubém disponibilním příjmu označováno jako míra hrubých úspor. Vývoj míry úspor pro ČR v letech 2008 - 2014 v porovnání se zeměmi EU (28 států) a států Eurozóny (18) přináší Tab. 4. Dle Eurostatu (2015e) míra hrubých úspor za ČR se pohybuje v intervalu 9,71 – 13,34 %. Nejvyšší míra tvorby hrubých úspor byla v roce 2009, kdy na českou ekonomiku dopadla celosvětová krize, vytvořilo se zde 195 mld. Kč úspor. Překvapivě při poklesu produktu měly ekonomiky tendenci více spořit napříč celou Evropou.

Tab. 6 Míra úspor domácností (včetně neziskových organizací sloužící domácnostem) k hrubému disponibilnímu důchodu) v % (vlastní zpracování; Zdroj: Eurostat, 2015e)

Země / Míra úspor (%)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
EU (28)	11,00	13,04	11,94	11,54	11,23	11,03	10,45
Eurozóna (18)	13,46	14,76	13,33	13	12,71	12,92	12,74
ČR	11,36	13,34	12,52	11,11	11,33	9,71	x

Hrubé úspory domácností jsou součástí národních hrubých úspor. ČSÚ (2013j) uvádí podíl úspor českých domácností na celkových hrubých úsporách necelých 25 %. Úspory domácností se tvoří jako nespotřebovaná část jejich hrubého disponibilního příjmu. Bývají označovány jako odložená spotřeba s velmi kolísavou tendencí. Důkazem toho je vývoj úspor od roku 2008. Dle ČSÚ (2013k) domácnosti byly k tvorbě úspor tlačeny díky obavám z budoucího ekonomického vývoje a nejistých příjmů. Příčiny obav pak lze spatřovat v probíhajících hospodářských problémech a jejich psychologickém působení na chování domácností. Ve srovnání s rokem 2008 výrazně klesla inflace na 1 % a to mělo za následek zmírnění tempa růstu míry úspor. Od roku 2010 podíl úspor na hrubém disponibilním důchodu klesá. V roce 2013 byl za poslední léta nejnižší na hodnotě 9,71 %.

1.1.2 Mikroekonomické pojetí chování spotřebitele

Úroveň ekonomického pohledu hledající zákonitosti vztahující se k jednomu spotřebiteli se uskutečňuje z pohledu mikroekonomického. Naproti makroekonomickému pohledu nelze říci, že všichni spotřebitelé se na trhu chovají apriorně stejně, protože každý jedinec je individuální. Odhadování spotřebitelského chování ve světě opanovaném obzvláště moderními technologiemi (jako je např. internet) znamená pro každou nabízející firmu hledat cestu k otevření Pandořiny skříňky. (Gurney, Chambers, Grant, Shah a Sullivan, 2004)

Samotné rozhodování spotřebitele o koupi produktu je ovlivňováno mnoha vnějšími činiteli (např. ekonomické podmínky, sociální vrstva, legislativa) a vnitřními činiteli (psychologické faktory, názory, postoje).

Z pohledu nabídky na trhu výrobků a služeb, kterou tvoří firmy, je nezbytné zahrnout všechny aspekty do marketingové prodejní strategie motivující zákazníka ke koupi daného produktu. Ekonomicky zjednodušený marketingový model nákupního chování spotřebitele lze vidět na obrázku č. 3. (Schifmann a Kanuk, 2007; převzato od Stávková a Stejskal, 2011)



Obr. 3 Model spotřebitelského chování a rozhodování (vlastní zpracování; Zdroj: Schifmann a Kanuk (2007), převzato Stávková a Stejskal (2011))

Otázkou vztahující se ke spotřebitelským trendům nákupu u běžných denních výrobků (rychloobrátkového zboží) v ČR se zabývala D. Krofiánová (2006). Mezi hlavní dva proudy označila trend „Dynamika“ a „Jistota“. Zjednodušený výčet hlavních typů spotřebitelských trendů a podstata chování spotřebitelů na českém maloobchodním trhu:

- **Trend „Dynamika“**

- Užívám si přátel, zábavy, sportu a rodiny! (spotřebitel si uvědomuje, že žije jen jednou a nechce dělat ve spotřebě kompromisy)
- Chci se odlišovat – řešení šité na míru! (spotřebitel vyhledává nestandardizované položky, chce být jiný, unikátní – netýká se to jen osob s vyššími příjmy)
- Co se mi líbí, chci hned! (spotřebitelé nechtějí čekat a tudíž ani spořit)
- Chci se cítit a vypadat dobře! (spotřebitelé se chtějí cítit spokojeně)
- Věk ani pohlaví nerozhoduje! (stírají se rozdíly v životním stylu u různých věkových skupin a pohlaví)
- Konec mýtům a falešnému konzervatismu! (společenská inkluze, bourání mýtů a předsudků)

- **Trend „Jistota“**

- Návrat k tradicím! (spotřebitelé hledají to, čemu důvěřují – tradiční značky)

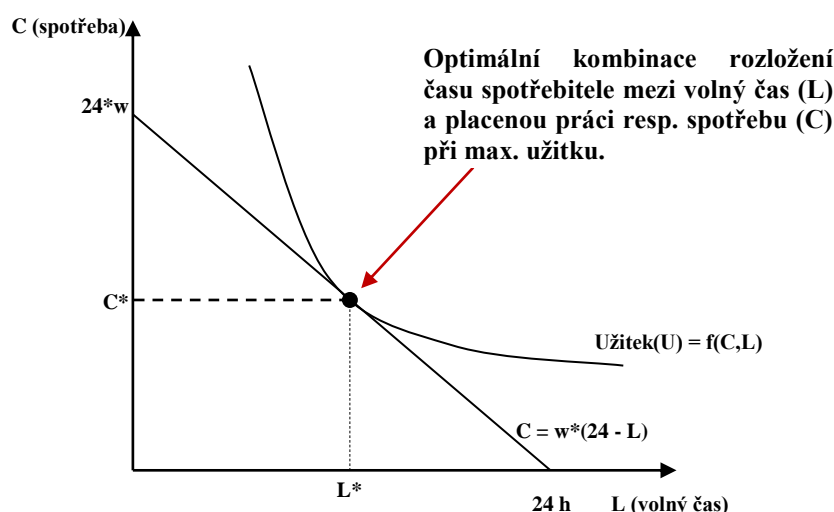
- Hledám bezpečí a jistotu! (spotřebitelé v globálním světě hledají pocit bezpečí a jistoty)
- Žiji zdravě! (spotřebitelé si uvědomují význam zdravé výživy a zdravého životního stylu)
- Chraňme životní prostředí! (spotřebitelé věnují pozornost ochraně životního prostředí i při konzumním způsobu života). (Krofiánová, 2006)

Pro maloobchodní prodejce je zásadním prvkem poznání spotřebitelského trendu jejich cílového segmentu. Pochopení těchto trendů a vhodná aplikace do marketingové prodejní strategie může firma docílit zvýšení tržeb z prodeje a tím přispět k vyššímu zisku.

V případě čistého mikroekonomického přístupu, můžeme spotřebitelskou volbu zakreslit pomocí všeobecně známého optimálního výběru spotřebitele, který se rozhoduje na základě preferenční volby mezi dvěma produkty. Jestliže budeme předpokládat, že spotřeba je realizována na základě výkonu placené práce tzn. spotřeba (označována C), která je funkcí míry odpracovaných hodin placené práce (označována w) a zbývající nespotřebovaný čas se stává časem volným (označováno L), lze tento vztah zapsat rovnicí:

$$C = w \cdot (24 - L).$$

Spotřebitel bude v celkové rovnováze při zvolené časové alokaci mezi prací a volný čas, která mu přináší nejvyšší možný spotřebitelský užitek. To je vyobrazeno v bodě dotyku křivky užitku a linie spotřeby. Tento časový alokační model slouží jako výchozí model pro konstrukci individuální nabídkové křivky, jeho ilustrace je na obr. č. 4.



Obr. 4 Optimální alokace času mezi prací a volný čas (vlastní zpracování; Zdroj: Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007)

1.2 Domáci samoprodukce

Tak jako sociálně-psychologické faktory působí na spotřební chování, i s růstem vzdělání a uvědomování si vážnosti ekonomické situace se studenti chovají racionálně. Jsou schopni si díky své vlastní činnosti produkovat výrobky či služby, díky nimž se odklání od spotřebitelského konzumu a výdajů na trhu produktů a služeb. Tvorba těchto produktů se ve většině případů odehrává v domácím prostředí, proto budeme považovat domácí samoprodukcii za činnosti probíhající v prostředí domova. Tento pojem domácí samoprodukce je v celosvětové terminologii odlišný, některými autory v překladu Home Production nebo Do It Yourself. Zatímco Český statistický úřad domácí samoprodukcii označuje pojmem Samozásobení domácností.

Pro ucelenější představu typologie produktů vznikajících při domácí samoprodukcii je zde uvedena následující klasifikace zahrnujících činností:

- Klíčové činnosti domácí samoprodukce (úklid, praní, žehlení, mytí nádobí, prostírání a běžná domácí administrativa);
- Nakupování;
- Vaření;
- Ostatní práce (zahradničení, domácí opravy, šití, pletení, zavařování, péče o domácí zvířata). (Stancanelli a Soest, 2012)

Pro účely zpracování disertační práce byla převzata terminologie domácí samoprodukce od autorů Stancanelli a Soest (2012). Autorka provedla drobnou obměnu tohoto výčtu, s tím, že činnosti patřící do oblasti domácí samoprodukce jsou vykonávány ryze v prostředí svého obydlí. Z toho vyplývá, že činnost nákupu není zahrnuta do autorčiny terminologie domácí samoprodukce.

Neplacené produkty vznikající vlastní činností nemusí mít dokonalou podobu tržního výrobku, ale také nenesou známky nějaké podřadné kvality. Důležitou roli při samoprodukcii hraje samotný proces výroby, kdy je důležité namotivovat sám sebe pro danou činnost a vidět hodnotu námi vyrobeného výstupu. (Troye a Supphellen, 2012)

1.2.1 Makroekonomické pojetí domácí samoprodukce

Před pádem komunistického státního uspořádání byla domácí samoprodukce v českém prostředí samozřejmostí. Pěstování zemědělských plodin, chov zvířat pro vlastní potřebu, řemeslné práce (zednictví, opravářství, malířství) či kreativní práce (vyšívání, vaření) se postupem času začaly vytrácet z vlastního portfolia domácností. Uvolnění bran vstupu i výstupu na všech trzích se promítlo do spotřebitelské poptávky a míry domácí samoprodukce. Na přelomu milénia se

tendence domácích prací začíná snižovat a domácnosti díky pracovní vyčerpání a možnostem nabídky zvyšují své spotřebitelské výdaje.

Na funkci domácí samoprodukce lze pohlížet na možné řešení, jak se zcela nevyčlenit ze společnosti. Obzvláště v případě absence pracovního poměru, může být návrat k vlastní samoprodukcí doma přínosem, tak jako tomu bylo u minulých generací. Drobné řemeslné práce pro ženy, jako např. šití, pletení a háčkování, dříve považovány za vykořisťující práce, nabírají v dnešní společnosti postavení prací poskytujících odpočinek a potěšení, jejichž důsledkem je odklad tržní práce a studijních povinností. (Dawkins, 2011)

V makroekonomickém pojetí je velmi obtížné počítat hodnotu domácí samoprodukce. Přestože jsou touto činností produkovány výrobky a služby uspokojující potřeby jedinců resp. společnosti, neprochází oficiálně tržním prostředím a nejsou součástí výsledných statistik HDP. Oficiálně zveřejňovaný produkt národní ekonomiky tedy neodráží hodnotu produktů vyrobených a spotřebovaných mimo trh a lze to označit jako jeden z nedostatků finální hodnoty HDP.

Činnosti, jenž oficiálně neprochází tržním prostředím se nazývají produkty šedé (stínové) ekonomiky. Podle Jurečky (2013) stínová ekonomika představuje konglomerát pololegálních a nelegálních činností. Ty méně škodlivé činnosti zahrnuje šedá ekonomika (např. neregistrované služby – melouchy, protislužby), zatímco pojmem černá ekonomika se označují činnosti, jenž jsou v přímé linii s porušováním legislativních norem tzn. jedná se o kriminální aktivity snižující společenský blahobyt (např. nezdaněná práce a příjmy, úplatky, výroba a distribuce drog).

Stínová (šedá) ekonomika reprezentuje v některých zemích značnou část ekonomické aktivity zemí. Dle výzkumné studie společnosti Visa Europe, ve spolupráci s expertem na šedou ekonomiku Friedrichem Schneiderem, objem šedé ekonomiky v Česku za rok 2014 vzrostl na 612 miliard Kč. Predikce vývoje pro následující rok 2015 odhaduje mírný růst na 614 miliard Kč. Podíl šedé ekonomiky na tuzemském HDP za 2014 tak vychází na 15,4 %, což je pod evropským průměrem. Ten činí 18,5 procenta ve srovnání s východním křídlem Evropy, kde podíl dosahuje 24,4 %. (E15,2015)

Disproporční hodnoty šedé ekonomiky existují jen z hrubých odhadů, dle kterých podíl neoficiální ekonomiky činí v Bulharsku 31 %, v Estonsku, Chorvatsku, Litvě a Rumunsku 28 %. Slovensko má přibližně identický podíl na HDP jako Česko, Maďarsko má 22 a Polsko 24 procent. Naopak proti Rakousku nebo Švýcarsku je podíl šedé ekonomiky v ČR zhruba dvojnásobný. (Svaz průmyslu a dopravy České republiky, 2015)

Mezi další komponenty (mimo šedou ekonomiku) nezahrnované do oficiálních statistik HDP lze zařadit také naturální transakce = barter, neplacená domácí samoprodukce, dary, volný čas, zvyšování kvality produktů atd. Výčet těchto složek zvyšuje blahobyt společnosti a má tedy pozitivní vliv na ekonomiku. (Novinky, 2014)

Statistické výpočty makroekonomických indikátorů jako je HDP se v čase vyvíjí a mění se pohled na jejich strukturu. Nejen v evropských zemích, ale celosvětově je nutná proveditelnost revize národních účtů, aby nedošlo k chybným výpočtům. Revizí národních účtů se rozumí přehodnocení stávajících metodických postupů při výpočtech národních indikátorů. Poslední revize vychází z metodiky ESA2010, která byla přijata do národních ukazatelů od října 2014 viz Příloha C. Zde je autorčina pozornost věnována revidované oblasti E – Jiné změny, jejíž dílčí položka E2 Samozásobení domácností bude nově započítávána do výsledné hodnoty HDP. Samozásobení domácností znamená v teoretickém konceptu domácí samoprodukce neboli ve světovém konceptu Do It Yourself.

Zde je zkrácený popis metodického listu revize zveřejněný ČSÚ (2015a):

E2 Samozásobení domácností

Metodický list revize

V revizi ročních národních účtů v roce 2014 dochází k vylepšení dosavadních postupů výpočtu mezispotřeby k samozásobení domácností. Odhad mezispotřeby k samozásobení domácností je založen na údajích z tabulek input-output.

V každém odvětví jsou spočteny poměry mezispotřeby v základních cenách jednotlivých produktů k produkci daného odvětví podle národní tabulky input-output. Mezispotřeba je odhadnuta jako součin produkce samozásobení domácností v daném odvětví a spočtených poměrů, přičemž se předpokládá užití pouze vybraných produktů.

Dále v revizi dochází k vylepšení odhadu produkce samozásobení domácností a do produkce je přidána nová položka palivové dřevo. Tato nová položka bude promítnuta do produkce samozásobení domácností od roku 2000. Odhad respektuje měnící se zvyklosti českých domácností v topení.

Dojde ke změně odhadu výpočtu mezispotřeby samozásobení domácností v celé časové řadě a produkce samozásobení domácností (od roku 2000).

V rámci disertační práce je poukazováno na oblast domácí samoprodukce. Přestože není součástí tržního chování spotřebitele a lze ji jen hrubě odhadovat, bude tato komponenta jedna ze základních časových struktur mikroekonomického modelu rozhodování studenta o časové alokaci.

Tento vyobrazený metodický list revize výpočtu HDP, zahrnující změnu postupu výpočtu, pohlcuje i část samozásobení domácností. Jak je možné vidět, i oficiální statistiky budou nově započítávat produkci, jenž oficiálně neprochází tržním prostředím. Tudiž nelze tuto oblast spotřebitelského chování nijak opomíjet.

1.2.2 Mikroekonomické pojetí domácí samoprodukce

Domácí samoprodukci lze ilustrovat pomocí produkční funkce domácností. Produkční funkce je svým tvarem totožná s hranicí produkčních možností (PPF). Tato hranice se sestavuje v makroekonomickém kontextu pro zobrazení efektivní produkce dané ekonomiky. (Hope, 1999; Mankiw, 2014a)

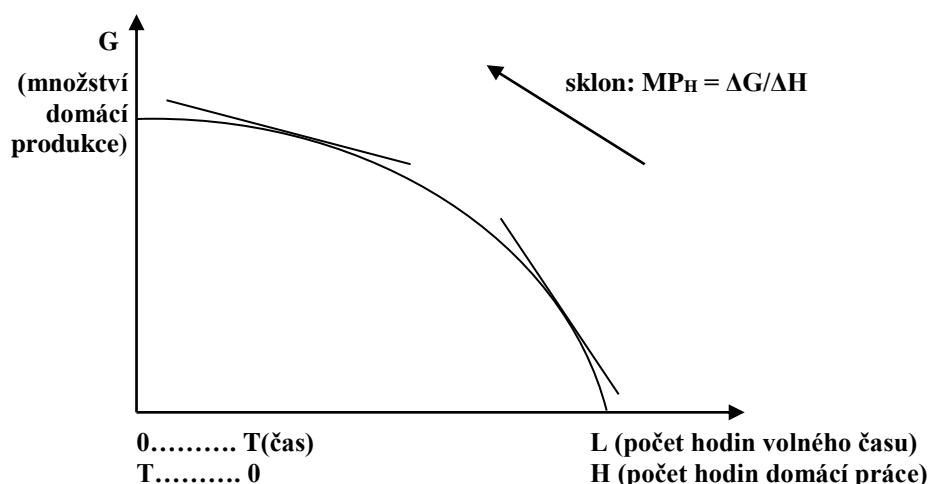
Produkční funkce domácností vychází z předpokladu, že domácnost (jedinec) může sama vyrábět určité statky doma a nemusí je nakupovat na trhu. Jak uvádí Brožová (2010) tento produkční model může být zapsán pomocí rovnice, která bude vyjadřovat množství produktů vyrobených vlastní činností (označováno G), jenž jsou funkcí míry odpracovaných hodin (označováno H) a množství použitého kapitálu Z (domácí zařízení, které je považováno za konstantní). Lze ji zapsat vzorcem:

$$G = f(H, Z)$$

Výstupní hodnota G poroste s množstvím odpracovaných hodin doma H. V tomto případě se zde projeví obecný zákon klesajících mezních výnosů, tedy čím více hodin práce se bude používat, tím bude mezní produkt domácí práce (MP_H) klesat a lze jej zapsat vztahem:

$$MP_H = \Delta G / \Delta H.$$

Jinými slovy tento vztah může být interpretován jako klesající přírůstek celkové domácí produkce s každou dodatečně vynaloženou hodinou na domácí samoprodukci. Každá dodatečná hodina práce v domácnosti bude méně produktivní než ta předcházející. (Brožová, 2010) Graficky je průběh produkční funkce domácností vyobrazen na obr. 5.



Obr. 5 Klesající mezní výnosy z produkční funkce domácností (vlastní zpracování; Zdroj: Hoffman a Averett, 2009)

Práce vykonávané v domácím prostředí jsou často asociovány jako činnosti vztahující se převážně k ženskému pohlaví. Předchozí výčet činností zahrnuje i takové práce, které mnohdy vykonávají především muži (např. drobné řemeslné práce jako jsou běžné opravy v domácnosti, tvorba drobných částí nábytku, údržba domu či bytu, zahradničení, chov zvířat atd.). V této problematice se nemůže opomenout fakt, že vývojem společnosti a stále vyššímu zapojování žen do pracovního procesu, se začínají snižovat genderové rozdíly (mezi oběma pohlavími).

Autoři Hoffman a Averett (2009) poukazují na významnost aktivity žen pro ekonomické prostředí. Vycházejí z tradičního konsenzu o tvorbě přidané hodnoty v domácnosti zejména díky péči o děti a domov. Teoretický koncept produkční funkce domácností byl těmito autory aplikován na ženy v domácnosti. Na tento model volně navázala doc. Brožová z Vysoké školy ekonomické v Praze. Na obr. 6 je jeho finální podoba.

Jejich model propojuje dva předchozí mikroekonomické modely:

- Spotřebitelský model rozložení času mezi práci a volný čas (obr. 4);
- Produkční funkce domácností rozložení času mezi domácí samoprodukcí a volný čas (obr. 5).

Úskalí tohoto modelu tkví v rozložení třech proměnných do dvou os. Celkový čas T je rozkládán mezi tyto tři proměnné:

- Volný čas ($L = \text{Leisure}$)
- Placená práce ($M = \text{Market}$)
- Domácí samoprodukce ($H = \text{Household}$)

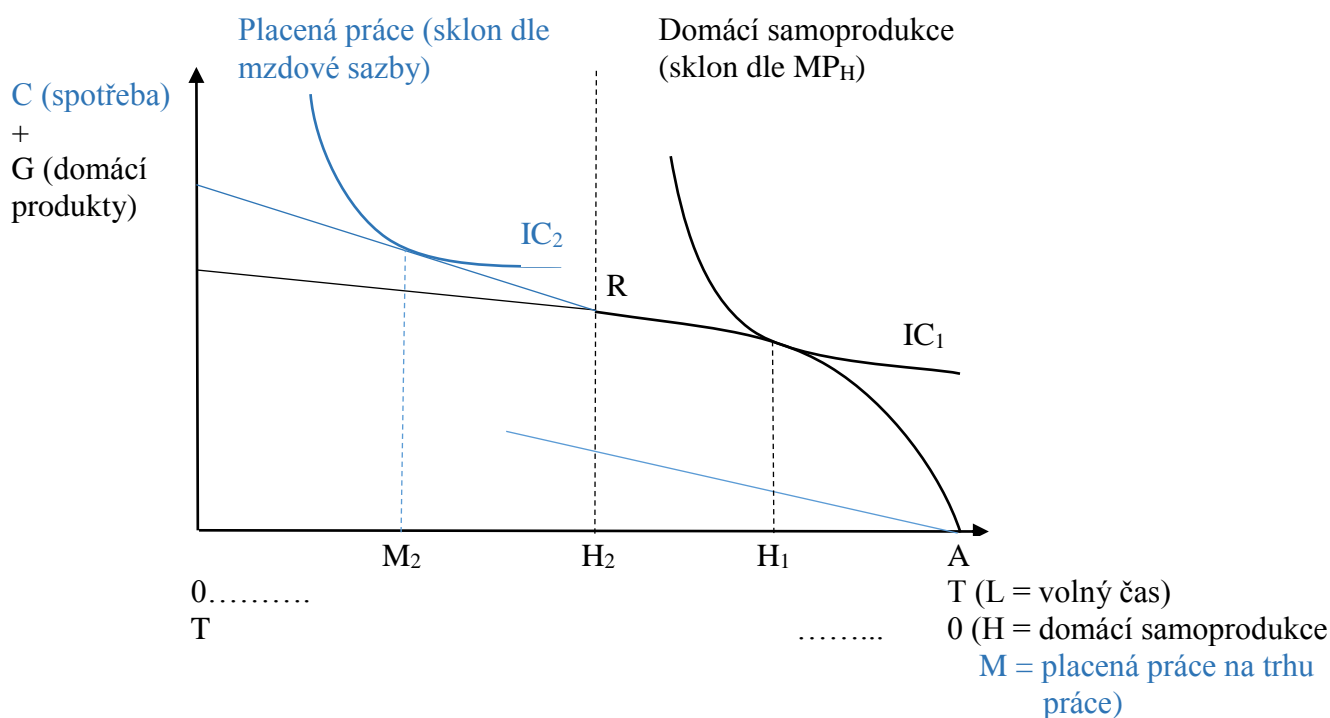
Vynaložením času do jednotlivých proměnných lze získat tyto druhy produktů:

- Volný čas – volný čas
- Placená práce – umožňuje spotřebu výrobků a služeb (C) na trhu finální produkce
- Domácí samoprodukce – tvorba domácích produktů (G) za pomoci vlastní činnosti.

Aby daný spotřebitel (v případě původních výzkumů Hoffman a Averett (2009) se jednalo o vdanou ženu pečující o děti a provoz domácnosti) našel optimální skladbu rozložení času, bylo nutné sestavit produkční funkci domácnosti, rozpočtová omezení (daná vyšší mzdové sazby w) a dále znázornit směr preferencí pomocí indifferenčních křivek (IC) spotřebitele. V bodě dotyku indifferenční křivky IC_1 a křivky produkční funkce domácností je bod H_1 množství hodin věnovaných domácí samoprodukcí na časové ose z bodu A do bodu H_1 . Placená práce u tohoto spotřebitele není a to z toho důvodu, že sklon rozpočtového omezení (modrá linie

z bodu A) má nižší sklon než zaoblená produkční funkce vedená ze stejného bodu. Tudíž zbylá část času tohoto spotřebitele je věnována volnému času (L).

U druhého spotřebitele je optimální skladba dána bodem dotyku indifferenční křivky IC_2 a rozpočtového omezení dané mzdovou sazbou znázorněné modrou linií. Práce doma je volena v časovém rozmezí z bodu A do bodu H_2 (vyšší sklon produkční funkce domácnosti nežli mzdová sazba). Z bodu H_2 do bodu M_2 nabízí svou pracovní sílu na trhu práce díky vyššímu sklonu mzdové sazby než-li je produkční funkce. Od bodu $M_2 - T$ je tento prostor věnován volnému času. (Brožová, 2010)



Obr. 6 Produkční funkce domácnost, mzdové omezení a preference (převzato: Brožová, 2010, Zdroj: Hoffman, S. D. a S. Averett, 2009, upraveno)

Tento předchozí model na obr. 6 bude základem pro autorčin navrhovaný mikroekonomický model aplikovaný na tržní segment vysokoškolských studentů.

Důvody pro domácí samoprodukcí nejsou v dnešní době nevyhnutelně spjaté s tradičním rozdělením žena a muž tzn. žena se stará o domácnost a děti, muž pracuje a vydělává. Další zvykovou alternativou pro výkon domácí samoprodukce tkví v úspoře peněžních prostředků. Každý jedinec se subjektivně rozhoduje o volbě domácí samoprodukce podle svých možností. Existuje nesčetné množství faktorů, které podněcují člověka k výkonu domácí práce (rodina a děti, záliby, zvyky) a naopak jsou zde demotivující faktory či překážky tvorby domácí samoprodukce (nedostatečné množství času, fyzické dispozice). Dle Hal Deana (2010) mezi hlavní faktory podněcující člověka k vykonávání domácí samoprodukce patří hlavně emotivní složka osobnosti člověka. Vysvětluje na příkladu netečnosti obsluhy

v restauraci, kdy tato situace může u obsluhovaného jedince vyvolat nelibí pocit a přinutí jej si příště uvařit doma sám.

Jak uvádí prof. Ramey (2009), tendence vynakládat čas na domácí samoprodukci se postupem času snižuje. U žen ve věku 18 – 24 let bylo zjištěno, že tráví domácími pracemi přibližně 25 h/ týden, u mužů stejné věkové kategorie to bylo pouze 12-13 h/týden.

Pro sestrojení časového rozhraní této tržní struktury je nutné zjistit preference studentů pro samoprodukci a determinanty podněcující její tvorbu.

1.3 Student jako spotřebitel v podmínkách ČR

Tato zkoumaná oblast je součástí první oblasti chování spotřebitele. Zde je spotřebitelské chování přímo cíleno do segmentu vysokoškolských studentů, kteří tvoří základnu pro tvorbu výstupního modelu disertační práce. V této podkapitole bude z pohledu makro a mikroekonomického představen spotřebitel student a s tím úzce provázaná úloha studenta na trhu práce.

Již v úvodu byl obecně definován pojem studium, za jehož přímé účastníky lze označit studenta a vysokou školu (veřejnou, státní či soukromou).

Pojmem student se v pedagogické terminologii označuje výhradně studující terciárního vzdělávání. Oproti tomu děti na základních a středních školách, řídicí se školským zákonem č. 561/2004 Sb. se označují pojmem žáci.

Za studenta vysoké školy může být považován jedinec, který dosáhl minimálně středního vzdělání s maturitní zkouškou nebo vyššího odborného vzdělání poskytovaného v konzervatořích. Právoplatným studentem se stává v den zápisu do studia. (Zákon o vysokých školách, ©MŠMT, 2013-2015)

STUDENT A TERCIÁRNÍ VZDĚLÁVÁNÍ

1.3.1 Makroekonomické pojetí Student a terciární vzdělávání

Agregovaná úroveň pohledu do oblasti studia vysokých škol umožňuje z oficiálních statistik odvodit vývojovou tendenci vztahující se na české vysokoškolské prostředí.

Z následujících absolutních četností v tabulce č. 7 o počtu studentů terciárního vzdělávání lze vyvodit neustále zvyšující se trend zájmu české populace o vysokoškolské vzdělání do akademického roku 2011/2012. Následující dva roky byl vykázán nepatrný pokles, přesto počty přesahují 370 tisíc studentů v ČR.

Tab. 7 Počet studentů českých vysokých škol dle formy studia v letech 2005 – 2013 (vlastní zpracování, Zdroj: ČSÚ, 2014e; ČSÚ, 2015i)

Akademický rok	Prezenční	Kombinovaní + distanční	CELKEM
2005/06	223 154	68 689	291 843
2006/07	238 172	80 778	318 950
2007/08	251 903	95 347	347 250
2008/09	263 897	107 987	371 884
2009/10	277 051	116 293	393 344
2010/11	283 528	116 736	400 264
2011/12	284 256	111 956	396 212
2012/13	281 897	102 726	384 623
2013/14	277 621	94 014	371 635

Terciární vzdělávání je v České republice legislativně upraveno Zákonem č. 111/1998 Sb. o vysokých školách. (©MŠMT, 2013-2015). V současné době se podle tohoto zákona musí řídit všechny veřejné vysoké školy (celkem 26), státní vysoké školy (celkem 2) i soukromé vysoké školy (celkem 43). Základní struktura terciárního vzdělávacího sektoru s počty studentů je vyobrazena v příloze E. (ČSÚ, 2015i)

Faktem zůstává, že mladí lidé používají vysokou školu mnohdy jen jako nástroj k odložení jejich vstupu na trh práce. Podle výzkumu ČSÚ čeští studenti skutečně vstupují na trh práce mnohem později než ostatní studenti z Evropy. *„Česká republika vykazuje velmi dlouhou dobu vzdělávání v terciárním sektoru, kterou používají čeští vysokoškoláci ke svému studiu.“* Kořeny zdržování ekonomické aktivity můžeme zpozorovat již od prvních tříd základních škol, kde mnoho dětí začíná povinnou školní docházkou až ve věku 7 nebo 8 let. (ČSÚ, 2012m)

Na zahraničních univerzitách je běžnou praxí odcházet na pracovní trh po dosažení bakalářského vzdělání, zatímco v ČR 60 % studentů pokračuje dále ve studiu na magisterských oborech. Tento trend by se měli vládní reprezentanti snažit změnit pomocí systému profilace a diverzifikace vysokých škol dle ukazatelů kvality. (Fiala, 2012)

Vnější ekonomické podmínky (nezaměstnanost, ekonomický růst, vývoj vládního dluhu) mají zásadní vliv i na trh terciárního vzdělávání. Kupujících (studentů) bude v dalších letech ubývat (slabší populační ročníky), a to se odrazí i na nabídce (vysoké školy). Pokles počtu studentů u některých vysokých škol povede k vyššímu konkurenčnímu boji mezi nimi (i mezi vysokoškolskými fakultami), budou chtít ovlivnit nejen uchazeče o studium, ale také si studenty udržet. Mezi nejžádanější aspekt rozhodnutí je volba studijního programu a jeho jednotlivé charakteristiky (pedagogové, finanční náročnost studia, vzdělávací a ubytovací podmínky). (Enache, 2011)

Zvyšování kvalifikace na vyšší vzdělanostní stupeň má dopad na nerovnováhu finančních prostředků státního rozpočtu, kde na příjmové straně budou chybět příjmy z daňových odvodů pracujícího obyvatelstva a výdaje vzniklé na starobní důchody se budou vlivem stárnutí obyvatelstva stále zvyšovat. Tyto nůžky ekonomické nerovnováhy budou mít tendenci se stále rozvírat, jestliže vláda dané země nenavrhne řešení stávajícího problému. (Radu, 2012)

V následující tabulce 8 je zachyceno složení peněžních výdajů domácností dle klasifikace COICOP u domácností s rozdílnou dosaženou kvalifikací. V prvním sloupci je vyobrazen celkový průměr za všechny domácnosti v ekonomice, v následujících dvou lze srovnat výdaje spotřebitelů s nižším a vyšším vzděláním. Přičemž vzdělanostní stupně jsou dle ČSÚ klasifikována jako:

- Nižší stupeň = osoby se základním vzděláním, vyučené nebo dosáhly jakékoliv středoškolské vzdělání bez maturity.
- Vyšší stupeň = vzdělání začleňuje osoby s úplným středoškolským vzděláním tj. maturita, případně dosáhly vyššího či vysokoškolského vzdělání.

Tab. 8 Struktura průměrných peněžních výdajů dle COICOP na 1 obyvatele za rok 2014 dle vzdělání (vlastní zpracování; Zdroj: ČSÚ, 2015l)

SPOTŘEBNÍ VYDÁNÍ (CZ-COICOP)		Domácnosti Celkem*	Zaměstnaní s nižším vzděláním*	Zaměstnaní s vyšším vzděláním*
01	Potraviny a nealkoholické nápoje	20,3	21,1	17,6
02	Alkoholické nápoje, tabák	2,9	3,4	2,3
03	Odívání a obuv	4,9	4,9	5,7
04	Bydlení, voda, energie, paliva	21,5	20,6	18,6
05	Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	5,7	5,7	6,0
06	Zdraví	2,6	2,1	2,3
07	Doprava	10,5	11,4	12,2
08	Pošty a telekomunikace	4,2	4,5	4,1
09	Rekreace a kultura	9,5	8,3	10,7
10	Vzdělávání	0,6	0,6	0,8
11	Stravování a ubytování	5,3	5,1	6,8
12	Ostatní zboží a služby	12,0	12,4	13,0

Při komparaci spotřebitelských výdajů osob s nižším vs. vyšším vzděláním lze vyčíst následující fakta:

- Osoby s vyšším vzděláním utrácejí méně za položky kategorie 1 = Potravin a nealkoholické nápoje, kategorie 2 = Alkoholické nápoje a tabák, kategorie 4 = Bydlení, voda, energie a paliva.
- Osoby s vyšším vzděláním utrácejí více v položkách třídy 3 = Odívání a obuv, 7 = Doprava, 9 = Rekreace a kultura, 10 = Vzdělávání, 11 = Stravování a ubytování a v poslední položce 12 = Ostatní zboží a služby.
- Osoby s vyšším vzděláním převyšují celorepublikový průměr i osoby s nižším vzděláním u položek kategorie 3, 5, 7, 9, 10, 11 a 12.

Z těchto dat lze odvodit, které produkty a služby jsou osobami s vyšší kvalifikací více vyhledávané. Z toho lze usuzovat, na který typ spotřebitelů mohou firmy daných odvětvích cílit své marketingové strategie a přispět k vyšším tržbám z prodeje svých výrobků.

Dalším nezpochybnitelným zdrojem informací, který poukazuje na silící tržní segment studentů VŠ, poskytuje přijatá strategie Evropské unie s názvem Evropa 2020. Tato strategie byla stanovena pro všechny členy EU s cílem podpořit

hospodářský růst a zaměstnanost. Strategie stanovuje 5 klíčových oblastí měřených pomocí 9 indikátorů viz příloha D. Každá země se snaží přiblížit těmto cílovým hodnotám a stanovila si národní cíle vzhledem ke své hospodářské, politické a sociální situaci. (Eurostat, 2015b)

Česká republika tuto strategii přijala 17. června 2010, zde jsou uváděny dvě k práci korelující klíčové oblasti a tři měřené indikátory, které se musí vláda ČR snažit naplnit do roku 2020. V Tab. 9 je zachycen aktuální vývoj indikátorů od roku 2010 do roku 2014. Tyto oblasti souvisí se spotřebitelským chováním studentů v ČR, kde důležitost je kladena na oblast vzdělávání a zaměstnanosti.

Tab. 9 Cíle Strategie Evropa 2020 a vývoj indikátorů v ČR (vlastní zpracování, Zdroj: Eurostat, 2015b)

Klíčová oblast	Indikátor	Cíl EU	Cíl ČR	2010	2011	2012	2013	2014
Zaměstnanost	míra zaměstnanosti 20 - 64 let (%)	75,0	75,0	70,4	70,9	71,5	72,5	73,5
Vzdělávání	snížit míru nedokončení studia (%)	<10	5,5	4,9	4,9	5,5	5,4	5,5
	zvýšit počet vysokoškolsky vzdělaných osob u věkové kategorie 30 - 34 let (%)	≥40	32,0	20,4	23,7	25,6	26,7	28,2

Klíčový cíl vzdělávání má v ČR dosáhnout hodnoty 32 % podílu vysokoškolsky vzdělaných osob. Podle současného vývojového trendu se dá očekávat splnění tohoto cíle do roku 2020. Otázkou zůstává, jak se v tomto indikátoru projeví novela vysokoškolského zákona, která má být účinná od 1. 9. 2015. Cílem úpravy je stabilizace vysokého školství pomocí nového způsobu hodnocení kvality vysokých škol (zavedení nových pravidel akreditace studijních programů, nezávislé odborné rozhodování o akreditacích, vznik Akreditačního úřadu a upravení výkonu zahraničních vysokých škol v ČR). (©MŠMT, 2013-2015b)

Klíčový cíl zaměstnanost více v podkapitole 1.3.3 Makroekonomické pojetí – Student a trh práce.

1.3.2 Mikroekonomické pojetí – Student a terciární vzdělávání

Pohled na studenta jako na subjekt spotřebitelského chování vzbuzuje u některých autorů rozšířenou diskuzi, zda se jedná o relevantního jedince, který může predikovat vývoj spotřebitelského chování či naopak popře mnohá zjištění marketingových studií. Jedná se skutečně o specifický tržní segment, který se vyznačuje charakteristickými nákupními zvyklostmi, jenž se mohou reflektovat v následujících letech po opuštění role studenta. Podle Enis et al. (1972) každý výzkum u segmentu studentů by si měl klást otázku, zda získaná data budou skutečně věrohodná pro vědecko-výzkumné účely.

