

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta mezinárodních vztahů



Mezinárodní obchod

Parita kúpnej sily na príklade ŠKODA AUTO a.s.

Bakalárska práca

Autor: Michal Janko

Vedúci práce: Ing. Pavel Žamberský, Ph.D.

2019

ČESTNÉ VYHLÁSENIE

Čestne vyhlasujem, že bakalársku prácu s názvom: „Parita kúpnej sily na príklade ŠKODA AUTO a.s.“ som vypracoval samostatne, na základe konzultácií s vedúcim práce, pracovníkom spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. a štúdia odbornej literatúry. Neporušil som autorský zákon a zoznam použitej literatúry som uviedol na príslušnom mieste.

v Prahe, 24.4.2019

.....

Michal Janko

Obsah

Základné pojmy	
Zoznam skratiek.....	
Zoznam tabuliek	
Úvod.....	1
1. Teória parity kúpnej sily.....	3
1.1. Menový kurz a jeho druhy	3
1.2. Teória parity kúpnej sily	4
1.3. Predpoklady platnosti a nedostatky teórie.....	5
1.4. Historické pokusy o dokázanie a vyvrátenie.....	9
2. Prípadová štúdia ŠKODA AUTO a.s.	12
2.1. Základné informácie o spoločnosti a produktoch	12
2.2. Metodika výskumu.....	14
2.3. Výskum	18
2.3.1. Modelová trieda CITIGO.....	18
2.3.2. Modelová trieda FABIA	20
2.3.3. Modelová trieda SCALA	22
2.3.4. Modelová trieda KAROQ	24
2.3.5. Modelová trieda OCTAVIA	26
2.3.6. Modelová trieda KODIAQ	28
2.3.7. Modelová trieda SUPERB	30
2.4. Výsledok výskumu.....	32
2.5. Analýza dôvodov platnosti/neplatnosti teórie.....	34
Záver	38
Použitá literatúra a zdroje	40

Základné pojmy

Výbavový stupeň	verzia vozidla; pomenovanie pre súhrn výbav, ktoré si zákazník zakúpi v jednom balíku za spravidla výhodnejšiu cenu, ako v prípade, ak by si za nich priplácal samostatne; pre každú takúto verziu je samostatná cena v cenníku
Cenníková cena	cena, ktorá je prezentovaná v oficiálnom cenníku a za ktorú si zákazník zakúpi vozidlo
Očistená cena	cenníková cena vyrovnaná o výbavy, ktoré má konkurenčný model navyše
Importér	spravila súkromná spoločnosť, vo výnimočných prípadoch priamo oddelenie výrobcu automobilov, ktorá má na starosti predaj a marketing automobilov na určitom trhu, spravidla v jednej krajine
Koncern	spoločnosť Volkswagen AG, ktorá združuje viacero výrobcov automobilov; Konzern z nemčiny - skupina

Zoznam skratiek

El. – elektrický/á/é (napr. elektrické ovládanie okien)

DAB – digitálny audioprijem rádia (najnovší štandard prijmu rádiového signálu)

MuFu – volant s multifunkčným ovládaním rádia a ďalších funkcií automobilu

MP – manuálna prevodovka (číslo pred skratkou určuje počet prevodových stupňov)

AP – automatická prevodovka (číslo pred skratkou určuje počet prevodových stupňov)

BSD – Blind Spot Detect, asistent kontrolovania slepého uhla

Park. – parkovací/á/é (napr. parkovací senzor)

Zoznam tabuliek

Tabuľka 1: Výpočet indexovej pozície ŠKODA Superb a Volkswagen Passat	17
Tabuľka 2: Výpočet kurzu v parite na modeli CITIGO.....	19
Tabuľka 3: Výpočet kurzu v parite na modeli FABIA	21
Tabuľka 4: Výpočet kurzu v parite na modeli SCALA	23
Tabuľka 5: Výpočet kurzu v parite na modeli KAROQ	25
Tabuľka 6: Výpočet kurzu v parite na modeli OCTAVIA	27
Tabuľka 7: Výpočet kurzu v parite na modeli KODIAQ	29
Tabuľka 8: Výpočet kurzu v parite na modeli SUPERB	31
Tabuľka 9: Výpočet parity pre celú modelovú radu ŠKODA	32
Tabuľka 10: Výpočet parity pre celú modelovú radu ŠKODA	33

Úvod

Mám rád úvody, podrobné vysvetlenia a názorné príklady. Preto hneď v úvode práce varujem, že je postavená na (niekedy až príliš) podrobných vysvetleniach a prakticky celá na príkladoch, lepšie povedané, príklade z praxe. Ak majú teórie slúžiť na popísanie, pochopenie a predpokladanie praxe, ako lepšie ich totiž vieme overiť, ako ich priamou konfrontáciou s reálnym svetom? A ešte jedna vec o mne je podstatná pre účely tejto práce – som fanatik do automobilov, automobilového priemyslu a všetkého, čo sa týka áut. Venujem sa im počas voľného času, v práci a posledných pár mesiacov už aj v škole. A tak, keď sa mi naskytla príležitosť skĺbiť svoju pasiu so svojou obľúbenou ekonomickou teóriou, neuvažoval som ďalej nad témou svojej bakalárskej práce.

Cieľom mojej bakalárskej práce je overenie platnosti absolútnej verzie teórie parity kúpnej sily na reálnom trhu využitím príkladu spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. Áno, parita kúpnej sily je mojou obľúbenou teóriou. Ako študenta medzinárodného obchodu ma fascinuje, ako si môžu byť niektoré trhy geograficky tak blízke, no na druhej strane v medziach tejto teórie tak vzdialené. Áno, už v úvode pripúšťam, že je veľmi pravdepodobné, že v svojej práci vyvrátim túto teóriu. A áno, ešte stále je moja obľúbená. Prečo? Zaujímavou totiž nie je samotná teória a to, či platí alebo neplatí, ale to, prečo a za akých podmienok platí alebo neplatí.

Základnou otázkou mojej práce je: „Platí Teória parity kúpnej sily pre produkty spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. na českom, slovenskom a nemeckom trhu?“ Ako je však z posledných viet jasné, nebudem skúmať iba platnosť teórie, ale taktiež dôvody, prečo došlo k neplatnosti, resp. prečo na tomto konkrétnom prípade platí. Teda: „Prečo platí/neplatí teória pri aplikovaní na danú konkrétnu firmu?“ Ďalej, keďže skúmam platnosť medzi Českou republikou a dvoma krajinami Eurozóny – Slovenskou republikou a Nemeckom, budem hľadať tieto dôvody aj v charaktere hospodárstva danej krajiny a odlišnostiach trhov, na čom bude závislé riešenie aj tretej z otázok, ktoré budem v svojej práci skúmať – „Ako veľmi sa nominálny kurz na trhu líši od kurzu v parite?“. Predpokladám totiž, že vzhľadom k odlišnosti mnou pozorovaných trhov nebude prípadná odchýlka rovnaká v prípade česko-slovenského a česko-nemeckého merania.

Moja práca je rozdelená do dvoch hlavných kapitol – teoretickej a praktickej. V jednotlivých podkapitolách prvej časti vysvetlím samotné základy fungovania parity

kúpnej sily, vrátane modelov, od ktorých sa odvíja. Ďalej popíšem a zanalyzujem podmienky platnosti teórie a jej hlavné nedostatky, nakoniec uvediem viaceré historické pokusy o dokázanie, resp. vyvrátenie tejto teórie. Cieľom prvej kapitoly mojej práce je pochopenie teórie parity kúpnej sily, analýza predpokladov jej platnosti a následne predpokladanie výsledku mojich výpočtov na základe empirických dát.

Druhá, praktická kapitola nadviaže na teoretické poznatky získané z prvej časti a je rozdelená do piatich podkapitol: v prvej uvediem základné informácie o spoločnosti ŠKODA AUTO a.s., v druhej vysvetlím metodiku výskumu, ktorý prevediem v podkapitole tretej, ktorá je ďalej delená do siedmich menších častí – každá časť reprezentuje čiastkové výpočty pre jednu modelovú triedu značky. V podkapitole číslo štyri odprezentujem výsledok výskumu a úplne nakoniec zanalyzujem dôvody platnosti, resp. neplatnosti teórie. Cieľom druhej kapitoly mojej práce je overenie parity kúpnej sily na konkrétnom prípade produktov spoločnosti ŠKODA AUTO a.s.

K tomu všetkému mi budú slúžiť aj informácie získané počas polročnej stáže na oddelení cenovej stratégie koncernu Volkswagen AG, viac ako ročnej stáže v spoločnosti ŠKODA AUTO A.S. a taktiež odborné konzultácie s pracovníkom produktového oddelenia spoločnosti, ktorý je priamo zodpovedný za tvorbu cien viacerých produktov.

1. Teória parity kúpnej sily

Napriek tomu, že prvé zmienky o parite kúpnej sily a determinácii menového kurzu pomocou nej môžeme datovať už do pätnásteho a šestnásteho storočia, na svojej zaujímavosti a (za istých podmienok) platnosti nestratila nič. Áno, táto „zastaraná“ teória, ktorá ako prvá odôvodňovala rozdiely v hodnote meny dvoch krajín (teda ich zmenný pomer – menový kurz) je platná dodnes za predpokladu, že splníme základné podmienky jej platnosti – a práve o tom je väčšina praktickej časti mojej práce – vytvoriť a nasimulovať podmienky, pri ktorých by teória nadobudla platnosť (Majerová and Nezval, 2011, p. 124). A keď sa tak nestane určiť, kde je chyba. Väčšina kritikov totiž tento zákon zavrhuje hneď tým, že jej podmienky sú v súčasnosti nesplniteľné a ďalej ju už neskúmajú. Čo ak sa však k dokonalosti dostaneme najbližšie, ako nám to prax dovolí a predsa budú odchýlky neúmerne veľké? V tom momente sme schopní vyvrátiť teóriu ako takú, nehľadiac na realnosť alebo nereálnosť podmienok v nej stanovených.

Ako som už spomenul, samotná parita kúpnej sily vznikla na odôvodnenie rozdielnej hodnoty dvoch mien. Túto rozdielnu hodnotu dnes poznáme pod názvom menový kurz.

1.1. Menový kurz a jeho druhy

Menový kurz je cena zahraničnej menovej jednotky vyjadrená v domácich menových jednotkách, resp. cena domácej menovej jednotky vyjadrená v zahraničných menových jednotkách (Neumann et al., 2010, p. 62). Zjednodušene: menový kurz vyjadruje, koľko jednotiek domácej meny by sme museli zaplatiť, aby sme získali jednu jednotku meny zahraničnej a naopak.

Existencia rozdielu v hodnote dvoch mien je viditeľná už v tom, že sa pýtame „koľko?“. Pomocou menového kurzu teda definujeme, koľkokrát má jedna mena vyššiu/nížšiu hodnotu voči druhej.

Menový kurz však nie je iba jedno číslo a jeho určovanie je komplexnejším procesom, napriek tomu sa väčšina z nás môže v praxi stretnúť najmä s **nominálnym menovým kurzom**. To je práve ten, za ktorý si môžeme zmeniť menu, ktorú vlastníme za menu, ktorú dopytujeme (Majerová and Nezval, 2011, p. 103). Teda kurz, ktorý sa používa pri operáciách na trhu. Majorita ľudí nevie, odkiaľ sa tento kurz vzal a čo vyjadruje. A vôbec, či je takýto kurz odpovedajúci stavu ekonomiky a či by náhodou za

menu, ktorú vlastní, nemali dosť viac dopytovanej meny ako im núka banka alebo zmenáreň. Výpočet nominálneho menového kurzu, teda jeho režimy, nie sú však predmetom mojej práce, preto sa im nebudem venovať. Čo však jej predmetom je, je overenie, či kurz, ktorý je využívaný pri obchodných operáciách je takpovediac „férový“. Naschvál sa vyhýbam slovu „správny“, keďže existuje viacero teórií a zákonov, ktoré hovoria, akú hodnotu by mal mať teoreticky menový kurz – aj samotná parita kúpnej sily ma viacero verzií, ktoré sa od seba líšia ako v podmienkach, tak veľmi často aj vo výsledku.

Aby som však o parite nerozprával iba neurčito, nastal čas popísať si, o čom vlastne bude celá moja práca.

1.2. Teória parity kúpnej sily

Jav „parita kúpnej sily“ prvýkrát pomenoval Gustav Cassel v roku 1918, keď sa vyslovil, že reálna parita medzi dvoma krajinami (v dlhom období) je pomerom medzi kúpnu silou peňazí v jednej a druhej krajine. Kúpna sila vyjadruje, koľko tovarov/služieb si môžeme za istý obnos danej meny zakúpiť (Neumann et al., 2010, pp. 68–69). Ak uvažíme, že hodnotu tovarov a služieb môžeme najjednoduchšie vyjadriť ich cenou, môžeme zjednodušene tento výrok interpretovať tak, že zmenný kurz dvoch mien sa ustáli na pomere cenových hladín v dvoch krajinách. Ako však túto cenovú hladinu určíme? Základom v tejto oblasti je zákon jedinej ceny.

Zákon jedinej ceny hovorí, že za splnenia istých podmienok (tie rozoberiem v nasledujúcej podkapitole) nie je dôvod, aby bol rovnaký produkt v jednej krajine dlhodobo drahší ako v krajine druhej. Ak by tomu tak bolo, nastala by cenová arbitráž, teda export tovaru z krajiny, kde je predávaný za nižšiu cenu do krajiny druhej, v ktorej je drahší. Zvýšeným dopytom po danom tovare by cena v prvej krajine rástla, zníženým dopytom v krajine druhej by naopak klesala, tým by sa ceny v dlhom období vyrovnali. Následne by k vyrovnaní mohla prispieť aj deprecia meny druhej krajiny – ak chcem dovážať tovary zo zahraničia, musím za domácu nakúpiť zahraničnú menu, tým zvyšujem ponuku domácej meny, teda klesá jej hodnota. Ak klesne hodnota meny, klesne aj jej vonkajšia kúpna sila, teda zahraničné tovary sa stanú pre domácich spotrebiteľov drahšie (Neumann et al., 2010, p. 69).

Ak by platil zákon jedinej ceny, menový kurz by sa rovnal pomeru cien daného tovaru na dvoch trhoch. Ak by teda chlieb stál na Slovensku 1 euro a v Česku 25 korún, zmenný kurz eura a českej koruny by sa mal v dlhom období ustáliť na hodnote 25 CZK za 1 EUR. Problémom však je, že táto teória určuje menový kurz vždy na základe jedného tovaru. Spotreba v Česku a na Slovensku sa však neskladá iba z chleba, ale z množstva tovarov. Preto bolo potrebné zákon jedinej ceny rozšíriť a tak vznikla absolútna verzia parity kúpnej sily (Majerová and Nezval, 2011, pp. 123–124).

Parita kúpnej sily už neuvažuje len o pomere cien jedného tovaru na dvoch trhoch, ale pracuje s množinou viacerých statkov – tzv. spotrebiteľskými košími. Spotrebiteľský koš tvorí vážený priemer cien tvarov a služieb, ktoré sú predmetom typickej spotreby obyvateľa danej krajiny. Jedná sa napr. o potraviny, náklady na bývanie, transport, vzdelanie atď. Zloženie koša a váhy jednotlivých položiek môžu byť v rôznych krajinách odlišné. Cena spotrebiteľského koša následne určí cenovú hladinu trhu v jednej krajine. Porovnaním dvoch cenových hladín (cien dvoch spotrebiteľských košov) následne získame kurz v parite – hodnotu, na ktorej by sa podľa teórie mal kurz v dlhom období ustáliť (Neumann et al., 2010, p. 71).

Výhodou parity kúpnej sily je, že odzrkadľuje väčšiu časť trhu, výsledné hodnoty teda odzrkadľujú lepšie reálie krajiny. Ak by totiž chlieb v Česku stál 25-násobne viac korún ako stojí na Slovensku eur, no na druhej strane by rožok stál iba 15-násobne viac, došli by sme k viacerým kurzom a nebolo by možné určiť, ktorý z nich je práve ten správny. Spotrebiteľský koš tieto rozdiely vyrovnáva a zobrazuje priemernú hodnotu.

Doposiaľ táto teória vyzerá veľmi hodnoverne a výsledky by podľa všetkého mali odzrkadľovať realitu. V nasledujúcej podkapitole sa však dostávame ku kameňu úrazu celej myšlienky – podmienkam, za ktorých teória platí.

1.3. Predpoklady platnosti a nedostatky teórie

Predpoklady platnosti, ktoré popíšem v tejto podkapitole sa vzťahujú ako na absolútnu verziu parity kúpnej sily, tak na zákon jedinej ceny. Sami o sebe nie sú zložité ani na vysvetlenie, ani na pochopenie. Zložitými ich robí realnosť splnenia. Jedná sa o päť hlavných podmienok: homogénny produkt, nulové dopravné náklady, voľný obchod medzi krajinami, nulové náklady na získavanie informácií a nulové časové náklady.

Homogénny produkt znamená, že chlieb, ktorý si zakúpim v Česku bude presne rovnaký ako ten, ktorý by som doviezol zo Slovenska. To znie jednoducho, avšak len na prvý pohľad. Ad.1: nie všetky statky sú tak jednoduché ako chlieb (áno, narážam napríklad na dvojaké štandardy kvality potravín v Eurozóne), ad.2 aj tak jednoduchý tovar ako chlieb sa môže stať nehomogénnym. Aj za tak priaznivých podmienok, ako je doprava medzi Slovenskom a Českom je tu riziko, že by chlieb už nebol tak čerstvý, ako keby sme si ho kúpili priamo z pece. A to nehovorím, pri doprave medzi vzdialenejšími krajinami. Povedzme, že si založíme pekáreň v Indii, lebo je sú tam relatívne nižšie náklady na ľudskú prácu, ktorá tvorí významnú časť ceny pekárenských výrobkov (chýba zdroj). Viete si predstaviť, v akom stave by bol chlieb po niekoľkodňovej ceste po mori? Ak namietate, že ľudstvo predsa pozná leteckú dopravu, pozývam Vás k prečítaniu ďalšieho odstavca (Majerová and Nezval, 2011, p. 124).

Tu sa dostávame k najväčšiemu kameňu úrazu celej idey – a to k podmienke **nulových dopravných nákladov**. Ak by sme totiž chceli chlieb z Indie do Česka priviezť čerstvý (aby sme splnili prvú podmienku – homogenitu produktu), museli by sme ho doviesť lietadlom. Priznávam, nestrávil som hodiny nad prepočítavaním tohto podnikateľského zámeru, ak však uvážime, aké sú rozdiely v cene leteckej a námornej pošty, myslím, že sa nenájde nikto, kto by spochybnil (nielen) môj názor, že toto sa jednoducho nemôže oplatiť, ak by sme chlieb vyrábali v Indii hoc aj zadarmo (FREIGHTOS, 2016). V tejto chvíli prvýkrát spomeniem aj príklad z mnou v druhej časti práce skúmaného automobilového priemyslu. Z vlastnej skúsenosti viem, že dovoz osobného automobilu z jednej krajiny Európskej únie do druhej členskej krajiny stojí minimálne 800 eur, teda približne 20 000 českých korún (stkonline.sk, 2018). A to sa ešte nebavíme o obchode medzi krajinami, ktoré nie sú v zóne voľného obchodu (Majerová and Nezval, 2011, p. 126).

Voľný obchod medzi krajinami je ďalšou dôležitou podmienkou pri skúmaní platnosti tohto zákona. Ak by v Českej republike bolo zavedené clo na dovoz pekárenských výrobkov zo Slovenska, napr. vo výške 5 CZK na kus, slovenský chlieb by musel byť lacnejší o viac ako päť korún, aby malo zmysel tento tovar dovážať. Ak by bol lacnejší o menej ako päť korún, dovozy by neexistovali a tento stav by dlhodobo umožnil predávať chlieb v Česku drahšie ako u východného suseda, tým by sa kurz odchýlil od rovnovážneho stavu (Majerová and Nezval, 2011, p. 126).

Nulové náklady a získavanie informácií sú taktiež významným faktorom, ktorý nemôžeme úplne potlačiť. Na to, aby sme vôbec začali rozmýšľať o dovoze tovaru z inej krajiny, musíme najprv zistiť, že existuje trh, kde je tento tovar lacnejší a taktiež, ako a či vôbec je jeho dovoz možný. Veľa týchto informácií je už dnes dostupných na internete zadarmo, ak ide o obchody vo väčšom meradle, často sú potrebné nákladné analýzy na určenie, či bude takáto arbitráž vôbec profitabilná (Neumann et al., 2010, p. 69).

S vyššie spomenutým úzko súvisia aj **časové náklady** – teda hodnota času stráveného ako samotnou arbitrážou (dovozom/vývozom), tak aj čas, ktorý strávime analyzovaním samotného plánu. Nie nadarmo sa hovorí, že čas sú peniaze. Ak by sme totiž čas potrebný na dovoz chleba zo zahraničia využili napr. tak, že upečieme o niekoľko kusov viac, budeme mať z danej činnosti dodatočné príjmy, ktoré opäť vyrovnávajú rozdiely medzi cenovými hladinami a tým aj výhodnosť celej cenovej arbitráže (Neumann et al., 2010, p. 69).

Ako je z posledných odstavcov vidno, tieto podmienky sú v praxi takmer nedosiahnuteľné a teóriu by sme mohli na základe spomenutého „zhodiť zo stola“. Avšak – čo platí pre trh všeobecne, nemusí platiť pre jeho jednotlivé segmenty. Čo tak automobilový priemysel?

Začnem od postupne konca: kúpa automobilu je investícia na dlhší čas, podľa štúdie iSeeCars vlastní majiteľ automobil po kúpe v priemere viac ako sedem rokov (iSeeCars, 2017). Ak uvážime, že celková náročnosť dovozu (návšteva obchodníka v zahraničí, potrebné kontroly, podávanie a prevzatie žiadostí na úradoch) trvá štyri dni čistého času (nerátam čakacie doby na prevzatie evidenčných čísiel v domácej krajine, v tom období môže spotrebiteľ vozidlo využívať v rámci krátkodobej registrácie, ergo nie sú obmedzením, nákladom), tvorí časová náročnosť dovozu menej ako 0,2 percenta času držania vozidla, čo môžeme považovať za zanedbateľnú hodnotu (stkonline.sk, 2018). Aby sme sa však dostali do nákladovej, nie časovej roviny veci – priemerne zarábajúci človek zarobí v Česku za štyri pracovné dni približne 175 eur, teda asi 4 500 českých korún. To pri základnej verzii bestselleru ŠKODA OCTAVIA tvorí približne 1% z celkovej hodnoty vozidla, pri modeli SUPERB menej ako jedno percento, iba pri najlacnejšom modeli CITIGO to je viac ako dve percentá (Reinis Fischer, 2018) (ČNB, 2019). Teda aj pri pohľade na nákladovú stránku časovej náročnosti hrajú tieto náklady nevelikú úlohu.

Náklady na získavanie informácií sú v tomto prípade taktiež prakticky nulové. Všetky informácie sa dajú získať v súčasnosti zo spoľahlivých internetových zdrojov (stránky štátnych úradov, stránky renomovaných predajcov), takže ak nepočítame poplatok za internetové pripojenie, náklady sa rovnajú nule a tým splňame aj druhý predpoklad platnosti teórie (Ministerstvo vnútra SR, 2019).

Ďalšou podmienkou je voľný obchod medzi krajinami. To by sme mohli hneď na začiatok odobrať ako splnené, musím sa tu však na chvíľu pozastaviť. Áno, mnou často spomínané krajiny Slovensko a Česko sú v zóne voľného obchodu, takže neexistujú tarifné prekážky obchodu (clá), ako som už spomenul, dovoz automobilu zo zahraničia však nie je úplne lacnou záležitosťou a náklady v rámci eurozóny činia minimálne 20 000 českých korún, pri nečlenských krajinách tieto náklady neúmerne ďalej rastú. Bohužiaľ, tejto položke sa nevyhneme, môžeme urobiť iba jednu vec – zvážiť, či hrá v tomto prípade nejakú rolu. Ak by sme si za príklad vzali najpredávanejší automobil na českom trhu v minulom roku – model ŠKODA OCTAVIA (Svaz dovozcu automobilů, 2019), ktorej cenovka začína na hodnote 437 900 českých korún (ŠKODA AUTO a.s., 2019), náklady na dovoz by tvorili viac ako štyri percentá celkovej hodnoty automobilu. To nie je práve málo, ak by sme však zvážili vlajkovú loď automobilky ŠKODA a najpredávanejšie vozidlo v svojom segmente – model SUPERB, ktorého bežná transakčná cena leží približne na úrovni jeden milión českých korún (ŠKODA AUTO a.s., 2019), podiel dovozných nákladov by tvoril dve percentá z celkovej hodnoty vozidla. Pri porovnávaní v ešte vyšších segmentoch a pri vyšších cenách by podiel ďalej klesal. V tejto časti kritérium nie je splnené v plnej výške a z toho dôvodu budem pri interpretácii svojich výsledkov brať na zreteľ, že odchýlky môže byť spôsobené práve ním.

Poslednou podmienkou je homogenita produktu/produktov. To, že ten istý automobil v tom istom výbavovom stupni nemusí ponúknuť zákazníkovi na dvoch rozdielnych trhoch tú istú protihodnotu je jasné všetkým, ktorí sa touto problematikou zaoberajú (Prokopec, 2017). Tu však nastáva zaujímavý moment – aj keď takáto homogenita nie je na prvý pohľad možná, existuje metodika, ktorú používa samotná automobilka a ktorou sa dá nasimulovať vyrovnanie rozdielov. Jedná sa o tzv. metódu očisťovania cien a cenových indexov, ktorá bude ťažiskovým bodom praktickej časti mojej bakalárskej práce. V skratke ide o to, že produkt, ktorý ponúka menšiu hodnotu pre zákazníka, bude „potrestaný“ tým, že sa mu k cene pričíta tzv. očisťovacia hodnota daného prvku, produkt s vyšším štandardom výbavy bude zas o túto hodnotu

zvýhodnený. Tým budem schopný nasimulovať dokonale homogénny produkt a následne porovnať takto „očistené“ ceny. Výsledok porovnania ukáže, aký je kurz českej koruny a eura v parite, ak využijeme ako spotrebný kôš produkty spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. Tu však už predbieham, tejto problematike sa bude venovať celá druhá časť mojej práce. Ešte predtým zanalyzujem historické pokusy o overenie mnou skúmanej teórie a pokúsím sa nájsť body úrazu, ktorým by som sa mal vyvarovať, resp. im venovať zvýšenú pozornosť

1.4. Historické pokusy o dokázanie a vyvrátenie

Jedna z najznámejších demonštrácií neplatnosti parity kúpnej sily je takzvaný **BigMac Index**. Spomínam ho ako prvý a to z jediného prostého dôvodu – po tom, ako A. Taylor a M. Taylor v roku 2004 tento príklad uverejnili v svojom článku „The Purchasing Power Parity Debate“ v žurnáli Journal of economic perspectives, začali ho preberať aj mnohé bulvárne médiá ako veľkú senzáciu o nespravodlivosti drahšieho pokrmu v tej danej krajine (idnes.cz, 2007). Z toho dôvodu sa toto vysvetlenie teórie dostalo medzi širokú verejnosť, teda i medzi ľudí, ktorí v živote o parite kúpnej sily nepočuli. A čuduj sa svete, vzbudilo veľký záujem.