Existuje značné množství zahraničních studií zabývajících se chováním vysokoškolských studentů v souvislosti se spotřebou výrobků a služeb vzbuzujících ve společnosti mnoho debat o jejich převážně negativním vlivu na člověka. Za takové produkty lze označit spotřebu cigaret a tabákových výrobků, spotřebu alkoholu nebo užívání omamných látek. (O'Connor a Lundstrom, 2011; Zilberman a Poole, 2009)

Podle Zilberman a Poole (2009) poukazují na zvýšenou konzumaci alkoholu v období vysokoškolských studií, obzvláště pak při účasti na večírcích. Tato konzumace je dále rozebrána z pohledu jejího financování. Dvě třetiny amerických studentů považují konzumaci alkoholu za přiměřenou, kdy náklady této spotřebitelské kategorie tvoří 1/4 jejich celkových výdajů. Jen 1/3 studentů považuje své vlastní výdaje na alkohol za nadměrné, přestože téměř 75 % tvrdí, že jejich vrstevníci utrácejí na alkohol více než by podle nich měli. Z psychosociálních aspektů ovlivňujících studium jsou nejdiskutovanějšími oblastmi rodinné zázemí a vzdělání rodičů, dále pak vliv sexuální adaptace, multikulturní přizpůsobivosti, náboženství či sklony k sebevraždám. (Luquis et al., 2012)

Při nákupním chování jsou i vysokoškolští studenti ovlivňováni marketingovými nástroji. Mezi nejúčinnější prodejní taktiky působící na studenty lze zařadit akční slevy, koupí jednoho výrobku získání druhého zdarma či věrnostní program. (Osman a Fah, 2011) Nejen firmy, ale i sami studenti jsou si vědomi postupujícího technologického pokroku. Spousta studentů si v dnešní době nedokáže představit svůj životní styl bez moderních „hraček“ jako je chytrý telefon (smartphone), tablet (iPad), notebook, MP3/MP4 přehrávač (iPod), tiskárna či herní konzole. (La Roche, Flanigan a Copeland, 2010)

Marketingový výzkum zaměřený na spotřebitelské chování studentů v prostředí amerických vysokých škol poukazuje na strukturu jejich spotřebitelských výdajů. V roce 2012 vzrostla spotřebitelská poptávka studentů o 40 % a to díky vyšším záměrným výdajům (= výdaje, které jsou nad rámec povinných výdajů podporující konzumní život). Naopak nezáměrné výdaje (= položky školné, ubytování, studijní materiály) zaznamenaly v celkových výdajích drobný pokles. Napříč spotřebitelským košem američtí studenti v akademickém roce 2012/2013 vynaložili více než dvojnásobek svých výdajů u konkrétních položek:

- oblečení (navýšení o 126%),
- technologie (navýšení o 227 %),
- produkty osobní péče (navýšení o 105 %) a
- kosmetika (navýšení o 280 %).

K další oblasti výzkumu patřilo zaměření na konkrétní formu stravování studentů. Nejvíce studenti utratí v maloobchodních řetězcích se smíšeným zbožím

(supermarkety a hypermarkety), přibližně 47 %. Dále jsou to s 31 % restaurace a vysokoškolské menzy a přibližně 22 % utratí studenti v malých potravinových obchodech jako např. večerky. (Miller a Washington, 2013)

Významný studentský výdaj v západních zemích tvoří i školné. ČR zatím nezavedla platby za terciární vzdělávání (mimo plateb v soukromém vzdělávacím sektoru), což je důsledkem nižších běžných výdajů než ve státech se zavedenou finanční spoluúčastí na studium. Toto téma bylo koncem roku 2012 velmi ožehavé a spekulovalo se o jeho skutečném zavedení napříč celým politickým spektrem. (Fiala, 2012) Nyní, v roce 2015, se politická garnitura věnuje především otázkám týkající se zvyšování kvality terciárního vzdělávání s uplatnitelností absolventů na trhu práce.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, pro studenta spotřebitele existuje několik variant možných alternativ, jak financovat svou spotřebu. Studentské půjčky od vlád prostřednictvím bankovních institucí na pokrytí výdajů školného nejsou v západních zemích ničím netradičním. Jak se ukázalo z americké studie zaměřené na studentské půjčky, v posledních pěti letech studenti nečerpají půjčky na to, aby zaplatili školné, nýbrž aby pokryli svá běžná spotřební vydání jako např. náklady na ubytování, dopravu či zdravotní péči. (Ebersole, 2012)

V prostředí českých bankovních institucí panuje značné konkurenční prostředí, s cílem získat zákazníky mezi vysokoškolskými studenty. U těchto zákazníků existuje předpoklad, že zůstanou u dané bankovní instituce i po skončení studia, což bankám zaručí vyšší generaci příjmů. Na studenty v ČR působí obzvláště výše poplatků za vedení bankovních účtů a služby s nimi související. (Kuběnka a Ptáčková, 2011). Jak uvádí dále Baňarová (2014) na českém trhu studenti za nejvyhledávanější bankovní instituce považují letité a velké banky jako jsou Česká spořitelna, Komerční banka anebo Československá obchodní banka. Všechno jsou to banky, jenž nabízí studentské balíčky a veřejností jsou vnímány jako stabilní banky. Beze sporu dalším důvodem mohou být právě nízké poplatky u studentských účtů a spokojenost s využívanými službami, především internetového bankovníctví a možnost používat debetní karty.

Dle Xiao et al. (2011) používání kreditních karet a dostupných kontokorentů na krytí výdajů se v posledních letech stává hlavním zdrojem financování spotřeby. Držba nejedné kreditní karty ze studenta vytváří dlužníka. Ne všichni studenti si díky své finanční gramotnosti a znalosti uvědomují rizika spojená s čerpáním těchto finančních prostředků. Studenti věří v to, že vědí, spíše než to, co skutečně vědí, a jejich domnělá vědomost silněji ovlivňuje jejich chování.

Jak již bylo zmíněno v kap. 1.1.1 Makroekonomické pojetí spotřebitelského chování na trhu výrobků a služeb, nejvýznamnější položky spotřebitelského koše patří do skupiny 4 Bydlení, voda, energie a paliva. Jak vyplývá z rozsáhlé studie zaměřené na vysokoškolské studenty v Americe, více než polovina studentů

(přibližně 53 %) bydlí doma u rodičů, 25 % v pronájmu, 18 % ve vysokoškolských ubytovacích zařízeních a 4 % ve skupinách bratrstva či sesterstva. (Miller a Washington, 2013) Z toho plyne, že více než polovina studentů bydlí v tzv. imputovaném nájemném.

Dle Bandary (2014) průzkum spotřebitelského chování mezi českými vysokoškolskými studenty prokázal existenci vazby na koupi domácích značek výrobků a služeb. Respondenti tohoto výzkumu byly označeni za impulzivní v oblasti módy a rekreaci, avšak svou významnou úlohu při spotřebě přisoudili ceně. Český zákazník s nižšími příjmy (myšleno student) se chová impulzivně při nákupu stejně jako lidé s vyššími příjmy. Zde tkví tržní potenciál pro firmy nabízející výrobky českých výrobců i značek (např. farmářské obchody).

Žádná mikroekonomická teorie nespécifikuje oblast problematiky zaměřující se na studenta nebo studium. Analogickým postupem k problematice rozhodování spotřebitele na trhu výrobků a služeb, který byl i graficky rozpracován v kapitole 2.1.2., lze zakreslit podobný model optimální volby, přičemž na vertikální ose y bude zvolená časová struktura studium, jejíž měřený výstup bude očekávaná budoucí hodnota, získaná právě studiem vysoké školy (zde se předpokládá zjištění očekávané výše mzdy dosažené studiem vysoké školy).

Aniž by si to studenti uvědomovali, v procesu studia na ně působí i pozitivní externalita, která navozuje pocit pohody a odbourává stres vzniklý i při jiných činnostech. Mezi tyto obohacující činnosti, které může sama vysoká škola ovlivnit pomocí tvorby náplně studijních programů, patří např. sportovní aktivity. (Wan-Chi et al., 2012) Aby studenta škola nejen přijala do studia, ale také motivovala k efektivnímu a úspěšnému ukončení, je zapotřebí mít na zřeteli nejsilněji působící elementy jako je samotná osoba vyučujícího (pozitivní a otevřený postoj, zpětná vazba vůči studentům, znalosti), použité výukové metody (přednost aktivizujícím metodám, brainstorming, hraní rolí, týmové projekty) a klima ve skupině (přátelská atmosféra, zajistit spolupráci při výuce). (Halawah, 2011) V případě výskytu problémů v některé z hodnocených oblastí by to měl odhalit školní poradenský orgán, který je v západních zemích běžným standardem. (Wells a Lynch, 2012)

STUDENT A TRH PRÁCE

Ekonomický indikátor, jenž je spjat s chováním spotřebitele studenta, odráží vazbu na nabídku práce na trhu výrobních faktorů. V mikroekonomické teorii bude pozornost zaměřena na individuální nabídkovou křivku. Makroekonomická úroveň bude pohlížet na problematiku související s trhem práce prostřednictvím míry zaměstnanosti, konkrétně na specifické míry zaměstnanosti u osob s vyšším dosaženým vzděláním, dále nezaměstnanost mladých osob ve věku 20 – 24 let a také vývoj statistik zaměstnanosti dle strategie Evropa 2020.

1.3.3 Makroekonomické pojetí – Student a trh práce

Makroekonomická teorie u tohoto nástroje sledujeme míru nezaměstnanosti (registrovanou, obecnou a specifické míry např. nezaměstnanost dle věku či dosaženého vzdělání). V období let 1990 – 1996 míra nezaměstnanosti byla velmi nízká, pohybovala se okolo 3 %, v roce 1997 došlo k prudkému nárůstu nezaměstnanosti, protože došlo k masívnímu propouštění nadbytečných zaměstnanců při restrukturalizaci podniků a pro nová pracovní místa byl nedostatek pracovní síly s požadovanou kvalifikací. (Slovák, 2007)

Na začátku tisíciletí se nezaměstnanost začala stabilizovat. Problémovou se stala dlouhodobá nezaměstnanost osob s nepotřebnou kvalifikací (nezaměstnanost delší než 1 rok). V roce 2009 se na výši nezaměstnanosti odráží realita globální krize. Krize se do národní výkonnosti promítla ve formě ekonomické recese, která je již pro rok 2015 a dále snad zažehnána. Nárůst počtu registrovaných lidí bez práce se nyní objevuje i ve skupině vysokoškolsky vzdělaných lidí, obzvláště s dosaženým ekonomickým vzděláním. Tam, kde začínají pracovní místa scházet (např. pro absolventy ekonomických oborů VŠ), v dalších oblastech jich začíná být prudký nedostatek (např. řemeslné obory). Mezi nejžádanější profese v ČR se řadí:

- Techničtí pracovníci v oblasti výpočetní techniky;
- Technici ve fyzikálních, technických a příbuzných oborech;
- Odborní administrativní, celní a daňoví pracovníci;
- Sociální pracovníci;
- Pečovatelé a pomocní ošetřovatelé. (MŠMT, ©2013-2015a)

Z makroekonomického pohledu každá národní ekonomika je závislá na čerpaní peněz od spotřebitelů, je tedy důležité správně prognózovat spotřebitelskou důvěru na základě optimistického nebo pesimistického postoje z trhu práce. (Solomon et al., 2009) V souvislosti se spotřebitelským chováním studentů existuje přímá vazba na trh práce a zaměstnanost této skupiny obyvatel. Příjem obdrženy na trhu práce umožňuje spotřebovat výrobky a služby. Dle strategie Evropa 2020 míra zaměstnanosti osob ve věku 20 – 64 let by měla dosáhnout 75 % celkové populace. Přesně tato věková kategorie začleňuje osoby s vysokoškolským vzděláním. Dle vývojové linie z Tab. 9 lze konstatovat, že ČR téměř atakuje tento cíl stanovený EU.

Jestliže se zaměříme na dílčí podkategorie zaměstnanosti dle dosaženého vzdělání, které lze vyčíst z Tab. 10, lidé s vysokoškolským vzděláním (klasifikační kategorie 5 – 8 dle ISCED) vykazují nejvyšší míru zaměstnanosti tj. více než 80 % za posledních 5 let. Oproti lidem se základním vzděláváním a vyučeným (klasifikace 0 – 2 dle ISCED) je toto procento o polovinu vyšší ve prospěch vysokoškolsky vzdělaných lidí. Avšak důležité je zmínit fakt, že růst zaměstnanosti u osob

s terciárním vzděláním se zpomaluje. Tato situace může být zapříčiněna hospodářskou krizí a s tím související uplatnitelnost absolventů terciárního vzdělání na trhu práce.

Tab. 10 Míra zaměstnanosti v ČR dle klasifikace vzdělávání v letech 2010 – 2014 (vlastní zpracování; Zdroj: Eurostat, 2015a)

Klasifikace vzdělávání dle ISCED*/ Míra zaměstnanosti		2010	2011	2012	2013	2014
0 - 2	primární + nižší sekundární	41,6	40,4	38,6	40,4	41,6
3 - 4	vyšší sekundární + postsekundární	71,2	71,7	72,5	73,1	74,2
5 - 8	terciární	81	81,1	81,2	82,5	82,2

ISCED*Mezinárodní klasifikace vzdělávání vyobrazena v příloze E. (Zdroj: Národní ústav pro vzdělávání, ©2015)

Je otázkou, zda zmírňující tempo zaměstnaných lidí s terciárním vzděláním bude i nadále pokračovat či nikoliv. Z dalšího úhlu ohledu, tento nepříliš pozitivní vývoj se projevil na statistikách Eurostatu (2015a) ve vysoké míře nezaměstnanosti mladých lidí ve věkové skupině 15 – 24 let. V některých státech Evropy, obzvláště ve Španělsku a Řecku, tato míra se přibližuje hranici 50 %. V tomto ukazateli je Česká republika se specifickou mírou nezaměstnanosti mladých lidí na hodnotě okolo 14 %, což je daleko pod hranicí evropského průměru cca 20 – 22 %. Pro EU jsou tato čísla alarmující a vzbuzují široké debaty na řešení této situace.

Na tato nelichotivá čísla upozorňuje i Mezinárodní organizace práce (ILO), která je přímo zainteresovaná na řešení této situace napříč globálním měřítkem. Z jejich statistik vyplývá, že nezaměstnanost mladých osob se stále zhoršuje a právě tyto osoby jsou 3x více ohroženější skupinou na trhu práce nežli starší dospělí jedinci. Prozatímní zjištění evidují na 73 milionů mladých lidí bez práce. (ILO, ©1996-2015)

Vývoj vzdělanostní platformy vysokoškolských studentů odráží nezpochybnitelnou vazbu k tématu disertační práce. Působnost této tržní skupiny na trhu výrobků a služeb bude mít v následujících letech rostoucí potenciál, přesto je také důležité vzít v úvahu jejich zdroje příjmů z trhu práce. Vazba mezi trhem práce a trhem výrobků a služeb podtrhuje podstatu makroekonomického koloběhu (zmíněn v úvodu kapitoly 1.1 Chování spotřebitele na trhu výrobků a služeb). Funkce domácností (spotřebitelů) jsou na obou trzích inverzní, ovšem vyčlenit nelze ani jeden.

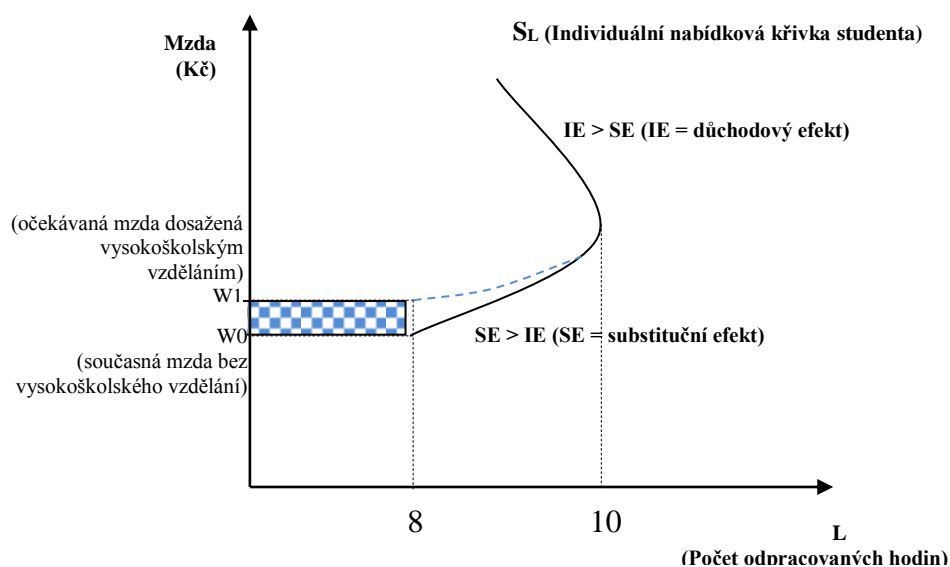
1.3.4 Mikroekonomické pojetí – Student a trh práce

V případě oblasti trhu práce a mikroekonomického pohledu se zde nabízí rozpracování teorie rozhodování o individuální nabídkové křivce práce. Spotřebitel

(domácnost) se rozhoduje o počtu hodin (L) pro placenou práci na základě mzdové sazby (w). Konstrukce samotné individuální křivky (S_L) spočívá v jejím zalomeném tvaru. Do bodu zalomení působí zřetelně substituční efekt, značený SE, což znamená nahrazování volného času prací. Od bodu zalomení tj. bod, od kterého se křivka stáčí směrem doleva nahoru, již převažuje důchodový efekt (IE), což značí růst mzdové sazby a snižování počtu hodin věnovaných placené práci. (Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007; Mankiw, 2014b)

Vývoj individuální nabídkové křivky je názorně ilustrován na obr. č. 7, kde předpokládáme 8 hodinovou pracovní dobu jedince, který je schopen a ochoten nahrazovat volný čas prací do maximální výše pracovní doby 10 hodin. Vyšší časové zatížení nad 10 hodin již není schopný nebo ochotný akceptovat při dané mzdové výši. Od tohoto bodu zalomení (= 10 pracovních hodin) převažuje důchodový efekt. Počáteční výše individuální nabídkové křivky značí výši příjmu, který si pracující jedinec aktuálně vydělá. Tato maximální finanční částka, u které je jedinec ochoten substituovat práci za volný čas je u každého člověka subjektivně nastavena.

Autorčin subjektivní pohled na tento graf tkví v předpokladu, že studenti budou očekávat zvýšení příjmu díky vysokoškolskému vzdělání. Toto zvýšení je vyznačeno vyšrafovanou částí grafu, kde W_0 odráží současnou výši příjmu středoškolsky vzdělaného jedince W_1 reflektuje očekávaný příjem dosažený vysokoškolským vzděláním. Obě výše příjmu lze považovat za počáteční hodnotu individuální nabídkové křivky.



Obr. 7 Individuální nabídková křivka studenta na trhu práce, působení substitučního a důchodového efektu (vlastní zpracování; Zdroj: Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007; Krugman a Wells, 2013b; Mankiw, 2014b; Pindyck a Rubinfeld, 2013; Samuelson a Nordhaus, 2013)

V minulých letech bylo provedeno srovnání důchodového (příjmového) efektu ve vzájemné interakci nabídky práce a domácí produkce. Působením důchodového

efektu se snižuje míra volného času, ale tento průběh nenaznačuje stejnou citlivost změny u substituce domácí práce za placenou práci. (Gronau, 2008)

Výše finanční odměny za pronájem výrobního faktoru práce je důležitým ekvivalentem pro mnoho ekonomických teorií zabývajících se spotřebitelskou volbou, trhem práce a individuální nabídkou práce. Příjem se dá označit jako hlavní stimulační nástroj pro každého člověka. Z praktického hlediska lze rozlišit tři formy příjmu – mzdu, plat a odměnu z dohody. Dle zákona č. 262/2006 Sb. Zákoníku práce

„Mzda je peněžité plnění a plnění peněžité hodnoty (naturální mzda) poskytované zaměstnavatelem zaměstnanci za práci.

Plat je peněžité plnění poskytované za práci zaměstnanci zaměstnavatelem, kterým je stát; územní samosprávný celek; státní fond; příspěvková organizace, jejíž náklady na platy a odměny za pracovní pohotovost jsou plně zabezpečovány z příspěvku na provoz poskytovaného z rozpočtu zřizovatele nebo z úhrad podle zvláštních právních předpisů; školská právnická osoba zřízená Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, krajem, obcí nebo dobrovolným svazkem obcí.

Odměna z dohody je peněžité plnění poskytované za práci vykonanou na základě dohody o provedení práce nebo dohody o pracovní činnosti.“ (©MPSV, 2006-2015)

Stejně jako v mnoha ekonomických teoriích i pro účely této práce bude peněžní příjem označen mzdou.

Jestliže se bude jednat o mladého absolventa vysoké školy vstupujícího na trh práce, představa o budoucím výdělkem bývá mnohdy zkreslena a nadhodnocena vrstevníky s několikaletou praxí, přestože nejsou vysokoškolsky vzdělaní, nebo naopak je podhodnocena kvůli obavám z neuplatnitelnosti na trhu práce. Mzdové rozdíly mezi vysokoškolsky a středoškolsky vzdělaným člověkem nelze automaticky generalizovat na model vyšší vzdělání = vyšší příjem, nižší vzdělání = nižší příjem. Mezi klíčové aspekty ovlivňující výši mzdy patří praktické dovednosti, zkušenosti a mezi obrovské výhody patří i správně zvolený studijní obor, u kterého není vysoký mezilidský konkurenční boj, jako tomu je např. u míst administrativních pracovníků. Následující výčet profesí, které jsou v současnosti na trhu práce nejvíce žádané dle průzkumů MŠMT (2015a):

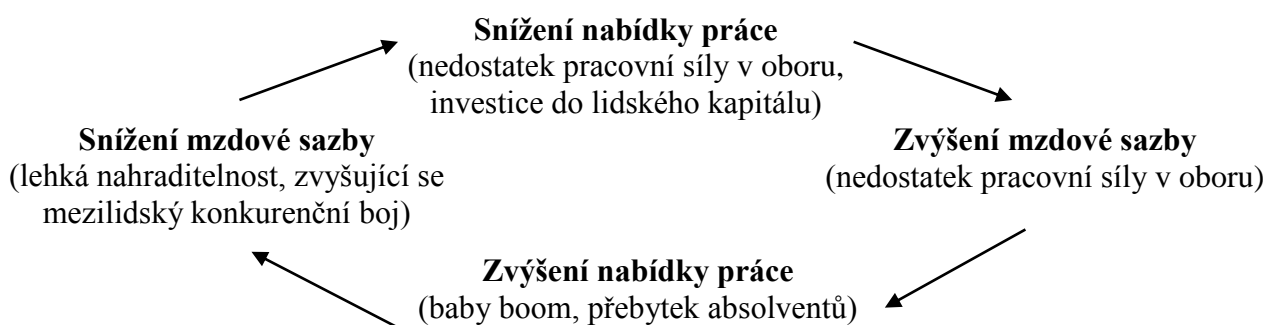
- Techničtí inženýři (stavební, elektro aj.)
- Kuchaři, číšníci
- Programátoři
- Finanční experti, personalisté, reklama, marketing
- Řidiči automobilů
- Obchodní zástupci, pojišťovací agenti
- Kováři, nástrojaři, soustružníci

- Účetní, odborní referenti
- Technici v "technických" oborech
- Prodavači v obchodě.

Z tohoto výčtu žádaných profesí lze abstrahovat skutečnost o vyšší uplatnitelnosti absolventů v těchto oborech, aniž by byl v mnohých případech nutný vysokoškolsky dosažené vzdělání.

Příklad mzdových rozdílů mezi středoškolsky a vysokoškolsky vzdělanými lidmi byl evidován v Americe. Vzniklá situace na trhu práce je vysvětlována následovně: v roce 1950 dochází v Americe k baby boomu, od roku 1960 se natalita začíná razantně snižovat. Jestliže je na trhu nedostatek pracovní síly určitého zaměření příp. vzdělání, firmy se snaží nabídnout co nejvyšší možnou mzdu, aby dodatečného pracovníka získali (rok 1960). Přisunem nově vzdělaných pracovníků do stejného oboru sníží zájem firem o tyto pracovníky a mohou snížit mzdy z důvodu jednoduché zastupitelnosti jiným pracovníkem (rok 1970 a dospívání dětí baby boomu, průměrný roční přírůstek vysokoškolsky vzdělaných osob byl 2,4 %. (Murphy a Welch, 1989)).

Nízká mzda poté nemotivuje mladé lidi studovat ten patřičný obor a to vede k opětovnému poklesu pracovníků v tomto oboru. Jakmile firmy zjistí, že je pracovníků oboru nedostatek, začnou nabízet vyšší mzdy (rok 1980 – 1990). Tak se rozbíhá kruh přesycenosti a nedostatkovosti na trhu práce viz obr. č. 8. (Hoffman a Averett, 2009)



Obr. 8 Koloběh přebytku a nedostatku pracovní síly na trhu práce (vlastní zpracování, Zdroj: Hoffman a Averett, 2009)

Tento koloběh se promítá i do aktuální situace na trhu práce. V segmentu zájmu o studenty ekonomických oborů panuje na trhu práce všeobecná přesycenost, naopak nedostatkovost pracovníků pociťuje trh práce v oblastech řemeslných prací (viz podkapitola 1.3.1 Makroekonomické pojetí – Student a terciární vzdělávání).

Předpokladem správné volby oboru studia jsou správně interpretována čísla o výdělcích po absolvování studovaného oboru. Často bývá mladými uchazeči volen studijní obor, jenž je výrazně zkreslen nadhodnocením mzdy. Taková zkreslení

bývají často díky špatné informovanosti o výdělcích na trhu práce. (Maddocks a Poole, 2009)

Reálná očekávání o výši mzdy u amerických studentů vykazuje značné difference než u studentů z oblastí Evropy. (Wolter, 2000) Mezi hlavní faktory, které dle evropské studie ovlivňují studenty ve výši očekávané mzdy, patří gender (studující ženy mají o 5 – 10 % nižší představu o nástupní mzdě), vzdělání rodičů (vysokoškolsky vzdělaní rodiče mají zásadní vliv na rozhodování dětí o studiu), pracovní zkušenosti (reálná zkušenost z trhu práce vykonáváním brigád) a záměrný výběr studijního oboru, který vykazuje nízkou specifickou míru nezaměstnanosti (Brunello, Lucifora a Winter-Ebmer, 2004)

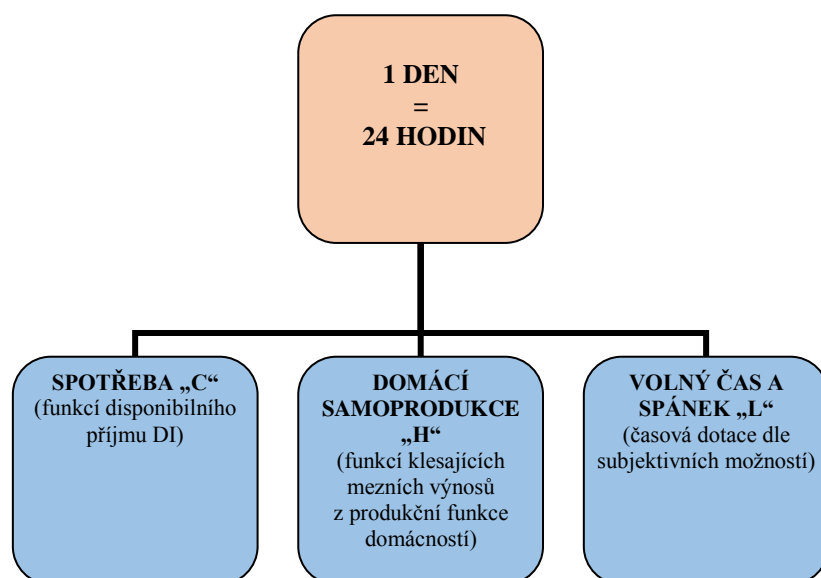
Součástí kvantitativního výzkumu bude i odhalení příčiny studia vysoké školy. Zda se budou studenti chovat jako homogenní celek a očekávat vyšší výdělky po absolutoriu či jejich důvody studia budou zakořeněny ve zcela jiných aspektech.

2 CÍLE DISERTAČNÍ PRÁCE

V návaznosti na teoretická východiska získaná kritickou rešerší dostupných zdrojů byly vytyčeny jednotlivé cíle a postupy k jejich naplnění.

2.1 Hlavní cíl

Hlavním cílem disertační práce je tvorba rozšířeného mikroekonomického modelu rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času 24 h mezi 3 proměnné: spotřeba (determinovaná disponibilním příjmem), domácí samoprodukce a volný čas včetně spánku. Ilustrováno na obr. 9 níže.



Obr. 9 Diagram rozložení času 24 h (vlastní zpracování)

Spotřeba – principiálně je umožněna na základě vynaložení disponibilního příjmu, který je získán za množství odpracovaných hodin. V případě studentů vysoké školy bude čas strávený formou studia představovat zástupnou roli pro čas strávený placenou prací (+ další alternativní formy placené práce jako např. brigády).

Domácí samoprodukce – čas věnovaný domácím pracím, aniž by za tuto činnost studenti dostávali peněžní příjmy. Je dána množstvím výrobků a služeb, které studenti vyprodukují svou vlastní činností. Tyto výrobky a služby lze ocenit přibližnou cenou, za kterou by je pořídili na trhu výrobků a služeb. Pro navrhovaný model to bude pouze odhadovaná výše, která představuje výstupní práh pro spotřebu, kterou zprostředkovává disponibilní příjem.

Volný čas a spánek – čas věnovaný spánku a volnočasovým aktivitám neumožňuje přímou vazbu na konečnou spotřebu na trhu výrobků a služeb. V tomto mikroekonomickém modelu nelze hodnotu volného času a spánku finančně vyčíslit. Nicméně obě dvě tyto složky jsou nedílnou součástí života studenta. Bez nich by nemohl vynakládat svou pracovní sílu a obohacovat své duševní zdraví. Čas

věnovaný volnému času a spánku je podpůrným mechanismem pro oblast spotřeby a domácí samoprodukce.

2.2 Dílčí cíle

Hlavní cíl navržení rozšířeného mikroekonomického modelu je podmíněn naplněním dílčích cílů, jejichž výsledná synergie vytvoří výslednou podobu navrhovaného modelu. Mezi tyto cíle patří následující výčet:

- Provést literární rešerši dostupných českých a zahraničních zdrojů, vybrat vhodný stávající model pro aplikaci navrhované rozšířené verze.
 - Analyzovat kategorie disponibilních příjmů studentů a dle toho odvodit strukturu spotřebitelského koše studentů.
 - Odhalit možné příčiny v diferenciaci struktury spotřebitelského koše studentů u jednotlivých kategorií disponibilních příjmů.
 - Zjistit změny struktury spotřebního koše studentů v souvislosti se zvýšením a snížením disponibilních příjmů.
 - Vytvořit seznam subjektivně vnímaných položek ve spotřebitelském koši vnímaných studenty jako nezbytnou součást jejich spotřeby.
 - Označit marketingové činitele, které nejvíce ovlivňují nákupní chování studentů při nákupu běžných denních výrobků.
 - Charakterizovat situaci v oblasti bydlení studentů.
 - Determinovat hodnotu úspor vytvořenou různými kategoriemi studentů dle disponibilního příjmu.
 - Odhalit důvody studentů pro vstup do terciárního vzdělávání.
 - Zmapovat současnou situaci v oblasti domácí samoprodukce (jaké jsou důvody k domácí samoprodukci, za jakých okolností se budou více či méně věnovat těmto pracím).
 - Ilustrovat detailní denní časovou osu studenta mezi čtyři resp. tři proměnné:
 - placená práce na trhu práce,
 - studium,
 - domácí samoprodukce;
 - volný čas a spánek.
- } • Spotřeba;

2.3 Hypotézy

Statistická hypotéza je dle Gavory (2000) a Chrásky (2007) tvrzení, které musí mít správnou formulaci. Statistická hypotéza musí splňovat následující 3 zlatá pravidla pro jejich tvorbu:

- Hypotéza je označena jako tvrzení, které je dáno oznamovací větou.
- Hypotéza vyjadřuje vztah mezi dvěma proměnnými.
- Hypotéza se musí dát testovat (proměnné musí být měřitelné nebo se musí dát kategorizovat).

Na konci výzkumu musíme tvrzení zamítnout nebo nezamítnout resp. přijmout. Mylně je některými autory statistická hypotéza potvrzena. Více o postupu a metodice hypotéz v kapitole 3.3 Metody analýzy dat.

Z předcházejícího popisu hlavních teoretických východisek disertační práce byly stanoveny následující oblasti (O1 – O3) související s tvorbou mikroekonomického modelu.

O1 = oblast spotřeby

O2 = oblast domácí samoprodukce

O3 = oblast volného času a spánku

Ke každé oblasti byla stanovena primární hypotéza odvozující hlavní proměnnou = časovou dotaci pro danou oblast, která byla testována na základě kategorizace disponibilního příjmu studentů (zkr. DI). V případě oblasti domácí samoprodukce (O2) byly stanoveny celkem 3 hypotézy. Segmentace a testování studentů v této oblasti zahrnovala také pohlaví (zkr. sex) a věkovou kategorii (zkr. age)

V případě sestavení hypotéz této disertační práce, označených pro každou oblast jako H_0 , se také stanovují hypotézy alternativní H_A . Tyto hypotézy platí v případě zamítnutí hypotéz H_0 . Podklady pro statistické testování hypotéz přinesla data z dotazníkových šetření kvantitativního výzkumu v letech 2013 a 2014. Konkrétní postup a metody testování jsou obsahem následující kapitoly 3.

O1 – oblast spotřeby

$H_{0(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci nezávisí na výši disponibilního příjmu.

$H_{A(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci závisí na výši disponibilního příjmu.

O2 – oblast domácí samoprodukce

$H_{0(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukcí nezávisí na výši disponibilního příjmu.

$H_{A(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na výši disponibilního příjmu.

$H_{0(sex)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na pohlaví.

$H_{A(sex)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na pohlaví.

$H_{0(age)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na věkové kategorii.

$H_{A(age)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na věkové kategorii.

O3 – oblast volného času a spánku

$H_{0(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku nezávisí na výši disponibilního příjmu.

$H_{A(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku závisí na výši disponibilního příjmu.

2.4 Vědecké otázky

Pro zpracování komplexních výsledků budou položeny vědecké otázky (VO) dokreslující kvalitativní obraz testovaného segmentu. Oblasti, do kterých budou směřovány vědecké otázky, budou jen dvě – oblast spotřeby a oblast domácí samoprodukce. Odpovědi na tyto otázky poskytly polostandardizované rozhovory. S pomocí tohoto kvalitativního výzkumu je možné odhalit příčiny chování studentů v těchto dvou oblastech.

VO1: Jak se mění preference a zvyklosti spotřebitelského chování v souvislosti se vstupem a studiem vysoké školy?

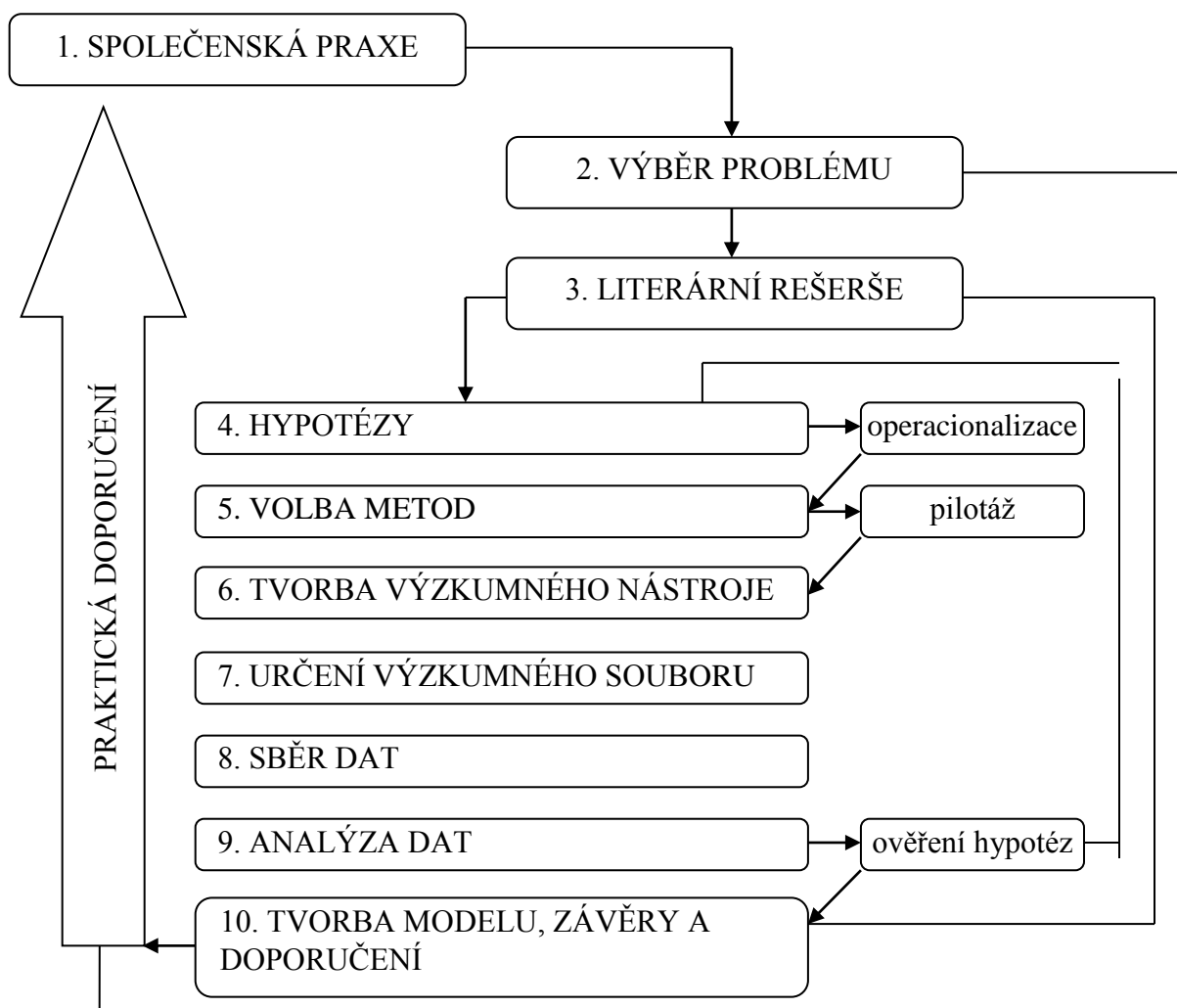
VO2: Jaké jsou tendence studentů v oblasti domácí samoprodukce? Jak se bude měnit preference časové dotace?

3 ZVOLENÉ METODY ZPRACOVÁNÍ

Každá vědecká práce má svůj logický způsob zpracování. V této části budou vyobrazeny jednotlivé kroky postupu zpracování disertační práce, dále následuje popis metod, které byly přímo aplikovány v rámci naplánovaného výzkumu. Na tuto kapitolu navazují konkrétní výsledky výzkumu (kapitola 4), přínosy pro společenskou praxi (kapitola 5) a nástin dalšího pokračování práce (kapitola 6).