Samotný BigMac Index overuje (ne)platnosť celej teórie na veľmi jednoduchom produkte – najobľúbenejšom hamburgeri svetového reťazca s rýchlym občerstvením McDonald's. Za predpokladu, že sa jedná o svetoznámy burger s tradičným zložením, malo by ísť o homogénny produkt. Na základe teórie by teda mal stáť vo všetkých kútoch sveta rovnako. Ako však môžeme tušiť, nie je tomu tak a podľa tohoto indexu môžeme priamo zmerať nie len to, či je mena nad/podhodnotená, ale aj ako veľmi. Autori v článku uvádzajú aj konkrétny príklad: v januári roku 2004 mal byť čínsky juan voči americkému doláru podhodnotený o 56% (Taylor and Taylor, 2004).

Vek cez 14 rokov však neuberá tomuto článku nič na hlavnej podstate použiteľnosti pre moju prácu. Vstupné dáta sa síce menia, metodika a cieľ zostáva stále rovnaký. Big Mac index je obdobou metódy cenových indexov, ktorou latnosť parity overujem ja. Moje výpočty sú však v dvoch závažných bodoch zdokonalené – nepoužívam iba jeden produkt, ale 19 (7 modelov značky, v dvoch/troch výbavových stupňoch) a taktiež metódou očistenia ceny produktov docieľujem ich homogénnosť v skúmaných trhoch. Druhé zo spomenutých vylepšení je totiž citelnou slabinou Big Mac indexu – je všeobecne známe, že porcie v reštauráciách s rýchlym občerstvením majú

rôznu veľkosť naprieč regiónmi – najväčšie sú spravidla v Severnej Amerike, najmenšie v Ázii (DailyMail, 2014), takže rozdiely v cene môžu byť spôsobené aj týmto faktorom. Ak je totiž podľa Big Mac indexu čínsky juan podhodnotený voči doláru (teda domáca kúpyschopnosť je väčšia ako v zahraničí), môže to byť spôsobené veľkosťou porcie. V Číne síce spomínaný burger dostaneme pomerne lacnejšie, no bude menší, a záleží už iba na pomere rozdielov v cene a veľkosti porcie, či bude teória platiť. Ak by bol teda Big Mac v januári roku 2004 presne o 56% menší ako ten v USA, tak by parity kúpnej sily platila (Taylor and Taylor, 2004).

Nezostávajme však len pri historickom príklade, ktorý sa navyše ani netýka mnou pozorovaných krajín, ale pozrime sa aj na aktuálnu hodnotu BigMac indexu. V januári 2019 podľa dát The Economist stál obľúbený pokrm v Eurozóne v priemere 4,05 eura a v Českej republike 85 korún. Tieto dáta implikujú kurz v parite na úrovni približne 21 korún za euro, zatiaľ čo sa nominálny kurz pohyboval na úrovni 25.57 českých korún za jedno euro. Podľa tohto porovnania bola teda česká koruna v tomto období podhodnotená voči parite o 17,9% (The Economist, 2019). Bohužiaľ, zdroj neuvádza cenu burgeru samostatne pre jednotlivé krajiny Eurozóny, takže nedokážem urobiť priame porovnanie českého trhu s tým slovenským a nemeckým. S určitosťou však môžem tvrdiť, že pri výpočte priemernej ceny pokrmu v krajinách platiacich eurom malo väčšiu váhu Nemecko.

Aby som však tvrdenie nestaval na dohadoch, vypočítal som si vlastný BigMac index z verejne dostupných informácií. Cena BigMacu na Slovensku v marci 2019 činila 3,20 eura (McDonald's, 2019a), v Nemecku 4,29 eura (Hypperlic.com, 2019) a v Česku 79 korún (McDonald's, 2019b). V tomto prípade by kurz činil 24,69 korún za euro v slovenskej a 18,41 korún v nemeckej parite. Nominálny kurz podľa ČNB činil k 8.3.2019 25,64 českých korún za euro, teda koruna je voči slovenskej parite podhodnotená o 4%, voči nemeckej o 28%. Budú sa tieto hodnoty zhodovať s mojimi výpočtami? Uvidíme v nasledujúcej kapitole.

Ďalším pokusom o overenie teórie s empirickými hodnotami je dokument Španielskej národnej banky z roku 1993. Tá skúma teóriu ako v absolútnej (mnou overovanej), tak aj v relatívnej (dynamickej) verzii na príklade Španielska a v porovnaní s Talianskom, Francúzskom, Nemeckom, USA a Veľkou Britániou. V čom je však zaujímavá pre moju prácu – neskúma iba jeden spotrebiteľský kôš, ale rôzne koše tovarov

a služieb z rôznych odvetví. V analýze síce bola vyvrátená platnosť parity kúpnej sily pre spotrebiteľské ceny, exportné ceny a ceny ľudskej práce, v dlhom období však analytici našli spojitosti v cenách priemyselných výrobkov. Do tejto skupiny patria síce ťažké stroje a polotovary priemyslu, s tými je však automobilový priemysel úzko spojený. Preto môže táto analýza predpovedať, že na mnou skúmanom prípade by sa aspoň čiastočne mohla teória potvrdiť (Jurado and Vega, 1993).

Tretím pokusom je dokument z roku 2013 od Voinea, ktorý skúma platnosť parity v období pred a počas hospodárskej krízy v roku 2008. Na potvrdenie/vyvrátenie používa reálny kurz, resp. ERD index (teda pomer nominálneho menového kurzu a kurzu v parite) a jeho vývoj v čase. Napriek tomu, že v období počas krízy sa mu podarilo nájsť spojitosť medzi paritou kúpnej sily a nominálnym kurzom na príklade britskej libry, eura a japonského jenu, v ostatných periódach a pri ostatných menách sa mu nepodarilo dopracovať k potvrdzujúcim výsledkom. Na druhej strane sa mu však nepodarilo teóriu ani vyvrátiť, ako píše, najmä z dôvodu častých výkyvov cien v krátkom období a nemožnosti priamej konfrontácie v období dlhom (Voinea, 2013).

V tomto momente už bolo o teoretických východiskách, slabinách a problémoch modelu napísané dosť, analýzu som navyše podporil tromi empirickými pokusmi o potvrdenie, resp. vyvrátenie parity kúpnej sily. Myslím si, že je čas prejsť na ťažiskovú časť mojej bakalárskej práce – a to môj vlastný empirický príklad – prípadovú štúdiu ŠKODA AUTO a.s.

2. Prípadová štúdia ŠKODA AUTO a.s.

Načo slúžia teórie? Podľa mňa (a asi nebudem s týmto názorom sám) na to, aby nám pomohli pochopiť, popísať a predpokladať realitu. Teórii som sa venoval v predchádzajúcej kapitole a preto je teraz na rade práve prepojenie s realitou. A vôbec: existuje nejaké, alebo platí vyššie spomenuté iba na papieri a v knihách? Ako som už spomínal, teória parity kúpnej sily pracuje so spotrebiteľským košom – teda súborom produktov. Tie sú najčastejšie predstavované predmetmi bežnej spotreby, ktoré by mali najlepšie odzrkadliť realitu a umožniť porovnanie dvoch trhov. Čo ak do daného koša dáme síce spektrum produktov, ale iba z jedného odvetia priemyslu? A navyše – iba od jednej spoločnosti? Práve to som sa rozhodol urobiť – overiť, nakoľko je teória platná pri aplikovaní na produkty spoločnosti ŠKODA AUTO a.s.

Výber nebol ani zd'aleka náhodný. V tejto spoločnosti som absolvoval viac ako ročnú prax popri štúdiu druhého ročníka na FMV VŠE a posledných päť mesiacov som strávil na odbornej praxi v nemeckom Wolfsburgu, kde som pracoval na cenovom oddelení celej skupiny Volkswagen AG, vrátane českej ŠKODA AUTO. Tento čas mi umožnil získať podrobné informácie o fungovaní cenových stratégií v celej skupine výrobcov a práve tieto poznatky som sa rozhodol využiť v svojej bakalárskej práci. ŠKODA AUTO mi ďalej umožnila viesť odborné konzultácie s jej pracovníkom, ktorého náplňou práce je práve riadenie cenovej a modelovej stratégie viacerých produktov na českom trhu. Ako toto moje snaženie dopadne? Na to si budeme musieť ešte počkať. Nemá zmysel skúmať niečo, čo sme si najprv nepredstavili.

2.1. Základné informácie o spoločnosti a produktoch

ŠKODA AUTO a.s. je pôvodne česká akciová spoločnosť zaoberajúca sa vývojom, výrobou a predajom osobných, nákladných vozidiel a motocyklov, ďalej popredajnej starostlivosti o zákazníka a svoje produkty a čiastočne finančnými službami. Od roku 1991 vlastní 100 % jej akcií nemecký koncern Volkswagen AG.

Začiatky spoločnosti sú datované do roku 1895, kedy Václav Laurin a Václav Klement zostrojili svoj prvý produkt – bicykel. Cez výrobu motocyklov sa títo dvaja páni dostali, aj kvôli ťažkej ekonomickej situácii 20-tych rokov, v roku 1925 až k spojeniu so strojárskym podnikom ŠKODA Plzeň. Do nasledujúceho obdobia sa datujú klasické modely ako ŠKODA Popular, Felicia, Octavia, 1000 MB a ďalšie (ŠKODA AUTO a.s.,

2018). Následne z obdobia po druhej svetovej vojne - obdobia plánovaného hospodárstva sú známe najmä „ľudové“ modely ako 110, 120 a 130. V roku 1989 prišiel prelomový produkt – ŠKODA Favorit. Ten zaostával, aj vďaka dlhým rokom v izolácii od západného bloku, za silnou zahraničnou konkurenciou a spoločnosť potrebovala zmenu. Tá prišla v roku 1991 prechodom do vlastníctva nemeckej skupiny Volkswagen Aktiengesellschaft. Prvým modelom pod vedením a s technikou z Wolfsburgu bola v roku 1996 novodobá Octavia, ktorá de facto zachránila značku a je označovaná za „prelomový model medzi komunistickou minulosťou Škody alias AZNP a dnešnou ŠKODOU AUTO“. Aj vďaka zdieľaniu techniky s koncernovými „súrodencami“ bola značka schopná prinášať relatívne rýchlo na tú dobu konkurencieschopné produkty ako Fabiu a Superb prvej generácie (Bednář, 2015).

Partnerstvo, ak sa to dá takto nazvať, s nemeckou automobilkou pomohlo spoločnosti, krok za krokom, dostať sa tam, kde je teraz – na pozíciu modernej objemovej značky¹, ktorá dokáže 25 rokov po tom, ako im technologicky nesiahala ani po päty, konkurovať západoeurópskym výrobcom a vo veľa aspektoch ich dokonca predčiť. V poslednej dobe sa dokonca hovorí o tom, že samotná ŠKODA AUTO sa stáva tým pravým „Volks-Wagenom“, teda, z nemčiny, ľudovým vozidlom. Za úspech vďačí hlavne využívaniu s nemeckou „matkou“ zhodnej techniky a moderných vymožeností, no zároveň nižšej cene. V Nemecku sa dokonca zaužívala hláška „Die Tochter frisst die Mutter“, teda: „matka požíra dcéru“. To pramení zo stále rastúceho záujmu o mladoboleslavské produkty a zároveň nie práve oslnivých predajných čísiel „matky“ z Wolfsburgu (Heitmann, 2016).

V poslednom období rezonuje skupinou Volkswagen a tým pádom aj značkou ŠKODA AUTO kauza Dieseldgate, kde dochádzalo k manipulácii v meraní emisií z prevádzky vozidiel. Tento škandál spolu s narastajúcimi legislatívnymi krokmi chrániacimi životné prostredie nastrojú dôležitú otázku: ktorým smerom sa bude automobilka smerovať v budúcnosti? Väčšina výrobcov vidí nasledujúce desaťročia v elektromobilite a zdá sa, že ani v Mladej Boleslavi neplánujú nič iné. Už v tomto roku vstúpi do predaja prvý elektrifikovaný model značky – hybridná ŠKODA Superb a následne prvý čisto elektrický model – CITIGO^e. Celkovo chce spoločnosť v roku 2025 ponúkať minimálne 5 modelov naprieč segmentami, ktoré budú poháňané výlučne elektricky (autobild.de, 2018) (ČTK, 2017).

2.2. Metodika výskumu

V svojej práci pozorujem, a teda spotrebiteľský kôš pre účely teórie parity kúpnej sily tvorí portfólio siedmich osobných automobilov, ktoré ŠKODA AUTO a.s. ponúka na európskom trhu (CITIGO, FABIA, SCALA, KAROQ, OCTAVIA, KODIAQ a SUPERB). Jedná sa o všetky modelové rady, no opomínam viaceré karosárske verzie (napr. pri modeli Citigo analyzujem iba cenu trojdverového prevedenia, päťdverového nie) a to z toho dôvodu, že rôzne karosárske verzie daného modelu majú spoločný cenník a líšia sa iba príplatkom za inú (nákladnejšiu a žiadanejšiu) karosársku verziu (napr. príplatok za kombi voči sedanu).

V jednotlivých cenníkoch, ktoré sú jedným z hlavných zdrojov mojej bakalárskej práce, sa vždy nachádzajú ceny za rôzne kombinácie výbav (výbavových stupňov) a motorizácií. Pre potreby výskumu mi slúžia tri základné výbavové stupne (Active, Ambition, Style) a vždy so základnou motorizáciou – pri menších modeloch (CITIGO, FABIA, SCALA, KAROQ) porovnávam základnú benzínovú variantu, pri zvyšných modeloch (OCTAVIA, KODIAQ, SUPERB) základnú naftovú variantu, keďže väčšina týchto veľkých áut sa predáva práve s motorom na diesel. Doplatky za automatické prevodovky a za pohon všetkých štyroch kolies (v základe vždy pohon iba predných kolies a manuálna prevodovka) taktiež nie sú zohľadnené v mojej analýze a to z rovnakého dôvodu ako rôzne karosárske verzie – cenová politika je na všetkých trhoch prakticky totožná, príplatky sú temer rovnaké a preto by neovplyvnili výsledok testu.

Predmetom mojej analýzy taktiež nie sú akčné modely, keďže sa jedná o krátkodobé ponuky a využitie podpory predaja môže mať rôzne dôvody (napr. zviditeľnenie nového modelu, vyrovnanie klesajúceho dopytu na konci životného cyklu modelu, podpora predaja v obdobiach so zníženým dopytom po automobiloch vo všeobecnosti). Analýza druhu akciovej ponuky by bola zdĺhavá a vyžadovala by množstvo interných dát, ktoré, samozrejme, automobilka prísne chráni. Tu by som sa však už výrazne odklonil od témy mojej práce do oblasti marketingu.

Pre výpočty som zvolil metódu odvodenú od tej, ktorú používa sama automobilka na porovnávanie cien svojich produktov s konkurenciou, ale aj jednotlivých produktov svojho portfólia medzi sebou. Jedná sa o metodiku cenových indexov.

Cenové indexy slúžia na porovnávanie cien dvoch konkrétnych produktov, resp. dvoch konkrétnych verzií modelu. Stále musí byť určený tzv. referenčný model,

najčastejšie „naše“ auto, teda auto, ktorého cenu/cenovú stratégiu skúmame. Cenové oddelenie v Mladej Boleslavi bude teda porovnávať napr. model ŠKODA Superb s naftovým motorom o výkone 110 kW v druhom najvyššom dostupnom výbavovom stupni „Style“ s modelom Volkswagen Passat s tým istým motorom a vo výbavovom stupni v podobnej cenovej hladine, teda „Highline“. V tomto porovnaní sa jedná o veľmi podobné automobily – zdieľajú rovnaký motor, ale i iné diely podvozka a karosérie a ponúkajú temer totožnú užitnú hodnotu. Vieme, že ŠKODA stojí napr. 900.000 Kč a Volkswagen 950.000 Kč. Výpočet prebieha nasledovne: predelíme cenu Volkswagenu cenou ŠKODY ($950.000./900.000$ Kč, tj. 1,056). Z toho vyplýva, že Volkswagen stojí 1,056-násobok ŠKODY, je teda, v percentuálnom vyjadrení, o 5,6 % drahší. Táto situácia by mohla vyzeráť celkom priaznivo pre značku ŠKODA AUTO (ponúka prakticky totožný produkt, no už na prvý pohľad lacnejšie), no použili sme iba úplne základný výpočet s použitím cenníkových cien a bez ohľadu na rozdiely, ktoré sú medzi vybavením jednotlivých modelov. Po podrobnej analýze môžeme zvoliť veľmi podobné produkty, no prax ukázala, že totožné nebudú za žiadnych okolností. Preto sa na porovnávanie nevyužíva bežná cenníková cena (tá, za ktorú si zákazník vozidlo reálne zakúpi) ale tzv. očistená cena.

Tu sa dostávame opäť ku ďalšej celkom sofistikovanej metóde očisťovania cien. Síce nejde o prevratný vynález koncernu Volkswagen – fakt, že ak nejaká vlastnosť nášmu produktu oproti konkurencii chýba, musíme odčítať istú sumu od našej finálnej ceny, resp. ak náš produkt ponúka istú hodnotu navyše, túto sumu by sme mali k finálnej cene pričítať, poznamenáva aj Kotler a Keller (Kotler and Keller, 2000). Zaujímavé je však detailne prepracované prevedenie tohto procesu. Úlohou tohto procesu, ako je zrejmé, je nasimulovanie identického produktu a zmazanie vyššie spomenutého rozdielu. Ak sa vrátíme k predchádzajúcemu príkladu – ŠKODA je síce o 5,6 % lacnejšia pre zákazníka, no za túto cenu môže ponúkať menej vybavenia, alebo mierne nižšiu užitnú hodnotu. Teda napríklad: Volkswagen môže za túto cenu predávať automobil vybavený navigáciou a koženými sedačkami, zatiaľ čo by zákazník v predajni mladoboleslavskej automobilky dostal iba rádio a sedel by na lacnejšej textílii. To musí byť samozrejme vo výpočtoch zohľadnené a to buď pričítaním hodnoty týchto dvoch výbav k cene ŠKODY, alebo odčítaním tej istej hodnoty od cenníkovej ceny Volkswagenu. Či to urobím jedným, alebo druhým spôsobom, výsledok bude v medziach mojej práce rovnaký, pri komplexnejších výpočtoch, ktoré vykonáva samotná značka na tom však už záleží.

Situácia je nasledovná: mám dva produkty, za dve rozdielne ceny a s odlišnými špecifikáciami. Rozhodol som sa, že meniť budem cenu Volkswagenu. Modelu Passat teda musím (aby boli výpočty správne) odčítať istú hodnotu od cenníkovej ceny. Koľko to však má byť?

Táto otázka je v realite mimoriadne komplexná, pre účely mojej práce však bude postačovať zjednodušený model. Jednoducho zoberiem cenu, ktorú by musel zákazník zaplatiť u predajcu ŠKODA AUTO za tieto dva prvky výbavy a pričítam ich k cenovke Volkswagenu Passat, teda konkurenčného modelu. Len pre zaujímavosť uvediem, že v praxi sa využívajú tzv. očisťovacie hodnoty, ktorých určovanie prebieha podľa situácie na automobilovom trhu a existuje samostatné koncernové oddelenie, ktoré sa touto problematikou zaoberá

V tomto okamihu disponujem všetkými informáciami potrebnými na určenie indexovej pozície našich dvoch porovnávaných vozidiel. Cenníková cena ŠKODY je teda spomenutých 900.000 Kč, Volkswagenu 950.000 Kč. Z cenníku si zistíme, že za navigáciu by sme si museli priplatiť 10.000 Kč a za kožené poťahy sedadiel 50.000 Kč. Očistená cena Volkswagenu teda činí 890.000 Kč ($950.000 - 10.000 - 50.000$ Kč). V tomto momente už môžeme stanoviť tzv. očistený cenový index a to predelením očistených cien: $890.000 / 900.000 = 0,989$, Volkswagen je teda očištený lacnejší o 1,1%. A to je presne hodnota, ktorá ma bude zaujímať – hodnota, ktorú budem prevádzať na kurz v parite, samozrejme za iných okolností.

Celý proces indexovania som popísal na sice fiktívnych číslach, ale reálnom príklade. Porovnával som dva konkurenčné modely a to z dôvodu jednoduchšieho vysvetľovania, ako by tomu bolo v prípade jedného modelu na dvoch trhoch a pri cenách v rozdielnych menách. S týmto mojím rozhodnutím sa však spája jeden problém – ak by sme aj dosiahli identickú špecifikáciu oboch porovnávaných modelov, stále by sme homogénny produkt nedosiahli – tieto dve vozidlá by sa stále od seba líšili dizajnom a najmä značkou – ak by totiž ŠKODA SUPERB mala o 1,1% vyššiu hodnotu pre zákazníka (napr. na základe prieskumu na trhu), môj vyššie popísaný príklad by sme ešte museli očistiť o túto zákaznícky relevantnú hodnotu a v tom prípade by boli obidva produkty pre zákazníka rovnako hodnotné. Kalkulácie v mojej práci však tento problém so spomenutým príkladným výpočtom nezdediajú, keďže ide rovnaké produkty rovnakej značky, ktoré sú navyše vyrobené v jednom závode a na jednej linke.

Môj výpočet je zobrazený v prehľadnejšej forme v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka 1: Výpočet indexovej pozície ŠKODA Superb a Volkswagen Passat

	ŠKODA Superb	Volkswagen Passat
Špecifikácia	2.0 TDI 110 kW Style	2.0 TDI 110 kW Highline
Cenníková cena	900.000 Kč	950.000 Kč
Cenníkový index	<i>Referenčný model</i>	5,6 %
Očistenie		-10.000 Kč (navigácia) -50.000 Kč (kožené poťahy sedadiel)
Očistená cena		890.000 Kč
Očistený index		-1,1 %

Zdroj: vlastné spracovanie

V ďalšom kroku používam syntézu a z čiastkových výpočtov zistujem, aká je úroveň cenového indexu medzi produktovými portfóliami na rôznych trhoch. Výsledné hodnoty prevediem z percentuálneho vyjadrenia používaného v modeli do kurzu v parite.

Posledným krokom mojej práce je porovnanie kurzu v parite s aktuálnym nominálnym kurzom. V prípade, že sa hodnoty budú líšiť, budem ďalej analyzovať dôvody, prečo k odklonu došlo, resp. či k nemu došlo medzi všetkými trhami (teória môže platiť medzi Českom a Slovenskom, nemusí však platiť medzi Českom a Nemeckom). Dôvody budem, samozrejme, hľadať ako interné (ovplyvnené cenovou politikou spoločnosti a koncernom Volkswagen AG) tak i externé (odlišnosti jednotlivých trhov, ako napr. výška DPH).

2.3. Výskum

Teraz sa už konečne dostávam k hlavnému bodu svojej práce. V nasledujúcich sekciách postupne prevediem výpočty pre všetky modelové triedy a taktiež stručne okomentujem výber verzie produktu a hlavné rozdiely medzi trhmi.

Zdrojom pre celú túto podkapitolu sú cenníky a webové konfiguratory jednotlivých importérov značky v aktuálnom stave k 8.3.2019 dostupné na internetových stránkach skoda-auto.cz, skoda-auto.sk a skoda-auto.de.

2.3.1. Modelová trieda CITIGO

Prvá a najmenšia modelová trieda mladoboleslavskej značky sa volá CITIGO. Ako už názov napovedá, ide o malé auto určené najmä do mesta. Vzhľadom k faktu, že model je na trhu už od roku 2011, aj napriek modernizácii v roku 2017 neponúka žiadne moderné technické vychytávky (bezpečnostné systémy, konektivitu). Z toho dôvodu rozdiely vo vybavenosti medzi trhmi sú relatívne malé.

Ako môžeme vidieť v tabuľke 2, najväčšou položkou očistenia je päťročná záruka, ktorú zákazník na Slovenku dostane zadarmo, v Česku za akciovú cenu 2000 korún, no v Nemecku si za ňu priplatí viac ako päťsto eur.

Najvybavenejšie vozidlo v rámci jedného stupňa ponúka nemecký importér, pri pohľade na cenovku však pre tento fakt nájdeme aj dôvod. Po očistení je nemecké vozidlo dokonca menej výhodné – rozdiel vo výslednej cene oproti zvyšným trhom činí viac ako 2 000 eur. Ak ide porovnanie Česka a Slovenska, rozdiely sú minimálne - o čom svedčí aj kurz v parite blížiaci sa k nominálnemu kurzu ČNB.

Tabuľka 2: Výpočet kurzu v parite na modeli CITIGO

Trh Model	CZ CITIGO Active 1.0 MPI 44 kW 5MP	SK CITIGO Active 1.0 MPI 44 kW 5MP	DE CITIGO Active 1.0 MPI 44 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK		Záruka 5 rokov 509 €
Cena (nominálna)	199 900 CZK	7 990 €	9 870 €
Cena (očistená)	201 900 CZK	7 990 €	10 379 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	25,27
Kurz v parite CZK/EUR DE	19,45

Trh Model	CZ CITIGO Ambition 1.0 MPI 44 kW 5MP	SK CITIGO Ambition 1.0 MPI 44 kW 5MP	DE CITIGO Ambition 1.0 MPI 44 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK rádio Blues 4 900 CZK palubný počítač 2 100 CZK	rádio Blues 377 € palubný počítač 54 €	záruka 5 rokov 509 €
Cena (nominálna)	220 900 CZK	8 660 €	10 660 €
Cena (očistená)	229 900 CZK	9 091 €	11 169 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	25,29
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,58

Trh Model	CZ CITIGO Style 1.0 MPI 44 kW 5MP	SK CITIGO Style 1.0 MPI 44 kW 5MP	DE CITIGO Style 1.0 MPI 44 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK DAB 3 400 CZK rádio Swing 6 000 CZK kožený volant 7 400 CZK	DAB 179 € rádio Swing 262 € kožený volant 346 €	záruka 5 rokov 509 €
Cena (nominálna)	237 900 CZK	9 560 €	12 180 €
Cena (očistená)	256 700 CZK	10 347 €	12 689 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	24,81
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,23

Kurz v parite CZK/EUR SK	25,12
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,09
Nominálny kurz ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfigurátorov importérov

2.3.2. Modelová trieda FABIA

Druhým zástupcom modelovej línie ŠKODA AUTO je model FABIA v segmente malých automobilov. Taktiež sa jedná o vozidlo prevažne určené do mestských podmienok, no po nedávnej modernizácii dokáže modernou výbavou konkurovať aj vyšším segmentom. Ponúka moderné asistenčné a bezpečnostné systémy ako prednázový asistent, asistent kontrolovania slepého uhla, adaptívny tempomat či konektivitu so smartfónami.