3.1 Postup zpracování disertační práce

Způsoby řešení předkládané disertační práce systematicky vycházely z následujících kroků dle profesora Lišky. (doctorandus.info, 2012)



Obr. 10 Postup zpracování disertační práce (vlastní zpracování; Zdroj: doctorandus.info, 2011)

Dle předešlého schématu byly realizovány i jednotlivé kroky vedoucí k požadovanému konečnému stavu (cíli). Bližší charakteristiku zkoumání přináší následující výčet:

1. Společenská praxe

V ekonomické resp. společenské praxi můžeme specifikovat výběrový soubor studentů jako skupinu spotřebitelů mající své individuální požadavky. Tato skupina spotřebitelů stojí uprostřed dvou spotřebitelských dimenzí – spotřebitel finančně nezávislý (pracující člověk) a spotřebitel plně finančně závislý (dítě do 15 let). Každý tento ekonomický člen společnosti, který se rozhodl studovat, rozkládá své denní časové možnosti mezi čtyři resp. tři oblasti (placená práce umožňující spotřebu – v případě pracujících studentů, dále studium, což je bráno jako hlavní pracovní poměr umožňující budoucí spotřebu; domácí samoprodukcí a volný čas vč. spánku).

2. Výběr problému

Problémem resp. oblastí zájmu se stalo spotřebitelské chování vysokoškolských studentů. Díky vzrůstající tendenci v počtu studujících (viz Tab. č. 7) je patrný i růst tohoto segmentu na trhu výrobků a služeb. Jejich spotřebitelská poptávka je nedílnou součástí pro ekonomický výkon dané země. Poznání spotřebitelského koše studentů umožní firmám odhadnout tendence spotřebitelského chování studentů při spotřebě jimi vyprodukovaných statků a služeb.

Druhá problematická oblast resp. oblast zájmu je soustředěna do prostředí domácí samoprodukce. Tato oblast není jednoznačně kvantifikovatelná, lze ji pouze odhadovat a pro účely disertační práce se bude odhadovat z pohledu časové investice.

3. Literární rešerše

Získávání poznatků z dostupných domácích a zahraničních zdrojů týkajících se těchto tří oblastí:

A. Chování spotřebitele na trhu výrobků a služeb

1. Makroekonomické pojetí spotřebitelského chování
(Konečná spotřeba domácností, Úspory, Index spotřebitelských cen a klasifikace COICOP, Výdajová metoda HDP)
2. Mikroekonomické pojetí spotřebitelského chování
(Nákupní chování, Spotřebitelské optimum, Financování spotřeby)

B. Domácí samoprodukce

1. Makroekonomické pojetí domácí samoprodukce
(Šedá ekonomika a výpočet HDP dle ESA 2010)
2. Mikroekonomické pojetí domácí samoprodukce
(Činnosti klasifikované jako domácí samoprodukce, Důvody domácí samoprodukce, Produkční funkce domácností, Rozhodovací model rozložení času pro ženy na mateřské)

C. Student jako spotřebitel

1. Makroekonomické pojetí vysokoškolského studia (Vývoj počtu vysokoškolských studentů, Strategie Evropa 2020, Klasifikace spotřeby nižšího a vyššího vzdělání, Specifická míra zaměstnanosti dle ISCED)
2. Mikroekonomické pojetí vysokoškolského studia (Disponibilní příjem studenta, Spotřebitelské preference studenta, Spotřebitelský koš studenta, Financování spotřeby studenta, Individuální křivka nabídky práce studenta VŠ).

4. Hypotézy

Oblasti hypotéz (O1 - O3) byly stanoveny v předcházející podkapitole č. 2.3. K nim byly stanoveny konkrétní testované hypotézy a dále výzkumné otázky pro získání bližší charakteristiky nominálních dat.

5. Volba metod

Jak uvádí Molnár (2012) a Široký (2011) je nutné rozlišovat ve vědecké terminologii pojmy, metodologie vědy, metodika vědecké práce a metoda vědecké práce. Metodologie vědy je ve skutečnosti nauka resp. výklad určitého vědního oboru. „Metodikou rozumíme pracovní postup o metodě vědecké práce.“ Samotná vědecká metoda je nejužší pojem označující konkrétní způsob, jak dosáhnout stanoveného (praktického či teoretického) cíle. Dále se již budu zabývat pouze metodami vztahující se k vědecké práci.

Klasifikace vědeckých metod se u některých autorů liší. Nejčastější rozdělení je z hlediska diferencovaného postupu vědecké práce. Zvolený typ postupu nám metody segmentuje na empirické (pozorování, měření, experiment) a obecně teoretické (analýza, syntéza, indukce, dedukce, generalizace, abstrakce, komparace, analogie). (Široký, 2011) V disertační práci bylo využito obou hlavních metodických postupů viz detailní výčet a jejich aplikace.

A. Obecně teoretické metody

V případě obecně teoretických metod bude v práci využito konkrétně následujícího výčtu tzv. párových metod dle Molnára (2012).

Analýzou rozumíme proces charakterizovaný jako rozbor celku na jednotlivé části. V disertační práci byla tato metoda součástí rozboru sekundárních makroekonomických dat z ČSÚ, Eurostatu a MŠMT. V návaznosti pomocí empirických metod vlastního šetření byl proveden podrobný rozbor primárních dat zaměřených na 3 zkoumané oblasti – spotřebitelské chování studentů, domácí samoprodukce, volný čas vč. spánku.

Syntéza je protipólem analýzy, která označuje proces spojování získaných poznatků v jeden celek. V práci byla syntéza využita při formulaci obecných závěrů ze studia odborné literatury a stávajících studií zaměřených na spotřebitelské chování studentů a domácí samoprodukcí. Dále na základě zjištěných skutečností primárního výzkumu bylo možné navrhnout optimální skladbu rozložení času pro tržní segment vysokoškolských studentů v závislosti na výši kategorie disponibilního příjmu.

Indukce je charakterizována jako proces zobecňování na základě poznatků o jednotlivostech. Úskalí této metody spočívá v subjektivnosti postoje výzkumného pracovníka, a tudíž závěry mají jen omezenou platnost. (Molnár, 2012) Využití metody indukce v práci bylo provedeno na základě zjištěných skutečností o časové alokaci u vysokoškolských studentů mezi tři veličiny. Tento krok pomohl formulovat obecné závěry nutné pro tvorbu nového spotřebitelského modelu.

Dedukce vědec přechází z obecně platných závěrů k těm méně známým či zvláštním tzn. aplikace dříve známých závěrů na neprozkoumané případy. Pomocí deduktivní metody byly ověřovány dřívější mikroekonomické modely spotřebitelské volby rozložení času. (Hoffman a Averett, 2009; Brožová 2010) Konkrétně spotřebitelského chování při rozhodování o optimální skladbě rozložení času mezi spotřebu (odvíjející se od mzdové sazby) a volný čas. Další testovaný model cílil na domácí samoprodukcí skrze produkční funkci domácností. Ověřením stanovených hypotéz bude zjištěno, zda obecné modely platí i pro zkoumaný segment studentů.

B. Empirické metody

Tyto metody byly využity k ověřování stanovených hypotéz. Byly využity metody kvantitativního výzkumu (dotazníková šetření v roce 2013 a 2014) i kvalitativního výzkumu (polostandardizované rozhovory v roce 2014). Podrobněji v kapitole 3.2. Metody empirického výzkumu.

Dotazníkové šetření je označováno za nejrozšířenější formu sběru primárních dat, může být prováděno formou tištěných či elektronických dokumentů. Nespornou výhodou je jejich finanční nenáročnost a rychlost.

Výsledky kvantitativního výzkumu byly testovány pomocí statistických metod viz kapitola 3.3.1 Metody testování hypotéz.

6. Tvorba výzkumného nástroje

V roce 2013 byl za pomoci webového úložiště Google Disk sestaven rozsáhlý elektronický dotazník týkající se spotřebitelského chování, domácí samoprodukcí a studia na VŠ. Pilotní výzkum prokázal vysokou časovou náročnost na jeho vyplnění, proto byl zkrácen do finální podoby viz Příloha G. Tento stejný dotazník byl elektronicky zpřístupněn v roce 2013 i 2014. Jeho obsahové zaměření se týkalo

především dvou sledovaných oblastí – spotřeba a domácí samoprodukce. Jako většina dotazníků byl i tento výzkumný nástroj zcela anonymní. Stěžejní otázky pro výstup disertace byly povinné.

Kvalitativní forma sběru dat byla zastoupena pomocí polostandardizovaných rozhovorů. Tento výzkum proběhl v roce 2014. Na úvod byl respondentům předán krátký dotazník na vyplnění viz Příloha K. Podstatou tohoto výzkumu bylo předložit respondentům možný výběr standardizovaných odpovědí, ovšem existoval zde také prostor pro tazatelku pokládat další související otázky. Tím bylo dosaženo celistvosti informací důležitých pro tvorbu modelu a odvození možných příčin chování studentů pro oblasti spotřeby a domácí samoprodukce.

7. Určení výzkumného souboru

Výběrové složení respondentů pro dotazníkové šetření zahrnovalo studenty prezenční i kombinované formy navazujícího magisterského studia. Všichni oslovení respondenti byly studenty Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (FaME, UTB ve Zlíně). Tento druh výzkumu proběhl ve dvou vlnách v roce 2013 a 2014. Vzorek studentů participujících na dotazníkovém šetření se v roce 2013 vyšplhal na 482, v roce 2014 to bylo 436. Celkem 918 vyplněných elektronických formulářů. Více o tomto souboru v kapitole 3.2.1 Dotazníkové šetření.

Polostandardizované rozhovory nelze absolvovat se všemi respondenty oslovenými v rámci dotazníkového šetření. Jedná se o časově náročnější etapu výzkumu. Tento druh výzkumu proběhl v roce 2014 a vzorek oslovených respondentů sčítal jen desítky a jednotky studentů. Kvalitativního výzkumu se účastnilo celkem 22 studentů navazujících magisterských oborů FaME, UTB ve Zlíně.

8. Sběr dat

Dotazník byl studentům distribuován elektronickou formou v roce 2013 i 2014 přes výukový portál Moodle. Tento portál je využíván FaME, UTB ve Zlíně mezi studenty a vyučujícími jako e-learningová platforma pro výuku. Polostandardizované rozhovory přinesly okamžité odpovědi respondentů a byly zaznamenány tazatelkou do záznamového archu. Výsledky kvalitativního výzkumu přináší Příloha L.

9. Analýza dat

Informace získané z dotazníkových šetření 2013 a 2014 byly vyhodnoceny pomocí programu MS Excel. Dle různých typů otázek byly zvoleny i různé typy forem odpovědí (uzavřené, polouzavřené, otevřené, škálování, procentuální zastoupení). Data byla vyhodnocena a nejčtetnější hodnoty byly zprůměrovány. Odpovědi reflektovaly současnou situaci u segmentu vysokoškolských studentů potřebných ke kompozici rozhodovacího modelu.

Kvalitativní výzkum, pomocí polostandardizovaného rozhovoru, umožnil zjistit podkladová data odhalující příčiny chování studentů v oblasti spotřeby a domácí samoprodukce. Analyzovaná data z výzkumu podrobněji v kapitole 4. Hlavní výsledky práce.

OVĚŘENÍ HYPOTÉZ

Data z provedených kvantitativních výzkumů byla hlavní součástí statistického ověření předem stanovených hypotéz. Hypotézy byly testovány „manuálně“ prostřednictvím programu MS Excel. Podrobněji ke zvolené metodě a způsobu testování v samostatné podkapitole 3.3.1. Metody testování hypotéz Chí-kvadrát.

10. Tvorba modelu, interpretace a závěry

Tato část je úzce spjata s analýzou získaných dat kvantitativního i kvalitativního šetření. Bezprostředně souvisí s ověřenými předem stanovenými hypotézami (základní statistické testování je postaveno na Pearsonově Chí-kvadrát testu nezávislosti pro kontingenční tabulku). Podstatou závěru ze zjištěných dat je výsledná tvorba mikroekonomického rozhodovacího modelu studenta jako spotřebitele o alokaci času.

11. Praktická doporučení

Přínosy pro jednotlivé oblasti vědeckého zájmu – pro teorii, praxi a pedagogickou činnost byly rozpracovány v kapitole č. 5.

3.2 Metody empirického výzkumu

3.2.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je nejznámější kvantitativní metodou výzkumu. Pomocí tohoto šetření je možno poměrně snadno a rychle zjistit názory a postoje respondentů na řešený problém. (Molnár, 2011)

Pilotní výzkum

Před spuštěním dotazníkového šetření byl proveden pilotní výzkum (někdy označován jako pretest, předvýzkum, pilotáž). Z tohoto pilotního výzkumu je možné odhalit chyby, které vznikly při sestavování dotazníku. (Chrásková, 2007)

Pilotní dotazník byl vyplněn 7 studenty. Výsledkem předvýzkumu byla korekce formulace otázek, kde nebyl pochopen jednoznačný charakter daného typu otázky. Později byl dotazník zkrácen na celkový počet 18 otázek z původních 32. Otázka na výši disponibilního příjmu patří mezi ryze citlivé otázky, a tudíž byla vyškrtuta z povinných otázek.

Primární elektronický výzkum proběhl v období duben – květen ve dvou periodických cyklech, v roce 2013 a 2014. Cílem tohoto šetření bylo zjistit poznatky

o struktuře spotřebitelského koše studentů a jeho změnách, dále zmapovat situaci domácí samoprodukce, studia a volného času vč. spánku. Tato data byla fundamentálním prvkem pro ověřování statistických hypotéz.

V Tab. 11 níže jsou uvedeny primární a sekundární identifikační charakteristiky studentů podílejících se na dotazníkovém šetření v roce 2013 a 2014.

Tab. 11 Identifikační charakteristiky respondentů – dotazníková šetření 2013 a 2014 (vlastní zpracování)

IDENTIFIKAČNÍ CHARAKTERISTIKY RESPONDENTŮ - DOTAZNÍKOVÁ ŠETŘENÍ						
PRIMÁRNÍ CHARAKTERISTIKA						
Pohlaví (sex)	2013	2013	2014	2014	celkem	celkem
Muž	145	30%	134	31%	279	30%
Žena	337	70%	302	69%	639	70%
celkem	482	100%	436	100%	918	100%
PRIMÁRNÍ CHARAKTERISTIKA						
Disponibilní příjem (DI)	2013	2013	2014	2014	celkem	celkem
do 5000 Kč	141	30%	105	24%	246	27%
5001 – 11000 Kč	157	33%	149	34%	306	33%
11001 – 17000 Kč	82	17%	89	21%	171	19%
17001 – 23000 Kč	59	12%	57	13%	116	13%
23001 Kč a více	36	8%	36	8%	72	8%
celkem	475	100%	436	100%	911	100%
PRIMÁRNÍ CHARAKTERISTIKA						
Věková kategorie (age)	2013	2013	2014	2014	celkem	celkem
do 24 let	310	65%	268	62%	578	63%
25 – 29 let	88	18%	78	18%	166	18%
30 – 34 let	30	6%	32	7%	62	7%
35 – 39 let	24	5%	17	4%	41	4%
40 a více let	30	6%	41	9%	71	8%
celkem	482	100%	436	100%	918	100%
SEKUNDÁRNÍ CHARAKTRISTIKA						
Forma studia	2013	2013	2014	2014	celkem	celkem
Prezenční	266	55%	199	46%	465	51%
Kombinovaná	216	45%	237	54%	453	49%
celkem	482	100%	436	100%	918	100%
SEKUNDÁRNÍ CHARAKTRISTIKA						
Ekonomická skupina	2013	2013	2014	2014	celkem	celkem
Student VŠ	288	60%	238	54%	526	57%
Zaměstnanec	145	30%	151	35%	296	32%
Podnikatel / OSVČ	23	5%	22	5%	45	5%
Nezaměstnaný	7	1%	7	2%	14	2%
Mateřská / rodičovská dovolená	19	4%	18	4%	37	4%
Invalidní důchodce	0	0%	0	0%	0	0%
celkem	482	100%	436	100%	918	100%

➤ **Celková evaluace respondentů**

V roce 2013 se podrobilo dotazníkovému šetření 482 studentů, zatímco v roce 2014 bylo respondentů méně s finálním číslem 436 vyplněných dotazníků. Celkový součet všech respondentů tvořil vzorek 918 studentů. Zde je shrnutí jednotlivé segmentace respondentů, kategorizované dle pěti identifikačních charakteristik. Tři identifikační údaje byly označeny za primární (pohlaví, disponibilní příjem, věková kategorie) a dvě sekundární (forma studia a ekonomická skupina).

➤ **Pohlaví (sex)**

Zastoupení žen v obou letech dotazníkového šetření tvořilo více než 2/3 z celkového vzorku respondentů. V celkovém souhrnu ženy studentky tvořily 70 %, zatímco muži studenti tvořili 30 %. Tento poměr studujících žen vůči mužům reflektuje reálnou situaci v oblasti poměru studujících společenských vědních oborů právě jako je ekonomie.

➤ **Disponibilní příjem (DI)**

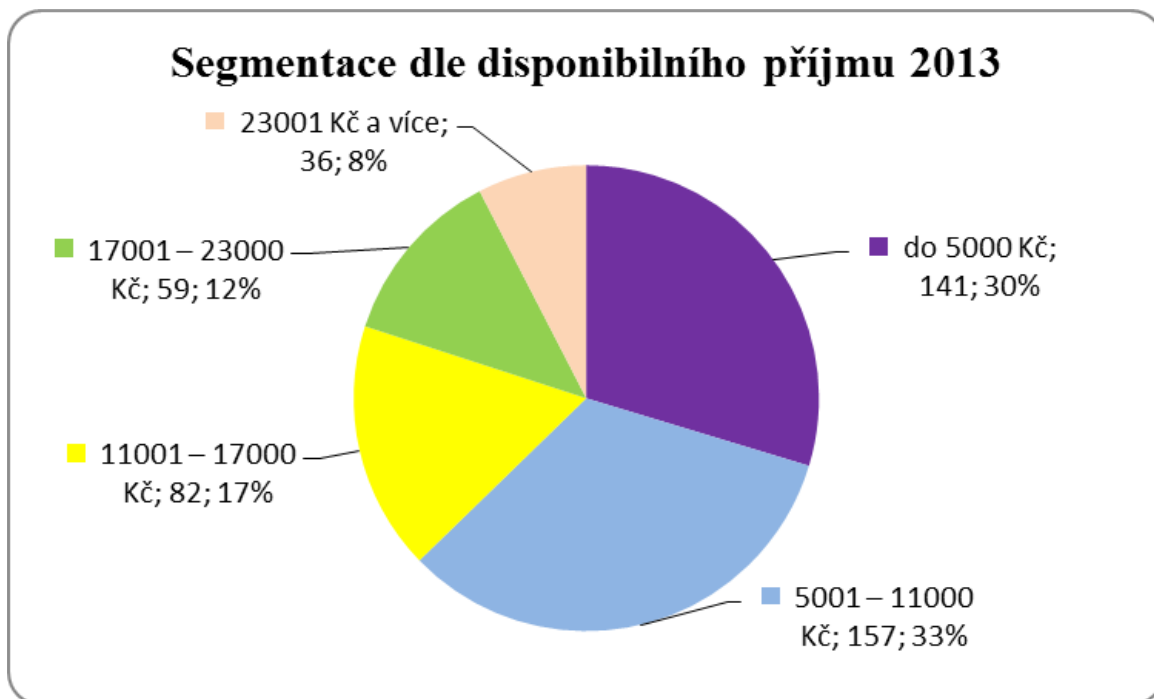
Otázka na výši disponibilního příjmu se všeobecně řadí do výčtu citlivých otázek. To byl důvod, proč autorka nezařadila tento identifikační údaj za povinný, a bylo jen na respondentech, zda otázku zodpoví. V roce 2013 možnost nevyplnit údaj využilo 7 studentů, v roce 2014 vyplnili dotaz na disponibilní příjem všichni studenti. V celkovém součtu v roce 2013 bylo plně kategorizováno 475 studentů, v roce 2014 všech 436 studentů.

Původní selekce příjmových skupin byla rozvržena do 10 skupin: 0 – 2000 Kč; 2001 – 5000 Kč; 5001 – 8000 Kč; 8001 – 11000 Kč; 11001 – 14000 Kč; 14001 – 17000 Kč; 17001 – 20000 Kč; 20001 – 23000 Kč; 23001 – 26000 Kč a 26001 Kč a více. Nízký počet začleněných respondentů v některých kategoriích nevyhovoval podmínce testování statistických hypotéz pomocí Chí-kvadrátu (min. počet měření 5 a více), důsledkem toho byla provedena redukce původních klasifikačních skupin na polovinu viz Tab. 11.

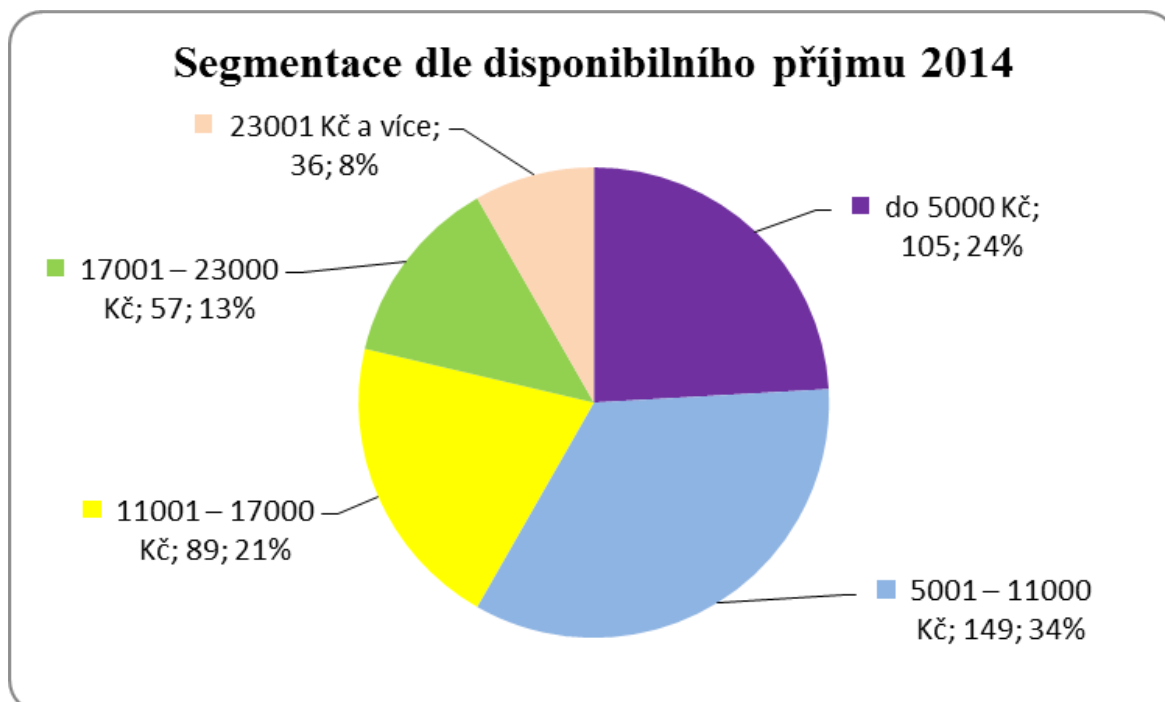
Segmentace dle disponibilního příjmu patřila mezi primární charakteristiku a také byla zvolena za hlavní segmentační kritérium pro tvorbu výsledného mikroekonomického modelu. Z tohoto důvodu byla graficky ilustrována jen segmentace dle disponibilních příjmů viz následující grafy na obr. 11 a 12.

Jak je vidět z následujících obrázků č. 11 a 12 nejvyšší zastoupení dle disponibilních příjmů bylo ve skupině 5001 – 11000 Kč, v celkovém součtu plná 1/3 respondentů tj. 33 %. Druhá nejpočetnější skupina byla tvořena studenty s příjmy do 5000 Kč, v souhrnu 27 %. Obě tyto dvě skupiny s disponibilní částkou do 11000 Kč tvořily přibližně 60 % v obou dvou letech i v celkovém součtu. Částku nejvyšší 23001 Kč a více obdrží každý měsíc 8 % respondentů, což zpravidla bylo tvořeno studenty kombinované formy studia ve starší věkové kategorii. Přestože byl tento počet nízký nelze opomenout fakt, že pro autorčin výzkum bylo nezpochybnitelným přínosem porovnat výši hodin věnovaných domácí samoprodukcí napříč všemi kategoriemi disponibilních příjmů.

V obou grafech níže lze pouhým okem vydedukovat téměř totožnou strukturu vzorku studentů v obou letech testování. Jen nepatrnou odlišnost lze spatřit u kategorie do 5000 Kč, kdy v roce 2013 spadalo do této skupiny 30 % všech studentů, zatímco v roce 2014 jich bylo jen 24 %. Tato diference se promítla v roce 2013 snížením počtu studentů v kategorii 11001 – 17000 Kč, kdy z původních 17 % v roce 2014 byl počet této kategorie ambivalentně navýšen na 21 %.



Obr. 11 Segmentace dle disponibilního příjmu rok 2013 (vlastní zpracování)



Obr. 12 Segmentace dle disponibilního příjmu rok 2014 (vlastní zpracování)

➤ **Věková kategorie (age)**

Výsledek věkové segmentace odhalil téměř 2/3 složení respondentů ve věku nižším než 24 let. V širším rozpětí 80 % respondentů bylo do 29 let věku. Zbylá přibližná 1/5 studentů, tj. téměř 20 %, byli studenti ve věkové kategorii 30 a více let. Konkrétní skupina 30 – 34 let, na kterou se zaměřují strategické cíle Evropa 2020, má v národním měřítku dosáhnout terciárního vzdělanostního stupně 32 %. V autorčině výzkumu podíl této věkové kategorie činil 7 % z celkového vzorku respondentů.

Z tohoto dělení lze předpokládat, že věková kategorie 25 let a více by měla být plnohodnotnými aktivními členy populace na trhu práce. V případě vyšší věkové kategorie je zde předpoklad, že jsou to kombinovaní studenti.

➤ **Forma studia**

Rozdělení z pohledu prezenční a kombinované formy studia se lišila. Přestože výsledný podíl prezenčních ke kombinovaným studentům byl téměř identický - 51 % prezenční a 49 % kombinovaní, v roce 2013 byl podíl prezenčních 55 % a kombinovaní 45 %, v roce 2014 prezenčních 46 % a kombinovaných 54 %. Tento vývoj v roce 2014 může být vysvětlen nižším počtem přijatých uchazečů do navazujícího magisterského studia nebo neochotou spolupráce mladších ročníků v případě nepovinných aktivit (vyplnění dotazníku bylo na dobrovolnosti studenta).

V komparaci s věkovou skladbou studentů lze vydedukovat, že z 60 % věkové kategorie do 24 let tvoří prezenční studenti (řádné denní studium) z 50 %, zbylých 10 % jsou již studenti pracující, podnikající, nezaměstnaní či na mateřské/rodičovské dovolené.

➤ **Ekonomická skupina**

Přirazení ekonomické skupiny bylo druhotnou charakteristikou zdůrazňující ekonomické postavení vzorku respondentů. Jednalo se o bližší charakteristiku ekonomické aktivity/neaktivity v národním hospodářství. Podstata této otázky tkví v hlavním pracovním zařazení studenta. V případě prezenčních studentů se obecně jedná o neaktivní členy populace, avšak za podmínek žádného vedlejšího pracovního poměru (viz metodologie VŠPS a měření obecné míry nezaměstnanosti; nebo metodologie SRÚ a členové domácnosti). ČSÚ (2012d; 2015g)

Z celkového součtu se 57 % označilo za ekonomickou skupinu student (avšak nelze vyloučit vedlejší příjmy), další významnou skupinu tvořili zaměstnanci (32 %), dále 5 % podnikatelů/OSVČ a 4 % ženy na mateřské rodičovské dovolené. Jestliže toto členění budeme generalizovat, lze vyjít z popisu výzkumného vzorku, kdy necelých 60 % tvoří řádní studenti a 40 % kombinovaní v pracovním zařazení (zaměstnaní/nezaměstnaní, podnikatel/OSVČ, mateřská/rodičovská dovolená).

Při popisné charakteristice těchto výzkumných souborů je vhodné uvést modus (nejčtenější hodnotu souboru značenou Mod (X)). Pro každou ze segmentačních skupin je uveden následující modus:

- Mod (pohlaví) = žena
- Mod (disponibilní příjem) = 5001 – 11000 Kč
- Mod (věková kategorie) = do 24 let
- Mod (forma studia) = prezenční forma
- Mod (ekonomická skupina) = student

Z předešlého výčtu vyplývá nejpravděpodobnější typologie respondenta, kterou byla žena studentka v prezenční formě studia, ve věku do 24 let s disponibilním příjmem 5001-11000 Kč.

3.2.2 Polostandardizované rozhovory

Polostandardizovaný rozhovor reprezentuje formu kvalitativního sběru dat. Nese prvky strukturovaného (řízeného) i nestrukturovaného (volného) rozhovoru. Ve skutečnosti nabízí tázanému člověku alternativní odpovědi na otázku a dává možnost tazateli pokládat doplňující otázky. Tento druh výzkumu je časově náročný pro obě zúčastněné strany, proto nelze oslovit plný počet respondentů jako u kvantitativního výzkumu. (Molnár, 2012)

Rozhovory, označovány jako kvalitativní výzkum, přispívají k hlubšímu prozkoumání zkoumaného problému. Rozhovory mohou být volné nebo řízené. Volné rozhovory mohou odhalit nesčetné spektrum nečekaných odpovědí a zabřednout do tematicky odlišných oblastí. Problém se zde objevuje u řízeného volného rozhovoru tedy polostandardizovaný rozhovor. Na druhé straně, rozhovory řízené tazatelem, berou v potaz přibližné hranice odpovědí, kam by měl respondent směřovat. Důležitost při tomto typu rozhovoru představuje i sám tazatel, musí být schopen „uřídít“ resp. korigovat daný rozhovor v předepsaných mantinelech.

Konkrétní polostandardizovaný rozhovor čítal vzorek respondentů v řádech desítek. Tento typ zjišťování odrážel odpovědi na doplňující vědecké otázky stanovené k oblasti hypotéz spotřebitelského chování a domácí samoprodukce. Tyto otázky se nezaměřovaly na konkrétní čísla či data, byly to otázky zaměřené převážně na okolnosti, podmínky a postoje vedoucí studenty k dané spotřebitelské volbě a domácí samoprodukci.

Individuálně organizované polostandardizované rozhovory se uskutečnily v období červen 2014 a trvaly v průměru 15 – 20 minut. Tazatelka nabídla respondentům u jednotlivých otázek alternativní odpovědi a upravovala doplňující otázky dle konkrétního tématu. Podkladem pro tyto polostandardizované rozhovory byly vyplněné úvodní dotazníky viz příloha K.

Hlavním cílem polostandardizovaných rozhovorů bylo zjištění příčin a důvodných změn ve spotřebitelském chování studentů, odhalení tendencí týkající se oblasti domácí samoprodukce v současnosti a do budoucna.

3.3 Metody analýzy dat

Pro vyhodnocení kvantitativního výzkumu disertační práce byly využity následující postupy.

- Data z dotazníkových šetření převedena do MS Excel.
- Tvorba kontingenčních tabulek.
- Analýza získaných dat z tabulek do výsledných tabulek a grafů.
- Výpočet absolutních a relativních hodnot, průměrné hodnoty.
- Volba metody pro statistické ověření hypotéz.
- Testování hypotéz.
- Interpretace zjištěných výsledků.

Data získaná z dotazníkových šetření byla přímo exportována do programu MS Excel. Byly vytvořeny kontingenční tabulky, které podaly souhrnné statistiky. Tyto hodnoty se u některých otázek dále segmentovaly dle různých identifikačních kategorií (mezi tyto primární identifikátory byly zařazeny pohlaví, disponibilní příjem a věková kategorie). Z nich bylo v následující kapitole 4, Hlavní výsledky práce, provedeno analytické zhodnocení tj. výpočet absolutních a relativních podílů, průměrné hodnoty a do vyobrazených tabulek a grafů zaneseny výstupní hodnoty.

V případě ověření statistických hypotéz byla zvolena metoda zkoumající závislost mezi proměnnými, konkrétně se jedná o statistickou metodu Chí-kvadrát test pro testování hypotéz. Detailněji popis metody v následující podkapitole 3.3.1 Metoda testování hypotéz Chí-kvadrát test.

Výstupy analýzy, jež byly podloženy na předcházející analýze zjištěných hodnot a dále ověřených hypotézách, byly patřičně okomentovány a interpretovány pro závěrečná doporučení a konstrukci mikroekonomického modelu.

3.3.1 Metoda testování hypotéz Chí-kvadrát test

Pearsonova metoda testování Chí-kvadrát patří do statistických neparametrických metod. Je využívána pro zjištění, zda mezi dvěma znaky existuje prokazatelně výrazný vztah či toto tvrzení zcela popírá. (Cooper a Schindler, 2008; Gavora, 2000; Chráska, 2007)

Znaky mohou nabývat kvalitativních hodnot (kategoriální znaky), kvantitativních hodnot (diskrétní znaky) anebo spojité kvantitativní (sloučené do skupin). Pro testování vztahu znaků je základem tvorba kontingenční tabulky. Tato tabulka má určitý počet řádků (r) a sloupců (s), tedy tabulka typu $r \times s$. Nejmenší možná

hodnota kontingenční tabulky je 2 x 2 (2 řádky a 2 sloupce) tzv. čtyřpolní tabulka. (Chráska, 2007)

Sestavené kontingenční tabulky umožňují testovat hypotézy. Zpravidla jsou testovány hypotézy těmito testy:

- **Test homogeneity** (testuje se rozložení kvalitativní veličiny ve dvou nebo více populačních segmentech).
- **Test nezávislosti** (testuje se závislost dvou kvalitativních znaků z téhož výběru).
- **Test dobré shody** (testuje se sledovaná veličina, zda má pravděpodobností rozdělení dle určitého typu). (Chráska, 2007)

Testování hypotéz pomocí Chí-kvadrátu lze provést manuálně (s pomocí statistických tabulek a kalkulačky příp. MS Excel) nebo pomocí počítačových programů (MS Excel, XLStatistics, SPSS aj.).

Dle Chrásky (2007) podstata manuálního testování této metody spočívá v porovnání:

- pozorovaných četností P (anj. zkratka O = observed frequencies)
- s očekávanými O (anj. zkratka E = expected frequencies).

Pozorované četnosti lze vyčíst z kontingenční tabulky, jsou to zjištěné hodnoty z výzkumu. Podmínka testování metodou Chí-kvadrátem spočívá v minimální hodnotě pozorované četnosti 5 a více. Očekávané četnosti (O nebo E) je nutno dopočítat pro každé pole kontingenční tabulky podle vzorce:

$$O = \frac{\text{součet v řádku } r_i * \text{součet ve sloupci } s_j}{\text{součet hodnot tabulky celkem}}$$

Následně je možné vypočítat celkovou hodnotu testového kritéria pro Chí-kvadrát, značí se χ^2 , jako součet jednotlivých hodnot podle vzorce:

- anglická verze (Cooper a Schindler, 2008):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

- česká verze (Chráska, 2007):

$$\chi^2 = \left(\frac{P - O}{O} \right)^2$$

Dále je třeba určit počet stupňů volnosti na základě vztahu:

$$f = (r - 1) * (s - 1)$$

Dalším krokem je stanovení hladiny významnosti α (pravděpodobnost chyby 1. řádu). Nejčastěji bývá zvolena hladina významnosti 5 % tzn. $\alpha = 0,05$. Toto číslo říká, že pravděpodobnost omylu je menší než 5 %. Další nejčastěji volená hodnota $\alpha = 0,01$ a jen zřídka kdy se volí hodnoty: 0,10; 0,025; 0,001. (Cooper a Schindler, 2008)

S pomocí statistických tabulek, kde jsou stanoveny kritické hodnoty pro daný počet stupňů volnosti, lze najít tu konkrétní pro finální porovnání s testovým kritériem χ^2 .

Při srovnání vypočítané hodnoty testového kritéria χ^2 s kritickou hodnotou ze statistických tabulek zamítneme nebo nezamítneme/přijmeme nulovou hypotézu. V případě, kdy testové kritérium χ^2 je vyšší než kritická hodnota z tabulek, můžeme H_0 zamítnout a platí H_A . V opačném případě, kdy χ^2 je nižší než kritická hodnota, H_0 nemůžeme zamítnout.

Alternativní způsob, jak testovat hypotézy bez statistických tabulek, vychází z p-hodnoty s danou hladinou významnosti α . P-hodnotu (p-value) lze vypočítat i pomocí MS Excel. Úskalí použití p-hodnoty spočívá pouze v dostatečném množství testovaného vzorku, který má být vyšší než 30. (Cooper a Schindler, 2008)

Výsledná interpretace p-hodnoty:

- p-hodnota vyšší než hladina významnosti $\alpha \Rightarrow H_0$ nezamítáme.
- p-hodnota nižší než hladina významnosti $\alpha \Rightarrow H_0$ zamítáme, přijímáme H_A .

Autorka v disertační práci použila kombinaci manuálního i programového výpočtu pro ověření stanovených hypotéz.

4 HLAVNÍ VÝSLEDKY PRÁCE

V této části jsou prezentovány hlavní zjištění plynoucí z provedených primárních výzkumů. Dotazníková šetření z roku 2013 a 2014 poskytují data pro testování stanovených hypotéz pro oblast spotřebitelského koše, domácí samoprodukce a volného času vč. spánku. Statisticky ověřená data slouží jako vstupní data pro tvorbu výstupního modelu. Poznatky z polostandardizovaných rozhovorů odhalují příčiny chování studentů v oblasti spotřebitelského chování a domácí samoprodukce.

4.1 Výsledky kvantitativního výzkumu

Pro realizaci kvantitativního výzkumu byl sestaven dotazník, který je součástí přílohy G. Identický dotazník studenti vyplňovali v letech 2013 a 2014. Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo odhalit současnou strukturu spotřebitelského koše vysokoškolských studentů a dále zmapovat oblast týkající se domácí samoprodukce. V obou oblastech byly zjišťovány společné znaky u zvolených kategoriálních skupin studentů z celkového vzorku cílové skupiny. Pro tvorbu výsledného mikroekonomického modelu byla zvolena struktura spotřebitelského koše kvantifikovaná dle disponibilního příjmu.

4.1.1 Identifikační údaje - kvantitativní výzkum v roce 2013 a 2014

Jak již popisuje podkapitola 3.2.1 Dotazníkové šetření, cílový vzorek respondentů byl tvořen vysokoškolskými studenty navazujících magisterských oborů Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, kteří studují ekonomické obory. Dotazníky byly vyplněny ve dvou vlnách, v roce 2013 a 2014, pomocí online webového úložiště Google Disk. Počet respondentů v roce 2013 byl celkem 482, v roce 2014 to bylo 436.

Identifikační charakteristiky popisující výběrový segment studentů vysokých škol byly rozděleny do dvou složek ve vztahu k testovaným hypotézám:

- **Primární charakteristiky:** pohlaví, disponibilní příjem, věková kategorie.
- **Sekundární charakteristiky:** ekonomické postavení, forma studia.

Mezi respondenty bylo přes 60 % žen, nejčastěji uváděný disponibilní příjem studentů byl u 33 % v intervalu 5001 – 11000 Kč, následovaný příjmem do 5000 Kč v počtu 27 % studentů. Věkovou kategorií z více než 60 % tvořili mladí studenti do 24 let, což potvrdily i výsledné hodnoty začlenění do ekonomické skupiny student. Téměř identické poloviny tvořili studenti v prezenční tak i v kombinované formě studia.