V ponuke sú taktiež viaceré motorizácie s vyšším výkonom. Pre porovnanie v základnom výbavovom stupni Active používam základnú verziu 1.0 MPI s výkonom 44 kW, ktorá však už nie je dostupná pre ďalšie výbavy. V prostrednom stupni preto porovnávam motorizáciu 1.0 MPI s výkonom 55 kW a v najvyššom Style dokonca moderný turbo agregát 1.0 TSI 70 kW, keďže tu nie je dostupná už ani prostredná varianta.

Pri tomto modeli sú už rozdiely v produkte významnejšie. Najvybavenejšie auto ponúka slovenský importér, naopak zas nemecký. Logicky by sa podľa toho mali odvíjať aj ceny, situácia je však úplne opačná – v Nemecku nie len že zákazník dostane najmenej, ale aj za to zaplatí najviac. A rozdiel oproti „východným“ trhom je fakt významný – činí približne 5 000 eur, čo je takmer o polovicu viac. Český variant síce za slovenským mierne zaostáva, rozdiel je však oveľa menej dramatický ako v prvom prípade, po očistení výbav je rozdiel približne 6 %.

Tabuľka 3: Výpočet kurzu v parite na modeli FABIA

Trh Model	CZ FABIA Active 1.0 MPI 44 kW 5MP	SK FABIA Active 1.0 MPI 44 kW 5MP	DE FABIA Active 1.0 MPI 44 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK	15" oceľové disky 260 €	záruka 5 rokov 559 € el. okna vpredu 230 € klimatizácia 990 € diaľkové ovládanie 160 €
Cena (nominálna)	264 900 CZK	9 700 €	13 090 €
Cena (očistená)	266 900 CZK	9 960 €	15 029 €

Kurz v parite CZK/EUR SK 26,80

Kurz v parite CZK/EUR DE 17,76

Trh Model	CZ FABIA Ambition 1.0 MPI 55 kW 5MP	SK FABIA Ambition 1.0 MPI 55 kW 5MP	DE FABIA Ambition 1.0 MPI 55 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK MuFu 5 000 CZK palubný počítač 4 000 CZK tempomat 9 000 CZK	tempomat 150 €	záruka 5 rokov 559 € hmlovsky 190 € 15" ALU disky 500 € MuFu 320 €
Cena (nominálna)	304 900 CZK	10 800 €	14 990 €
Cena (očistená)	324 900 CZK	10 950 €	16 559 €

Kurz v parite CZK/EUR SK 29,67

Kurz v parite CZK/EUR DE 19,62

Trh Model	CZ FABIA Style 1.0 TSI 70 kW 5MP	SK FABIA Style 1.0 TSI 70 kW 5MP	DE FABIA Style 1.0 TSI 70 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK 16" ALU disky 5 300 CZK dažďový senzor 4 000 CZK	BiLED svetlomety 941 € asistent rozjazdu 95 €	záruka 5 rokov 559 € BiLED svetlomety 876 € 16" ALU disky 240 € automatická klimat. 390 € asistent rozjazdu 70 €
Cena (nominálna)	349 900 CZK	13 300 €	18 290 €
Cena (očistená)	361 200 CZK	14 336 €	20 425 €

Kurz v parite CZK/EUR SK 25,20

Kurz v parite CZK/EUR DE 17,68

Kurz v parite CZK/EUR SK 27,22

Kurz v parite CZK/EUR DE 18,35

Nominálny kurz ČNB 25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.3.3. Modelová trieda SCALA

SCALA je hatchback nižšej strednej triedy, nástupca obľúbeného modelu so známym menom RAPID. Tvorí akýsi most medzi malými mestskými vozidlami CITIGO a FABIA a bestsellerom OCTAVIA. Spolu s jeho uvedením na trh sa spustila vlna kritiky na obmedzenú ponuku motorizácií a úplnú absenciu pohonu oboch náprav (4x4). To je dané tým, že aj napriek začleneniu do nižšej strednej triedy na základe veľkosti a ceny (delenie SDA – Svaz dovozcu automobilů) model stojí na platforme MQB A0, ktorú skupina Volkswagen používa pre modely malých automobilov. A obmedzenia nie sú viditeľné iba v tomto ohľade.

SCALA je úplne nový model značky, preto sa české zastúpenie rozhodlo využiť metódu skimmingu (zbierania smotany) (Kotler and Keller, 2000) a aspoň na začiatku predajov neponúkať základný výbavový stupeň Active, teda zákazníci na výber iba vyššie stupne Ambition a Style. Pre tento model nie je dostupný prémiový stupeň Laurin & Klement, z toho dôvodu si musím pri svojich výpočtoch vystačiť s porovnaním iba dvoch variant. Vzhľadom ku komplexnosti mojich výpočtov však vypustenie jednej (resp. dvoch – rovnaká situácia sa opakuje pri modeli KAROQ) variant nebude mať vplyv na výpovednú hodnotu celej práce.

Suverénne najviac protihodnoty za zaplatené peniaze ponúka slovenský importér. Štandardnou výbavou prevyšuje český produkt v priemere o 1 500 eur, nemecký na stupni Style o takmer 3 000 eur. Cenníková cena leží približne 400 eur nad českým produktom a o viac ako 5 000 eur nad nemeckým. Slovenský automobil je teda po očistení najvýhodnejším z porovnania – oproti českému približne o 6 %, oproti nemeckému o viac ako 25%.

Tabuľka 4: Výpočet kurzu v parite na modeli SCALA

Trh Model	CZ SCALA Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP	SK SCALA Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP	DE SCALA Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP
Dodatočná výbava	16" ALU disky 12 100 CZK 8 reproduktorov 5 000 CZK rezerva 1 500 CZK el. okna vzadu 5 000 CZK MuFu 11 000 CZK park. senzory 9 200 CZK auto klimatizácia 11 500 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK		vyhr. sedadla 250 € auto klimatizácia 520 € záruka 5 rokov 739 €
Cena (nominálna)	394 900 CZK	16 230 €	21 450 €
Cena (očistená)	452 200 CZK	16 230 €	22 959 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	27,86
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,26

Trh Model	CZ SCALA Style 1.0 TSI 85 kW 6MP	SK SCALA Style 1.0 TSI 85 kW 6MP	DE SCALA Style 1.0 TSI 85 kW 6MP
Dodatočná výbava	bezklúčový vstup 4 800 CZK vyhrievaný volant 3 000 CZK parkovacie senzory 8 100 CZK Auto light assist 3 500 CZK bezdrôtové nabíjanie 6 100 CZK opierka vzadu 3 600 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK		LED svetlomety 740 € bezklúčový vstup 170 € vyhrievaný volant 120 € parkovacie senzory 310 € Image paket 210 € Auto light assist 190 € bezdrôtové nabíjanie 260 € opierka vzadu 150 € záruka 5 rokov 739 €
Cena (nominálna)	449 900 CZK	18 030 €	23 400 €
Cena (očistená)	481 000 CZK	18 030 €	26 289 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,68
Kurz v parite CZK/EUR DE	18,30

Kurz v parite CZK/EUR SK	27,27
Kurz v parite CZK/EUR DE	19,00
Nominálny kurz ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.3.4. Modelová trieda KAROQ

Prvým zástupcom módného SUV segmentu v mojom porovnaní je model KAROQ. Donedávna najmenšie športovo-úžitkové vozidlo značky patrí do triedy kompaktných SUV a teší sa veľkej obľube, o čom svedčia bohužiaľ aj dlhé čakacie lehoty na dodanie vyrobeného vozidla (auto.cz, 2017).

Automobilka si je vysokého dopytu samozrejme vedomá a skimming je využitý taktiež aj pri tomto modeli. KAROQ je dostupný vo verziách Ambition, Style, offroadovom prevedení SCOUT a športovo ladenom kabáte SPORTLINE. Posledné dva deriváty pre potreby tejto práce nevyužijem a to z dôvodu, že sa jedná o verzie odvodené od štandardnej výbavy Ambition a cenový rozdiel je centrálné daný pre všetky trhy. Preto aj tu porovnávam iba dva varianty.

Vysoký záujem o tento produkt využíva najmä nemecký importér – pri pohľade do tabuľky 5 je viditeľný rozdiel oproti Slovensku a Česku v cenníkovej cene viac ako štyri tisíc eur, po očistení je to dokonca ešte viac, v relatívnom vyjadrení takmer 20%. Najlacnejšie opäť nakúpi spotrebiteľ na Slovensku, v porovnaní s Českom približne o 2% po očistení výbav.

Tabuľka 5: Výpočet kurzu v parite na modeli KAROQ

Trh Model	CZ KAROQ Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP	SK KAROQ Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP	DE KAROQ Ambition 1.0 TSI 85 kW 6MP
Dodatočná výbava	17" ALU disky 6 500 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK	rádio 8" displej 266 € DAB 107 € 17" ALU disky 304 €	rádio 8" displej 360 € záruka 5 rokov 899 €
Cena (nominálna)	544 900 CZK	20 500 €	24 890 €
Cena (očistená)	553 400 CZK	21 177 €	26 149 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,13
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,16

Trh Model	CZ KAROQ Style 1.5 TSI 110 kW 6MP	SK KAROQ Style - 1.5 TSI 110 kW 6MP	DE KAROQ Style - 1.5 TSI 110 kW 6MP
Dodatočná výbava	alarm 6 900 CZK 18" ALU disky 7 500 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK	vyhr. sedadlá vzadu 164 € navigácia 482 € 18" ALU disky 355 € DAB 107 € zatmavené okná 149 €	LED svetlomety 990 € alarm 250 € adaptívny tempomat 280 € navigácia 650 € zatmavené okná 190 € chromové lišty okien 440 € vyhr. sedadlá vzadu 250 € záruka 5 rokov 899 €
Cena (nominálna)	644 900 CZK	24 000 €	28 690 €
Cena (očistená)	661 300 CZK	25 257 €	32 639 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,18
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,26

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,16
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,71
Nominálny kurz ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.3.5. Modelová trieda OCTAVIA

Bestseller, evergreen, český sen. Všetky tieto pomenovania by sme mohli použiť pre bezkonkurenčne najpredávanejšie auto v Českej republike – model ŠKODA OCTAVIA. Za tento fakt vďačí najmä vysoko nadpriemerným rozmerom interiéru, gigantickému batožinovému priestoru a rozumnej cene. ŠKODA by nikdy nebola tak ďaleko, ako teraz je, ak by v roku 1996 neprišlo k využitiu platformy Volkswagenu Golf pre predstavenie prvého moderného automobilu značky.

Základnou naftovou motorizáciou je štvorvalec 1.6 TDI o výkone 85 kW, ktorý používam pre porovnávanie vo výbavových stupňoch Active a Ambition. Ten je síce dostupný aj vo vyššom stupni Style, tu som sa však rozhodol mierne sa odchýliť od metodiky a porovnávam dvojlitrový turbodiesel o výkone 110 kW a s automatom. Dôvod je jednoduchý – väčšina týchto áut sa predá práve v tejto kombinácii. A ak chceme overiť platnosť teórie v realite, musíme sa k realite čo najviac priblížiť.

Ako je zjavné z tabuľky 6, najviac vybavené a taktiež najlacnejšie je auto „pod Tatrami“. Už v tomto momente môžem predpokladať, že vyššiu cenu na nemeckom trhu budú mať všetky modely a dôvody, prečo to tak je, budem hľadať v nasledujúcej podkapitole. Už teraz tuším, že budú komplexnejšie a zložené z viacerých faktorov. Čo však veľmi zložité nie je, je rozdiel medzi trhom českým a slovenským. Ako som napísal v prvých riadkoch tejto stránky – model OCTAVIA má v Česku tak silné postavenie, že si automobilka jednoducho môže za ňu pýtať viac ako na inom trhu a zákazník to predsa zaplatí.

Zaujímavé je, že aj keď v priemere na celom modeli je najvýhodnejší nákup v najvýhodnejšej z mnou porovnávaných krajín, v najvyššom stupni Style je to medzi Českom a Slovenskom nezvyčajne vyrovnané. Môže za to fakt, že česká verzia má LED svetlomety v tomto stupni už v základe, zatiaľ čo na Slovensku sú za príplatok. A ak je nejaká výbava za príplatok, vždy bude (na základe firemných politík) zákazníka stáť viac, ako keď si za ňu platí v príplatku za vyšší stupeň výbavy. Ak by sa slovenský importér rozhodol dať tento prvok už do základného obsahu výbavy Style, zákazníka by teda stál možno iba o 500 eur viac, zatiaľ čo teraz príplatok činí viac ako 1 000 eur.

Zvyšok dorovňovania medzi českou a slovenskou verzou je väčšinou v maličkostiach za tisícky korún, nemecká opäť ťahá za kratší koniec. Chýba jej napríklad drahá päťročná záruka, ale i klimatizácia v základe, alebo hliníkové disky kolies.