4.2 Oblasti zkoumání a ověření hypotéz

V následujících podkapitolách budou uvedeny oblasti testování v následujícím pořadí + charakteristické rysy oblastí + výsledky ověření stanovených hypotéz pomocí Chí-kvadrát testu:

- O1 = oblast spotřeby + hypotéza $H_{0(C)}$ + struktura spotřebitelského koše + změny spotřebitelského koše + charakteristika bydlení + úspory + nákupní charakteristiky studentů + důvody studia vysoké školy
- O2 = oblast domácí samoprodukce + hypotézy ($H_{0(\text{sex})}$ $H_{0(\text{DI})}$ $H_{0(\text{age})}$)
- O3 = oblast volného času a spánku + hypotéza $H_{0(L)}$

Všechna testování byla provedena pro výzkumný vzorek respondentů v roce 2013 tak i v roce 2014. Testovaná proměnná je čas (v hodinách) v závislosti na různé kategorii disponibilních příjmů. Každý student byl seznámen s terminologií disponibilního příjmu (DI) = mzda/plat, vedlejší příjmy, transfery od státu = sociální dávky, příspěvky, stipendia, důchody aj., pravidelné příspěvky od příbuzných. Třídící sestava byla dána do kontingenčních tabulek.

4.2.1 O1 = oblast spotřeby

Hypotézy:

Pro tvorbu výstupního mikroekonomického modelu byla zvolena následující nulová hypotéza $H_{0(C)}$ a k ní alternativní $H_{A(C)}$:

$H_{0(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci nezávisí na výši disponibilního příjmu.

$H_{A(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci závisí na výši disponibilního příjmu.

Předpoklad spotřeby (C) je výkon placené práce. V případě studentů prezenční formy studia, což zjednodušeně představuje jejich hlavní pracovní poměr, za něhož nedostávají peněžní příjmy (výjimku tvoří sociální, ubytovací a mimořádná stipendia). Ovšem byly zde zohledněny i příležitostné příjmy (brigády). V kontingenční tabulce musela být provedena redukce kategorií disponibilního příjmu, kdy poslední kategorie disponibilních příjmů 23001 Kč a více nesplňovala podmínku testování Chí-kvadrát testem (min. hodnota znaku 5), proto byla tato kategorie sloučena s předchozí s výslednou hodnotou kategorie 17001 Kč a více.

Proměnná čas byla distribuována do 4 časových pásem:

- 0 h
- 1 – 2 h
- 3 – 4 h
- 5 a více hodin.

V následujících tabulkách 12 a 13 jsou rozložena data získaná od respondentů dle 4 kategorií disponibilního příjmu.

Výsledky kontingenční tabulka 2013 - spotřeba

Tab. 12 Kontingenční tabulka – placená práce 2013 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Čas placené práce (v hodinách) r. 2013				CELKEM
		0 h	1 - 2 h	3 - 4 h	5 h a více	
do 5000Kč	absolutní	74	44	18	5	141
	relativní %	52%	31%	13%	4%	30%
5001 - 11000 Kč	absolutní	56	25	45	31	157
	relativní %	36%	16%	29%	20%	33%
11001 - 17000 Kč	absolutní	5	6	5	66	82
	relativní %	6%	7%	6%	80%	17%
17001 Kč a více	absolutní	5	5	5	80	95
	relativní %	5%	5%	5%	84%	20%
CELKEM	absolutní	140	80	73	182	475
	relativní %	29%	17%	15%	38%	100%

Z tabulky 12 vyplývá skutečnost, že v nejpočetněji zastoupené kategorii příjmů 5001 – 11000 Kč studenti z 36 % vůbec nepracují a 29 % potvrzuje příjmy v rozmezí 3 – 4 hodin placené práce. U druhé nejpočetnější kategorie příjmů do 5000 Kč více než polovina studentů nepracuje vůbec a 30 % pracuje v přepočtu 1 – 2 h/den. V komparaci se studenty s příjmy 11000 - 17001 Kč a více než 17001 Kč je zřejmý nárůst hodin placené práce v počtu 5 h a více u více než 80 % studentů u obou příjmových kategorií. Při celkovém zhodnocení kontingenční tabulky u placené práce v roce 2013 lze vyčíst, že 38 % studentů se věnuje placené práci v rozmezí 5 h a více a naopak 29 % studentů nepracuje vůbec tj. 0 h placené práce.

Výsledky kontingenční tabulka 2014 - spotřeba

Tab. 13 Kontingenční tabulka – placená práce 2014 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Čas placené práce (v hodinách) r. 2014				CELKEM
		0 h	1 - 2 h	3 - 4 h	5 h a více	
do 5000Kč	absolutní	59	29	10	7	105
	relativní %	56%	28%	10%	7%	24%
5001 - 11000 Kč	absolutní	22	37	35	55	149
	relativní %	15%	25%	23%	37%	34%
11001 - 17000 Kč	absolutní	5	5	8	71	89
	relativní %	6%	6%	9%	80%	20%
17001 Kč a více	absolutní	5	7	6	75	93
	relativní %	5%	8%	6%	81%	21%
CELKEM	absolutní	91	78	59	208	436
	relativní %	21%	18%	14%	48%	100%

Analýza dat z kontingenční tabulky pro placenou práci v roce 2014 porovnává získaná data z roku 2013. V nejpočetnější kategorii příjmů 5001 – 11000 Kč více než třetina studentů, 37 %, pracuje více než 5 h, dalších čtvrtina, 25 %, pracuje 1 – 2 h denně. Pouze 15 % studentů této kategorie příjmů nepracuje vůbec. Zde je evidentní značný nárůst jakékoliv časové dotace pro placenou práci, kdy 85 % všech studentů této kategorie min. 1 h pracuje. Druhá nejpočetnější příjmová skupina do 5000 Kč přibližně kopíruje charakteristiku studentů v roce 2013. Více než polovina této skupiny vůbec nepracuje. Stejně korespondují i charakteristiky příjmových skupin 11001- 17000 Kč a 17001 Kč a více, kde více než 80 % studentů stráví více než 5 h placenou práci.

Ověření hypotéz - SPOTŘEBA

- Rok 2013
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 238,3292$
 - Počet stupňů volnosti = $(4-1) * (4-1) = 9$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 9 stupňů volnosti = 16, 919
 - p-hodnota = $8,4228^{E-53}$
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(C)}$ zamítá se**
- Rok 2014
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 193,9344$
 - Počet stupňů volnosti = $(4-1) * (4-1) = 9$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 9 stupňů volnosti = 16, 919
 - p-hodnota = $2,484^{E-41}$
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(C)}$ zamítá se**
- $H_{0(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci nezávisí na výši disponibilního příjmu.
- $H_{A(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci závisí na výši disponibilního příjmu.
- $\Rightarrow H_{0(C)}$ se zamítá, $H_{A(C)}$ se přijímá

V roce 2013 i 2014 byl potvrzen výsledek a hypotéza $H_{0(C)}$ byla zamítnuta. Platí alternativní hypotéza, která přijímá fakt, že počet hodin placené práce závisí na výši disponibilního příjmu. Toto zjištění je patrné i z kontingenčních tabulek, kde studenti s disponibilními příjmy 11001 Kč a více, min. z 80 % se věnuje placené práci 5 h a více. Výsledná průměrná časová dotace na placenou práci a studium byla 8-11 h.

4.2.2 Struktura spotřebitelského koše studentů VŠ

V případě srovnání struktury spotřebitelského koše studentů opět byly sledovány charakteristiky dle jednotlivých skupin disponibilních příjmů. Studenti plně rozkládali svůj disponibilní příjem (100 % a nebrali v potaz tvorbu úspor) do 12 tříd spotřebitelského koše dle národní klasifikace COICOP. Průměrné výsledky za jednotlivé kategorie jsou vyobrazeny v tabulkách č. 15 a 16.

Zjednodušený výčet hlavních 12 tříd spotřebitelského koše tab. 14.

*Tab. 14 Klasifikace spotřebního koše dle COICOP (vlastní zpracování;
Zdroj: ČSÚ, 2012d)*

Třída 1 - C1	Potraviny a nealkoholické nápoje
Třída 2 - C2	Alkoholické nápoje, tabák
Třída 3 - C3	Odívání a obuv
Třída 4 - C4	Bydlení, voda, energie, paliva
Třída 5 - C5	Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy
Třída 6 - C6	Zdraví
Třída 7 - C7	Doprava
Třída 8 - C8	Pošty a telekomunikace
Třída 9 - C9	Rekreace a kultura
Třída 10 - C10	Vzdělávání
Třída 11 - C11	Stravování a ubytování
Třída 12 - C12	Ostatní zboží a služby

Segmentace disponibilních příjmů byla pro strukturu spotřebního koše ponechána v 5 kategoriích (do 5000 Kč, 5001 – 11000 Kč, 11001 – 17000 Kč, 17001 – 23000 Kč a 23001 Kč a více). Absolutní hodnoty jsou dány součtem uvedených % uvedené studenty v dané kategorii spotřebního koše. Dále byly tyto hodnoty segmentovány dle disponibilních příjmů a výsledné % zastoupení spotřebního koše bylo vypočítáno jako průměr daného počtu studentů v konkrétní příjmové skupině.

Spotřebitelský koš studentů dle COICOP 2013

V tabulce 15 je zřejmé rozložení do jednotlivých tříd spotřebního koše v následujícím poměrovém zastoupení. Nejvyšší % zastoupení je zvýrazněno v tabulce u každé příjmové kategorie.

U nižších příjmových skupin (do 5000 Kč, 5001 – 11000 Kč a 11001 – 17000 Kč) nejvíce spotřebitelských výdajů, více než 20 %, směřuje do položek třídy 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje). Dále jsou to položky třídy 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), následované kategoriemi 7 (Doprava) a 3 (Odívání a obuv). Nejméně je vynaloženo na oblast Vzdělávání (třída 10).

U vyšších disponibilních příjmů 17001 Kč – 23000 Kč a 23001 Kč a více lze vidět změnu struktury oproti studentům s nižšími příjmy. Největší procentuální výdaje

tvoří třída 4 (24 – 26 %), následuje třída 1 (20 – 21 %) a třída 7 (Doprava). Nejnižší zastoupení nesou položky třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák).

Tab. 15 Struktura spotřebitelského koše studentů dle disponibilních příjmů za 2013 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Množství	Třídy spotřebního koše r. 2013											
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
do 5000 Kč	absolutní	3031	942	1663	1447	200	693	1858	767	1191	308	1242	738
	průměr	21%	7%	12%	10%	1%	5%	13%	5%	8%	2%	9%	5%
5001 - 11000 Kč	absolutní	3691	904	1550	2746	348	608	1799	706	922	341	1214	874
	průměr	24%	6%	10%	17%	2%	4%	11%	4%	6%	2%	8%	6%
11001 - 17000 Kč	absolutní	1719	389	733	1693	334	314	823	329	473	322	568	504
	průměr	21%	5%	9%	21%	4%	4%	10%	4%	6%	4%	7%	6%
17001 - 23000 Kč	absolutní	1193	152	429	1524	313	209	589	258	302	268	243	421
	průměr	20%	3%	7%	26%	5%	4%	10%	4%	5%	5%	4%	7%
23001 Kč a více	absolutní	760	83	282	864	179	122	343	135	173	177	187	284
	průměr	21%	3%	8%	24%	5%	3%	10%	4%	5%	5%	5%	8%

Spotřebitelský koš studentů dle COICOP 2014

Komparace struktury spotřebitelských výdajů z předcházející tabulkou přináší složení spotřebního koše v roce 2014 v Tab. 16.

Tab. 16 Struktura spotřebitelského koše studentů dle disponibilních příjmů za 2014 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Množství	Třídy spotřebního koše r. 2014											
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12
do 5000 Kč	absolutní	2456	601	1353	531	210	574	1402	425	896	242	1100	711
	průměr	23%	6%	13%	5%	2%	5%	13%	4%	9%	2%	10%	7%
5001 - 11000 Kč	absolutní	3534	941	1379	2203	365	592	1569	613	892	396	1596	812
	průměr	24%	6%	9%	15%	2%	4%	11%	4%	6%	3%	11%	5%
11001 - 17000 Kč	absolutní	2050	337	782	1722	329	348	911	345	469	413	622	572
	průměr	23%	4%	9%	19%	4%	4%	10%	4%	5%	5%	7%	6%
17001 - 23000 Kč	absolutní	1284	216	420	1344	270	213	506	170	321	269	304	384
	průměr	23%	4%	7%	24%	5%	4%	9%	3%	6%	5%	5%	7%
23001 Kč a více	absolutní	694	117	305	916	234	157	314	124	198	161	167	214
	průměr	19%	3%	8%	25%	6%	4%	9%	3%	6%	4%	5%	6%

V roce 2014 se struktura nijak razantně neměnila. Bylo potvrzeno, že u nižších příjmových skupin nejvyšší výdajovou položku zahrnují produkty patřící do třídy 1, následuje třída 7 (Doprava) a 3 (Odívání a obuv). Nejnižší čísla jsou tentokrát reflektována ve třídě 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy) a opětovně u Vzdělávání (10).

Z těchto vypočítaných hodnot plyne tvrzení: čím vyšší disponibilní příjem studentů má, tím jsou položky kategorie 4 přesunovány v žebříčku kupředu až na první místo. Přelévání výdajů z nejvíce zastoupené třídy 1 do třídy 4 se odehrává u příjmové skupiny 11001 – 17000 Kč. S tímto příjmem disponuje 20 % studentů v roce 2014, přibližně stejně jako v roce 2013 (17 %).

U vyšších příjmových skupin nad 17000 Kč procentuální zastoupení kategorie 4 tvoří 24 – 25 % konečných spotřebitelských výdajů, následuje třída 1 s 19 – 23 % a třída 7 s 9 %. Jako rok předešlý nejméně spotřebitelských výdajů plyne do třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a nově do třídy 8 (Pošty a telekomunikace).

Komplexní shrnutí spotřebitelského koše studentů:

- Studenti s nižšími disponibilními příjmy utrácejí nejvíce za položky 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 7 (Doprava) a 3 (Odívání a obuv).
- Studenti s vyššími disponibilními příjmy utrácejí nejvíce v kategorii 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje) a 7 (Doprava).
- Studenti s nižšími disponibilními příjmy mají nejnížší spotřebitelské výdaje v položce 10 (Vzdělávání) a 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy).
- Studenti s vyššími disponibilními příjmy mají nejnížší finanční výdaje u třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a 8 (Pošty a telekomunikace).
- Přelévání struktury spotřebitelských výdajů z kategorie 1 do 4 u příjmové skupiny 11001-17000 Kč.
- Kategorie 7 (Doprava) má stabilní a důležité postavení ve všech příjmových skupinách.
- Nižší příjmové skupiny mají podstatně vyšší spotřebitelské výdaje než vyšší příjmové skupiny u třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák), 3 (Odívání a obuv), 9 (Rekreace a kultura) a 11 (Stravování a ubytování).

Analyzovaná data potvrzují shodu spotřebitelských výdajů u vyšších příjmových skupin tak jako tomu je v národním měřítku ze Statistiky rodinných účtů (ČSÚ, 2015l; Eurostat, 2015c). Zcela nový pohled na strukturu spotřebitelského koše přináší skupiny studentů s nižšími disponibilními příjmy. Jedná se zde především o studenty prezenční formy studia bez pravidelných příjmů (max. s příležitostnými přívídělky či transferovými platbami od státu). Jejich specifickou spotřební strukturu u alkoholických nápojů a tabáku podtrhuje studie O'Connor a Lundstrom; Zilberman a Poole (2009).

Pro firemní praxi je zde viditelná příležitost pro maloobchodní prodejce nebo řetězce, jelikož většina studentských výdajů odchází právě do kategorie

2. Alkoholické nápoje a tabák tvoří neopomenutelnou součást spotřebitelských výdajů i pro české studenty stejně jako tomu je v případě amerických studentů dle Miller a Washington (2013). Provozovatelé restaurací, kaváren a ubytovacích zařízení by si měli být vědomi zájmu o jejich služby u tržního segmentu vysokoškolských studentů. Nepatrně menší spotřebitelské výdaje nízkopříjmových studentů směřují do kategorie 9 Rekreační a kultura. Celosvětová globalizace a společenská socializace otevřela všem spoustu možností, jak trávit volný čas. Dostatek volného času mají právě i studenti VŠ. Široké spektrum nabízených alternativ, jak trávit volný čas mohou nabízet různá kulturní centra (kina, divadla, společenské akce, tvořivé dílny), sportovní centra (sportoviště, fitnesscentra, plavecké bazény, lezecké stěny, volejbalová či tenisová hřiště, golfová hřiště, paintballová hřiště), či organizace zabezpečující jednorázové programové akce (koncerty, výstavy). Ke všem možnost trávení volného času mohou bez sporu přispět i sami vysoké školy za pomoci vysokoškolských organizací. To je opět cesta, jak mohou fakulty přilákat potenciální zájemce o vysokoškolské vzdělávání.

4.2.3 Změna struktury spotřebitelského koše

V souvislosti se změnami výše disponibilních příjmů studentů byly součástí dotazníkové šetření otázky týkající se snížení a zvýšení disponibilních příjmů a jejich dopad na strukturu spotřebitelského koše.

V případě absolutoria VŠ je dále předpoklad nástupu do zaměstnání (pravidelný příjem) příp. zvýšení peněžních příjmů. Naopak stávající disponibilní příjmy mohou být sníženy z důvodu ztráty finanční podpory od příbuzných/státu, ztrátou zaměstnání, odchodu na mateřskou / rodičovskou dovolenou / pobírání důchodu.

Ať se disponibilní příjmy snižují v jakémkoliv poměru, existují pro každého jedince položky spotřebního koše, na něž by neradi sahalí nebo pro zabezpečení základních fyziologických potřeb je vyškrtnout nemohou. Součástí změny struktury spotřebitelského koše byla i kategorie subjektivně vnímané kategorie, na kterou by studenti sahalí až v případě nejvyšší nouze tj. položka nezbytnost.

Studenti měli možnost uvést max. 3 položky ze svého spotřebního koše, které se budou v návaznosti na zvýšení / snížení příjmu měnit.

rok 2013 - zvýšení DI - průměrně uvedeno 2,7 položek tj. $1309/482 = 2,72$

- snížení DI - průměrně uvedeno 2,7 položek tj. $1285/482 = 2,67$

- nezbytnost - průměrně uvedeno 2 položky tj. $973/482 = 2,02$

rok 2014 - zvýšení DI - průměrně uvedeno 2,7 položek tj. $1170/436 = 2,68$

- snížení DI - průměrně uvedeno 2,6 položek tj. $1147/436 = 2,63$

- nezbytnost - průměrně uvedeno 2 položky tj. $925/436 = 2,12$

Postup zpracování a vyhodnocování změny struktury spotřebitelského koše je vyobrazen v Přílohách H, I a J.

Tab. 17 Změna struktury spotřebitelského koše 2013 (vlastní zpracování)

ZMĚNA SPOTŘEBITELSKÉHO KOŠE r. 2013 (max. 3 položky SK)										
KATEGORIE	ZVÝŠENÍ DI			POKLES DI			NEZBYTNOST			RESPONDENTŮ
	1.	2.	3.	1.	2.	3.	1.	2.	3.	
Průměr celkem	9	3	5	3	2	9	1	4	7	482
Muž	9	3	6	2	3;9	3;9	1	4	7	145
Žena	9	3	5	3	2	9	1	6	4	337
Prezenční	9	3	5	3	2	9	1	7	4	266
Kombinované	9	3	5	3	9	2	1	4	6	216
Věk do 24 let	9	3	5	3	2	9	1	7	4	310
Věk 25 - 29 let	9	3	5	3	2	9	1	4	6	88
Věk 30 - 34 let	9	3;5	3;5	9	3	5	1	4;10	4;10	30
Věk 35 - 39 let	9	6	3	3;9;12	3;9;12	3;9;12	1	4	7;10	24
Věk nad 40 let	9	5	3	9	2;5	2;5	4	1	10	30
DI do 5000 Kč	9	3	6	2	3	9	1	7	6	141
DI 5001 - 11000 Kč	3	9	5	3	2	9	1	4	7	157
DI 11001-17000 Kč	9	3	5	3	2;9	2;9	1	4	6	82
DI 17001-23000 Kč	9	3;5	3;5	2;3	2;3	5;9	1	4	7	59
DI 23001 + Kč	9	3	6	2;3	2;3	9	1	4;6;10	4;6;10	36
Neuvedeno	9	3	5	3	5	12	1	6;7	6;7	7

➤ Zvýšení disponibilních příjmů 2013

Mezi kategorie spotřebitelských výdajů, které budou v souvislosti se zvýšením disponibilních příjmů navýšeny, patří třídy 9 (Rekreace a kultura), 3 (Odívání a obuv) a 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy). Třída 9 je bezesporu top uváděná třída napříč všemi segmentačními kritérii mimo jediné při disponibilních příjmech 5001 – 11000 Kč, kde top vyhledávanou třídou tvoří kategorie 3. V celkovém souhrnu mezi top 3 nejžádanější kategorie při zvýšení příjmů bude u některých skupin patřit i třída 6 (Zdraví).

➤ Pokles disponibilních příjmů 2013

Při snížení příjmů budou nejvíce kráceny spotřebitelské výdaje studentů u třídy 3 (Odívání a obuv), 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a 9 (Rekreace a kultura). U starších věkových skupin se navíc mohou snižovat výdaje v položkách třídy 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy) a 12 (Ostatní zboží a služby).

➤ Nezbytnost 2013

Položky subjektivně vnímány za nezbytnost spotřebitelského koše byly označeny výrobky a služby z třídy 1, převážně u všech segmentovaných skupin studentů. Bezvýhradně další nezbytnou položku tvoří třída 4 a na dalších místech se střídají třídy 6 a 7.

V případě nezbytné položky měli respondenti možnost vypsát konkrétní výrobek či službu, bez které by si nedovedli představit být. Mezi tyto položky byly nejčastěji uváděny: jídlo, bydlení, telefon, benzín, kosmetika, sport.

Komparaci tvoří následující rok a změny spotřebitelského koše v roce 2014 v Tab. 18.

Tab. 18 Změna struktury spotřebitelského koše 2014 (vlastní zpracování)

ZMĚNA SPOTŘEBITELSKÉHO KOŠE r. 2014 (max. 3 položky SK)											
KATEGORIE	ZVÝŠENÍ DI			POKLES DI			NEZBYTNOST			RESPONDENTŮ	
	1.	2.	3.	1.	2.	3.	1.	2.	3.		
průměr celkem	9	3	5	3	2	9	1	6	4	436	
Muž	9	3	5	2	9	3	1	4	7	134	
Žena	9	3	5	3	9	2	1	6	4	302	
Prezenční	9	3	1	2	3	9	1	6	7	199	
Kombinované	9	3	5	3	9	2	1	6	4	237	
Věk DO 24 let	9	3	5	3	2	9	1	6	7	268	
Věk 25 - 29 let	9	3	5	2	3	9	1	4	7	78	
Věk 30 - 34 let	9	3	5	3	9	1	1	6	4	32	
Věk 35 - 39 let	9	5;6	5;6	2;3;9	2;3;9	2;3;9	4	6	1	17	
Věk nad 40 let	9	5	3	1;9	1;9	5	4;6	4;6	1	41	
DI do 5000 Kč	9	3	5	3	2	9	1	6	7	105	
DI 5001 - 11000 Kč	9	3	5	3	2	9	1	6	7	149	
DI 11001-17000 Kč	9	3	5	3	2	9	1	4	6	89	
DI 17001-23000 Kč	9	3	5	9	2	3	1;4	1;4	6	57	
DI 23001 Kč +	9	5	6	9	3	5	4	1	6	36	

➤ Zvýšení disponibilních příjmů 2014

Vyhledávané položky při zvýšení disponibilních příjmů se v roce 2014 řadili do identických tříd jako v roce předešlém tedy třídy 9, 3, 5 a jen zřídka kdy třída 6. Čím více studenti budou mít příjmů, tím více bude sílit jejich spotřebitelská poptávka do oblasti produktů rekreace a kulturního servisu.

➤ **Pokles disponibilních příjmů 2014**

Pokles příjmů bude zaznamenán u stejných položek jako v roce 2013, tedy třídy 3, 2 a 9. Pokročilejší věková kategorie bude navíc snižovat spotřebitelské výdaje u Potravin a nealkoholických nápojů (1).

➤ **Nezbytnost 2014**

Za nezbytnost spotřebitelského koše byly v roce 2014 označeny položky třídy 1, 6 a 4. Poslední občas vystupující třídou byla Doprava (7). Mezi nejčastěji konkrétně uváděné položky spotřebitelského koše patřily: potraviny, bydlení, mobilní telefon, léky, doprava (jízdné a pohonné hmoty), vzdělání.

Shrnutí změny disponibilního příjmu a vliv na spotřebitelský koš:

- Při zvýšení disponibilních příjmů budou studenti navyšovat spotřebitelské výdaje u kategorie 9 (Rekreace a kultura), 3 (Odívání a obuv) a 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy).
- Při snížení disponibilních příjmů budou výdaje na konečnou spotřebu studentů klesat u tříd 3 (Odívání a obuv), 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a 9 (Rekreace a kultura).
- Nezbytné položky byly označeny v třídě 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 6 (Zdraví) a 7 (Doprava).

Organizace nabízející produktové portfolio v oblasti rekreace a kultury mohou z tržního segmentu studentů generovat vyšší zisky (v případě zaměstnání a pravidelných příjmů). Stejně tak jako mohou být ohroženi v případě další ekonomické krize, spotřebitelského pesimismu nebo zavedení školného a tím zvýšení výdajů na vzdělání. Nelze opomenout důležitou roli firem, které nabízejí zboží jako je oblečení a doplňky. V této kategorii tvoří studenti obrovský potenciál napříč všemi segmentačními kritérii a stejně mohou být i hrozbou poklesu tržeb v případě jiných studentských výdajů.

Společnosti, které by se neměly bát o svoje příjmy z prodeje díky poklesu příjmů či nenadálých okolností ovlivňující spotřebitelskou poptávku, lze zařadit ty, které nabízejí potraviny a nealkoholické nápoje, pronajímatelé či finanční instituce poskytující či zprostředkovávající bydlení, benzínové čerpací stanice příp. provozovatelé dopravních podniků a jako poslední farmaceutické apod. firmy.

4.2.4 Ovlivňující činitelé při nákupu běžných denních výrobků

Stejně jako ostatní skupiny spotřebitelů i na studenty působí řada faktorů podněcující je ke koupi výrobku/služby. Přestože u mnohých studentů, obzvláště

u denní formy studia, zpravidla nejsou disponibilní příjmy nikterak vysoké, jsou ovlivňováni různými marketingovými podněty ze stran firem. Existuje pestrá škála výrobků a služeb, které studenti nakupují, pro účely disertační práce bylo zjišťováno, co na studenty působí při koupi běžných denních výrobků. Tyto výrobky nakupují jak prezenční tak i kombinovaní studenti, studenti s nižšími i vyššími příjmy popř. v každé věkové kategorii. Následující Tab. 19 ukazuje, jaké marketingové nástroje (ovlivňující faktory) působí na studenty nejvíce při nákupu běžných denních výrobků. Studenti měli možnost zaškrtnout více faktorů, kterým přiřadili důležitost.

Tab. 19 Ovlivňující marketingové nástroje při nákupu běžných denních výrobků r. 2013 + 2014 (vlastní zpracování)

Co na Vás působí při nákupu běžně nakupovaných výrobků?				
Faktor	2013		2014	
Nic specifického	32	5%	42	7%
Cena	253	38%	202	35%
Slevy, zvýhodněné akce	142	21%	124	21%
Důvěra v nakupovanou značku	153	23%	121	21%
Místo nákupu	45	7%	55	9%
Lidé (v přímé souvislosti s prodejem)	14	2%	14	2%
Ostatní	23	4%	27	5%
CELKEM	662	100%	585	100%

V roce 2013 bylo průměrně zaškrtnuto 1,37 marketingových nástrojů, o rok později jen o pár setin méně tj. 1,31. Marketingový nástroj cena zaujímá s jasným předstihem u více než 35 % studentů první místo v žebříčku nejvíce ovlivňujících marketingových nástrojů v roce 2013 i 2014. Druhé a třetí místo v žebříčku zaujímají s více než 21 % faktory jako je důvěra v nakupovanou značku a slevy a zvýhodněné akce. Třetina všech studentů a pětina z nich je ovlivňována marketingovým nástrojem cena a jejími dalšími variacemi jako jsou slevy. Stejně jako v případové studii Osman a Fah (2011) firmy zaměřující se na segment vysokoškolských studentů by si měli být vědomi jejich citlivosti na cenu a přizpůsobit tak i své marketingové strategie v rámci cenotvorby a propagace (slevy, zvýhodněná balení, poukazy na další nákup aj.).

4.2.5 Charakteristika bydlení

V návaznosti na spotřebitelské výdaje a jejich % zastoupení ve spotřebitelském koši bylo zjištěno, že studenti s nižšími příjmy nevynakládají standardně jako v národním měřítku nejvíce výdajů na položky kategorie 4 Bydlení, voda, energie a paliva. Z tohoto důvodu byla položena otázka na formu a placení bydlení. Předpokladem je u většiny existence hypotetického (imputovaného) nájemného viz str. 18.

V Tab. 19 za rok 2013 je potvrzeno hypotetické neplacené nájemné přibližně u ¼ ze všech 482 studentů a dále u 35 % studentů je nájem placen někým jiným (nejčastěji příbuzní či lidé ve vztahu). Tato forma neplacení nájemného je typologická charakteristika pro prezenční studenty. Ovšem nelze prezenčním studentům opomenout fakt, že čtvrtina z nich sám/sama platí nájemné svépomocí. Další přibližná čtvrtina kombinovaných studentů jsou zatíženi vlastní nebo společnou hypotékou na bydlení.

Tab. 20 Situace v oblasti bydlení v roce 2013 (vlastní zpracování)

Situace v oblasti bydlení r. 2013	Kombinovaná forma	Prezenční forma	Celkem
Neplatím nájemné (imputované nájemné např. byt/dům po příbuzných)	54	58	112
Neplatím nájemné (jiné osoby ho za mě platí)	34	131	165
Platím pravidelně hypotéku, úvěr atd. sám/sama	42	1	43
Platím pravidelně hypotéku, úvěr atd. společně	17	7	24
Platím pravidelně nájemné sám/sama	68	69	137
Platím pravidelně společné nájemné	1	0	1
Celkový součet	216	266	482

Porovnání charakteristiky bydlení studentů v roce 2014 s předchozím rokem 2013 lze vyvodit velmi podobný závěr. Více než polovina studentů, 246 v součtu, neplatí nájem z důvodu hypotetického nájemného či financování nájmu jinými osobami. Stejně překvapivé samofinancování nájmu prezenčními studenty je v tomto roce. Charakteristika zatížení hypotékou je opět téměř ze třetiny typická pro kombinované studenty.

Tab. 21 Situace v oblasti bydlení v roce 2014 (vlastní zpracování)

Situace v oblasti bydlení r. 2014	Kombinovaná forma	Prezenční forma	Celkem
Neplatím nájemné (imputované nájemné např. byt/dům po příbuzných)	45	60	105
Neplatím nájemné (jiné osoby ho za mě platí)	24	117	141
Platím pravidelně hypotéku, úvěr atd. sám/sama	36	0	36
Platím pravidelně hypotéku, úvěr atd. společně	18	1	19
Platím pravidelně nájemné sám/sama	62	69	131
Platím pravidelně společné nájemné	1	3	4
Celkem	199	237	436

4.2.6 Úspory

Úspory představují druhou nespotřebovanou část hrubého disponibilního příjmu. Pro současný produkt mají negativní dopad, ovšem z pohledu budoucího lze úspory považovat za pozitivní, jelikož se jedná o odloženou spotřebu.

V Tab. 20 a 21 jsou přehledy úspor, které se v budoucnu přemění na spotřebitelská vydání dle individuálních preferencí studentů jako spotřebitelů. Studenti si mohli vybírat jednu z 8 možností nabízených intervalů úspor viz tabulky níže.

Tab. 22 Úspory studentů v roce 2013 (vlastní zpracování)

ÚSPORY STUDENTŮ SPOTŘEBITELŮ r. 2013							
DISPONIBILNÍ PŘÍJEM 2013 / HODNOTA ÚSPOR	do 5000 Kč	5001 - 11000 Kč	11001 - 17000 Kč	17001 - 23000 Kč	23001 Kč a více	Absolutní počet	Relativní počet (%)
0 Kč a ještě mi pravidelně chybí	12	7	3	1	0	23	4,84
0 Kč	27	9	1	2	0	39	8,21
do 500 Kč	46	30	3	2	0	81	17,1
501 - 1000 Kč	37	30	4	3	0	74	15,6
1001 - 2000 Kč	12	44	20	11	3	90	18,9
2001 - 3000 Kč	3	28	32	23	0	86	18,1
3001 - 4000 Kč	3	7	18	17	15	60	12,6
4001 Kč a více	1	2	1	0	18	22	4,63
celkem	141	157	82	59	36	475	100

Tvorba úspor je typická převážně pro vyšší příjmové skupiny. U nejnižších příjmových skupin do 5000 Kč, více než čtvrtina (39 v součtu) neuspoří nic nebo jim dokonce chybí. Překvapivé zjištění u nízkopříjmových studentů bylo v žebříčku výše úspor. I s tak nízkými disponibilními příjmy více než 2/3 studentů je schopno naspořit alespoň 500 Kč za měsíc. U nejpočetnější kategorie disponibilních příjmů 5001 – 11000 Kč více než 85 % studentů je schopných odkládat si nějakou částku ve formě úspor. Nejčastěji odkládaná finanční částka má hodnotu 1001 – 2000 Kč v těsném předstihu před úlozkou 2001 – 3000 Kč.

V porovnání s Tab. 22 je tvorba obdobná. Vyšší finanční úspory jsou typické pro vyšší disponibilní příjmy. Zatímco u nižších příjmů částku do 500 Kč je schopno uspořit 40 studentů, vyšší částku od 501 Kč - 1000 Kč je schopno odložit 31 studentů. Nejčastěji zvolená hodnota úspor v roce 2014 byla v rozmezí 501 - 1000 Kč, což představuje 19 % z celkového součtu, kde tuto částku nejčastěji volili v příjmové kategorii 5001 – 11000 Kč.

Tab. 23 Úspory studentů v roce 2014 (vlastní zpracování)

ÚSPORY STUDENTŮ SPOTŘEBITELŮ r. 2014							
DISPONIBILNÍ PŘÍJEM 2014 / HODNOTA ÚSPOR	do 5000 Kč	5001 - 11000 Kč	11001 - 17000 Kč	17001 - 23000 Kč	23001 Kč a více	Absolutní počet	Relativní počet (%)
0 Kč a ještě mi pravidelně chybí	8	7	6	2	2	25	5,7
0 Kč	13	13	6	0	1	33	7,6
do 500 Kč	40	18	5	1	0	64	15
501 - 1000 Kč	31	39	8	4	0	82	19
1001 - 2000 Kč	12	32	19	10	2	75	17
2001 - 3000 Kč	1	23	23	7	4	58	13
3001 - 4000 Kč	0	8	10	14	3	35	8
4001 Kč a více	0	9	12	19	24	64	15
celkem	105	149	89	57	36	436	100

V souhrnném pojetí úsporové tendence resp. odložené spotřeby do budoucna lze odvodit korespondující vývoj individuálních studentských úspor s úspory národními. Volatilita míry úspor v makroekonomickém měřítku se za posledních 5 let pohybovala v rozmezí 9,71 – 13,34 %. (Eurostat, 215e)

Jak bylo zaznamenáno v odpovědích studentů, i s nižšími disponibilními příjmy do 5000 Kč, více než 40 % z nich je schopno tvořit úspory v rozmezí od 0 – 500 Kč. V případě studentů s disponibilními příjmy 5001 – 11000 Kč jsou schopni tvořit o něco vyšší úspory v rozmezí 501 – 1000 Kč. Čím vyšší disponibilní příjem tím se hodnota odložené spotřeby zvyšuje. Výsledné procento úspor se skutečně pohybuje v rozmezí 10 – 12 % z disponibilního příjmu.

4.2.7 Důvody terciárního vzdělávání

Zvyšování vzdělanostní kvalifikace dosažené terciárním vzděláním lze pozorovat z národních statistik ČSÚ (Tab. 7), což je také jeden ze současných cílů strategického konceptu Evropa 2020 (Tab. 9). Segment studentů terciárního vzdělávání za poslední rok dosáhl na počet přesahující 371 tisíc studentů. V poměru celé populace v ČR, která představuje přibližně 10,5 milionu obyvatel, tvoří studenti cca 3,5 %. Pro vládu ČR studium zejména na veřejných vysokých školách (celkem 26) představuje nemalé výdaje ze státního rozpočtu.

Dílčím záměrem autorky bylo prozkoumat důvody, které podnítily vstup studentů do terciárního vzdělávání. Respondenti měli možnost výběru jedné z 9 variant možných odpovědí (vyšší budoucí příjem; požadavek pro výkon povolání; rodinný předpoklad; nevole evidence na úřadu práce; odklad zapojení se do pracovního procesu; komparace s ostatními vrstevníky; nezbytnost pro společnost; seberealizace a ostatní důvody). Tab. 24 přináší souhrnné výsledky za rok 2013 a 2014

Tab. 24 Důvod studia vysoké školy (vlastní zpracování)

Jaký je Váš hlavní důvod studia na vysoké škole?	2013		2014	
vyšší budoucí příjem	117	24%	108	25%
požadavek vysokoškolského titulu pro mé povolání	46	10%	48	11%
rodinný předpoklad	14	3%	17	4%
nechci být evidován/a na úřadu práce	9	2%	7	2%
odklad zapojení se do pracovního procesu	19	4%	11	2%
komparace s ostatními vrstevníky (spolužáci také studují, já též)	14	3%	3	1%
v dnešní společnosti je to nezbytnost	67	14%	69	16%
seberealizace	171	35%	162	37%
ostatní	25	5%	11	2%
celkem	482	100%	436	100%

Nejsilnější důvod volby vstupu do terciárního vzdělávání má kořeny v seberealizaci studenta. V obou letech výzkumu to byl stěžejní důvod u 35 % resp. 37 % studentů. Druhá nejčastější odpověď byla u čtvrtiny všech studentů jako vidina vyššího budoucího příjmu. Zde je vhodné připomenout, že na výzkumu se participovali studenti ekonomických oborů, kde existuje hrozba nedostatkovosti pracovních míst pro tyto absolventy. Jak uvádí Maddocks a Poole (2009) lze jen sporadicky odhadovat, zda jejich volba studovaného oboru není u těchto 25 % studentů zkreslená mylnými představami o budoucích výdělcích dané profese.

Přibližně 15 % studentů uvádí, že terciární vzdělání již představuje společenskou nezbytnost a z toho důvodu vstoupili i oni do vzdělávacího systému.

U 10 % studentů byla volba vstupu do terciárního vzdělávání nutným požadavkem pro současný nebo budoucí výkon jejich povolání. Tuto skutečnost potvrzují mnohá výběrová řízení, kde min. požadavek na vzdělanostní kvalifikaci představuje bakalářský stupeň vzdělání. Zbylé důvody neprokázaly zásadní vliv na rozhodnutí pro vstup do terciárního vzdělávání, tudíž nebudou nijak zohledňovány.

4.2.8 O2 = oblast domácí samoprodukce

Hypotézy:

Pro tvorbu výstupního mikroekonomického modelu byly zvoleny následující tři nulové a k nim alternativní hypotézy dle primárních identifikačních charakteristik:

- Pohlaví
 $H_{0(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na pohlaví.
 $H_{A(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na pohlaví.
- Disponibilní příjem
 $H_{0(\text{DI})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na výši disponibilního příjmu.
 $H_{A(\text{DI})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na výši disponibilního příjmu.
- Věková kategorie
 $H_{0(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na věkové kategorii.
 $H_{A(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na věkové kategorii.

Činnosti domácí samoprodukce mohou vykonávat všechny segmentované skupiny studentů. Pro výsledný mikroekonomický model bude stěžejní testovanou charakteristikou disponibilní příjem. Avšak z důvodu obtížné kvantifikace této oblasti, bylo v autorčině zájmu zjistit, zda tato testovaná oblast šedé ekonomiky závisí na vrozených predispozicích studentů = pohlaví a věková kategorie.

V kontingenčních tabulkách musela být opět provedena redukce hodnot proměnné času (0 h a 1 – 2 h byly sloučeny na 0 – 2 h), z důvodu splnění podmínky testování Chí-kvadrát testem (min. hodnota znaku 5).

Proměnná čas byla testována v následujících 3 časových intervalech:

- 0 – 2 h
- 3 – 4 h
- 5 h a více.

Testované kategoriální proměnné:

- pohlaví (muž nebo žena),
- disponibilní příjem (do 5000 Kč, 5001 – 11000 Kč, 11001 – 17000 Kč, 17001 – 23000 Kč, 23001 Kč a více),
- věková kategorie (do 24 let, 25 – 29 let, 30 – 34 let, 35 – 39 let, 40 let a více).

V následujících tabulkách 25 až 30 jsou rozložena data získaná od respondentů dle identifikačních charakteristik pohlaví (Tab. 25 a Tab. 26), disponibilní příjem (Tab. 27 a Tab. 28) a věková kategorie (Tab. 29 a Tab. 30).

Výsledky kontingenční tabulka 2013 – domácí samoprodukce (pohlaví)

Tab. 25 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle pohlaví 2013 (vlastní zpracování)

Pohlaví	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2013			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
Muž	absolutní	116	21	8	145
	relativní (%)	80%	14%	6%	100%
Žena	absolutní	236	83	18	337
	relativní (%)	70%	25%	5%	100%
Celkem	absolutní	352	104	26	482
	relativní (%)	73%	22%	5%	100%

Dle výsledků z Tab. 25 většina mužů studentů (80 %) i ženy studentky (70 %) stráví činnostmi domácí samoprodukce 0 – 2 h denně. Celkový souhrn nejnižší časové dotace je vykázána u cca $\frac{3}{4}$ výzkumného vzorku studentů (73 %). Domácími pracemi 3 – 4 h denně stráví čtvrtina všech žen studentek, zatímco u mužů je to podstatně méně jen 14 %. Nejvyšší časovou dotaci pro domácí samoprodukcí, 5 h a více, věnuje přibližně stejný počet žen (6 %) jako mužů (5 %).

Výsledky kontingenční tabulka 2014 – domácí samoprodukce (pohlaví)

Tab. 26 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle pohlaví 2014 (vlastní zpracování)

Pohlaví	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2014			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
Muž	absolutní	117	12	5	134
	relativní (%)	87%	9%	4%	100%
Žena	absolutní	206	73	23	302
	relativní (%)	68%	24%	8%	100%
Celkem	absolutní	323	85	28	436
	relativní (%)	74%	19%	6%	100%

Komparace domácí samoprodukce dle pohlaví oproti roku 2013 vykazuje jen drobné odlišnosti. U mužů došlo všeobecně k poklesu časové dotace, kdy 0 – 2 h věnuje 87 % mužů (o 7 % více než v r. 2013), zatímco 3 – 4 h pouze 9 % (pokles o 5 %), 5 a více hodin je u 4 % mužů. U žen studentek je poměrové rozložení téměř

identické, pouze u časové dotace 5 h a více došlo k nepatrnému nárůstu o 3 % na výsledný podíl 8 % žen.

Výsledné poměrové zastoupení dotace časové samoprodukce vykazuje téměř totožné hodnoty v roce 2013 i 2014.

Ověření hypotéz – DOMÁCÍ SAMOPRODUKCE (POHLAVÍ)

- Rok 2013
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 13,55749$
 - Počet stupňů volnosti = $(2-1) * (3-1) = 2$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 2 stupně volnosti = 5,991476
 - p-hodnota = 0,001137704
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(\text{sex})}$ zamítá se**
 - Rok 2014
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 17,7765$
 - Počet stupňů volnosti = $(2-1) * (3-1) = 2$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 2 stupně volnosti = 5,991476
 - p-hodnota = 0,000138
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(\text{sex})}$ zamítá se**
-
- $H_{0(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na pohlaví.
 - $H_{A(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na pohlaví.
 - $\Rightarrow H_{0(\text{sex})}$ se zamítá, $H_{A(\text{sex})}$ se přijímá

V obou letech 2013 i 2014 byla hypotéza $H_{0(\text{sex})}$ zamítnuta, tudíž počet hodin domácí samoprodukce závisí na pohlaví. Ženy studentky věnují domácí samoprodukci více času než muži studenti. Toto tvrzení zásadně podporuje i studie prof. Ramey (2009), která poukázala na značnou diferenci pohlaví pro oblast domácí samoprodukce (Do It Yourself).

Výsledky kontingenční tabulka 2013 – domácí samoprodukce (disponibilní příjem)

Tab. 27 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle disponibilního příjmu 2013 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2013			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
do 5000 Kč	absolutní	104	30	7	141
	relativní %	74%	21%	5%	100%
5001 - 11000 Kč	absolutní	113	37	7	157
	relativní %	72%	24%	4%	100%
11001 - 17000 Kč	absolutní	66	9	7	82
	relativní %	80%	11%	9%	100%
17001 - 23000 Kč	absolutní	41	13	5	59
	relativní %	69%	22%	8%	100%
23001 Kč a více	absolutní	24	7	5	36
	relativní %	67%	19%	14%	100%
CELKEM	absolutní	348	96	31	475
	relativní %	73%	20%	7%	100%

Časová dotace domácí samoprodukce 0 – 2 h vykazuje nejvyšší podíly u studentů s disponibilním příjmem 11001 – 17000 Kč, tedy 80 %. Přibližně o 6 – 8 % méně je tento čas věnován příjmovou kategorií do 5000 Kč a 5001 – 11000 Kč. Méně než 2 h na domácí samoprodukcí věnují vyšší příjmové skupiny 17 tisíc a výše.

3 – 4 h domácím činnostem věnuje přibližně 20 % studentů u každé skupiny disponibilních příjmů. Jedinou výjimku představuje příjmová skupina 11001 – 17000 Kč, kdy jejich podíl je pouze 11 % v této časové dotaci.

5 h a více věnovaných domácí samoprodukcí uvedlo 5 % a méně u studentů s příjmy do 11000 Kč. Oproti studentům s nižšími příjmy skupiny s vyššími příjmy pracují doma podstatně více času. Dokonce téměř 15 % studentů s nejvyššími příjmy 23001 Kč a více věnují domácím činnostem 5 h a více.

Příjmová kategorie 11001 – 17000 Kč představuje pomyslný mezník tabulky časové dotace pro samoprodukcí. V případě generalizace tabulkových hodnot lze vyvodit, že příjmové skupiny do 11000 Kč z více než 90 % věnují domácí samoprodukcí méně než 4 h času denně. Výrazný rozdíl byl zaznamenán u příjmů 17001 Kč a více, kdy podíl času strávené domácími činnosti zaujímá více než 3 h / den u více než 30 % studentů.

Výsledky kontingenční tabulka 2014 – domácí samoprodukce (disponibilní příjem)

Tab. 28 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle disponibilního příjmu 2014 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2014			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
do 5000 Kč	absolutní	80	19	6	105
	relativní %	76%	18%	6%	100%
5001 - 11000 Kč	absolutní	111	28	10	149
	relativní %	74%	19%	7%	100%
11001 - 17000 Kč	absolutní	63	21	5	89
	relativní %	71%	24%	6%	100%
17001 - 23000 Kč	absolutní	44	7	6	57
	relativní %	77%	12%	11%	100%
23001 Kč a více	absolutní	25	6	5	36
	relativní %	69%	17%	14%	100%
CELKEM	absolutní	323	81	32	436
	relativní %	74%	19%	7%	100%

Souvztažné hodnocení domácí samoprodukce roku 2014 z Tab. 28 přináší malé odlišnosti oproti roku 2013. V celkovém souhrnu napříč všemi kategoriemi disponibilních příjmů jsou viditelné téměř identické průměrné hodnoty různé časové dotace dle disponibilních příjmů, avšak průměrné hodnoty jsou odlišné u příjmové skupiny 17001 – 23000 Kč. Tuto příjmovou skupinu lze opět nazvat zlomovou skupinou.

Studenti v kategoriích s příjmy do 11000 Kč vykazují poměrně stejnou časovou dotaci ve všech časových intervalech, kdy nejvíce 74 – 76 % se věnuje domácí samoprodukcí 0 – 2 h denně, necelých 20 % věnuje domácím činnostem 3 – 4 h. Zbýlých cca 6 – 7 % pracuje doma mnohem více a to 5 h a více. U disponibilního příjmu 11001 – 17000 Kč je zaznamenán pokles nejnižší časové dotace 0 – 2 h domácí samoprodukce ve prospěch vyššímu časovému rozhraní 3 – 4 h. Zlomové rozlišení přináší příjmová skupina 17001 – 23000 Kč, kde je zachycen zvýšený počet u nejnižší časové dotace pro domácí samoprodukcí 0 – 2 h u 77 % studentů. Oproti tomu stojí propad u časové dotace 3 – 4 h, kdy tuto dobu stráví domácími činnostmi pouze 12 % studentů. Podobné % zastoupení (11 – 12 %) lze spatřit i v rozhraní 5 h a více u stejné příjmové kategorie.

Lidé s nejvyššími příjmy věnují dostatečný prostor 3 – 4 h nebo 5 h a více domácí samoprodukcí v přibližně 35 % případů. 5 h a více u této příjmové skupiny dvojnásobně převyšuje průměrné hodnoty (= 14 %) celého zkoumaného vzorku studentů (7 %).

Ověření hypotéz – DOMÁCÍ SAMOPRODUKCE (DISPONIBILNÍ PŘÍJEM)

- Rok 2013
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 10,87155$
 - Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (3-1) = 8$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 8 stupňů volnosti = 15,50731
 - p-hodnota = 0,2090843
 - **výsledek: p-value > 0,05 $\Rightarrow H_{0(DI)}$ nezamítá se**
- Rok 2014
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 6,596348$
 - Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (3-1) = 8$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 8 stupňů volnosti = 15,50731
 - p-hodnota = 0,580742
 - **výsledek: p-value > 0,05 $\Rightarrow H_{0(DI)}$ nezamítá se**
- $H_{0(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na výši disponibilního příjmu.
- $H_{A(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na výši disponibilního příjmu.
- $\Rightarrow H_{0(DI)}$ se nezamítá

Statistické ověření hypotéz prokázalo přijetí nulové hypotézy o nezávislosti výše disponibilního příjmu na časovou dotaci pro domácí samoprodukci. Již z kontingenčních tabulek bylo naznačeno, že rozložení času pro domácí samoprodukci se nejeví lineárně z pohledu zvyšování disponibilních příjmů. Prostřední kategorie příjmů 11001 - 17000 Kč uváděla nejnižší hodnoty hodin a odvrátila tak postupné zvyšování hodin domácí produkce v souvislosti se zvyšujícím se příjmem.

Tvrzení o nezávislosti počtu hodin věnovaných domácí samoprodukci k výši disponibilního příjmu bylo přijato. Jak je vidět z výsledků tato oblast šedé ekonomiky má patřičné místo u všech studentů s jakýmkoliv disponibilními příjmy. Tudíž tato oblast testování, která je součástí navrhovaného mikroekonomického modelu, nelze nikterak opomenout, jelikož ji lze označit za nedílnou součást denní časové alokace studenta s jakýmkoliv disponibilními příjmy.

Výsledky kontingenční tabulka 2013 – domácí samoprodukce (věková kategorie)

Tab. 29 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle věkové kategorie 2013 (vlastní zpracování)

VĚKOVÁ KATEGORIE	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2013			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
do 24 let	absolutní	238	61	11	310
	relativní %	77%	20%	4%	100%
25 - 29 let	absolutní	64	19	5	88
	relativní %	73%	22%	6%	100%
30 - 34 let	absolutní	19	6	5	30
	relativní %	63%	20%	17%	100%
35 -39 let	absolutní	14	5	5	24
	relativní %	58%	21%	21%	100%
40 let a více	absolutní	15	10	5	30
	relativní %	50%	33%	17%	100%
CELKEM	absolutní	350	101	31	482
	relativní %	73%	21%	6%	100%

Z Tab. 29 je vidět lineárnější průběh v porovnání s časem domácí samoprodukce v závislosti na disponibilním příjmu. Mladší věkové kategorie studentů, do 24 let a 25 - 29 let, přibližně ze 75 % věnují domácím činnostem max. 2 h denně. Dalších přibližně 20 % studentů vykonává domácí práce v rozmezí 3 – 4 h denně a jen přibližně 5 % studentů pracuje doma 5 a více hodin.

Věková kategorie 30 – 34 let zaznamenává pokles na 63 % u domácí samoprodukce do 2 h, dalších téměř 40 % je rozděleno napůl do časové struktury 3 – 4 h a 5 h a více. Velmi podobné hodnoty vykazuje i věková skladba 35 – 39 let. Tento obrovský nárůst hodin domácí samoprodukce ve věku 30 a více let může souviset s osamostatněním od příbuzných, koupě vlastního domu/bytu, stěhování, založení rodiny a tvorba rodinného zázemí pro život. Důvody domácí samoprodukce více zodpověděny v Tab. 31.

Výsledky kontingenční tabulka 2014 – domácí samoprodukce (věková kategorie)

Tab. 30 Kontingenční tabulka domácí samoprodukce dle věkové kategorie 2014 (vlastní zpracování)

VĚKOVÁ KATEGORIE	Počet	Čas domácí samoprodukce (v hodinách) r. 2014			
		0-2 h	3-4 h	5 h a více	CELKEM
do 24 let	absolutní	212	46	10	268
	relativní %	79%	17%	4%	100%
25 - 29 let	absolutní	57	16	5	78
	relativní %	73%	21%	6%	100%
30 - 34 let	absolutní	19	7	6	32
	relativní %	59%	22%	19%	100%
35 -39 let	absolutní	7	5	5	17
	relativní %	41%	29%	29%	100%
40 let a více	absolutní	25	10	6	41
	relativní %	61%	24%	15%	100%
CELKEM	absolutní	320	84	32	436
	relativní %	73%	19%	7%	100%

Výzkum v roce 2014 souhlasně vypovídá o tendenci časové alokace pro domácí samoprodukcí jako v roce 2013. U nižších věkových skupin časová dotace byla velmi redukována (73 - 79 % studentů ve věku do 29 let do 2 h domácí samoprodukce). Obrovský nepoměr představuje věková kategorie 35 – 39 let, kdy do 2 h domácí samoprodukce odpovědělo 40 % studentů. Zbýlých 60 % se na polovinu rozprostřelo ve prospěch časové dotace 3 – 4 h a 5 h a více.

Věková kategorie 40 a více let přibližně ze 60 % pracuje doma do 2 h, 25 % studentů pracuje doma 3 – 4 h a zbylých 15 % 5 a více hodin.

Ověření hypotéz – DOMÁCÍ SAMOPRODUKCE (VĚKOVÁ KATEGORIE)

- Rok 2013
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 27,9433$
 - Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (3-1) = 8$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 8 stupňů volnosti = 15,50731
 - p-hodnota = 0,0004852
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(\text{age})}$ zamítá se**

- Rok 2014

- Testovací kritérium $\chi^2 = 48,33199$
- Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (3-1) = 8$
- Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
- Kritická hodnota pro 8 stupňů volnosti = 15,50731
- p-hodnota = $8,536^{E-8}$
- **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(\text{age})}$ zamítá se**

- $H_{0(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na věkové kategorii.
- $H_{A(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na věkové kategorii.
- $\Rightarrow H_{0(\text{age})}$ se zamítá, $H_{A(\text{age})}$ se přijímá

Pomocí testu nezávislosti Chí-kvadrát byla v obou letech 2013 a 2014 zamítnuta nulová hypotéza $H_{0(\text{age})}$ a byla přijata alternativní $H_{A(\text{age})}$. Výsledek značí závislost věkové kategorie na výši časové dotace pro oblast domácí samoprodukce. Z kontingenčních tabulek bylo viditelné postupné zvyšování počtu hodin domácí samoprodukce v souvislosti s postupující věkovou kategorií. To může být v pozdějším věku zapříčiněno osamostatněním jedince, založením rodiny a zvelebováním svého obydlí.

4.2.9 Důvody domácí samoprodukce

V disertační práci byl věnován prostor pro hlubší prozkoumání důvodů domácí samoprodukce. Jedna z otázek dotazníkového šetření nabízela studentům 7 možných variací subjektivně vnímaných argumentů pro výkon činnosti domácí samoprodukce viz Tab. 31. Respondentům byla dána možnost výběru několika z nabízených variant.

Tab. 31 Důvody domácí samoprodukce (vlastní zpracování)

Jaký je důvod Vaší práce doma?	2013		2014	
	absolutní počet	podíl (%)	absolutní počet	podíl (%)
Mateřská; žena/muž v domácnosti	21	3%	20	4%
Běžný princip rodinného rozdělení práce (např. žena = praní, péče o děti; muž – řemeslné práce)	287	45%	257	46%
Zvelebování komfortu svého/rodinného zázemí	221	35%	192	34%
Domácí práce jsou mým koníčkem	48	7%	28	5%
Pouze jen jako vyplnění prostoru volného času	28	4%	23	4%
Nedostatek finančních prostředků pro nákup alternativních produktů na trhu	11	2%	15	3%
Ostatní důvody	28	4%	24	4%
CELKEM	616	100%	535	100%

V roce 2013 bylo průměrně vybráno 1,28 možných odpovědí přibližně stejný počet rok poté 1,23 zaškrtnutých odpovědí.

Mezi nejčastěji zvolený důvod, v obou letech jej zvolilo cca 45 % studentů, byl řazen běžný princip rozdělení domácích prací, kdy žena se stará o rodinné zázemí a péče o děti, muži se věnují řemeslným pracím, drobným opravám.

Druhou významnou příčinou (35 %) bylo označeno zvelebování komfortu svého/rodinného zázemí.

Všechny ostatní pohnutky k výkonu domácí samoprodukce nebyly studenty považovány za dostatečně motivující a argumentující k výkonu domácí samoprodukce. Procentuální zastoupení těchto důvodů bylo jen okolo 5 %. Za tyto slabě motivující důvody byly označeny:

- Mateřská/rodičovská dovolená;
- Domácí práce jsou koníčkem;
- Pouze výplň volného času;
- Nedostatek finančních prostředků;
- Ostatní důvody výše neuvedeny.

Oblast volného času dle výsledků dotazníkových šetření stále nese tradiční znaky důvodů pro činnosti domácí samoprodukce. Naproti tomu lze říci, že tato oblast domácích činností již nevykazuje takovou časovou dotaci jako v porovnání s dobou

před rokem 1989, kdy tyto práce byly v mnohých rodinách samozřejmostí, dokonce nutností (např. nutnost starat se o pole a domácí užitková zvířata, vyšívání a pletení části oblečení, výroba částí nábytku, spolupráce sousedů při náročné řemeslné výrobě aj.). Turbulentní doba žene lidstvo kupředu a nelze opomenout spoustu nabízených tržních a pracovních příležitostí. Urbanizace z důvodu lepší uplatnitelnosti na trhu práce obzvláště u mladší věkové generace má stále silný potenciál. Nelze zpochybnit fakt, že mladí studenti jsou více flexibilnější v případě stěhování se za prací do jiného místa oproti starší věkové generaci. Postupem času si lidé hledají své místo pro život a začnou si vytvářet stabilní rodinné zázemí. To souvisí i s nárůstem počtu hodin domácí samoprodukce.

Přibližná polovina všech oslovených respondentů vysokoškolských studentů reprezentuje mladší věkovou kategorii do 24 let, s čímž koresponduje charakteristika prezenčního studia. Tyto studenty teprve čeká vstup na trh práce a od toho se bude odvíjet budování svého stabilního domácího zázemí. Tato tvrzení nelze paušalizovat na všechny mladší ročníky, jelikož někteří jsou stále vedeni a pozitivně ovlivňováni k činnostem domácí samoprodukce od příbuzných nebo je to dáno standardním požadavkem prostředí, ve kterém žijí.

Oblast domácí samoprodukce patří mezi těžce kvantifikovatelné veličiny, avšak pro výstupní model představuje podstatnou část měřenou v hodinách nikoliv v množství vyrobených produktů. Jak bylo zjištěno zamítnutím nulové hypotézy vztahující se k disponibilnímu příjmu, počet hodin věnovaných domácí samoprodukcí není závislé na disponibilním příjmu a tato časová struktura bude vždy důležitou součástí pro konstrukci nového mikroekonomického modelu pro každého studenta.

Průměrná časová dotace pro činnosti domácí samoprodukce byly stanoveny průměrnými hodnotami s výslednou hodnotou 1 – 3 h věnované domácí samoprodukcí.

4.2.10 O3 = oblast volného času a spánku

Oblast volného času a spánku (L) nebyla pro účely zpracování disertační práce nijak blíže charakterizována. Jediný zjišťovaný aspekt této oblasti byla přibližná doba na volnočasové aktivity a spánek v závislosti na výši disponibilního příjmu.

Proměnná čas byla v této oblasti členěna do čtyř časových pásem:

- 0 h
- 1 – 2 h
- 3 – 4 h
- 5 h a více.

Zde autorka předpokládala průměrně 8 h spánku a další časový prostor pro volný čas určili studenti svými odpověďmi.

Kategorie disponibilního příjmu zde tvořily původních pět jako u domácí samoprodukce.

Hypotézy:

H_{0(L)}: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku nezávisí na výši disponibilního příjmu.

H_{A(L)}: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku závisí na výši disponibilního příjmu.

Výsledky kontingenční tabulka 2013 volný čas a spánek

Tab. 32 Kontingenční tabulka volný čas dle disponibilního příjmu 2013 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Volný čas (v hodinách) r. 2013				
		0 h	1 - 2 h	3 - 4 h	5 h a více	CELKEM
do 5000 Kč	absolutní	5	52	62	22	141
	relativní %	4%	37%	44%	16%	30%
5001 - 11000 Kč	absolutní	12	67	57	21	157
	relativní %	8%	43%	36%	13%	33%
11001 - 17000 Kč	absolutní	15	48	12	7	82
	relativní %	18%	59%	15%	9%	17%
17001 - 23000 Kč	absolutní	12	35	7	5	59
	relativní %	20%	59%	12%	8%	12%
23001 Kč a více	absolutní	10	16	5	5	36
	relativní %	28%	44%	14%	14%	8%
CELKEM	absolutní	54	218	143	60	475
	relativní %	11%	46%	30%	13%	100%

Z Tab. 32 lze vypočítat rozdíly u jednotlivých příjmových skupin. Čím vyšší disponibilní příjem, tím nižší časový prostor pro volný čas. Asi 80 % studentů s disponibilními příjmy do 11000 Kč disponuje 1 – 4 hodinami volného času, zatímco studenti s příjmy vyššími než 17001 Kč z 80 % mají max. 2 h prostor pro volný čas. V celkovém průměru 1 – 2 h volného času má téměř polovina všech studentů a dalších 30 % má k dispozici 3 – 4 h denně.

Výsledky kontingenční tabulka 2014 volný čas a spánek

Tab. 33 Kontingenční tabulka volný čas a spánek dle disponibilního příjmu 2014 (vlastní zpracování)

Disponibilní příjem interval	Počet	Volný čas (v hodinách) r. 2014				
		0 h	1 - 2 h	3 - 4 h	5 h a více	CELKEM
do 5000 Kč	absolutní	2	41	50	12	105
	relativní %	2%	39%	48%	11%	24%
5001 - 11000 Kč	absolutní	11	64	54	20	149
	relativní %	7%	43%	36%	13%	34%
11001 - 17000 Kč	absolutní	17	49	15	8	89
	relativní %	19%	55%	17%	9%	20%
17001 - 23000 Kč	absolutní	12	33	8	4	57
	relativní %	21%	58%	14%	7%	13%
23001 Kč a více	absolutní	9	17	5	5	36
	relativní %	25%	47%	14%	14%	8%
CELKEM	absolutní	51	204	132	49	436
	relativní %	12%	47%	30%	11%	100%

Velmi podobné výsledky dimenze volného času a spánku přináší i kontingenční tabulka č. 33. Poměrově jsou na tom nejlépe studenti s nižšími disponibilními příjmy, zatímco příjmové skupiny 17001 Kč a výše z 90 % nemají více než 4 h volného času.

Ověření hypotéz –VOLNÝ ČAS A SPÁNEK

- Rok 2013
 - Testovací kritérium $\chi^2 = 63,4488$
 - Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (4-1) = 12$
 - Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
 - Kritická hodnota pro 12 stupňů volnosti = 21,026
 - p-hodnota = $4,35^{E-09}$
 - **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(L)}$ zamítá se**

- Rok 2014

- Testovací kritérium $\chi^2 = 58,8509$
- Počet stupňů volnosti = $(5-1) * (4-1) = 12$
- Hladina významnosti 5% $\Rightarrow \alpha = 0,05$
- Kritická hodnota pro 12 stupňů volnosti = 21,026
- p-hodnota = $7,03^{E-08}$
- **výsledek: p-value < 0,05 $\Rightarrow H_{0(L)}$ zamítá se**

- $H_{0(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku nezávisí na disponibilním příjmu.
- $H_{A(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku závisí na disponibilním příjmu.
- $\Rightarrow H_{0(L)}$ se zamítá, $H_{A(L)}$ se přijímá

Statistické výpočty zamítly nulovou hypotézu $H_{0(L)}$ v obou letech testování 2013 a 2014, byla tedy přijata alternativní $H_{A(L)}$. Alternativní hypotéza dokazuje závislost volného času včetně spánku na výši disponibilního příjmu.

Toto tvrzení je opět viditelné z kontingenčních tabulek, které reflektují menší časový prostor pro volný čas a spánek u studentů s vyššími příjmy, zatímco studenti s nižšími příjmy (většinou prezenční studenti) mají výrazně vyšší prostor na trávení volnočasových aktivit nebo spánku.

Pro výsledný mikroekonomický model byly brány průměrné zjištěné hodnoty z dotazníkového šetření a dále byla připočítána hodnota 8 h spánku, čímž výsledná dotace pro volný čas a spánek se dostala do širšího rozpětí intervalu 9 - 14 h. Rozmezí 9 - 11 h zpravidla charakterizuje kombinované studenty s vyšším disponibilním příjmem a vyšší dotace 11 - 14 h je více podobná prezenčním studentům s nižšími disponibilními příjmy.

4.3 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Resumé výsledků dotazníkového šetření pomocí statistického vyhodnocení hypotéz Tab. 34 je níže vyobrazeno.

Tab. 34 Souhrn výsledků kvantitativního a kvalitativního výzkumu (vlastní zpracování)

SOUHRNNÉ VÝSLEDKY OVĚŘENÍ HYPOTÉZ		
OBLAST TESTOVÁNÍ	HYPOTÉZY	VÝSLEDEK
O1 - SPOTŘEBA	$H_{0(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci nezávisí na výši disponibilního příjmu.	ZAMÍTÁ SE
	$H_{A(C)}$: Počet hodin věnovaných placené práci závisí na výši disponibilního příjmu.	PŘIJÍMÁ SE
O2 - DOMÁCÍ SAMOPRODUKCE	$H_{0(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na pohlaví.	ZAMÍTÁ SE
	$H_{A(\text{sex})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na pohlaví.	PŘIJÍMÁ SE
	$H_{0(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na výši disponibilního příjmu.	PŘIJÍMÁ SE
	$H_{A(DI)}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na výši disponibilního příjmu.	X
	$H_{0(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci nezávisí na věkové kategorii.	ZAMÍTÁ SE
	$H_{A(\text{age})}$: Počet hodin věnovaných domácí samoprodukci závisí na věkové kategorii.	PŘIJÍMÁ SE
O3 - VOLNÝ ČAS A SPÁNEK	$H_{0(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku nezávisí na výši disponibilního příjmu.	ZAMÍTÁ SE
	$H_{A(L)}$: Počet hodin věnovaných volnému času a spánku závisí na výši disponibilního příjmu.	PŘIJÍMÁ SE

Z výše uvedené tabulky je zřejmá závislost času placené práce a volného času vč. spánku na výši disponibilního příjmu. Naproti tomu závislost proměnné času na disponibilním příjmu nebyla zjištěna u oblasti domácí samoprodukce. V této oblasti nepředstavuje disponibilní příjem kritérium, který by mělo zásadní vliv čas věnovaný domácí samoprodukci. Nezpochybnitelně bude zaujímat oblast domácí samoprodukce místo v novém mikroekonomickém modelu, avšak závislost této měřené oblasti byla prokázána u dalších dvou primárních charakteristik pohlaví a věkové kategorie.

Spotřebitelský koš studentů odhalil rozdílnou strukturu u studentů s nižšími vs. vyššími disponibilními příjmy. Studenti s nižšími příjmy rozkládají své spotřební výdaje primárně mezi kategorie 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 7 (Doprava) a 3 (Odívání a obuv). Zde existuje předpoklad, že studenti s nižšími příjmy jsou studenti prezenčního studia a nezískávají pravidelné příjmy z hlavního pracovního poměru. Na rozdíl od studentů s vyššími příjmy,

předpoklad kombinovaných studentů, většina z nich pracujících, kteří své disponibilní příjmy rozkládají nejvíce do položek třídy 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje) a 7 (Doprava). Položky kategorie 1, 4 i 7 mají nezastupitelnou roli ve spotřebním koši jakéhokoliv typu studenta.

Změna struktury spotřebitelského koše při zvýšení disponibilních příjmů (např. vstup na trh práce po absolutoriu VŠ nebo vyšší mzdové ohodnocení zapříčiněné dosažením terciárního vzdělání) se nejvíce promítá v těchto položkách spotřebního koše: 9 (Rekreace a kultura), 3 (Odívání a obuv) a 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti, opravy). Naopak snížením disponibilních příjmů budou nejvíce zasaženy kategorie 3 (Odívání a obuv), 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a 9 (Rekreace a kultura). Subjektivně vnímaná položka spotřebního koše s přílepkem nezbytnost byla zjištěna ve třídě 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 4 (Bydlení, voda, energie a paliva) a 7 (Doprava).

Důležitými aspekty, které ovlivňují nákupní chování studentů u běžných denních výrobků, byly označeny marketingové nástroje cena, různé formy slevových pobídek a důvěra v nakupovanou značku.

Nižší disponibilní příjmy studentů byly charakteristické pro prezenční studium, z tohoto důvodu nekorespondovala jejich struktura spotřebitelského koše se strukturou koše studentů s vyššími příjmy resp. národní průměrnou strukturou. Charakteristika oblasti bydlení potvrdila, že více než polovina všech studentů bydlí ve formě imputovaného nájemného nebo za studenta někdo nájem platí. Tato tvrzení podporují data u více než 2/3 ze všech prezenčních studentů.

Přestože mnoho studentů disponuje nízkými příjmy, více než 85 % z celkového počtu je schopno tvořit určitou hodnotu úspor. Konkrétní hodnota úspor odpovídá přibližné hodnotě národnímu procentu hrubých úspor tj. mezi 10 – 12 % z hrubých disponibilních příjmů. Zde platí úsporová trajektorie, čím vyšší disponibilní příjem, tím vyšší hodnota úspor. Úspory tvoří nespotřebovanou část disponibilního příjmu a jejich hodnota se nepromítne do výsledných statistik HDP. Tato hodnota odložené spotřeby se pozitivně projeví až v budoucí hodnotě produktu ekonomiky.

Vysokoškolská studentská platforma zaujímá na trhu výrobků a služeb stále rozsáhlejší segment, na což poukazují statistiky národní i strategické cíle EU Evropa 2020. Za posledních 10 let počet studentů terciárního vzdělávání v ČR eskaloval z 291 tisíc na současný počet 371 tisíc studentů. Odhalení podstaty důvodu vstupu do terciárního vzdělávání tkví v seberealizaci studenta dosažené stupněm vysokoškolské kvalifikace u více než 35 % studentů. Dalších cca 25 % studentů vstupuje do terciárního vzdělávání s představou dosažení vyššího příjmu po absolutoriu.

Důkladným prozkoumáním spotřebitelského chování studentů a statistickým ověřením hypotéz byl vymezen interval 8 – 11 h připadající na oblast placené práce a studia (O1) nutný pro konstrukci výsledného mikroekonomického modelu.

Závislost pohlaví na počtu hodin domácí samoprodukce byla statisticky prokázána. Ženy studentky věnují domácím činnostem více času než muži studenti. Výrazný rozdíl byl evidentně u časové dotace 3 – 4 h, kdy rozdíl mezi ženami a muži byl v rozdílu 10 – 15 %, avšak většina studentů (ženy i muži) tráví domácími pracemi jen malý počet hodin 0 – 2 h / den.

U věkové kategorie byla také prokázána závislost na počtu hodin věnovaných domácí samoprodukci. Předpoklad vyššího zapojování do domácích činností skutečně roste s přibývajícím věkem. Věkové kategorie nad 35 let ze 40 – 50 % věnují domácím činnostem 3 a více hodin denně, zatímco mladší ročníky do 29 let věku ze 73 – 77 % tráví domácími pracemi jen 0 – 2 h svého času.

Prokázaná nezávislost domácí samoprodukce na výši disponibilního příjmu má své patřičné místo u všech studentů s jakýmkoliv disponibilními příjmy. Tudíž tato oblast testování, která je součástí navrhovaného mikroekonomického modelu, nelze nikterak opomenout. Lze ji označit za nedílnou součást denní časové alokace studenta s jakoukoliv výší disponibilního příjmu.

Mezi hlavní důvod výkonu domácí samoprodukce byl u 45 % studentů vybrán běžný princip rodinného rozdělení (např. žena = praní, péče o děti; muž – řemeslné práce a opravy). Další 35 % studentů jako druhotný důvod uvedlo zvelebování komfortu svého/rodinného zázemí.

Výsledná průměrná dotace pro tuto oblast (O2) byla vypočítána v rozmezí 1 – 3 h/den.

Oblast volného času a spánku (O3) byla v disertační práci jen nepatrně zkoumána. Statistické ověření hypotéz přineslo tvrzení o závislosti volného času a spánku na výši disponibilního příjmu. Průměrná časové dotace pro oblast volného času a spánku byla vyhodnocena v intervalu 9 - 14 h. Přestože existuje nesčetné množství teorií zkoumající tyto dvě především behaviorální proměnné, pro bližší charakteristiky byly upřednostněny dříve komentované oblasti placené práce a studia (O1) a domácí samoprodukce (O2).

4.4 Výsledky kvalitativního výzkumu

Metoda polostandardizovaných rozhovorů má za cíl odhalit bližší charakteristiky studentů spotřebitelů z oblasti spotřebitelského chování a domácí samoprodukce. Jedná se především o doplňkový druh výzkumu, na jehož základě bylo možné blíže odhalit typologii studenta spotřebitele.

4.4.1 Identifikační charakteristiky – kvalitativní výzkum

Všech 22 respondentů nejprve vyplnilo krátký dotazník, viz příloha K, a následně byl krátký rozhovor s tazatelkou. Každý účastník dostal do rukou podrobný seznam položek spotřebitelského koše dle COICOP jako nástroj pro snadnější volbu odpovědi.

Charakteristika menšího vzorku respondentů neoplývala velkými odlišnostmi. Z uvedených identifikačních dat v Tab. 35 lze pozorovat vyšší celistvost vzorku, téměř homogenní vzorek, nežli při kvantitativních výzkumech. Většinu respondentů, přibližně 2/3 tvořily ženy studentky, přes 80 % byl vzorek tvořen prezenčními studenty a nejvíce zastoupená věková kategorie byla v intervalu do 24 let.

Tab. 35 Charakteristika respondentů kvalitativního výzkumu (vlastní zpracování)

POHLAVÍ		FORMA STUDIA		VĚKOVÁ KATEGORIE	
žena	13	prezenční	18	do 24 let	17
muž	9	kombinovaná	4	25 - 29 let	3
celkem	22	celkem	22	30 - 34 let	1
				35 - 39 let	1
				40 a více let	0
				celkem	22

VO1: Jak se mění preference a zvyklosti spotřebitelského chování studentů v souvislosti se vstupem a následným studiem vysoké školy?

VO2: Jaké jsou tendence vysokoškolských studentů v oblasti domácí samoprodukce? Jak se budou měnit preference časové dotace?

4.4.2 Výsledky úvodní dotazník a polostandardizované rozhovory

Úvodní dotazníky měly orientační charakter. V případě obecných odpovědí na otázky z dotazníku, byl položen doplňující dotaz na bližší konkretizaci odpovědi.

Tabulkové shrnutí polostandardizovaných rozhovorů jsou ilustrovány v příloze L.

Otázka č. 1: Existuje položka ve Vašem původním spotřebním koši, která se pro Vás navýšila v souvislosti se vstupem a studiem na vysoké škole?

Odpovědi:

- ne = 1 student,
- ano = 21 studentů

Nejčteněji uvedenými položkami byly: pohonné hmoty, jízdné – MHD, vlaky a autobusy, nájemné, stravování – vysokoškolská menza, restaurace a rychlá občerstvení, výdaje na alkohol a tabák, jídlo, pečivo, káva z automatu, energetické nápoje, reprografické služby, drogerie (úklidové prostředky), osobní péče a kosmetika, nový notebook, smartphome (chytrý telefon)

Otázka č. 2: Změnili se Vám v souvislosti se vstupem na vysokou školu preference u některých výrobků či služeb, které jste přestali nakupovat?

Odpovědi:

- ne = 7 studentů
- ano = 15 studentů

U 13 z 15 studentů byl uveden alkohol nebo tabákové výrobky. Dále byly uvedeny sladkosti a levné oblečení z tržnice, drahé jídlo a pití.

Otázka č. 3: Změnili se Vám v souvislosti se vstupem na vysokou školu preference u některých výrobků či služeb, které jste začali nakupovat? (před vstupem na VŠ jste je nenakupovali)

Odpovědi:

- ne = 14 studentů
- ano = 8 studentů

Konkrétně byly uvedeny: drogerie (úklidové prostředky), přípravky osobní péče a kosmetika, jízdné – MHD, pohonné hmoty, smartphome, notebook a tablet, obědy v menze, káva.