Tabuľka 6: Výpočet kurzu v parite na modeli OCTAVIA

Trh Model	CZ OCTAVIA Active 1.6 TDI 85 kW 5MP	SK OCTAVIA Active 1.6 TDI 85 kW 5MP	DE OCTAVIA Active 1.6 TDI 85 kW 5MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK hmlovky 5 000 CZK Bluetooth 3 500 CZK kožený volant 6 500 CZK		záruka 5 rokov 729 € hmlovky 170 € Bluetooth 150 € klimatizácia 1 140 € kožený volant 190 €
Cena (nominálna)	497 900 CZK	19 830 €	23 410 €
Cena (očistená)	514 900 CZK	19 830 €	25 789 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	25,97
Kurz v parite CZK/EUR DE	19,97

Trh Model	CZ OCTAVIA Ambition 1.6 TDI 85 kW 5MP	SK OCTAVIA Ambition 1.6 TDI 85 kW 5MP	DE OCTAVIA Ambition 1.6 TDI 85 kW 5MP
Dodatočná výbava	klimatizácia auto 18 100 CZK asistent rozjazdu 2 000 CZK MuFu 5 000 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK		klimatizace autom. 470 € 16" ALU disky 560 € MuFu 190 € záruka 5 rokov 729 € asistent rozjazdu 80 €
Cena (nominálna)	557 900 CZK	21 050 €	25 640 €
Cena (očistená)	585 000 CZK	21 050 €	27 669 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	27,79
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,14

Trh Model	CZ OCTAVIA Style 2.0 TDI 110 kW 7AP	SK OCTAVIA Style 2.0 TDI 110 kW 7AP	DE OCTAVIA Style 2.0 TDI 110 kW 7AP
Dodatočná výbava	17" ALU disky 5 800 CZK DAB 3 000 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK	LED svetlomety 1 035 € parkovacie senzory 326 € DAB 111 €	LED svetlomety 750 € lišty okien chróm 110 € 17" ALU disky 330 € bezklúčový vstup 390 € záruka 5 rokov 729 € parkovacie senzory 310 €
Cena (nominálna)	718 900 CZK	26 580 €	31 400 €
Cena (očistená)	729 700 CZK	28 052 €	34 019 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,01
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,45

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,59
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,85
Nominálny kurz ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.3.6. Modelová trieda KODIAQ

Najväčšie SUV a „terénna“ vlnková loď značky – ŠKODA KODIAQ. Ospevovaný od svojho predstavenia za veľkorysé priestorové pomery (už typický znak vozidiel z Mladej Boleslavi), Simply Clever riešenia¹ a moderný dizajn. Ochladenie prišlo, keď sa začali plniť čakacie listiny, výroba nestíhala a dodacie lehoty sa pohybovali na časovom úseku jedného roka. Inak sa jedná o SUV na hornej hranici triedy kompaktných športovo-úžitkových vozidiel ponúkaný v mnohých verziách a derivátoch, ako napr. „offroadový“ SCOUT, športovejšie vyzerajúci Sportline, luxusný Laurin&Klement, či výkonná verzia RS.

Pre porovnávanie využívam dvojlitrový naftový agregát ponúkaný naprieč celým spektrom modelov skupiny Volkswagen. V základnej verzii Active úplne najlacnejšiu verziu – s náhonom prednej nápravy, automatickou prevodovkou a nižším výkonom 110 kW. Následne som v stupni Ambition dodal pohon oboch náprav, lebo verzia s náhonom iba predných kolies nebola dostupná na všetkých troch trhoch. Vo verzii Style som siahol po silnejšej z dvojice variant tohto motora a opäť s prostého dôvodu – jedná sa o najpredávanejšiu kombináciu na tomto modeli.

Ako sa už stalo zvykom, najlacnejšie a najvýhodnejšie zákazník nakúpi na Slovensku, najmenej výhodne opäť v Nemecku. V bratskom česko-slovenskom súboji sa jedná väčšinou o menšie rozdiely, s výnimkou výbavového stupňa Style, kde je český variant badateľne vybavenejší. Rozdiel je však opodstatnený nižšou cenovkou a rozdiel je po očistení minimálny. Nemecká verzia ťahá za kratší koniec na všetkých frontoch – už viackrát spomínaná predĺžená záruka, multimédiá, či komfortné prvky ako vyhrievanie sedadiel a signalizácia pri parkovaní. To všetko rezultuje v rozdiel takmer 10%.

¹ Simply Clever – motto značky, ktoré označuje rôzne chytré riešenia a maličkosti ako škrabku na ľad vo viečku nádrže, držiak na parkovacie lístky na čelnom skle, čo háčiky v batožinovom priestore

Tabuľka 7: Výpočet kurzu v parite na modeli KODIAQ

Trh Model	CZ KODIAQ Active 2.0 TDI 110 kW 7AP	SK KODIAQ Active 2.0 TDI 110 kW 7AP	DE KODIAQ Active 2.0 TDI 110 kW 7AP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK park. senzory vzadu 9 000 CZK hmlovky 5 000 CZK	17" ALU disky 550 €	záruka 5 rokov 979 € park. senzory vzadu 340 € MuFu. 140 € 17" ALU disky 530 €
Cena (nominálna)	779 900 CZK	28 830 €	32 640 €
Cena (očistená)	795 900 CZK	29 380 €	34 629 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	27,09
Kurz v parite CZK/EUR DE	22,98

Trh Model	CZ KODIAQ Ambition 2.0 TDI 110 kW 7AP 4x4	SK KODIAQ Ambition 2.0 TDI 110 kW 7AP 4x4	DE KODIAQ Ambition 2.0 TDI 110 kW 7AP 4x4
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK vyhr. predné sedadlá 7 000 CZK DAB 3 000 CZK chrom. lišty okien 6 000 CZK ovládanie DSG volant 2 500 CZK	park. senzory vpredu 321 € chrom. lišty okien 268 €	záruka 5 rokov 979 € vyhr. predné sedadlá 250 € park. senzory vpredu 310 € rádio 8" 350 €
Cena (nominálna)	884 900 CZK	33 030 €	37 340 €
Cena (očistená)	905 400 CZK	33 619 €	39 229 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,93
Kurz v parite CZK/EUR DE	23,08

Trh Model	CZ KODIAQ Style 2.0 TDI 140 kW 7AP 4x4	SK KODIAQ Style 2.0 TDI 140 kW 7AP 4x4	DE KODIAQ Style 2.0 TDI 140 kW 7AP 4x4
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK DAB 3 000 CZK el. sedačka spolujazd. 15 000 CZK	rezerva 11 € sound systém 378 € vyhr. zadné sedadlá 168 € DAB 110 € el. sedačka spolujazdca 510 € park. kamera 381 € asistent únavy 42 € akustické zatmav. okná 293 €	záruka 5 rokov 979 € rezerva 100 € sound systém 490 € vyhr. zadné sedadlá 250 € park. kamera 360 € asistent únavy 50 € navigácia 650 € akustické zatmav. okná 190 €
Cena (nominálna)	1 019 400 CZK	37 130 €	41 040 €
Cena (očistená)	1 039 400 CZK	39 023 €	44 109 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,64
Kurz v parite CZK/EUR DE	23,56

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,89
Kurz v parite CZK/EUR DE	23,21
Nominálny kurz	
ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.3.7. Modelová trieda SUPERB

Nie nadarmo sa hovorí: to najlepšie na koniec. Vlajková loď, prezidentská limuzína a najväčšie vozidlo značky. Model na hranici strednej a vyššej strednej triedy, ponúkaný ako vo verzii liftback² aj obľúbenej kombi, s plejádou motorizácií od 110 do 200 kW, benzínovými i spaľovacími naftu, s manuálnou i automatickou prevodovkou, možnosťou náhonu na všetky štyri kolesá a množstvom najmodernejších asistenčných a bezpečnostných systémov. Model obľúbený najmä medzi vodičmi služobných vozidiel a najčastejší zástupca firemných flotíl pre vrcholový manažment – ŠKODA SUPERB.

Podľa metodiky mojej práce opäť porovnávam najlacnejšiu naftovú motorizáciu 2.0 TDI o výkone 110 kW a s manuálnou prevodovkou. Výnimkou, ktorá sa pomaly stáva pravidlom, je stupeň Style, kde som opäť siahol po silnejšom variante tohto motora s automatickou prevodovkou. Ak sa totiž bavíme o manažérskej limuzíne, práve táto kombinácia je tá najčastejšia, najobľúbenejšia a taktiež najbežnejšia v systéme operatívnych lízingov, ktoré sú pre tento segment veľmi významné.

A ak som napísal, že práve tento model je ten najväčší v ponuke mladoboleslavskej automobilky, tak nie je najväčší iba rozmermi, ale i rozdielmi medzi trhmi. Pri „bratskom“ porovnávaní medzi Českom a Slovenskom je rozdiel približne 6% celkovej ceny vozidla a je tvorený najmä navigáciou a hodnotnejšími poťahmi sedadiel, ktoré slovenský importér núka bez príplatku.

Porovnanie týchto dvoch trhov s Nemeckom začína naberať závrtných rozmerov a pomaly ničí základy teórie, o ktorej som na začiatku práce písal ako o svojej obľúbenej. Rozdiel tvorí približne 25% celkovej hodnoty vozidla, čo je v absolútnom vyjadrení takmer desať tisíc eur. A to je už, na základe faktov, ktoré som v svojej práci už doposiaľ odprezentoval, viac než slušný priestor na úspešnú cenovú arbitráž.

Teraz už nezostáva nič iné, ako všetky tieto výsledky zlúčiť dokopy a postaviť ich proti realite. Bude sa mnou vypočítaný kurz aspoň približovať nominálnemu kurzu ČNB, a teda: platí teória parity kúpnej sily?

² sedan, ktorý má piate dvere batožinového priestoru otvárateľné aj so zadným sklom

Tabuľka 8: Výpočet kurzu v parite na modeli SUPERB

Trh Model	CZ SUPERB Active 2.0 TDI 110 kW 6MP	SK SUPERB Active 2.0 TDI 110 kW 6MP	DE SUPERB Active 2.0 TDI 110 kW 6MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK hmlovky 7 500 CZK rádio 8" 3 600 CZK MuFu 5 000 CZK		záruka 5 rokov 979 € 16" ALU disky 850 € rádio 8" 330 € parkovacie senzory 340 € klimatizácia autom. 680 € tempomat 220 € MuFu 110 €
Cena (nominálna)	703 900 CZK	26 760 €	30 450 €
Cena (očistená)	722 000 CZK	26 760 €	33 959 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,98
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,26

Trh Model	CZ SUPERB Ambition 2.0 TDI 110 kW 6MP	SK SUPERB Ambition 2.0 TDI 110 kW 6MP	DE SUPERB Ambition 2.0 TDI 110 kW 6MP
Dodatočná výbava	záruka 5 rokov 2 000 CZK bezklúčový vstup 10 100 CZK navigácia 9 700 CZK Lane Assist + BSD 20 000 CZK tканé koberce 1 500 CZK park. senzory 8 400 CZK DAB 3 000 CZK park. kamera 9 000 CZK	DAB 112 €	záruka 5 rokov 979 € BiXenón svetlomety 1 160 € 17" ALU disky 330 € bezklúčový vstup 390 € park. kamera 360 € park. senzory vpredu 310 € tканé koberce 77 € el. sedačka vodiča 1 010 € vyhr. Sedačky vpredu 250 € Lane Assist + BSD 820 € navigácia 1 070 €
Cena (nominálna)	768 900 CZK	28 960 €	33 250 €
Cena (očistená)	832 600 CZK	29 072 €	40 006 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	28,64
Kurz v parite CZK/EUR DE	20,81

Trh Model	CZ SUPERB Style 2.0 TDI 140 kW 7AP	SK SUPERB Style 2.0 TDI 140 kW 7AP	DE SUPERB Style 2.0 TDI 140 kW 7AP
Dodatočná výbava	DAB 3 000 CZK navigácia 9,2" 29 300 CZK Alcantara sedačky 20 000 CZK park. kamera 9 000 CZK záruka 5 rokov 2 000 CZK Lane Assist + BSD	el. sedačka spolujazdca 554 € vyhr. Zadné sedadlá 259 € sound systém 574 € 18" ALU kola 418 € akustické okná 147 €	navigácia 9,2" 1 510 € Alcantara sedačky 1 480 € vyhr. Zadné sedadlá 250 € záruka 5 rokov 979 € Lane Assist + BSD 820 € park. kamera 360 € 18" ALU kola 390 € sound systém 540 € bezklúčový vstup 390 € el. piate dvere 420 € ACC 320 € park. senzory vpredu 310 €
Cena (nominálna)	939 900 CZK	36 260 €	39 650 €
Cena (očistená)	1 003 200 CZK	38 212 €	47 419 €

Kurz v parite CZK/EUR SK	26,25
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,16

Kurz v parite CZK/EUR SK	27,29
Kurz v parite CZK/EUR DE	21,08
Nominálny kurz ČNB	25,64

(08.03.2019)

Zdroj: vlastné spracovanie podľa platných cenníkov a webových konfiguratorov importérov

2.4. Výsledok výskumu

Výsledky za jednotlivé modely som zaviedol do tabuliek 9 a 10 a vypočítal dva priemery – jeden za všetky modely v slovenskej parite (teda český verzus slovenský trh) a jeden za všetky modely v nemeckej parite (český verzus nemecký trh). Jediným rozdielom medzi tabuľkami 9 a 10 je výpočet priemeru z jednotlivých modelových tried. V tabuľke 9 majú všetky modely rovnakú váhu, ide teda o jednoduchý aritmetický priemer, v tabuľke 10 som jednotlivé výsledky prevážil počtom registrácií nových vozidiel v Českej republike za rok 2018 (Svaz dovozců automobilů, 2019). Pre model SCALA nie sú dostupné žiadne predajné čísla (jedná sa o nový model), preto som hodnotu na tomto modeli prevážil počtom predaných vozidiel predchodcu - modelu Rapid. Hodnota nominálneho kurzu v tabuľkách je získaná z webových stránok Českej národnej banky a je platná k dátumu 8.3.2019. Nominálny kurz činí 25,64 českých korun za jedno euro (ČNB, 2019).

Tabuľka 9: Výpočet parity pre celú modelovú radu ŠKODA (bez váh jednotlivých modelov)

Model	Parita CZK/EUR SK	Parita CZK/EUR DE	váha v koši
CITIGO	25,12	20,09	14%
FABIA	27,22	18,35	14%
SCALA	27,27	19,00	14%
KAROQ	26,16	20,71	14%
OCTAVIA	26,59	20,85	14%
KODIAQ	26,89	23,21	14%
SUPERB	27,29	21,08	14%
priemer	26,65	20,47	
nominálny kurz ČNB	25,64	25,64	

Zdroj: vlastné spracovanie na základe výpočtov v predchádzajúcich podkapitolách

Kurz v parite pri porovnávaní slovenského a českého trhu sa rovná 26,65 českých korun za jedno euro. Z toho vyplýva, že česká koruna je voči euru nadhodnotená o 3,9%, teda má vyššiu vonkajšiu kúpnu silu ako domácu (na Slovensku si za jednu korunu kúpim viac, ako v Česku).

Pri porovnávaní českého a nemeckého trhu je rozdiel, ako sa dá predpokladať už z čiastkových výpočtov predchádzajúcich podkapitol, významne väčší. Kurz v parite činí 20,47 koruny za euro, teda česká mena je podhodnotená voči parite o 20,2%. v tomto prípade má česká koruna vyššiu domácu ako vonkajšiu kúpnu silu (v Česku si za jednu korunu kúpim viac, ako v Nemecku).

*Tabuľka 10: Výpočet parity pre celú modelovú radu ŠKODA
(prevážená počtom registrácií nových vozidiel za rok 2018)*

Model	Parita CZK/EUR SK	Parita CZK/EUR DE	váha v koši
CITIGO	25,12	20,09	3%
FABIA	27,22	18,35	25%
SCALA	27,27	19,00	17%
KAROQ	26,16	20,71	8%
OCTAVIA	26,59	20,85	31%
KODIAQ	26,89	23,21	7%
SUPERB	27,29	21,08	8%
priemer	26,60	19,85	
nominálny kurz ČNB	25,64	25,64	

Zdroj: vlastné spracovanie na základe výpočtov v predchádzajúcich podkapitolách

Keďže parita kúpnej sily počíta so spotrebiteľským košom, v ktorom majú jednotlivé tovary a služby rôzne váhy, rozhodol som sa nezanedbať ani túto časť modelu. Pre určenie váh som sa rozhodol použiť jediný verejne dostupný údaj – a to počet novo registrovaných vozidiel daného modelu na českom trhu. Model s najvyšším počtom predaných kusov v danom roku (OCTAVIA) má najvyššiu váhu na celkovom priemere, model s najnižším počtom kusov (CITIGO) zase najnižšiu.

Vzhľadom k faktu, že k odchýlkam od parity som sa dopočítal pri všetkých modeloch, neočakával som výrazné odchýlenie od výsledkov vypočítaných aritmetickým priemerom. V porovnaní so Slovenskom rozdiel na jednom eure činí 5 halierov, v porovnaní s Nemeckom 62 halierov. Česká koruna je v tomto prípade oproti slovenskej parite nadhodnotená o 3,7% (o 0,2 percentuálneho bodu viac, ako v prvom prípade) a oproti nemeckej parite podhodnotená o 22,3% (o 2,1 percentuálneho bodu viac ako pri použití aritmetického priemeru).

V tomto momente by som mohol napísať, že absolútna verzia parity kúpnej sily neplatí pre produkty ŠKODA AUTO a.s. na nemeckom, českom a slovenskom trhu a práca by mohla skončiť. Lenže – tak ľahko sa vzdať nechcem. Zaujal ma totiž rozdiel odchýlok, ktoré som nameral. Zatiaľ čo približne 20%-ná nezrovnalosť už nebude spôsobená štatistickou chybou alebo chybou výpočtu, čísla 3 až 4 percentá stoja za diskusiu. V tomto prípade síce nemôžeme povedať, že by sa kurz úplne rovnal parite, ale to nikto ani nepredpokladal – drobné výkyvy v cenových hladinách sú v ekonomike bežné, o to viac keď robíme výpočty iba na produktoch jednej, ešte k tomu súkromnej, spoločnosti. Tu by som si dovoľil tvrdiť, že kurz sa v dlhom období minimálne blíži

k parite. Prečo si tak dovoľím tvrdiť zdôvodniť v nasledujúcej podkapitole, kde sa taktiež budem venovať jednotlivým príčinám neplatnosti tejto teórie.

2.5. Analýza dôvodov platnosti/neplatnosti teórie

V prvej časti tejto podkapitoly sa budem venovať porovnaniu Česka a Slovenska. Moje výpočty ukázali, že kurz českej koruny a eura sa od parity kúpnej sily medzi týmito dvoma krajinami príliš neodlišuje, no približne štvorpercentná odchýlka je predsa prítomná. Než sa dostanem ku konkrétnym príčinám, chcel by som spomenúť fakt, ktorý síce možno netreba zvlášť rozoberať a pripomínať, no úplne ho vynechať si nedovoľím. A tým faktom je blízka podobnosť slovenského a českého trhu, a to čo sa do kúpyschopnosti dopytu, veľkosti trhu i zloženia obyvateľstva i priemyslu týka. Zjednodušene: ľudia v týchto dvoch krajinách majú podobné mzdy, podobné výdavky a podobnú štruktúru spotreby (Reinis Fischer, 2018). Z toho dôvodu by mali byť ochotní akceptovať porovnateľné ceny za ten istý produkt. A ono to tak v praxi aj je. Príčiny miernej odchýlky vidím dve hlavné: nedávny koniec intervencií ČNB a nedostatky samotného modelu.

Intervenciami, ktoré vykonávala **Česká národná banka** v období od novembra 2013 do apríla 2017 sa snažila oslabiť českú korunu a tým zvýšiť konkurencieschopnosť českých exportérov v zahraničí. Po celú túto dobu držala devízový kurz na úrovni približne 27 korún za euro (ČNB, 2018). Prečo to však spomínam? Veď intervencie skončili pred takmer dvoma rokmi. Trh s automobilmi zas tak rýchlo meniaci sa nie je. Ceny produktov sa nezmenili z dňa na deň po zmene kurzu, ale menia sa postupne. Automobilka si nemôže dovoliť zdražiť svoje produkty na jednom trhu cez noc o viac ako 5% (rozdiel kurzu pred a po intervenciách). Deje sa tak postupne, v priebehu roka, až dvoch. A deje sa tak. Kurz v parite sa síce už nie je teoretických 27 korún za euro, ako nominálny počas intervencií, ale postupne klesá, blíži sa k nominálnemu kurzu 25,64 korún za euro a podľa mnou vypočítanej parity je približne na úrovni 26,74 korún za euro (ECB, 2019).

Druhým z dôvodov odchýlky je **neúplné plnenie podmienok** mnou skúmaného modelu. Ako som už spomínal v prechádzajúcej kapitole, môj príklad neplní predpoklady úplne voľného obchodu medzi krajinami a nulových dopravných nákladov. Ako som uvádzal na príklade dovozu vozidiel ŠKODA OCTAVIA a ŠKODA SUPERB medzi dvoma krajinami Eurozóny, náklady na dovoz, potrebné kontroly a zápis vozidla

(kombinácia prepravných nákladov a istých prekážok vo voľnom obchode) tvoria približne dve až štyri percentá z hodnoty vozidla. Z toho dôvodu je pre firmu dlhodobu prípustné predávať svoje produkty na jednom trhu drahšie práve o takúto čiastku. A ak sa pozrieme o niekoľko odstavcov vyššie zistíme, že v mojich výpočtoch je česká koruna voči euru v slovenskej parite nadhodnotená práve o tri až štyri percentá. Už nám zostáva iba zistiť, prečo sú produkty spoločnosti ŠKODA AUTO drahšie práve na českom, a nie na slovenskom trhu. Ak som spomínal, že tieto dva trhy sú veľmi podobné, nemyslel som tým identické. Priemerná mzda v Česku je predsa mierne (približne o 3 000 Kč mesačne, teda 15%) vyššia, tým pádom je vyššia aj kúpyschopnosť dopytu a teda cena, ktorú sú spotrebitelia za produkt ochotní zaplatiť (Reinis Fischer, 2018). Navyše – ŠKODA AUTO má ako „domáca“ automobilka s históriou na českom trhu silnejšie postavenie (vyšší tržný podiel) a taktiež spotrebitelia k nej majú silnejší emočný vzťah, mnohé rodiny pre túto spoločnosť pracujú už niekoľkú generáciu. To všetko pramení vo fakt, že si môže spoločnosť pýtať za ten istý produkt v Česku, i keď iba veľmi mierne, no predsa viac, ako na Slovensku. Ako však môžeme zdôvodniť markantný rozdiel medzi trhom českým a nemeckým?

Ak si spoločnosť môže účtovať za totožný produkt vyššie sumy pri príjmoch rozdielných už o 15%, čo sa stane, ak je rozdiel 160%? Presne taký je rozdiel v priemerných príjmoch za rok 2018 medzi Nemeckom a Českom (Reinis Fischer, 2018). Sedliacky rozum hovorí. Že rozdiel v cene bude väčší. Napriek tomu, že sa sedliacky rozum nemýli, nehovorí to iba on, ale aj jeden z hlavných efektov vysvetľujúci odchýlky od parity kúpnej sily – **Penn-efekt**. Jav pomenovaný podľa Pennsylvánskej univerzity, na ktorej bol popísaný zjednodušene hovorí, že cenová hladina vo vyspelých štátoch s vyšším HDP bude vyššia ako v menej rozvinutých krajinách s nižšími príjmami (Majerová and Nezval, 2011, p. 127). Napriek tomu, ako jednoducho to znie, práve tu nachádzame celé vysvetlenie. Ľudia s vyššími príjmami totiž budú, tak ako v porovnaní Česka a Slovenska, ochotní zaplatiť za totožný produkt viac. Lenže, ak je rozdiel výrazne väčší, tak aj rozdiel v cene bude razantne rásť.

Rozšírená verzia tohto efektu – **Harrold-Barrasa-Samuelsonov efekt** k tomuto tvrdeniu ešte pridáva zmienku o obchodovateľných a neobchodovateľných statkoch. Za jedlo v kantíne samozrejme môžem požadovať vyššiu cenu, lebo Nemec sa nepríde najesť na obed na Slovensko – v tomto prípade sa bavíme o neobchodovateľnom statku. Čo mu však bráni v tom, aby si prišiel na Slovensko kúpiť automobil (keďže podľa mojich

výpočtov je z mnou skúmaných krajín práve tu najlacnejší) a následne ho doviezol na registroval v Nemecku? Možné to je – preto je automobil statkom obchodovateľným a logicky by malo dochádzať k cenovej arbitráži prostredníctvom ktorej by sa ceny vyrovnali (Majerová and Nezval, 2011, p. 127). Ako som spomínal, existujú isté **bariéry i v rámci Európskej únie**, ktoré bránia úplne voľnému obchodu. Ak je však rozdiel v cene 20% a náklady na arbitráž nanajvýš 5%, musí sa takýto proces vyplatiť a zákazníci ho musia vykonávať. A ono sa to aj deje. **Reexporty nových vozidiel** zakúpených v Českej republike sú veľkou témou už niekoľko posledných rokov (tyden.cz, 2014). Prečo však arbitráž nemá vplyv na vyrovnávanie cien smerom k parite? Jednoducho, deje sa v príliš malých rozmeroch, a to hneď z niekoľkých dôvodov.

Nie všetci Nemci sú ochotní obetovať čas a peniaze na dovoz automobilu zo zahraničia, resp. úspora nie je (subjektívne pre nich) dostatočne veľká na to, aby o tom začali uvažovať. Veľkú rolu hrá i informačná asymetria – mnoho zo zákazníkov z trhov s vyššou cenovou hladinou ani netuší, či a o koľko sú totožné produkty lacnejšie na iných trhoch. A v neposlednom rade – ide o veľkosť trhov. V Českej republike bolo za rok 2018 registrovaných viac ako 260 tisíc nových osobných automobilov (Svaz dovozcu automobilů, 2019), v Nemecku 3,4 milióna (auto motor und sport, 2019). Viete si predstaviť, čo by sa stalo, ak by sa všetci Nemci rozhodli prísť zakúpiť vozidlo do Česka? K produktu by sa nedostali. Jednotlivé trhy totiž majú ročné kapacity výroby, teda maximálne množstvo vozidiel, ktoré môžu z výroby odobrať. Z toho dôvodu by boli všetky vozidlá určené pre Český trh vykúpené už na začiatku roka. Prečo by to však malo exportérom vadiť?

Ono samotný hromadný export do zahraničia nie je vôbec jednoduchý. Po prvé – je na neho potrebné veľké množstvo finančných prostriedkov – na financovanie nákupov a dopravy. Následne – ak sa dejú dovozy vo veľkom – zákazník si dopravu a dovoz nezaobstaráva sám, musí vzniknúť primeraný priestor pre maržu vývozcu/dovozcu. A po tretie – niekto by sa musel k takémuto veľkému množstvu vozidiel dostať. Ak si myslíte, že je jednoduché prísť k obchodníkovi a kúpiť od neho stovky vozidiel, ste na veľkom omyle. Všetky väčšie zákazky (v radoch desiatok vozidiel) spravuje importér, alebo samotná automobilka a tá už z princípu veci nechce, aby sa takéto vývozy a dovozy diali – strácala by totiž odbyť na trhoch, na ktorých má vyššie marže.