Otázka č. 4: Co na Vás působí při nákupu běžných nakupovaných výrobků?

Odpověď na tuto otázku byla volná a záleželo na studentech, co uvedou za ovlivňující faktory. Mezi nejfrekventovanější patřili: cena (22x), kvalita (14x), personál prodejny (8x), rychlost obsluhy (5x), složení výrobku (4x), možnost platby kartou (4x).

V případě, kdy student uvedl cenu, byl položen doplňující dotaz:

Jaké marketingové akce a případně které na Vás nejvíce působí?

Za nejvíce ovlivňující marketingové akce byly označeny: slevy všeho druhu, zvýhodněná balení výrobků, dárek navíc, slevy na další nákup.

Při odpovědi kvalita, byla položena následující otázka:

Co si představujete pod pojmem kvalitní výrobek?

Mezi hlavní odpovědi o představě kvalitních výrobků byly jmenovány: výrobky původem z ČR (prodejny s farmářskými a jinými místními specialitami), výrobky s osvědčenou zemí původu (sýry – Francie, drogerie – Německo a Rakousko, víno – Francie a Itálie), důvěra v osvědčený materiál/složení, důvěra ve značku produktu)

Otázka č. 5: Jaký postoj máte na zavedení školného na veřejných vysokých školách v ČR?

Odpovědi:

- jsem zásadně proti = 14 studentů
- jsem proti, ale akceptuji to v případě zavedení = 6 studentů
- jsem pro zavedení = 2 studenti

V případě odpovědi pro zavedení byla položena další doplňující otázka:

V jaké výši byste navrhoval/a školné za akademický rok?

První ze studentů navrhoval školné do 5000 Kč/akad. rok, druhý ze studentů navrhoval max. 10000 Kč/akad. rok.

Otázka č. 6: Jak se změnila Vaše časová dotace pro domácí samoprodukci v souvislosti se vstupem na vysokou školu?

Odpovědi:

- snížila/a jsem počet hodin domácí samoprodukce = 14 studentů
- zvýšil/a jsem počet hodin domácí samoprodukce = 3 studentů
- nezměnil/a jsem počet hodin domácí samoprodukce = 5 studentů

Otázka č. 7: Myslíte si, že v následujících 3 letech budete měnit Vaši časovou dotaci pro domácí samoprodukci?

- ano = 10 studentů
- ne = 6 studentů
- nevím = 5 studentů

V případě odpovědi ano byl položen doplňující dotaz:

Co Vás povede ke zvýšení počtu hodin domácí samoprodukce?

Mezi hlavní důvody byly označeny: založení rodiny, stěhování do vlastního domu/bytu, zvyšování komfortu stávajícího obydlí a dosažení vyšších peněžních příjmů.

4.5 Shrnutí výsledků polostandardizovaných rozhovorů

VO1: Jak se mění preference a zvyklosti spotřebitelského chování v souvislosti se vstupem a studiem vysoké školy?

Polostandardizované rozhovory prokázaly zvýšenou poptávku studentů spotřebitelů u produktů kategorie 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 2 (Alkoholické nápoje a tabák), 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 7 (Doprava), 9 (Rekreace a kultura), 11 (Stravování a ubytování) a 12 (Ostatní zboží a služby). Tento výčet zvýšení spotřeby alkoholu a tabákových výrobků značí stejnou spotřebitelskou tendenci jako u amerických vysokoškolských studentů (Zilberman a Poole, 2009). V případě moderních technologií patřící do třídy 9 (Rekreace a kultura), byly uváděny smartphony, tablety a notebooky. Tato zjištění u českých studentů korespondují s výsledky výzkumů La Roche, Flanigan a Copeland (2010) stejně tak jako s enormním nárůstem studentských spotřebitelských výdajů na pořízení moderních technologií o 227 %. (Miller a Washington 2013).

Ve stejné rozsáhlé studii dle Miller a Washington (2013) byly zaznamenány zvýšené výdaje na oblečení, třída 3, což tento výzkum neprokázal. Zatímco zvýšení spotřebitelských výdajů u položek osobní péče a kosmetiky byly prokázány i v prostředí českých vysokoškolských studentů.

Zvýšení poptávky po veřejné dopravě a pohonných hmotách naznačují i výsledky autorčina kvantitativního výzkumu. Ekonomický statek jízdné a pohonné hmoty (třída 7 Doprava) jsou českými studenty vnímány jako nezbytný produkt, kterého se nevzdají ani při snížení disponibilních příjmů. Doprava patří mezi jednu z nejpodstatnějších položek pro všechny druhy spotřebitelů (napříč věkovou strukturou, pohlavím, disponibilním příjmem či formou studia).

Položka, která významně přispívá ke zvýšení spotřebitelských výdajů studentů, byla označena jako stravování (11 Stravování a ubytování) a jídlo (1 Potraviny a nealkoholické nápoje). Zde je prostor pro organizace zabezpečující stravovací služby (nejen vysokoškolské menzy, ale i restaurace či rychlá občerstvení). Dále zde existuje příležitost pro kavárny, které jsou studenty vyhledávány za účelem trávení volného času a socializace. V případě nákupu potravin, zejména čerstvé pečivo, se segment vysokoškolských studentů zaměřuje na malé obchody (pekárny) a větší obchody s potravinami resp. maloobchodní řetězce. Právě řetězce supermarketů či hypermarketů nabízí široké spektrum slev, které jsou českými studenty hojně vyhledávány. Mezi nejčastější způsoby, jak mohou řetězce přimět studenty k nákupu, byly označeny slevy všeho druhu, zvýhodněná balení výrobků, dárek k nákupu navíc příp. sleva na další nákup. Toto tvrzení podporuje studie Osman a Fah (2011).

Při nákupu běžných denních výrobků jsou studenti nejvíce ovlivňováni cenou, vlastnostmi výrobku (kvalita, složení), ale také prostředím a službami (personál, rychlost obsluhy, možnost platby kartou). Důležité pro obchodníky je vědět, jaký produkt si studenti představují pod pojmem kvalita. Českým výrobkům a prověřeným značkám věří studenti nejvíce, dále jsou to produkty ze specializovaných prodejen, jako jsou typické farmářské prodejny. U některých

studentů je kvalita značena dražší cenovou kategorií, ovšem toto tvrzení bylo většinou studentů opět popřeno. Důležitou roli v posledních letech představuje i složení výrobku. U jednoho z 22 studentů bylo zjištěno, že trpí celiakií a jeho strava je touto nemocí značně poznamenána. Lepší přístup ke zdravotní péči ve srovnání s léty před rokem 1990 pomohlo odhalit množství zdravotních komplikací. V tomto případě dostupnost specializované prodejny resp. vhodné potraviny k různým typům diet je i pro některé studenty nezbytná součást jejich bytí.

Důležitými aspekty, které ovlivňují studenty při nákupu běžných denních výrobků, zahrnují služby v souvislosti s prodejem – personál a rychlost obsluhy, dále platební terminál. Vybavení domácnosti moderními technologiemi je individuální prioritou, tyto požadavky společnosti jsou přenášeny i na prodejce např. požadavek akceptace platebních karet. Adaptace moderních technologií do firemních procesů se pro mnohé nabízející stává neoddelitelnou podmínkou konkurenceschopnosti na trhu.

Zavedení finanční spoluúčasti za studium příp. školného stále budí negativní ohlasy u nadpoloviční většiny studentů. Čtvrtina ze studentů by v případě jeho zavedení byla ochotna tento poplatek akceptovat. Pouze dva studenti byli zcela pro zavedení, kdy navrhovaná výše byla do 5000 Kč za akademický rok případně do 10000 Kč.

VO2: Jaké jsou tendence studentů v oblasti domácí samoprodukce? Jak se bude měnit preference časové dotace?

Domácí samoprodukce se v souvislosti se vstupem a studiem vysoké školy mění negativně v její neprospěch tzn. snižuje se časová dotace na domácí práce u více než poloviny studentů. U čtvrtiny studentů se nijak výrazně nemění a jen u třech studentů se čas věnovaný domácí samoprodukce navýšil. Strategická vize studentů v oblasti domácí samoprodukce odhaduje její navýšení z předpokládané vize založení rodiny, koupě vlastního domu/bytu a následné zvyšování komfortu obydlí.

4.6 Souhrn výsledků kvantitativního a kvalitativního výzkumu

Výsledky kvantitativního výzkumu byly shrnuty do Tab. 34, což představuje finální hodnocení výsledků ověřených hypotéz. Následují specifická zjištění kvantitativního a kvalitativního výzkumu týkající se struktury spotřebitelského koše a jeho změny, výše úspor, charakteristiku situace v oblasti bydlení, ovlivňující činitele při nákupu, důvody vstupu do terciárního vzdělávání a charakteristické rysy oblasti domácí samoprodukce jsou součástí komentářů podkapitol 4.3 a 4.5.

Souhrn dílčích cílů a jejich naplnění:

- **Provést literární rešerši dostupných českých a zahraničních zdrojů, vybrat vhodný stávající model pro aplikaci navrhované rozšířené verze.**
 - Ke konstrukci modelu byly využity původní modely rozhodování spotřebitele o alokaci času mezi práci a volný čas (Frank, 2006; Hope, 1999; Hořejší et al., 2007), dále produkční funkce domácností. (Hoffman a Averett, 2009)
- **Analyzovat kategorie disponibilních příjmů studentů a dle toho odvodit strukturu spotřebitelského koše studentů.**
 - Segmentace a počty studentů dle disponibilních příjmů rozvrženo do 5 kategorií: do 5000 Kč (27 % studentů), 5001 – 11000 Kč (33 %), 11001 – 17000 Kč (19 %), 17001 – 23000 Kč (13 %), 23001 Kč a více (8 %).
 - Studenti s disponibilními příjmy v kategoriích do 11000 Kč mají zcela odlišnou strukturu spotřebitelského koše než studenti s vyššími příjmy nad 17001 Kč (= tyto příjmové skupiny korespondují s národními statistikami).
 - Struktura spotřebitelského koše studentů s nižšími příjmy dle COICOP (v pořadí od nejvyššího % zastoupení): 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 7 (Doprava) a 3 (Odívání a obuv).
 - Struktura spotřebitelského koše studentů s vyššími příjmy dle COICOP: 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje) a 7 (Doprava).
- **Odhalit možné příčiny v diferenciaci struktury spotřebitelského koše studentů u jednotlivých kategorií disponibilních příjmů.**
 - Studenti s nižšími disponibilními příjmy patří zpravidla do kategorie mladší věkové kategorie do 24 let studující v prezenční formě studia (tzn. absence hlavního pracovního poměru a pravidelných příjmů).

- Pro studenty s nižšími příjmy byla potvrzena forma imputovaného nájemného (tzn. studenti nemusí platit za bydlení) případně jim náklady související s bydlením hradí jiné osoby.
- Nižší příjmové skupiny mají podstatně vyšší spotřebitelské výdaje než vyšší příjmové skupiny u třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák), 3 (Odívání a obuv), 9 (Rekreace a kultura) a 11 (Stravování a ubytování).
- **Zjistit změny struktury spotřebního koše studentů v souvislosti se zvýšením a snížením disponibilních příjmů.**
 - Při zvýšení disponibilních příjmů budou studenti navyšovat spotřebitelské výdaje u kategorie 9 (Rekreace a kultura), 3 (Odívání a obuv) a 5 (Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy). Zde je prostor pro organizace nabízející výrobky a služby v těchto odvětvích: sportovní a kulturní centra, organizace cestovního ruchu, firmy s drobnou elektronikou (fotoaparáty, tablety, televize, MP3/MP4 přehrávače, notebooky, smartphony aj.), prodejci sportovního vybavení, knihy; obchody s oblečením a obuví; prodejny s nábytkem a bytovými doplňky – nádobí, bytový textil prodejci domácího zařízení jsou pračky, lednice, vysavače, varné konvice, nářadí, služby domácnostem.
 - Při snížení disponibilních příjmů budou výdaje na konečnou spotřebu studentů klesat u tříd 3 (Odívání a obuv), 2 (Alkoholické nápoje a tabák) a 9 (Rekreace a kultura). To jsou potenciální hrozby snížení tržeb pro firmy podnikající v těchto odvětvích: obchody s oblečením a obuví; prodejci alkoholických nápojů a tabákových výrobků, bary a restaurace nabízející pivo, víno, lihoviny a cigarety. Dále jsou ohroženy organizace z kategorie rekreace a kultura viz výčet výše v seznamu.
- **Vytvořit seznam subjektivně vnímaných položek ve spotřebitelském koši vnímaných studenty jako nezbytnou součást jejich spotřeby.**
 - Nezbytné položky byly označeny v třídě 1 (Potraviny a nealkoholické nápoje), 4 (Bydlení, voda, energie a paliva), 6 (Zdraví) a 7 (Doprava).
 - Společnosti, které by se neměly bát o svoje příjmy z prodeje díky poklesu příjmů či nenadálých okolností ovlivňující spotřebitelskou poptávku, lze zařadit ty, které nabízejí potraviny a nealkoholické nápoje (maloobchody a obchodní řetězce), pronajímatelé či finanční instituce poskytující či zprostředkovávající bydlení (dům/byt v jakémkoliv vlastnictví, vodárny a kanalizace, dodavatelé plynu a elektrické energie), benzínové čerpací stanice příp. provozovatelé dopravních

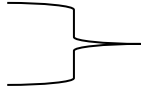
podniků a jako poslední farmaceutické apod. firmy obchodující se zdravotními produkty).

- **Označit marketingové činitele, které nejvíce ovlivňují nákupní chování studentů při nákupu běžných denních výrobků.**
 - Marketingový nástroj cena zaujímá první místo v žebříčku nejvíce ovlivňujících marketingových nástrojů. Dále je to důvěra v nakupovanou značku a slevy a zvýhodněné akce. Stejně jako v případové studii Osman a Fah (2011) Většina studentů je citlivá na cenu a firmy by měli přizpůsobit své marketingové strategie v rámci cenotvorby a propagace (slevy, zvýhodněná balení, poukazy na další nákup aj.)
 - Důležitým aspektem, který ovlivňuje nákup výrobků byla označena kvalita. Bylo zjištěno, že studenti si na pojem kvalita dívají rozlišně.
- **Charakterizovat situaci v oblasti bydlení studentů.**
 - Třetina studentů neplatí nájemné, které je placeno jinými osobami místo nich. Dále čtvrtina bydlí v tzv. imputovaném nájemném. Nadpoloviční většina platí nájem/hypotéku sám nebo se na těchto výdajích alespoň z části podílí.
- **Determinovat hodnotu úspor vytvořenou různými kategoriemi studentů dle disponibilního příjmu.**
 - Úsporová tendence studentů, 10 – 12 %, koresponduje s národními statistikami (ČSÚ 2013j; Eurostat 2015e), kde je volatilita úspor 9,71 – 13,34 % za posledních 5 let.
 - Studenti s nižšími disponibilními příjmy do 5000 Kč jsou schopni tvořit úspory v rozmezí od 0 – 500 Kč. V případě studentů s disponibilními příjmy 5001 – 11000 Kč hodnota úspor je v rozmezí 501 – 1000 Kč. Čím vyšší disponibilní příjem tím se hodnota odložené spotřeby zvyšuje.
- **Odhalit důvody studentů pro vstup do terciárního vzdělávání.**
 - Nejsilnější důvod volby vstupu do terciárního vzdělávání má kořeny v seberealizaci studenta. Druhým silným důvodem byla vidina vyššího budoucího příjmu. Mezi další důvody studia VŠ byly značeny společenská nezbytnost a nutný požadavkem kvalifikace pro současný nebo budoucí výkon jejich povolání.
 - Majoritní většina studentů stále staví negativně pro zavedení školného v ČR.

- **Zmapovat současnou situaci v oblasti domácí samoprodukce (jaké jsou důvody k domácí samoprodukci, za jakých okolností se budou více či méně věnovat těmto pracím).**

- Nejčastěji uváděný důvod byl běžný princip rozdělení domácích prací, kdy žena se stará o rodinné zázemí a péče o děti, muži se věnují řemeslným pracím, drobným opravám. Druhou významnou příčinou bylo zvoleno zvelebování komfortu svého/rodinného zázemí.
- Čas domácí samoprodukce závisí na pohlaví a věkové kategorii, zatímco byla potvrzena nezávislost na výši disponibilního příjmu.
- Ženy studenty věnují této oblasti více času než muži studenti. Mladší věkové kategorie do 29 let věnují domácí samoprodukci méně než 2 h denně, zatímco starší ročníky v kategorii 35 a více let věnují domácím činnostem min. 3 h denně. Tvrzení o vyšším zapojování do domácí samoprodukce koresponduje se studií prof. Ramey (2009).
- Nárůst hodin domácí samoprodukce ve věku 30 a více let může souviset s osamostatněním od příbuzných, stěhování a koupě vlastního domu/bytu, založení rodiny a tvorba rodinného zázemí pro život. To lze označit jako důvody pro předpokládaný vývoj změny počtu hodin domácí samoprodukce v budoucích letech u mladší generace.

- **Ilustrovat detailní denní časovou osu studenta mezi čtyři resp. tři proměnné:**

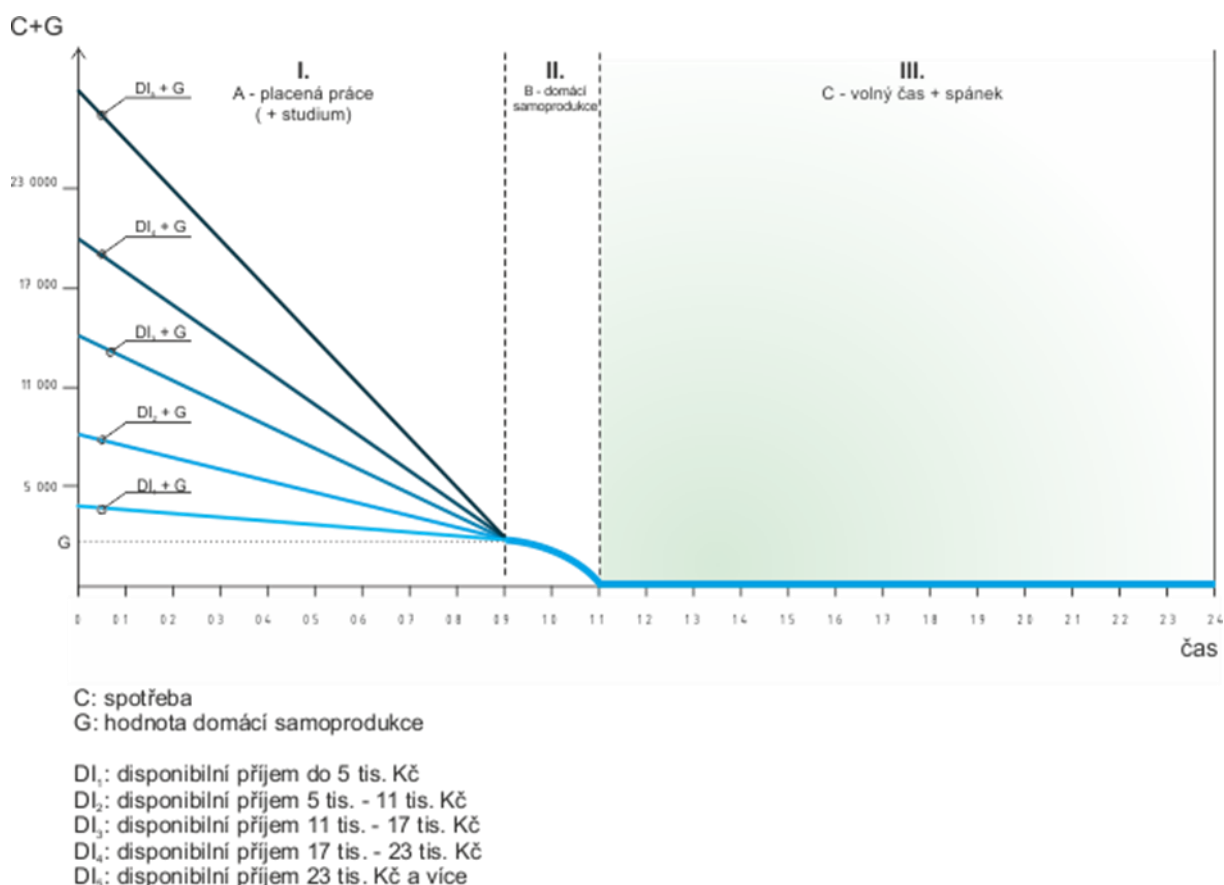
- placená práce na trhu práce, 
- studium, • Spotřeba 8 – 11 h;
- domácí samoprodukce 1 – 3 h;
- volný čas a spánek 9 – 14 h.
- Výsledná konstrukce mikroekonomického modelu rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času mezi tři proměnné: spotřeba (placená práce a studium), domácí samoprodukce, volný čas a spánek ilustrováno níže v podkapitole 4.7.

4.7 Model rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času

Hlavním cílem disertační práce bylo navržení rozšířeného mikroekonomického modelu rozhodování o alokaci času. Model je aplikován na konkrétního spotřebitele vysokoškolského studenta, který rozvrhuje denní časovou dotaci 24 h do těchto tří časových oblastí:

- placená práce a studium (umožňují spotřebu) = 8 - 11 h
- domácí samoproductce = 1- 3 h
- volný čas a spánek = 9 - 14 h

Hodnoty pro výslednou ilustraci jsou průměrné hodnoty z dat zjištěných dotazníkovým šetřením v roce 2013 a 2014.



5 PŘÍNOS PRÁCE PRO VĚDU A PRAXI

Disertační práce byla zaměřena na problematiku spotřebitelského chování vysokoškolských studentů, na kterou lze pohlížet z hlediska mikroekonomického tak i makroekonomického. Význam vývoje tohoto spotřebitelského segmentu podtrhují makroekonomická data Českého statistického úřadu, přičemž se také podílejí na naplňování strategických cílů Evropa 2020.

Konečné spotřebitelských výdaje domácností tvoří bez mála 50% podíl na HDP a tvoří tedy jednu ze stěžejních položek pro výpočet produktu výdajovou metodou. V mikroekonomické teorii se spotřebitelské chování reflektuje v modelu hledání optima spotřebitele mezi prací a volný čas, ze kterého je následně odvozena individuální křivka nabídky práce. Výrobky a služby může spotřebitel nakoupit v tržním prostředí, stejně tak jako si je může vyrobit vlastní činností v rámci domácí samoprodukce. Činnosti domácí samoprodukce se podle nové metodiky ESA 2010 budou také započítávat do makroekonomického ukazatele HDP. Z mikroekonomické úrovně pohledu produkty domácí samoprodukce jsou ilustrovány s pomocí produkční funkce domácností.

Tržní segment vysokoškolských studentů nyní představuje 3,5 % podílu na celkové populaci ČR. Odhalení konečných spotřebitelských výdajů studentů a hlubší prozkoumání charakteristiky jejich spotřebního koše může firmám pomoci zvýšit svou konkurenceschopnost na trhu. Tendence spotřebitelského chování má bezprostřední význam pro implementaci úspěšné marketingové strategie.

Dosažené výstupy práce byly hodnoceny ve třech úrovních pohledu – z pohledu teoretického (přínosy pro vědecké zkoumání), dále praktického (reálné využití výsledků v praxi) a na závěr z pohledu pedagogického (přínosy práce pro vzdělávací činnost fakulty).

5.1 Přínos pro vědu

- **Mikroekonomické pojetí**

1. Byl vytvořen rozšířený mikroekonomický model rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času. Původní model hledání optima rozložení času mezi placenou práci a volný čas byl propojen s dalším modelem produkční funkce domácností a rozšířen o oblast volného času a spánku. Tento model rozšiřuje mikroekonomickou teorii trhu práce.
2. Upřesnění definice pojmu domácí samoprodukce a výčet souvisejících činností pro prostředí ČR.

3. Byla provedena komparace tržního segmentu studentů s nižšími a vyššími disponibilními příjmy u každé ze tří oblastí zkoumání (placená práce, domácí samoprodukce, volný čas a spánek).

- **Makroekonomické pojetí**

1. Byla porovnána struktura spotřebitelského koše studentů s nižšími a vyššími disponibilními příjmy a porovnána s národními statistikami rodinných účtů (SRÚ) a dále při výpočtu produktu výdajovou metodou.
2. Poznání spotřebitelského chování segmentu studentů pomohlo odhalit vývojové tendence v oblasti změny struktury spotřebitelského koše a jeho dopad do firemního sektoru.
3. Byly zjištěny doplňující informace v oblasti spotřebitelských výdajů (situace v oblasti bydlení, úspory, důvody vstupu do terciárního vzdělávání) a porovnány s národními měřítky.
4. Funkce domácí samoprodukce byla provázána do národní úrovně v metodice ESA 2010.

Dílní poznatky výzkumu byly prezentovány:

1. v odborných časopisech,
2. prezentací na odborně zaměřených konferencích.

5.2 Přínos pro praxi

Spotřebitelský segment vysokoškolských studentů se za poslední léta stále rozšiřuje (viz statistiky ČSÚ), což koresponduje se strategickými cíli EU Evropa 2020. Zde jsou uvedeny praktické přínosy pro jednotlivé zainteresované organizace a orgány.

- **Firemní prostředí**

- Pro firemní praxi, zvláště pro marketingová oddělení, je důležité poznat spotřebitelské chování studentů a implementovat své marketingové strategie pro přilákání těchto zákazníků (obzvláště formou slevových konceptů). U běžně nakupovaných denních výrobků je důležité, aby firmy věnovali pozornost kvalitě nabízených produktů.
- Na základě poznání struktury spotřebitelského koše studentů, existuje zde prostor pro nabídku firemních benefitů, které jsou studenty při zvýšení disponibilních příjmů vyhledávány (především zájem studentů o produkty firem v odvětvích - Rekreace a kultura, Odívání a obuv).

- **Orgány veřejné správy a úřady práce**

- Metodika započítávání části šedé ekonomiky (domácí samoprodukce) do oficiálních statistik je podpořena i z řady pracujících a nepracujících studentů.
 - Struktura spotřebitelského koše studentů značí poměrně nízké % zastoupení třídy 10 Vzdělávání. Vztažená teze na úvahu kompetentních orgánů veřejné správy, zda při zavedení školného nebudou kráceny výdaje ostatních položek označovaných za nutné výdaje a tím snižovány příjmy podnikatelského sektoru.
 - Úřady práce by měli vzít v potaz důvod studia VŠ, což bylo označeno jako seberealizace. Zde je prostor pro zvýšení nabídky kvalifikačních kurzů nabízených úřady práce ve spolupráci s vysokými školami.
- **Pro studenty**
 - Struktura spotřebitelského koše odhalila nezbytné položky subjektivně vnímané studenty. Lze tím zjistit minimální hodnotu spotřebních výdajů a dle toho určit subjektivně vnímaný finanční práh pro vstup na trh práce.
 - Byly identifikovány výhody plynoucí z úspěšně zakončeného studia. Především se jednalo o mzdová očekávání plynoucí z absolutoria vysoké školy, avšak v reálné praxi se mohou razantně lišit. Každý student by si měl být vědom aktuální ekonomické situace ve společnosti a měl by si klást otázku, zda jeho představy mohou být ve skutečnosti na trhu práce naplněny a zda je v tomto případě jeho chování nejlepší variantou, kterou zvolil.
 - **Pro vysoké školy**
 - Změna struktury spotřebitelského koše studentů se promítá i do volnočasových aktivit. Prezenční studenti jsou nedílnou součástí fungování fakulty a ta by se měla snažit využít jejich volnočasový potenciál a zlepšit nabídku studia pro další potenciální uchazeče o studium.
 - Provázanost zvyšování kvalifikace registrovaných uchazečů o zaměstnání na úřadech práce s vysokými školami.

Přínos pro pedagogickou praxi

Výstupem zpracování disertace bylo navržení rozšířeného mikroekonomického modelu rozhodování studenta jako spotřebitele o alokaci času mezi tři proměnné: spotřeba (placená práce a studium), domácí samoprodukce a volný čas a spánek. Tento rozšířený mikroekonomický model může být využit pro tematickou oblast trhu práce a související křivku individuální nabídky práce.

Mikroekonomický model může být použit jako inovativní část pro výuku základního kurzu Mikroekonomie I příp. navazující kurzu Mikroekonomie II.

V rámci seminářů mohou studenti ilustrovat tento model na sobě, tím tak zhodnotit sami sebe příp. porovnat s výstupy svých kolegů. Zde určí své současné preference, které se mohou především vzájemně lišit díky sociálně-ekonomického vlivu.

6 NÁSTIN DALŠÍHO POKRAČOVÁNÍ PRÁCE

Výběrový souborem byla zvolena skupina studentů navazujícího magisterského studia ekonomických oborů. Další pokračování práce lze vidět v možné komparaci spotřebitelského chování a domácí samoprodukce z pohledu studentů bakalářských studijních oborů. Poměr studentů bakalářských studijních programů tvoří přibližně 60 % z celkového počtu studentů. Studenti navazujících magisterských a magisterských oborů tvoří 33 %. Zbývá část 7 % připadá na studenty v doktorských studijních programech. Provedený výzkum na studentech společenských ekonomických oborů dala validní základ pro tvorbu mikroekonomického modelu, jelikož více než 120 tisíc studentů studuje společenské vědní obory terciárního vzdělávání. (ČSÚ, 2014e)

Příspěvek k další diskuzi by mohl být navázán na oblast domácí samoprodukce. Tato oblast není hlouběji probádána. Bylo by možné tuto oblast dále zkoumat napříč jinými ekonomickými tržními segmenty, např. lidé po absolutoriu, středoškolsky vzdělaní lidé, nezaměstnaní lidé případně lidé ve věkové kategorii 55+. V této oblasti existuje obrovský potenciál pro tvorbu nových modelů a komparací.

ZÁVĚR

Zkoumání problematiky spotřebitelského chování studentů nám umožňuje odhalit příčiny reflektující a promítající se do národních ukazatelů jako je HDP, inflace či míra zaměstnanosti. Vztah spotřebitelského chování má blízkou návaznost na trh práce, kde spotřebitelé vynakládají svou pracovní sílu a obdrží za ně příjmy, které jsou následně vynaloženy na nákup statků a služeb.

Cílem práce bylo zkonstruovat rozšířený mikroekonomický model rozhodování spotřebitele o alokaci času. Model byl cíleně aplikován na segment studentů VŠ. Každý tento student rozkládá denní časovou dotaci 24 h mezi tři proměnné – práci na trhu (případně je to nahrazeno studiem), dále na domácí samoprodukcí a volný čas včetně spánku. Základem práce bylo provedení literární rešerše týkající se oblasti spotřebitelského chování, domácí samoprodukce a poslední oblast se týkala studenta jako spotřebitele. Na každou z těchto oblastí bylo pohlíženo z makroekonomického i mikroekonomického pohledu.

Zacílení práce na skupinu vysokoškolských studentů byl záměrným výběrem díky neustále rostoucímu počtu účastníků terciárního vzdělávání. Studium vysoké školy znamená zvyšování vzdělanostní kvalifikace, avšak z makroekonomického konceptu se lze na studium dívat jako na odklad vstupu na pracovní trh. Rozlišné formy studia terciárního vzdělávání poskytují možnost studovat vysokou školu i při výkonu hlavní pracovní činnosti. Napříč ekonomickou aktivitou či neaktivitou (zjednodušeně pracovat nebo být prezenčním studentem) všichni lidé čelí spotřebnímu rozhodovacímu procesu.

Identifikace struktury spotřebního koše umožnila odhalit, které složky spotřebního koše tvoří hlavní spotřebitelské výdaje, a jak se tato struktura bude měnit v případě zvýšení či snížení disponibilních příjmů. Studenti s nižšími disponibilními příjmy vynakládají nejvíce peněžních prostředků v kategorii 1 Potraviny a nealkoholické nápoje. U průměrných a vyšších disponibilních příjmů směřují nejvyšší výdaje stejně jako u celorepublikového průměru do kategorie 4 Bydlení, voda, energie a paliva. V případě zvýšení disponibilních příjmů jsou změnami struktury spotřebitelských výdajů nejvíce zasaženy kategorie 9 (Rekreace a kultura), 3 (Odívání a obuv) a 5 (Bytové vybavení a doplňky). Při snížení disponibilních příjmů se budou měnit stejné položky 3 a 9, navíc pak položky třídy 2 (Alkoholické nápoje a tabák). Mezi nebytné položky spotřebního koše studenti zpravidla řadí potraviny, dopravu a jízdné, léky a kosmetiku.

Toto zjištění struktury výdajů je vhodné doplnit otázkou, zda spotřebitelské výdaje jsou vynaloženy všechny či jim zůstává část příjmů ve formě úspor. Jak bylo zjištěno z dotazníkových šetření majoritní většina studentů, více než 80 %, je schopna uspořit minimálně 500 Kč a více. Jde tedy o částku, která bude v budoucnu vynaložena na nákup statků a služeb a tím se to projeví v pozitivním budoucím vývoji HDP.

Nelze opomenout fakt, že i studenti jako spotřebitelé čelí enormnímu vlivu marketingových nástrojů. Mezi neúčinnější byla zařazena cena a různé formy slev stejně jako tvrdí Osman a Fah (2011). Dále studenti apelují na kvalitu samotného produktu, potvrzeno studií od Bandara (2014), vše musí být zajištěno v podtextu doprovodných služeb s prodejem produktů souvisejících (personál prodejny, rychlost obsluhy, platební terminál).

Neoficiální tržní produkce označováno jako součást šedé ekonomiky, díky níž je možné také spotřebovat, aniž by bylo nutné produkty uhradit, se označuje jako domácí samoprodukce (Do It Yourself, Home Production). Podíl této složky na celkové spotřebě je odhadován na 10 % celkové časové dotace (Ramey, 2009). V mikroekonomické úrovni je tato struktura zachycena pomocí hranice produkčních možností, která byla jednou ze součástí navrhovaného modelu. V prostředí České republiky jsou důvody pro výkon domácí samoprodukce stále zakořeněny v tradičních koncepcích – běžné rozdělení domácích prací pro ženu (praní, žehlení, péče o děti) a pro muže (řemeslné práce a opravy). Nárůst počtu hodin domácí samoprodukce přichází s věkem, zejména pak v období 30 – 35 let věku.

Výstupní model abstrahoval data z výzkumů s výslednými hodnotami rozložení času v následující podobě:

- placená práce a studium (umožňují spotřebu) = 8 - 11 h,
- domácí samoprodukce = 1 - 3 h,
- volný čas a spánek = 9 - 14 h.

Statistickým ověřením stanovených hypotéz bylo zjištěno, že disponibilní příjem hraje zásadní roli pro časovou dotaci u placené práce a volného času vč. spánku. S vyšším disponibilním příjmem studenti pracují více hodin, naopak mají méně volného času. Ovšem podíl času věnovaný domácí samoprodukcí nezávisí na tomto příjmu. Oblast domácí samoprodukce je v časové dotaci závislá na pohlaví a věkové kategorii.

Spotřebitelské chování v jeho mikro a makroekonomickém pojetí skýtá obrovské příležitosti pro vědecké zkoumání. Zde byla představena propojená teze obou dvou ekonomických sub-vědních oborů aplikovaná na spotřebitelské chování, nově propojené s domácí samoprodukcí a volným časem vč. spánku.

LITERATURA

Monografie:

- BESANKO, David A., Ronald A. BRAEUTIGAM a Katharine ROCKETT, 2015. *Microeconomics*. 5. ed. Hoboken: Wiley & Sons, 684 s. ISBN 978-1-118-71638-0.
- COOPER, Donald R. a Pamela S. SCHINDLER, 2008. *Business research methods: Chapter 17 – Hypothesis testing*. 10th ed. Boston: McGraw-Hill Irwin, 2008, xxii, 466-505 s. ISBN 0073401757.
- FRANK, Robert H, 2006. *Microeconomics and behavior*. 6th ed. Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin. 692 s. ISBN 0-07-297745-0.
- GAVORA, Peter, 2000. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido. 208 s. ISBN 80-85931-79-6.
- HOFFMAN, D. Saul a Susan L. AVERETT, 2009. *Women and the Economy: Family, Work, and Pay*. 2nd Edition. New York: Addison-Wesley. 588 s. ISBN 978-0-321-41094-8.
- HOPE, Stephen, 1999. *Applied Microeconomics*. West Sussex: Wiley. 540 s. ISBN 0-471-97914-7.
- HOŘEJŠÍ, Bronislava et al., 2007. *Mikroekonomie*. 4., rozš. vyd. Praha: Management Press, 573 s. ISBN 80-7261-150-X.
- CHRÁSKA, Miroslav, 2007. *Metody pedagogického výzkumu: Základy kvantitativního výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 272 s. ISBN 978-80-247-1369-4.
- JUREČKA, Václav et al., 2013. *Makroekonomie*. Praha: Grada. 342 s. ISBN 978-80-247-4386-8.
- KRUGMAN, Paul R and Robin WELLS, 2013a. *Macroeconomics*. 3rd ed. New York: Worth Publishers. 582 s. ISBN 978-1-4292-8343-4.
- KRUGMAN, Paul R and Robin WELLS, 2013b. *Microeconomics*. 3rd ed. New York: Worth Publishers. 595 s. ISBN 978-1-4292-8342-7.
- MANKIW Gregory N. and Mark TAYLOR, 2014a. *Macroeconomics*. 3rd ed. Andover: Cengage Learning. 451 s. ISBN 978-1-4080-8197-6.
- MANKIW Gregory N. and Mark TAYLOR, 2014b. *Microeconomics*. 3rd ed. Andover: Cengage Learning. 447 s. ISBN 978-1-4080-8198-3.
- PINDYCK, Daniel L. a Robert S. RUBINFELD, 2013. *Microeconomics*. 8., ed., international ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall. 743 s. ISBN 978-013-3041-705.

SAMUELSON, Paul Anthony a William D. NORDHAUS, 2013. *Ekonomie: 19.* vydání. Vyd. 1. Praha: NS Svoboda, xxiv. 715 s. ISBN 978-80-205-0629-0.

SCHIFFMAN, Leon G a Leslie Lazar KANUK, 2007 *Consumer behavior*. 9th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall, xix, 561 p. ISBN 01-318-6960-4.

SCHILLER Bradley R. a R.Cynthia HILL, 2013. *The economy today*. 13 ed., International ed. New York, N.Y: McGraw-Hill/Irwin. ISBN 978-007-1317-573.

SOLOMON, R. Michael, YAICHKOWSKY L. Judith and Rosemary POLEGATO, 2009. *Consumer Behaviour: Buying, Having, and Being*. xxv. Toronto: Pearson/Prentice Hall. 694 s. ISBN 978-0-13-601596.

ŠIROKÝ, Jan, 2011. *Tvoříme a publikujeme odborné texty*. Brno: Computer Press. Kap. 2, s. 27 – 33. ISBN 978-80-251-3510-5.