Tým sa dostávame ku koreňu veci. Napriek menším odchýlkam, ktoré má na starosti či už legislatíva, alebo nesplniteľné predpoklady modelu, v tomto prípade to bude **ohromná sila nadnárodnej firmy**, ktorá dokáže ovplyvniť cenu natoľko, že bude dlhodobo porušená parita kúpnej sily. Nechcem tu však moralizovať a tvrdiť, že ŠKODA AUTO a.s. alebo celá skupina Volkswagen AG je jediná, ktorá má takúto stratégiu. Ak by sme sa pozreli podrobnejšie na všetky väčšie automobilky s najväčšou pravdepodobnosťou by sme, že podobne to funguje v každej jednej. Nechcem taktiež úplne odsudzovať takéto jednanie, a to hneď z dvoch dôvodov: po prvé – aj náklady na predaj sú vzhľadom k vyššej všeobecnej cenovej hladine vo vyspelejších krajinách (v mojom prípade Nemecku) vyššie – od mzdy pracovníka, ktorého zákazník navštívi u predajcu, cez nájom priestorov obchodníka, po daňové zaťaženie. Po druhé – ak by cenová arbitráž fungovala tak, ako je popísaná v zákone jedinej ceny, znamenala by nie len zníženie ceny pre „bohatšie“ trhy, ale taktiež zvýšenie ceny pre trhy s nižšími príjmami, pre „chudobnejšie“ trhy. A to nie je v rozpore iba so sociálnym naladením európskych krajín, ale taktiež, s miernym nadhľadom, aj samotnou paritou kúpnej sily. Za rovnaké množstvo práce by si totiž obyvatelia dvoch krajín mali kúpiť to isté. Ak by však automobily stáli v súčasnosti v Nemecku a v Česku rovnako, Čech by zarábal na nové auto 2,6-krát tak dlho, ako Nemec. V tomto prípade sa ešte môžeme baviť ešte o kurzovej otázke. Avšak – ak by stáli vozidlá rovnako v Nemecku a na Slovensku, teda v krajinách so spoločnou menou, kde ani nemôžeme vypočítať zmenný kurz, Slovák by zarábal na nový automobil trikrát tak dlho, ako Nemec. Tu sa však dostávame úplne k inej téme, a to nerovnostiam v rámci Eurozóny a k celej jej podstate. To však už nie je predmetom mojej práce, no v skúmaní tejto problematiky by som rád pokračoval. Uvidíme, čo ukáže budúcnosť.

Záver

Načo slúžia teórie? To je otázka, na ktorú som vedel odpoveď už v úvode – na to, aby popísali, vysvetlili a predpokladali realitu. Tak som sa rozhodol overiť teóriu, s ktorou som sa stretol v škole, s realitou, s ktorou sa každodenne stretávam v pracovnom živote a spojil som paritu kúpnej sily a cenovú politiku spoločnosti ŠKODA AUTO a.s.

Cieľom mojej práce bolo overiť platnosť absolútnej verzie parity kúpnej sily na príklade produktov spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. na českom, slovenskom a nemeckom trhu. V prvej kapitole som popísal a vysvetlil samotné základy fungovania parity kúpnej sily, vrátane modelov, od ktorých sa odvíja. Ďalej som popísal a zanalyzoval podmienky platnosti teórie a jej hlavné nedostatky. Na tieto podklady som nadviazal už prevedenými historickými pokusmi o potvrdenie alebo vyvrátenie tejto teórie. Cieľom prvej kapitoly mojej práce bolo pochopenie teórie parity kúpnej sily, analýza predpokladov jej platnosti a následne predpokladanie výsledku mojich výpočtov na základe empirických dát. Tento cieľ sa mi podarilo v jednotlivých podkapitolách splniť.

V druhej, praktickej kapitole som nadviazal na teoretické poznatky získané z prvej časti: v prvej podkapitole som uviedol základné informácie o spoločnosti ŠKODA AUTO a.s., v druhej som vysvetlil metodiku výskumu, ktorý som previedol v podkapitole tretej, ktorá je ďalej delená do siedmych menších častí – každá časť reprezentuje čiastkové výpočty pre jednu modelovú triedu značky. V podkapitole číslo štyri som po prevedení syntézy čiastkových výsledkov odprezentoval parity medzi jednotlivými trhmi a konfrontoval som ich s reálnou situáciou na trhu. Úplne nakoniec som zanalyzoval dôvody neplatnosti teórie. Cieľom druhej kapitoly mojej práce bolo overenie platnosti parity kúpnej sily na konkrétnom prípade produktov spoločnosti ŠKODA AUTO a.s.

Porovnanie českého a slovenského trhu prinieslo vskutku priaznivé výsledky – rozdiel medzi kurzom v parite a nominálnym kurzom centrálnej banky činil približne štyri percentá, čo som pripisoval najmä nemožnosti úplne nasimulovať podmienky, v ktorých mnou skúmaná teória platí. Sklamanie však prišlo pri porovnaní trhu českého a nemeckého, kde sa odchýlka pohybovala až na úrovni dvadsať percent. V tomto prípade sa už nedalo rozprávať o akejsi chybe výpočtu či prirodzenej odchýlke. Dôvod som našiel v charaktere jednotlivých trhov a reakcii na ich jednotlivé špecifiká, a to najmä výšky príjmov a vyspelosť ekonomiky.

V tomto momente musím konštatovať, že napriek úprimnej snahe sa mi platnosť absolútnej verzie parity kúpnej sily tak, ako je definovaná, potvrdiť nepodarilo a v jednom zo skúmaných trhov bola odchýlka dokonca natoľko významná, že môže slúžiť ako dôkaz neplatnosti teórie. Tým odpovedal na základnú otázku mojej práce, splnil som cieľ druhej kapitoly a taktiež hlavný cieľ celej práce – vyvrátil som teóriu na mnou skúmaných trhoch na produktoch spoločnosti ŠKODA AUTO a.s. Odpoveď na druhú otázku mojej práce – „Prečo platí/neplatí teória pri aplikovaní na danú konkrétnu firmu?“ – som uviedol už v predchádzajúcom odstavci, našiel som ju v charaktere jednotlivých trhov a reakcii na ich jednotlivé špecifiká, a to najmä výšky príjmov a vyspelosť ekonomiky. Zodpovedal som taktiež tretiu otázku, ktorú som si stanovil v úvode – „Ako veľmi sa nominálny kurz na trhu líši od kurzu v parite?“ – a to separátne pre slovenský a nemecký trh. V tomto momente som teda splnil všetky základné i vedľajšie ciele práce a poskytol odpoveď na všetky výskumné otázky.

Napriek tomu, že som de facto dokázal, že moja obľúbená teória sa mýli, stále ňou zostávam fascinovaný. A to najmä jej schopnosťou odhaliť faktory majúce vplyv na cenu konkrétneho produktu, o ktorých by som v prvom rade nikdy neuvažoval.

Použitá literatura a zdroje

- auto motor und sport, 2019. Neuzulassungen Gesamtjahr 2018: Pkw-Markt verliert leicht - auto motor und sport [WWW Document]. URL <https://www.auto-motor-und-sport.de/verkehr/neuzulassungen-gesamtjahr-2018-pkw-markt-verliert-leicht/> (accessed 3.13.19).
- autobild.de, 2018. Neue Skoda (2019, 2020 und 2021) - autobild.de [WWW Document]. URL <https://www.autobild.de/artikel/neue-skoda-2019-2020-und-2021--5239636.html> (accessed 3.10.19).
- auto.cz, 2017. Škoda chce zkrátit čekací doby. Karoq se proto bude kromě Kvasin vyrábět i v Mladé Boleslavi - Aktuálně.cz [WWW Document]. URL <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/auto/skoda-chce-zkratit-cekaci-doby-karoq-se-proto-bude-krome-kva/r~38050dc08e4611e7a7160025900fea04/?redirected=1552431187> (accessed 3.12.19).
- Bednář, M., 2015. 10 klíčových vozů historie Škody: od aut pošťáků k Octavii RS | Autoforum.cz [WWW Document]. URL <http://www.autoforum.cz/fascinace/10-klicovych-vozu-historie-skody-od-aut-postaku-k-octavii-rs/> (accessed 3.10.19).
- ČNB, 2019. ČNB [WWW Document]. URL <http://www.cnb.cz/cs/index.html> (accessed 3.12.19).
- ČNB, 2018. Devizové intervence zafungovaly učebnicově [WWW Document]. URL https://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2018/cl_18_180406_hampl_reflex.html (accessed 3.12.19).
- ČTK, 2017. Elektrická Škoda dorazí v roce 2020. Vyrábět se bude v Mladé Boleslavi | auto.cz [WWW Document]. URL <http://www.auto.cz/elektricka-skoda-v-roce-2020-vyroba-mlada-boleslav-111326> (accessed 3.10.19).
- DailyMail, 2014. How McDonald's cup sizes vary around the world | Daily Mail Online [WWW Document]. URL <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2809810/Just-large-large-soda-McDonald-s-cup-sizes-vary-globe-biggest-U-S-30oz.html> (accessed 3.9.19).
- ECB, 2019. ECB euro reference exchange rate: Czech koruna (CZK) [WWW Document]. URL https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-czk.en.html (accessed 3.13.19).
- FREIGHTOS, 2016. Ocean Freight vs Air Freight: Making the Decision | Freightos [WWW Document]. URL <https://www.freightos.com/freight-resources/air-freight-vs-ocean-freight-making-the-decision/> (accessed 3.9.19).
- Heitmann, M., 2016. Skoda: Die Tochter frisst die Mutter | Wirtschaft | DW | 15.04.2016 [WWW Document]. URL <https://www.dw.com/de/skoda-die-tochter-frisst-die-mutter/a-19191162> (accessed 3.10.19).
- Hypperlic.com, 2019. Mc Donald's Preisliste 2018 / 2019 - Preise im McDonald's Drive In. HYPPERLIC.com. URL <https://hypperlic.com/2018/05/mc-donalds-preisliste-2018-preise-mcdonalds> (accessed 3.12.19).
- idnes.cz, 2007. Big Mac je v Česku poprvé dražší než v USA - iDNES.cz [WWW Document]. URL https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/big-mac-je-v-cesku-poprve-drazsi-nez-v-usa.A071112_202937_ekonomika_ost (accessed 3.9.19).
- iSeeCars, 2017. Study: New Cars People Keep for The Longest Time - iSeeCars.com [WWW Document]. URL <https://www.iseecars.com/cars-kept-longest-study> (accessed 3.9.19).

- Jurado, M.P., Vega, J.L., 1993. PURCHASING POWER PARITY: AN EMPIRICAL ANALYSIS.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2000. Marketing management, in: Marketing Management.
- Majerová, I., Nezval, P., 2011. Mezinárodní ekonomie v teorii a praxi, in: Mezinárodní Ekonomie v Teorii a Praxi. Computer Press, Brno, pp. 123–130.
- McDonald's, 2019a. Ceny a alergény [WWW Document]. McDonald's. URL <https://www.mcdonalds.sk/ochutnaj/ceny-a-alergeny/> (accessed 3.12.19).
- McDonald's, 2019b. Ceník McDonald's [WWW Document]. URL <https://ceniky.mcdonalds.cz/cenik/cenik.jsp?restaurace=71&podtyp=11> (accessed 3.12.19).
- Ministerstvo vnútra SR, 2019. Prihlásenie dovezeného vozidla zo zahraničia, Ministerstvo vnútra SR - Polícia [WWW Document]. URL <https://www.minv.sk/?prihlasenie-dovezeneho-vozidla-zo-zahranicia> (accessed 3.9.19).
- Neumann, P., Žamborský, P., Jiráňková, M., 2010. Mezinárodní ekonomie, in: Mezinárodní Ekonomie. Grada Publishing, Praha, pp. 62–77.
- Prokopec, P., 2017. Takhle vypadá nový VW Polo v úplném základu. Podívejte se, co má místo rádia | Autoforum.cz [WWW Document]. URL <http://www.autoforum.cz/bleskovky/takhle-vypada-novy-vw-polo-v-uplnem-zakladu-podivejte-se-co-ma-misto-radia/> (accessed 3.9.19).
- Reinis Fischer, 2018. Average Salary in European Union 2018 | Reinis Fischer [WWW Document]. URL <https://www.reinischfischer.com/average-salary-european-union-2018> (accessed 3.12.19).
- ŠKODA AUTO a.s., 2019. Ceníky a katalogy | ŠKODA AUTO a.s. [WWW Document]. URL <http://www.skoda-auto.cz/nabidka/ceniky-katalogy> (accessed 3.9.19).
- ŠKODA AUTO a.s., 2018. Historie | ŠKODA AUTO a.s. [WWW Document]. URL <http://www.skoda-auto.cz/o-nas/historie> (accessed 3.10.19).
- stkonline.sk, 2018. Dovoz vozidla zo zahraničia | STKonline.sk [WWW Document]. URL <https://www.stkonline.sk/dovoz-vozidla-zo-zahranicia> (accessed 3.9.19).
- Svaz dovozců automobilů, 2019. Registrace nových OA v ČR [WWW Document]. URL <http://portal.sda-cia.cz/stat.php?n#str=nova> (accessed 3.9.19).
- Taylor, A.M., Taylor, M.P., 2004. The Purchasing Power Parity Debate.
- The Economist, 2019. The Big Mac index. The Economist.
- tyden.cz, 2014. Registrovat auto v Česku a pak hned vyvézt, tak se to dělá | Týden.cz [WWW Document]. URL https://www.tyden.cz/rubriky/auta/zajimavosti/registrovat-auto-v-cesku-a-pak-hned-vyvez-tak-se-to-dela_294647.html (accessed 3.13.19).
- Voinea, L.G., 2013. THE PURCHASING POWER PARITY: EVIDENCE FROM THE GREAT FINANCIAL CRISIS.