Internetové zdroje:

BANDARA, W.M.C.Wanninayake, 2014. Consumer Decision-Making Styles and Local Brand Biasness: Exploration in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*. [online]. Vol. 6, no.1, pp. 3-17. ISSN 1804-171X. DOI <http://dx.doi.org/10.7441/joc.2014.01.01>

BAŇAŘOVÁ Michaela, 2014. Students' Satisfaction as a Competitive Advantage in the Financial Products Market: A Comparative Study. *Journal of Competitiveness*, 6 (1), 104-123 <http://dx.doi.org/10.7441/joc.2014.01.07>

BROŽOVÁ, Dagmar, 2010. *Rozhodování o individuální nabídce práce s ohledem na produkci domácnosti a v průběhu životního cyklu* [online]. Praha: OECONOMICA, roč. 2010, č. 1. ISSN 0572-3043. Dostupné také z: <http://www.vse.cz/polek/download.php?jnl=aop&pdf=292.pdf>

BRUNELLO, Giorgio, LUCIFORA, Claudio and Rudolf WINTER-EBMER, 2004. The Wage Expectations of European Business and Economics Students. *Journal Of Human Resources* [online]. Vol. 39, no. 4, pp. 1116-1142.

CLEMONS, Eric K., 2008 How Information Changes Consumer Behavior and How Consumer Behavior Determines Corporate Strategy. *Journal Of Management Information Systems* [online]. Vol. 25, no. 2, pp. 13-40. DOI <http://dx.doi.org/10.2753/MIS0742-1222250202>

ČESKO. Zákon č. 111 ze dne 22. dubna 1998 o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách). ©MŠMT 2013-2015. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. 1998, částka 39, s. 5388-5419. ISSN 1211-1244. Dostupný také z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/zakon-c-111-1998-sb-o-vysokych-skolach-text-se-zpracovanymi>

ČESKO. Zákon č. 262 ze dne 21. dubna 2006, Zákoník práce. In: *Sbírka zákonů České republiky* [online]. 2006, částka 84, s. 3146. Část 6: Odměňování za práci, odměna za pracovní pohotovost a srážky z příjmů ze základního pracovněprávního vztahu. Hlava I: Obecná ustanovení o mzdě, platu a odměně z dohody; § 109. Dostupný také z: <http://www.mpsv.cz/files/clanky/2919/262-2006.pdf>

Český statistický úřad, 2015a. *Databáze: HDP, národní účty; Hrubý domácí produkt (HDP) – Výdajová metoda* [online]. [15.5.2015]. Dostupné z https://.caplzso.cz/pll/rocenka/rocenkavyber.makroek_vydaj

Český statistický úřad, 2011b. *Revize : Imputované nájemné.* [online]. [15.5.2015]. Dostupné z: https://apl.czso.cz/nufile/MLR_imput_najem.pdf

Český statistický úřad, 2015c. *Statistiky: Indexy spotřebitelských cen - revize* [online]. [2015 04 15] Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/indexy_spotrebitelskych_cen_revize

Český statistický úřad, 2012d. *Statistiky: Statistika rodinných účtů – Metodika.* [online]. [2015-04-15] Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/rodinne_ucty

Český statistický úřad, 2014e. *Statistiky: Studenti a absolventi terciárního stupně vzdělávání.* [online]. [2015 04 15] Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/studenti_a_absolventi_terciarniho_stupne_vzdelavani

Český statistický úřad, 2015f. *Statistiky: Zaměstnanost&Nezaměstnanost* [online]. [2015-05-15] Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/employment_unemployment_ekon

Český statistický úřad, 2015g. *Statistiky: Zaměstnanost&Nezaměstnanost; Zaměstnanost a nezaměstnanost podle výsledků VŠPS - Metodika* [online]. [2015-05-15] Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/zam_vsps

Český statistický úřad, 2012h. *Veřejná databáze: Práce, sociální statistiky: Specifické míry nezaměstnanosti – roční průměry* [online]. 15.10.2012 [cit. 2012-12.20]. Dostupné z: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparamzdr.jsp?vo=graf&cislotab=200513+++V%C5%A0PS_ro%C4%8Dn%C3%AD&vo=graf&kapitola_id=15

Český statistický úřad, 2015i. *Vydáváme: Časové řady, Česká republika od roku 1989 v číslech. Tab.12.08. Vysoké školy* [online]. [cit. 2015-05-20]. Dostupné z: http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/1208.pdf

Český statistický úřad, 2013j. *Vydáváme: Domácnosti v ČR: Příjmy, spotřeba, úspory a dluhy* [online]. [cit. 2015-03-02]. <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/domacnosti-v-cr-prijmy-spotreba-uspory-a-dluhy-v-letech-1993-az-2012-n-3m4b4c9311>

Český statistický úřad, 2013k. *Vydáváme: Spotřeba sektoru domácností rostla s disponibilním důchodem, na vyšší úspory však dlouhou dobu nezbyvalo* [online].

[cit. 2015-02-20]. <https://www.czso.cz/csu/czso/crispotreba-sektoru-domacnosti-rostla-s-disponibilnim-duchodem-na-vyssi-uspory-vsak-dlouhou-dobu-nezbyvalo-n-36cxzou1vm>

Český statistický úřad, 2015l. *Vydáváme: Vydání a spotřeba domácností statistiky rodinných účtů - domácnosti podle postavení osoby v čele, podle velikosti obce, příjmová pásma, regiony soudržnosti - 2014* [online]. [cit. 2015-05-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/vydani-a-spotreba-domacnosti-statistiky-rodinnych-uctu-za-rok-2014-domacnosti-podle-postaveni-osoby-v-cele-podle-velikosti-obce-prijmova-pasma-regiony-soudrznosti>

Český statistický úřad, 2012m. *Vydáváme: Tiskové zprávy, Modely předpokládaného vývoje trhu práce* [online]. [cit. 2012-11-22]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/modely_predpokladaneho_vyvoje_trhu_prace_v_cr_do_roku_2050_20121115

DAWKINS, Nicole, 2011. *Do-It-Yourself: The Precarious Work and Postfeminist Politics of Handmaking (in) Detroit. Utopian Studies* [online]. vol. 22, no. 2, pp. 261-284.

EBERSOLE, Bradley J., 2012. Student Success Evolves from Expectation to Responsibility. *Community College Week* [online]. vol. 25, no. 2, p4-4, 2/3p. ISSN 1041-5726.

ENACHE, Ioan Constantin, 2011. Customer Behaviour And Student Satisfaction. *Bulletin Of The Transilvania University Of Brasov. Series V: Economic Sciences*. [online]. 2011, vol. 4, no. 2, pp 41-46.

ENIS, Ben M., Keith K. COX a James E. STAFFORD, 1972. Students as Subjects in Consumer Behavior Experiments. *Journal of Marketing Research (JMR)* [online]. 9(1): 72-74 [cit. 2015-05-02]. ISSN 00222437.

Eurostat, 2015a. *Employment and unemployment: Harmonised unemployment rate by sex - age group 15-24*. [online]. [cit 2015-03-08] Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=teilm021&plugin=1>

Eurostat, 2015b. *Europe 2020 Strategy. Main indicators* [online]. [cit 2015-05-20] Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators/europe-2020-strategy>

Eurostat, 2015c. *Overall structure of consumption expenditure by detailed COICOP level*. [online]. [cit. 2015-05 30]. Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/household-budget-surveys/database>

Eurostat, 2015d. *Consumption expenditure of private households*. [online]. [cit. 2015 05 27] Dostupné z: http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/hbs_e_sms.htm

Eurostat, 2015e. Databáze Eurostatu v češtině. *Míra úspor domácností*. [online]. [cit.2015-03-02] Dostupné z: <http://apl.czso.cz/pll/eutab/html.h?ptabkod=tsdec240>

Eurostat, 2015f. National accounts (including GDP); *Main tables: Final consumption expenditure of households* [online]. [cit. 2015-03-02] Dostupné z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/national-accounts/data/main-tables>

E15, 2015. Visa: Objem šedé ekonomiky v Česku je přes 600 miliard korun. In: *E15/Zprávy/Ekonomika*. [online]. [cit. 2015-01-30] Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/domaci/ekonomika/visa-objem-sede-ekonomiky-v-cesku-je-pres-600-miliard-korun-1158136>

FIALA, Petr. Interview. In: *Interview ČT24*. [online] TV, ČT24, 22. prosince 2012, 18:56. Dostupné také z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/208520-fiala-prioritou-je-kvalita-nikoliv-zapisne/>.

GRONAU, Reuben, 1977. Leisure, Home Production, and Work-the Theory of the Allocation of Time Revisited. *The Journal of Political Economy* [online]. Vol. 85, no. 6, pp. 1099-1123.

GURNEY, Paul, CHAMBERS, Eleanor, GRANT, Lynn, SHAH, Seema and Michael SULLIVAN, 2004. The Internet: Marketing Researcher's Panacea or Pandora's Box? *Marketing Review* [online]. Vol. 4, no. 1, pp. 27-45.

HAL DEAN, Dwane, 2010. Understanding The Do-It-Yourself Consumer. *Journal Of International Business Disciplines* [online]. Vol. 5, no.1, pp. 42-54.

HALAWAH, Ibtesam, 2011. Factors Influencing College Students' Motivation To Learn From Students' Perspective. *Education* [online]. Vol. 132, no. 2, pp. 379-390.

INTERNATIONAL LABOUR OFFICE GENEVA, 2012. The youth employment crisis: A call for action. In: *Resolution and conclusions of the 101st Session of the International Labour Conference* [online]. Geneva. ISBN 978-92-2-126-493-4. Dostupné také z: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---relconf/documents/meetingdocument/wcms_185950.pdf

KROFIÁNOVÁ, Daniela, 2006. Kam směřuje současný maloobchodní trh v oblasti rychloobrátkového zboží? (2.). *Marketingové noviny: Marketing* [online]. [cit. 2013-05-25]

Dostupné z: http://www.marketingovenoviny.cz/?Action=View&ARTICLE_ID=4697

KUBĚNKA, Michal a Petra PTÁČKOVÁ, 2011. Marketing of banks -- segment of students. *Scientific Papers of the University of Pardubice*. Series D, Faculty of Economics [online]. 16(20): 28-39 [cit. 2015-04-10]. ISSN 1211555X.

LA ROCHE, Claire Reeves, Mary A. FLANIGAN, and P. Kenneth COPELAND Jr., 2010. Student Housing: Trends, Preferences And Needs. *Contemporary Issues In Education Research* [online]. Vol. 3, no. 10, pp. 45-50.

LUQUIS, Raffy, BRELSFORD, Gina and Liliana ROJAS-GUYLER, 2012. Religiosity, Spirituality, Sexual Attitudes, and Sexual Behaviors Among College Students', *Journal Of Religion & Health* [online]. Vol. 51, no. 3, pp. 601-614.

MADDOCKS, Henry and Barbara POOLE, 2009. Starting Salary Expectations Of College Students. *Proceedings For The Northeast Region Decision Sciences Institute (NEDSI)* [online]. pp. 263-266.

MILLER, Richard K. a Kelli WASHINGTON, 2013. 'PART IX: SEGMENTATION: Chapter 46: COLLEGE STUDENTS', *Consumer Behavior* pp. 277-279, [online]. EBSCOhost, viewed 10 May 2015.

MOLNÁR, Zdeněk, 2012. *Úvod do základů vědecké práce* [online]. [cit. 2012-12-08]. Dostupné z: http://people.fsv.cvut.cz/~k126/predmety/d26mvp/mvp_sylabus-mvp.pdf

MURPHY, Kevin and Finis WELCH, 1989. Wage Premiums for College Graduates. *Educational Researcher* [online] Vol. 8, no. 2, pp. 17 – 26.

MŠMT, ©2013-2015a. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy; Analýza potřeb trhu práce. *In: MŠMT* [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/ministerstvo/analyza-potreb-trhu-prace?highlightWords=%C5%99emesln%C3%A9+obory>

MŠMT, ©2013-2015b. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy; Tiskové zprávy; Ministr školství představil návrh vysokoškolského zákona. *In: MŠMT* [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/ministerstvo/novinar/ministr-chladek-spolu-s-rektory-predstavil-navrh?highlightWords=novela+vysoko%C5%A1kolsk%C3%A9ho+z%C3%A1kon>

NÁRODNÍ ÚSTAV PRO VZDĚLÁVÁNÍ, ©2011-2015. Nová mezinárodní klasifikace vzdělávání ISCED 2011. *In: Národní ústav pro vzdělávání*. [online]. [cit. 2015-04-10]. Dostupné z: <http://www.nuv.cz/vystupy/nova-mezinarodni-klasifikace-vzdelavani-isced-2011>

NOVINKY, 2014. Témata: Hrubý domácí produkt. *In: Novinky; Témata*. [online]. [cit. 2015-05-02]. Dostupné z: <http://tema.novinky.cz/hruby-domaci-produkt>

O'CONNOR, Lisa and Kacy LUNDSTROM, 2011. The Impact of Social Marketing Strategies on the Information Seeking Behaviors of College Students. *Reference & User Services Quarterly* [online]. Vol. 50, 4, pp. 351-365.

- OSMAN, Syuhaily and Benjamin Chan Yin FAH, 2011. Simulation of Sales Promotions towards Buying Behavior among University Students. *International Journal Of Marketing Studies* [online]. Vol. 3, no. 3, pp. 78-88.
- RADU, Claudia Florina, 2012. Ways of Income Redistribution in Society. *Scientific Journal of Humanistic Studies* [online]. Vol. 4, no. 6 s. 228-233. ISSN:2066-8880.
- RAMEY, Valerie A., and Neville FRANCIS, 2009. A Century of Work and Leisure. *American Economic Journal: Macroeconomics* [online]. No. 2, 189-224.
- SLOVÁK, Svatopluk, 2007. *Aktuální problémy trhu práce: studijní textová opora*. Ostrava: Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta. [online]. 59 s. Bez ISBN. Dostupné z: <http://albert.osu.cz/pvsos>
- STANCANELLI, Elena and Artur Van SOEST, 2012. Retirement and Home Production: A Regression Discontinuity Approach. *American Economic Review: Papers & Proceedings* [online]. Vol. 102, no. 3, p. 600-605.
- STÁVKOVÁ, Jana a Ladislav STEJSKAL, 2011. Structure and Determinants of Consumer Expenditures. *Ekonomie a management* [online]. Roč. 14, č. 2, s. 45. ISSN 1212-3609.
- SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY ČESKÉ REPUBLIKY, ©2015. *Šedá ekonomika v ČR: Stále uniká přes 600 miliard*. [online]. [cit. 2015-02-03]. Dostupné z: <http://www.spcr.cz/pro-media/tiskove-zpravy/8018-eda-ekonomika-v-r-stale-unika-pes-600-miliard-k>
- TROYE, Sigurd Villads and Magne SUPHELLEN, 2012. Consumer Participation in Coproduction: I Made It Myself Effects on Consumers Sensory Perceptions and Evaluations of Outcome and Input Product. *Journal Of Marketing* [online]. Vol. 76, no. 2, pp. 33-46.
- VĚDECKÉ METODY VE SPOLEČENSKÝCH VĚDÁCH, 2012. In: *Projekt Vědecké metody pro doktorandy* [online]. Praha [cit. 2012-12-27]. Dostupné z: http://www.doctorandus.info/info/index.php?page=b_vmd
- XIAO, Jian Jing, TANG, Chuanyi, SERIDO, Joyce, and Shim SOYEON, 2011. Antecedents and consequences of risky credit behavior among college students: Application and extension of the theory of planned behavior. *Journal Of Public Policy & Marketing* [online]. Vol. 30, no. 2, pp. 239-245.
- WOLTER, C. Stefan, 2000. Wage Expectations: A Comparison of Swiss and US Students. *Kyklos* [online]. Vol. 53, no. 1, pp. 51-69.
- WAN-CHI, Y, KO-CHIA, C, YAO-SHUN, H, CHAO-PING, T, and CHIA-MING, 2012. The relationship between leisure and well-being in taiwanese

college students. *Social Behavior & Personality: An International Journal* [online]. Vol. 40, no. 8, pp. 1245-1254.

WELLS, Ryan S., and Cassie M. LYNCH, 2012. Delayed College Entry And The Socioeconomic Gap: Examining The Roles Of Student Plans, Family Income, Parental Education, And Parental Occupation. *Journal Of Higher Education* [online]. Vol. 83, no. 5, pp. 671-697.

ZILBERMAN, Jeffrey a Barbara POOLE. SPENDING PRACTICES OF COLLEGE STUDENTS: ALCOHOL, 2009. Proceedings for the Northeast Region Decision Sciences Institute (NEDSI) [online]. 267-269 [cit. 2015-06-10].

Ostatní zdroje:

HORÁKOVÁ, Monika, 2013. *Současné trendy spotřebitelského chování studentů v podmínkách ČR*. Teze disertační práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. 41 s.

SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA

- [1] HORÁKOVÁ Monika, 2010. Kreativní ekonomika a její rozvoj v Evropě. In *Recenzovaný sborník příspěvků z 6. ročníku Mezinárodní Baťovy konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2010* [CD-ROM] konané 15. dubna 2010 ve Zlíně. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-922-8.
- [2] HORÁKOVÁ Monika, 2012. Consumer Behavior of Students in the Terms of the Czech Republic; Decision on Individual Labour Supply with Respect to the Home Production. In: *Proceedings of the Electronic International Interdisciplinary Conference 2012* [CD-ROM]. ISSN:1338-7871. ISBN 978-80-554-0551-3.
- [3] HORÁKOVÁ Monika, 2012. The Structure and Funding of Current Needs of University Students. In: *Proceedings of the Virtual International Conference on Advanced Research in Scientific Fields 2012* [CD-ROM]. Slovakia. ISSN 1338-9831. ISBN 978-80-554-0551-3.
- [4] HORÁKOVÁ, Monika, 2013: kapitola 6; Výzkum cesty k ekonomické nezávislosti studentů bakalářů, Dílčí výsledky výzkumu – odborná pedagogická konference 2013, pp. 51-68 UTB ve Zlíně. ISBN: 978-80-7454-288-6.
- [5] Horáková Monika, 2014. The Role of Home Production for College Students in the Czech Republic, In: WSEAS Press Proceedings of the 3rd International Conference on Economics, Political and Law Science 2014, pp. 226-234, ISSN: 2227-460X. ISBN: 978-960-474-386-5.
- [6] HORÁKOVÁ Monika, 2014. Importance of Disposable Income for Consumer Behavior. In: IBIMA Conference Proceedings of the 24th IBIMA conference on Crafting Global Competitive Economies: 2020 Vision Strategic Planning & Smart Implementation and for inclusion, pp. 2070-2081. ISBN: 978-0-9860419-3-8.
- [7] ŠVARCOVÁ Jena a Monika HORÁKOVÁ, 2014. Youth Unemployment in the Czech Republic and Targets for 2020 in the Labour Market In: *Proceedings of the 14th International Academic Conference*. IISES: Prague, 2014, 417 – 424. ISBN 978-80-87927-06-9.
- [8] ŠVARCOVÁ Jena a Monika HORÁKOVÁ, 2015. The Macroeconomic View Of The Unemployment Of University Graduates In The Czech Republic. In: *International Journal of Business & Management*. [online]. Vol. 3. No. 1 s. 105 - 117. Prague ISSN 2336-2197. Dostupné z: <http://www.iises.net/ijobm-vol-iii-no-1.html>

[9] HORÁKOVÁ Monika, 2015. Consumer Behavior of College Students In The Czech Republic. In: *Journal of Competitiveness*. [online]. Vol. No. Zlín. ISSN 1804-1728. Dostupné z: <http://www.cjournal.cz/index.php?hid=archiv>
V RECENZNÍM ŘÍZENÍ

ODBORNÉ NEPUBLIKOVANÉ PRÁCE

HORÁKOVÁ, Monika, 2013. *Současné trendy spotřebitelského chování studentů v podmínkách ČR*. Teze disertační práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. 41 s.

CURRICULUM VITAE AUTORA

Jméno: Ing. Monika Horáková
Datum narození: 13. 2. 1984
Bydliště: Jana Žižky 748, 686 06, Uherské Hradiště
E-mail: mhorakova@fame.utb.cz

Vzdělání:

2009 – dosud Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Obor: Management a ekonomika – doktorské studium

2007 – 2009 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Obor: Management a marketing – navazující magisterské studium

2003 – 2007 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
realizované na OA a VOŠE Tomáše Bati
Obor: Marketing - bakalářské studium

1999 - 2003 Střední zemědělská škola a Gymnázium, Staré Město u UH
Obor: Ekonomika zemědělství a výživy

Jiná vzdělání:

2011 – 2013 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Obor: Učitelství odborných předmětů pro střední školy
bakalářské studium

Pedagogická činnost:

Ekonomie (UTB / FT); Makroekonomie I (UTB /FaME); Makroekonomie II (UTB /FaME); Mikroekonomie I (UTB /FaME); Mikroekonomie II (UTB /FLKŘ); Podniková ekonomika (UTB /FAI); Základy aplikované ekonomie (UTB /FHS)

Pracovní zkušenosti:

- 10/2010 - dosud* Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně - FaME, Ústav ekonomie
Akademický pracovník na pozici asistent
- 1/2014-11/2014* OPVK, reg. č. CZ.1.07./2.2.00/28.0328 Tvorba modulárního systému udělování zápočtů v bakalářském studiu za účelem motivace studenta formou profesní profilace v souladu s vývojovými trendy na trhu práce.
- Tvůrce profesních modulů pro vývoj profilu
- 9/2004-09/2010* Procházka maso uzeniny, a.s., Roudnice nad Labem, pobočka Uherské Hradiště
- Prodavačka, pokladní
- 07/2008-09/2008* Café Pension Gerlinde, Forgenseestraße 85, Schwangau, Germany
- Kitchen & Restaurant Assistant
- 03/2007-10/2007* Kings Knoll Hotel, Dunnolie Road PA34 5JH, Oban, Scotland
- General Assistant (Receptionist, Barmaid, Housekeeper, Kitchen assistant)

Odborná činnost:

Spolupráce na odborných projektech IGA:

- 2012, 2011, 2010* *Mezinárodní Bařova konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky (6. ročník, 7. ročník, 8. ročník)*
- člen organizačního týmu

Cizí jazyky:

Anglický jazyk – pokročilý (2006 Státní zkouška z anglického jazyka - úroveň FCE)

Německý jazyk – mírně pokročilý

Ve Zlíně dne 20. 6. 2015

Příloha A – ČLENĚNÍ COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose)

Příloha A – STATISTIKA RODINNÝCH ÚČTŮ 2014

STATISTIKA RODINNÝCH ÚČTŮ
HOUSEHOLD BUDGET SURVEY

Tab. 1a Domácnosti podle postavení osoby v čele

Households by activity status of the head of household

Složení domácností, přehled příjmů a vydání - průměry na osobu v Kč za rok

Household composition, incomes and expenditures - annual averages per capita in CZK

	Domácnosti celkem	z toho		
		zaměstnanců		
		celkem	s nižším vzděláním	s vyšším vzděláním
		including		
Households, total	employees			
	total	lower education	higher education	
Počet domácností - vážený	2 830	1 379	607	772
- ve výběru	2 830	1 618	712	905
Průměrný počet na domácnost členů	2,23	2,53	2,56	2,51
pracujících	1,00	1,52	1,56	1,50
vyživovaných dětí	0,55	0,80	0,77	0,83
0 - 5 let	0,13	0,19	0,17	0,21
6 - 9 let	0,11	0,16	0,15	0,17
10 - 14 let	0,11	0,16	0,16	0,16
15 - 25 let	0,20	0,29	0,29	0,29
nepracujících důchodců	0,53	0,07	0,10	0,05
ostatních členů	0,15	0,14	0,13	0,13
spotřebních jednotek (OECD)	1,79	1,98	2,00	1,95
spotřebních jednotek (OECD modif.)	1,55	1,67	1,69	1,65
HRUBÉ PENĚŽNÍ PŘÍJMY CELKEM	174 809	197 028	168 748	219 743
ČISTÉ PENĚŽNÍ PŘÍJMY CELKEM	154 992	165 827	144 708	182 790
Příjmy ze závislé činnosti	85 676	134 334	117 286	148 027
z toho z hlavního zaměstnání	80 547	128 220	112 234	141 061
Příjmy z podnikání	12 900	1 342	872	1 720
z toho z hlavní činnosti	12 499	929	708	1 106
Sociální příjmy	44 667	16 270	17 701	15 120
Důchody	37 983	9 014	10 685	7 671
Dávky nemocenského pojištění, náhrady mzdy při pracovní neschopnosti	1 686	2 517	2 821	2 273
Podpora v nezaměstnanosti	359	345	461	252
Dávky státní sociální podpory	3 140	3 305	2 956	3 585
z toho: přídavky na děti	294	247	308	197
rodičovský příspěvek	2 102	2 776	2 198	3 241
Jiné sociální příjmy	1 498	1 090	779	1 339
Ostatní příjmy	11 749	13 880	8 848	17 922
z toho: příjmy z kapitálového majetku	324	100	39	150
prodej nemovitostí, movitých věcí	2 556	3 964	1 014	6 333
peněžní transfery od osob mimo domácnost	4 549	5 400	4 126	6 424
HRUBÁ PENĚŽNÍ VYDÁNÍ CELKEM	154 969	170 903	145 178	191 566
Daň z příjmů	8 742	13 659	9 117	17 307
z toho z hlavního zaměstnání	7 900	12 713	8 421	16 160
Zdravotní a sociální pojištění	11 074	17 542	14 923	19 646
z toho z hlavního zaměstnání	10 880	17 328	14 796	19 361

STATISTIKA RODINNÝCH ÚČTŮ
HOUSEHOLD BUDGET SURVEY

Tab. 1a Domácnosti podle postavení osoby v čele

Households by activity status of the head of household

Složení domácnosti, přehled příjmů a vydání - průměry na osobu v Kč za rok

Household composition, incomes and expenditures - annual averages per capita in CZK

	Domácnosti celkem	z toho		
		zaměstnanců		
	Households, total	celkem	s nižším vzděláním	s vyšším vzděláním
		including employees		
		total	lower education	higher education
ČISTÁ PENĚŽNÍ VYDÁNÍ CELKEM	135 153	139 702	121 138	154 613
<i>podle účelu použití:</i>				
A. Spotřební vydání	122 049	124 422	111 637	134 691
B. Vydání neklasifikovaná jako spotřební	13 103	15 280	9 501	19 922
<i>podle druhu vydání:</i>				
Potraviny, nápoje, veřejné stravování	31 725	31 210	29 636	32 475
Průmyslové zboží	36 906	40 470	35 627	44 360
Služby	45 807	45 596	39 802	50 250
Platby a jiná vydání	20 715	22 425	16 073	27 528
NATURÁLNÍ PŘÍJMY	8 126	8 442	6 900	9 681
NATURÁLNÍ VYDÁNÍ	7 598	6 516	5 755	7 127
BILANČNÍ POLOŽKY				
Saldo vybraných úspor a vkladů	-15 294	-21 423	-21 373	-21 462
Saldo přijatých půjček a splacených úvěrů	-3 820	-4 199	-1 733	-6 179
Přijaté půjčky, nákup na splátky	5 574	8 376	6 724	9 703
Splacené úvěry, splátky za zboží	9 394	12 575	8 457	15 883

Zdroj: ČSÚ, 2015 <https://www.czso.cz/csu/czso/vydani-a-spotreba-domacnosti-statistiky-rodinnych-uctu-za-rok-2014-domacnosti-podle-postaveni-osoby-v-cele-podle-velikosti-obce-prijmova-pasma-regiony-soudrznosti>

Příloha B – METODIKA INDEXY SPOTŘEBITELSKÝCH CEN (CPI)
(Dostupné z https://www.czso.cz/csu/czso/indexy_spotřebitelskych_cen_revize)



INDEXY SPOTŘEBITELSKÝCH CEN
REVIZE 2012

A) Výběr cenových reprezentantů

Záměrem revize spotřebního koše v letech 2012 a 2013 byla zejména aktualizace váhového systému pro výpočet indexů spotřebitelských cen. Proto změny v souboru cenových reprezentantů odpovídaly rozsahu každoroční aktualizace vycházející z požadavků Eurostatu a z podnětů tazatelek.

Počet cenových reprezentantů v novém spotřebním koši pro výpočet indexů spotřebitelských cen (životních nákladů) je následující:

Oddíly COICOP	leden 2007	leden 2012	leden 2014
Potraviny a nealkoholické nápoje	164	161	161
Alkoholické nápoje, tabák	20	21	23
Odivání a obuv	71	65	65
Bydlení, voda, energie, paliva	41	45	45
Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	82	79	80
Zdraví	47	18	21
Doprava	83	80	82
Pošty a telekomunikace	3	4	4
Rekreace a kultura	113	110	108
Vzdělávání	12	12	12
Stravování a ubytování	43	42	43
Ostatní zboží a služby	50	55	56
Úhrn	729	692	700

B) Váhový systém

Od ledna 2014 jsou indexy spotřebitelských cen počítány na aktualizovaných vahách, které vycházejí z národního konceptu konečné peněžní spotřeby domácností, tj. zejména zde není zahrnuta spotřeba v zahraničí a naturální spotřeba. Nejsou pokryty drogy, prostituce, hazardní hry, životní pojištění a FISIM. Koncept imputovaného nájemného je odlišný od národních účtů. Zdrojem vah jsou údaje národních účtů, referenční rok 2012, předběžné, někde již semi-definitivní údaje od agregací COICOP4. Detailní struktura vah jednotlivých cenových reprezentantů nadále vychází z mimořádného podrobného šetření vydání a spotřeby domácností statistiky rodinných účtů, které proběhlo v roce 2010.

Pro sestavení váhových schémat se používají i dodatečné informace např. od poskytovatelů služeb s tarifními cenami (služby telekomunikační, finanční,...)

Váhy jednotlivých oddílů spotřebního koše v roce 2005, 2008, 2010 a 2012

Oddíl COICOP	rok 2005	rok 2008	rok 2010	rok 2012
1. Potraviny a nealkoholické nápoje	162,6	170,3	149,8	170,8
2. Alkoholické nápoje, tabák	81,7	86,0	96,0	95,0
3. Odívání a obuv	52,4	47,2	35,9	32,9
4. Bydlení, voda, energie, paliva	248,3	253,4	280,3	265,6
5. Bytové vybavení, zařízení domácnosti; opravy	58,1	55,2	58,0	61,1
6. Zdraví	17,9	25,0	23,1	23,8
7. Doprava	114,1	114,9	105,0	101,3
8. Pošty a telekomunikace	38,7	39,9	36,1	30,6
9. Rekreace a kultura	98,6	93,7	90,4	87,6
10. Vzdělávání	6,2	7,8	7,8	7,4
11. Stravování a ubytování	58,4	44,2	48,6	55,6
12. Ostatní zboží a služby	63,0	62,4	69,0	68,3
Celkem	1 000,0	1 000,0	1 000,0	1 000,0

Kromě indexu spotřebitelských cen za domácnosti celkem se počítají indexy spotřebitelských cen (životních nákladů) za domácnosti důchodců a domácnosti žijící v hl. m. Praze. U těchto indexů byly jejich váhy roku 2010 upraveny poměrem výdajů za domácnosti celkem za roky 2012 a 2010 dle statistiky národních účtů. Ve váhovém schématu domácností důchodců není zahrnuto imputované nájemné.

Revidovaná váhová schémata pro výpočet indexů spotřebitelských cen (životních nákladů) za jednotlivé skupiny domácností jsou uvedena v příloze č. 1.

V rámci revize indexů spotřebitelských cen byla provedena v souladu s legislativními nařízeními Evropské unie konstrukce váhového schématu pro výpočet **harmonizovaného indexu spotřebitelských cen (dále HICP)**.

Mezi strukturou spotřebního koše národního indexu spotřebitelských cen ČR a strukturou spotřebního koše HICP jsou určité rozdíly. Ve váhách HICP jsou zahrnuty tržby za nákupy cizinců na území České republiky, ale není v něm zahrnuto hypotetické nájemné na rozdíl od národního indexu spotřebitelských cen, kde tržby za nákupy cizinců zahrnuty nejsou, ale je zde zahrnuto hypotetické nájemné.

Harmonizovaný index spotřebitelských cen užívá řetězových vah, které jsou obměňovány každoročně v prosinci. Zdrojem aktualizace jsou data národních účtů (konečná peněžní spotřeba domácností, domácí koncept) předchozího roku. Základním cenovým obdobím je průměr roku 2005.

C) Metodika

Metodika zjišťování spotřebitelských cen je podrobně popsána v metodické příručce pro uživatele „Indexy spotřebitelských cen“ <http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/inflace>

Váhová schémata pro výpočet indexů spotřebitelských cen (životních nákladů) za jednotlivé skupiny domácností

Příloha č.1

Kód / Code	Název / Title	Stálé váhy r. 2012 (%)		
		domácnosti celkem	domácnosti důchodců	domácnosti v hl.m. Praze
0	ÚHRN	1000,000000	1000,000000	1000,000000
01	POTRAVINY A NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE	170,824417	223,082630	156,458103
01.1	Potraviny	154,558006	205,188804	141,500434
01.11	Pekárenské výrobky; obiloviny	27,177105	33,641518	22,674882
01.12	Maso	40,603904	56,908471	36,745655
01.13	Ryby	4,118228	5,760941	4,125529
01.14	Mléko, sýry a vejce	30,420893	36,035072	29,340081
01.15	Oleje a tuky	7,183404	11,765826	5,981956
01.16	Ovoce	12,542478	16,983276	12,699449
01.17	Zelenina	14,802652	19,503286	14,684160
01.18	Cukr, marmeláda, med, čokoláda, cukrovinky a cukrářské výrobky	11,700720	16,115654	9,837853
01.19	Potravinářské výrobky a přípravky jinde neuvedené	6,008622	8,474760	5,410869
01.2	Nealkoholické nápoje	16,266411	17,893826	14,957669
02	ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK	94,979744	103,993916	94,487738
02.1	Alkoholické nápoje	44,350782	61,407956	39,609154
02.2	Tabák	50,628962	42,585960	54,878584
03	ODÍVÁNÍ A OBUV	32,873111	21,569119	32,650464
03.1	Odívání	23,856961	14,827536	23,441322
03.2	Obuv včetně oprav	9,016150	6,741583	9,209142
04	BYDLENÍ, VODA, ENERGIE, PALIVA	265,625882	244,573143	254,981732
04.1	Nájemné z bytu	45,200602	53,863930	75,868561
04.2	Imputované nájemné za bydlení	92,955475	0,000000	66,781078
04.3	Běžná údržba a drobné opravy bytu	3,910612	4,722467	2,386435
04.4	Ostatní služby související s bydlením	20,834713	26,638347	25,591405
04.5	Elektrická a tepelná energie, plyn a ostatní paliva	102,724480	159,348399	84,354253
05	BYTOVÉ VYBAVENÍ, ZAŘÍZENÍ DOMÁCNOSTI, OPRAVY	61,140577	65,516086	59,440434
05.1	Nábytek, byt. zařiz. a výzd. koberce a ost. podl. krytina; opravy	23,810586	18,806272	25,330022
05.2	Bytový textil	8,198854	9,846981	7,550803
05.3	Přístroje a spotřebiče pro domácnost včetně oprav	10,631467	14,746585	9,827725
05.4	Skleněné, keramické, stolní a kuchyňské potřeby pro domácnost	4,188264	4,287411	4,694324
05.5	Nářadí, nástroje a různé potřeby pro dům a zahradu	2,952383	3,492836	2,303188
05.6	Zboží a služby pro běžnou údržbu domácnosti	11,359023	14,336001	9,734372
06	ZDRAVÍ	23,759994	42,670014	26,363322
07	DOPRAVA	101,328994	69,632572	100,508725
07.1	Nákup automobilů, motocyklů a jízdních kol	34,192709	20,782877	37,322987
07.2	Provoz osobních dopravních prostředků	50,365164	36,929804	40,668211
07.3	Dopravní služby	16,771121	11,919891	22,517527
08	POŠTY A TELEKOMUNIKACE	30,580226	29,454366	33,776874
08.1	Poštovní služby	0,653475	1,194901	0,507879
08.2	Telefonní a telefaxové zařízení	1,610500	0,989246	1,937796
08.3	Telefonické a telefaxové služby	28,316251	27,270219	31,331199
09	REKREACE A KULTURA	87,601198	83,752585	101,844697
09.1	Zařiz. a vyb. audiovizuální, fotografická a pro zpr.dat vč. oprav	16,376628	16,217915	16,214347
09.2	Ostat. výrobky dlouh. spotřeby pro rekreaci a kulturu vč. oprav	1,607489	0,453827	0,990112
09.3	Ost. rekreace vč. vybavení, květiny, zahrady a domácí zvířata	19,028472	17,081133	19,529918
09.4	Rekreační a kulturní služby	22,031446	20,510240	27,972261
09.5	Noviny, knihy a papírenské zboží	9,424496	12,634589	10,255520
09.6	Dovolená s komplexními službami	19,132667	16,854881	26,882539
10	VZDĚLÁVÁNÍ	7,411069	0,538237	14,898799
11	STRAVOVÁNÍ A UBYTOVÁNÍ	55,573088	30,755261	58,809670
11.1	Stravovací služby	48,163825	28,421430	51,850069
11.2	Ubytovací služby	7,409263	2,333831	6,959601
12	OSTATNÍ ZBOŽÍ A SLUŽBY	68,301700	84,462071	65,779442

Příloha C – MIMOŘÁDNÁ REVIZE NÁRODNÍCH ÚČTŮ ESA 2010 (Dostupné z ČSÚ: http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenka.avizo_revize)



ESA 2010, Mimořádná revize národních účtů

Tato stránka je věnována informacím o přechodu na nový evropský standard ESA 2010 a s tím související mimořádné revizi národních účtů. Mimořádná revize bude mít širší charakter, vedle dopadů změn metodiky národních účtů bude zahrnovat také změny ve zdrojích údajů a zlepšení metod výpočtů a odhadů. Změny budou provedeny zpětně do časových řad národních účtů v závislosti na významnosti a dostupnosti dodatečných informací s cílem poskytnout uživatelům srovnatelnou řadu národních účtů od roku 1990 respektive 1993.

Zde poskytnuté informace mají charakter kompletních příruček, popisů nejvýznamnějších změn, plánu komunikace s veřejností a plánu zveřejnění výsledků revize. V průběhu revize budou tyto informace upřesňovány a doplňovány.

- A. [Obecné informace o revizi](#)
- B. [Příručky](#)
- C. [Hlavní metodické změny](#)
- D. [Ostatní metodické změny](#)
- E. [Jiné změny](#)
- F. [Komunikace s veřejností](#)
- G. [Zveřejnění výsledků revize](#)
- H. [Stránky Eurostatu věnované revizi](#)

A. Obecné informace o revizi

Současný systém národních účtů sestavovaných Českým statistickým úřadem je založen na evropské metodice národních účtů ESA 1995, která vychází z celosvětového standardu SNA 1993. Od vzniku České republiky v roce 1993 jsou národní účty sestavovány v této metodice, poprvé byly zveřejněny v roce 1995, tj. okamžitě po jejím schválení. Od té doby došlo k četným změnám v ekonomické realitě. Globalizace a nové jevy vyvolaly nutnost změn i v národních účtech. Diskuse o změnách v SNA 1993 začaly již v roce 2002, a na to navázala v rámci Evropské unie práce na revizi ESA 1995. Nový celosvětový standard národních účtů SNA 2008 byl schválen v roce 2009; některé zámořské země na něj již přešly. Nový evropský standard ESA 2010 byl schválen v roce 2013 a všechny členské země Evropské unie na něj jednotně přejdou v září 2014. Tomu je přizpůsoben transmisní program národních účtů platný pro všechny členské země.

V souladu s přijatou národní revizní politikou se Český statistický úřad rozhodl zveřejnit celou soustavu národních účtů v nové metodice 1. října 2014. Rozsah zveřejněných údajů je podrobně popsán v části [Zveřejnění výsledků revize](#). S dopadem změn na HDP a HND za rok 2011 budou uživatelé seznámeni v předstihu již v červnu 2014, viz [Komunikace s veřejností](#).

Nový standard ESA 2010 především důsledněji uplatňuje princip změny vlastnictví a rozšiřuje pojetí aktiv o výdaje na vědu a výzkum, vojenskou destruktivní techniku a vyjasňuje, mimo jiné, i postupy při zachycení globální produkce. Dochází také ke změnám v dosud používaných klasifikacích institucionálních sektorů, finančních i nefinančních aktiv a transakcí i ostatních toků; prohlubují se tak pohledy na sektor finančních institucí a na finanční aktiva; důsledkem je i změna obsahu klíčových makroekonomických agregátů, jako jsou domácí produkt, národní důchod, čisté půjčky/výpůjčky, čisté jmění, apod. ESA 2010 ovlivní i propočtení deficitu sektoru vládních institucí. Všechny změny však vedou k prohloubení a zlepšení systému národních účtů, a více tak odrážející potřeby zachycení změněné ekonomické reality. Navíc dochází i k rozšíření systému o zachycení závazků vyplývajících z důchodového systému každé členské země, i když zatím jen ve formě povinných doplňujících tabulek.

Pro většinu nejvýznamnějších metodických změn Eurostat zpracoval speciální "Manual on the Changes between ESA 95 and ESA 2010". Popis všech změn z této příručky, včetně doplňujících informací o jejich aplikaci v ČSÚ, je zachycen v části [Hlavní metodické změny](#). Pro některé z nich jsou zpracovány samostatné detailní příručky, které zabezpečí jednotný přístup členských zemí při jejich zavedení do praxe. Informace o ostatních významných změnách jsou v části [Ostatní metodické změny](#).

Český statistický úřad, tak jako většina statistických úřadů zemí EU, využívá příležitosti významné změny metodiky k mimořádné revizi časových řad ukazatelů národních účtů. Proto jsou zde kromě metodických změn popsány i změny související se zlepšením dosud používaných metod a postupů, změny ve zdrojích údajů a opravy zjištěných chyb, viz část [Jiné změny](#).

Spolu s přechodem na nový evropský metodický standard ESA 2010 dochází současně i k přechodu na nový metodický standard pro sestavování platební bilance BPM6. Tento standard je již téměř plně metodicky sladěn s ESA 2010. Práce na revizi platební bilance sestavované ČNB je proto úzce koordinována s revizí národních účtů. Viz: www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_bilance_stat/implementace_manualu_bmp6.html

E. Jiné změny

Přechod na nový metodický standard ESA 2010 změní obsah i strukturu většiny ukazatelů systému národních účtů nejen nově sestavovaných, ale i zpětně v časových řadách, aby byla zajištěna metodická srovnatelnost pro jejich analytické využití. Tato zásadní změna je proto dobrou příležitostí provést v rámci této mimořádné revize i změny související se zlepšením dosud používaných metod a postupů, změny ve zdrojích údajů a opravy zjištěných chyb, které nebyly v průběhu každoročních běžných revizí posledních tří let provedeny.

- E1 [Software vyrobený ve vlastní režii](#)
- E2 [Samozásobení domácností](#)
- E3 [Ocenění a ostatní změny nevyráběných nefinančních aktiv](#)
- E4 [Služby bydlení](#)
- E5 [Pracovníci a zaměstnanost](#)
- E6 [Globalizační jevy - Procesori](#)
- E7 [Globalizační jevy - Výroba/vývoz za nízké ceny](#)
- E8 [Nelegální činnosti](#)
- E9 [Stínová ekonomika \(úmyslné zkreslování vykazovaných údajů\)](#)
- E10 [Přeshraniční toky důchodů z vlastnictví](#)

E2 Samozásobení domácností

Metodický list revize

V revizi ročních národních účtů v roce 2014 dochází k vylepšení dosavadních postupů výpočtu mezipotřeby k samozásobení domácností. Odhad mezipotřeby k samozásobení domácností je založen na údajích z tabulek input-output.

V každém odvětví jsou spočteny poměry mezipotřeby v základních cenách jednotlivých produktů k produkci daného odvětví podle národní tabulky input-output. Mezipotřeba je odhadnuta jako součin produkce samozásobení domácností v daném odvětví a spočtených poměrů, přičemž se předpokládá užití pouze vybraných produktů.

Dále v revizi dochází k vylepšení odhadu produkce samozásobení domácností a do produkce je přidána nová položka palivové dřevo. Tato nová položka bude promítnuta do produkce samozásobení domácností od roku 2000. Odhad respektuje měnící se zvyklosti českých domácností v topení.

Dojde ke změně odhadu výpočtu mezipotřeby samozásobení domácností v celé časové řadě a produkce samozásobení domácností (od roku 2000).

Příloha D – STRATEGICKÉ CÍLE EVROPA2020

PĚT CÍLŮ EVROPSKÉ UNIE PRO ROK 2020

1. Zaměstnanost

Zaměstnat 75 % osob ve věkové kategorii od 20 do 64 let

2. Výzkum, vývoj a inovace

Investovat 3 % HDP Evropské unie (kombinace veřejných a soukromých zdrojů) do výzkumu, vývoje a inovací

3. Změna klimatu a energetika

Snížit emise skleníkových plynů o 20 % (nebo dokonce o 30 %, pokud k tomu budou vytvořeny podmínky) ve srovnání se stavem v roce 1990

Zvýšit podíl energie z obnovitelných zdrojů na 20 %

Zvýšit energetickou účinnost o 20 %

4. Vzdělávání

Snížit míru nedokončení studia pod 10 %

Dosáhnout ve věkové kategorii od 30 do 34 let alespoň 40% podílu vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva

5. Chudoba a sociální vyloučení

Snížit alespoň o 20 milionů počet lidí, kteří žijí v chudobě a sociálním vyloučení nebo jsou na pokraji chudoby a hrozí jim sociální vyloučení

NÁRODNÍ CÍLE PRO ČESKOU REPUBLIKU

Míra zaměstnanosti (v %) = 75 %

Výzkum a vývoj v % HDP = 1 % (pouze veřejný sektor)

Snižování emisí CO₂ = 9 %

Obnovitelné zdroje energie = 13 %

Energetická účinnost – snížení spotřeby energie v mil. tun ropného ekvivalentu = neurčeno

Předčasné ukončování školní docházky v % = 5,5 %

Terciární vzdělání v % = 32 %

Snížení počtu osob ohrožených chudobou či sociálním vyloučením = Zachovat počet osob ohrožených chudobou či sociálním vyloučením na úrovni z roku 2008 (15,3 % celkové populace) a usilovat o snížení jejich počtu o 30 000.

Příloha E – POČET STUDENTŮ VYSOKÝCH ŠKOL V ČR 2005 - 2013

	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Počet škol	66	66	71	73	72	71	72	71	71
z toho: vysoké školy veřejné	25	25	26	26	26	26	26	26	26
vysoké školy soukromé	39	39	42	45	44	43	44	43	43
Počet fakult	124	128	133	141	144	147	147	148	150
Studenti veřejných a soukromých VŠ celkem, vč. doktorského studia	289 472	316 176	343 938	368 052	389 006	395 992	392 099	381 047	368 304
se státním občanstvím českým	268 593	292 315	316 904	337 934	354 574	358 472	353 343	341 469	327 495
se státním občanstvím cizím	20 898	23 877	27 053	30 141	34 466	37 541	38 782	39 599	40 836
Forma studia									
studium prezenční	223 154	238 172	251 903	263 897	277 051	283 528	284 256	281 897	277 621
distanční a kombinované	68 689	80 778	95 347	107 987	116 293	116 736	111 956	102 726	94 014
z toho: české státní občanství studium prezenční	206 794	219 805	231 338	241 277	251 456	255 346	254 065	249 342	242 785
Poprvé zapsaní na VŠ	68 016	73 071	78 615	82 119	83 104	81 768	76 297	72 522	68 299
Absolventi VŠ	44 343	53 473	63 772	73 234	81 738	88 065	92 975	93 938	91 551
Studenti soukromých VŠ	24 359	31 376	41 300	49 529	56 547	57 337	53 731	48 355	43 710
Poprvé zapsaní na soukromé VŠ	8 284	9 859	13 037	14 328	14 266	12 525	10 331	8 906	8 144
Absolventi soukromých VŠ	3 041	4 941	7 082	9 466	12 047	15 007	16 347	17 091	15 006

Zdroj: ČSÚ, Tab. 12.08. data platná k 15.5.2015

<https://www.czso.cz/csu/czso/ceska-republika-od-roku-1989-v-cislech#12>

Příloha F – MEZINÁRODNÍ STANDARDNÍ KLASIFIKACE VZDĚLÁVÁNÍ – ISCED 2011 (International Standard Classification of Education)

Mezinárodní standardní klasifikace vzdělávání – ISCED byla vypracována a vydána UNESCO v roce 1976, aby sloužila "jako nástroj vhodný pro shromažďování, zpracování a zpřístupňování vzdělávacích statistik jak v jednotlivých zemích, tak v mezinárodním měřítku". Tato klasifikace byla pětimístná. První místo označovalo úroveň vzdělávání a další dvě místa skupinu vzdělávacích programů, resp. obory vzdělávání. Podrobnější třídění vzdělávacích programů bylo provedeno posledními kódy klasifikace. Klasifikace ISCED se již řadu let aktualizuje. V listopadu 1997 byly na Generální konferenci UNESCO v Paříži schváleny změny týkající se úrovně vzdělávání i oborů vzdělávání.

Klasifikace kmenových oborů vzdělávání byla vypracována tak, aby byla snáze převoditelná na mezinárodní standard ISCED 2011, zejména pokud se jedná o úrovně vzdělávání. Klasifikace ISCED 2011 má 7 úrovní vzdělávání (0 až 8), které mohou mít vnitřní členění A až C.

Informativní přehled kódového značení úrovní vzdělávání podle ISCED 2011 kód úroveň vzdělání:

0 preprimární vzdělávání (bez vzdělání) (ISCED 0 – preprimární vzdělávání (mateřské školy)

1 primární vzdělávání (ISCED 1 (základní vzdělání) - základní školy včetně speciálních - 1.stupeň, zvláštní školy - 1. a 2.stupeň, pomocné školy - nižší, střední a vyšší stupeň a rehabilitační třídy)

2 nižší sekundární vzdělávání (ISCED 2 (nižší střední vzdělání) – základní školy včetně speciálních - 2.stupeň, 8letá gymnázia - 1-4.ročník, 6letá gymnázia - 1-2.ročník, 8leté konzervatoře - 1-4.ročník, zvláštní školy - 3.stupeň, pomocné školy - pracovní stupeň, základní umělecké školy - přípravné studium, základní a rozšířené studium 1.stupně)

2A - stupeň, ze kterého je možné přejít na vyšší vzdělávání

2B - přípravný stupeň pro pracovní trh

2C - stupeň směřující na pracovní trh

3 vyšší sekundární vzdělávání (ISCED 3 (vyšší střední vzdělání) - 4letá gymnázia, 8letá gymnázia - 5-8.ročník, 6letá gymnázia - 3-6.ročník, 8leté konzervatoře - 5-6.ročník, 6leté konzervatoře - 1-4.ročník, střední odborné školy, střední odborná učiliště, učiliště, pracovní školy, základní umělecké školy - základní a rozšířené studium 2.stupně a studium pro dospělé)

3A - stupeň, ze kterého je možné přejít na vyšší vzdělávání

3B - přípravný stupeň pro pracovní trh

3C - stupeň směřující na pracovní trh

4 postsekundární vzdělávání nižší než terciární (ISCED 4 (nástavbové střední vzdělání) - nástavbové studium, pomaturitní studium na jazykových školách (s akreditací))

4A - stupeň, ze kterého je možné přejít na vyšší vzdělávání

4B - prakticky zaměřené studium

5 první stupeň terciárního vzdělávání (ISCED 5 – první stupeň terciárního vzdělávání (vyšší odborné školy)

5A - stupeň, ze kterého je možné přejít na vyšší vzdělávání

5B - prakticky zaměřené studium

6 bakalářský stupeň terciárního vzdělávání (ISCED 6 - vysoké školy)

7 magisterský stupeň terciárního vzdělávání (ISCED 7 – vysoké školy)

8 doktorský stupeň terciárního vzdělávání (ISCED 8 – vysoké školy)

Zdroj: http://www.nuv.cz/uploads/Vzdelavani_a_eu/isced_2011.pdf

Příloha G – DOTAZNÍK PRO KVANTITATIVNÍ VÝZKUM

SOUČASNÉ TRENDY SPOTŘEBITELSKÉHO CHOVÁNÍ STUDENTŮ VYSOKÝCH ŠKOL

Vážená paní kolegyně/pane kolego,

dovolte mi Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku na téma "SOUČASNÉ TRENDY SPOTŘEBITELSKÉHO CHOVÁNÍ STUDENTŮ VYSOKÝCH ŠKOL". Tento dotazník obsahuje 20 převážně uzavřených otázek (u označených otázek lze vybrat z více variant odpovědí) s časovou náročností cca 20 minut. Dotazník je cílen do třech oblastí – spotřebitelské chování, domácí samoprodukce a studium. Tímto Vás prosím o Vaše aktuální a věrohodné informace týkající přímo Vaší osoby, které mi budou primárně nápomocny při tvorbě ekonomického modelu rozhodování spotřebitele studenta v podmínkách ČR. Vaše odpovědi jsou zcela anonymní a budou využity pouze pro uvedené vědecko-výzkumné účely. V případě zájmu o výsledné statistiky mne, prosím, kontaktujte na emailu.

Předem děkuji za vyplnění

Ing. Monika Horáková

(Fakulta managementu a ekonomiky, UTB ve Zlíně)

1. Do jaké ekonomické skupiny obyvatel se primárně řadíte?

- | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Zaměstnanec | <input type="checkbox"/> | Mateřská/rodičovská dovolená |
| <input type="checkbox"/> | OSVČ/podnikatel | <input type="checkbox"/> | Invalidní důchodce |
| <input type="checkbox"/> | Student | <input type="checkbox"/> | Nezaměstnaný/á |

2. Do jakého rozmezí průměrné čistého disponibilního měsíčního příjmu byste se zařadil/a?

- | | | | |
|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> | do 2000 Kč | <input type="checkbox"/> | 14001 - 17000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 2001 - 5000 Kč | <input type="checkbox"/> | 17001 - 20000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 5001 - 8000 Kč | <input type="checkbox"/> | 20001 - 23000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 8001 - 11000 Kč | <input type="checkbox"/> | 23001 - 26000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 11001 - 14000 Kč | <input type="checkbox"/> | 26001 Kč a více |

3. Kolik hodin denně (v průměru) strávíte placenou prací?

(Pozn. Studenti, invalidní důchodci, ženy na mateřské či rodičovské dovolené, nezaměstnaní = 0 hodin pouze v případě žádného dalšího příjvodu.)

- | | | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | 0 h | <input type="checkbox"/> | 5 - 6 h |
| <input type="checkbox"/> | 1 - 2 h | <input type="checkbox"/> | 7 - 8 h |
| <input type="checkbox"/> | 3 - 4 h | <input type="checkbox"/> | 9 h a více |

4. Jakou finanční částku jste schopni měsíčně uspořit po odečtení všech běžných výdajů?

(Pozn. Do úspor započítejte i pravidelné platby např. stavebního spoření, příspěvky do podílových fondů, kapitálové životní pojištění aj.)

- | | | | |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | 0 Kč a ještě mi pravidelně chybí | <input type="checkbox"/> | 1001 - 2000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 0 Kč | <input type="checkbox"/> | 2001 - 3000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | do 500 Kč | <input type="checkbox"/> | 3001 - 4000 Kč |
| <input type="checkbox"/> | 501 - 1000 Kč | <input type="checkbox"/> | 4000 Kč a více |

5. Rozložte procentuálně výdaje z Vašeho disponibilního příjmu (=100 %) mezi položky spotřebitelského koše, které běžně měsíčně nakupujete do následujících 12 kategorií spotřebních položek.

(Pozn. Vycházejte z předpokladu, že Váš příjem = 100 % a rozložte jej celý do vypsanych kolonek pod danou kategorií, jestliže v této kategorii nic nenakupujete = 0. Nepočítejte zde žádné úspory a vše rozdělte. Neuvádějte podíl v Kč, ale v % - stačí jen číslo bez symbolu %. Pro bližší představu jsou vypsány příklady položek k dílčím kategoriím spotřebního koše.)

- | | | |
|-------|--|----------------------|
| 5.1. | Potraviny a nealkoholické nápoje | <input type="text"/> |
| 5.2. | Alkoholické nápoje; tabák | <input type="text"/> |
| 5.3. | Odívání a obuv | <input type="text"/> |
| 5.4. | Bydlení; voda; energie; paliva
<i>Nájemné, elektřina, plyn, tuhá paliva, vodné a stočné; služby zahrnující drobné úpravy bytu = malířské práce, topenářské práce aj.</i> | <input type="text"/> |
| 5.5. | Bytové vybavení
<i>Bytové vybavení (nábytek, koberce); velké spotřebiče domácnosti (pračka, chladnička, vysavač, mikrovlnka); malé spotřebiče domácnosti (mixér, žehlička); opravy spotřebičů; nádobí; zahradní nástroje; údržba domácnosti (prací a čisticí prostředky, sáčky, alobal); hlídání dětí.</i> | <input type="text"/> |
| 5.6. | Zdraví
<i>Léky na předpis i bez receptu; platby u lékařů a stomatologů; regulační poplatek; brýle, kontaktní čočky; teploměr; obinadla a náplasti, autolékárnička; antikoncepce a kondomy.</i> | <input type="text"/> |
| 5.7. | Doprava
<i>Nové a ojeté automobily, motocykly, jízdní kola; příslušenství a náhradní díly na dopravní prostředky; palivo, nájemné za garáž, parkovné, jízdné, dálniční známka; servis auta; letenky.</i> | <input type="text"/> |
| 5.8. | Pošta a telekomunikace
<i>Poštovní zásilky; mobilní telefon jako přístroj a příslušenství; platba za volání.</i> | <input type="text"/> |
| 5.9. | Rekreace a kultura
<i>Zařízení pro zpracování audiovizuálního charakteru + záznamy dat – foto, audio, video, MP3/4, PC, iPad, tablet, tiskárna; hračky; květiny, domácí zvířata, krmivo a jejich péče; sportovní vybavení a doprovodné služby; kulturní služby; loterie; časopisy a noviny, knihy a učebnice; kancelářské potřeby.</i> | <input type="text"/> |
| 5.10. | Vzdělání
<i>Poplatky a školné za studium na soukromých a veřejných školách; poplatky za přijímací řízení; mateřská školka; poplatek za další studium; jazykový kurz; kurzy na zvýšení kvalifikace.</i> | <input type="text"/> |
| 5.11. | Stravování a ubytování
<i>Stravování mimo domov - restaurace, jídelny ve školních zařízeních, kavárny; ubytování v hotelích, chaty, VŠ koleje.</i> | <input type="text"/> |
| 5.12. | Ostatní zboží a služby | <input type="text"/> |

Finanční služby, pojištění domácnosti a vozidla; osobní péče – kadeřník, kosmetika, drogistické zboží - šampóny, mýdla, toaletní potřeby; průmyslové zboží, osobní doplňky - klenoty, hodinky, deštník, dámská kabelka; poplatek za psa; právní služby; správní a jiné poplatky.

6. Při poklesu Vašich současných příjmů budete snižovat Vaše spotřební výdaje nejvíce u:

(Pozn. Zaškrtněte max. 3 kategorie spotřebitelského koše)

- | | | | |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Potraviny a nealkoholické nápoje | <input type="checkbox"/> | Doprava |
| <input type="checkbox"/> | Alkoholické nápoje; tabák | <input type="checkbox"/> | Pošta a telekomunikace |
| <input type="checkbox"/> | Odívání a obuv | <input type="checkbox"/> | Rekreace a kultura |
| <input type="checkbox"/> | Bydlení; voda; energie; paliva | <input type="checkbox"/> | Vzdělání |
| <input type="checkbox"/> | Bytové vybavení | <input type="checkbox"/> | Stravování a ubytování |
| <input type="checkbox"/> | Zdraví | <input type="checkbox"/> | Ostatní zboží a služby |

7. Vyjmenujte max. 3 výrobky nebo služby ze svého spotřebitelského koše, na které byste v rámci škrtnání výdajů za žádných okolností nesáhli:

8. Naopak při zvýšení Vašich současných příjmů budete zvyšovat Vaše spotřebitelské výdaje nejvíce u kategorie:

(Pozn. Zaškrtněte max. 3 kategorie spotřebitelského koše. Neberte v potaz ÚSPORY.)

- | | | | |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Potraviny a nealkoholické nápoje | <input type="checkbox"/> | Doprava |
| <input type="checkbox"/> | Alkoholické nápoje; tabák | <input type="checkbox"/> | Pošta a telekomunikace |
| <input type="checkbox"/> | Odívání a obuv | <input type="checkbox"/> | Rekreace a kultura |
| <input type="checkbox"/> | Bydlení; voda; energie; paliva | <input type="checkbox"/> | Vzdělání |
| <input type="checkbox"/> | Bytové vybavení | <input type="checkbox"/> | Stravování a ubytování |
| <input type="checkbox"/> | Zdraví | <input type="checkbox"/> | Ostatní zboží a služby |

9. Vaše situace v oblasti bydlení může být charakterizována následujícími výdaji:

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Neplátím nájemné (imputované nájemné např. byt/dům po příbuzných, v osobním vlastnictví) |
| <input type="checkbox"/> | Neplátím nájemné (jiné osoby ho za mě platí) |
| <input type="checkbox"/> | Plátím pravidelně nájemné sám/sama |
| <input type="checkbox"/> | Plátím pravidelně hypotéku, úvěr atd. za společné bydlení |
| <input type="checkbox"/> | Plátím pravidelně hypotéku, úvěr atd. za vlastní nemovitost |

10. Uveďte, co na Vás hlavně působí při nákupu běžných denních výrobků? (max. 1 možnost)

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Nic specifického mě neovlivňuje | <input type="checkbox"/> | Důvěra v nakupovanou značku výrobku |
| <input type="checkbox"/> | Cena | <input type="checkbox"/> | Místo, kde nakupuji |
| <input type="checkbox"/> | Slevy a zvýhodněné akce | <input type="checkbox"/> | Lidé (související s prodejem) |

11. U následujících druhů výrobků a služeb, uveďte, dle čeho byste se primárně rozhodoval/a o koupi. (Zaškrtněte jen jednu z pěti nabízených variant u každého druhu produktu)

	cena	kvalita	vlastnosti produktu	místo prodeje	lidé
vstupenka do divadla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
džus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kadeřník/kadeřnice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
zubní pasta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
benzín/nafta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
dodavatel elektrické energie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
běžný oběd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
příležitostná káva/posezení s přáteli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
láhev vína	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pečivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
jazykový kurz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
notebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
boty na denní nošení	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bankovní účet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
soukromá vysoká škola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mobilní telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lyžařské vybavení	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
jízdní kolo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ovoce/zelenina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vstup do sportovního zařízení	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Kolik hodin denně (v průměru) věnujete domácí práci resp. práci, za kterou Vám nikdo neplatí (žehlení, vaření, domácí opravy, opravy a instalace PC, péstitelství – zahrada, vinice, kreativní práce – šití, výroba částí nábytku aj.).

- | | | | |
|--------------------------|---------|--------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> | 0 h | <input type="checkbox"/> | 5 - 6 h |
| <input type="checkbox"/> | 1 - 2 h | <input type="checkbox"/> | 7 a více h |
| <input type="checkbox"/> | 3 - 4 h | | |

13. Jaký je důvod Vaší práce doma?

- mateřská; žena/muž v domácnosti
- běžný princip rodinného rozdělení práce (např. žena = praní, péče o děti; muž – řemeslné práce)
- zvelebování komfortu svého/rodinného zázemí
- domácí práce jsou mým koníčkem
- pouze jen jako vyplnění prostoru volného času
- nedostatek finančních prostředků pro nákup alternativních produktů na trhu

14. Jaký je hlavní důvod studia VŠ?

- vyšší budoucí příjem
- požadavek vysokoškolského titulu pro mé povolání
- rodinný předpoklad
- nechci být evidován/a na úřadu práce
odklad zapojení se do pracovního
- procesu
- komparace s ostatními vrstevníky (spolužáci také studují, já též)
- v dnešní společnosti je to nezbytnost
- ostatní.....

15. Rozdělte svých 24 hodin, do těchto jednotlivých kategorií podle toho, kolik jim průměrně denně věnujete. (Celkový součet musí být 24 h.)

A = placená práce; B = studium; C = práce doma; D = volný čas (spánek a volný čas pro sebe); Vypište tyto čtyři kategorie a uveďte, prosím, ke každé Váš věnovaný čas. (A+B+C+D=24 h)

A=
B=
C=
D=

16. Pohlaví

- žena muž

17. Věková kategorie

- | | | | |
|--------------------------|-------------|--------------------------|---------------|
| <input type="checkbox"/> | do 20 let | <input type="checkbox"/> | 35 - 39 let |
| <input type="checkbox"/> | 20 - 24 let | <input type="checkbox"/> | 40 - 44 let |
| <input type="checkbox"/> | 25 - 29 let | <input type="checkbox"/> | 45 - 49 let |
| <input type="checkbox"/> | 30 - 34 let | <input type="checkbox"/> | 50 a více let |

18. Forma studia

- kombinovaná prezenční

Děkuji za spolupráci.
Monika Horáková
(mhorakova@fame.utb.cz)

Dotazník umístěn v letech 2013 i 2014 na Google Disk v období březen-duben daného roku.
<https://docs.google.com/forms/d/1TdMBYzdKIqhxFYIUUpRg3qCpWNmWxIjxiO06NSkPp468/viewform>

Příloha H – VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ 2013 + 2014
PŘI SNÍŽENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2013 – SNÍŽENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	21	94	63	6	20	5	23	17	63	3	30	30	145
ŽENA	68	144	203	14	86	1	26	48	140	2	89	89	337
CELEKEM	89	238	266	20	106	6	49	65	203	5	119	119	482
PREZENČNÍ	50	140	149	6	39	6	24	38	103	3	64	56	266
KOMBINOVANÉ	39	98	117	14	67	0	25	27	100	2	55	63	216
CELEKEM	89	238	266	20	106	6	49	65	203	5	119	119	482
VĚK DO 24 LET	57	160	180	8	54	5	28	45	123	4	71	66	310
VĚK 25 - 29 LET	13	49	51	6	18	1	8	8	37	1	27	26	88
VĚK 30 - 34 LET	7	9	14	1	13	0	5	2	17	0	7	9	30
VĚK 35 - 39 LET	4	7	10	2	8	0	2	5	10	0	8	10	24
VĚK NAD 40 LET	8	13	11	3	13	0	6	5	16	0	6	8	30
CELEKEM	89	238	266	20	106	6	49	65	203	5	119	119	482
DI do 5000	29	75	73	5	16	3	12	25	52	1	24	32	141
DI 5001 - 11000	25	76	98	4	33	3	9	14	74	2	52	33	157
DI 11001-17000	12	37	47	3	22	0	9	9	37	1	20	26	82
DI17001-23000	14	29	29	6	21	0	11	11	21	1	11	18	59
DI 23000 +	8	18	18	2	11	0	7	4	17	0	10	7	36
Neuvedeno	1	3	1	0	3	0	1	2	2	0	2	3	7
CELEKEM	89	238	266	20	106	6	49	65	203	5	119	119	482

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2014 – SNÍŽENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	27	84	55	5	28	3	23	13	58	3	28	24	134
ŽENA	72	129	181	6	66	2	27	31	145	2	55	80	302
celkem	99	213	236	11	94	5	50	44	203	5	83	104	436
PREZENČNÍ	35	106	104	2	31	1	18	17	91	2	43	58	199
KOMBINOVANÉ	64	107	132	9	63	4	32	27	112	3	40	46	237
celkem	99	213	236	11	94	5	50	44	203	5	83	104	436
VĚK DO 24 LET	53	137	154	4	45	3	25	25	124	3	50	66	268
VĚK 25 - 29 LET	13	46	40	3	16	2	13	10	34	1	16	17	78
VĚK 30 - 34 LET	10	9	20	1	8	0	6	2	18	0	5	5	32
VĚK 35 - 39 LET	4	8	8	0	7	0	2	1	8	1	2	5	17
VĚK NAD 40 LET	19	13	14	3	18	0	4	6	19	0	10	11	41
celkem	99	213	236	11	94	5	50	44	203	5	83	104	436
DI do 5000	22	51	59	0	12	0	7	12	50	2	20	31	105
DI 5001 - 11000	29	79	81	4	26	3	18	14	62	1	29	32	149
DI 11001-17000	20	42	49	2	22	2	13	8	41	1	17	21	89
DI17001-23000	16	29	28	5	17	0	7	6	30	0	12	13	57
DI 23000 +	12	12	19	0	17	0	5	4	20	1	5	7	36
celkem	99	213	236	11	94	5	50	44	203	5	83	104	436

Příloha I – VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ 2013 + 2014
PŘI ZVÝŠENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2013 – ZVÝŠENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	35	13	73	10	34	36	9	3	98	19	29	22	145
ŽENA	55	4	225	14	117	92	4	1	249	71	36	60	337
CELEKEM	90	17	298	24	151	128	13	4	347	90	65	82	482
PREZENČNÍ	54	14	178	12	60	59	6	2	188	47	44	47	266
KOMBINOVANÉ	36	3	120	12	91	69	7	2	159	43	21	35	216
CELEKEM	90	17	298	24	151	128	13	4	347	90	65	82	482
VĚK DO 24 LET	65	14	211	15	72	68	7	3	224	55	53	52	310
VĚK 25 - 29 LET	14	2	49	4	41	25	4	0	61	18	8	14	88
VĚK 30 - 34 LET	4	0	14	4	14	9	1	1	18	8	1	3	30
VĚK 35 - 39 LET	4	1	10	0	9	13	1	0	21	5	0	4	24
VĚK NAD 40 LET	3	0	14	1	15	13	0	0	23	4	3	9	30
CELEKEM	90	17	298	24	151	128	13	4	347	90	65	82	482
DI do 5000	34	7	87	4	26	37	4	3	99	30	20	23	141
DI 5001 - 11000	30	9	111	7	45	32	3	0	110	24	30	31	157
DI 11001-17000	9	1	44	7	32	22	0	1	64	19	8	12	82
DI17001-23000	11	0	31	3	31	21	4	0	41	11	3	10	59
DI 23000 +	5	0	20	3	13	15	2	0	27	6	4	5	36
Neuveдено	1	0	5	0	4	1	0	0	6	0	0	1	7
CELEKEM	90	17	298	24	151	128	13	4	347	90	65	82	482

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2014 – ZVÝŠENÍ DISPONIBILNÍHO PŘÍJMU

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	30	20	63	14	42	27	14	4	91	21	16	20	134
ŽENA	69	4	197	12	107	48	13	3	209	63	31	52	302
celkem	99	24	260	26	149	75	27	7	300	84	47	72	436
PREZENČNÍ	53	16	126	7	48	20	12	5	144	34	27	36	199
KOMBINOVANÉ	46	8	134	19	101	55	15	2	156	50	20	36	237
celkem	99	24	260	26	149	75	27	7	300	84	47	72	436
VĚK DO 24 LET	69	16	174	14	78	30	18	6	184	48	36	50	268
VĚK 25 - 29 LET	19	7	44	5	28	15	5	1	51	11	6	11	78
VĚK 30 - 34 LET	8	1	19	4	13	6	1	0	24	6	2	2	32
VĚK 35 - 39 LET	1	0	3	1	8	8	1	0	12	5	2	3	17
VĚK NAD 40 LET	2	0	20	2	22	16	2	0	29	14	1	6	41
celkem	99	24	260	26	149	75	27	7	300	84	47	72	436
DI do 5000	24	4	68	3	27	11	5	5	70	18	10	23	105
DI 5001 - 11000	40	15	94	9	48	18	8	1	109	25	20	20	149
DI 11001-17000	20	3	47	10	38	19	6	1	54	21	10	15	89
DI17001-23000	11	1	38	1	20	13	6	0	39	12	4	9	57
DI 23000 +	4	1	13	3	16	14	2	0	28	8	3	5	36
celkem	99	24	260	26	149	75	27	7	300	84	47	72	436

Příloha J – VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ 2013 + 2014
NEZBYTNÁ POLOŽKA SPOTŘEBNÍHO KOŠE

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2013 – NEZBYTNÁ POLOŽKA

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	89	11	4	46	1	14	42	29	28	13	5	10	145
ŽENA	187	6	14	90	8	91	88	36	49	53	11	48	337
CELEKEM	276	17	18	136	9	105	130	65	77	66	16	58	482
PREZENČNÍ	143	15	8	65	5	51	79	46	52	19	12	28	266
KOMBINOVANÉ	133	2	10	71	4	54	51	19	25	47	4	30	216
CELEKEM	276	17	18	136	9	105	130	65	77	66	16	58	482
VĚK DO 24 LET	177	15	14	75	5	63	90	47	52	27	15	36	310
VĚK 25 - 29 LET	58	2	1	27	2	20	18	13	16	14	0	9	88
VĚK 30 - 34 LET	16	0	0	10	0	9	9	1	3	10	1	3	30
VĚK 35 - 39 LET	15	0	1	11	0	4	5	3	2	5	0	3	24
VĚK NAD 40 LET	10	0	2	13	2	9	8	1	4	10	0	7	30
CELEKEM	276	17	18	136	9	105	130	65	77	66	16	58	482
DI do 5000	74	6	11	22	3	34	48	23	28	15	6	13	141
DI 5001 - 11000	100	8	3	46	3	24	38	24	21	17	5	21	157
DI 11001-17000	48	2	1	31	1	21	18	8	13	13	2	8	82
DI17001-23000	30	1	3	26	2	14	15	7	9	11	2	7	59
DI 23000+	20	0	0	10	0	10	9	3	5	10	0	8	36
Neuvedeno	4	0	0	1	0	2	2	0	1	0	1	1	7
CELEKEM	276	17	18	136	9	105	130	65	77	66	16	58	482

SPOTŘEBITELSKÝ KOŠ 2014 – NEZBYTNÁ POLOŽKA

KATEGORIE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RESPONDENTŮ
MUŽ	81	8	2	42	0	29	34	15	18	24	15	12	134
ŽENA	155	5	12	90	1	126	84	28	34	58	16	36	302
celkem	236	13	14	132	1	155	118	43	52	82	31	48	436
PREZENČNÍ	121	8	4	42	0	62	58	23	25	20	20	25	199
KOMBINOVANÉ	115	5	10	90	1	93	60	20	27	62	11	23	237
celkem	236	13	14	132	1	155	118	43	52	82	31	48	436
VĚK DO 24 LET	156	9	6	60	0	94	82	34	37	40	24	31	268
VĚK 25 - 29 LET	40	2	3	30	0	17	21	7	8	15	5	9	78
VĚK 30 - 34 LET	17	0	2	12	0	16	5	0	1	11	1	2	32
VĚK 35 - 39 LET	8	0	1	11	0	9	5	1	0	3	1	3	17
VĚK NAD 40 LET	15	2	2	19	1	19	5	1	6	13	0	3	41
celkem	236	13	14	132	1	155	118	43	52	82	31	48	436
DI do 5000	60	1	4	13	0	39	33	8	18	10	8	11	105
DI 5001 - 11000	88	9	3	34	0	52	39	18	17	24	12	21	149
DI 11001-17000	48	1	3	39	0	29	28	11	10	20	7	6	89
DI17001-23000	23	1	3	23	1	19	11	4	4	17	3	7	57
DI 23000+	17	1	1	23	0	16	7	2	3	11	1	3	36
celkem	236	13	14	132	1	155	118	43	52	82	31	48	436

Příloha L – VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU PRO POLOSTANDARDIZOVANÉ ROZHOVORY

1. Existuje položka ve Vašem původním spotřebním koši, která se pro Vás navýšila v souvislosti se vstupem a studiem na vysoké škole?									
ne	1								
ano*	21	Jaká?*	pohonné hmoty, jízdné, nájemné, stravování, výdaje na alkohol a tabák, jídlo, reprografické služby, drogerie a kosmetika, pořízení notebooku, smartphone						
2. Změnili se Vám v souvislosti se vstupem na vysokou školu preference u některých výrobků či služeb, které jste přestali nakupovat?									
ne	7								
ano*	15	Jaká?*	výdaje na alkohol a tabák						
3. Změnili se Vám v souvislosti se vstupem na vysokou školu preference u některých výrobků či služeb, které jste začali nakupovat? (před vstupem na VŠ jste je									
ne	14								
ano*	8	Jaká?*	jízdné, drogerie a průmyslové zboží, pivo						
4. Co na Vás působí při nákupu běžných nekupovaných výrobků?									
cena (22), kvalita (14), personál prodejny (8), rychlost obsluhy (5), složení výrobku (4), platba platební kartou (3)									
*cena - Působí na Vás marketingové akce? Jaké nejvíce?									
<i>slevy všeho druhu, zvýhodněná balení výrobků, dárek navíc, sleva na další nákup</i>									
*kvalita - Co si představujete pod pojmem kvalitní výrobek?									
<i>český výrobek, farmářské produkty, dražší výrobek, prověřená značka</i>									
5. Jaký postoj máte na zavedení školného na veřejných vysokých školách v ČR?									
jsem zásadně proti	14								
jsem proti, ale akceptuji to v případě zavedení	6								
jsem pro zavedení*	2								
*Jaká výše by pro Vás byla přijatelná do 5000 Kč; do 10000 Kč									
6. Jak se změnila Vaše časová dotace pro domácí samoprodukcí v souvislosti se vstupem na vysokou školu?									
snížil/a jsem počet hodin domácí samoprodukce	14								
zvýšil/a jsem počet hodin domácí samoprodukce	3								
nezměnil/a jsem počet hodin domácí samoprodukce	5								
7. Myslíte si, že v následujících 3 letech budete měnit Vaši časovou dotaci pro domácí samoprodukcí?									
nevím	10								
ne	6								
ano	5								
*Co by Vás vedlo k změně?									
<i>založení rodiny, přestěhování do vlastního, více času stráveného doma</i>									

POHLAVÍ		FORMA STUDIA		VĚKOVÁ KATEGORIE	
žena	13	prezenční	18	do 24 let	17
muž	9	kombinovaná	4	25 - 29 let	3
celkem	22	celkem	22	30 - 34 let	1
				35 - 39 let	1
				40 a více let	0
				celkem	22

Ing. Monika Horáková

Současné trendy spotřebitelského chování studentů v podmínkách ČR

The current trends in consumer behaviour of college students in the terms of the
Czech Republic

Disertační práce

Vydala Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně,
nám. T. G. Masaryka 5555, 760 01 Zlín.

Sazba: Ing. Monika Horáková
Publikace neprošla jazykovou ani redakční úpravou.

Rok vydání 2015